



Jeseník

# Strategie rozvoje cestovního ruchu ve městě Jeseník 2025–2030

## Návrhová část

Červen 2024



## Město Jeseník

Masarykovo nám. 167/1, 790 01 Jeseník  
IČ: 00302724

20. června 2024

Vážená paní starostko,

dovolujeme si Vám předložit studii **Strategie rozvoje cestovního ruchu ve městě Jeseník 2025-2030**. 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. 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

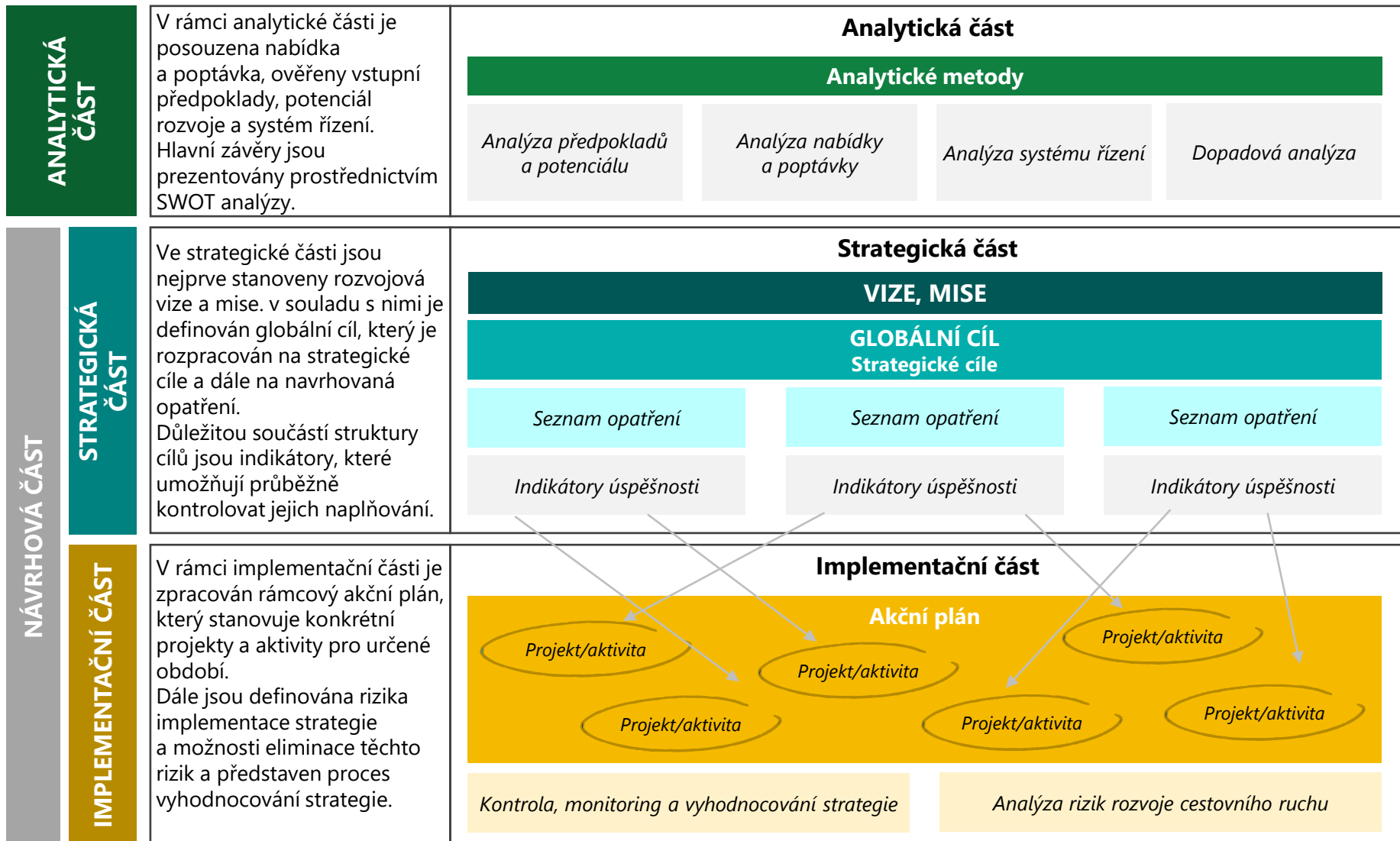
**Ondřej Špaček**

KROKEM s.r.o.

## Obsah:

Struktura Strategie a metodika tvorby	3
<b>STRATEGICKÁ ČÁST</b>	<b>4</b>
Vize, mise, globální cíl	5
Strategické oblasti a cíle	8
Rámcový program naplňování strategie	13
Opatření, aktivity a indikátory úspěšnosti	15
Strategický cíl 1	16
Strategický cíl 2	27
Strategický cíl 3	40
<b>IMPLEMENTAČNÍ ČÁST</b>	<b>56</b>
Proces naplňování a vyhodnocování strategie	57

# Metodika tvorby strategie cestovního ruchu







# STRATEGICKÁ ČÁST

# Vize, mise, globální cíl

# Strategická vize a mise

## Vize města Jeseník 2030 v oblasti cestovního ruchu

Město Jeseník je celoročně vyhledávanou turistickou destinací, která čerpá z unikátního lázeňského dědictví a bohaté přírody Jeseníků a Rychlebských hor. Jeseník vytváří jedinečnou nabídku pro náročné klienty hledající regeneraci a odpočinek. Z dlouhodobě udržitelného rozvoje cestovního ruchu a lázeňství profitují také místní občané a ekonomické prostředí ve městě a okolí.

## Mise města Jeseník 2030 v oblasti cestovního ruchu

*Při rozvoji cestovního ruchu a lázeňství ve městě Jeseník budeme podporovat spolupráci všech aktérů, aby společně vytvářeli atraktivní nabídku pro návštěvníky Jeseníku. Díky transparentnímu dialogu s občany zajistíme zachování příjemných podmínek pro místní obyvatele. Dokážeme využít odkazu tradičních léčebných metod, kombinovat je s moderními wellness a spa terapiemi a využít optimálních přírodních podmínek pro rozvoj relaxačních a sportovních aktivit v okolí města v průběhu celého roku, což bude mít pozitivní ekonomické přínosy pro město a jeho obyvatele. Při rozvoji cestovního ruchu zohledňujeme aspekty dlouhodobé udržitelnosti, a to z pohledu ekonomického, enviromentálního i sociokulturního.*

### Základní stavební kameny strategie

Unikátnost	Kooperace	Kvalita	Inovace	Nabídka produktů
Využití unikátních přírodních, historických i společenských předpokladů a jejich kombinace (příroda, lázeňství)	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 Jeseník 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 Jeseník 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 Jeseník 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:

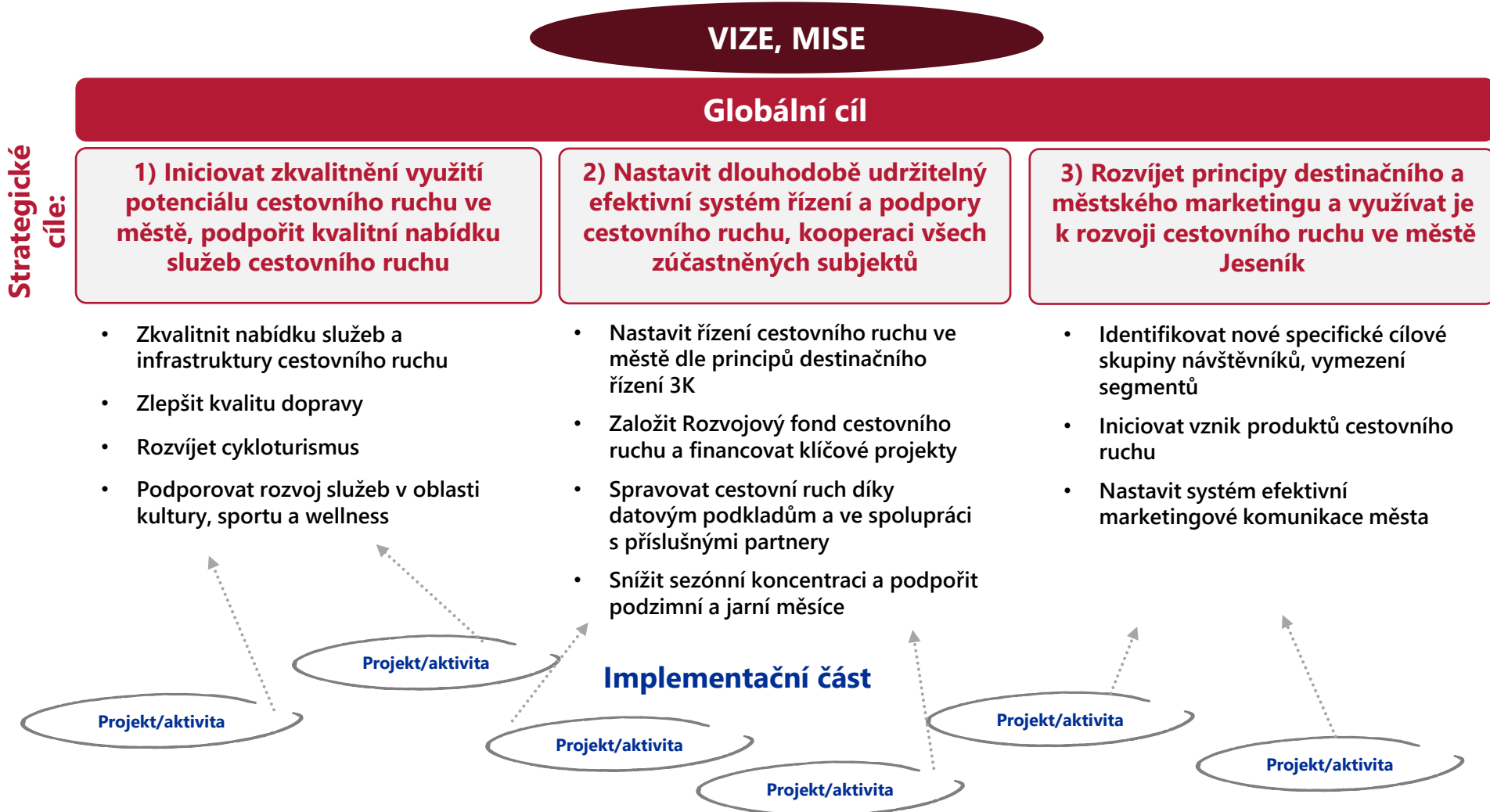
Indikátory pro měření strategického cíle	Výchozí hodnota	2026	2028	2030	Zdroj pro měření
Počet obyvatel ve městě Jeseník	10 619 (2024)	vyšší hodnota	vyšší hodnota	vyšší hodnota	ČSÚ
Počet přenocování v HUZ celkem	283 430 (2023)	300 000	325 000	350 000	ČSÚ
Počet přenocování v HUZ – bez Priessnitzových léčebných lázní	84 147 (2022)	90 000	100 000	110 000	ČSÚ, vlastní evidence
Průměrná délka pobytu hostů v HUZ - bez Priessnitzových léčebných lázní	3,7 nocí (2022)	3,7	3,7	3,7	ČSÚ, vlastní evidence

# 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.



# Strategický cíl 1

Opatření pro naplnění 1. strategického cíle se primárně věnují zkvalitnění nabídky služeb, rozvoji infrastruktury cestovního ruchu a města, jakožto sportovní destinace vč, cykloturistiky. Kromě toho je ve městě kladen důraz na optimalizaci přístupnosti města a silniční dopravy.

## 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
<p><b>Zkvalitnit nabídku služeb a infrastruktury cestovního ruchu</b></p> <p><b>Opatření 1.1.1</b> Rozšířit nabídku vnitřních aktivit pro turisty a místní obyvatele, využít připravovaný bazén v České Vsi</p> <p><b>Opatření 1.1.2</b> Přeměnit veřejné prostory v Jeseníku na funkční odpočinkové zóny; zlepšit kvalitu městského prostředí</p> <p><b>Opatření 1.1.3</b> Zvýšit kvalitu doprovodné infrastruktury návštěvníky (městské značení, veřejná WC)</p> <p><b>Opatření 1.1.4</b> Podporovat a iniciovat kulturní, sportovní či gastronomické akce a festivaly v průběhu celého roku</p>	<p><b>Zlepšit kvalitu dopravy</b></p> <p><b>Opatření 1.2.1</b> Rozvíjet systém parkování ve městě a u hlavních turistických atrakcí, zlepšit dostupnost parkování pro návštěvníky</p> <p><b>Opatření 1.2.2</b> Rozšířit kyvadlovou dopravu (cyklobusy, běžko-busy, skibusy), zajistit dostupnost veřejné dopravy pro návštěvníky po celý rok</p> <p><b>Opatření 1.2.3</b> Zlepšit dopravní spojení do města z jiných regionů, podporovat celoroční spojení (přímé linky s velkými městy)</p> <p><b>Opatření 1.2.4</b> Podporovat rozvoj bezpečné dopravy po městě. Rozvíjet dopravní spojení lázní Jeseník s centrem města (včetně pěšího koridoru)</p>	<p><b>Rozvíjet cykloturismus</b></p> <p><b>Opatření 1.3.1</b> Vybudovat a propojit hlavní cyklistické trasy ve městě Jeseník s regionálními cyklostezkami, např. kolem řeky Bělé a potoka Staříče</p> <p><b>Opatření 1.3.2</b> Zajistit instalaci podpůrné infrastruktury pro cyklisty, podporovat soukromé podnikatele v rozvoji služeb jako jsou servisy a půjčovny kol</p> <p><b>Opatření 1.3.3</b> Rozvíjet terénní cyklistiku a rozšířit nabídku singletrails, pumptracků apod. v Jeseníku a jeho okolí</p> <p><b>Opatření 1.3.4</b> Zvážit iniciaci vybudování systému sdílených kol a elektrokol, které by sloužily k propojení mezi lázněmi a centrem města</p>	<p><b>Podporovat rozvoj služeb v oblasti kultury, sportu a wellness</b></p> <p><b>Opatření 1.4.1</b> Dlouhodobě podporovat kulturní nabídku ve městě pro místní i návštěvníky</p> <p><b>Opatření 1.4.2</b> Dlouhodobě podporovat využití volných ploch k rozvoji ubytovacích či sportovních aktivit s ohledem na udržitelnost</p> <p><b>Opatření 1.4.3</b> Podporovat Arénu individuálních sportů a její využití pro podporu cestovního ruchu</p> <p><b>Opatření 1.4.4</b> Pokračovat v aktivní podpoře a rozvoji stávajících sportovní akcí ve městě Jeseník a využít jejich potenciál pro cestovní ruch</p>

# Strategický cíl 2

Opatření vedoucí k naplnění 2. strategického cíle kladou za důraz nastavit řízení cestovního ruchu na partnerském přístupu se všemi relevantními subjekty a spravovat rozvoj CR na základě dat. Město také může založit Fond, financující klíčové projekty cestovního ruchu.

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

### Priorita 2.1

**Nastavit řízení cestovního ruchu ve městě dle principů destinačního řízení 3K**

#### Opatření 2.1.1

Město Jeseník bude zastávat roli koordinátora rozvoje cestovního ruchu ve městě Jeseník dle principu 3K

#### Opatření 2.1.2

Zřídit komisi pro dlouhodobě udržitelný rozvoj lázeňství a cestovního ruchu

#### Opatření 2.1.3

Nastavit systém pravidelného setkávání klíčových aktérů ve městě a jeho okolí, kde bude možné řešit problémy s rozvojem cestovního ruchu

### Priorita 2.2

**Založit Rozvojový fond cestovního ruchu a financovat klíčové projekty**

#### Opatření 2.2.1

Založit Rozvojový fond cestovního ruchu s různými formami příspěvků, upravit systém výběru a distribuce poplatku z pobytu tak, aby se jejich část účelově alokovala zpět na rozvoj cestovního ruchu

#### Opatření 2.2.2

Nastavit systém funkčnosti Rozvojového fondu CR, pravidel pro podporu rozvojových projektů, implementovat systém v praxi, systém dlouhodobě provozovat

#### Opatření 2.2.3

Motivovat subjekty ke vstupu Fondu, portfolio příspěvovatelů postupně rozšiřovat a pravidelně informovat příspěvovatele o výsledcích, investicích a dosažených úspěších

### Priorita 2.3

**Spravovat cestovní ruch díky datovým podkladům a ve spolupráci s příslušnými partnery**

#### Opatření 2.3.1

Prohlubovat spolupráci s organizací Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu (produkty CR, projekty, marketingové aktivity...) a ostatními DMO v okolí (i na polské straně)

#### Opatření 2.3.2

Nastavit systém sběru dat o cestovním ruchu ve městě a okolí zapojením různých technologií a na jejich základě rozhodovat o rozvoji cestovního ruchu

#### Opatření 2.3.3

Podporovat funkčnost programu YEScard a jeho přínosy pro cestovní ruch, iniciovat vyšší míru zapojení podnikatelů ve městě a okolí do tohoto programu

### Priorita 2.4

**Snížit sezónní koncentraci a podpořit podzimní a jarní měsíce**

#### Opatření 2.4.1

Podporovat mimosezónní program, celoroční kulturní, společenské a turistické akce v Jeseníku, včetně propagace, mimo hlavní sezónu

#### Opatření 2.4.2

Umožnit celoroční přístup k atraktivitám a památkám, zahrnout služby informačního centra, vybrané atraktivity /produkty provozovat pouze v mimosezóně

#### Opatření 2.4.3

Podporovat poskytovatele služeb v rozvoji MICE produktů (především mimo sezónu)

# Strategický cíl 3

3. Strategický cíl je možné naplnit identifikací nových klíčových a jasně vymezených cílových skupin, dle jejich aspektů je pak nutné komponovat 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 ve městě Jeseník

Priorita 3.1	Priorita 3.2	Priorita 3.3
<p><b>Identifikovat nové specifické cílové skupiny návštěvníků, vymezení segmentů</b></p> <p><b>Opatření 3.1.1</b> Komunikovat lázeňským hostům, že centrum Jeseníku je nedílnou součástí jejich pobytu, přesvědčit je k pravidelnému využívání služeb</p> <p><b>Opatření 3.1.2</b> Motivovat turisty rozptýlené po okolí k návštěvě města Jeseník</p> <p><b>Opatření 3.1.3</b> Vymezit tržní segment Návštěvníci z Polska, přizpůsobit nabídku a komunikaci této cílové skupině.</p> <p><b>Opatření 3.1.4</b> Realizovat pobídky, jak nalákat lázeňské hosty k další návštěvě města i se svými rodinami např. formou semi-aktivní dovolené</p>	<p><b>Iniciovat vznik produktů cestovního ruchu</b></p> <p><b>Opatření 3.2.1</b> V souladu se strategií vybrat si potvrdit klíčová témata a získat pro spolupráci vhodné partnery z řad aktérů v cestovním ruchu</p> <p><b>Opatření 3.2.2</b> Průběžně rozvíjet produktové portfolio města Jeseník ve spolupráci s Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu, lázněmi, motivovat provozovatele služeb CR k zapojení</p> <p><b>Opatření 3.2.3</b> Spravovat a rozšiřovat skladbu produktů – pravidelně produkty vyhodnocovat a aktualizovat. Odstranit ty, které nefungují, a hledat příležitosti pro vytváření nových</p> <p><b>Opatření 3.2.4</b> Spolupracovat na přípravě balíčků sportovních eventů, netradičních kongresů, teambuildingů a jiných akcí</p>	<p><b>Nastavit systém efektivní marketingové komunikace města</b></p> <p><b>Opatření 3.3.1</b> Sjednotit prezentaci nabídky cestovního ruchu ve spolupráci s Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu</p> <p><b>Opatření 3.3.2</b> Každoročně sestavit marketingový plán vč. rozpočtu, po realizaci marketingový plán vyhodnocovat a optimalizovat</p> <p><b>Opatření 3.3.3</b> Ve spolupráci s organizací Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu pravidelně komponovat integrované kampaně na určité téma (např. zima v Jeseníkách )</p> <p><b>Opatření 3.3.4</b> Iniciovat zapojení místních umělců, producentů a řemeslníků do destinačního marketingu – tvorba suvenýrů (Jeseníky-originální produkt), merchandise, informační materiály či mapy</p>

# 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
<b>Zkvalitnit nabídku služeb a infrastruktury cestovního ruchu</b>	1.1.1	Rozšířit nabídku vnitřních aktivit pro turisty a místní obyvatele, využít připravovaný bazén v České Vsi	X	XXX	XXX				
	1.1.2	Přeměnit veřejné prostory v Jeseníku na funkční odpočinkové zóny; zlepšit kvalitu městského prostředí		XXX	XXX	X	X	X	X
	1.1.3	Zvýšit kvalitu doprovodné infrastruktury návštěvníky (městské značení, veřejná WC)			XXX				
	1.1.4	Podporovat a iniciovat kulturní, sportovní či gastronomické akce a festivaly v průběhu celého roku		X	X	X	X	X	X
<b>Zlepšit kvalitu dopravy</b>	1.2.1	Rozvíjet systém parkování ve městě a u hlavních turistických atrakcí, zlepšit dostupnost parkování	X	X	X	XXX	XXX	X	X
	1.2.2	Rozšířit kyvadlovou dopravu (cyklobusy, běžko-busy, skibusy), zajistit dostupnost po celý rok			XXX	XXX			
	1.2.3	Zlepšit dopravní spojení do města z jiných regionů, podporovat celoroční spojení (přímé linky s velkými městy)			XXX	X	X	X	X
	1.2.4	Podporovat rozvoj bezpečné dopravy po městě. Rozvíjet dopravní spojení lázní Jeseník s centrem města	X	XXX	XXX	X	X	X	X
<b>Rozvíjet cykloturismus</b>	1.3.1	Vybudovat a propojit hlavní cyklistické trasy ve městě Jeseník s regionálními cyklostezkami			XXX	XXX	XXX		
	1.3.2	Zajistit instalaci podpůrné infrastruktury pro cyklisty, podporovat soukromé podnikatele v rozvoji služeb	XXX	XXX	X	X	X	X	X
	1.3.3	Rozvíjet terénní cyklistiku a rozšířit nabídku singletrails, pumptracků apod. v Jeseníku a jeho okolí			X	X	XXX	XXX	X
	1.3.4	Zvážit iniciativy vybudování systému sdílených kol a elektrokol k propojení mezi lázněmi a centrem města			XXX	XXX			
<b>Rozptýlit sezónní koncentraci</b>	1.4.1	Dlouhodobě podporovat kulturní nabídku ve městě pro místní i návštěvníky	X	X	X	X	X	X	X
	1.4.2	Dlouhodobě podporovat využití volných ploch k rozvoji ubytovacích či sportovních aktivit		X	X	X	X	X	X
	1.4.3	Podporovat Arénu individuálních sportů a její využití pro podporu cestovního ruchu			XXX	XXX	X	X	X
	1.4.4	Pokračovat v aktivní podpoře a rozvoji stávajících sportovních akcí ve městě Jeseník	X	X	X	X	X	X	X
<b>Nastavit řízení cestovního ruchu</b>	2.1.1	Město Jeseník bude zastávat roli koordinátora rozvoje cestovního ruchu ve městě Jeseník dle principu 3K	XXX	XXX					
	2.1.2	Zřídit komisi pro dlouhodobě udržitelný rozvoj lázeňství a cestovního ruchu	XXX	XXX					
	2.1.3	Nastavit systém pravidelného setkávání klíčových aktérů ve městě a jeho okolí	X	X	X	X	X	X	X
<b>Založit Rozvojový fond cestovního ruchu</b>	2.2.1	Založit Rozvojový fond cestovního ruchu tak, aby se jejich část poplatku z pobytu alokovala zpět do CR		XXX	XXX	ideálně alokováno v rozpočtu 2026			
	2.2.2	Nastavit systém funkčnosti Rozvojového fondu CR, pravidel pro podporu rozvojových projektů		XXX	XXX	X	X	X	X
	2.2.4	Motivovat subjekty ke vstupu do Rozvojového fondu cestovního ruchu, portfolio příspěvovatelů rozšiřovat			X	X	X	X	X
<b>Spravovat CR díky datovým podkladům a ve spolupráci s partnery</b>	2.3.1	Prohlubovat spolupráci s organizací Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu a ostatními DMO v okolí	X	X	X	X	X	X	X
	2.3.2	Nastavit systém sběru dat o cestovním ruchu v Jeseníku, na jejich základě rozhodovat o rozvoji CR			XXX	X	X	X	X
	2.3.3	Podporovat funkčnost programu YEScard a jeho přínosy pro cestovní ruch, iniciovat vyšší míru zapojení aktérů			XXX	XXX	X	X	X
<b>Snížit sezónní koncentraci a podpořit podzimní a jarní měsíce</b>	2.4.1	Podporovat mimosezónní program, celoroční kulturní, společenské a turistické akce v Jeseníku	X	XXX	X	X	X	X	X
	2.4.2	Umožnit celoroční přístup k atraktivitám a památkám, TIC, vybrané atraktivitu provozovat pouze v mimosezóně			XXX	X	X	X	X
	2.4.3	Podporovat poskytovatele služeb v rozvoji MICE produktů (především mimo sezónu)				X	X	X	X
<b>Identifikovat nové specifické cílové skupiny návštěvníků, vymezení segmentů</b>	3.1.1	Komunikovat lázeňským hostům, že centrum Jeseníku je nedílnou součástí jejich pobytu	XXX	XXX	X	X	X	X	X
	3.1.2	Motivovat turisty rozptýlené po okolí k návštěvě města Jeseník			XXX	X	X	X	X
	3.1.3	Vymezit tržní segment Návštěvníci z Polska, přizpůsobit nabídku a komunikaci této cílové skupině.			XXX	X	X	X	X
	3.1.4	Realizovat pobídky, jak nalákat lázeňské hosty k další návštěvě města i se svými rodinami				XXX	X	X	X
<b>Iniciovat vznik produktů cestovního ruchu</b>	3.2.1	V souladu se strategií vybrat si potvrdit klíčová témata a získat pro spolupráci vhodné partnery z řad aktérů		XXX	XXX	X	X	X	X
	3.2.2	Průběžně rozvíjet produktové portfolio města Jeseník ve spolupráci s Jeseníky – SCR...		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
	3.2.4	Spolupracovat na přípravě balíčků sportovních eventů, netradičních kongresů, teambuildingů a jiných akcí				XXX	X	X	X
<b>Nastavit systém efektivní marketingové komunikace města</b>	3.3.1	Sjednotit prezentaci nabídky cestovního ruchu ve spolupráci s Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu		XXX	X	X	X	X	X
	3.3.2	Každoročně sestavit marketingový plán vč. rozpočtu, po realizaci marketingový plán vyhodnocovat	X	X	X	X	X	X	X
	3.3.3	Ve spolupráci s organizací Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu pravidelně komponovat integrované kampaně		X	X	X	X	X	X
	3.3.4	Iniciovat zapojení místních producentů a řemeslníků do marketingu – suvenýry, merchandise, materiály		XXX	XXX	X	X	X	X

# Opatření, aktivity a indikátory úspěšnosti

## Strategický cíl 1:

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

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
- Dotace
- Veřejné i soukromé investice

### Strategie opatření

Opatření klade důraz na **rozvoj základních služeb cestovního ruchu a rozvoj nezbytné infrastruktury**. Velmi důležitým bodem je rozšíření nabídky **aktivit ve vnitřních prostorách** jak pro místní obyvatele, tak pro turisty. Toto opatření má za cíl poskytnout vyžití lidem (zejména, avšak nejen) v případě nepřízně počasí a motivovat návštěvníky Jeseníků k návštěvě města samotného. To představuje důležitý prvek pro udržení turistického ruchu v méně příznivých dnech a měsících.

Důležitou aktivitou pro tento strategický cíle je **plánovaná rekonstrukce a modernizace bazénu v České Vsi**. Cílem je nejen obnovit a zlepšit stávající zařízení, důležitým parametrem je také nastavení nabídky služeb tak, aby odpovídala jak potřebám místních obyvatel, tak návštěvníků.

Dalším důležitým aspektem je také **podpora a iniciace různorodých kulturních, sportovních a gastronomických akcí po celý rok**, které by měly přispět k **rozptýlení sezónní koncentrace turistů** a oživení města i v méně frekventovaných obdobích.

Další kroky v rámci rozvoje služeb a infrastruktury cestovního ruchu v Jeseníku by měly zahrnovat **rozvoj a transformaci veřejných prostor**, aby se staly atraktivními místy pro odpočinek a zábavu. Rozvíjet a rekultivovat stávající veřejné prostory, jako například městský park Smetanovy sady a navazující lokalita až k rozhledně Zlatý Chlum. V takových zónách, které jsou vhodné pro aktivní odpočinek je vhodné instalovat prvky, které přilákají různé typy návštěvníků. Jako příklad podobné aktivity uvádíme možnost vytvořit běžecké okruhy na lesních stezkách a cestách ve vhodné lokalitě, jiné sportovní aktivity, kreativní dětská hřiště...

Důležitý je také **rozvoj základní či podpůrné infrastruktury cestovního ruchu**, která je však potřebná také pro občany města – jedná se především o veřejné toalety, doplnění a rozvoj městského mobiliáře - lavičky, odpadkové koše, informační tabule... To vše zvýší estetický dojem, komfort a funkčnost těchto prostor.

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

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
1.1.1	<b>Rozšířit nabídku vnitřních aktivit pro turisty a místní obyvatele, využít připravovaný bazén v České Vsi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Podporovat rozšíření nabídky indoor aktivit v Jeseníku.</li> <li>➤ Podílet se na rekonstrukci bazénu v České Vsi a podílet se také na jeho budoucím využití pro cestovní ruch. Zajistit, aby nabídka služeb odpovídala jak potřebám místních obyvatel, tak návštěvníků.</li> <li>➤ Průběžně rozvíjet služby poskytované návštěvníkům, optimalizovat návštěvní dobu, podporovat akce, podporovat celoročně poskytované služby.</li> <li>➤ vést evidenci aktuálně dostupných indoor aktivit a propagovat je</li> <li>➤ Zvážit podporu pro univerzální indoor sportoviště /zábavní park (lezecká stěna, trampolíny, simulátory sportů, minigolf, tenis, badminton, bowling, zábavný park nejen pro děti, dětské centrum, svět techniky aj. zahrnující možnosti pohybu, zábavy, zdravého občerstvení , hlídání dětí , výukové programy atd. – zvážit podporu do investice i provozu</li> </ul>	Jeseník, Česká Ves, privátní sektor	Dle jednotlivých záměrů
1.1.2	<b>Přeměnit veřejné prostory v Jeseníku na funkční odpočinkové zóny; zlepšit kvalitu městského prostředí</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Definovat a vymezit jedinečné vlastnosti ploch vhodných k úpravě a transformaci pro atraktivní funkční prvek sloužící pro odpočinek místních / návštěvníků.</li> <li>➤ Systematicky rozvíjet a rekultivovat stávající městské parky a přírodní oblasti jako je Zlatý Chlum. Soustavně vylepšovat péči o zeleň, instalovat nové lavičky, odpadkové koše a informační tabule, které by zlepšily estetický dojem a funkčnost těchto prostor.</li> <li>➤ Instalovat do odpočinkových zón prvky, které přilákají různé typy návštěvníků – Příklad pro inspiraci: běžecké okruhy na lesních stezkách a cesty v okolí Zlatého Chlumu. Tato opatření by zahrnovala i instalaci informačních tabulí s mapami a údaji o délce trasy, obtížnosti a doporučených trasách pro různé úrovně kondice.</li> <li>➤ Pokračovat v podpoře péče o lázeňské prameny a související infrastrukturu.</li> <li>➤ Oživit veřejné prostory uměleckými a kulturními instalacemi, jako jsou sochy a interaktivní umělecká díla, která odrážejí lokální historii a kulturu Jeseníku.</li> <li>➤ Zavést ekologické postupy v údržbě veřejných prostor, včetně využití dešťové vody pro zavlažování a solárních panelů pro osvětlení parků.</li> <li>➤ Zajistit pravidelnou údržbu a konzervaci historických budov ve vlastnictví města, jako je například radnice, Katovna...</li> </ul>	Jeseník, Brontosaurus Slezsko, místní umělci, architekt	Dle jednotlivých záměrů



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
1.1.3	<b>Zvýšit kvalitu doprovodné infrastruktury návštěvníky (městské značení, veřejná WC)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Pravidelně kontrolovat kvalitu, rozmístění a funkčnost městského mobiliáře.</li> <li>➤ Vytvoření a implementace jednotného vizuálního stylu městského mobiliáře a značení.</li> <li>➤ Investovat do výstavby nových veřejných toalet a rekonstrukce stávajících zařízení v klíčových oblastech města, které jsou hojně navštěvovány turisty a místními obyvateli.</li> <li>➤ Systematicky přezkoumat a obnovit stávající městský mobiliář, včetně laviček, odpadkových košů a osvětlení veřejných prostranství.</li> </ul>	Jeseník	Dle jednotlivých záměrů
1.1.4	<b>Podporovat a iniciovat kulturní, sportovní či gastronomické akce a festivaly v průběhu celého roku</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Prohloubit partnerství s místními sportovními kluby a asociacemi pro pořádání sportovních turnajů a soutěží v Jeseníku.</li> <li>➤ Podporovat bohatou a pestrou nabídku sportovních, kulturních, gastronomických a společenských akcí ve městě - pro občany i pro turisty.</li> <li>➤ Podporovat takové akce, které cílí na místní obyvatele i návštěvníky; zejména lázeňští hosté, kteří jsou v Jeseníku na dlouhodobějším pobytu, mohou být vhodnou cílovou skupinou pro oslovení k využití těchto služeb</li> <li>➤ Akce, které podporují rozvoj CR, je možné např. podpořit z Rozvojového fondu CR (viz strategický cíl 2)</li> </ul>	Jeseník, MKZ Jeseník, místní kluby a spolky, místní podnikatelé	Dle jednotlivých záměrů

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

## Priorita 1.2 – Zlepšit kvalitu dopravy

### Cíle a záměry opatření

- Spojení s lázněmi
- Systém parkování
- Zajistit celoroční dostupnost města veřejnou dopravou
- Zajistit pravidelné dopravní spojení s atraktivitami v okolí

### Nástroje

- Územní plán
- Veřejné investice, dotace aplikovatelné na rozvoj silniční sítě
- Jednání a smlouvy s krajem a dopravci

### Strategie opatření

Jedním z cílů je **zjednodušit přístup do centra města pro lázeňské hosty**, aby mohli využívat služby, obchody, restaurace, kulturní a sportovní zařízení ve městě, a tím **podpořit ekonomickou aktivitu ve městě Jeseník**. Cílem je nabídnout více možností, jak se přesunout mezi lázněmi a centrem města. Vedle pěšího koridoru toto zahrnuje další rozvoj efektivního, spolehlivého a frekventovaného kyvadlového dopravního systému je možné zvážit, zda není možné nabídku rozšířit i o další alternativy, které by zjednodušily přepravu mezi lázněmi a centrem města. Například by se mohlo jednat o spojení prostřednictvím sdílených kol (s ohledem na místní podmínky také elektrokol). Doprava do centra města musí být pro lázeňské hosty jednoduchá a rychlá, tak aby se **bez zbytečného plánování dokázali pravidelně přesouvat mezi městem a lázeňským areálem**. Jednodušší spojení lázeňského areálu s centrem města může do Jeseníku přivést také více jednodenních výletníků, kteří přijeli do lázní navštívit lázeňského hosta.

Dále je důležité **zdokonalit infrastrukturu parkování** ve městě a ve spolupráci s Priessnitzovými léčebnými lázněmi usilovat o vylepšení parkovacích možností v lázeňském areálu. Toto opatření umožní návštěvníkům lázní snadnější a rychlejší přístup do města, což výrazně přispěje k jejich celkovému zážitku a pohodlí během pobytu v Jeseníku.

Pro rozvoj cestovního ruchu je přínosné iniciovat **zlepšení v oblasti veřejné dopravy zejména ve smyslu dostupnosti turistických cílů a atraktivit**, a to v průběhu celého roku.

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
1.2.1	<b>Rozvíjet systém parkování ve městě a u hlavních turistických atrakcí, zlepšit dostupnost parkování pro návštěvníky</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Zaměřit se na zlepšení parkovacích kapacit u nádraží, což přinese ulehčení pro místní obyvatele a může podpořit i návštěvníky využívající vlakovou dopravu.</li><li>➤ V úzké spolupráci s provozovateli lázeňských zařízení vyvíjet a rozšiřovat parkovací možnosti, které odpovídají potřebám návštěvníků, tak aby nedošlo ke zvýšení individuální dopravy v oblasti lázní – kde není zvýšení dopravy možné z důvodu certifikace klimatických lázní (návaznost na 1.2.2 a 1.2.4)</li><li>➤ Zahrnout inteligentní parkovací systémy, které umožní efektivní využívání dostupných parkovacích míst (např. zavést zónové parkování, které rozdělí město na více parkovacích zón s různými tarify a časovými omezeními).</li></ul>	Jeseník, Lázně, Jeseník, Olomoucký kraj	dle jednotlivých záměrů

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
1.2.2	<b>Rozšířit kyvadlovou dopravu (cyklobusy, běžko-busy, skibusy), zajistit dostupnost veřejné dopravy pro návštěvníky po celý rok</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Spolupracovat se sdružením cestovního ruchu Jeseníky, krajem a okolními obcemi na rozšíření a optimalizaci stávajících kyvadlové dopravy. To by zahrnovalo prodloužení turistické sezóny, zvýšení frekvence spojů během hlavní sezóny a zavedení nových tras k dalším turistickým atraktivitám a cílům.</li> <li>➤ Dále podporovat dopravní systém pro podporu cestovního ruchu, který by zahrnoval pravidelnou kyvadlovou dopravu, jako jsou cyklobusy a turistbusy v letních měsících, běžko-busy v zimní sezóně a skibusy pro přístup k lyžařským areálům.</li> </ul>	Jeseník, Olomoucký kraj, Jeseníky - Sdružení cestovního ruchu, dopravní společnosti, další obce v regionu	dle jednotlivých záměrů
1.2.3	<b>Zlepšit dopravní spojení do města z jiných regionů, podporovat celoroční spojení (přímé linky s velkými městy)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Jednat s krajem, regionálními a mezinárodními dopravními společnostmi o zavedení nebo zvýšení frekvence přímých autobusových a vlakových spojení mezi Jeseníkem a cílovými městy, a tak zjednodušit dostupnost města Jeseník pro návštěvníky, kteří si přejí využít veřejnou dopravu.</li> <li>➤ Podporovat a apelovat na zachování pravidelných a četných spojů i v méně vytižené časy v průběhu roku (např. víkendy v zimních měsících).</li> </ul>	Jeseník, Olomoucký kraj, dopravci, další obce v regionu	dle jednotlivých záměrů
1.2.4	<b>Podporovat rozvoj bezpečné dopravy po městě. Rozvíjet dopravní spojení lázní Jeseník s centrem města (včetně pěšího koridoru)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Monitorovat vytiženost stávajících autobusových linek, aby bylo zajištěno dostatečné pokrytí, zejména mezi lázněmi a centrem města. Monitorovat návaznosti jednotlivých spojů pro co nejlepší propojení míst v rámci Jeseníku a blízkého okolí</li> <li>➤ Zajistit jednoduchou, rychlou, pohodlnou a finančně nenáročnou dopravu mezi centrem města a lázeňským areálem, aby se mohli lázeňští hosté pravidelně a bez většího plánování přesouvat do centra města a více se podílet na ekonomické aktivitě ve městě.</li> <li>➤ S ohledem na satut klimatických lázní preferovat ekologické způsoby dopravy.</li> <li>➤ Spustit propagační a informační kampaně cílené na návštěvníky lázní, aby byli informováni o dostupných dopravních možnostech do města. Zahrnout informace o jízdních řádech, mapy dopravních spojení a informace o turistických atrakcích v centru města. Informovat potenciální návštěvníky o možnostech dopravy veřejnou dopravou.</li> </ul>	Jeseník, Priessnitzovy léčebné lázně, dopravní společnosti	dle jednotlivých záměrů

# 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 plán a studie proveditelnosti
- Rozpočet města, veřejné investice
- Dotační programy, evropské strukturální a investiční fondy
- Dotace a jiné formy pobídek

### Strategie opatření

Cyklistika patří mezi nevhodnější 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. **Podpora cyklistiky** pomáhá také generovat jak nové příležitosti pro práci a podnikání (cyklo půjčovny, servery), tak podporuje rozvoj a optimalizaci služeb, které cyklisté na své cestě zpravidla využívají (gastronomie).

Tato priorita se zaměřuje na rozšíření a **propojení stávajících cyklistických tras**, což zahrnuje vybudování bezpečných cyklostezek a cyklotras na území města a jejich napojení na regionální cyklostezky.

Nabízí se také např. využít blízkosti oblíbených Rychlebských stezek, a pokusit se jejich návštěvníky získat pro návštěvu města Jeseník. Z dlouhodobého pohledu by bylo vhodné pokusit se ve spolupráci s provozovatelem stezek dosáhnout jejich rozšíření směrem k městu Jeseník.

Cílem je vytvořit **soudržnou síť cyklostezek a cyklotras**, která bude sloužit nejen místním obyvatelům, ale také přitáhne cykloturisty hledající kvalitní a především bezpečné trasy pro své vyjížděky. Kromě výstavby a modernizace stezek je důležitá také **instalace nezbytné infrastruktury**, jako jsou informační tabule, odpočívadla, stojany na kola, nabíječky a servisní stanice.

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
1.3.1	<b>Vybudovat a propojit hlavní cyklistické trasy ve městě Jeseník s regionálními cyklostezkami, např. kolem řeky Bělé a potoka Staříče</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Zajistit síť bezpečného spojení pomocí cyklotras a cyklostezek na území města, která bude v maximální možné míře bezpečná.</li> <li>➤ S okolními obcemi dořešit co nejpříjemnější propojení pro cyklisty z Ramzové a Bělé pod Pradědem údolím řeky Bělé až do polských Glucholaz, případně Nysy.</li> <li>➤ Osadit zajímavá místa na březích prvky k odpočinku</li> </ul>	Olomoucký kraj, Jeseník, Okolní obce, Povodí, relevantní instituce na polské straně, odborná veřejnost	Dle jednotlivých záměrů

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	<b>Zajistit instalaci podpůrné infrastruktury pro cyklisty, podporovat soukromé podnikatele v rozvoji služeb jako jsou servisy a půjčovny kol</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Analyzovat místa, kde je vhodné vybudovat / rozšířit infrastrukturní prvky pro cyklisty (stojany, nabíječky, servispointy, úschova kol...).</li> <li>➤ Instalovat infrastrukturu, především stojany a nabíječky na nejdůležitější lokality a dopravní uzly v centru města</li> <li>➤ Nabídnout soukromým investorům možnost dotačních programů k pokrytí dalších lokalit.</li> <li>➤ Finančně formou dotace z Rozvojového fondu CR (viz 2.2) podpořit rozvoj cyklistické infrastruktury (např. částečná dotace na pokrytí vybudování stojanů, nabíječky pro elektrokola...) - město by prostřednictvím dotace pokrývalo jen část nákladů, udrželo by si však dohled nad designem, rozmístěním i technickým provedením.</li> <li>➤ Sestavit a distribuovat "návod" pro zájemce o dotaci na rozvoj cyklistické infrastruktury.</li> </ul>	Jeseník, architekt, místní podnikatelé	dle jednotlivých záměrů
1.3.3	<b>Rozvíjet terénní cyklistiku a rozšířit nabídku singletrails, pumptracků apod. v Jeseníku a jeho okolí</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Udržovat stávající systém cyklotras a dobře jej komunikovat směrem k turistům.</li> <li>➤ Z dlouhodobého pohledu zvážit propojení nových stezek s již existujícími terénními cyklistickými trasami v regionu (např. s Rychlebskými stezkami). Toto by zahrnovalo jasně značené trasy, které by cyklisty vedly z populárních oblastí přímo do Jeseníku.</li> </ul>	Jeseník, Jeseníky - Sdružení cestovního ruchu, provozovatelé terénních cykloparků. okolní obce	Dle jednotlivých záměrů
1.3.4	<b>Zvážit iniciaci vybudování systému sdílených kol a elektrokol, které by sloužily i k propojení mezi lázněmi a centrem města</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Zvážit zavedení sdílených kol a elektrokol (vzhledem ke kopcovitému terénu), která mohou sloužit také jako alternativní propojení mezi lázněmi a centrem města.</li> <li>➤ Sdílená kola mohou sloužit jak místním obyvatelům, tak turistům pro dopravu po městě a výlety do blízkého okolí.</li> </ul>	Jeseník, provozovatel sdílených kol	Dle jednotlivých záměrů



# Opatření pro Strategický cíl 1

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

## Priorita 1.4 – Podporovat rozvoj služeb v oblasti kultury, sportu a wellness

### Cíle a záměry opatření

- Vytvořit příznivé podmínky pro podnikatele v turistických službách
- Podpořit nabídku aktivit i akcí i mimo hlavní sezónu
- Zajistit dostupnost základních služeb cestovního ruchu

### Nástroje

- Veřejné i soukromé investice
- Marketingová kampaň
- Navázání partnerství

### Strategie opatření

Opatření se zaměřuje na **posílení a rozšíření turistických služeb**, které jsou klíčové pro atraktivitu regionu jako turistické destinace. Tato iniciativa má za cíl vytvořit **stimulující prostředí pro soukromé podnikatele**, aby investovali do rozvoje a zlepšení služeb v oblastech gastronomie, ubytování, wellness a sportu, což přispěje k celkovému oživení místní ekonomiky a zvýší kvalitu pobytu pro návštěvníky i místní obyvatele.

V oblasti kultury je důležité **dlouhodobě podporovat bohatý kulturní program**, který budou moc využívat jak místní obyvatelé, tak návštěvníci – zejména lázeňští hosté, kteří jsou v Jeseníku na dlouhodobějším pobytu, mohou být vhodnou cílovou skupinou pro oslovení k využití těchto služeb. Městu Jeseník dlouhodobě chybí vhodné výstavní / galerijní prostory. I t mohou být dalším lákadlem pro návštěvníky a lázeňské hosty.

V rámci této priority jsou navrženy konkrétní opatření, jako je dlouhodobá podpora využití volných ploch pro **rozvoj nových ubytovacích a sportovních zařízení**, která budou navržena s ohledem na udržitelnost a minimální dopad na přírodní prostředí. Navrhujeme také zvážit, zda neinvestovat do nových projektů, které **by přinesly možnosti sportovního vyžití pro místní i návštěvníky**.

Dalším důležitým aspektem je **podpora stávajících sportovních akcí**, které mají potenciál přilákat účastníky z širokého okolí. Posílení marketingového a organizačního zázemí pro tyto akce může podpořit jejich lepší viditelnost a přilákat více návštěvníků, což může stimulovat další růst cestovního ruchu. Navázání partnerství s lokálními podniky a sponzory pomůže zajistit finanční a materiální podporu potřebnou pro další rozvoj a zlepšení těchto akcí.

Tyto kroky představují komplexní přístup k rozvoji sportu a wellness služeb, který nejen zlepší infrastrukturu a nabídku služeb, ale také podpoří ekonomický rozvoj města.

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
1.4.1	<b>Dlouhodobě podporovat kulturní nabídku ve městě pro místní i návštěvníky</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Dlouhodobě podporovat bohatý kulturní program ze strany aktérů kulturního dění – aktivity podporující rozvoj CR je možné např. podpořit z Rozvojového fondu CR (viz strategický cíl 2)</li> <li>➤ Komunikovat s MKZ Jeseník, aby kulturní nabídka odpovídala požadavkům místních obyvatel i návštěvníků a lázeňských hostů</li> <li>➤ Podporovat vznik nové galerie v Jeseníku, která může být lákadlem zejména pro lázeňské hosty, v případě zajímavého konceptu může být dokonce důvodem k návštěvě Jeseníku</li> </ul>	Jeseník, aktéři kulturního dění, MKZ Jeseník	dle jednotlivých záměrů

# Opatření pro Strategický cíl 1

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

## Priorita 1.4 – Podporovat rozvoj služeb v oblasti kultury, sportu a wellness

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
1.4.2	<b>Dlouhodobě podporovat využití volných ploch k rozvoji ubytovacích či sportovních aktivit s ohledem na udržitelnost</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Vytipovat lokality vhodné pro rozvoj sportovních zařízení.</li> <li>➤ Na základě získaných dat zvážit úpravu otevírací doby turistických provozů (informační centra, galerie, muzea, kluziště, atd.) tak, aby co nejlépe odpovídala potřebám turistů. Zvážit rozšíření otevírací doby o víkendech a svátcích, kdy je návštěvnost vyšší.</li> <li>➤ Při plánování a návrhu nových ubytovacích a sportovních zařízení klást důraz na udržitelnost.</li> </ul>	Jeseník, místní podnikatelé,	Dle jednotlivých záměrů
1.4.3	<b>Podporovat Arénu individuálních sportů a její využití pro podporu cestovního ruchu</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Podporovat dlouhodobě rozvoj projektu Aréna individuálních sportů (běžecké lyžování, in-line bruslení, horská kola v areálu zóny Za podjezdem)</li> <li>➤ Podporovat přizpůsobení programu a probíhajících aktivit tak, aby byly lákavé i pro návštěvníky</li> <li>➤ Prezentovat nabídku i návštěvníkům města</li> </ul>	Jeseník	Dle jednotlivých záměrů
1.4.4	<b>Pokračovat v aktivní podpoře a rozvoji stávajících sportovních akcí ve městě a využít jejich potenciál pro cestovních</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Posílit marketingové a organizační zázemí pro již zavedené sportovní akce, které přitahují účastníky z širokého okolí a nabízejí potenciál pro stimulaci cestovního ruchu.</li> <li>➤ Vytvořit balíčky spojené s těmito akcemi, které by zahrnovaly ubytování, stravování a další turistické služby, aby účastníci a návštěvníci mohli plně využít možností, které Jeseník nabízí.</li> <li>➤ Navázat partnerství s lokálními podniky a potenciálními sponzory, kteří by mohli podpořit akce jak finančně, tak prostřednictvím služeb nebo produktů.</li> </ul>	Jeseník, místní podnikatelé	Dle jednotlivých záměrů

# 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
<b>Průběžné zlepšování kvality infrastruktury pro cestovní ruch, volnočasové aktivity a kvality městského prostředí</b>		Každý rok budou dokončeny 2 nové projekty		Vlastní evidence
<b>Počet nově vzniklých celoročně otevřených vnitřních aktivit</b>	+2	+3	+5	Vlastní evidence
<b>Počet spojů kyvadlové specializované dopravy mezi městem Jeseník a okolními obcemi</b>	+ 3 linky	Interval v sezóně max. 120	Linky celoročně v provozu	Vlastní evidence
<b>Kompaktní cyklostezka/cyklotrasa podél řeky Bělé</b>	plán, příprava	realizováno		Vlastní evidence
<b>Počet nových eventů se sportovní tematikou</b>	+2	+3	+5	Vlastní evidence
<b>Počet nově vzniklých akcí od října do března</b>	+2	+3	+5	Vlastní evidence

## Strategický cíl 2:

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

### Priorita 2.1 – Nastavit řízení cestovního ruchu ve městě dle principů destinačního řízení 3K

#### Cíle a záměry opatření

- Posílit svoji roli jakožto výkonného orgánu rozvoje cestovního ruchu
- Stát se stabilním, erudovaným partnerem v oblasti cestovního ruchu
- Zajistit kompetenční, rozhodovací a výkonný orgán
- Zajistit ochranu lázeňských zdrojů
- Rozvíjet spolupráci s provozovateli cestovního ruchu ve městě
- Rozvíjet TIC Jeseník

#### Strategie opatření

Město Jeseník, resp. městský úřad a jeho příslušný odbor / oddělení (Oddělení strategického rozvoje a cestovního ruchu), by mělo být aktivním a kompetentním partnerem pro rozvoj lázeňství a cestovního ruchu a to především formou otevřené diskuze mezi aktéry cestovního ruchu. **Město Jeseník by mělo působit jako hlavní koordinátor cestovního ruchu na území města.** Spolupráce v odvětví cestovního ruchu by se měla rozvíjet v souladu s principy 3K (komunikace, koordinace, kooperace) se všemi poskytovateli služeb cestovního ruchu ve městě a všemi ostatními aktéry působícími na území Jeseníku. Pro efektivní fungování této koordinační role **je důležité vytvořit pracovní pozici pro zaměstnance**, který se bude touto rolí dlouhodobě zabývat a bude mít dostatečný pracovní prostor pro tuto aktivitu. Případně je možné tuto koordinační roli nerealizovat v podobě nového zaměstnance, ale tuto činnost nastavit tak, aby bylo možné jinak nakoupit od právnické osoby nebo OSVČ.

Zvýšené náklady na tuto koordinační funkci města je jsou blíže popsány **v modelu financování rozvoje cestovního ruchu na str. 31.**

Dále je důležité prohlubovat **produktivní spolupráci se Sdružením cestovního ruchu Jeseníky**, aby nedocházelo k duplicitám ve výkonu destinačního spolupráce, a ta tak byla maximálně efektivní.

Nesmí být opomenuto ani **Turistické informační centrum Jeseník**, 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 hlavní informační bod pro návštěvníky města a jeho okolí.

Jedním z navrhovaných kroků **vytvoření Komise lázeňství a cestovního ruchu**. Takto koncipovaná komise bude mít možnost řešit zásadní překryv těchto dvou témat v Jeseníku a využívat jejich synergických efektů.

#### Nástroje

- Rozpočet města
- Zřízení Komise pro lázeňství a cestovní ruch

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

### Priorita 2.1 – Nastavit řízení cestovního ruchu ve městě dle principů destinačního řízení 3K

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
2.1.1	<b>Město Jeseník bude zastávat roli koordinátora rozvoje cestovního ruchu ve městě Jeseník dle principu 3K</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Město bude zastávat roli koordinátora cestovního ruchu na území Jeseníku</li> <li>➤ <b>Vytvořit pracovní místo pro konkrétního zaměstnance, který bude roli města v oblasti koordinace cestovního ruchu zastávat, komunikovat s aktéry CR a podporovat spolupráci těchto subjektů.</b></li> <li>➤ Uskutečnit z patřičného oddělení stabilního partnera v oblasti cestovního ruchu s kvalitními, kvalifikovanými a akceschopnými zaměstnanci</li> <li>➤ Oddělení strategického rozvoje a cestovního ruchu (a pozice koordinátora) se tak stane hlavním gestorem / realizátorem naplnění této Strategie</li> </ul>	Jeseník, Priessnitzovy léčebné lázně, Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu, Olomoucký kraj, aktéři CR, Centrála cestovního ruchu Olomouckého kraje	Dle jednotlivých záměrů + prostředky na novou roli koordinátor a CR
2.1.2	<b>Zřídit komisi pro dlouhodobě udržitelný rozvoj lázeňství a cestovního ruchu</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Zřízení komise lázeňství a cestovního ruchu.</b> Komise takto může fungovat i jako poradní a komunikační orgán, která moderuje diskusi mezi městem, lázněmi a dalšími aktéry cestovního ruchu, podporuje společné cíle a hledá kompromis mezi rozdílnými zájmy</li> <li>➤ Součástí působení Komise lázeňství a cestovního ruchu jsou: <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Rozvoj společné infrastruktury (pro lázeňské hosty a turisty města)</li> <li>➤ Monitoring kvality služeb v lázních, městě a okolí</li> <li>➤ Dohled nad ochranou životního prostředí, především pak léčebných lázeňských zdrojů tak, aby rozvoj cestovního ruchu nevedl k jejich destrukci/znečištění apod.</li> <li>➤ Kontrola a vyjádření se k větším projektovým záměrům investorů</li> </ul> </li> </ul>	Jeseník	
2.1.3	<b>Nastavit systém pravidelného setkávání klíčových aktérů ve městě a jeho okolí, kde bude možné řešit problémy s rozvojem cestovního ruchu</b>	<p>Cílem tohoto opatření je <b>nastavit pravidelné setkávání</b> všech klíčových aktérů cestovního ruchu ve městě, ale také těch, kteří se o danou problematiku zajímají, setkání mohou být i formou workshopu, školení, přednášek odborníků, apod.</p> <p>Dále je nutné podpořit i komunikaci s občany, kde by mohli vyjádřit svoje názory na cestovní ruch ve městě a zachytit se případný problém dříve, nežli dojde k velké frustraci občanů směrem k turistům.</p>	Jeseník, Všichni relevantní aktéři	Max 30 tis. Kč za 1 setkání

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

## Priorita 2.2 – Založit Rozvojový fond cestovního ruchu a financovat klíčové projekty

### Cíle a záměry opatření

- Nastavit dlouhodobě funkční systém financování cestovního ruchu a jeho rozvoje
- Zavést systém finančních příspěvků z různých zdrojů a od všech relevantních subjektů, kteří mají zájem na rozvoji cestovního ruchu ve městě
- Nastavit vlastní hospodářskou činnost jako příjem společného fondu
- Zvýšit efektivitu využívání dotací pro rozvoj cestovního ruchu

### Nástroje

- Rozpočet města
- Společný rozvojový fond
- Dotační programy na rozvoj cestovního ruchu

### Strategie opatření

**Rozvoj cestovního ruchu lze podpořit finančně skrze sdílený rozvojový fond.** Jeho financování a výdaje by měly být transparentní a srozumitelné, zapojením všech zainteresovaných subjektů, resp. všech těch, komu na rozvoji cestovního ruchu ve městě záleží a kdo z něj čerpá výhody. Zřizovatelem a provozovatelem fondu je město Jeseník.

Zásadním finančním příspěvkem do Rozvojového fondu cestovního ruchu bude **přímá alokace jedné třetiny vybraného poplatku z pobytu** (dle výběru v předcházejícím roce). Do Rozvojového fondu cestovního ruchu by dále měli přispívat jeho další členové z řad aktérů cestovního ruchu ve městě Jeseník.

Prostředky z rozvojového fondu cestovního ruchu bude možné využívat jak na tvrdé, tak i měkké projekty, které přispívají k rozvoji cestovního ruchu.

**Další třetinu poplatku z pobytu by město dlouhodobě alokovalo na koordinační aktivity v oblasti cestovního ruchu,** které jsou navrhovány v této strategii - např. zřízení pozice koordinátora, pravidelná setkávání aktérů...

Cílem tohoto opatření je nastavit dlouhodobě udržitelný model financování rozvoje cestovního ruchu ve městě Jeseník, který umožňuje všem subjektům cestovního ruchu možnost podílet se na financování a zároveň se podílet na rozhodování o využití těchto finančních prostředků. Město Jeseník by mělo alokaci těchto finančních prostředků do oblasti cestovního ruchu chápat jako **dlouhodobou investici**, která se projeví v podpoře dlouhodobě funkčního odvětví lázeňství a cestovního ruchu, z kterého dlouhodobě profitují občané města a je pro Jeseník významným ekonomickým odvětvím. **Další informace o modelu financování rozvoje cestovního ruchu jsou uvedeny na str. 32.**



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

### Priorita 2.2 – Založit Rozvojový fond cestovního ruchu a financovat klíčové projekty

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
2.2.1	<b>Založit Rozvojový fond cestovního ruchu s různými formami příspěvků, upravit systém výběru a distribuce poplatku z pobytu tak, aby se jejich část účelově alokovala zpět na rozvoj cestovního ruchu</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Město Jeseník zřídí Rozvojový fond cestovního ruchu, partnery tohoto fondu se stanou subjekty, které působí v oblasti cestovního ruchu.</li> <li>➤ Rozhodování o využití prostředků Důležitým zdrojem financování rozvojového fondu je alokování části poplatku z pobytu zpět do rozvoje cestovního ruchu – návrh je <b>1/3 příjmů z poplatku</b></li> <li>➤ Partneři fondu se budou moci účastnit na financování Rozvojového fondu</li> <li>➤ Zavést důslednější kontrolu nad výběrem poplatku z pobytu coby zásadním zdrojem pro financování Rozvojového fondu</li> </ul>	Jeseník, Priesnitzovy léčebné lázně, Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu, Olomoucký kraj, odborná veřejnost, privátní sektor, veřejný sektor, Centrála cestovního ruchu Olomouckého kraje	Max. 100 tis. Kč na založení Fondu
2.2.2	<b>Nastavit systém funkčnosti Rozvojového fondu CR, pravidel pro podporu rozvojových projektů, implementovat systém v praxi, systém dlouhodobě provozovat</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Nastavit pravidla pro čerpání prostředků z rozvojového fondu - ta musí být transparentní, umožňovat důstojné zapojení do rozhodovacího procesu všem příspěvatelům do fondu a zajistit, aby byl fond dlouhodobě udržitelný</li> <li>➤ Realizace systému, při kterém bude část příjmů plynoucí z poplatků za ubytování převedena do Fondu pro rozvoj cestovního ruchu, tak aby příjmy pramenící z cestovního ruchu byly vynaloženy zpět na tento účel</li> <li>➤ Směřovat zahájení fungování fondu od r. 2026</li> </ul>	Jeseník, Priesnitzovy léčebné lázně, Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu, Olomoucký kraj, odborná veřejnost, privátní sektor, veřejný sektor	1/3 z vybraných poplatků z pobytu + participace partnerů fondu
2.2.3	<b>Motivovat subjekty ke vstupu do Fondu, portfolio příspěvovatelů postupně rozšiřovat a pravidelně informovat příspěvovatele o výsledcích, investicích a dosažených úspěších</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Pravidelně informovat potenciální partnery a subjekty s možností vstupu do Fondu a motivovat je ke vstupu a platbě členských a jiných příspěvků</li> <li>➤ Prezentovat pravidelně výsledky svým členům např. formou newsletteru</li> <li>➤ Pravidelně uspořádat setkání s diskuzí nad fungováním Fondu a dalšími záměry rozvoje</li> <li>➤ Demonstrovat úspěchy a dosažené výsledky Fondu tak, aby byl obhájen nárok na jeho další fungování</li> </ul>	Jeseník, Priesnitzovy léčebné lázně, Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu, Olomoucký kraj, odborná veřejnost, privátní sektor, veřejný sektor	Dle jednotlivých záměrů

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

## MODEL FINANCOVÁNÍ ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU VE MĚSTĚ JESENÍK

Níže je popsán navrhovaný model financování rozvoje cestovního ruchu ve městě Jeseník. Model je postaven na částečném využití finančních prostředků z poplatku z pobytu a jeho zpětné alokaci do rozvoje cestovního ruchu.

### JAK VYUŽÍVAT PROSTŘEDKY INKASOVANÉ Z POPLATKU Z POBYTU VE PROSPĚCH ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU:

- **1/3 prostředků** z poplatku z pobytu bude v rámci rozpočtu alokována **na aktivity ve prospěch v provozu a rozvoje města Jeseník**
  - Tato část má kompenzovat občanům města zvýšené náklady, které vyplývají z provozování cestovního ruchu ve městě
  - Tyto prostředky je možné využít i v rámci participativního rozpočtu
- **1/3 prostředků** z poplatku z pobytu bude v rámci rozpočtu alokována **do Rozvojového fondu cestovního ruchu**
  - Na rozhodnutí o využití prostředků z rozvojového fondu se vedle města podílí i aktéři cestovního ruchu v Jeseníku
  - Příklady možného využití z prostředků z rozvojového fondu jsou uvedeny na následující straně
- **1/3 prostředků** za poplatku z pobytu bude v rámci rozpočtu **alokována na aktivity spojené s rozvojem a koordinací cestovního ruchu**, které zajišťuje a organizuje město Jeseník
  - Jedná se například o náklady na zřízení pozice koordinátora rozvoje cestovního ruchu, který bude zajišťovat agendu, která je v rámci této strategie nově určena městu Jeseník, coby zásadnímu koordinátorovi cestovního ruchu v Jeseníku
  - Jedná se o náklady na pokrytí koordinačních aktivit v rámci cestovního ruchu (např. pravidelné setkávání aktérů v cestovním ruchu, zajišťování potřebných dat pro efektivní fungování apod.)
  - Dále se jedná o pokrytí dalších nákladů na aktivity a záměry vyplývající z realizace této strategie
- *Model pracuje vždy s finančními prostředky ve výši, které byly inkasovány z poplatku z pobytu ve předcházejícím roce, a jsou v rámci přípravy rozpočtu jsou tyto prostředky alokovány na výše uvedené aktivity a záměry pro rok následující.*

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

## **Priorita 2.2 – Založit Rozvojový fond cestovního ruchu a financovat klíčové projekty**

Inspirativní příklady projektů, které je možné finančně podporovat z rozvojového fondu. Mohou být podpořeny tvrdé i měkké projekty, konkrétní podmínky a bližší specifikace zaměření budou vždy uvedeny v jednotlivých vypsáních projektových výzvách.

### **JAKÉ PROJEKTY JE MOŽNÉ VYBUDOVAT Z FINANČÍ FONDU? INSPIRATIVNÍ PŘÍKLADY:**

- Budování nových menších turistických cílů (např. vyhlídkové plošiny na okolních kopcích)
- Zatraktivnění okolí řek Staříče a Bělá – na vhodných místech vybudovat náplavku, sluneční lázně či případné vstupy do vody
- Projekty směřující k energetickým úsporám (v městském osvětlení, v provozu budov poskytujících služby cestovního ruchu (muzea, galerie, apod.)
- Realizace pěšího zeleného koridoru lázně – město
- Propojení lázní a centra města formou kyvadlové dopravy a pomocí elektrického minibusu
- Projekty směřující ke snižování uhlíkové stopy (např. využívání místní dopravy, elektromobility, šetrné cykloturistiky).
- Projekty zaměřené na snížení odpadu a jeho recyklaci.
- Infrastruktura pro cykloturistiku (stojany, nabíječky apod. ve vhodných lokalitách mimo náměstí a historické centrum).
- Podpora celoroční dostupnosti turistických cílů (otevírací doba) a služeb cestovního ruchu
- Příspěvek na opravu hlavních památek ve městě
- Revitalizace zeleně ve městě a jeho okolí
- Orientační systém ve městě (např. jeho aktualizace do polského jazyka, viz opatření 3.1.3)
- Květinové záhony a jiné menší projekty zkrášlující město
- Projekty zaměřené na cílenou marketingovou komunikaci (např. vybraného produktu cestovního ruchu, podpora konkrétního tématu...)
- Projekty zaměřené na podporu vzdělávacích akcí, které povedou k rozvoji cestovního ruchu
- Projekty zaměřené na digitalizaci v odvětví cestovního ruchu...

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

## Priorita 2.2 – Založit Rozvojový fond cestovního ruchu a financovat klíčové projekty

### ZÁKLADNÍ PRINCIPY FUNGOVÁNÍ ROZVOJOVÉHO FONDU CESTOVNÍHO RUCHU:

- Rozvojový fond cestovního ruchu bude sloužit jako zároveň jako **komunikační platforma**, kde budou mít partneři fondu – aktéři cestovního ruchu v Jeseníku a okolí **možnost ovlivňovat fungování Rozvojového fondu**, a tím i směřování rozvoje cestovního ruchu v Jeseníku
- Společně s partnery zde bude město projednávat **výběr, zaměření a nastavení jednotlivých výzev**, které bude fond vypisovat.
  - Stejně tak budou ve spolupráci s partnery fondu projednána **kritéria pro následné hodnocení** konkrétních projektů.
  - Při nastavování projektových výzev a parametrů je možné přiměřeně **upřednostnit takové výzvy, které budou podpořeny příspěvky do Rozvojového fondu i od jiných partnerů**
- Všichni partneři Rozvojového fondu mají právo vznášet **podněty a návrhy, účastnit se projednávání o výběru projektových výzev a jejich parametrů**. Vzhledem k zásadní roli města ve financování Rozvojového fondu je však doporučeno, aby i **rozhodovací kompetence města byla přiměřená tomuto podílu**.
- Rozvojový fond cestovního ruchu by měl být ustaven takovým způsobem, aby bylo možné jeho **dlouhodobé fungování**.
- Fond by měl respektovat a podporovat **základní principy destinační spolupráce tzv. 3K**:
  - **KOMUNIKACE** – soustavná vzájemná výměna informací mezi subjekty cestovního ruchu v destinaci
  - **KOORDINACE** – zajištění věcného, finančního, časového a prostorového souladu organizace realizovaných aktivit v destinaci jednotlivými subjekty cestovního ruchu
  - **KOOPERACE** – spolupráce mezi subjekty cestovního ruchu v destinaci, na jejímž základě vznikají synergické efekty ve formě přidané hodnoty pro spolupracující subjekty
- Rozvojový fond cestovního ruchu by měl být **zřízen městem Jeseník**, musí mít nastavené přiměřené kontrolní mechanismy.
- Působnost Rozvojového fondu by měla být zejména na **území města Jeseník**, případně v blízkém okolí města, zejména pokud by se jednalo o projekty, které ze své podstaty územně přesahují i do nejbližšího okolí.

# Opatření pro Strategický cíl 2

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

**Priorita 2.3 – Spravovat cestovní ruch díky datovým podkladům a ve spolupráci s příslušnými partnery**

### 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
- Spolupráce na rozvoji systému návštěvnické karty YESCard

### Nástroje

- Datové banky, statistické šetření
- Spolupráce, sdílení a transparentnost mezi partnery
- Sdílené výzkumy s okolními destinačními společnostmi a centrály cestovního ruchu
- Návštěvnická karta YESCard
- Veřejné i soukromé investice

### Strategie opatření

Město Jeseník by v rámci své agendy mělo aktivně figurovat jako suverénní, akceschopný, erudovaný partner pro oblast rozvoje lázeňství a cestovního ruchu. Mezi jeho aktivity by mělo patřit vyhledávání, oslovení a navazování **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 **optimalizace systému návštěvnické karty pro turistickou oblast Jeseníky - YEScard**. Jednou z dlouhodobých možností je i **využití karty i pro místní obyvatele** ve vhodném nastavení – toto by mohlo pomoci s vylepšením pohledu místních obyvatel na cestovní ruch, jeho přínosy a negativa.

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
2.3.1	<b>Prohlubovat spolupráci s organizací Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu (produkty CR, projekty, marketingové aktivity...) a ostatními DMO v okolí (i na polské straně)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Rozvíjet intenzivní spolupráci mezi městem Jeseník a organizací Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu - pracovat na společných marketingových aktivitách, rozvoj portfolia produktů cestovního ruchu a dalších projektech</li> <li>➤ Iniciovat pravidelná setkávání a pracovní porady projektových týmů</li> <li>➤ Pravidelně se setkávat a komunikovat postupy a důsledky s cílem eliminovat nedorozumění, vyhodnocovat výsledky společné práce</li> <li>➤ Vyhledávat potenciální partnery na polském území</li> <li>➤ Fond, resp. Priorita 2.2, zahrnuje těsnou spolupráci subjektů působících ve městě Jeseník a jeho okolí. Je však třeba udržovat dobré vztahy s partnery sídlícími mimo vymezené území, přesto důležitými po koordinovaný rozvoj cestovního ruchu (např. Skiareál Červenohorské sedlo apod.)</li> </ul>	Jeseník, Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu, Olomoucký kraj, odborná veřejnost, privátní sektor, veřejný sektor, Priessnitzovy léčebné lázně, Centrála cestovního ruchu Olomouckého kraje	Dle jednotlivých záměrů

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

### Priorita 2.3 – Spravovat cestovní ruch díky datovým podkladům a ve spolupráci s příslušnými partnery

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
2.3.2	<b>Nastavit systém sběru dat o cestovním ruchu ve městě a okolí zapojením různých technologií a na jejich základě rozhodovat o rozvoji cestovního ruchu</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 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)</li> <li>➤ Definovat cíle měření a interpretaci výsledků, naučit se korektně pracovat s daty – v případě města Jeseník jsou data hodně ovlivněna pobyty v lázních, tato čísla je třeba od sebe odlišovat</li> <li>➤ Sledovat návštěvnické toky a jejich rozptýlení po okolí s důrazem na ochranu léčebných zdrojů lázní</li> <li>➤ Prezentovat pravidelně výsledky svým partnerům</li> </ul>	Jeseník, ČSÚ, Czech Tourism, Priessnitzovy léčebné lázně, Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu, Olomoucký kraj, odborná veřejnost, privátní sektor, veřejný sektor, Centrála cestovního ruchu Olomouckého kraje	Dle jednotlivých záměrů
2.3.3	<b>Podporovat funkčnost programu YEScard a jeho přínosy pro cestovní ruch, iniciovat vyšší míru zapojení podnikatelů ve městě a okolí do tohoto programu</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ve spolupráci se sdružením cestovního ruchu Jeseníky ověřit funkčnost aktuálního systému a nastavení návštěvnické karty YEScard</li> <li>➤ Motivovat provozovatele služeb na vstup programu a tím zajistit širokou síť emitentů karty a akceptantů karty</li> <li>➤ Iniciovat diskusi o možnosti rozšíření využití karty i pro účely místních obyvatel a pro jejich satisfakci (zejména u čerpání služeb a benefitů, které jsou společné s návštěvníky – např. parkování)</li> <li>➤ Iniciovat diskusi o možnosti využití YEScard pro zvýšení efektivity a zjednodušení administrativy spojené s výběrem poplatku z pobytu</li> </ul>	Jeseník, Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu, Olomoucký kraj, odborná veřejnost, privátní sektor, veřejný sektor, Centrála cestovního ruchu Olomouckého kraje	Dle jednotlivých záměrů

### Priorita 2.4 – Snížit sezónní koncentraci a podpořit podzimní a jarní měsíce

#### Cíle a záměry opatření

- Podporovat nabídku atraktivit i akcí i mimo hlavní sezónu
- Podpořit dostupnost základních služeb cestovního ruchu i mimo hl. sezónu (ubytování, gastronomie, atraktivita, kulturní a sportovní akce)
- Podpořit celoroční stabilitu pracovních příležitostí a stabilního prostředí pro zaměstnance v cestovním ruchu, ale i pro místní řemeslníky, provozovatele sportovních aktivit aj.

#### Nástroje

- Rozpočet města, soukromé investice
- Otevírací doby turistických cílů
- Grantový systém na podporu 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 provozovateli sportovních aktivit a půjčoven vybavení na to. U tohoto kroku je nezbytná úzká spolupráce s provozovateli sportovních aktivit a jejich vhodnost / jedinečnost pro dané podzimní, zimní a jarní měsíce (např. kurz/workshop běhání bude lepší uspořádat na jaře, nežli v letním parnu, u jiných aktivit, například paragliding nebo basejumping, mohou být podmínky na provoz v létě obtížnější kvůli silnému větru nebo přílišnému slunci. Jaro a podzim mohou nabízet lepší podmínky pro tyto aktivity.

Koordinátor cestovního ruchu bude **koordinovat poskytovatele služeb** za cílem, 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 městského úřadu pomůže 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.



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

### Priorita 2.4 – Snížit sezónní koncentraci a podpořit podzimní a jarní měsíce

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
2.4.1	<b>Podporovat mimosezónní program, celoroční kulturní, společenské a turistické akce v Jeseníku, včetně propagace, mimo hlavní sezónu</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 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.</li> <li>➤ Motivaci lze spojit s grantovým programem a jeho rozšířením na zimní měsíce, vhodné je upravit časový harmonogram dotačního programu</li> <li>➤ Koordinovat rozvoj těchto akcí s nabídkou služeb a motivovat poskytovatele služeb pro cestovní ruch k celoročnímu provozu</li> <li>➤ V mezisezóně a zimní sezóně lze zahrnout do nabídky volnočasových aktivit wellness a léčebné relaxační procedury poskytovatelů těchto služeb vč. lázní, které bývají převážně v hlavní sezóně obsazeny – čímž bude podpořena unikátní nabídka pro mimosezónu.</li> </ul>	Jeseník, Lázně Jeseník, Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu, privátní sektor, veřejný sektor, MKZ Jeseník	V rámci stávajícího rozpočtu & Dle jednotlivých záměrů
2.4.2	<b>Umožnit celoroční přístup k atraktivitám a památkám, zahrnout služby informačního centra, vybrané atraktivity /produkty provozovat pouze v mimosezóně</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Vyhотовit komplexní přehled atraktivit a jejich dostupnosti v mimosezóně a podpořit jejich propagaci</li> <li>➤ Iniciovat a podporovat dostupnost významných atraktivit alespoň v částečném provozu po celý rok, příp. využít atraktivity jiným způsobem (speciální zimní sportovní akce (zimní park olympijských sportů s ukázky a možnosti vyzkoušení), tematické akce dle ročního období</li> <li>➤ Optimalizovat provozní dobu informačních center v souladu s potřebami návštěvníků</li> </ul>	Jeseník, MKZ Jeseník, Odborná veřejnost, privátní sektor, veřejný sektor	Bez přímých nákladů
2.4.3	<b>Podporovat poskytovatele služeb v rozvoji MICE produktů (především mimo sezónu)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ V úzké návaznosti na opatření 3.2.4</li> <li>➤ Kongresy, konference a jiné akce spojené s pracovním prostředím jsou vhodné pro vyplnění všedních dní v jarních a podzimních měsících, kdy obvykle bývá jejich "sezóna"</li> <li>➤ Město Jeseník bude podporovat spolupráci jednotlivých subjektů v poskytování služeb pro tento segment</li> </ul>	Jeseník, Centrála cestovního ruchu Olomouckého kraje	Bez přímých nákladů

# 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	Výchozí stav (2024)	2026	2028	2030	Zdroj pro měření
<b>Založení Komise pro lázeňství a cestovní ruch</b>	Přípravné práce	Založení Komise	✗	✗	Vlastní evidence
<b>Založení Fondu pro rozvoj cestovního ruchu</b>	Přípravné práce	Založení Fondu	✗	✗	Vlastní evidence
<b>Počet setkání přispěvovatelů do fondu a partnerů</b>	✗	1 ročně	2 ročně	2 ročně	Vlastní evidence
<b>Počet přispěvovatelů do fondu</b>	✗	Základající skupina	+ 10	+ 15	Vlastní evidence
<b>Počet nových projektů CR se zapojením partnerů vně hranic města</b>	Přípravné práce	2 projekty ročně	2 projekty ročně	2 projekty ročně	Vlastní evidence
<b>Zpracování statistické zprávy nebo výzkumného šetření v odvětví cestovního ruchu</b>		1 zpráva ročně / 1 výzkumné šetření ročně			Vlastní evidence
<b>Počet subjektů zapojených do programu YEScard</b>		+ 5 %	+ 10 %	+ 25 %	Vlastní evidence, Evidence Sdružení
<b>Počet nových sportovních a kulturních akcí mimo sezónu (říjen až květen)</b>		+ 5	+ 15	+ 20	Vlastní evidence

**Strategický cíl 3:**  
**Rozvíjet principy destinačního a městského marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu ve městě Jeseník**

**Rozvíjet principy destinačního a městského marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu ve městě Jeseník**

## **Priorita 3.1 – Identifikovat nové specifické cílové skupiny návštěvníků, vymezení segmentů**

### **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

### **Strategie opatření**

Opatření klade důraz na **segmentaci návštěvníků** a identifikaci trhu s vysokým potenciálem, pro které je rentabilní optimalizovat nabídku.

Cílové skupiny, neboli segmenty, jsou specifické skupiny lidí nebo organizací s podobnými potřebami, zájmy nebo charakteristikami, které mohou být cílem marketingových či obchodních aktivit. Vznikají na základě analýzy trhu a zahrnují identifikaci společných rysů u potenciálních zákazníků. Komplexní trh se rozdělí na menší skupiny s podobnými vlastnostmi, aby bylo možné lépe porozumět potřebám zákazníků a lépe jim cílit – a tyto potřeby uspokojit jak nejlépe lze. Správné pochopení potřeb segmentu vede k jejich řádnému uspokojení a pro destinaci, resp. město Jeseník, to znamená velkou konkurenční výhodu. Jasně vymezení, kdo je náš klient/host/návštěvník, vede k **lepší účinnosti marketingových investic** – danou skupinu lze lépe oslovit pomocí vybraných marketingových nástrojů a aktivit.

### **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

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
3.1.1	<b>Komunikovat lázeňským hostům, že centrum Jeseníku je nedílnou součástí jejich pobytu, přesvědčit je k pravidelnému využívání služeb</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cílem opatření je přesvědčit lázeňské hosty, že centrum města Jeseník není daleko a pravidelná interakce s městem Jeseník je nedílnou součástí efektivně stráveného lázeňského pobytu.</li> <li>➤ Hosté, kteří v lázních setrvávají delší dobu, se mohou více pohybovat po městě, využívat služby ve městě, např. kavárny, knihovnu, kadeřnictví / manikúru aj., je pro ně zcela přirozené projít se odpolední procházkou do centra Jeseníků</li> <li>➤ Tuto snahu je potřeba posílit jednoduchou a příjemnou dostupností mezi městem a lázněmi – pěší chůzí, veřejnou dopravou...</li> <li>➤ Je nezbytné minimalizovat všechny překážky, které by lázeňským hostům mohly bránit komplikovat pravidelný přesun do města.</li> </ul>	Jeseník, Priessnitzovy léčebné lázně, AOPK ČR, Olomoucký kraj, privátní sektor, Centrála cestovního ruchu Olomouckého kraje	Dle jednotlivých záměrů

**Rozvíjet principy destinačního a městského marketingu  
a využívat je k rozvoji cestovního ruchu ve městě Jeseník**

## **Priorita 3.1 – Identifikovat nové specifické cílové skupiny návštěvníků, vymezení segmentů**

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
3.1.2	<b>Motivovat turisty rozptýlené po okolí k návštěvě města Jeseník</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ V okolí obcí se nachází řada HUZ i IUZ, jejichž hosté zavítají do města Jeseník jen za účelem uspokojení základních potřeb (nákup potravin) či vůbec</li> <li>➤ Tyto hosty je třeba nalákat na indoorovou nabídku (např. bazén Česká Ves) v případě nepříznivého počasí pro venkovní aktivity, či obecně atraktivní nabídku (muzeum, galerie, gastronomické služby)</li> <li>➤ Velký potenciál skýtá možnost využití některé ze služeb (procedur) v režimu samoplátce v lázních či jiná soukromá wellness nabídka</li> </ul>	Priessnitzovy léčebné lázně, Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu, privátní sektor, veřejný sektor	Dle jednotlivých záměrů
3.1.3	<b>Vymezit tržní segment Návštěvníci z Polska, přizpůsobit nabídku a komunikaci této cílové skupině</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Získání informací o preferencích a potřebách polských návštěvníků (demografické údaje, zájmy, preferované aktivity) a identifikace specifických potřeb a zájmů polských návštěvníků</li> <li>➤ Rozdělení polských návštěvníků do užších skupin podle jejich preferencí</li> <li>➤ Překlad propagačních materiálů do polštiny a přizpůsobení komunikace v místě, aby byla relevantní pro polské návštěvníky (navigace po městě)</li> </ul>	Partneři s orientací na polský trh – např. zahraniční zastoupení agentury CzechTourism v Polsku, polské a české univerzity sdílející výzkum polských návštěvníků	Dle jednotlivých záměrů
3.1.4	<b>Realizovat pobídky, jak nalákat lázeňské hosty (včetně těch s péčí hrazenou pojišťovnou) zpět do města i se svými rodinami např. formou semi-aktivní dovolené</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Získání informací o potřebách, možnostech a očekáváních lázeňských hostů</li> <li>➤ Analýza, které aktivity a služby mohou být atraktivní pro tuto cílovou skupinu</li> <li>➤ Provéřit možnost systému slevového / věrnostního programu, např. ve spojení s YEScard</li> <li>➤ (marketingová) komunikace možností služeb cestovního ruchu a aktivit ve městě Jeseník v prostorách lázní</li> <li>➤ Provéřit možnost využití procedur při návratu s rodinou, buď v režimu samoplátce nebo s pojišťovnou – např.: lázeňský host byl velmi spokojen s procedurou XX, rád by si jí dopřál o půl roku později znovu na dovolené s rodinou. Má tuto možnost? A Jak?</li> </ul>	Priessnitzovy léčebné lázně, Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu, privátní sektor, veřejný sektor, zdravotní pojišťovna	V rámci stávajícího rozpočtu

# Opatření pro Strategický cíl 3

**Rozvíjet principy destinačního a městského marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu ve městě Jeseník**

## Priorita 3.2 – Iniciovat vznik 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 Jeseníky či organizace Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu

### 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 z části 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** města Jeseník pro oblast cestovního ruchu je nezbytné **vytvářet ve spolupráci s organizací Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu**. 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	<b>V souladu se strategií vybrat si potvrdit klíčová témata a získat pro spolupráci vhodné partnery z řad aktérů v cestovním ruchu</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Definovat na základě analýzy aktuální nabídky cestovního ruchu a dalších potenciálních příležitostí ve městě Jeseník klíčová témata</li> <li>➤ 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)</li> <li>➤ Vybrat pro každé téma vhodné partnery z řad provozovatelů služeb cestovního ruchu a náplň produktu formou různých aktivit</li> </ul>	Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu, AOPK ČR, veřejný sektor, privátní sektor, Centrála cestovního ruchu Olomouckého kraje	Dle jednotlivých záměrů

**Rozvíjet principy destinačního a městského marketingu  
a využívat je k rozvoji cestovního ruchu ve městě Jeseník**

## Priorita 3.2 – Iniciovat vznik produktů cestovního ruchu

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
3.2.2	<b>Průběžně rozvíjet produktové portfolio města Jeseník ve spolupráci spolupráci s Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu, lázněmi, motivovat provozovatele služeb CR k zapojení</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Oslovovat a motivovat jednotlivé subjekty cestovního ruchu k zapojení do produktu cestovního ruchu</li> <li>➤ Být otevřen nápadům a požadavkům na tvorbu produktů od samotných provozovatelů (bottom-up systém)</li> <li>➤ Fungovat jako hlavní koordinátor pro město Jeseník</li> <li>➤ Pomáhat rozvíjet již existující produkty CR, vytvářet produktová propojení, sít'ovat produkty, podporovat spolupráci a koordinaci subjektů</li> </ul>	Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu, veřejný a privátní sektor, odborná veřejnost, AOKP ČR, Centrála cestovního ruchu Olomouckého kraje	Dle jednotlivých záměrů
3.2.3	<b>Spravovat a rozšiřovat skladbu produktů – pravidelně produkty vyhodnocovat a aktualizovat. Odstranit ty, které nefungují, a hledat příležitosti pro vytváření nových</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 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.</li> <li>➤ Současně s optimalizací stávajících produktů je důležité hledat nové příležitosti a inspiraci u partnerů nebo konkurence.</li> <li>➤ Z tohoto důvodu je klíčové mít vytvořený účinný systém měření a evidence úspěšnosti a výkonnosti produktů.</li> </ul>	Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu, odborná veřejnost (CzechTourism)	Dle jednotlivých záměrů
3.2.4	<b>Spolupracovat na přípravě balíčků sportovních eventů, netradičních kongresů, teambuildingů a jiných akcí</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Iniciovat u relevantních subjektů vznik podobných balíčků služeb</li> <li>➤ Podporovat a koordinovat jejich spolupráci s městskými organizacemi</li> <li>➤ Komunikovat / propagovat / distribuovat balíčky cílovým trhům, oslovit s nabídkou předprodávající agentury v rámci MICE trhu</li> </ul>	TIC Jeseník Koordinátoři MICE sektoru, agentury pořádjící teambuilding, privátní sektor, veřejný sektor	V rámci stávajícího rozpočtu



Rozvíjet principy destinačního a městského marketingu  
a využívat je k rozvoji cestovního ruchu ve městě Jeseník

## Priorita 3.2 – Iniciovat vznik produktů cestovního ruchu

### Příklady možných produktů cestovního ruchu v městě Jeseník

**Sport & Relax**

**Dobrodružné  
teambuildingy**

**Kolo takřka  
pro každého**

**Za zdravím  
do Jeseníku**

V této části jsou navržena základní témata produktů cestovního ruchu, která vycházejí z analýzy potenciálu města Jeseník. Při navrhování systému produktů byly vzaty v potaz základní konkurenční výhody sledované oblasti, kterými jsou zejména příroda v CHKO Jeseníky, lázeňská tradice a vhodné podmínky pro různé druhy cykloturismu a sportovních a outdoorových aktivit. 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>

Rozvíjet principy destinačního a městského marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu ve městě Jeseník

## Priorita 3.2 – Iniciovat vznik 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 Jeseník byly vytipovány 3 segmenty dle archetypální segmentace turistické populace, na které by se měla nabídka v destinaci primárně soustředit. Patří mezi ně především **Požitkáři**, kteří ocení kteří si užijí potenciální nabídku lokální gastronomie, případně wellness a využijí lehčí formy sportu. Další hlavní cílovou skupinou jsou **Poutníci**, kteří cestují za poznáním místní přírody, kultury, tradic obyvatel a lokálních jídel. Doplnkovým segmentem jsou také **Dobrodruzi**, které osloví nekonečná řada sportovních a outdoorových aktivit. 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
<b>1) Požitkáři</b> TOP segment	Jsme častěji <b>ženy a</b> lidé ve věku <b>35-64 let</b> . Je pro nás důležité, aby nás naše <b>práce bavila a přinášela nám uspokojení</b> . Rádi pracujeme na <b>zahradě a čteme časopisy</b> . Rádi si hrajeme s dětmi a milujeme <b>pasivní odpočinek - nicnedělání</b> .	Během cestování chceme navštívit zajímavou <b>krajinu a</b> obecně rádi využíváme možnost <b>poznávat přírodu</b> . Na dovolené rádi využíváme <b>luxusní služby a kvalitní ubytování</b> . Rádi poznáváme <b>místní pochoutky</b> . Rádi trávíme čas v <b>lázních a wellness</b> .	Od cestování nás odrazuje <b>obtížná dostupnost</b> , Destinace, kde hrozí, že budeme <b>okradeni, a</b> místa, kde je <b>špína</b> , nás nelákají. Nemáme rádi ani <b>destinace s extrémními teplotami</b> .	Cestujeme na různě dlouhé výlety. Podnikáme <b>jednodenní cesty</b> , ale účastníme se i <b>víkendových pobytů</b> anebo <b>týdenních až dvoutýdenních cest</b> . Většinou využíváme služeb <b>cestovní kanceláře a</b> kupujeme si pobyt včetně dílčích výletů. Cestujeme s rodinou, dětmi, vnoučaty a přáteli.	Nejčastěji cestujeme do <b>střední a západní Evropy a Severní Ameriky</b> . Často také cestujeme po vlasti. Informace o destinacích získáváme z <b>časopisů a novin</b> , z nabídky <b>cestovních kanceláří a</b> propagačních materiálů.

## Priorita 3.2 – Iniciovat vznik produktů cestovního ruchu

### Segmentace klientely

	Kdo jsme?	Důvody k cestování	Bariéry v cestování	Způsob cestování	Destinace a zdroj informací
2) Dobrodruzi doplňkový segment	Jsme častěji <b>muži</b> . Jsme lidé <b>nejrůznějšího věku</b> . V porovnání s ostatními segmenty jsme častěji <b>solidně zajištěni</b> . Často <b>aktivně sportujeme</b> , rádi chodíme na <b>výlety</b> , máme rádi vysokohorskou <b>turistiku</b> , rádi chodíme do <b>kina</b> a účastníme se <b>kulturních událostí</b> .	Vyhledáváme především <b>nevšední a exotické destinace</b> . Cestujeme, abychom objevovali neobjevené, poznali nepoznané. Lákají nás <b>i hory a vysokohorská turistika</b> . Civilizaci se nicméně nevyhýbáme.	Od cestování nás nic <b>neodrazuje</b> . Jakákoliv skutečnost, kterou by ostatní mohli vnímat jako bariéru anebo komplikaci, vnímáme jako <b>výzvu a součást cesty</b> .	Trasu naší cesty máme dopředu promyšlenou. <b>Víme, co chceme navštívit a kam se chceme podívat</b> . Dopředu máme i vytipované anebo dokonce zarezervované ubytování. <b>Služby tuzemských cestovních kanceláří vesměs nevyužíváme</b> .	<b>Cestováním si plníme své sny</b> . Z destinací nás nejvíce lákají exotické destinace. Cestujeme často i po Evropě a Česku. Informace o destinacích získáváme na <b>internetu</b> , z filmů a seriálů.
3) Poutníci doplňkový segment	Jsme častěji <b>muži</b> . Lidé ve věku <b>45-64 let</b> . Jsou mezi námi spíše <b>vysokoškoláci a lidé žijící ve velkých městech</b> , často jsou mezi námi i <b>senioři</b> . Mnohdy máme pocit, že <b>máme dostatek peněz</b> , často <b>finančně podporujeme potřebné</b> . Rádi čteme <b>knihy</b> , navštěvujeme <b>muzea a výstavy</b> . Volný čas rádi trávíme <b>o samotě</b> .	Cestujeme, abychom poznali <b>místní kulturu, tradice obyvatel, jejich výrobky a lokální potraviny</b> . Rádi poznáváme <b>místní architekturu a památky</b> .	Velký důraz klademe na <b>dodržování lidských práv a toleranci</b> .	Často cestujeme na <b>delší vzdálenosti</b> . Když už se někam vydáme, tak tam strávíme déle než dva týdny. Častěji cestujeme <b>sami</b> .	Přitahuje nás <b>zejména vzdálené destinace, při cestování po Česku destinace, které mají kulturní či duchovní odkaz</b> . Inspiraci a informace čerpáme především z <b>dokumentů</b> .

Rozvíjet principy destinačního a městského marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu ve městě Jeseník

## Priorita 3.2 – Iniciovat vznik produktů cestovního ruchu

### Segmentace klientely

	Kdo jsme?	Důvody k cestování	Bariéry v cestování	Způsob cestování	Destinace a zdroj informací
<b>4) Rekreatanti</b> Segment s nízkým potenciálem	Jsme častěji <b>ženy a mladí ve věku 18 - 34 let</b> . Máme spíše nižší vzdělání. Jsou mezi námi často <b>studenti</b> . V práci jsou pro nás nejdůležitější <b>peníze</b> . Raději si peníze <b>půjčíme</b> , než abychom spořili. Rádi trávíme čas <b>nakupováním</b> . Volný čas trávíme s oblibou <b>sledováním televize, surfováním na internetu a posezením s přáteli a rodinou</b> .	Účelem naší dovolené je <b>dostat se k vodě – k moři, k jezerům či do hor do zařízení s bazény a wellness</b> . Čas dovolené trávíme <b>na plážích, koupáním, relaxem</b> . Na našich cestách se také snažíme levně nakupovat.	U některých destinací nás odrazuje, že místní <b>neumějí naším rodným jazykem nebo alespoň anglicky</b> .	Na dovolenou jezdíme častěji na <b>prodloužené víkendy</b> , ale i déle. Nejčastěji si koupíme <b>dopředu celý zájezd od cestovní kanceláře</b> . <b>Výlety</b> si ale vesměs <b>organizujeme sami</b> . Cestujeme často s partnerem. Bydlíme nejčastěji v rezortu / hotelu nebo v kvalitním penzionu.	<b>Nejoblíbenější destinací</b> je pro nás klidná <b>lokace u vody, na horách</b> , ideálně u moře. <b>Tipy</b> na dovolenou získáváme nejčastěji <b>od známých</b> , ale také třeba z <b>medií</b> .
<b>5) Pařmeni</b> Segment s nízkým potenciálem	Jsme častěji muži. Většinou jsme mladí lidé ve věku <b>18-34 let</b> . Jsme častěji <b>studenti</b> anebo <b>výdělečně činní</b> . Častěji patříme mezi <b>solidně zajištěné</b> . Zajímáme se o <b>moderní technologie</b> , rádi posloucháme <b>hudbu</b> a s oblibou navštěvujeme <b>bary, restaurace a hospody</b> .	Chceme si užívat. Cestujeme, abychom se nespoutaně bavili v <b>klubech</b> , na <b>párty</b> apod. Náplň našich cest může být i <b>sportovní vyžití</b> .	Nejezdíme do míst, kde jsou <b>vysoké ceny</b> . Chceme jednoduchou a lacinou zábavu. Pro zahraniční návštěvníky může být limitem, že <b>místní neumějí anglicky</b> .	Ubytování řešíme buď dopředu anebo až na místě, v každém případě <b>sami, bez cestovní kanceláře</b> . Často cestujeme ve <b>skupině přátel</b> . <b>Program</b> a de facto i náplň cesty řešíme až <b>na místě</b> . Na svých cestách spíme buďto u <b>známých</b> anebo v <b>hostelu</b> .	V rámci Evropy cestujeme často. Destinací, do které velice rádi zajedeme, je <b>Česká republika</b> . O zajímavých turistických místech se dozvídáme díky <b>internetu anebo filmům a seriálům</b> .

Rozvíjet principy destinačního a městského marketingu  
a využívat je k rozvoji cestovního ruchu ve městě Jeseník

## Priorita 3.2 – Iniciovat vznik produktů cestovního ruchu

<b>Název produktu</b>	<b>Sport &amp; Relax</b>
<b>Koordinátor produktu</b>	Město Jeseník
<b>USP produktu</b>	Kde jinde se lze přes den vybit rozmanitými sporty a večer si dopřát lahodnou večeři či odpočnout ve vířivce nebo sauně?
<b>Popis produktu</b>	Produkt kombinuje aktivní a pasivní formy trávení volného času. Hlavní myšlenkou je trávení volného času fyzickým výkonem přes den a relaxací v odpoledních/večerních hodinách či další dny aj. Nabídka sportů je přitom pestrá a atraktivní, sport zaujme každého.
<b>Hlavní komponenty (RTB)</b>	<b>Partneři produktu (mezi odvětvová vazba)</b>
<b>Příklady atraktivit:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Bazén Česká Ves</li><li>▪ Praděd</li><li>▪ Přírodní rezervace Rejvíz</li><li>▪ Rezervace Šerák-Keprník</li><li>▪ Priessnitzovy léčebné lázně</li><li>▪ Muzeum Vincenze Priessnitze</li><li>▪ Adrenalin Park Jeseníky</li><li>▪ Krytý bazén hotelu Priessnitz</li><li>▪ Zábavní centrum Bělá v pohybu</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Provozovatelé wellness a sportovních aktivit</li><li>▪ Provozovatelé gastronomických a ubytovacích služeb</li><li>▪ Provozovatelé cyklopůjčoven a ostatních půjčoven sportovního vybavení</li><li>▪ TIC Jeseník</li><li>▪ Muzea, galerie</li></ul>
<b>Přínosy produktu pro návštěvníky</b>	<b>Hlavní segmenty klientely</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Příjemný zážitek kombinující aktivní i pasivní odpočinek</li><li>▪ Posílení vlastního zdraví i duševní pohody</li><li>▪ Podpora zdravého životního stylu</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Požitkáři</li><li>▪ Dobrodruzi</li></ul>
<b>Přínosy produktu pro partnery / destinaci</b>	<b>Hlavní cílové trhy</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Zvýšení příjmů místních podnikatelů</li><li>▪ Podpora místních poskytovatelů služeb cestovního ruchu</li><li>▪ Rozvoj příležitostí pro trávení volného času pro místní</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Návštěvníci Jeseníků</li><li>▪ Obyvatelé velkých měst, kteří preferují pobyt a odpočinek v menším městě</li><li>▪ Poláci, Slováci, Němci</li></ul>

Rozvíjet principy destinačního a městského marketingu  
a využívat je k rozvoji cestovního ruchu ve městě Jeseník

## Priorita 3.2 – Iniciovat vznik produktů cestovního ruchu

<b>Název produktu</b>	<b>Dobrodružné teambuildingy</b>
<b>Koordinátor produktu</b>	Město Jeseník / Jeseníky - Sdružení cestovního ruchu
<b>USP produktu</b>	Poznejte se i jiným způsobem, než sezením v práci nebo u piva
<b>Popis produktu</b>	Když chcete utužit svoje vztahy s kolegy či kamarády, poznat se z nové perspektivy a chcete přitom zažít dobrodružství, adrenalin, pak si vyberete v Jeseníku. Odměnu vám může být odpočinek ve wellness či posezení u dobrého jídla a pití.
<b>Hlavní komponenty (RTB)</b>	<b>Partneři produktu (mezi odvětvová vazba)</b>
<b>Příklady atraktivit:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Adrenalinové aktivity: lanový park, horolezectví, sjíždění úseku řeky (Adrenalin Park Jeseníky a podobné služby)</li><li>Simulace závodů Jesenícká šedesátka, RYCHLEBSKÁ 7-20-30-40-50</li><li>Pěší výlety v okolí města</li><li>Projíždky na půjčeném kole podél řeky</li><li>Sjíždění na kole singletracks</li><li>Kurz přežití aj. – přidání edukativního outdoorového prvku</li><li>Odpočinek ve wellness</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>TIC Jeseník</li><li>Adrenalin Park Jeseníky (resp. provozovatel YESki sport s.r.o.)</li><li>Provozovatele adrenalinových aktivit a půjčoven sportovního vybavení</li><li>Místní průvodci</li><li>AOPK ČR</li></ul>
<b>Přínosy produktu pro návštěvníky</b>	<b>Hlavní segmenty klientely</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>Utuzení pracovního kolektivu, seznámení s kolegy/spolužáky z jiné perspektivy</li><li>Trávení pracovního času fyzickým výkonem</li><li>Edukace v oblasti sportu, outdooru či přírody</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Skupiny zaměstnanců, kolegů, spolužáků</li><li>Dobrodruzi</li></ul>
<b>Přínosy produktu pro partnery / destinaci</b>	<b>Hlavní cílové trhy</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>Rozšíření typů návštěvníků a celkové zvýšení – účastníci pracovního teambuildingu se mohou později vrátit se svými rodinami</li><li>Rozšíření pracovních míst - koordinátor akcí, nové místa v nových službách</li><li>Produkt je určen spíše pro mladší generace, kterým se může oblast Jeseníků zalíbit natolik, že mohou zvažovat přestěhování</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Malé a střední podniky, korporátní firmy</li><li>Univerzity, vysoké školy</li><li>Agentury nabízející služby MICE a organizace teambuildingů</li></ul>

**Rozvíjet principy destinačního a městského marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu ve městě Jeseník**

## Priorita 3.2 – Iniciovat vznik produktů cestovního ruchu

<b>Název produktu</b>	<b>Kolo takřka pro každého</b>
<b>Koordinátor produktu</b>	Město Jeseník
<b>USP produktu</b>	Vyjížďka na kole pro pravidelné volnočasové cyklisty i pro ty, kteří se cyklistice věnují jen výjimečně.
<b>Popis produktu</b>	Tento produkt je založen na bohaté síti cyklostezek a cyklotras v Jeseníku a okolí, které lákají v projížďce po asfaltových stezkách. Rozvoji tohoto produktu dále pomohou investice do dalšího rozvoje bezpečných cyklotras a cyklostezek.
<b>Hlavní komponenty (RTB)</b>	<b>Partneři produktu (mezi odvětvová vazba)</b>
<b>Příklady atraktivit:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cyklostezky – kompaktní asfaltová cyklostezka podél řeky, napojení na hustou síť cyklostezek v okolí města</li> <li>▪ Napojení na dopravní body a uzly a specializované spoje (cyklobusy, cyklotrasy)</li> <li>▪ Vytvoření tematicky-relevantních map, brožur a mobilní aplikace pro individuální využití (přehled tras a doprovodných služeb, možnosti dobíjení elektrokol)</li> <li>▪ Možnost si vždy kolo odstavit, zamknout ho, provést drobné opravy, popř. si kolo půjčit, pokud nemám s sebou svoje vlastní</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ministerstvo dopravy (Ředitelství silnic a dálnic)</li> <li>▪ Olomoucký kraj</li> <li>▪ TIC Jeseník</li> <li>▪ Provozovatelé cyklo půjčoven, cyklo servisů</li> <li>▪ Provozovatelé atraktivit v Jeseníku a okolí</li> <li>▪ Provozovatelé gastronomických a ubytovacích služeb</li> </ul>
<b>Přínosy produktu pro návštěvníky</b>	<b>Hlavní segmenty klientely</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aktivní odpočinek s rodinou, partnerem/partnerkou či skupinou přátel</li> <li>▪ Návštěvník ví, že se nemusí bát vyrazit s kolem do okolí města Jeseník – u každé hospody kolo pohodlně opraví, dobije baterky sobě i elektrokol</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dobrodruzi</li> <li>▪ Požitkáři</li> </ul>
<b>Přínosy produktu pro partnery / destinaci</b>	<b>Hlavní cílové trhy</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zvýšení příjmů místních podnikatelů</li> <li>▪ Rozvoj infrastruktury komplexní sítě cyklostezek</li> <li>▪ Distribuce návštěvních toků v Jeseníku a jeho okolí</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Návštěvníci Jeseníků</li> <li>▪ Česko, zejména obyvatelé velkých měst, kteří preferují pobyt a odpočinek v menším městě</li> <li>▪ Poláci, Slováci, Němci</li> </ul>



# Opatření pro Strategický cíl 3

Rozvíjet principy destinačního a městského marketingu  
a využívat je k rozvoji cestovního ruchu ve městě Jeseník

## Priorita 3.2 – Iniciovat vznik produktů cestovního ruchu

<b>Název produktu</b>	<b>Za zdravím do Jeseníku</b>
<b>Koordinátor produktu</b>	Město Jeseník
<b>USP produktu</b>	Komplexní zážitek zdravého životního stylu v krásném prostředí Jeseníku a jeho okolí, zahrnující přírodu, pohyb, vodu, zdravou stravu a zdravou mysl.
<b>Popis produktu</b>	Tento produkt je zaměřen na celostní přístup ke zdraví inspirovaný odkazem Vincenze Priessnitzze. Nabízí návštěvníkům možnost prožít dovolenou zaměřenou na regeneraci těla i mysli skrze aktivity jako jsou turistika, vodoléčba, zdravé stravování a relaxační programy v přírodě.

### Hlavní komponenty (RTB)

- Turistické trasy: Značené turistické trasy vedoucí krásnou přírodou Jeseníků, různé náročnosti pro začátečníky i pokročilé.
- Vodní procedury: Moderní wellness centra a tradiční Priessnitzovy léčebné lázně nabízející různé druhy vodoléčby a relaxačních procedur.
- Zdravá strava: Restaurace a kavárny se zaměřením na zdravou a lokální stravu, možnost účasti na kurzech zdravého vaření.
- Relaxace a mindfulness: Programy zaměřené na meditaci, jógu a další relaxační techniky v přírodním prostředí.
- Edukační aktivity: Přednášky a workshopy na téma zdravého životního stylu, vlivu přírody na zdraví a technik pro zlepšení mentální pohody.

### Partneři produktu (mezi odvětvová vazba)

- Priessnitzovy léčebné lázně Jeseník
- TIC Jeseník
- Poskytovatelé wellness a spa služeb
- Restaurace a kavárny se zdravou stravou
- Poskytovatelé outdoorových aktivit
- Instruktoři jógy a mindfulness...

### Přínosy produktu pro návštěvníky

- Regenerace těla a mysli: Komplexní programy pro regeneraci a zlepšení fyzické a psychické kondice.
- Aktivní dovolená: Možnost prožití aktivní dovolené s důrazem na zdraví.
- Osobní rozvoj: Získání nových poznatků a dovedností v oblasti zdravé výživy, pohybu a duševní pohody.

### Hlavní segmenty klientely

- Požitkáři
- Zdravotně uvědomělí lidé
- Rodiny hledající zdravou dovolenou
- Manažeři a zaměstnanci hledající relaxaci a regeneraci

### Přínosy produktu pro partnery / destinaci

- Zvýšení příjmů místních podnikatelů, možnost využití vedlejší sezóny
- Podpora udržitelných turistických aktivit a šetrného přístupu k přírodě
- Jeseník se stane atraktivnějším destinací pro návštěvníky hledající zdravý a aktivní životní styl

### Hlavní cílové trhy

- Česko, zejména obyvatelé velkých měst, kteří preferují zdravý a aktivní životní styl
- Poláci, Slováci, Němci

# Opatření pro Strategický cíl 3

**Rozvíjet principy destinačního a městského marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu ve městě Jeseník**

**Priorita 3.3 – Nastavit systém efektivní marketingové komunikace města**

**Cíle a záměry opatření**

- Nastavit systém pravidelné marketingové komunikace
- Využít různorodých kanálů komunikace směřujících k různým (vybraným) segmentům
- Pracovat s mediaplány a konkrétními rozpočty
- Zapojit tradiční řemeslníky a lokální producenty

**Nástroje**

- Marketingová prezentace, propagační materiály
- Rozpočet města
- Marketingový plán, mediaplán
- Tematické komunikační kampaně
- Dohody s řemeslníky, lokálními producenty

**Strategie opatření**

Smyslem opatření je nastartovat proces, při kterém budou investice do marketingu efektivně vráceny a nebudou působit dojmem zbytečně utracených peněz. Prvním krokem je analýza toho, co se podniká nyní – určitou marketingovou prezentaci koná město samotné, další aktivity jsou v režii organizace Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu. Tato dvojí nabídka může působit fragmentovaně, mnohdy nejasně, může také uvádět informace, které se vzájemně rozporují. Po optimalizace stávajících aktivit přichází na řadu vybudování systému, který stojí na pravidelném marketingovém plánu a rozpočtu, tak aby vynaložené úsilí a finance na sebe vzájemně navazovali a tvořili koncepční, smysluplný a promyšlený celek. V rámci tohoto komplexního marketingového systému se doporučuje komponovat jednotlivé ucelené kampaně, které se většinou zaměřují na vybrané segmenty trhu nebo na určité produkty či služby. Vhodným partnerem pro město Jeseník je v tomto případě především organizace Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu. Marketingovou prezentaci je možné osvěžit zapojením neokoukaných a (ne)tradičních produktů a přístupů lokálních umělců či řemeslníků.

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
3.3.1	<b>Sjednotit prezentaci nabídky cestovního ruchu ve spolupráci s Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Úzce spolupracovat s klíčovými partnery – zejména se Sdružením cestovního ruchu Jeseníky na jednotném vyznění podávaných informací</li> <li>➤ V maximální možné míře eliminovat zbytečné duplicity a využívat synergických efektů.</li> <li>➤ Postupovat jednotně a spolupracovat, sjednotit produkci a distribuci propagačních materiálů a prezentace, sdílet náklady na ně</li> </ul>	Město Jeseník, odborná veřejnost, Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu, Centrála cestovního ruchu Olomouckého kraje	V rámci stávajícího rozpočtu

**Rozvíjet principy destinačního a městského marketingu  
a využívat je k rozvoji cestovního ruchu ve městě Jeseník**

## Priorita 3.3 – Nastavit systém efektivní marketingové komunikace města

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
3.3.2	<b>Každoročně sestavit marketingový plán vč. rozpočtu, po realizaci marketingový plán vyhodnocovat a optimalizovat</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Promyslet celoroční marketingové aktivity a jejich postupnou přípravu a realizace (např. kombinace propagace prostřednictvím online a offline kanálů, účasti na veletrzích a akcích, vytváření obsahu pro sociální média, spolupráce s influencery)</li> <li>➤ Postupovat v komunikaci dle předem schváleného mediaplánu</li> <li>➤ Pracovat s předem stanoveným a rozvrženým rozpočtem</li> <li>➤ Vyhodnocovat realizované marketingové aktivity</li> </ul>	Město Jeseník, odborná veřejnost	Dle jednotlivých záměrů
3.3.3	<b>Ve spolupráci s organizací Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu pravidelně komponovat integrované kampaně na určité téma (např. zima v Jeseníkách )</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Průběžně realizovat brandové kampaně, tedy komunikovat obecně území a značku „město Jeseník“</li> <li>➤ Alespoň 1x ročně realizovat marketingovou kampaň na konkrétní téma či vybraný produkt cestovního ruchu</li> <li>➤ Marketingově podporovat celoroční turismus ve městě, akce mimo hlavní sezónu...</li> </ul>	Město Jeseník, Komunikační agentury, freelanceři poskytující marketingové služby, vybraná média poskytující reklamní prostor, Centrála cestovního ruchu Olomouckého kraje	Max. 150 tis Kč za 1 kampaň
3.3.4	<b>Iniciovat zapojení místních umělců, producentů a řemeslníků do destinačního marketingu – tvorba suvenýrů (Jeseníky- originální produkt), merchandise, informační materiály či mapy</b>	Ve městě Jeseník, ale i na celém území Jeseníků, sídlí řada šikovných řemeslníků a umělců, což dokazuje mimo jiné regionální značka JESENÍKY originální produkt®. Město může tyto producenty 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.	Město Jeseník, Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu, 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 ve městě Jeseník**

Strategický cíl 3 je v rámci Strategie měřen následujícími indikátory:

Indikátory pro měření strategického cíle	Výchozí hodnota (2024)	2026	2028	2030	Zdroj pro měření
<b>Počet vymezených segmentů a komunikace směrem k nim</b>	Zpracování podkladů pro vymezení segmentů	+1	+2	+3	Vlastní evidence
<b>Počet subjektů zapojených do systému produktů cestovního ruchu</b>	Uspořádat alespoň 1x ročně moderovanou debatu s provozovateli služeb cestovního ruchu a obyvateli či zástupci různých občanských sdružení, spolků na téma destinačních produktů s cílem motivovat subjekty k zapojení				Vlastní evidence
<b>Počet realizovaných marketingových kampaní ve spolupráci organizací Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu</b>	Příprava podkladů	2 ročně	3 ročně	4 ročně	Vlastní evidence
<b>Počet dotazníkových šetření (návštěvníci, místní obyvatelé)</b>	1 ročně	1 ročně	2 ročně	2 ročně	Vlastní evidence





# IMPLEMENTAČNÍ ČÁST

# Proces naplňování a vyhodnocování strategie

# Kontrola, monitoring a vyhodnocování Strategie

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

		Garant aktivity / projektu	Oddělení strategického rozvoje a cestovního ruchu (koordinátor/ka)	Rada města (gestor)
<b>Průběžné vyhodnocení a monitoring</b>	Každý rok	Připravuje podklady	Vypracovává zprávu o plnění Strategie	Projednává a schvaluje
<b>Komplexní vyhodnocení a aktualizace</b>	V polovině období (2027)	Připravuje podklady	Připravuje zprávu a návrh aktualizace	Projednává a schvaluje
<b>Závěrečné vyhodnocení</b>	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:

<b>Indikátory globálních cílů</b>	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.
<b>Indikátory pro jednotlivé strategické cíle</b>	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 Jeseník k projednání a schválení.

Pro vyhodnocení Strategie je doporučeno využít jednoduchou tabulkovou formu.

## Šablona pro vyhodnocení Strategie

Příklad: 3.2 - Iniciovat vznik 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 navrhnete doporučení pro zlepšení. Pokud je to nutné, upravte akční plán nebo způsob realizace.
- Minimálně jednou ročně prověřte celý akční plán, abyste zjistili, zda stále odráží vaše prioritní cíle, aktuální realitu a výzvy.
- S blížícím se koncem období, na který je nastavený akční plán, vytvořte akční plán v souladu s aktuální podobou strategie a stavu naplněnosti předcházejícího akčního plánu, aby stanovené cíle byly realizovatelné a přitom vedly k naplnění cílů Strategie.

## Kontaktní osoba:

**ONDŘEJ ŠPAČEK**

CEO

Rozvoj regionů, turismus, kultura a sport

+420 602 265 851

[o.spacek@kreia.cz](mailto:o.spacek@kreia.cz)

[www.kreia.cz](http://www.kreia.cz)



### Poznámka:

Práci na studii jsme započali v lednu 2024 a ukončili v červnu 2024. Od tohoto data jsme nečinili 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.