

Zápis z pracovní skupiny „Cestovní ruch“ v rámci plánování strategie MAS Blaník o. s. na roky 2014 – 2020(5)

Datum konání: III. kolo, 6. 5. 2014, 17 – 20 hodin

Místo: Podblanické ekocentrum ČSOP Vlašim

Garant skupiny: Mgr. Kateřina Červenková (ČSOP Vlašim)

Facilitátor: Mgr. Renata Vondráková

Účastníci dle prezenční listiny: Pavel Kuře (OSVČ Martinice), Martin Stehlík (Klokočkův mlýn), Linhart Vejvoda (Vlašim), Jarmila Pavlicová (Včelí svět Hulice), MgA. Eva Vrzalová (manažerka Mikroregionu Český Smaragd), Radmila Matušková (SHR), Mgr. Eva Černohorská (Vítům mlýn), PhDr. Eva Houdková (Atelier EH Vlašim), Ing. Eliška Švejdová (manažerka Mikroregionu Blaník), Lenka Röschelová (Informační centrum Vlašim), Zdeněk Otradovec (Ubytování Blaník), Dana Dvořáková (sympatizant)

Foto ze setkání:



Program setkání >>

17:00 – 17:15 – Představení, uvítání účastníků

17:15 – 17:30 – Informace o aktuálním stavu přípravy strategie

17:30 – 18:30 – Práce ve skupinách na témata – cíle, vize, indikátory dle představené fiše – doplnění informací do předloženého formátu tzv. fiše

18:30 – 18:45 – Přestávka

18:45 – 19:15 – Prezentace výsledků

19:15 – 20:00 – Diskuse, závěry

Záznam bodů mimo rámec fiše:

- Diskutovány byly projekty, které by měla např. v oblasti Cestovního ruchu realizovat sama MAS (půjčování vybavení, lavičky, atp.) a s tím související otázky k zaměstnávání lidí přímo na MAS – tato problematika bude dále diskutována – na pracovní skupině k tomuto nebyly jednotné názory a nebylo ani předmětem jednání pracovní skupiny – jedná se spíše o problematiku k jednání na Výboru MAS
- Zavést možnost přizvat odborníky na cestovní ruch do výběrové komise
- Příjemcem dotací z MAS, aby mohli být kdokoliv – rozhodovat má kvalita a cíle projektů

Upravená fiše dle výsledků jednání:

Název mas:	MAS Blaník o. s.
Název klíčové oblasti rozvoje:	CESTOVNÍ RUCH
Pro období	2015 – 2020(5)
Přiřazení klíčové oblasti rozvoje k příslušným dotačním titulům	
<i>(sem se přiřadí dotační tituly, které jsou pro příslušnou fiši relevantní – bude doplněno až po znalosti dotačních titulů na nové programovací období 2015 – 2020)</i>	
Vize oblasti: cestovní ruch	
<p>V regionu je vytvořena dostatečná síť ubytovacích zařízení různorodého typu (různé kategorie – kemp, hotel, ubytování v soukromí), stravovacích zařízení, zázemí (přístřešky, odpadkové koše, mobiliář, WC, parkoviště, stojany na kola, odpočívadla, zázemí pro menší děti....), včetně informačního systému také v cizojazyčných mutacích (např. mapy), které umožňují kvalitní zázemí pro pobytové akce na vícedenní rekreaci. Podblanicko – ráj školních akcí a výletů. Obyvatelé a turisté jsou dobře informováni o turistických cílech, informace jsou dostupné také přes webové stránky všech obcí v regionu. Jsou podporovány tradiční i nové nadregionální akce, které svým rozsahem a charakterem přesahují region MAS (jarmarky, setkání „zájmových skupin“ – mlynářů, atp. srazy zaniklých vesnic, apod.). Na celém území funguje dobrá spolupráce mezi subjekty (např. města, spolky, obce, podnikatelé, nepodnikatelé) a tyto aktivity mimo jiné také v některých případech vytvářejí pracovní místa. Rozvoj turistického ruchu respektuje krajinu Podblanicka i potřeby různorodých cílových skupin – tj. hendikepovaní, rodiny s malými dětmi (kočárky), senioři (zde s důrazem na tradiční způsob informovanosti). Nově budované turistické trasy jsou víceúčelové – pro cyklisty, pěší, hippoturisty. Kalendář akcí je naplněn k prasknutí – stále se tu něco děje.</p>	
Popis výchozí situace pro fiše – popis terénu	
bude doplněno v rámci projektu optp.	
Vymezení fiše	
Celkový cíl fiše	
<i>Celkovým cílem rozvoje v oblasti „cestovního ruchu“ je udržet malebný ráz Kraje blanických rytířů, ale zároveň mít dostatečně vybudování zázemí pro cestovní ruch, které přináší obživu místním lidem a radost návštěvníkům. Spokojený návštěvník, který u nás hodně utratí je náš cíl.</i>	
strategické cíle fiše (tj. specifické cíle)	
<p>1) INVESTICE: Cílem je prostřednictvím podpory investic (či jejich přípravy) do cestovního ruchu (zachování a zatraktivnění stávajících + budování nových turistických cílů) zajistit zázemí na pobyt turistů na 1 + více dní pro různé cílové skupiny a tím zvýšit zájem o návštěvu regionu (služby + infrastruktura), a současně přispět k vytváření nových pracovních míst. Důraz by měl být kladen na vytváření funkční a propojení sítě turistických cílů – tzv. STARPOINTY.</p> <p>1) AKCE: Cílem je prostřednictvím aktivní a smysluplné nabídky akcí zvýšit atraktivitu regionu</p>	

pro návštěvníky, podpořit místní služby a výrobce, rozvíjet spolupráci v regionu.

- 2) **PROPAGACE:** Cílem je prostřednictvím inovativní a efektivní propagace vně regionu přilákat turisty a další návštěvníky k vícedenní návštěvě (prezentace regionu jako celku, prezentace aktivit, cílená propagace), koordinovaná propagace navíc může přinést synergický efekt.

Aktivity, činnosti:

- **Investice**
- výstavba, obnova, rekonstrukce ubytovacích, sportovních a stravovacích zařízení, kempů a tábořišť (vč. vybavení) – př. půjčovny kol, lodí, koloběžek, vybavení na rybaření, houbaření, atp.
- značení tras včetně infrastruktury
- výstavba nebo obnova parkovacích a odpočívacích ploch u turistických cílů vč. vybavení (skříňky, WC, umývárny, atp.)
- budování vyhlídkových míst či jejich zařízení a obnova
- vybavení turistických cílů pro specifické cílové skupiny - rodiny s dětmi, cyklisty a handikepované, seniory a další specifické skupiny
- pořízení vybavení na pořádání akcí (mobilní zázemí, stánky, panely, označení, pódium – židle atp., vybavení na řemesla, kostýmy atp.)
- značení turistických cílů a tras (infotabule, naučné stezky, „hnědé“ cedule, směrovky,...)
- technické dokumentace, příprava (geolog. průzkum, památk. posudky, poradce..., měření návštěvnosti) projektů ve veřej. zájmu
- krátkodobá poradenská a konzultační činnost v oblasti „papírové“ přípravy realizace projektů nebo služeb (navazujících na cestovní ruch - průvodcování)
- **Akce**
- akce pro cestovní ruch pro širokou veřejnost z regionu i mimo něj (cyklorytíř, cyklojízdy, pochody, akce spojené s geoparkem (např. mistrovství rýžování alu)
- podpora zachování konání tradičních akcí – př. svatováclavské slavnosti (Louňovice pod blaníkem), pro veřejnost loučení s prázdninami – Načeradec
- podpora akcí poukazujících na historii regionu/akce interpretující historii regionu kulturní, výstavní, workshopy vztahující se k regionu
- akce pro veřejnost cílené na obyvatele regionu /místní turisty/ - workshopy fotografie krajiny, památek, makrofotografie
- podpora soutěží (fotosoutěž)
- podpora výstav (vč. přenosné naučné stezky pro exteriér)
- podpora pořádání workshopů (tradiční řemesla vztahující se k regionu)
- podpora ochotnictví a divadelnictví, vč. loutkářství
- přednášky, osvěty, workshopy /regionální výrobky + řemesla+ školení pro výrobce/, kurzy pro poskytovatele služeb a výrobce regionálních výrobků
- **Propagace**
- Propagace regionu navenek inovativní, propagace akcí přes MAS a projekty spolupráce (tiskoviny, média, společný kalendář akcí, orientační systémy, mediální kampaně, společné billboardy, propagační předměty, suvenýry)
- Propagace při vstupu do regionu („vstupní gates“) – nádraží
- Automaty s propagačními předměty
- Upoutávky na WC i mimo region (vně)
- Podpora jednotného grafického stylu MAS, KBR
- Podpora cílené propagace (zoo, školy, nádraží)
- Vytváření nových propagačních strategií a projektů – inovace
- Efektivní využití drahé propagace v médiích (vytváření společných kampaní více subjektů na území MAS)
- Podpora fyzické propagace infrastruktury (cedule)
- SMS kanál
- Soutěže cílené na propagaci
- Tvorba a rozvoj (údržba) webových stránek (plusové body za propojení se sociálními sítěmi a novými fenomény a provázanost s dalšími stránkami regionu)
- Podpora vzájemné propagace (papírové i virtuální)-spolupráce více subjektů (např. web „služby, ubytování“ rozdělen na ubytování v soukromí, ubytování u koní, tábořiště,...)
- „virtuální zlaté stránky regionu“ – služby, akce,..... – projekt MAS

<ul style="list-style-type: none"> - motivace a aktivizace - např. sbírání bodů za návštěvy akcí / památek v regionu – soutěž, odměny za nasbírané body - tipy na výlety a trasy (pro seniory) – bezbariérové, nebo fyzicky méně náročné (nejen v přírodě, ale i okruh v muzeu, méně schodů...) - turistický balíček (pro seniory) – program na několik dnů, tipy na bydlení, aktivity; popř i organizované s průvodcem 	
Uplatnění přístupu leader, inovativního přístupu či CLLD přístupu	
Přístup Leader/CLLD v této Fiši bude zejména cílen na zapojení místních obyvatel do aktivit v cestovním ruchu.	
Preferenční kritéria (budou shodná u všech fiší)	
Projekt propojuje více generací mezi sebou	
Projekt propojuje veřejný a soukromý sektor	
Kritéria hodnocení (jsou různá v rámci každé fiše)	
Projekt vytvoří pracovní místo	
Jedná se o akci pro 500 a více lidí s možností registrace	
Jedná se o novou aktivitu s potenciálem opakování nebo akce má potenciál významného navýšení počtu účastníků při inovovaném průběhu	
Jedná se o komplexní nebo vícevrstevnatou akci (př. př. u propagace realizace vícevrstevných projektů – 3 vrstvy – leták + soc. síť + propag. předmět nebo u investice – funkční propojení více turistických cílů, provázanost s dalšími aktéry regionu nebo akcemi)	
Jedná se o inovativní akci nebo projekt	
Projekt zohledňuje potřeby specifických cílových skupin (senioři, rodiny s dětmi, hendikepovaní)	
Projekt vyplňuje „hluché místo“ v turistických cílech/projekt rozvíjí, zakládá nebo přispívá k návštěvnosti tzv. starpointu (tj. bodu, ze kterého lze jednoduše navštívit další cíle - navázat je)	
Pro akce cílené na propagaci:	
Jedná se o akci, která používá jednotný grafický styl	
kritéria pro monitoring a hodnocení stanovená mas (tj. indikátory)	
Návštěvnost webových stránek projektu	
Monitoring médií	
SWOT	

silné stránky

- potenciálních cílů je v regionu dostatek – dořešit je potřeba zmapování a označení cílů
- kraj blanických rytířů jako turistická destinace – existence propagačních materiálů, loga, atp. – tj. základ je hotov
- jsou „hnědé cedule“ u cest
- centrum vlašimi je opravené
- region má dobrý turistický potenciál vč. péče
- dobrá dostupnost regionu (v podmínkách ČR)
- zaběhlé akce – př. cyklorytíř – stalo se masovou akcí
- regionální značení výrobků – plus pro propagaci
- slušné pokrytí wifi-free v restauracích
- dobré životní prostředí (čistý vzduch)
- funkční spolupráce infocenter
- park ve vlašimi
- jsou nové naučné stezky kvalitní (př. vlašimské aleje)
- rozvíjí se geocashing
- jednotící symbol je blaník – tahák – rozhledna
- hodně církevních památek v regionu
- existuje střelnice (vlašim?)
- vznikají nové projekty na rekonstrukci infrastruktury – do regionu přišlo hodně peněz eu
- hvězdárna – má potenciál, unikátní
- zachován je v regionu krajinný venkovský ráz
- aktivity, které vznikají, jsou vhodně cílené na rodiny s dětmi
- unikátní je expozice zbraní a střeliva v podblanickém muzeu – atrakce, specifická propagace
- proběhlo oslovení škol

Slabé stránky

- Nedostatečná péče vlastníků o památky (jak soukromých, tak církevních)
- Malá podpora ubytování v soukromí (strach z byrokracie – pomoc MAS vítaná)
- Obecně klesá návštěvnost (hlavně muzea)
- Nedostatečná je propagace
- Nedostatek informací přímo v terénu u objektů
- Nedostatečná propagace vně regionu
- Malé finance na opravy
- Malé finance na lidi zabývající se turismem
- Malé zapojení podnikatelů do propagace, aktivit a dění celkově
- Málo služeb pro turisty
- Náročná údržba stezek a značení
- Chybí hippostezky a stanice pro koňáře – ale i turisty a už vůbec bezbariérové
- Ubytování – někde nevhodné prostory
- Chybí komplexní řešení nabídky cestovního ruchu turistické destinace Kraj blanických rytířů na webu
- Málo propagované informace, jak je možné se zapojit
- Celkově chybí v regionu možnosti koupání
- Málo sportovních akcí nebo se o nich moc neví
- Je těžké sehnat sponzory a tříštit se síly (potenciál – spojit se)
- Chybí kvalitní ubytování s kapacitou pro autobus
- Nedostatečná celostátní propagace
- Sběratelé turistických známek sbírají známky, ale už ani nejdou do cíle (té známky)
- Hnědých směrovek je málo
- Chybí vybavení cílů pro turisty – př. stojany
- Akce nemají jednotnou propagaci – sjednotit
- Závody a pochody nejsou propagovány navenek a tak zůstávají v malém rozsahu
- Stále chybí kvalitní hospody a ubytování (inspirace př. Berounsko)
- Chybí propagační předměty typu suvenýry (př. Rytíř panáček, atp.)
- V turistických cílech chybí informace o službách navazujících
- Pracné je stále shánění kontaktů – chybí funkční databáze
- Na silnicích chybí pruhy pro cyklisty
- Atraktivní turistické cíle pro zahraniční turisty (Jemniště, Český Šternberk) jsou mimo MAS – nutné spolupracovat s Posázavím a dalšími
- Nedostatečná spolupráce s cestovními agenturami
- Málo zahraničních turistů (Ale co jim nabízet?)
- Neproduktivní obyvatelstvo (není poptávka po službách)
- Neproduktivní chalupáři (nemají poptávku po službách ČR)

<u>příležitosti</u>	<u>Hrozby</u>
<ul style="list-style-type: none"> - vstupné vstřícné školám – př. učitelé zdarma, děti do 6 let zdarma, doprovod a ztp zdarma - okruhy – jako téma - podpořit turistické kroužky při rodinných centrech, školách, klubů seniorů - zaměřit se na aktivní turistiku místních lidí - dotace na opravy silnic s cyklostezkami - mapa tzv. starpointů - posílení propagace - financování průvodcovské služby - vytvoření návštěvnického střediska /blaník/ - vytváření turistických produktů, které lidi déle v regionu udrží - větší propagace v exteriéru (venku) - postupné zpřístupňování cílů pro hendikepované /s tím i pro kočárky/ - penzion v kladrubech - podpora spolupráce poskytovatelů služeb (př. slevové karty) - organizované zájezdy pro cestovní kanceláře – prezentace nabídky regionu - využít prvomájové slavnosti pro zjištění poptávky - rybářská turistika - spolupráce s okolními regiony - mezinárodní spolupráce (!) v rámci i ostatních mas - spolupráce s posázavím na tématech vodní turistika a s okolím sázavy – nevynechat vodáky - rozvoj vodáctví a turistiky na blanici (dle možností) - obce nechtějí do turistiky investovat – mas by je měla přesvědčit - vznik nových cílů potřeba ověřovat komunitním plánováním - Neopomíjet seniory v propagaci, cílit na ně, přizpůsobit tomu způsoby komunikace (méně moderních, více tradičních způsobů – tzn. letáky do schránek, plakáty na nástěnkách, u lékařů, v lékárnách, cukrárnách... 	<ul style="list-style-type: none"> - Přehnaně moc letáčků – zmatek - Když bude už moc naučných stezek, tak nastane inflace a problémy jsou s jejich údržbou

Výchozí fiše jako podklad pro jednání:

Název MAS:	MAS Blaník o. s.
Název klíčové oblasti rozvoje:	CESTOVNÍ RUCH
Pro období	2015 – 2020(5)

Přiřazení klíčové oblasti rozvoje k příslušným dotačním titulům

(sem se přiřadí dotační tituly, které jsou pro příslušnou fiši relevantní – bude doplněno až po znalosti dotačních titulů na nové programovací období 2015 – 2020, ZEJMÉNA PRV)

VIŠE oblasti: CESTOVNÍ RUCH

Vytvořte vizi>>>

Popis výchozí situace pro fiše – popis terénu

Bude doplněno v rámci projektu OPTP.

Vymezení fiše

Celkový cíl fiše

doplňte celkový cíl >>

Strategické cíle fiše (tj. specifické cíle)

Přeformulujte cíle + k nim navažte aktivity>>

- 3) **INVESTICE** - Cílem je prostřednictvím podpory investic do cestovního ruchu (ZACHOVÁNÍ A ZATRAKTIVNĚNÍ STÁVAJÍCÍCH + NOVÝCH TURIST. CÍLŮ) zajistit ZÁZEMÍ NA POBYT TURISTŮ NA 1 + VÍCE DNÍ PRO RŮZNÉ CÍLOVÉ SKUPINY A TÍM zvýšit zájem o návštěvu regionu (SLUŽBY + INFRASTRUKTURA), přispět k vytváření nových pracovních míst a tvorbě nových cílů v cestovním ruchu (VČ. VYBAVENÍ) -/ NAPŘ. ROZHLEDNA BALNÍK, HISTORICKÉ A PŘÍRODNÍ PAMÁTKY, NAUČNÉ STEZKY A DALŠÍ/ A OPRAVA + ZPŘÍSTUPNĚNÍ STÁVAJÍCÍCH

+ Technická podpora

- 2) **AKCE** - Cílem je prostřednictvím aktivní a smysluplné nabídky akcí pro veřejnosti generovat profitovat z cestovního ruchu a tím napomoci zvrátit negativní trend oblasti – tj. ubývání pracovních příležitostí či obecně možnosti výdělků na venkově, stejně jako přispět předcházení sociálně-patologických jevů nabídkou kvalitně tráveného volného času + Cílem je prostřednictvím koordinace spolupráce na akcích a podpory společných akcí umožnit synergický efekt a navýšit návštěvnost akcí v regionu širokou veřejností RV – toto samostatně nebo dáme zvýhodnění za akce spolupráce????

- 4) **PROPAGACE a technická podpora**- Cílem je prostřednictvím inovativní a efektivní propagace vně regionu přilákat turisty a další návštěvníky k vícedenní návštěvě (prezentace regionu jako celku, prezentace aktivit, cílená propagace), **dopsat tech. podporu**

1) INVESTICE

VÝSTAVBA, OBNOVA, REKONSTRUKCE UBYT. + STRAV ZAŘÍZENÍ, KEMPŮ A TÁBOŘIŠŤ, (VČ. VYBAVENÍ)

VÝSTAVBA PARK. PLOCH

VÝSTAVBA ODPOČ. MÍST

-VČ. SOCIÁL. ZÁZEMÍ

VYBAVENÍ TURIST. CÍLŮ A VÝCHOZ. BODŮ PRO RODINY S DĚTMI, CYKLISTY A HANDIKEPOVANÉ,
SENIORY A DALŠÍ SPEC. SKUPINY

VÝSTAVBA, OBNOVA, REKONSTRUKCE ZAŘÍZENÍ PRO SPORT. VYŽITÍ TURISTŮ - PŘ. PŮJČOVEN LODÍ,
KOL, KOLOBĚŽEK

VYPLNĚNÍ HLUCHÝCH MÍST- VYHLÍDKOVÉ MÍSTO

2) AKCE

Akce pro cestovní ruch pro širokou veřejnost z regionu i mimo něj

SVATOVÁCLAVSKÉ SLAVNOSTI (Louňovice pod Bláníkem) – zachování tradice

CYKLORYTÍŘ

AKCE SPOJENÉ S GEOPARKEM (NAPŘ. MISTROVSTVÍ RÝŽOVÁNÍ Alu)

HISTORIE(I V SOUVISLOSTI S KOMERČNÍMI AKCEMI), PŘÍRODA (- GEOPARK) – SVATOV. SLAVNOSTI,
RÝŽOVÁNÍ ALU

WORKSHOPY FOTOGRAFIE KRAJINY, PAMÁTEK, MAKROFOTOGRAFIE

KULTURNÍ, VÝSTAVNÍ, WORKSHOPY VZTAHUJÍCÍ SE K REGIONU

FOTOSOUTĚŽ

PRO VEŘEJNOST LOUČENÍ S PRÁZDNINAMI – NAČERADEC

Akce pro veřejnost cílené na obyvatele regionu

AKCE PRO VEŘEJNOST A TURISTY

AKCE INTERPRETUJÍCÍ HISTORII REGIONU

Výstavy/přenosné naučné stezky pro exteriér

Vybaven na akce

STÁNKY, PANELE, OZNAČENÍ

PÓDIUM – ŽIDLE ATP.

- ŘEMESLA, KOSTÝMY ATP.

+ Akce a projekty spolupráce

3) PROPAGACE A TECHNICKÁ PODPORA

Propagace regionu navenek inovativní

MINIMUM SPLNĚNÍ JEDNOTNÁ PROPAGACE -ČÍM?

GATE – VSTUPNÍ BRÁNY – NÁDRAŽÍ PŘ. UŽ TÁBOR? BENEŠOV, PRAHA, PACIFIK

AUTOMATY ? – MOBILNÍ

WC – PRAKTICKÁ PROPAGACE - SEKCE V LETÁČÍCH

KOMERČNÍ VĚCI PRO REGION

podpora jednotného graf. stylu

podpora cílené propagace (ZOO, ŠKOLY, NÁDRAŽÍ)

podpora vícevrstevné propagace (3 vrstvy a více)

vytváření nových propagačních strategií a projektů – inovace

realizace vícevrstevných projektů propagace (3vrstvy – leták + soc. síť+propag. předmět

efektivní využití drahé propagace v médiích (vytváření společných kampaní)

podpora propagace infrastruktury

SMS KANÁL? POČIN - INFO DO MAILU PRO OGRANIZÁTORY NEBO DO KALENDÁŘE

SOUTĚŽE

„NEJLEPŠÍ PROPAGACE ROKU“

FOTOSOUTĚŽE – VÝSTAVY

Technická podpora

- TECHNICKÉ DOKUMENTACE, PŘÍPRAVA (GEOLOG. PRŮZKUM, PAMÁTK. POSUDKY, PORADCE...) PROJEKTŮ VE VEŘEJ. ZÁJMU
- KRÁTKODOBÁ PORADENSKÁ A KONZULTAČNÍ ČINNOST V OBLASTI „PAPÍROVÉ“ PŘÍPRAVY REALIZACE PROJEKTŮ NEBO SLUŽEB(NAVAZUJÍCÍCH NA CESTOVNÍ RUCH- PRŮVODCOVÁNÍ)
- PŘEDNÁŠKY, OSVĚTY, WORKSHOPY /REGIONÁLNÍ VÝROBKY+ŘEMESLA/, KURZY
- PROPAGAČNÍ APUBLIKAČNÍ ČINNOST (LETÁKY, BROŽURY, PUBLIKACE S REGIONÁLNÍ TEMATIKOU,...) PAPÍROVÁ I VIRTUÁLNÍ
- ZNAČENÍ TURISTICKÝCH CÍLŮ, TRAS (INFOTABULE, NAUČNÉ STEZKY, „HNĚDÉ“ CEDULE, SMĚROVKY,...)
- TVORBA A ROZVOJ (ÚDRŽBA) WEBOVÝCH STRÁNEK (PLUSOVÉ BODY ZA PROPOJENÍ SE SOCIÁLNÍMI SÍTĚMI A NOVÝMI FENOMÉNY)
- PROPAGAČNÍ PŘEDMĚTY, SUVENÝRY
- TRADIČNÍ ŘEMESLA VZTAHUJÍCÍ SE K REGIONU (WORKSHOPY)
- PODPORA VZÁJEMNÉ PROPAGACE (PAPÍROVÉ I VIRTUÁLNÍ)-SPOLUPRÁCE VÍCE SUBJEKTŮ (např. WEB „SLUŽBY, UBYTOVÁNÍ“ ROZDĚLEN NA UBYTOVÁNÍ V SOUKROMÍ, UBYTOVÁNÍ U KONÍ, TÁBOŘIŠTĚ,...)

--- „VIRTUÁLNÍ ZLATÉ STRÁNKY REGIONU“ – SLUŽBY, AKCE,.....

Uplatnění přístupu LEADER, inovativního přístupu či CLLD přístupu

Přístup LEADER/CLLD v této fiši bude zejména cílen na veřejné/komunitní projednávání vybraných projektů.

Preferenční kritéria (budou shodná u všech fiších)

Projekt propojuje více generací mezi sebou

Projekt propojuje veřejný a soukromý sektor

Kritéria hodnocení (jsou různá v rámci každé fiše)	
Projekt vytvoří pracovní místo	
SPORTOVNÍ – 500 A VÍCE LIDÍ - REGISTRACE	
NOVÁ AKTIVITA S POTENCIÁLEM OPAKOVÁNÍ	
DOPLŇKOVÝ (ODDĚLENÝ) NEKOMERČNÍ PROGRAM- ODDĚLENÝ – FORMA RŮZNÁ	
NEBO VÝZNAMNÉ NAVÝŠENÍ POČTU ÚČASTNÍKŮ	
PROPAGACE A SYNCHRONIZACE AKCÍ = SPOLUPRÁCE	
<u>BODOVÁNÍ</u> <ul style="list-style-type: none"> • vícevrstevnost (více typů) • komplexnost (více lokalit) • jednotný graf. Styl • cílenost na skupiny návštěvníků • inovativnost, efektivnost - TV, MÉDIA atp., spolupráce • VAZBA NA JINÉ AKCE – PŘ. MÁJOVKY, ZAPLETAL 	
Projekt rozvíjí, zakládá nebo přispívá k návštěvnosti tzv. starpointu (tj. bodu, ze kterého lze jednoduše navštívit další cíle - navázat je)	
Kritéria pro monitoring a hodnocení stanovená MAS (tj. indikátory)	
<u>MONITORING</u> <ul style="list-style-type: none"> • návštěvnost web. Stránek • dotazníkové akce mezi návštěvníky • ohlas médií -výstup, že jsme dobře propagovali	
CENTRÁLNÍ WEB	
SWOT	
<u>Silné stránky</u> <ul style="list-style-type: none"> - Potenciálních cílů je v regionu dostatek – dořešit je potřeba zmapování a označení cílů - Kraj blanických rytířů jako turistická destinace – existence propagačních materiálů, loga, atp. – tj. základ je hotov - Jsou „hnědé cedule“ u cest - Centrum Vlašimi je opravené - Region má dobrý turistický potenciál vč. péče - Dobrá dostupnost regionu (v podmínkách ČR) - Zaběhlé akce – př. cyklorytíř – stalo se masovou akcí 	<u>Slabé stránky</u> <ul style="list-style-type: none"> - Nedostatečná péče vlastníků o památky (jak soukromých, tak církevních) - Malá podpora ubytování v soukromí (strach z byrokracie – pomoc MAS vítaná) - Obecně klesá návštěvnost (hlavně muzea) - Nedostatečná je propagace - Nedostatek informací přímo v terénu u objektů - Nedostatečná propagace vně regionu - Malé finance na opravy - Malé finance na lidi zabývající se turismem - Malé zapojení podnikatelů do propagace, aktivit a dění celkově - Málo služeb pro turisty - Náročná údržba stezek a značení

<ul style="list-style-type: none"> - Regionální značení výrobků – plus pro propagaci - Slušné pokrytí wifi-free v restauracích - Dobré životní prostředí (čistý vzduch) - Funkční spolupráce infocenter - Park ve Vlašimi - Jsou nové naučné stezky kvalitní (př. vlašimské aleje) - Rozvíjí se geocaching - Jednotící symbol je Blaník – tahák – rozhledna - Hodně církevních památek v regionu - Existuje střelnice (Vlašim?) - Vznikají nové projekty na rekonstrukci infrastruktury – do regionu přišlo hodně peněz EU - Hvězdárna – má potenciál, unikátní - Zachován je v regionu krajinný venkovský ráz - Aktivity, které vznikají, jsou vhodně cílené na rodiny s dětmi - Unikátní je expozice zbraní a střeliva v Podblanickém muzeu – atrakce, specifická propagace - Proběhlo oslovení škol 	<ul style="list-style-type: none"> - Chybí hippostezky a stanice pro koňáře – ale i turisty a už vůbec bezbariérové - Ubytování – někde nevhodné prostory - Chybí komplexní řešení nabídky cestovního ruchu turistické destinace Kraj blanických rytířů na webu - Málo propagované informace, jak je možné se zapojit - Celkově chybí v regionu možnosti koupání - Málo sportovních akcí nebo se o nich moc neví - Je těžké sehnat sponzory a tříštit se síly (potenciál – spojit se) - Chybí kvalitní ubytování s kapacitou pro autobus - Nedostatečná celostátní propagace - Sběratelé turistických známek sbírají známky, ale už ani nejdou do cíle (té známky) - Hnědých směrovek je málo - Chybí vybavení cílů pro turisty – př. stojany - Akce nemají jednotnou propagaci – sjednotit - Závody a pochody nejsou propagovány navenek a tak zůstávají v malém rozsahu - Stále chybí kvalitní hospody a ubytování (inspirace př. Berounsko) - Chybí propagační předměty typu suvenýry (př. Rytíř panáček, atp.) - V turistických cílech chybí informace o službách navazujících - Pracné je stále shánění kontaktů – chybí funkční databáze - Na silnicích chybí pruhy pro cyklisty - Atraktivní turistické cíle pro zahraniční turisty (Jemniště, Český Šternberk) jsou mimo MAS – nutné spolupracovat s Posázavím a dalšími - Nedostatečná spolupráce s cestovními agenturami - Málo zahraničních turistů (Ale co jim nabízejí?)
<p><u>Příležitosti</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Vstupné vstřícné školám – př. učitelé zdarma, děti do 6 let zdarma, doprovod a ZTP zdarma - Okruhy – jako téma - Podpořit turistické kroužky při rodinných centrech, školách, klubů seniorů - Zaměřit se na aktivní turistiku místních lidí - Dotace na opravy silnic s cyklostezkami - Mapa tzv. starpointů - Posílení propagace - Financování průvodcovské služby - Vytvoření návštěvnického střediska /Blaník/ - Vytváření turistických produktů, které lidi déle v regionu udrží - Větší propagace v exteriéru (venku) - Postupné zpřístupňování cílů pro hendikepované /s tím i pro kočárky/ - Penzion v Kladrubech - Podpora spolupráce poskytovatelů služeb 	<p><u>Hrozby</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Přehnaně moc letáček – zmatek - Když bude už moc naučných stezek, tak nastane inflace a problémy jsou s jejich údržbou

<p>(př. slevové karty)</p> <ul style="list-style-type: none">- Organizované zájezdy pro cestovní kanceláře – prezentace nabídky regionu- Využít prvomájové slavnosti pro zjištění poptávky- Rybářská turistika- Spolupráce s okolními regiony- Mezinárodní spolupráce (!) v rámci i ostatních MAS- Spolupráce s Posázavím na tématech vodní turistika a s okolím Sázavy – nevynechat vodáky- Rozvoj vodáctví a turistiky na Blanici (dle možností)- Obce nechtějí do turistiky investovat – MAS by je měla přesvědčit- Vznik nových cílů potřeba ověřovat komunitním plánováním- Neopomíjet seniory v propagaci, cílit na ně, přizpůsobit tomu způsoby komunikace (méně moderních, více tradičních způsobů – tzn. letáky do schránek, plakáty na nástěnkách, u lékařů, v lékárnách, cukrárnách...	
--	--