



MINISTERSTVO  
PRO MÍSTNÍ  
ROZVOJ ČR

Zlínský kraj  
Kraj bez hranic



# **Manažerský souhrn**

# **Strategie činnosti**

## **Centrály cestovního ruchu Východní Moravy**

## **2025-2030**

Zpracovatel: Polášek & company, s.r.o.

Termín zpracování: květen–srpen 2024

*Strategie činnosti Centrály cestovního ruchu Východní Moravy 2025 – 2030 byla realizována za přispění prostředků státního rozpočtu České republiky z programu Ministerstva pro místní rozvoj.*

## Vize

### **Destinační management:**

CCRVM se stane profesionální krajskou DMO s efektivní spoluprací na oblastní i národní úrovni. Bude disponovat rozsáhlou sítí partnerů a profesionálním týmem odborníků. Organizace bude schopna pružně reagovat na měnící se podmínky cestovního ruchu a zajistí jeho rozvoj v souladu s principy udržitelnosti a respektem k místnímu přírodnímu a kulturnímu dědictví.

### **Destinační marketing:**

Značka 'Východní Morava' se etabluje jako synonymum pro autentický a zážitkově bohatý turistický region. Stane se atraktivní volbou pro domácí návštěvníky i zajímavou alternativou pro zahraniční turisty, především ze Slovenska, Polska a dalších okolních zemí. Marketingová komunikace bude založena na principech udržitelnosti, autenticity a vytváření přidané hodnoty pro místní komunity.

## Hlavní priority a cíle

### **Priorita 1: Profesionální krajská DMO**

- Efektivní spolupráce a koordinace: Rozvoj funkční sítě partnerů, vytváření inovativních produktů, flexibilní reakce na neočekávané události.
- Udržitelnost a odpovědný turismus: Implementace principů udržitelného cestovního ruchu do všech aspektů destinačního managementu.
- Digitalizace a technologická vyspělost: Využívání pokročilých technologií pro sběr a analýzu dat o návštěvnících.
- Rozvoj lidských zdrojů: Pravidelná školení, přilákání a udržení talentů, podpora kultury učení se.
- Měření a vyhodnocování výkonnosti: Pravidelné průzkumy spokojenosti návštěvníků, sledování vývoje návštěvnosti.

### **Priorita 2: Efektivní spolupráce**

- Identifikace a zapojení všech relevantních stakeholderů: Vytvoření komplexní mapy stakeholderů.
- Upevnění formálních platforem pro transparentní spolupráci: Ukotvení 3K platformy, organizace každoroční konference cestovního ruchu.
- Společné projekty: Podpora projektů propojujících cestovní ruch s jinými sektory.
- Zapojení místních komunit: Vytvoření programu "ambasadorů destinace", organizace dnů otevřených dveří.
- Přeshraniční a mezinárodní spolupráce: Navázání partnerství s podobnými destinacemi v ČR a zahraničí.
- Inovace ve spolupráci: Experimentování s novými formáty spolupráce.

### **Priorita 3: Inovativní přístup k udržitelnému rozvoji turismu**

- Adaptace na klimatické změny: Podpora adaptačních opatření v turistickém sektoru.
- Komunitně orientovaný a sociálně odpovědný turismus: Rozvoj modelů turistických služeb vlastněných místními komunitami.

- Slow tourism a wellness: Podpora dlouhodobějších pobytů, propojení wellness aktivit s ochranou přírody.

#### **Priorita 4: Flexibilita v reakci na měnící se trendy a potřeby**

- Pružné plánování a rychlé rozhodování: Pololetní revize marketingového plánu, vytvoření krizového týmu.
- Flexibilní nabídka pro různé typy návštěvníků: Rozvoj sezónních nabídek, systém pro rychlou zpětnou vazbu.
- Flexibilní tým a spolupráce: Školení zaměstnanců pro zastupitelnost, vytvoření sítě místních průvodců.

#### **Priorita 5: Důraz na udržitelnost a respekt k místnímu dědictví**

- Ochrana přírodního bohatství a podpora ekologického turismu: Spolupráce s CHKO, podpora získávání ekologických certifikací.
- Zachování a oživení kulturních tradic: Spolupráce s folklorními soubory, vytvoření "Kalendáře tradic".
- Podpora místní ekonomiky a produktů: Propagace regionálních produktů, podpora venkovské turistiky.

#### **Priorita 6: Silná a jasně profilovaná značka "Východní Morava"**

- Vizuelní identita a komunikační styl: Redesign jednotného vizuálního stylu, vytvoření šablon pro marketingové materiály.
- Budování komunity kolem značky: Program "Ambasadoři Východní Moravy", aktivní zapojení do sociálních médií.

#### **Priorita 7: Pozice atraktivní destinace pro domácí i zahraniční návštěvníky**

- Produktová nabídka a cílové skupiny: Pravidelná aktualizace produktového portfolia, hodnocení úspěšnosti produktů.
- Posílení online prezentace: Pravidelný update webových stránek, marketingové plány pro sociální sítě.
- Spolupráce s cestovními kanceláři a touroperátory: Organizace fam tripů, vytvoření B2B sekce na webu.
- Inovativní marketingové kampaně: Vytvoření virálního video obsahu, spolupráce s influencery.

#### **Priorita 8: Integrace principů udržitelnosti a autenticity**

- Udržitelný branding: Vytvoření subznačky "Udržitelná Východní Morava", implementace vizuálních prvků udržitelnosti.
- Autentický storytelling: Série "Skutečné příběhy Východní Moravy", produkce dokumentárních minisérií.
- Udržitelné eventy a MICE turismus: Vytvoření manuálu pro udržitelné eventy, propagace regionu pro zelené konference.
- Měření a komunikace dopadu: Implementace systému měření udržitelnosti, pravidelné reportování o pokroku.

## Klíčové produktové linie

- Kulturní a historické dědictví: Bařův odkaz, odkaz slavných osobností, Cyrilometodějská cesta, památková turistika.
- Aktivní dovolená a přírodní bohatství: Pěší turistika a nordic walking, cykloturistika, vodní turistika.
- Wellness a lázeňství: Inovativní lázeňské pobyty, přírodní wellness.
- Gastronomie a vinařství: Kulinářské cesty, vinařské zážitky.
- Folklor a tradice: Živé tradice, moderní interpretace folklóru.
- MICE a business turistika: Konferenční balíčky, incentivní turismus.

## Cílové skupiny

Hlavní cílové skupiny zahrnují:

- Aktivní senioři: Kultura, historie, mírná turistika, lázeňství.
- Rodiny s dětmi: Outdoor aktivity, vzdělávací zážitky, rodinná zábava.
- Páry hledající romantiku: Wellness, gastronomie, vinařství.
- Milovníci kultury: Folklor, historie, umění, tradiční řemesla.
- Sportovci: Cyklistika, pěší turistika, vodní sporty.
- Gurmáni a milovníci vína: Degustace vín, lokální gastronomie.
- Wellness turisté: Lázeňské procedury, jóga, zdravý životní styl.

## Implementace a měření

Strategie obsahuje konkrétní opatření a KPI pro každý cíl, což umožní efektivní implementaci a měření úspěšnosti. Klíčové aspekty implementace zahrnují:

- Pravidelné revize a aktualizace strategie.
- Vytvoření akčních plánů pro každou prioritu.
- Zapojení všech relevantních stakeholderů do implementace.
- Pravidelné reportování o pokroku správní radě a partnerům.
- Flexibilní přístup umožňující adaptaci na měnící se podmínky.

Měření úspěšnosti bude probíhat prostřednictvím:

- Sledování KPI pro každé opatření.
- Pravidelných průzkumů spokojenosti návštěvníků a partnerů.
- Analýzy ekonomických dopadů cestovního ruchu na region.
- Hodnocení udržitelnosti destinace dle mezinárodních standardů.

Tato strategie poskytuje komplexní rámec pro rozvoj cestovního ruchu ve Východní Moravě v letech 2025-2030. Důraz je kladen na udržitelnost, autenticitu, inovace a flexibilitu, což umožní CCRVM efektivně reagovat na měnící se trendy v cestovním ruchu a maximalizovat potenciál regionu jako atraktivní turistické destinace.