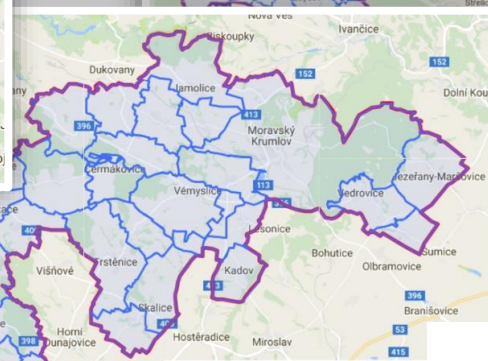
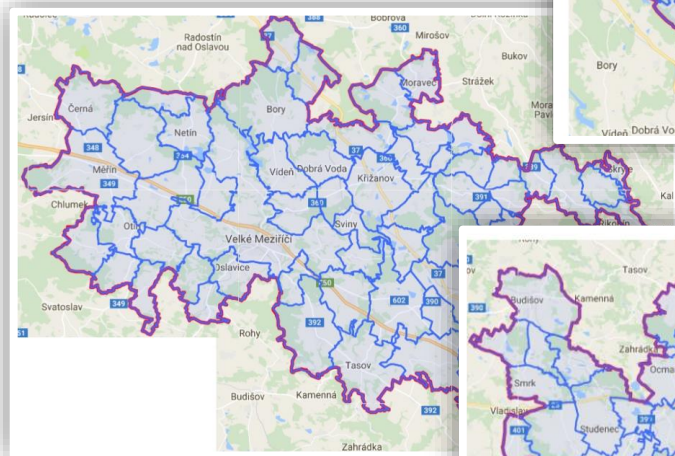
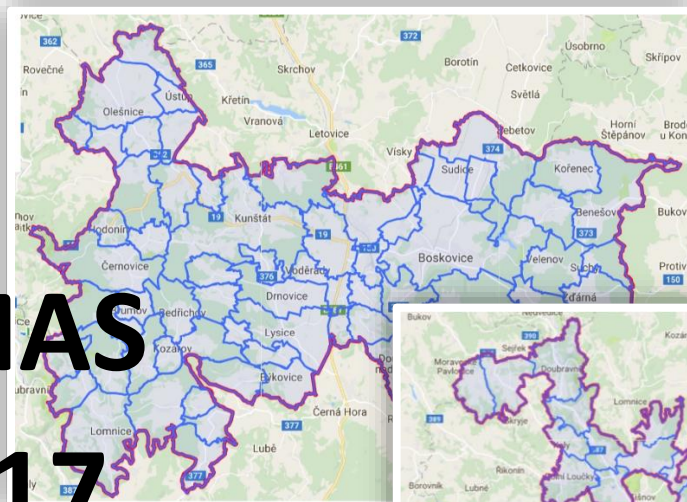
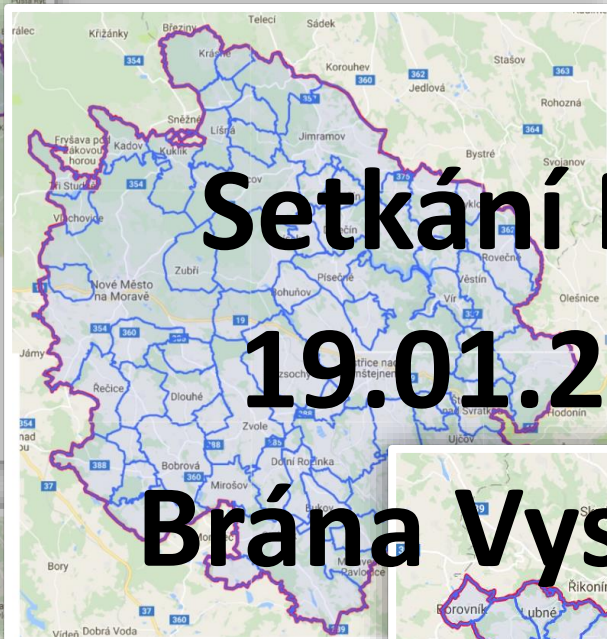
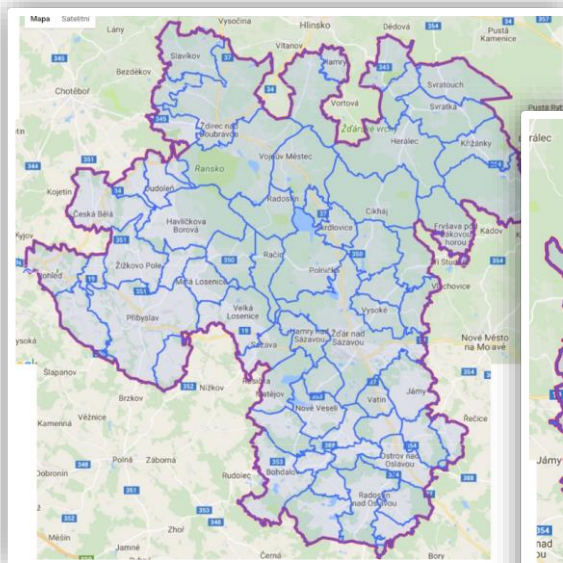


Setkání MAS 19.01.2017 Brána Vysočiny



TIŠNOV

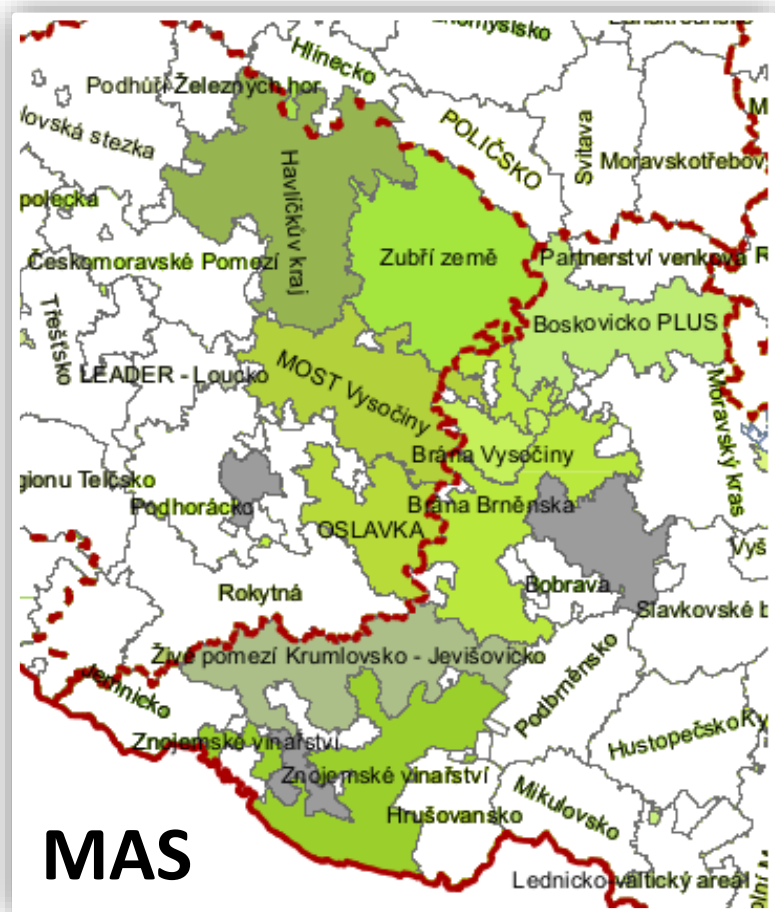
Koruna Vysočiny

Cestovní ruch
Destinační společnosti
Místní akční skupiny

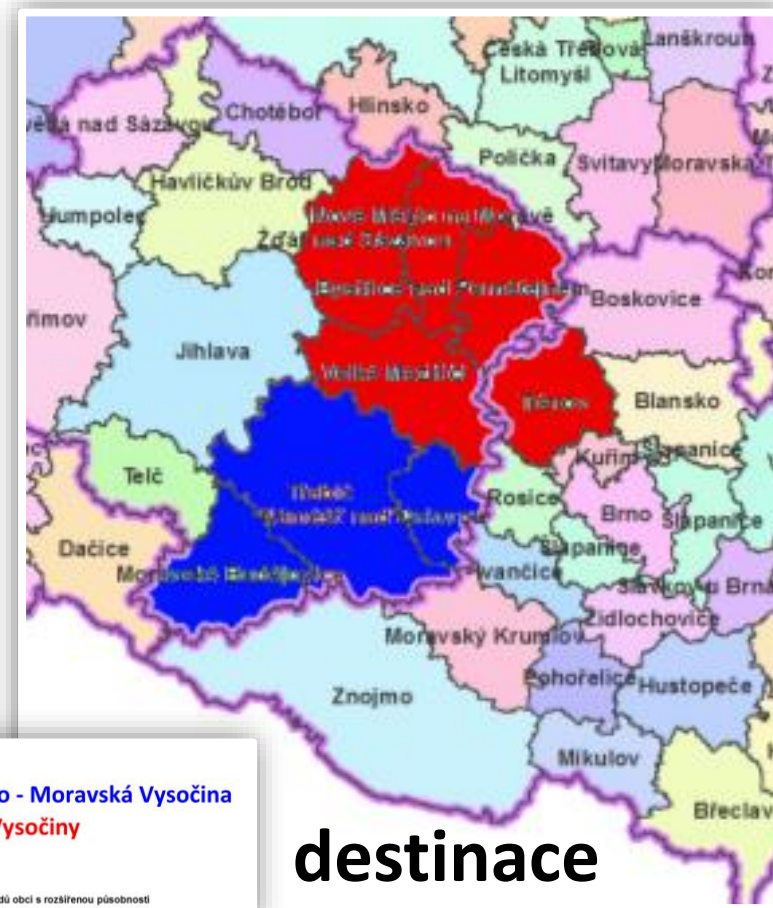
...máme něco společného?

TIŠNOV

...máme něco společného?



MAS



destinace

TISNOV

...máme něco společného?



CÍLE a PŮSOBNOST

- **Rozvoj stejných regionů**

CHARAKTER

- **Propojení veřejného a soukromého sektoru**

STYL PRÁCE A EKONOMIKU

- **Projektové řízení**

Turistická destinace Koruna Vysočiny

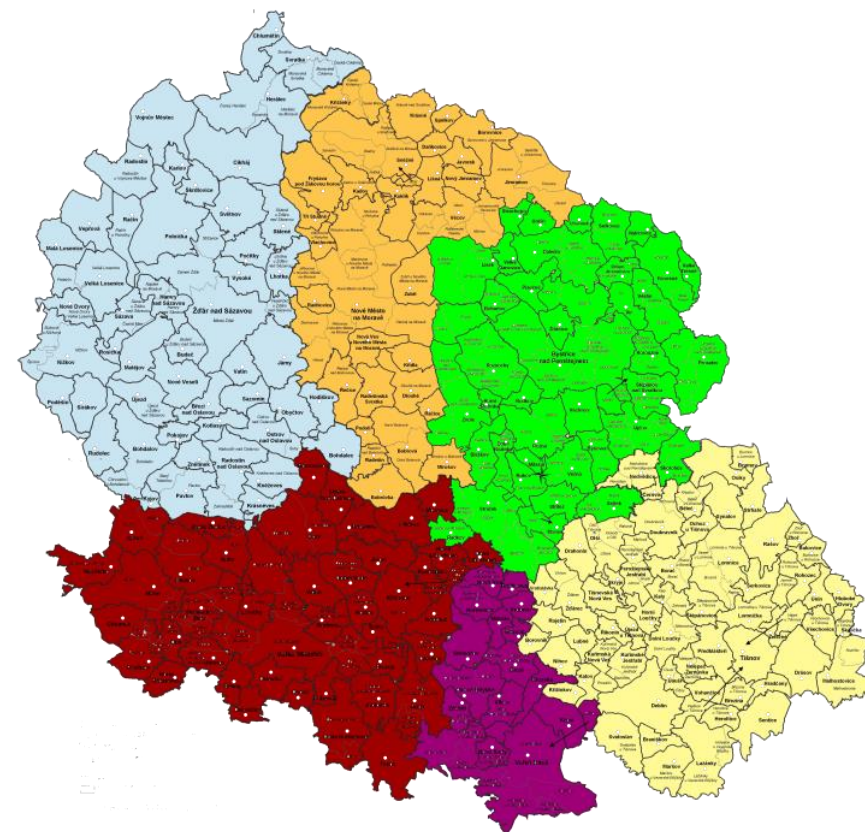


Idea

Koruna Vysočiny je projektem pro spolupráci **všech aktérů cestovního ruchu** v regionu **Žďárska, Novoměstska, Bystřicka, Nedvědicka, Tišnovska, Velkomeziříčska a Bítešska** pod společnou značkou Turistické destinace Koruna Vysočiny.

Region

Turistická destinace Koruna Vysočiny je aktuálně vymezena jako území přináležející pod správu obcí s rozšířenou působností (ORP), které se staly zakladateli - **Žďár, Nové Město, Bystřice n. Pern., Tišnov a Velké Meziříčí**. Území cca 2000 km² má **společné geografické rysy a kulturní tradice** a zahrnuje rozsah někdejšího okresu Žďár nad Sázavou a přilehlého území Tišnovska. Dle zájmu sousedních regionů může svoji působnost ještě rozšířit.

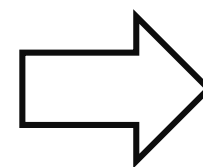


Turistická destinace Koruna Vysočiny



Cíle

- Posílení návštěvnosti regionu
- Prodloužení délky pobytu návštěvníků
- Ekonomický profit pro subjekty
v regionu působící



**Regionální
rozvoj**

Prostředky

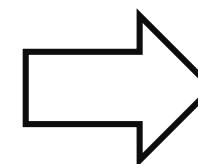
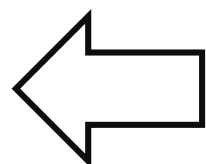
- **Propagace**
- **Koordinace**
- **Podpora**

Řešené slabiny

„Utajená“ destinace
„Tranzitní“ destinace
„Retro“ destinace

Rámcový management

Marketingový
Destinační
Strategický

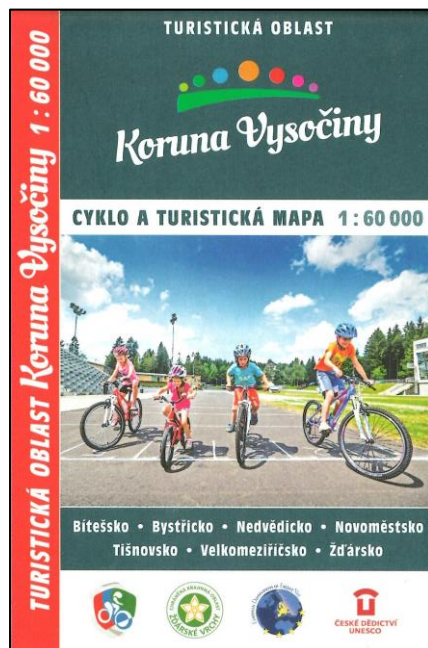


Turistická destinace Koruna Vysočiny



Projekty v provozu

- A) Turistické noviny
- B) Turistická mapa
- C) Turistický portál



Destinace spravovaná Koruna Vysočiny, Příloha 405, 588 01 Bystřice n. P. | telefon: 566 590 343, 736 308 072 | e-mail: kancelar@korunavysoctiny.cz | www.korunavysoctiny.cz

Projekty ke sdílení

- **A) Mlynářská stezka**
- **B) Pivní stezka**
- **C) Regionální značka regionálních výrobků a zážitků**
- **D) Regionální hra**
- **E) Knižní turistický průvodce regionem**
- **F) Self-service systém**
- **G) Geopark**
- **H) Turistická karta regionu**
- **I) Cyklostrategie**

A. Mlynářská stezka



2006:

- **Nadregionální cyklotrasa Nové Město na Moravě – Hardegg**
- **Zaměřena na tematiku býv. mlýnů**
- **Impuls k podpoře majitelů mlýnů adaptovat je pro potřeby turistů**
- **Vyznačena v terénu, mapy, web**

- **Stále existuje, ale vede místy nevhodnými úseky**
- **Marketingová podpora již nefunguje (nefunkční web, mapy rozebrané)**

Mlynářská stezka



2017:

- **Záměr obnovy projektu**

a) úprava stávajícího vedení trasy v nevhodných úsecích

- přeložky kvůli stavu bezpečnosti na komunikacích
- přeložky kvůli majetkovým omezením ze strany majitelů

b) rozšíření trasy o nové úseky, větve

- dovedení stezky k mlýnům skutečně fungujícím pro turisty
(muzea, restaurace, penziony)
- rozšíření možností putování na stezce, zejména o okruhy

c) obnova marketingové podpory stezky

- nový web, mapa, infotabule v terénu, mobilní průvodce...

Mlynářská stezka



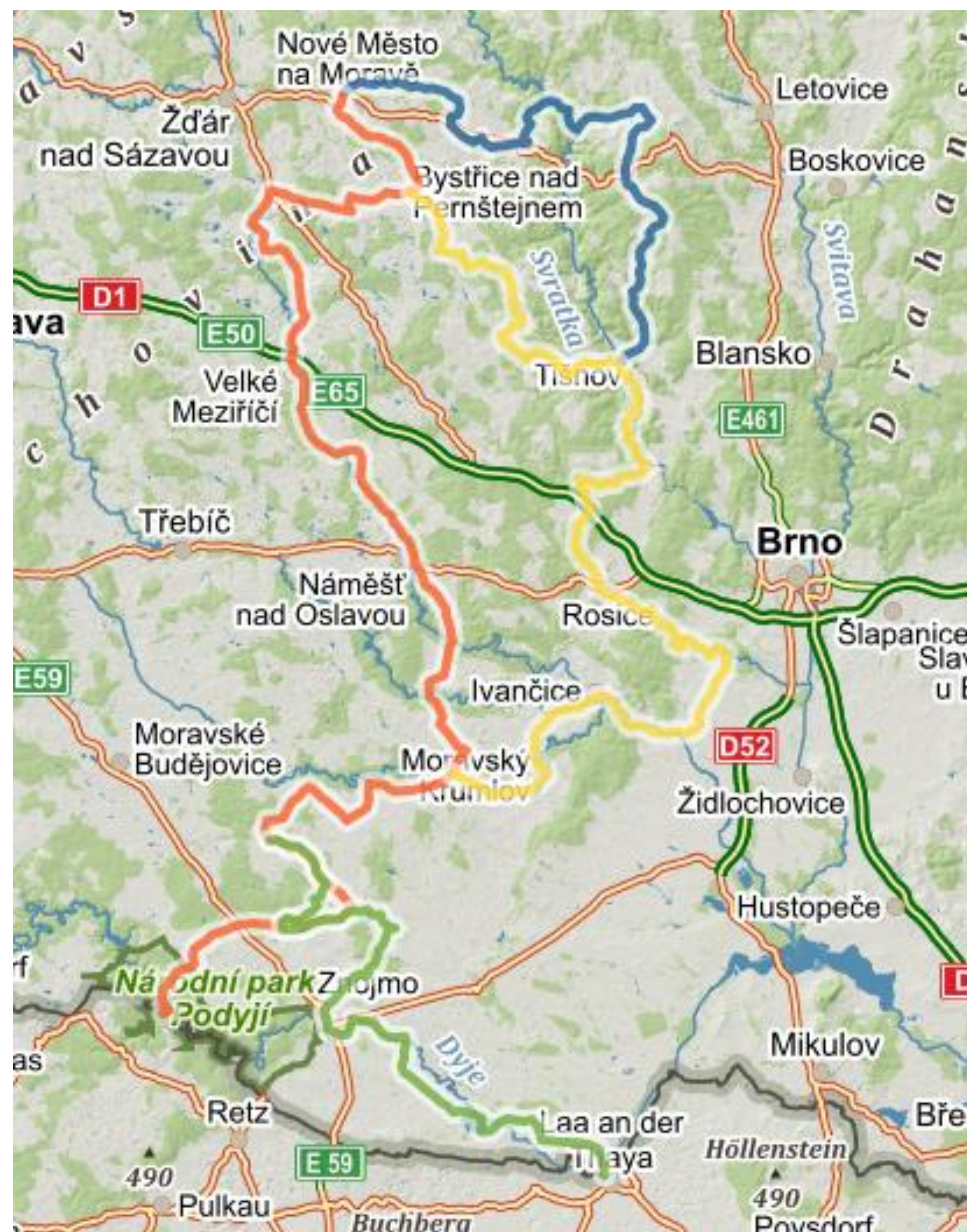
----- stávající trasa

Možné návrhy rozvětvení

----- nová větev „Podhorácká“

----- nové dovedení přes Znojmo do Laa

----- nové vedení na Bystřicku



B. Pivní stezka



- **Cílem pivních stezek je seznámit turisty s regionálními pivovary a propagovat regionální značky piva, příp. historii pivovarnictví v regionu**
- **Pivní stezky jsou dvojí**
 - **virtuální**

trasa není v terénu, stezka je souhrn cílů, např. Beskydská pivní stezka
 - **vyznačené**

zpravidla cyklotrasa je vyznačena terénu, např. Pivovarská stezka Oslavany - Dalešice
- **Principem je navštěvovat pivovary a proslulé restaurace, sbírat např. razítka a soutěžit o ceny získané od zapojených pivovarů**
- **Některé pivovary k tomu nabízejí exkurze a jiné bonusy**

Pivní stezka



- V našich regionech je nyní 12 pivovarů v KVy a 15 pivovarů v JMK
- V blízkém sousedství (Brno, Vysočina, PDK) dalších 28 pivovarů
- Další pivovary se připravují...
- Je tu několik historických pivovarů

- Pivní stezka může
 - propojit tato místa do jednoho propagačního balíčku
 - informovat o historii a současnosti domácí pivovarské kultury
 - podpořit návštěvnost méně známých míst (podpora podnikatelských aktivit)

Pivní stezka



Možné řešení:

- Typ virtuální stezky (značení v tak rozsáhlém území nemá význam)
- Marketingový balíček informací
 - web stezky, mobilní průvodce po stezce, roční katalog služeb
 - emise pivovarských razítek/suvenýrů
 - sběratelské „pivní pasy“
 - soutěžení o ceny od zapojených pivovarů
- Organizované eventy
 - Putování po stezce
 - Pivní festivaly a soutěže



C. Regionální značka

- **Certifikace výrobků, produktů a zážitků pocházející z určité oblasti nesoucích charakter typický pro dané území**
- **Do našeho regionu zasahují 3 regionální značky**
 - **Vysočina**
 - **Moravský kras**
 - **Znojensko**
- **Část regionu není pokryta (Tišnovsko, Brněnsko, Rosicko, Ivančicko ...)**
- **Principem je podpora podnikatelských aktivit místních malovýrobců a poskytovatelů jedinečných služeb a návštěvnických zážitků formou**
 - **propagační podpory a známosti**
 - **dovedení návštěvníků**

Regionální značka



Možné řešení:

- **Vybudování vlastní nové regionální značky/značek**
- **Certifikace novou značkou v „nezasaženém“ území**
- **Převedení části certifikovaných poskytovatelů v zájmovém území pod novou značku (pokud to umožňuje projektová udržitelnost předchozí značky viz převedení regionální značky Prácheňsko pod novou značku Toulava (Jižní Čechy))**

D. Regionální hra

- **Formát zatraktivnění území a lokalit formou příběhů, pověstí a pohádek spojených s regiony a jejich místy**
- **Obdobné projekty:**
 - **Pověsti a pohádky od Svitavy, od Svratky (MAS Boskovicko PLUS)**
 - **Zelené srdce Česka (MAS Havlíčkův kraj + MAS Hlinecko)**
- **Principem je**
 - **podpořit návštěvnost méně známých míst**
 - **informovat formou vhodnou pro rodiny s dětmi**
 - **propojit tato místa do jednoho propagačního balíčku**

E. Knižní turistický průvodce regionem

- **V záplavě internetových informací, mobilních turistických aplikací, informačních letáků o dílčích menších lokalitách a tipů na výlety k „profláklým“ turistickým cílům je postrádán klasický formát fundovaného knižního turistického průvodce**
- **Destinace Koruna Vysočiny má zájem k vydané tištěné turistické mapě a virtuálním informacím (web, mobilní aplikace) vydat knižního turistického průvodce regionem destinace**
- **Principem je**
 - **poskytnout informace o stabilní turistické nabídce v ucelené podobě**
 - **informovat bez předchozí tematické segmentace, a i o neznámých místech**
 - **dodat na knižní trh formát turistických informací, na který je zvyklá generace aktivních návštěvníků a turistů 50+**

F. Self-service systém



- Vybavení regionu místy zdravotnické a technické "první svépomoci" pro návštěvníky
- Systém je na Znojemsku péčí místního podnikatele Cyklo Kučera
- V partnerských lokalitách (restaurace, ubytovací zařízení, tur. cíle) je umístěn zdravotnický batoh a bedna s nářadím
- V terénu jsou umístěny směrovky k nejbližšímu „self-service“ místu
- Principem je
 - zajistit možnost první pomoci (zdravotní, servisní) v lokalitách a časech mimo běžně dostupné služby
 - podpořit komfortnost návštěvníků



G. Geopark



- **Uchopení geologických, mineralogických a dalších přírodních a historických unikátností regionu**
- **V ČR funguje 12 geoparků na 2 úrovních - národní a kandidátský geopark**
- **Naše regiony jsou geomorfologicky velmi pestré a bohaté na přírodní geologické unikáty, mineralogická naleziště i místa historických rudních revírů nebo montánních děl**
- **Principem je**
 - **představit návštěvníkům další atraktivní místa regionů**
 - **informovat o přírodních hodnotách území a lokalit**
 - **zajistit ochranu přírodně a historicky cenných lokalit**
 - **adaptovat atraktivní lokality pro účely návštěvníckého managementu**

H. Turistická karta



- Turistická karta (pas) návštěvníka i rezidenta turistické oblasti je partnerský systém výhod, které vlastník turistické karty uplatňuje při využití služeb partnera.
- Partnerství je uzavíráno mezi poskytovatelem služeb – partnerem a vydavatelem (a provozovatelem systému) karty. Partner se zapojením do sítě služeb zavazuje poskytovat dohodnutou výhodu (zpravidla výši slevy) ze svých služeb, zatímco vydavatel turistické karty provádí marketingovou podporu systému.

Turistická karta

- **System turistické karty je postaven na různých variantách užití, vždy jako přínos:**
 - a) pro vydavatele – marketingový nástroj pro propagaci destinace a zdroj informací o uživatelích, službách a lokalitách užití**
 - b) pro partnera – marketingová podpora nabídky služeb prostřednictvím vydavatele karty**
 - c) pro uživatele – zdroj výhod u poskytovatelů akceptujících kartu, a zdroj informací o poskytovatelích výhod**
- **Destinace Koruna Vysočiny má zájem o vybudování systému turistické karty regionu jako marketingového nástroje na**
 - **podporu návštěvnosti regionu,**
 - **využívání služeb místních provozovatelů a**
 - **partnerství s podnikatelským sektorem**



I. „Cyklostrategie“

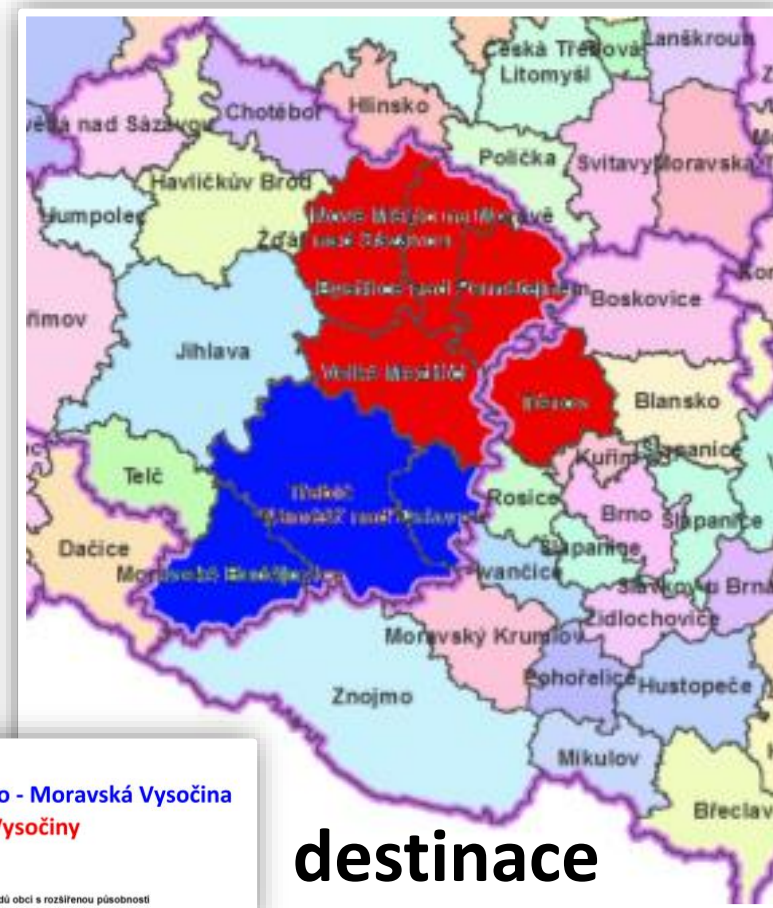
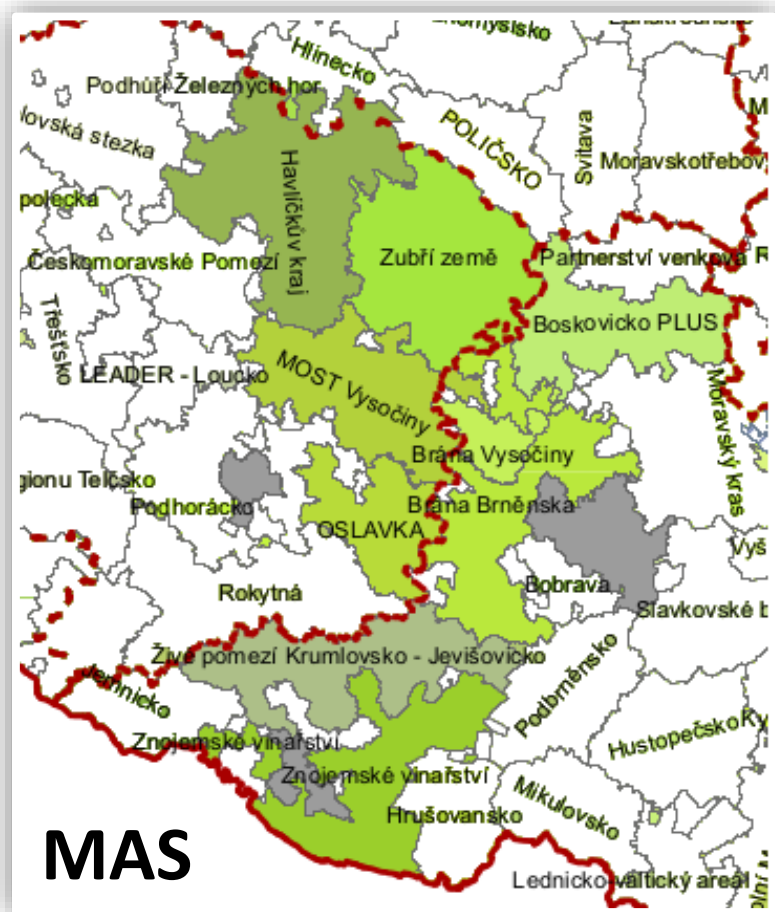
- **Destinace Koruna Vysočiny z titulu svých zakladatelských měst má zájem o vzájemnou koordinaci projektů v území, které se týkají rozvoje infrastruktury pro bezmotorovou dopravu**
- **V širším kontextu jde o**
 - **koordinaci projektů budování cyklostezek a značení cyklotras pro turistické návštěvníky**
 - **projekty zvyšování bezpečnosti a komfortu pohybu rezidentů v území (každodenní cesty do práce/školy; pohyb s kočárky; bezbariérové stezky)**
 - **zlepšování prostupnosti krajiny**
 - **technickou a následnou marketingovou podporu regionu jako „dopravně bezpečné a (cyklo)turisticky přátelské destinace“**

„Cyklostrategie“

- **Záměr zahrnuje:**
 - **zřízení cyklokoordinátora destinace**
 - **zpracování ucelené strategie rozvoje infrastruktury bezmotorové dopravy na území destinace**
 - **zpracování marketingové strategie dopravně bezpečné, bezbariérové a (cyklo)turisticky přátelské destinace**
 - **projektová a marketingová podpora realizace strategických opatření**
 - **monitoring území**
 - **odborné poradenství pro projektové záměry v území**
- **Principem je spojení lidských a finančních zdrojů v území a jejich efektivní využívání pro záměry**

TIŠNOV

...o jaké projekty bude zájem?





Destinační společnost Koruna Vysočiny
Příční 405, 593 01 Bystřice nad Pernštejnem
IČ: 04415868

Děkujeme za pozornost a těšíme se na spolupráci

Vladimír Vecheta

776 308 072

kancelar@korunavysociny.cz