

MARKETINGOVÝ PLÁN A PLÁN ČINNOSTI 2024 SDRUŽENÍ ČESKÝ RÁJ

Profil návštěvníka Českého ráje

Do Českého ráje přijíždí převážně **obyvatelé České republiky**, představují téměř **97 %**, ze zahraničních návštěvníků převažují **Němci**, následují **Poláci** a **Nizozemci**. Největší zastoupení mají návštěvníci z **Libereckého kraje** (23 %), následují **Středočeši** (16 %) a **Pražané** (15 %), s malým odstupem pak obyvatelé **Královéhradeckého kraje** (11 %).

Naprostá **většina** (83 %) přijíždí do regionu **vlastním autem**, případně na motocyklu. Hromadná doprava, byť je region poměrně dobře dostupný, stále zůstává okrajovou volbou. Vlakovou dopravou se do Českého ráje dopravilo jen 9 % dotázaných, autobusem pouze 2 %, zájezdovým autobusem 1 %. Na kole, koloběžce nebo pěšky se do oblasti dopravuje jen minimum návštěvníků (4 %, převážně místní). Většina se během pobytu pohybuje **pěšky** (89 %), kolo nebo koloběžku využívá 17 % dotázaných, vlastní auto či motocykl k pohybu po Českém ráji volí 27 % návštěvníků, hromadnou dopravu pouze 3 %. Ostatní způsoby dopravy jsou okrajové.

Nejzastoupenější cílovou skupinou jsou **rodiny s nezletilými dětmi**, představují 40 % návštěvníků. Druhou nejzastoupenější skupinou jsou páry (29 % respondentů). Skupinky přátel či příbuzných bez dětí tvoří 18 % návštěvníků. Návštěvníci, kteří do Českého ráje vyrazí na výlet sami, byli mezi respondenty zastoupeni 7 %. Organizované skupiny, více než 10 osob, představují 2 % dotázaných. Struktura návštěvníků zahrnuje všechny věkové kategorie.

Největší zastoupení má věková kategorie **36 – 45 let** (33 %), druhou nejčastější skupinou byli návštěvníci ve věku 26 – 35 let (26 %). Návštěvníci mezi 46 – 55 lety tvořili 20 %, podíl pre-seniorů (56 – 65 let) a seniorů (66 a více let) dosahuje 15 %, mladí lidé do 25 let představovali jen 6 % respondentů. V šetření byla zjišťována také délka pobytu, nejčastěji uváděli respondenti pobyt v délce 3 – 7 dní (42 %).

Velmi časté jsou také **jednodenní návštěvy** – 13 % návštěvníků se v Českém ráji zdrží jen několik hodin, dalších 14 % uvádí jednodenní návštěvu a připočteme-li 13 % místních na výletě, představuje tato skupina v souhrnu **40 %**. Dvoudenní pobyt uvedlo 13 % respondentů. Pouze 5 % návštěvníků zůstává v Českém ráji déle než 7 dní.

Návštěvníci se nejčastěji ubytovávají **v malých penzionech** (22 %) a v **kempech** (18 %), případně v **individuálních ubytovacích** zařízeních jako jsou vlastní chaty, chalupy, pobyt u známých (14 %). V hotelech se ubytovalo jen 8 % dotázaných. Český ráj je oblastí, kam se návštěvníci **rádi vrací**. Mezi respondenty bylo pouze 21 % těch, kteří zde byli poprvé. Nejčastějším typem je návštěvník, který do regionu přijíždí jednou za rok či několik let (38 %). Významnou skupinu tvoří také ti, kteří se do Českého ráje vrací vícekrát za rok, představují 29 % dotázaných (17,5 % přijíždí několikrát do roka, dalších více než 11 % přijíždí dokonce 10 a vícekrát za rok). Místní obyvatelé tvořili 13 % dotázaných návštěvníků.

Hlavním důvodem návštěvy Českého ráje bez ohledu na věk, velikost a místo bydliště návštěvníků je s jednoznačnou převahou **poznávání přírody a jejích krás** (tento důvod uvedlo 87 % dotázaných), druhým nejčastějším důvodem je klid a odpočinek (66 % dotázaných). S výrazným odstupem pak následuje poznávání kulturního bohatství (21 % dotázaných) a rekreační sport (20 %). Jiné důvody návštěvy jsou zmiňovány jen minimálně (4 % dotázaných).

Mezi aktivitami je nejčastěji zmiňována **pěší turistika** (89 %, z toho 52 % respondentů absolvovalo nebo plánovalo absolvovat delší výlet pěšky, 37 % dotázaných uvádělo krátké procházky do 2 hodin). Častá je také **návštěva hradů, zámků a muzeí, tuto aktivitu** zmínilo 42 % respondentů. Více než třetina návštěvníků (35 %) během svého pobytu fotografuje, téměř čtvrtina (23 %) se koupe, necelá pětina (18 %) se věnuje cykloturistice, případně jezdí na koloběžkách. Ostatní aktivity byly zmiňovány okrajově (horolezectví 3 %, geocaching 4 %, splouvání řek 2 %, další aktivity do 1 %).

V dotazníku bylo také zjišťováno, o čem by se návštěvníci chtěli dozvědět více, odpovědi ukazují na **zájem poznávat nejen přírodu, ale i historii, kulturu a tradice oblasti**. Téměř třetina respondentů má zájem o základní informace o oblasti, 40 % respondentů o historii, 27 % respondentů o geologii a geomorfologii, 26 % o lidovou architekturu. Jak již bylo řečeno, hlavním důvodem návštěvy Českého ráje je poznávání přírody a jejích krás, tomu odpovídá i zájem dozvědět se více o zvířatech (25 %), rostlinách (17 %), vodních plochách, tocích a mokřadech (21 %), lesích (13 %). Téma horolezectví, která má v Českém ráji dlouhou a bohatou tradici, zajímá 11 % návštěvníků.

Návštěvníci jsou s pobytem v Českém ráji spokojeni, téměř 70 % respondentů uvedlo, že pobyt v přírodě dokonale splnil jejich očekávání, dalších 30 % uvedlo, že očekávání byla splněna částečně. Pouze jeden respondent se vyjádřil, že očekávání nebyla vůbec splněna. Od další či delší návštěvy Českého ráje by návštěvníky mohla odradit přílišná koncentrace lidí (23 % dotázaných), problémy s parkováním (9 %), míjení cyklistů a pěších na cestách (9 %), nedostatečně udržované turistické stezky (6 %), případně kvalita a cena služeb či jiné, okrajově zmiňované důvody (4 %). Většina dotázaných (58 %) však uvedla, že je od návštěvy neodradí nic, což potvrzuje vysokou míru spokojenosti s pobytem v Českém ráji.

Lze konstatovat, že návštěvníci Českého ráje si uvědomují důležitost ochrany přírody a krajiny a potřebu regulovat pohyb turistů v nejohroženějších lokalitách, nechtějí se ale zcela vzdát možnosti navštívit i tyto cíle. Průvodcovské služby jsou v tomto kontextu přijímány jako nejhodnější způsob regulace. **Vzhledem k tomu, že převážná většina respondentů (82 %) je v případě zaujetí nějakým programem či místem schopna jednoduše měnit své plány, je zde velký prostor pro práci s cílovými skupinami tak, aby byl cestovní ruch na území udržitelný a byly minimalizovány negativní dopady jak na přírodu a životní prostředí, tak na kvalitu návštěvníckého zážitku.**

Obsahová analýza návštěvníckého hodnocení odhalila **nedostatky především v infrastruktuře cestovního ruchu: kapacita a ceny parkovišť, kvalita a ceny stravovacích služeb, turistické značení, mobiliář, péče o čistotu a pořádek**. Návštěvníci také často negativně vnímají vysokou koncentraci lidí a chování turistů, a ačkoliv byly zaznamenány i stížnosti na rostoucí regulace a zákazy, převažuje u návštěvníků spíše pozitivní postoj k usměrňování.

Dále je třeba průběžně aktualizovat profil návštěvníků na základě kvalitativních šetření (se snahou o maximální reprezentativnost vzorku) a využívat výstupy při dalším strategickém plánování v oblasti destinačního.

(zdroj: Strategický plán Sdružení Český ráj pro období 2020 – 2030)

Klíčové produkty dlouhodobá marketingová témata

Český ráj dětem (www.ceskyrajdetem.cz)

Cílová skupina: rodiny s dětmi (aktuálně nejsilnější CS)

Produkt je koncipován tak, aby ovlivňoval tok návštěvníků a vedle Top lokalit představuje také méně známá místa, a to formou motivační hry (pro děti „Putování za pověstmi Českého ráje“). Má potenciál návštěvníky blíže seznámit s regionem, zavést i do okrajových částí regionu, prodloužit pobyt.

Lokality prezentované v pověstech (tučně TOPy):

- Jak vznikl rubín (**Bozkov**, Semily, Železný Brod, Kittelův dům, Kozákov, Palackého stezka, Riegrova stezka)
- O loupežnících a statečné Kristýnce (Turnovsko, **Maloskalsko** – Drábovna)
- Kdo naučil Turnováky brousit drahé kameny (Turnovsko – Kozákov)
- O Troskách (**Trosky**, zámek Hrubá Skála, Rovensko pod Troskami, Troskovice, **Hruboskalsko, Podtrosecká údolí**)
- O Bílé paní (Lomnicko a Novopacko, Železnice)
- O Pelíškovi (**Prachovské skály**, Rumcajsův a Cipískův okruh, Vyhlička na Přivýšíně, zbytky hradů Přivýšina a Pařez)
- Jak vznikl Zebín (Jičínsko, vč. židovských památek)
- O hadí studánce (Kost, Humprecht, Sobotecko, **údolí Plakánek**)
- O obrovi z Drábských světniček (Drábské světničky, Valečov, zámek Mnichovo Hradiště, Mužský, Příhrazské skály, Klamorna, Hynšta)
- O mladoboleslavském postilionovi (hrad Michalovice, Templ, Muzeum Mladoboleslavsko, **Škoda auto muzeum**)

Marketingová podpora:

- tiskoviny – Cestovní kniha, 12 pověstí, Cestomapa
- propagační předměty
- internetová prezentace, fb příspěvky na hlavním profilu
- akce Zahájení turistické sezony (poslední dubnový víkend, Turnov)
- v roce 2023 pořízeny makety postav pro infocentra a další zapojené cíle

V roce 2024

- Zajištění atraktivnějších odměn, upřesnění systému odměňování, jasná pravidla pro všechna výdejní místa.
- Diskuze o budoucnosti celého projektu pro další období. Možnost kompletního upgradu v souladu s moderními trendy i upuštění od tématu a hledání nového atraktivnějšího produktu pro cílovou skupinu rodiny s menšími dětmi.....

Po stopách Albrechta z Valdštejna (www.albrechtzvaldstejna.cz)

Cílová skupina: návštěvníci se zájmem o poznání, památky, rodiny s dětmi (školou povinné)

Produkt zavádí návštěvníky na památky často mimo hlavní turistické cíle (krom Trosek).

V roce 2020 byl produkt z roku 2007 nově marketingově uchopen. Byly vytvořeny nové webové stránky, brožura a fb profil. V roce 2021 se zapojily další subjekty a bylo připraveno rozšířené vydání brožury a map s motivační hrou. V roce 2022 byla představena motivační hra, řadou zapojených subjektů je hodnocena velmi pozitivně (Trosky, Valdštejnovo muzeum a mincovna). Bylo vyrobeno prezentační video (kladná odezva).

V roce 2024

- větší zapojení krajů a krajských centrál na propagaci a podpoře tématu
- snížení počtu razítkovacích míst (jen ti, kdo mají skutečně zájem)
- správu webu a fb profilu zajistí SČR
- vytvoření NJ jazykové mutace textů – webu – případná žádost do NPPCR na zajištění dalšího rozvoje produktu a financování větších kampaní

Regionální produkt Český ráj (www.regionalniprodukt.cz)

Produkt na podporu lokální ekonomiky a místních výrobců – propagace značky a marketingová podpora certifikovaných regionálních produktů, prezentace na webu – tipy na suvenýry, co ochutnat.

Marketingová podpora – samostatná webová stránka, pravidelné příspěvky na hlavním fb profilu, videa jednotlivých výrobců pořízená 2020 a 2021. V roce 2022 představen nový web.

V roce 2024

- Certifikace nových uchazečů o značku (březen)
- Prezentace tématu v turistických novinách
- Pravidelné příspěvky na fb profilu (průběžně)
- Jarní a podzimní recertifikace (obnovení certifikátu po 2 letech)

Greenway Jizera (www.greenway-jizera.cz)

Cílová skupina: vyznavači aktivního trávení volného času, rodiny s většími dětmi

Produkt na podporu cykloturistiky a vodní turistiky v údolí řeky Jizery. Prezentován celý koridor s cílem odlehčit nejvytíženějšímu úseku Malá Skála – Turnov.

Marketingová podpora projektu – propagační tiskoviny, internetová prezentace, facebookový profil.

V roce 2024

- přestavba webové prezentace www.greenwayjizera.cz
- cyklojízda GWJ (jaro nebo podzim)
- příprava větší marketingové podpory pro rok 2025 (po otevření nového úseku)
- správa fondu GWJ, eventuální rozšíření na další obce

Zlatá stezka Českého ráje (www.zlatastezka.info)

Cílová skupina: pěší turisté na rodinných výletech. Roste počet uživatelů – absolventů dálkových tras
Produkt na podporu pěší turistiky, stezka sice vede jádrovým územím, ale zasahuje i do okrajových lokalit a méně známých míst. Potenciál doplňkové nabídky – návaznost sítě turistických stezek v okrajových částech (Novopacko, Semilsko), balíčky služeb.

Jedno s hlavních témat pro rok 2024 - opuštění samostatného webu, prezentace v rámci nové hlavní webové prezentace.

Geopark Český ráj (www.geoparkceskyraj.cz)

Prezentace území Českého ráje, které bylo vyhlášeno prvním českým geoparkem a od roku 2005 je zařazeno na prestižním seznamu evropské sítě geoparků – Globální geopark UNESCO. Nabídka v oblasti geoturistiky a geovědy.

Další preferovaná témata

Kulturní a městská turistika

- Propagace letních kulturních programů
- Zapojení do press a instatripů

Udržitelný cestovní ruch/environmentální osvěta

- Zařazení osvěty do turistických novin i nově připravovaných propagačních materiálů (Skalní města, nová brožura)
- Rozvoj webu Chodím beze stop
- Propagace turistických autobusů v novinách, na webu, fb, prostřednictvím radiospotů
- Propagace dalších forem veřejné dopravy
- Příspěvky na fb a ig

Veletrhy a prezentační akce 2024

Tuzemské veletrhy

- Holiday World Praha – 15. - 17. března
- For Bikes Praha – 24. - 26. březen (dodání materiálů)
- Valdštejnské slavnosti Jičín – 17. – 19. května (materiály)
- Křehká krása Jablonec nad Nisou ?
- Crystal Valley Week Liberec ?
- Křišťálové městečko v Železném Brodě – 21. – 22. září

Zahraniční veletrhy a akce

- Reisemesse Drážďany – 26. – 28. ledna s LK
- MTT Wrocław – 22. – 24. března, účast s KHK
- Hvězdicová jízda, Olbersdorfer See – 1. června s LK
- Canaletto Drážďany – srpen 2023 – městské slavnosti (s LK)
- Touristik & Caravaning, Reisemesse, Lipsko – listopad 2024 (s LK)

Další prezentační akce

- Travel Trade Day + pretours – KHK (26. dubna, 29. – 30. dubna)
- Zahájení turistické sezony v Českém ráji – Český ráj dětem (28. dubna)
- Májová slavnost v Jičíně (1. května) – ve spolupráci s RP
- Den pro rodinu – Jičín – 16. června
- Den pro rodiny – Hradec Králové – 21. května ?
- Liberecký jarmark – srpen ?
- Skleněné městečko v Železném Brodě – 21. září

On-line

Webové stránky

- www.cesky-raj.info – dokončení přestavby, nový web červen 2024, tvorba nové vizuální identity
- www.ceskyrajdetem.cz – přestavba konec 2020
- www.greenway-jizera.cz – zahájení přestavby
- www.regionalniprodukt.cz – nový web od 2022
- www.albrechtzvaldstejna.cz/ - aktualizace a příprava NJ jazykové mutace

Facebook

Český ráj – příspěvkový plán v souladu s preferovanými tématy, přednostní zveřejňování aktuálních příspěvků členů SČR, omezení propagace frekventovaných lokalit v sezoně

Po stopách Albrechta z Valdštejna – aktuální info ze zapojených cílů

Instagram

Ceskyrajcz – posílení profilu, pokračování v enviroosvětě

Ediční a distribuční činnost

- Příprava distribuce a tisk prodejné brožury na téma Český ráj (rest z roku 2023)
- Distribuce katalogů a aktualizovaných map po stopách Albrechta z Valdštejna
- Příprava, vydání, distribuce Turistických novin Český ráj 2024 (22 tisíc ks, 40 stran, otázka zpoplatnění)
- Jízdní řády cyklobusů (spolupráce s CCRKHK)
- Nové mapy TO

Presstripy/Famtripy

- Ve spolupráci s kraji a ZZ
- Preferovaná témata – Po stopách AV, městská turistika, enviroosvěta, méně známé lokality
- Kluci z Prahy 17. - 18. dubna
- 6 novinářů ze Skandinávie, Beneluxu, Španělska a Rakouska 19. – 22. června

PR

- Pravidelné vydávání TZ o aktuální činnosti Sdružení Český ráj
- Články do obecních zpravodajů
- Pravidelné měsíční zasílání novinek na kraje a CZT

Rozvoj fotobanky

- pořizování nových videí na téma Za pověstmi Českého ráj, Po stopách AV, cestování veřejnou dopravou.

Další aktivity

Pokračování projektu Optimalizace turistického informačního systému v Českém ráji

- Realizace dodatečných informačních tabulí nad rámec realizovaných projektů na území MR Jizera a Pojizeří
 - o MR Jizera – obce Svijany (1x), Čtveřín (1x), Příšovice (1x), Paceřice (3x), Přepeře (1x oprava stojanu)
 - o MR Pojizeří – obce Příkrý (2x), Bozkov (2x), Bystrá nad Jizerou (1x), Košťálov (1x)
- Spolupráce s MR Tábor na realizaci optimalizace IS (14 ks informační tabulí)
- Pokračování v jednání a spolupráci ve věci optimalizace IS z roku 2023
 - o Hodkovice nad Mohelkou
 - o Mnichovo Hradiště + Mnichovohradištsko
 - o MR Podkozákovo
 - o MR Kozákov
 - o Koordinace aktivit a výměna dat s KČT a SCHKO Český ráj
 - o Realizaci informačních panelů na základě poptávky soukromých subjektů
- Navázání spolupráce s dalšími subjekty a partnery
 - o Obnova IS a mobiliáře na cyklostezce GW Jizera
 - o Komunikace a spolupráce s obcemi a partnery na území SČK (Dolnobousovsko) a KHK (Jičínsko)

Analytická činnost

- Doplnování dat pro profil návštěvníka (ve spolupráci se SCCR)
- Monitoring návštěvnosti infocenter
- Monitoring návštěvnosti turistických cílů (ve spolupráci s IC)
- Monitoring údajů ČSÚ – HUZ
- Monitoring údajů ze sčítačů na turistických trasách (CHKO a Greenway Jizera), nově sčítač na Zlaté stezce u hradu Valdštejn
- Monitoring návštěvnosti on-line nástrojů (google analytics, gas)

Koordinace činnosti pracovních skupin, spolupráce

- Obnovení činnosti projektové skupiny (jarní a podzimní setkání)
- Marketingová skupina Český ráj – pravidelná setkání, školení, účast na veletrzích (předpoklad únor/březen, květen/červen, konec září, listopad)

- Regionální produkt Český ráj – min. 1 x ročně certifikace, jarní a podzimní recertifikace stávajících nositelů
- Spolupráce s mikroregiony – Optimalizace TIS, turistické autobusy
- Účast na jednáních pracovních skupin jednotlivých krajů
- Spolupráce na projektu Liberecký kraj sobě
- Spolupráce na projektu Skalní města České republiky
- Účast na jednáních k naplňování Konceptce práce s návštěvnickou veřejností CHKO Český ráj
- Prohloubení spolupráce s podnikatelským sektorem (ubytování a stravování na webu, fb)

Greenway Jizera

- dořešení výpůjčky majetku na obce Turnov, Malá Skála, Rakousy, Líšný
- vyúčtování a případné pokračování projektu Koordinace, administrace a předprojektová příprava Greenway Jizera - úsek Semilsko, Jilemnicko
- správa fondu GWJ a diskuse k jeho budoucímu rozšíření nad další vybudované úseky

Zpracovala Jitka Kořínková a kol., květen 2024

Schválila Správní rada SČR, 23. 5. 2024, v Turnově