

## ANOTACE PROJEKTU

**Projektový záměr „PodKletí – láká, baví i chutná“ odpovídá potřebě efektivně oslovit návštěvníky, zohlednit jejich poptávku i zvyklosti, a současně nutnosti posílit spolupráci DMO s dalšími lokálními partnery, s cílem využití potenciálu TO PodKletí pro tvorbu produktů na regionální úrovni a budování jednotné image destinace, s orientací na udržitelný turismus.**

Projektový záměr se zaměřuje na definování a postupné budování značky Turistické oblasti PodKletí, vnitřního posílení znalostí o destinaci prostřednictvím marketingových výzkumů u poskytovatelů služeb cestovního ruchu, a rozšířením kooperací, především formou B2B aktivit s klíčovými partnery v destinaci.

Řízení destinace bude v rámci projektu posilováno především prostřednictvím vzdělávání a společnými tréninky aktérů v cestovním ruchu.

Současně musí destinace pokračovat v tvorbě produktů cestovního ruchu a jejich inovací a propagaci destinace prostřednictvím širší komunikační kampaně, když významným marketingovým nástrojem typickým pro destinaci zůstávají eventy.

Dojde k rozšíření webových stránek destinační společnosti/ turistické oblasti o nové funkcionality souvisejícími s novými trendy.

Významnou součástí promo destinace budou eventy pro návštěvníky založené na výrazné propagaci místních produktů a regionálních producentů a propagace destinace prostřednictvím místních produktů – jedná se především o realizaci akcí regionálního charakteru (ve vazbě na turistickou (mimo)sezónu a produkty TO), promokampaně produktů TO PodKletí prostřednictvím sociálních sítí v hlavní turistické sezóně a prezentace na vybraných akcích a veletrzích, především ve spolupráci s Jihočeskou centrálou cestovního ruchu.

Projekt bude realizován od 9/2018 do 12/2019, výstupů a přínosů projektu bude dosahováno postupně v rámci uvedeného harmonogramu.

Projektový záměr vznikl jako logická součást rozvoje DMO turistické oblasti PodKletí. DMO Jihočeský venkov, z.s. vznikl v lednu 2015 a postupně vytváří vazby na úrovni turistické oblasti a kraje, které jí umožnily zahájit realizaci aktivit 3K – komunikace, kooperace a koordinace – rozvoje cestovního ruchu v zájmovém území, destinaci.

Cíle projektu vycházejí z potřeb regionu TO PodKletí, DMO postupně buduje vazby v rámci regionu a vytváří vlastní „tvář“ – značku – vycházející z primárních podmínek regionu, k tomu jsou v rámci projektu směřovány všechny aktivity B2B.

Budování značky TO PodKletí a destinační společnosti Jihočeský venkov, z.s. je směřováno k podpoře soft-turistiky, venkovské turistiky a turistiky šetrné k životnímu prostředí, ke které má region velmi dobré podmínky – a naplňuje **motto destinace: „zažít autentický jihočeský venkov“.**

Destinace má přírodní a pohodovou image, jde o typicky venkovský region s nenarušeným životním prostředím, nedevalvovaným doposud masovým turismem (na rozdíl od přesycených center dalších destinací). Právě tato oblast – využití potenciálu „pomalé turistiky“ (především cykloturistiky a pěší turistiky) a „spotřeby místní produkce“ v návaznosti na spotřebu služeb cestovního ruchu v místě - má nadále prostor pro růst, také v kombinaci se zážitky (reprezentováno v rámci projektu eventy B2C)..... **TO PodKletí – láká, baví i chutná.**

[WWW.JIHOCESKYVENKOV.CZ](http://WWW.JIHOCESKYVENKOV.CZ)