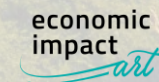




Koncepce rozvoje kultury a cestovního ruchu ve městě Mikulov 2024–2030

Návrhová část



Město Mikulov

Náměstí 158/1, 692 20 Mikulov

IČO: 00283347

22. 5. 2024

Dovolujeme si Vám předložit **Koncepci rozvoje kultury a cestovního ruchu ve městě Mikulov**. Koncepce se skládá z několika částí, tento dokument obsahuje Návrhovou část, která sestává ze Strategické části a Implementační části.

Strategická část stanovuje pro Mikulov v odvětví kultury a cestovního ruchu dlouhodobou vizi, misi, globální cíl, a dále cíle strategické a jejich priority, které jsou rozpracovány do opatření. Strategická část se věnuje například rozvoji infrastruktury, nabídky a celkového potenciálu kultury a cestovního ruchu ve městě, zlepšení koordinace a spolupráce a aktivnímu managementu poptávky a marketingu.

Implementační část zahrnuje nastavení procesu naplňování koncepce a pravidelného vyhodnocování. Nedílnou součástí implementační části koncepce je i **Akční plán**, který je v samostatném dokumentu.

Pevně věříme, že Vám tato Koncepce poskytne užitečné informace a bude hodnotným podkladem pro Vaši další činnost. V případě Vašeho zájmu jsme připraveni Vám nabídnout asistenci při používání zpracovaného materiálu či v rámci případné budoucí spolupráce.

S pozdravem

Ondřej Špaček

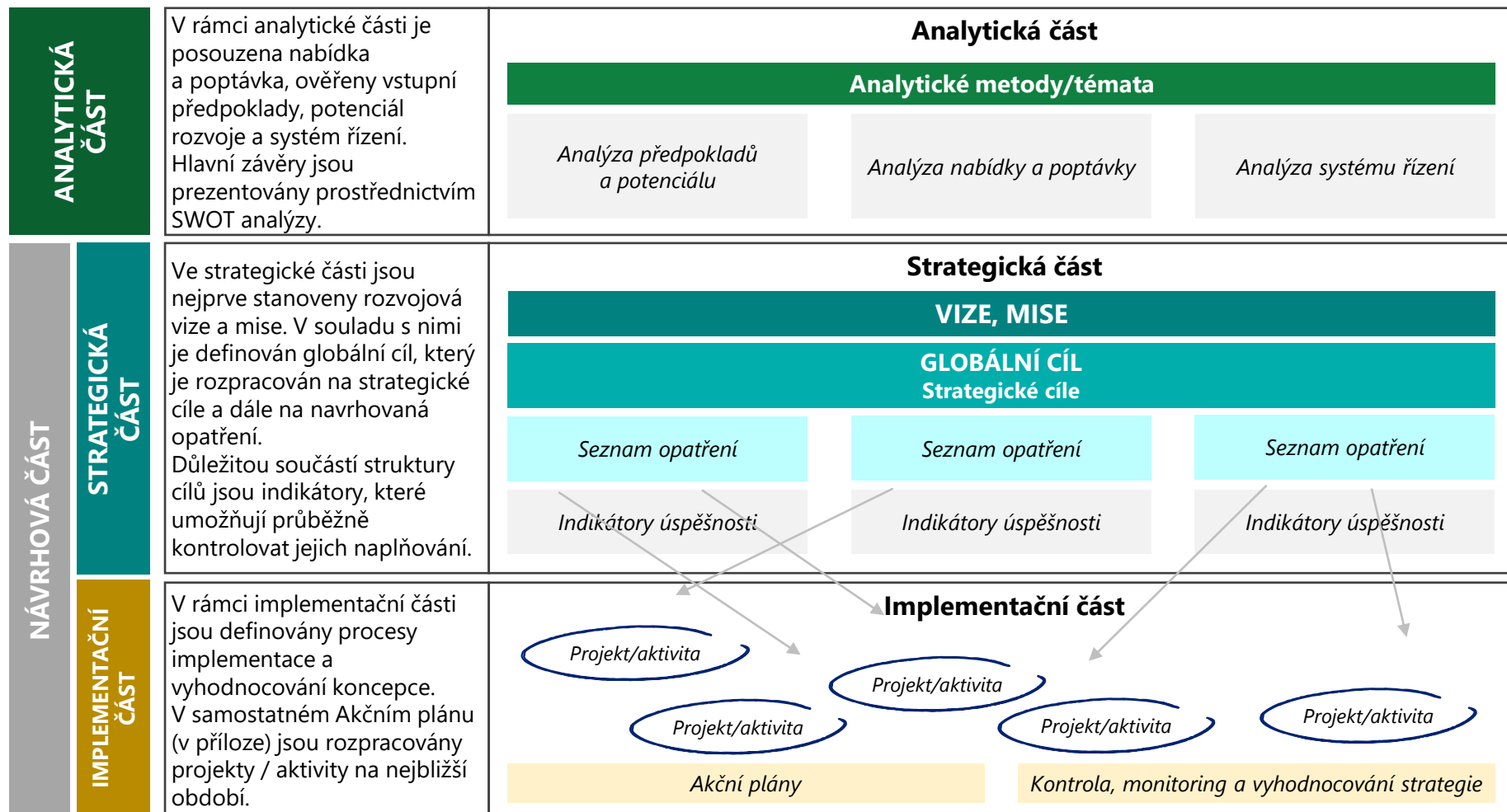
Economic Impact Art s.r.o.

Obsah:

Struktura Koncepce a metodika tvorby	3
STRATEGICKÁ ČÁST	4
Vize, mise, globální cíl	5
Strategické oblasti a cíle	9
Opatření, aktivity a indikátory úspěšnosti	15
Strategický cíl 1: Podpořit kvalitní nabídku kultury, atraktivit a služeb cestovního ruchu	16
Strategický cíl 2: Nastavit dlouhodobě udržitelný efektivní systém řízení a podpory kultury a cestovního ruchu	29
Strategický cíl 3: Efektivně komunikovat a řídit návštěvnost kultury a cestovního ruchu	40
IMPLEMENTAČNÍ ČÁST	59
Přínosy implementace Koncepce pro stakeholdery	60
Proces naplňování a vyhodnocování studie	62
PŘÍLOHY NÁVRHOVÉ ČÁSTI	65
Varianta pro vytvoření platformy pro komunikaci, koordinaci a kooperaci v podobě zřízení spolku Partnerství pro Mikulov	66
Zásady tvorby marketingového plánu	74

Struktura Koncepce a metodika tvorby

Dokument odpovídá doporučené **struktuře a metodickému postupu pro tvorbu strategických dokumentů v ČR** (Metodika přípravy veřejných strategií. MMR, 2018), je členěn na Analytickou část a Návrhovou část, pro Mikulov jsou připraveny ve dvou samostatných dokumentech.





Strategická část

Vize, mise, globální cíl

Vize a mise

Vize a mise jsou vyjádřením ambice, kam by mělo město Mikulov v rámci rozvoje kultury a cestovního ruchu směřovat.

Vize města Mikulov 2030 v oblasti kultury a cestovního ruchu

Mikulov je živým centrem regionu, pulsujícím srdcem unikátních a opečovávaných historických a přírodních krás. Je to město, které aktivně čerpá z lokálního lidského kapitálu a svou atraktivitou přitahuje mnohé návštěvníky. Jeho prosperita je založená na etickém přístupu k udržitelnému rozvoji turismu a podpoře inovací v kreativních a kulturních odvětvích.

Mise města Mikulov 2030 v oblasti kultury a cestovního ruchu

Mikulov buduje svou profilaci mezinárodně uznávané destinace, kde se snoubí bohatá historie s moderním životním stylem a aktivním turismem. Je to město, kde vinařská tradice a pohostinnost vytváří autentické prostředí. Město, které je inkubátorem pro inovace, kreativitu a nové trendy v turismu a kultuře, a tím cíleně podporuje podnikavost místních lidí, kterým se tím nabízí celá škála atraktivních příležitostí pro zajištění živobytí. Mikulov je i nadále místem, kde by chtěl žít každý, kdo město navštíví a pozná jeho obyvatele.

Stavební kameny mise

Stavební kameny představují základní stavební **principy celé Koncepce** a konkretizují stanovenou vizi. Umožňují vizi lépe interpretovat ve vztahu k subjektům, které se podílejí na jejím naplnění.

Autenticita	Kvalita	Inovace	Edukace	Kooperace a respekt	Nabídka produktů
Důraz na nabídku postavenou na lokálním lidském kapitálu a přirozeně jedinečných produktech.	Zodpovědné zvyšování kvality kulturní nabídky a poskytovaných služeb v cestovním ruchu.	Podpora kreativních kulturních odvětví a nových trendů v oblasti turismu, inovace nabídky, řízení i komunikace.	Zaměření na edukaci a osvětu návštěvníků směrem k udržitelnosti, podpora vzdělávání aktérů v kultuře i cestovním ruchu.	Transparentní spolupráce zainteresovaných aktérů kultury a cestovního ruchu i široké veřejnosti, založená na respektu.	Unikátní produktová nabídka v kultuře a cestovním ruchu specificky připravená na míru cílových skupin.

Klíčová témata

Na základě analytické části byla identifikována klíčová témata kultury a cestovního ruchu v Mikulově, která jsou **průřezová, nadčasová a** v této kombinaci **jedinečná** právě pro Mikulov. V rámci Koncepce implicitně prostupují celou řadou cílů a opatření.

Strategická příhraniční poloha	Vinařství, pohostinnost	Kulturní dědictví	Přírodní bohatství	Významné události	Setkávání kultur
Poloha Mikulova vždy byla klíčovým faktorem v jeho historii a utváří i současnou identitu města a jeho obyvatel. Mikulov je významným bodem na severojižní trase Evropou a na hranici Česka a Rakouska.	Víno, vinice a sklípky, malebné kavárny a bistra a k tomu vybrané gastronomické pochoutky jsou základem pohostinnosti, která je typická pro obyvatele Mikulova a atraktivní pro návštěvníky.	Mnoho kulturních památek a památková rezervace s dominantou zámku na skalním ostrohu je unikátní devizou, na kterou dnes navazují umělecké galerie a ateliéry a bohatý kulturní život.	Chráněná krajinná oblast Pálava, jakožto součást biosférické rezervace UNESCO, dotváří malebnou scenerii polohy města. CHKO zahrnuje část území Mikulova a vytváří jedinečné prostředí.	Kulturní události s mezinárodním přesahem, společenské akce konané na Amfiteátru či odborné kongresy, to vše přivádí do Mikulova tisíce návštěvníků a skýtá významný potenciál pro další rozvoj.	Provázanost kultur, národností i vyznání po dlouhá staletí – na to navazuje dnešní Mikulov s moderní identitou, která pramení z historie, místních obyvatel a která přirozeně překračuje bariéry jazyka, kultur a generací.

Globální cíl

Globální cíl je stanoven za účelem sledování postupu naplňování vize. Je stanoven jako měřitelný pomocí sady indikátorů, aby bylo možné pokrok vyhodnotit a případně na základě jeho vývoje přizpůsobit naplňování Koncepce.

GLOBÁLNÍ CÍL CESTOVNÍHO RUCHU A KULTURY

Rozvíjet kulturu a cestovní ruch ke spokojenosti místních obyvatel i návštěvníků.
Vybudovat systém, který zajistí městu a jeho obyvatelům ekonomickou stabilitu, aniž by narušil jedinečný charakter a autenticitu Mikulova.

Globální cíl je v rámci Koncepce měřen následujícími indikátory:

Indikátory pro měření globálního cíle	Výchozí hodnota (2022)	2025	2027	2030	Zdroj informací/ měření
Počet obyvatel Mikulova	7 679	vyšší hodnota	vyšší hodnota	vyšší hodnota	ČSÚ
Průměrná délka pobytu hostů v hromadných ubytovacích zařízeních v Mikulově	1,7	1,7	1,75	1,8	ČSÚ
Procento přenocování v Mikulově v mimosezóně (říjen-květen, tj. 8 měsíců)	43,1 %	45,0 %	47,5 %	50,0 %	ČSÚ
Spolupráce všech klíčových stakeholderů – vytvoření platformy pro komunikaci, koordinaci a kooperaci	není zavedena	Vytvořena platforma	100 členů, min. 3 setkání ročně	funkční dlouhodobá spolupráce	evidence města
Opraveny a zpřístupněny památky Náměstí 9 (tzv. národní dům) a bývalá hasičská zbrojnice, knihovna přesunuta do větších prostor	chátrající památky, stísněná knihovna	hotové projekty	realizace staveb	zkolaudované objekty, knihovna přesunuta	evidence města, foto
Pravidelná příprava společného marketingového plánu hlavních aktérů a nastavení systému správy produktového portfolia	Každý rok je připraven marketingový plán, předchozí plán je vyhodnocen. Portfolio produktů cestovního ruchu je každoročně vyhodnocováno, produkty jsou doplňovány, v případě potřeby aktualizovány nebo nahrazeny.				evidence města

Strategické oblasti a cíle

Strategická část koncepce - schéma

Globální cíl je dále rozpracován do třech prioritních oblastí a strategických cílů. Každá z nich má vždy čtyři priority a v nich specifická opatření. Některé priority jsou více zaměřené na kulturu, některé na cestovní ruch (dále také CR), avšak často se kultura a cestovní ruch prolínají ve společných tématech – primární zaměření je naznačeno pomocí ikon, na dalších stranách jsou priority rozepsány do většího detailu.

VIZE, MISE

Globální cíl

1. Podpořit kvalitní nabídku kultury, atraktivit a služeb cestovního ruchu

- 🎵 1.1 Rozvoj infrastruktury pro kulturu
- 🎵 1.2 Rozvoj kulturní nabídky
- 🏠 1.3 Rozvoj infrastruktury cestovního ruchu
- 🏠 1.4 Mikulov ve čtyřech ročních obdobích

2. Nastavit dlouhodobě udržitelný efektivní systém koordinace a podpory kultury a cestovního ruchu

- 🎵 2.1 Podporovat spolupráci všech kulturních aktérů
- ⚙️ 2.2 Podporovat prvky udržitelnosti
- 🏠 2.3 Zajistit efektivní destinační spolupráci ve městě a okolí
- ⚙️ 2.4 Nastavit systém rozvojového financování oblasti cestovního ruchu a kultury

3. Efektivně komunikovat a řídit marketing v oblasti kultury a cestovního ruchu





- 🎵 3.1 Rozvíjet publikum pro kulturu a angažovanost místních obyvatel
- ⚙️ 3.2 Šířit povědomí o kultuře a cestovním ruchu pro návštěvníky a občany
- 🏠 3.3 Řídit komunikaci o cestovním ruchu směrem k místním obyvatelům
- ⚙️ 3.4 Zavést komplexní systém řízení a koordinace aktivit a nabídky



Strategický cíl 1

Strategický cíl 1 je zaměřen především na zajištění dobrých podmínek pro poskytování kvalitních služeb v oblasti kultury a cestovního ruchu. Nejvýznamnějším pro další rozvoj a nejnáročnějším opatřením v této oblasti je **1.1.1 Zajistit revitalizaci a využití kulturní památky Náměstí 9**.





Podpořit kvalitní nabídku kultury, atraktivit a služeb cestovního ruchu

Priorita 1.1 	Priorita 1.2 	Priorita 1.3 	Priorita 1.4 
Rozvoj infrastruktury pro kulturu	Rozvoj kulturní nabídky	Rozvoj infrastruktury cestovního ruchu	Mikulov ve čtyřech ročních obdobích
Opatření 1.1.1 Zajistit revitalizaci a využití kulturní památky Náměstí 9	Opatření 1.2.1 Nastavit podmínky a finance pro pořádání kulturních akcí udržitelně a vyváženě, pro různé věkové skupiny, pro místní i návštěvníky města	Opatření 1.3.1 Investovat do kvality městského prostředí a památkové rezervace, sestavit harmonogram rozvoje a navázané pravidelné údržby	Opatření 1.4.1 Posílit nabídku celoročních turistických cílů, akcí a atraktivit využitelných po celý rok
Opatření 1.1.2 Revitalizovat bývalou hasičku na kreativní centrum	Opatření 1.2.2 Rozvíjet stálou činnost kulturních organizací, spolků a uměleckou tvorbu	Opatření 1.3.2 Vybudovat zónový systém parkování pro návštěvníky s odstavnými parkovišti na kraji města a flexibilní cenovou politiku	Opatření 1.4.2 Podporovat konání kulturních, sportovních a společenských akcí, které posilují návštěvnost mimo sezónu
Opatření 1.1.3 Zajistit efektivní využití prostor využívaných pro kulturu	Opatření 1.2.3 Ve spolupráci s Mikulovskou rozvojovou zpracovat koncepci rozvoje kulturní nabídky	Opatření 1.3.3 Vybudovat funkční infrastrukturu pro cykloturisty na území města a v okolí	Opatření 1.4.3 Podporovat kongresový a konferenční turismus, gastro turistiku a další segmenty celoročního cestovního ruchu
Opatření 1.1.4 Zmapovat a posílit možnosti využití veřejných prostor pro komunitní akce	Opatření 1.2.4 Zajistit vhodné podmínky pro sbírku uměleckých děl z MVS "dílna" a nastavit koncepci další práce s ní	Opatření 1.3.4 Monitorovat a podporovat rozvojové záměry investorů, které jsou v souladu s udržitelným rozvojem města	Opatření 1.4.4 Stimulovat prodloužení pobytu návštěvníků a opakované návštěvy s důrazem na vedlejší sezónu

Strategický cíl 2

Strategický cíl 2 je zaměřen na vzájemnou spolupráci a efektivní systém koordinace a podpory kultury a cestovního ruchu. Nejdůležitějším a nejnáročnějším úkolem je **vytvoření platformy pro komunikaci, koordinaci a kooperaci**, aby efektivního systému spolupráce všech stakeholderů, včetně finanční spoluúčasti a jasných pravidel, a **vícezdrojového rozvojového fondu** – viz **opatření 2.3.1 a 2.4.1**.

Nastavit dlouhodobě udržitelný efektivní systém koordinace a podpory kultury a cestovního ruchu

Priorita 2.1 	Priorita 2.2 	Priorita 2.3 	Priorita 2.4 
Podporovat spolupráci všech kulturních aktérů	Podporovat prvky udržitelnosti	Zajistit efektivní destinační spolupráci ve městě a okolí	Nastavit systém rozvojového financování oblasti cestovního ruchu a kultury
Opatření 2.1.1 Zrevidovat a zefektivnit procesy v plánování a propagaci (nejen) kulturních akcí	Opatření 2.2.1 Zajistit udržitelný rozvoj pomocí konkrétních opatření	Opatření 2.3.1 Nastavit systém efektivní spolupráce všech aktérů v cestovním ruchu – Platforma pro komunikaci, koordinaci a kooperaci	Opatření 2.4.1 Vytvořit vícezdrojový fond na podporu dalšího rozvoje cestovního ruchu a prosperity města (především na rozvojové investiční projekty)
Opatření 2.1.2 Organizovat pravidelná setkání kulturních aktérů ve městě, rozvíjet spolupráci a koprodukční akce	Opatření 2.2.2 Zlepšovat podmínky pro pracovníky v cestovním ruchu a kultuře	Opatření 2.3.2 Prohloubit spolupráci s destinačními organizacemi zejména v monitoringu, sběru dat a statistice a sdílet informace o společných aktivitách	Opatření 2.4.2 Vyhledávat dotační zdroje pro rozvoj kultury a cestovního ruchu

Strategický cíl 3

Strategický cíl 3 je zaměřen na komunikaci směrem k návštěvníkům (místním obyvatelům, turistům a výletníkům) a aktivní řízení poptávky a návštěvnosti. Obsahuje opatření věnující se jak propagaci a návštěvnosti akcí i celého města a efektivní komunikaci o dopadech cestovního ruchu směrem k místním i turistům a výletníkům. Hlavním cílem v této části je nastavení systému pro pravidelné **zpracování společného marketingového plánu a dlouhodobý rozvoj produktového portfolia** - viz **opatření 3.2.1**.

Efektivně komunikovat a řídit marketing v oblasti kultury a cestovního ruchu

Priorita 3.1 	Priorita 3.2 	Priorita 3.3 	Priorita 3.4 
Rozvíjet publikum pro kulturu a angažovanost místních obyvatel	Šířit povědomí o kultuře a cestovním ruchu pro návštěvníky a občany	Řídit komunikaci o cestovním ruchu směrem k místním obyvatelům	Zavést komplexní systém řízení a koordinace aktivit a nabídky
Opatření 3.1.1 Posílit propagaci kulturních akcí ve městě (Zpravodaj, výleповé plochy, přehledný kalendář...)	Opatření 3.2.1 Zpracovat společný marketingový plán hlavních aktérů , definovat klíčová témata a produkty cestovního ruchu	Opatření 3.3.1 Pravidelně získávat zpětnou vazbu od místních obyvatel a následně pořádat setkání s občany s diskuzí problematiky cestovního ruchu a významných akcí	Opatření 3.4.1 Realizovat systém výhod „ Mikulovská benefítka “ *) Podpořit poptávku místních obyvatel a pravidelných návštěvníků města *) <i>pracovní název</i>
Opatření 3.1.2 Zajistit sběr dat o publiku na vybraných akcích a pravidelně jej vyhodnocovat	Opatření 3.2.2 Zpracovat a implementovat novou vizuální identitu města	Opatření 3.3.2 Identifikovat hlavní zdroje iritace obyvatel ze strany turismu, eliminovat problematické prvky, iniciovat a koordinovat nápravu	Opatření 3.4.2 Zvýšit účinnost výběru poplatků z pobytu a dalších poplatků z cestovního ruchu a kultury pomocí systému „Mikulovská benefítka“
Opatření 3.1.3 Motivovat místní obyvatele k větší angažovanosti v kulturním a komunitním životě města	Opatření 3.2.3 Stanovit a komunikovat pravidla/etický kodex pro návštěvníky města a aktéry cestovního ruchu a kultury	Opatření 3.3.3 Prezentovat a oceňovat úspěšné projekty a příklady dobré praxe přínosné pro cestovní ruch i místní spoluobčany	Opatření 3.4.3 Zajistit osvětu o přínosech kultury a cestovního ruchu, především pak o smyslu a fungování místních poplatků mezi občany i ubytovateli

Tři klíčové projekty Koncepce

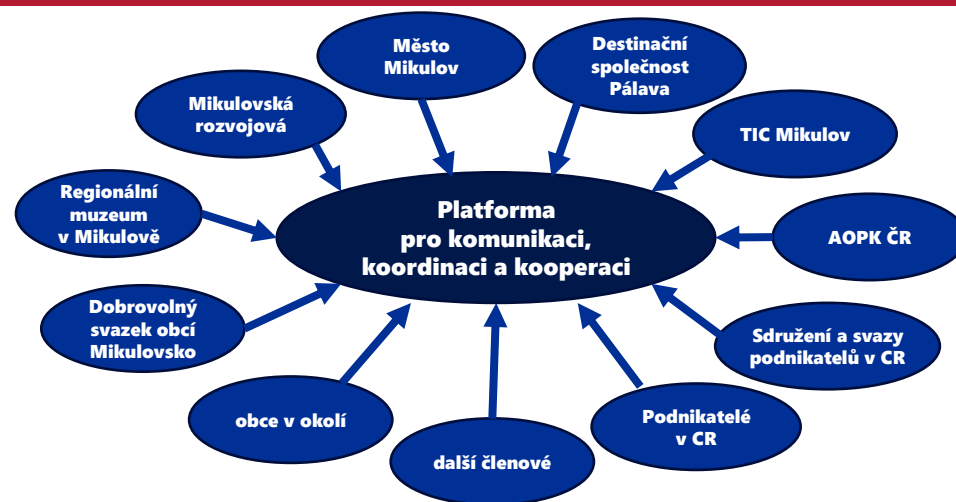
Zde jsou uvedeny tři klíčové projekty, které byly vyzdviženy v přehledu cílů a opatření. Všechny jsou více rozpracovány dále v tomto dokumentu.

Spolupráce všech aktérů – Platforma pro komunikaci, koordinaci a kooperaci

Zásadním záměrem je nastavení efektivní spolupráce všech aktérů v cestovním ruchu a kultuře. V rámci cíle 2, opatření 2.3.1 je **navržen systém kooperace a jasných pravidel komunikace a společného rozhodování** v oblasti rozvoje cestovního ruchu a kultury v Mikulově. Cílem je **vytvoření platformy pro komunikaci, koordinaci a kooperaci aktérů** v cestovním ruchu.

Na toto opatření navazuje opatření 2.4.1, které řeší **kooperativní vícezdrojové financování rozvojového fondu** na rozvoj cestovního ruchu a kultury ze strany všech zainteresovaných subjektů i externích zdrojů (především na rozvojové investiční projekty).

Jedná se o **nejvýznamnější opatření Koncepce, bez jehož realizace bude obtížné naplnit některá další opatření.**



Revitalizace domu Náměstí 9 a jeho využití



Dalším klíčovým projektem je revitalizace tzv. národního domu na Náměstí 9 (viz dále cíl 1, opatření 1.1.1). **Dům by měl dále sloužit kultuře, místním obyvatelům i návštěvníkům města.**

Doporučujeme přesun Městské knihovny, vytvoření menšího sálu, komunitních prostor a kluboven pro místní spolky. Dále veřejné WC a zázemí pro akce na náměstí, případně přesun TIC a/nebo kanceláří Mikulovské rozvojové.

Společný marketingový plán a produktové portfolio

Klíčovou aktivitou pro úspěšnou realizaci celé koncepce rozvoje kultury a cestovního ruchu v Mikulově je **pravidelné zpracování společného marketingového plánu ve spolupráci s hlavními aktéry.** Cílem tohoto plánu je **podpořit a rozvíjet značku Mikulov**, stanovit **plán konkrétních marketingových aktivit** pro dané období v souladu s rozpočtem na tyto činnosti.

Součástí této aktivity je také **dlouhodobý rozvoj portfolia produktů cestovního ruchu.** Koncepce zpracovává **návrh možných výchozích produktů cestovního ruchu.**

Jednotlivé produkty musí být pravidelně vyhodnocovány, v případě potřeby doplňovány, aktualizovány nebo nahrazeny produkty novými.

Opatření, aktivity a indikátory úspěšnosti

Strategický cíl 1: Podpořit kvalitní nabídku kultury, atraktivit a služeb cestovního ruchu

Priorita 1.1 – Rozvoj infrastruktury pro kulturu (1/2)



Cíle a záměry opatření

- Zkvalitnit kulturní služby a zázemí pro kulturní aktéry
- Zajistit efektivní využívání městské infrastruktury pro potřeby kulturních aktérů a místních obyvatel
- Revitalizovat zanedbané kulturní památky a prostory v majetku města

Nástroje

- Architektonické soutěže a studie proveditelnosti pro nevyužité budovy
- Pasportizace prostor vhodných pro kulturu (vnitřních i venkovních)
- Plán využití veřejných prostranství a manuál pro jejich využívání

Strategie opatření

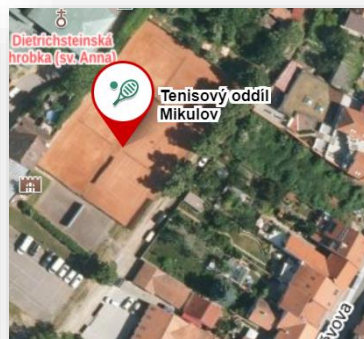
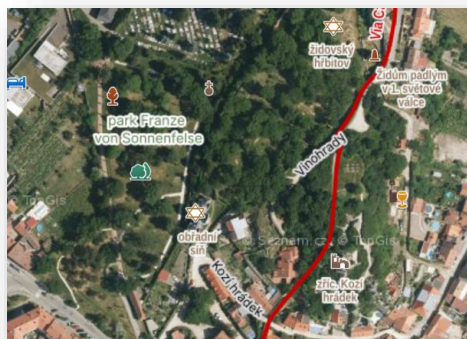
Základním předpokladem pro zkvalitnění nabídky kulturních služeb je zajištění vyhovující infrastruktury. Jedním z klíčových projektů celé strategie je rekonstrukce tzv. národního domu Náměstí 9 – opatření 1.1.1, které je rozpracováno na dalších stranách. Dále je zde zahrnut projekt revitalizace bývalé hasičky na kreativní centrum, údržba a zefektivnění využití dalších městských objektů využívaných pro kulturu (kino, amfiteátr...) a hledání dalších vhodných míst ve veřejném prostoru pro menší kulturní intervence a sousedská setkání.

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
1.1.1	Zajistit revitalizaci a využití kulturní památky Náměstí 9	Realizovat architektonickou soutěž, studii proveditelnosti, definovat možné a žádoucí využití všech prostor, zajistit finance pro rekonstrukci a realizovat rekonstrukci (více viz strany 26-28).	město Mikulov, projektantská a stavební firma	cca 130 – 170 mil. Kč
1.1.2	Revitalizovat bývalou hasičku na kreativní centrum	Pokračovat v návrhu a realizaci projektu kreativního centra v bývalé hasičce pro kulturní využití. V plánu je využití objektu pro následující provozy: <ul style="list-style-type: none"> ▪ menší sál pro kulturní akce, ▪ literární rezidence, ▪ ateliéry, zkušebny, ▪ multimediální dílna, ▪ kavárna / bar, ▪ venkovní posezení s možností kulturních akcí (koncerty, divadla, letní kino ap.). Za tímto účelem není třeba zásadní investice, naopak autentické „industriální“ prostředí může být výhodou pro alternativní umělce a kreativce, kteří zde můžou působit za přijatelné nájemné a udržovat objekt v provozuschopném stavu.	město Mikulov, projektantská a stavební firma	bude upřesněno dle projektu

Priorita 1.1 – Rozvoj infrastruktury pro kulturu (2/2)



č.	Seznam opatření	Popis	Garant, spolupráce	Náklady
1.1.3	Zajistit efektivní využití prostor využívaných pro kulturu (amfiteátr, kino, spolkový dům, zámek...)	<p>Udržovat a rozvíjet kulturní infrastrukturu, zajistit efektivní využití všech prostor (pro různé pořadatele, spolky, komunitní akce apod.):</p> <ul style="list-style-type: none"> využívat zpevněnou plochu u amfiteátru, využívat amfiteátr i pro menší akce, zvýšit vytižení kina (kinosálu i kinoklubu) po celý rok, nastavit výhodné podmínky využití pro místní spolky a obyvatele, zvážit přesun kanceláří MR jina, zvážit zpracování analýzy využitelnosti budovy kina, včetně půdy a její možné přestavby, více otevřít Centrum volného času na Vrchlického pro další spolky, veřejně informovat o volných prostorech v objektu (sál, klubovny...), rozsířit rezervační systém sportovišť na kino, amfiteátr, příp. zámek (viz také opatření 2.1.1.). 	Mikulovská rozvojová, město Mikulov, místní spolky	pravidelné náklady na údržbu a drobné investice
1.1.4	Zmapovat a posílit možnosti využití veřejných prostor pro komunitní akce	<p>Zpracovat pasportizaci a databázi veřejných prostor, ve kterých je možné a vhodné pořádat kulturní a komunitní akce (např. býv. Lázeňské náměstí u Mikve, park u hřbitova, svah 22. dubna, prostor za proboštvím, Kozí hrádek). Zpracovat manuál pro jejich využití kulturními aktéry (<i>inspirace: Brno – projekt Plug & Play</i>).</p>	město Mikulov, Mikulovská rozvojová	cca do 0,5 mil. Kč



Zmiňované veřejné prostory, zdroj: mapy.cz

Bývalá hasička, foto: KREIA

Opatření pro Strategický cíl 1

Podpořit kvalitní nabídku kultury, atraktivit a služeb cestovního ruchu

Priorita 1.2 – Rozvoj kulturní nabídky (1/2)



Cíle a záměry opatření

- Finančně podporovat kulturní nabídku, aktéry a spolky ve městě
- Zefektivnit procesy pro pořádání kulturních a komunitních akcí
- Pravidelně vyhodnocovat, zda je kulturní nabídka pro všechny cílové skupiny

Nástroje

- Grantový systém pro kulturní akce města a jeho parametry
- Mikrogranty
- Podpora městských akcí přes Mikulovskou rozvojovou
- Plánovací „kolizní“ kalendář města pro významné akce

Strategie opatření

Základním předpokladem pro rozvoj kulturní nabídky je její finanční a koordinační podpora. Opatření je zaměřeno na zachování a pravidelné vyhodnocování finanční podpory městských akcí přes Mikulovskou rozvojovou (dále také MR) a nezávislých kulturních aktérů přes grantový program z hlediska cílových skupin. Dále je opatření zaměřeno na rozvoj spolkové a komunitní činnosti, rozvoj Mikulovské rozvojové s.r.o. a zefektivnění procesů v plánování a propagaci kulturních akcí.

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
1.2.1	Nastavit podmínky a finance pro pořádání kulturních akcí udržitelně a vyváženě, pro různé věkové skupiny, pro místní i návštěvníky města	<ul style="list-style-type: none">➤ Monitorovat a pravidelně vyhodnocovat počet a charakter akcí pro různé cílové skupiny dle věku, sociálního a ekonomického postavení, pro místní i turisty a výletníky (tzn. dostatečnou nabídku sousedských a komunitních akcí, akcí regionálního významu i akcí s nadregionálním a mezinárodním potenciálem).➤ Pomocí MR s.r.o. a grantového programu iniciovat akce, které zajistí chybějící nabídku.➤ Upravit grantový program pro podporu kultury, aby motivoval žadatele mimojiné k<ul style="list-style-type: none">- pořádání sousedských a komunitních akcí (návaznost také na opatření 3.1.3),- pořádání menších akcí ze strany podnikatelů (např. posezení u cimbálu),- autorské tvorby místních umělců.➤ Zavést tzv. mikro-granty cca do 10 tis. Kč, zvážit mírné zvýhodnění pro akce konané v zimních měsících (návaznost na opatření 1.4.2), pro inovativní počiny a nové žadatele.	město Mikulov, Mikulovská rozvojová	v rámci podpory MR a grantového programu

Priorita 1.2 – Rozvoj kulturní nabídky (2/2)



č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
1.2.2	Rozvíjet stálou činnost kulturních organizací, spolků a uměleckou tvorbu	<p>Rozvíjet stálou a pravidelnou činnost kulturních aktérů městských, krajských i nezávislých:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Městská knihovna Mikulov – pravidelný příspěvek na provoz a nákup knih, další rozvoj je podmíněn přesunem do větších prostor – viz opatření 1.1.1 a projekt Náměstí 9 (tzv. národní dům), s. 26-28; ➤ provoz kina a divadelních představení – podpora pravidelného programu, rozmanitosti žánrů v nabídce; ➤ podpora stálé spolkové a komunitní činnosti (formou grantů); ➤ podpora vlastní tvorby (např. dotace na vybavení dílny, natočení CD či videoklipu, objednání suvenýrů od místních řemeslníků). 	Mikulovská rozvojová, město Mikulov, spolky, kreativci	v rámci stávajících výdajů
1.2.3	Ve spolupráci s Mikulovskou rozvojovou zpracovat koncepci rozvoje kulturní nabídky	V návaznosti na tuto Koncepci zpracovat koncepci rozvoje kulturní nabídky pomocí hlavního městského kulturního aktéra Mikulovské rozvojové – tzn. zhodnotit cílové skupiny, návštěvnost a spokojenost účastníků akcí, návazně implementovat opatření pro další rozvoj a spolupráci s městem a dalšími kulturními organizacemi a aktéry.	Mikulovská rozvojová, město Mikulov, příp. externí dodavatel	max. do 200 tis. Kč
1.2.4	Zajistit vhodné podmínky pro sbírku uměleckých děl z MVS "dílna" a nastavit koncepci další práce s ní (výstavy, zápůjčky apod.)	<p>Město vlastní unikátní sbírku cca 700 uměleckých děl vzešlých z městské akce Mikulovské výtvarné symposium "dílna", vytvářenou několik desetiletí. Nyní je sbírka uložena na zámku v nevyhovujících podmínkách. (V minulosti byla zpracována studie pro výstavbu galerie a knihovny v bývalé hasičské zbrojnici, projekt však byl pozastaven mj. z finančních důvodů.)</p> <p>Nezbytné je proto:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ zajistit vyhovující depozitární prostory pro sbírku uměleckých děl, například ve spolupráci s Jihomoravským krajem, ➤ zpracovat koncepci další práce se sbírkou, včetně její údržby, zpřístupňování veřejnosti, systému zápůjček jiným galeriím apod., ➤ aktivně se sbírkou pracovat, doplňovat ji každoročně díky MVS "dílna". 	město Mikulov, Regionální muzeum v Mikulově a Jihomoravský kraj, příp. externí subjekty	dle nalezeného řešení pro uložení sbírky

Opatření pro Strategický cíl 1

Podpořit kvalitní nabídku kultury, atraktivit a služeb cestovního ruchu

Priorita 1.3 – Rozvoj infrastruktury cestovního ruchu (1/2)



Cíle a záměry opatření

- Zatraktivnit městské prostředí
- Aplikovat prvky udržitelného rozvoje
- Zabezpečit klíčovou infrastrukturu pro hlavní návštěvnické segmenty

Nástroje

- Rozpočet města, soukromé investice
- Dotační programy, evropské strukturální a investiční fondy
- Legislativní nástroje ze strany města (vyhlášky, nařízení)

Strategie opatření

Základním předpokladem pro rozvoj cestovního ruchu ve městě je kvalitní infrastruktura, která je navíc pravidelně udržovaná. Doporučuje se dbát nejen na všeobecnou infrastrukturu, která slouží jak pro místní obyvatele, tak pro návštěvníky, ale v případě města Mikulova také na infrastrukturu věnovanou cykloturistice jakožto turisticky nosnému tématu, a na údržbu městské památkové rezervace. Rozvoj soukromých investic sloužících mimo jiné k rozšíření nabídky cestovního ruchu by mělo být ze strany města monitorováno, vyhodnocováno a podporováno s ohledem na zásady trvale udržitelného rozvoje.

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
1.3.1	Investovat do kvality městského prostředí a památkové rezervace, sestavit harmonogram rozvoje a navázané pravidelné údržby	<ul style="list-style-type: none">➤ Zajistit funkční a estetické exteriéry města, nastavit pravidelnou údržbu a revitalizace veřejných prostranství (oprava chodníků, osvětlení, údržba zeleně).➤ Pravidelně aktualizovat a naplňovat Program regenerace městské památkové rezervace, čerpat finance MK ČR na památkovou péči.➤ Pravidelně investovat do údržby a doplňování mobiliáře (včetně mobiliáře se smart prvky).➤ Udržovat a koncepčně doplňovat navigační a orientační systém ve městě pro pěší i silniční dopravu, při zachování minimálního vizuálního smogu.	město Mikulov (odbor rozvoje a živnost. podnikání)	dle jednotlivých záměrů
1.3.2	Vybudovat zónový systém parkování pro návštěvníky, s odstavnými parkovišti na kraji města a flexibilní cenovou politiku	<p>Zpracovat a zavést nový systém „Dopravy v klidu“:</p> <ul style="list-style-type: none">➤ zpracovat analýzu počtu parkovacích míst a podmínek jejich využití,➤ vybudovat parkoviště vč. toalet na okraji města v dochozí vzdálenosti od amfiteátru, příp. zajistit dlouhodobé využití odstavných ploch na kraji města a propojit je s centrem,➤ nastavit parkovací zóny a poplatky flexibilně v závislosti na vzdálenosti, dni i ročním období,➤ zahrnout parkování do výhodového systému (viz priorita 3.4).	město Mikulov, příp. externí dodavatel	dle jednotlivých záměrů

Priorita 1.3 – Rozvoj infrastruktury cestovního ruchu (2/2)



č.	Seznam opatření	Popis	Garant, spolupráce	Náklady
1.3.3	Vybudovat funkční infrastrukturu pro cykloturisty na území města a v okolí	<p>Nabídnout cyklistům moderní zázemí na cestě:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ dostatek stojanů k parkování kol, ➤ nabíjení elektrických kol, ➤ servis-pointy a půjčovny kol, ➤ úschovny kol a zavazadel pro výletníky (např. při amfiteátru, nádraží), ➤ navigace a orientační systém pro cyklisty, ➤ motivovat podniky k certifikaci Cyklisté vítáni, ➤ motivovat návštěvníky, aby na významné akce přijeli raději na kole než autem. 	město Mikulov, místní podniky, Mikulovská rozvojová a pořadatelé akcí	dle jednotlivých záměrů
1.3.4	Monitorovat a podporovat rozvojové záměry investorů, které jsou v souladu s udržitelným rozvojem města	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Navázat spolupráci a komunikaci se soukromými investory s cílem korigovat a následně podporovat jejich projekty s ohledem na dlouhodobou udržitelnost, udržitelný rozvoj města a spokojenost místních obyvatel i pracovníků v cestovním ruchu (např. projekt městských lázní, sportovního centra, golfového hřiště / resortu apod.). ➤ Při dalším rozvoji ubytovacích a stravovacích kapacit vždy zajistit i dostatek doprovodné infrastruktury (např. parkoviště, udržitelné odpadové hospodářství) a podmínky pro pracovníky v hotelech, restauracích, na kulturních akcích apod. (tzn. zajištění ubytování, dopravy apod.) – návaznost na opatření 2.2.2. 	odborná veřejnost, místní podnikatelé	bez přímých nákladů

Opatření pro Strategický cíl 1

Podpořit kvalitní nabídku kultury, atraktivit a služeb cestovního ruchu

Priorita 1.4 – Mikulov ve čtyřech ročních obdobích (1/2)



Cíle a záměry opatření

- Rovnoměrně distribuovat toky návštěvníků
- Rozšířit nabídku a služby návštěvníkům mimo hlavní sezónu
- Zvýšit jistotu zaměstnání a pracovních příležitostí po celý rok

Nástroje

- Rozpočet města, soukromé investice
- Otevírací doby turistických cílů
- Grantový systém na podporu kultury (nově i pro zimní měsíce)
- Kalendář kulturních a dalších akcí ve městě

Strategie opatření

Tato priorita má za cíl rozmělnit sezónnost kulminující v letních měsících a zajistit městu, podnikatelům v oblasti cestovního ruchu a jejich zaměstnancům jistotu příjmů a pracovních příležitostí po celý rok. Období roku, které je nyní vnímáno jako mimosezónní, přináší příležitosti pro určité segmenty klientely – například účastníky kongresů, firemních akcí, školení apod. Opatření také podpoří rovnoměrnější rozdělení návštěvníků, čímž se sníží hrozba tzv. overtourismu. Důraz je kladen na průběžné pořádání kulturních událostí, dostupnost významných atraktivit a jejich provoz a poskytování základních služeb pokud možno celoročně.

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
1.4.1	Posílit nabídku celoročních turistických cílů, akcí a atraktivit využitelných po celý rok	<ul style="list-style-type: none">➤ Zabezpečit dostupnost významných atraktivit alespoň v částečném provozu po celý rok, příp. využít atraktivitu jiným způsobem (speciální zimní a kostýmované prohlídky, tematické akce dle ročního období, využití exteriérů budov pro videomapping aj.).➤ Vytvářet nové menší turistické cíle (např. výhledová lávka u lomu, opravený Kozí hrádek, posezení poblíž centra, interaktivní cíle).	Mikulovská rozvojová, Regionální muzeum v Mikulově, odborná veřejnost	1–10 mil. Kč / rok
1.4.2	Podporovat konání kulturních, sportovních, gastronomických a společenských akcí, které posilují návštěvnost mimo sezónu	<ul style="list-style-type: none">➤ Posílit kalendář akcí v zimních měsících pomocí MR, motivovat kulturní aktéry i komerční podniky (hotely, restaurace, vinařství) k pořádání akcí v zimě – kulturních, ale i gastro akcí, sportovních akcí apod. Motivaci lze spojit s grantovým programem a jeho rozšířením i na zimní měsíce (viz opatření 1.2.1).➤ Koordinovat rozvoj těchto akcí s nabídkou služeb a motivovat poskytovatele služeb pro cestovní ruch k celoročnímu provozu.	město Mikulov, Mikulovská rozvojová, Mikulovská sportovní, kulturní aktéři, podniky	bez přímých nákladů

Priorita 1.4 – Mikulov ve čtyřech ročních obdobích (2/2)



č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
1.4.3	Podporovat kongresový a konferenční turismus, gastro turistiku a další segmenty celoročního cestovního ruchu	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Podporovat investice do modernizace konferenčních zařízení. ➤ Navazovat spolupráci s odbornými asociacemi a koncipovat balíčky kongresových služeb jak pro firmy, tak pro jednotlivé návštěvníky kongresů. ➤ Vytvářet a propagovat průvodce po místních gastro podnicích, spolupracovat s food influencersy, gourmet weby (např. https://www.gourmetjiznimorava.cz/) 	město Mikulov, odborná veřejnost, TIC Mikulov, místní podnikatelé, Platforma pro komunikaci, koordinaci a kooperaci	bez přímých nákladů
1.4.4	Stimulovat prodloužení pobytu návštěvníků a opakované návštěvy	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Motivovat návštěvníky akcí, kongresů a konferencí k prodloužení pobytu ve městě (např. doprovodným programem, prohlídkou města a okolí) a k návratu ve svém volném čase (návaznost na výhodový systém Mikulovská benefitka – viz opatření 3.4.1). ➤ Vybrané jednodenní kulturní a další akce rozšířit na vícedenní. 	odborná veřejnost, místní podnikatelé, Mikulovská rozvojová, Platforma pro komunikaci, koordinaci a kooperaci	bez přímých nákladů

Indikátory pro Strategický cíl 1

Podpořit kvalitní nabídku kultury, atraktivit a služeb cestovního ruchu

Strategický cíl 1 je v rámci Koncepce měřen následujícími indikátory.

Indikátory pro měření strategického cíle	Výchozí hodnota (2023)	2025	2027	2030	Zdroj informací/ měření
Opravený a využívaný dům Náměstí 9	V roce 2030 je v tzv. národním domě přestěhovaná knihovna a jsou zde další služby pro občany i návštěvníky města.				<i>usnesení o kolaudaci, web města a knihovny</i>
Provoz kreativního centra v bývalé hasičce	Bývalá hasička je kreativním centrem a místem setkávání pro nemasovou a alternativní kulturu, mládež, kreativce a umělce.				<i>smlouvy o pronájmech prostor a ateliérů v objektu, počet využitých m²</i>
Počet přihlášených a podpořených kulturních projektů z grantového programu pro kulturu (včetně mikrograntů)	15	20	25	30	<i>evidence města a grantového programu</i>
Počet vybudovaných cyklostezek, cyklopointů, stojanů a dalších prvků/míst pro cyklisty	není známo	zpracován plán	příprava realizace	realizováno (např. + 20 prvků a + 15 km cyklostezek)	<i>vlastní evidence, mapa cyklostezek a prvků pro cyklisty</i>
Počet zpřístupněných atraktivit a návštěvních cílů od listopadu do března	jen venkovní cíle	zpřístupnění min. 2 vnitřních cílů o víkendech	vyšší hodnota	vyšší hodnota	<i>vlastní výzkum</i>
Počet kulturních a jiných akcí v období od ledna do dubna v kulturním kalendáři města	cca 65	vyšší hodnota	vyšší hodnota	vyšší hodnota	<i>vlastní výzkum</i>
Počet kongresů, konferencí, firemních akcí apod. v lednu až dubnu	není známo	zjištění stavu	vyšší hodnota	vyšší hodnota	<i>vlastní výzkum, odborná veřejnost</i>

Klíčový projekt pro cíl 1: Revitalizace a využití domu Náměstí 9 (1/3)

Tzv. národní dům (Náměstí 9) je díky svojí poloze na náměstí strategicky výhodný jako zázemí pro veškeré akce pořádané na náměstí, může také sloužit jako komunitní centrum s knihovnou a celoročně přístupný prostor pro setkávání a odpočinek. Dům je nyní v havarijním stavu a není možné jeho prostory využívat.

V roce 2022 si nechalo město Mikulov vypracovat studii pro tento dům, podle které by se celý objekt měl stát kreativním centrem s multifunkčním sálem s kapacitou až 350 míst (přístavba ve dvoře), kancelářskými prostory, prostory pro TIC Mikulov, zkušebnami a klubovny pro místní spolky. Dále by měl městu poskytnout veřejné WC a poskytnout zázemí při pořádání kulturních akcí na náměstí.

V roce 2023 byl záměr přepracován a v roce 2024 je plánována architektonická soutěž na revitalizaci domu pro nové využití.



Foto: KREIA

Odpověď na požadavky a problémy vyplývající z analýzy:

Národní dům může dobře saturovat následující požadavky a problémy:

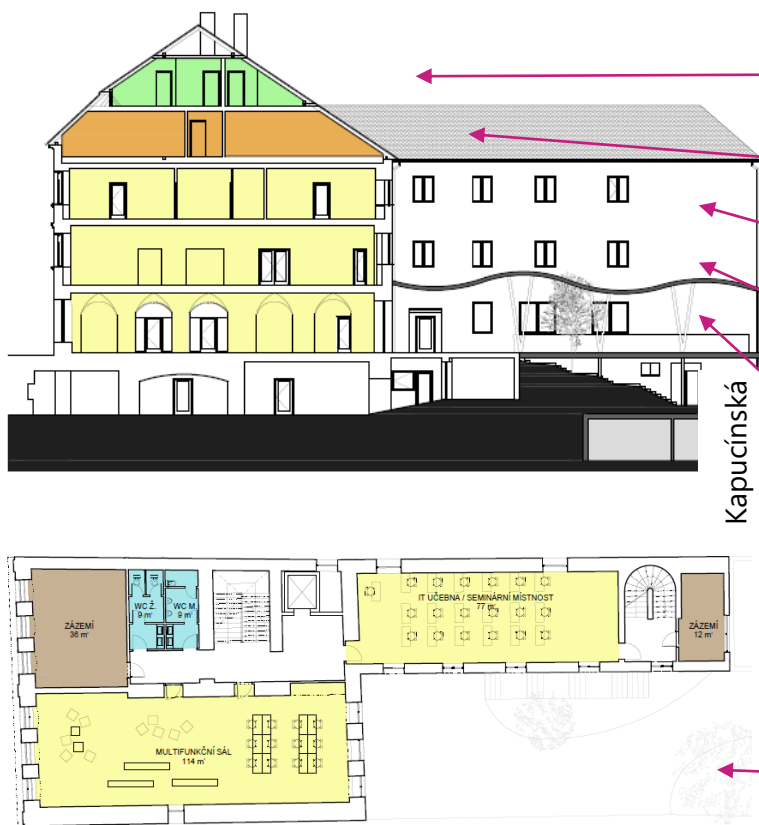
- nutnost rozšíření prostor pro **knihovnu**
- potřeba **komunitního centra**, celoročně přístupné herny pro děti/rodiny a klubovny
- **menší sál** pro potřeby knihovny a neziskových organizací (do 100 míst)
- **nekomerční výstavní prostor** např. pro školy, děti a mládež
- obchod s produkty **místních řemeslníků a kreativců**
- další náměty (např. **literární kavárna**)

Naopak přístavbu multifunkčního sálu ve dvoře doporučujeme dobře zvážit, jelikož Analytická část ukázala vysoký počet kulturních a společenských sálů ve městě (kino, zámek, hotely...) a výstavba dalšího sálu by kladla další nároky nejen na investiční, ale i na provozní náklady. Doporučujeme vytvořit ověřovací studii.

Prostor pro spolky částečně řeší městský dům v ulici Vrchlického. V domě Náměstí 9 by měly mít spolky možnost využívat komunitní sál knihovny, příp. výstavní prostory.

Klíčový projekt pro cíl 1: Revitalizace a využití domu Náměstí 9 (2/3)

Nový návrh využití tedy počítá především s přesunem **knihovny** do tzv. národního domu. Jelikož podle celostátní Koncepce rozvoje knihoven plní knihovny čím dál více komunitní funkce, bude v objektu také **malý sál, relax zóna, kavárna, herna pro děti a rodiny a venkovní posezení**. Pro akce na náměstí bude v objektu potřebné zázemí pro pořadatele i pro návštěvníky (WC). Vzhledem k zajímavé poloze je možné zde uvažovat také o umístění TIC či obchodu s produkty místních kreativců (např. v rámci TIC nebo kavárny).



Výchozí návrh využití domu Náměstí 9 (tzv. národního domu)

Podkroví: apartmán pro účely města, rezerva

4. NP: **knihovna** – kanceláře, zázemí

3. NP: **společenská místnost / sál, knihovna – volný výběr**, zázemí

2. NP: **knihovna – volný výběr, studovny, relax zóna**, zázemí

Přízemí: **literární kavárna, veřejné WC**, příp. TIC; komunitní výstavní prostor (ve spolupráci se školami), dětská herna, **kreativní obchod** s produkty místních tvůrců

Suterén: **zázemí pro akce na náměstí**, sklady, archiv

Dvůr: **park, posezení** pro komunitní akce / zahrádka kavárny; část: **parkoviště** pro návštěvníky, kolárna a kočárkárna

Klíčový projekt pro cíl 1: Revitalizace a využití domu Náměstí 9 (3/3)

Níže je nastíněn harmonogram realizace a finanční náročnost jednotlivých kroků. Financování projektu se očekává z vlastních zdrojů města spolu s využitím úvěru nebo podpory dotačních programů. Do budoucích výnosů objektu lze počítat se zisky z pronájmů kancelářských prostor, kavárny a multifunkčního sálu.

Provozní model objektu počítá s maximálním využitím kancelářských a skladových prostor i kluboven. Využití menšího sálu bude především pro kulturní akce města a pronájmy.

Předpokládané náklady revitalizace (odhad)	
Studie proveditelnosti, architektonická studie, projekt	5 - 10 mil. Kč
Stavební práce, stavební dozor, administrativa	100 - 125 mil. Kč
Vybavení	10 - 15 mil. Kč
Rezerva	15 - 20 mil. Kč
Celkem	130 – 170 mil. Kč

Návaznost na další cíle, priority a opatření koncepce
Opatření 1.1.3 Zajistit efektivní využití městských prostor...
Opatření 1.1.4 Posílit možnosti využití veřejných prostor pro komunitní akce
Opatření 1.2.1 Nastavit podmínky a finance pro pořádání kulturních akcí udržitelně a vyváženě pro různé věkové skupiny, pro místní i turisty
Opatření 1.2.2 Rozvíjet stálou činnost kulturních organizací...
Opatření 2.1.2 Organizovat pravidelná setkání kulturních aktérů ve městě, rozvíjet spolupráci a koprodukční akce
Opatření 2.2.2 Zlepšovat podmínky pro pracovníky v cestovním ruchu a kultuře
Priorita 1.4 Mikulov ve čtyřech ročních obdobích

Návrh harmonogramu rekonstrukce	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Architektonická studie / soutěž, Studie proveditelnosti (provozní a finanční model), Analýza možností pro financování investice i provozu	■	■				
Projektová příprava, stavební povolení		■	■			
Příprava žádosti o financování z dotačních programů (EU, Norské fondy ap.)			■	■		
Vyhlášení VŘ na zhotovitele stavby			■	■		
Realizace rekonstrukce			■	■	■	
Kolaudace, vybavení interiéru, stěhování knihovny						■
Otevření budovy a provoz						■

Strategický cíl 2: Nastavit dlouhodobě udržitelný efektivní systém řízení a podpory kultury a cestovního ruchu

Opatření pro Strategický cíl 2

Nastavit dlouhodobě udržitelný efektivní systém koordinace a podpory kultury a cestovního ruchu

Priorita 2.1 – Podporovat spolupráci všech kulturních aktérů



Cíle a záměry opatření

- Propojit místní kulturní aktéry ve městě mezi sebou
- Propojit místní kulturní aktéry s městem Mikulov a destinačními společnostmi
- Zjednodušit komunikaci a koordinaci mezi aktéry při pořádání kulturních akcí

Nástroje

- Plánovací kolizní kalendář kulturních akcí
- Pravidelná setkání kulturních aktérů

Strategie opatření

Základním předpokladem pro nastavení dlouhodobé a udržitelné spolupráce všech kulturních aktérů je jejich propojení a udržování komunikace pomocí organizovaných pravidelných setkání. Na základě těchto setkání a dobrých vztahů lze vyvíjet také koprodukční a cross-oborové akce, které mohou přitáhnout nové publikum i pozornost médií, jsou inovativní a atraktivní. Díky lepšímu plánování se lze vyhnout kolizím podobných akcí, překročení absorpční kapacity města přílišným počtem návštěvníků apod.

č.	Seznam opatření	Popis	Garant, spolupráce	Náklady
2.1.1	Zrevidovat a zefektivnit procesy v plánování a propagaci (nejen) kulturních akcí	<ul style="list-style-type: none">➢ Zrevidovat a zefektivnit stávající procesy pro eliminaci kolizí podobných akcí a společnou propagaci, návazně pro plánování lidských zdrojů a kapacit infrastruktury cest. ruchu (hotely, restaurace, parkoviště ap.).➢ Rozvíjet plánovací „kolizní“ kalendář zavedený a sdílený mezi hlavními aktéry, zpřístupnit jej dalším aktérům, včetně hotelů a vinařství, nastavit jasné kompetence, role a pravidla.➢ Nastavit maximální absorpční kapacitu města a alert v případě zadání více akcí v jeden den s větší návštěvností, než je maximální kapacita města.➢ Nastavit pravidla pro spolupráci v oblasti propagace (viz také priorita 3.1).	město Mikulov, Mikulovská rozvojová, Regionální muzeum v Mikulově, TIC Mikulov, knihovna, další aktéři (kulturní organizace, policie, hotely...)	bez přímých nákladů
2.1.2	Organizovat pravidelná setkání kulturních aktérů ve městě, rozvíjet spolupráci a koprodukční akce	<ul style="list-style-type: none">➢ Pravidelná setkání pomohou rozvíjet spolupráci mezi aktéry a vedou k pořádání inovativních a koprodukčních akcí. Jsou také prevencí kolizí podobných akcí a efektivnějšímu využívání městských zdrojů a kapacit.➢ Setkání by měla probíhat minimálně 2x ročně, ideálně v návaznosti na setkání kultury s aktéry cestovního ruchu (hotely, restaurace ap.).	Mikulovská rozvojová, kulturní aktéři a spolky, RMM, ZUŠ, DDM	bez přímých nákladů

Opatření pro Strategický cíl 2

Nastavit dlouhodobě udržitelný efektivní systém koordinace a podpory kultury a cestovního ruchu

Priorita 2.2 – Podporovat prvky udržitelnosti



Cíle a záměry opatření

- Vědomě podporovat principy udržitelnosti při pořádání kulturních akcí
- Snižovat používání nerecyklovaných obalů při pořádání kulturních akcí
- Přinášet na městské akce lokální dodavatele a jejich produkty
- Vyvíjet další aktivity směrem k udržitelnému rozvoji

Nástroje

- Vyhláška o používání nerecyklovaných materiálů na kulturních akcích
- Spolupráce s lokálními dodavateli, jejich prioritizace na akcích
- Vlastní vratné kelímky, skleničky a další nádobí s logem Mikulova
- Koncepce bydlení aj.

Strategie opatření

Kultura a cestovní ruch by se měly rozvíjet v rámci zásad udržitelného rozvoje, který je zde chápán komplexně, zahrnuje tedy řadu prvků ekologických i úsporných a lokálních – např. snižování odpadů, úspora energetických zdrojů, ochrana životního prostředí a zejména chráněných území a památek, regulace hluku a dopravy, preference místních dodavatelů a snižování uhlíkové stopy, údržba zeleně apod. Opatření navazuje mj. na 17 globálních cílů udržitelného rozvoje OSN (SDGs – Sustainable Development Goals) – více viz <https://osn.cz/osn/hlavni-temata/cile-udrzitelneho-rozvoje-sdgs/>

Důležité pro udržitelný rozvoj Mikulova je také zlepšování podmínek pracovníků v cestovním ruchu a kultuře (ohodnocení, dostupné bydlení apod.).

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
2.2.1	Zajistit udržitelný rozvoj pomocí konkrétních opatření	Zajistit opatření u městských institucí a motivovat k nim také soukromé subjekty: <ul style="list-style-type: none"> ➤ využívat obnovitelné zdroje a snižovat množství nerecyklovatelného odpadu (např. zajistit pro akce vlastní nádobí s logem Mikulova - skleničky, hrnky aj.), ➤ preferovat lokální dodavatele na kulturních akcích (město tím prezentuje tradice regionu a prohlubuje tak autenticitu akce, současně snižuje uhlíkovou stopu), ➤ podporovat úspory energií, snižovat plýtvání a úniky energií, ➤ motivovat podnikatele i návštěvníky k využití hromadné a ekologické dopravy (autobus, vlak, kolo, elektromobily) a k šetrnému využívání všech zdrojů, ➤ regulovat dopravu a parkování (návaznost na opatření 1.3.2), ➤ motivovat k respektu k chráněným územím, památkám, místním obyvatelům (návaznost na opatření 3.2.3), apod. 	kulturní aktéři a spolky, místní podniky, Mikulovská rozvojová	průběžná komunikační kampaň, extra náklady dle opatření
2.2.2	Zlepšovat podmínky pro pracovníky v cestovním ruchu a kultuře	Pro udržení kvality a další rozvoj je třeba neustále zlepšovat pracovní podmínky v obou odvětvích – např. zlepšením dostupnosti bydlení, podporou dopravního spojení, zajištěním integračních služeb pro cizince (jazykové kurzy, pomoc s úřady ap.), benefity místních služeb (návaznost na opatření 3.4.1) ap.	město Mikulov, podnikatelé	bez přímých nákladů

Opatření pro Strategický cíl 2

Nastavit dlouhodobě udržitelný efektivní systém koordinace a podpory kultury a cestovního ruchu

Priorita 2.3 – Zajistit efektivní destinační spolupráci ve městě a okolí



Cíle a záměry opatření

- Zefektivnit spolupráci a koordinaci cestovního ruchu ve městě
- Zapojit a využít spolupráci s klíčovými stakeholdery
- Sdílet společně data a know-how s oblastními a krajskými institucemi

Nástroje

- Rozpočet města Mikulov a členů platformy pro komunikaci, koordinaci a kooperaci
- Legislativní nástroje ze strany města (vyhlášky)

Strategie opatření

Moderní řízení cestovního ruchu se v dnešní době neobejde bez kvalitní a efektivní spolupráce všech relevantních partnerů. **Zásadní částí Koncepte je vytvoření platformy pro komunikaci, koordinaci a kooperaci**, která by měla objektivně zapojit všechny důležité subjekty a fungovat na principu 3K (koordinace, komunikace, kooperace). Sekundárně by měl spolupracovat s dalšími relevantními subjekty na sdílené agendě, např. na marketingu a sběru statistických dat s Centrálou cestovního ruchu Jižní Morava (CCRJM) apod.

č.	Seznam opatření	Popis	Garant, spolupráce	Náklady
2.3.1	<p>Nastavit systém efektivní spolupráce všech aktérů v cestovním ruchu – platforma pro komunikaci, koordinaci a kooperaci</p> <p><i>GESTOR NAPLŇOVÁNÍ / REALIZACE KONCEPCE</i></p>	<p>Jedno ze tří klíčových opatření Koncepte, dále je rozpracováno detailně na str. 35-39.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Transformovat některou ze stávajících organizací nebo založit novou organizaci a zapojit do ní všechny oborové subjekty relevantní pro rozhodování o cestovním ruchu v Mikulově. V této platformě pro komunikaci, koordinaci a kooperaci budou zastoupeny tyto subjekty: město Mikulov, subjekty destinačního managementu, podnikatelé a zástupci svazků obcí ap. ➤ Vypsát výběrové řízení na koordinátora organizace a začít fundovaně figurovat jako důvěryhodný a profesionální aktér cestovního ruchu. ➤ Nastavit financování spolku – společný fond, který bude určen na rozvoj cestovního ruchu a prosperity města (viz opatření 2.4.1.). 	<p>město Mikulov, odborná veřejnost, podnikatelské svazy, destinační a profesní organizace, okolní obce atd. (viz dále)</p>	<p>max. 100 tis. Kč + variabilní příspěvky – podíly na příjmech z kultury a CR (viz dále)</p>
2.3.2	<p>Prohloubit spolupráci s destinačními organizacemi zejména v monitoringu, sběru dat a statistice a sdílet informace o společných aktivitách</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Aktivně vyhledávat, oslovovat a navazovat partnerství s regionálními a krajskými organizacemi cestovního ruchu za účelem výměny / sdílení dat a jiných informací, projektů a jiných aktivit s cílem zajištění efektivní spolupráce. 	<p>město Mikulov, Mikulovsko-DS / TO Pálava, CCRJM</p>	<p>bez externích nákladů</p>

Opatření pro Strategický cíl 2

Nastavit dlouhodobě udržitelný efektivní systém koordinace a podpory kultury a cestovního ruchu

Priorita 2.4 – Nastavit systém rozvojového financování oblasti cestovního ruchu a kultury



Cíle a záměry opatření

- Nastavit dlouhodobě funkční systém financování cestovního ruchu a rozvoje
- Zavést systém finančních příspěvků z různých zdrojů a od všech relevantních subjektů, kteří mají zájem na rozvoji cestovního ruchu ve městě
- Nastavit vlastní hospodářskou činnost jako příjem společného fondu
- Zvýšit efektivitu využívání dotací pro rozvoj cestovního ruchu

Nástroje

- Rozpočet města
- Společný rozvojový fond

Strategie opatření

Rozvoj cestovního ruchu lze finančně podporovat pomocí společného rozvojového fondu. Jeho příjem i výdaje by měly být transparentní a srozumitelné, s účastí všech zúčastněných subjektů. Finanční příspěvky na tento fond a na činnost platformy pro komunikaci, koordinaci a kooperaci lze rozdělit do více kategorií: základní (pevně stanovené) a variabilní (dle významnosti každé ze zastoupených skupin). Fond, který bude administrovaný v rámci platformy pro komunikaci, koordinaci a kooperaci, by měl aktivně získávat také dotace pro rozvoj cestovního ruchu a příjmy z hospodářské činnosti.

č.	Seznam opatření	Popis	Garant, spolupráce	Náklady
2.4.1	Vytvořit vícezdrojový rozvojový fond na podporu dalšího rozvoje cestovního ruchu a prosperity města (především na rozvojové investiční projekty)	Spolu s opatřením 2.3.1 – platforma pro komunikaci, koordinaci a kooperaci (3K) je toto opatření jedním z nejdůležitějších opatření této Koncepce. Pod patronátem platformy pro 3K je doporučeno založit a transparentně vést rozvojový finanční fond , jehož zdrojem budou různé druhy příjmů – blíže jsou popsány na stranách 35-39 (i ve vazbě na financování platformy pro 3K). Cílem fondu i platformy pro komunikaci, koordinaci a kooperaci bude dále alokovat finance na rozvoj cestovního ruchu na základě společného usnesení všech aktérů (především na rozvojové investiční projekty).	město Mikulov, platforma pro komunikaci, koordinaci a kooperaci	max. 100 tis. Kč
2.4.2	Vyhledávat dotační zdroje pro rozvoj kultury a cestovního ruchu	Vzniklý spolek platformy pro komunikaci, koordinaci a kooperaci (v čele s městem Mikulov) by měl aktivně vyhledávat dotační tituly a možnosti jejich čerpání pro oblast kultury a cestovního ruchu (např. zkvalitnění a dobudování infrastruktury, ekologie a udržitelnost ap.). dotační programy aktivně využívat a informovat o nich také další subjekty a potenciální žadatele ve městě.	platforma pro komunikaci, koordinaci a kooperaci, příp. dotační agentura	max. 50 tis. Kč ročně + případná provize ze získaných zdrojů

Indikátory pro Strategický cíl 2

Nastavit dlouhodobě udržitelný efektivní systém koordinace a podpory kultury a cestovního ruchu

Strategický cíl 2 je v rámci Koncepce měřen následujícími indikátory.

Indikátory pro měření strategického cíle	Výchozí hodnota (2023)	2025	2027	2030	Zdroj informací/ měření
Počet pravidelných setkání kulturních aktérů a aktérů cestovního ruchu	0	2	2	2	evidence města
Počet opatření a aktivit zvyšujících udržitelnost a šetrnost kultury a cestovního ruchu ve městě (př. recyklovatelné nádoby, prioritizace místních dodavatelů, snižování plýtvání apod.)	Není evidováno	+ 10 od r. 2023	+ 20 od r. 2023	+ 30 od r. 2023	evidence města
Založení platformy pro komunikaci, koordinaci a kooperaci	Ve městě funguje důvěryhodná a profesionální organizace, která má širokou bázi členů a pravidelnou činnost, operuje se společným transparentním fondem pro společně odsouhlasené projekty.				zakládající listiny, stanovy, zápisy ze schůzí
Počet členů podílejících na platformě pro komunikaci, koordinaci a kooperaci	0	50	100	200	vlastní výzkum
Roční rozpočet společného Fondu v rámci platformy pro komunikaci, koordinaci a kooperaci	0	2 mil. Kč	5 mil. Kč	10 mil. Kč	vlastní výzkum
Počet vyhledaných a získaných dotací	není evidováno	2	3	3	vlastní výzkum

Klíčový projekt pro cíl 2: Platforma pro komunikaci, koordinaci a kooperaci (1/5)

Pro dlouhodobé optimální fungování cestovního ruchu v Mikulově je nezbytné dodržovat **principy 3K (komunikace, koordinace, kooperace)**, které jsou základem jakékoliv **úspěšné spolupráce** v oblasti cestovního ruchu.

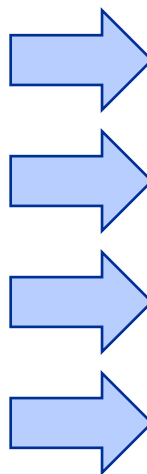
Pro funkční nastavení spolupráce doporučujeme transformovat některou ze stávajících organizací působících v oblasti cestovního ruchu nebo založit organizaci novou. Tato platforma pro komunikaci, koordinaci a kooperaci musí být transparentně řízena a zastupovat všechny relevantní subjekty v odvětví cestovního ruchu.

Základní principy řádného fungování cestovního ruchu v Mikulově

KOMUNIKACE – soustavná vzájemná výměna informací mezi subjekty cestovního ruchu v destinaci.

KOORDINACE – zajištění věcného, finančního, časového a prostorového souladu organizace realizovaných aktivit v destinaci jednotlivými subjekty cestovního ruchu.

KOOPERACE – spolupráce mezi subjekty cestovního ruchu v destinaci, na jejímž základě vznikají synergické efekty ve formě přidané hodnoty pro spolupracující subjekty.



Navrhujeme v Mikulově zřídit platformu pro komunikaci, koordinaci a kooperaci aktérů cestovního ruchu

Může se jednat o transformaci stávající organizace nebo zřízení organizace nové.

Varianty založení platformy pro 3K:

1. Součást (samostatné oddělení) **města Mikulov**
2. Součást (samostatné oddělení) **Mikulovské rozvojové**
3. Součást (samostatné oddělení) **DSO Mikulovsko**
4. Součást (samostatné oddělení) **Turistického informačního centra**
5. Založení oddělení pro výkon lokálního destinačního managementu v **DS Pálava**
6. Rozšíření **MikulovTourism** (vstup města a dalších subjektů do členské struktury)
7. **Nový samostatný spolek Partnerství pro Mikulov** uspořádaný dle členských skupin

Varianta č. 7 – Nový samostatný spolek Partnerství pro Mikulov je blíže popsána v kapitole Příloha návrhové části (str.65-72).

Klíčový projekt pro cíl 2: Platforma pro komunikaci, koordinaci a kooperaci (2/5)

Vhodnou platformou pro komunikaci, koordinaci a kooperaci aktérů cestovního ruchu v Mikulově může být taková organizace, která bude splňovat uvedené předpoklady

Základní předpoklady organizace, která bude platformou pro komunikaci, koordinaci na kooperaci:

Důstojné a spravedlivé zapojení všech zainteresovaných subjektů – organizace by měla být nastavena takovým způsobem, aby umožňovala všem zájemcům z řad aktérů cestovního ruchu v Mikulově se zapojit a podílet na fungování této platformy.

Transparentní systém rozhodování - rozhodovací procesy v organizaci musí být nastavené transparentně a umožňovat všem zapojeným subjektům přiměřený podíl na rozhodování organizace. Cílem je konsensuální způsob řízení se zavedenými nástroji k eliminaci případných „aktivistických“ snah jednotlivých subjektů / osob.

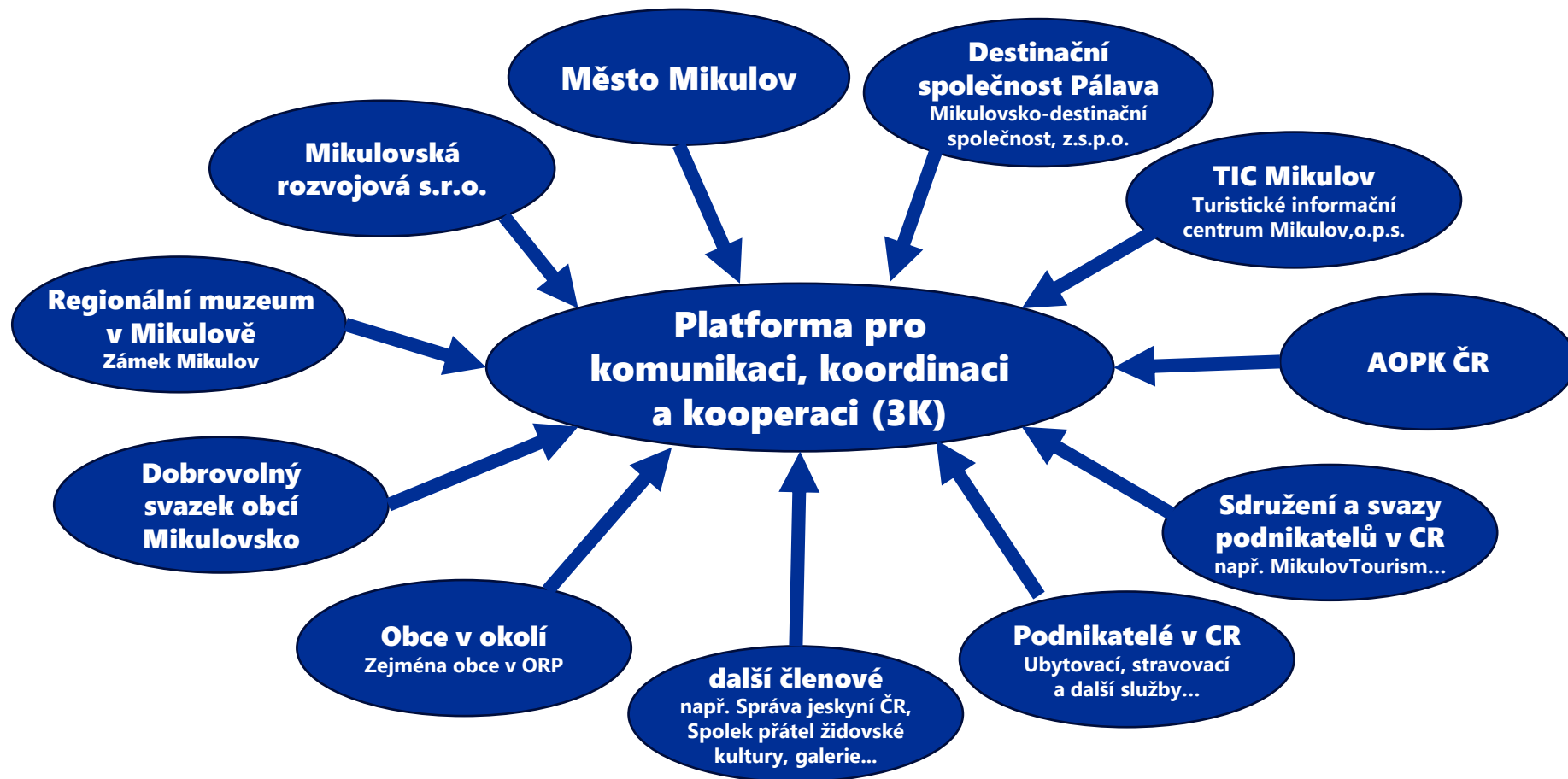
Systém motivující k výběru příspěvků zapojených subjektů na činnost platformy - fungování organizace by mělo být nastaveno tak, aby motivovalo zapojené aktéry k podílení se na financování aktivit platformy. Výše paušálních / základních příspěvků by neměla být v žádném případě důvodem k nepřistoupení subjektů ke spolupráci. Je vhodné provázat váhu v rozhodovacích procesech platformy na výši příspěvku jednotlivých účastníků, motivovat je tak k dalším příspěvkům v dobrovolném módu.

Nastavení musí být dlouhodobě udržitelné - organizace by měla mít stabilní a funkční model spolupráce propojující heterogenní prostředí s rozdílnými zájmy členských subjektů. Propracovaný systém uspořádání a správy platformy by měl zajistit bezpečné prostředí pro rozvoj destinace bez negativních vnějších vlivů.

Systém motivující k efektivní činnosti platformy – systém řízení platformy by měl být založen na osobní odpovědnosti Členů vedení organizace za vymezené segmenty členů, na základě pravidelných setkávání zapojených subjektů, na společném výběru vhodné osoby do role koordinátora cestovního ruchu ve městě Mikulov.

Klíčový projekt pro cíl 2: Platforma pro komunikaci, koordinaci a kooperaci (3/5)

Možnými členy této platformy pro komunikaci koordinaci a kooperaci jsou všichni aktéři cestovního ruchu v Mikulově a okolí.



Klíčový projekt pro cíl 2: Platforma pro komunikaci, koordinaci a kooperaci (4/5)

Příjmy 2025 (odhad)	Základní členské příspěvky	Mimořádné a projektové příspěvky na měkké projekty	ROZVOJOVÝ FOND
Město	přibližně 3 000 000 Kč (1. čtvrtina vybraných poplatků z pobytu)*		3 000 000 Kč (2. čtvrtina vybraných poplatků z pobytu)*
Další členové	100 000 Kč (2 500 Kč x 40 členů - odhad)	dobrovolné příspěvky členů odhad cca 150 000 Kč	dobrovolné příspěvky členů (dle konkrétních projektů)
Celkem	3 250 000 Kč		3 000 000 Kč
	6 250 000 Kč		

* Pozn.: zbývající polovina vybraných poplatků z pobytu zůstává v rozpočtu města

Aktivity Platformy pro 3K, provoz a měkké projekty

- základní chod kanceláře (mzdy min. 2 pracovníci, admin),
- rozvoj partnerských vztahů,
- péče o značku města,
- roční marketingový plán (s výhledem na další 2 roky)
- web a sociální média, informační servis,
- příprava a propagace produktů cestovního ruchu,
- návazné marketingové aktivity (dle spol. marketing. plánu),
- ediční činnost (mapy, letáky...),
- pravidelná komunikace aktérů cestovního ruchu,
- osvětové aktivity (př. etický kodex, zjišťování iritace obyvatel),
- příprava „Mikulovské benefity“ (dlouhodobý projekt)
- sběr a zpracování statistických dat,
- vzdělávání apod.

Rozvojový fond - udržitelný rozvoj cestovního ruchu a kultury

Rozvojový fond bude přispívat **na projekty podporující udržitelný rozvoj cestovního ruchu a kultury** (především podpora rozvojových investičních projektů).

Projekty budou podpořeny **formou daru**.

Prostředky poskytnuté městem do Rozvojového fondu budou činit maximálně 50 % uznatelných nákladů projektu. **Tzn. celkový investovaný objem je minimálně dvojnásobek částky poskytnuté městem z podílu vybraných poplatků z pobytu** (v případě 3 mil. Kč tak bude investováno min. 6 mil. Kč).

Výzva k předkládání projektů bude 1-2x ročně.

Uznatelní žadatelé budou fyzické a právnické osoby (včetně města, podnikatelů, spolků ap.).

Projekty budou hodnoceny na základě bodovaných transparentních kritérií. **Významně zvýhodněné budou projekty, na kterých se bude finančně podílet více členů a členských skupin spolku.**

Projekty k podpoře bude schvalovat **platforma pro komunikaci, koordinaci a kooperaci**.

Klíčový projekt pro cíl 2: Platforma pro komunikaci, koordinaci a kooperaci (5/5)

Příklady projektů vhodných na podporu z Fondu pro udržitelný rozvoj cestovního ruchu a kultury:

Platforma pro komunikaci, koordinaci a kooperaci nebude realizátorem podobných projektů.

Ze své role bude iniciovat obdobné projekty, bude se podílet na komunikaci, koordinaci, případně na rozhodování o doporučených projektech, které by měly být podpořeny z rozvojového fondu ve formě daru apod.

- Budování nových menších turistických cílů (např. výhledová lávka u lomu, opravený Kozí hrádek, posezení poblíž centra, interaktivní cíle...).
- Projekty směřující k energetickým úsporám (v hotelech, restauracích, na amfiteátru, zámku, městském osvětlení apod.).
- Projekty směřující ke snížení uhlíkové stopy (např. využívání místní dopravy, elektromobility, šetrné cykloturistiky).
- Projekty zaměřené na snížení odpadu a jeho recyklaci.
- Infrastruktura pro cykloturistiku (stojany, nabíječky apod. ve vhodných lokalitách mimo náměstí a historické centrum).
- Podpora turistických cílů otevřených celoročně.
- Oprava amfiteátru.
- Revitalizace zeleně na svatém Kopečku.
- Květinové záhony a projekty zkrášlující město.

Strategický cíl 3: Efektivně komunikovat a řídit marketing v oblasti kultury a cestovního ruchu

Opatření pro Strategický cíl 3

Efektivně komunikovat a řídit marketing v oblasti kultury a cestovního ruchu

Priorita 3.1 – Rozvíjet publikum pro kulturu a angažovanost místních obyvatel



Cíle a záměry opatření

- Dostat kulturní akce ve městě do povědomí občanů
- Zjistit informace o publiku městských akcí a využít je při organizaci akcí
- Zvýšit zapojení místních obyvatel do kulturního života

Nástroje

- Propagační kanály města (zpravodaj, výleповé plochy, kalendář...)
- Výzkum ohledně publika městských kulturních akcí
- Výhodový systém
- Mikrogranty, grantový program

Strategie opatření

Základním předpokladem k zapojení místních obyvatel do kulturního dění je zjištění informací o nich formou výzkumu a následně využití získaných informací při organizaci akcí. Aby se místní mohli zapojovat do kulturních akcí, musí o nich být náležitě obeznámeni, což bude zajištěno dostatečnou a kvalitní propagací akcí propagačními kanály města. Dále je navrženo opatření, které by mělo posílit zapojení místních obyvatel do kulturního dění.

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
3.1.1	Posílit propagaci kulturních akcí ve městě (Zpravodaj, výleповé plochy, přehledný kalendář...)	Dostatečná a kvalitní propagace akcí zajistí, že se o akci dozví větší množství potenciálního publika. Navržené aktivity: <ul style="list-style-type: none">➤ zajistit tištěný kalendář (vybraných) akcí v rámci Zpravodaje a výleповých ploch po městě;➤ zkvalitnit a zmodernizovat výleповé plochy (např. digitální plochy, vitríny);➤ propagovat vybrané akce i možnost zapojit se do jejich organizace v konkrétních lokalitách (např. sídliště).	Mikulovská rozvojová	v rámci stávajících smluv MR s městem (PR, Zpravodaj, výleповé plochy)
3.1.2	Zajistit sběr dat o publiku na vybraných akcích a pravidelně jej vyhodnocovat	Pro lepší porozumění publiku je potřeba jej znát, stejně tak jako jeho požadavky, které se město snaží pomoci kulturních akcí naplňovat. Aktivity: <ul style="list-style-type: none">➤ 1x za 2 roky realizovat dotazníkový výzkum na Pálavském vinobraní, městských slavnostech, akcích na amfiteátru apod.	Mikulovská rozvojová, univerzity, příp. SŠ nebo výzkumná agentura	náklady na výzkum (lze spolupracovat s univerzitou)
3.1.3	Motivovat místní obyvatele k větší angažovanosti v kulturním a komunitním životě města	Cílem je aktivně motivovat místní obyvatele <ul style="list-style-type: none">➤ k pořádání menších komunitních a sousedských akcí, výstav vlastních prací a prodeje výrobků na městských akcích – např. formou mikrograntů, grantů a otevřených výzev (viz opatření 1.2.1);➤ k návštěvě méně frekventovaných akcí (např. mimo sezónu);➤ k využívání výhodového systému Mikulovská benefítka (viz opatření 3.4.1).	město Mikulov, Mikulovská rozvojová, místní spolky	v rámci grantového programu a komunikačních kanálů města

Opatření pro Strategický cíl 3

Efektivně komunikovat
a řídit marketing v oblasti kultury a cestovního ruchu

Priorita 3.2 – Šířit povědomí o kultuře a cestovním ruchu pro návštěvníky a občany



Cíle a záměry opatření

- Definovat a kategorizovat turistickou nabídku pro různé cílové skupiny
- Nastavit jasnou a efektivní komunikaci směrem k návštěvníkům
- Korigovat nežádoucí chování u některých segmentů

Nástroje

- Zpracovaný a každoročně aktualizovaný společný marketingový plán
- Společný fond pro rozvoj, rozpočet města, rozpočet TO Pálava
- Etický kodex pro návštěvníky města a aktéry cestovního ruchu a kultury
- Soutěž na novou vizuální identitu města

Strategie opatření

Atraktivita destinace závisí na kvalitě produktů cestovního ruchu a tématech pro marketingovou komunikaci. Úkolem lokálního destinačního managementu je propojit nabídku těchto subjektů, vytvářet ucelené produktové nabídky a témata pro komunikaci, zajistit ve spolupráci se všemi hlavními aktéry společný marketingový plán a komunikaci produktů různým cílovým segmentům návštěvníků. Součástí komunikace bude také nová vizuální identita města. V Mikulově je kladen důraz mj. na řízení očekávání návštěvníků a na jasnou artikulaci pravidel pro návštěvníky, resp. pořadatele akcí a podnikatele.

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
3.2.1	Zpracovat společný marketingový plán hlavních aktérů, definovat klíčová témata a základní produkty cestovního ruchu pro Mikulov	Jedno ze tří klíčových opatření Koncepte, dále je rozpracováno na str. 47-58. V rámci aktivity bude zpracován společný marketingový plán s cílem podpořit a rozvíjet značku Mikulov (případně Mikulovsko), seznam klíčových témat v oblasti turismu, a především základní produkty cestovního ruchu, které lze efektivně komunikovat cílovým segmentům. Systém turistických produktů musí být založen na jedinečné a originální nabídce (USP – Unique Selling Proposition a RTB – Reason to Believe) a měl by být propagován na základě společného marketingového plánu.	Platforma pro komunikaci, koordinaci a kooperaci, TO Pálava	bez přímých nákladů
3.2.2	Zpracovat a implementovat novou vizuální identitu města	Pro město Mikulov bude zpracována nová vizuální identita dobře využitelná v oblasti kultury a cestovního ruchu (včetně významných akcí, městských institucí, prvků ve veřejném prostoru apod.).	město Mikulov	do 1 mil. Kč
3.2.3	Stanovit a komunikovat pravidla/etický kodex pro návštěvníky města a aktéry cestovního ruchu a kultury	Cestovní ruch a významné akce přivádí do Mikulova velké množství návštěvníků s různými zvyky, navíc fenomén vinařství a řada akcí ve městě jsou spojeny s alkoholem a hlukem v nočních hodinách. Je proto třeba citlivě, avšak přímočaře komunikovat základní pravidla pro návštěvu města, aby byl zachován respekt k místním obyvatelům. Ke zvážení je také např. zavedení vyhlášky na regulaci pití alkoholu na veřejnosti ve vybraných hodinách a lokalitách.	město Mikulov, Platforma pro komunikaci, koordinaci a kooperaci	v rámci rozpočtu města, resp. platformy

Opatření pro Strategický cíl 3

Efektivně komunikovat
a řídit marketing v oblasti kultury a cestovního ruchu

Priorita 3.3 – Řídit komunikaci o cestovním ruchu směrem k místním obyvatelům



Cíle a záměry opatření

- Aplikovat prvky udržitelného rozvoje
- Snížit nespokojenost občanů s návštěvníky města
- Zvýšit pozitivní vnímání cestovního ruchu
- Demonstrovat přínosy z cestovního ruchu

Nástroje

- Komunikační kanály města, komunikační kampaň
- Výzkum obyvatel

Strategie opatření

Jedním z bodů aplikace principů udržitelného rozvoje je ošetření spokojenosti lokální komunity. Eliminace problematických prvků a participace občanů na koordinovaných opatření k nápravě pomůže vytvořit prostředí, které bude pro místní obyvatele přijatelné a podporující. Pravidelné získávání zpětné vazby od místních obyvatel a následné pořádání setkání s občany k diskusi o problematice cestovního ruchu a významných akcích poskytuje neocenitelný nástroj pro porozumění potřebám a obavám komunity.

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
3.3.1	Pravidelně získávat zpětnou vazbu od místních obyvatel a následně pořádat setkání s občany s diskuzí problematiky cestovního ruchu a významných akcí	<ul style="list-style-type: none">➤ Nastavit systém a harmonogram získávání zpětné vazby od občanů města, naslouchat a nebagatelizovat jejich postřehy a názory spojené s rozvojem cestovního ruchu a dopady realizace významných akcí.	město Mikulov, platforma pro komunikaci, koordinaci a kooperaci	náklady na výzkum (lze spolupracovat s univerzitami a SŠ)
3.3.2	Identifikovat hlavní zdroje iritace obyvatel ze strany turismu, eliminovat problematické prvky, iniciovat a koordinovat nápravu	<ul style="list-style-type: none">➤ Na základě rešerše a výzkumů identifikovat hlavní zdroje nespokojenosti obyvatel s návštěvníky, sestavit žebříček priorit a postupně realizovat opatření k nápravě jednotlivých problémů.	město Mikulov, platforma pro komunikaci, koordinaci a kooperaci	dle jednotlivých záměrů
3.3.3	Prezentovat a oceňovat úspěšné projekty a příklady dobré praxe přínosné pro cestovní ruch i místní spoluobčany	<ul style="list-style-type: none">➤ Určit, komunikovat a akcentovat aktivity spojené s rozvojem kultury a cestovního ruchu, které mají zásadní pozitivní dopad pro místní obyvatele.➤ Konkrétní aktivitou může být ocenění pro příklady dobré praxe – např. počín roku v rozvoji cestovního ruchu a kultury.	město Mikulov, platforma pro komunikaci, koordinaci a kooperaci	v rámci komunikačních kanálů města, finanční ocenění dle stavu Fondu pro rozvoj (opatření 2.4.1)

Priorita 3.4 – Zavést komplexní systém řízení a koordinace aktivit a nabídky (1/2)



Cíle a záměry opatření

- Podpořit a prezentovat pohostinnost města
- Vytvořit systém výhod se zaměřením na místní obyvatele a výnosnější segmenty cest. ruchu
- Propojit městské, turistické, občanské a kulturní záležitosti do jednoho systému
- Zajistit vlastní zdroj dat o toku návštěvníků a využívání služeb pro další rozvoj a zvyšování kvality
- Zefektivnit výběr poplatků z pobytu

Nástroje

- Projekt **Mikulovská benefitka**
- Rozpočet města Mikulov
- Společný rozvojový fond
- Systém motivace pro výběr poplatků z pobytu

Strategie opatření

Implementace výhodového systému/aplikace města představuje **jeden z klíčových projektu Koncepce**. Cílem je **prioritizace místních obyvatel a návštěvníků města, kteří zůstanou delší dobu a/nebo se vracejí opakovaně**. Elektronický systém (aplikace, příp. karta) bude zahrnovat atraktivní výhody, slevy na městské akce a služby (včetně např. parkování), slevy v restauracích, hotelech a dalších turistických zařízeních. Rozsah benefitů, délka platnosti a další parametry se mohou odlišovat pro různé skupiny uživatelů – zejména místní obyvatele a návštěvníky dle jejich potřeb a preferencí. Dalšími výhodami jsou podpora místního podnikání, motivování občanů k aktivní účasti na kulturním a turistickém dění, motivace k prodloužení pobytů návštěvníků města a větší spotřebě, **zefektivnění výběru poplatků z pobytu**, získání vlastních **dat o návštěvnících města** a využívání služeb ve městě, v neposlední řadě také posílení partnerství města Mikulov a dalších subjektů s dodavateli služeb a zboží (hotely, restaurace, obchody ap.).

č.	Seznam opatření	Popis	Garant, spolupráce	Náklady
3.4.1	Realizovat systém výhod „Mikulovská benefitka“ (pracovní název)	Koncipovat systém slev a spojení služeb a jednotného systému pro správu několika oblastí, a to ve spolupráci a koordinaci s CCR JM , která zavádí podobný (kompatibilní) systém. Se zavedením systému souvisí následující aktivity: <ul style="list-style-type: none"> ➤ provést rešerši příkladů dobré praxe pro inspiraci, ➤ spolupracovat s krajskou centrálou a jí vyvíjeným systémem, ➤ sestavit studii proveditelnosti a vypsát výběrové řízení na dodavatele systémů, ➤ zapojit partnerské podniky, aktivně oslovovat a motivovat další možné podniky a subjekty k zapojení, ➤ nastavit úroveň slev a výhod pro různé cílové skupiny (místní, výletníky, turisty), ➤ zajistit propagaci a distribuci místním obyvatelům, ➤ zajistit propagaci a distribuci turistům i výletníkům (např. přes hotely, TIC, zámek, MR a další subjekty). 	Platforma pro komunikaci, koordinaci a kooperaci, město Mikulov, městské organizace a služby, kulturní instituce, provozovatelé atraktivit cestovního ruchu, soukromí podnikatelé	vstupní náklady max. 1,5 mil. Kč, každoroční náklady na údržbu max. 300 tis. Kč výnosy a výhody systému by měly převážít náklady

Priorita 3.4 – Zavést komplexní systém řízení a koordinace aktivit a nabídky (2/2)



č.	Seznam opatření	Popis	Garant, spolupráce	Náklady
3.4.2	Zvýšit účinnost výběru poplatků z pobytu a dalších poplatků z cestovního ruchu a kultury pomocí systému Mikulovská benefítka	<p>Město zvyšuje poplatek z pobytu (od 1.7.2024 na 50 Kč za každý započatý den pobytu, s výjimkou dne jeho počátku), je však nutné se zaměřit i na efektivitu výběru poplatků od hromadných ubytovacích zařízení. K tomu by měl napomoci systém Mikulovské benefítky. Hotely zapojené do systému budou automaticky vydávat aplikaci/kartu hostům a odvádět poplatky městu, na oplátku jim bude část poplatku vrácena na rozvoj jejich služeb, zvýšení kvality nabízených služeb.</p> <p>Návrh práce s poplatkem: 1/3 vybraných poplatků zůstává městu, 1/3 je převedena na provoz platformy pro komunikaci, koordinaci a kooperaci, 1/3 na rozvojový fond. Turisté ubytovaní v zapojených ubytovacích zařízeních získávají automaticky aplikaci/kartu výhod Mikulovskou benefítku, což ztraktivňuje tato ubytovací zařízení (např. oproti neregistrovaným místům AirBnB apod.). Stejně tak motivuje návštěvníky k výběru registrovaných zařízení a využívání systému.</p>	město Mikulov, platforma pro komunikaci, koordinaci a kooperaci	bez dodatečných nákladů, naopak zvýšení příjmů
3.4.3	Zajistit osvětu o přínosech kultury a cestovního ruchu, především pak o smyslu a fungování místních poplatků mezi občany i ubytovateli	Cílem je poukazovat na přínosy cestovního ruchu a kultury a transparentně prezentovat, jaké ekonomické přínosy z těchto dvou odvětví město Mikulov čerpá a jak získané prostředky investuje do rozvoje těchto odvětví a celého města. Proto je třeba začlenit tato témata do PR aktivit města a komunikovat dílčí témata zejména podnikatelům a pořadatelům, také však místním obyvatelům (viz opatření 3.4.3).	město Mikulov, platforma pro komunikaci, koordinaci a kooperaci,	bez dodatečných nákladů (v rámci PR města a/nebo rozpočtu platformy pro komunikaci, koordinaci a kooperaci,)

Indikátory pro Strategický cíl 3

Efektivně komunikovat a řídit marketing v oblasti kultury a cestovního ruchu

Strategický cíl 3 je v rámci Koncepce měřen následujícími indikátory.

Indikátory pro měření strategického cíle	Výchozí hodnota (2023)	2025	2027	2030	Zdroj informací/ měření
Aktuální společný marketingový plán	Zpracovaný a pravidelně aktualizovaný společný marketingový plán cestovního ruchu.				<i>evidence platformy pro 3K</i>
Portfolio aktuálních produktů cestovního ruchu	Portfolio pravidelně aktualizovaných produktů cestovního ruchu sestavené s principy udržitelnosti a šetrnosti cestovního ruchu.				<i>vlastní výzkum</i>
Počet realizovaných výzkumů na významných kulturních akcích	0 až 1	1 akce ročně	2 akce ročně	2 akce ročně	<i>odborná agentura</i>
Počet realizovaných výzkumů u místních obyvatel	0 až 1	1 ročně	1x / 2 roky	1x / 2 roky	<i>odborná agentura</i>
Počet sezení / diskusí s místními obyvateli	Uspořádat alespoň 1x ročně moderovanou debatu s místními obyvateli či zástupci různých občanských sdružení, spolků aj.				<i>vlastní výzkum</i>
Počet uživatelů systému Mikulovská benefitka (MB) ročně	není zaveden	příprava konceptu	příprava systému (s partnery)	funkční systém, 1000 uživatelů	<i>evidence systému</i>
Počet slev a výhod v systému Mikulovská benefitka (podniků, akcí, atraktivit ap.)	není zaveden	příprava konceptu	jednání s partnery	funkční systém, min. 50 slev a výhod	<i>evidence systému</i>

Klíčový projekt pro cíl 3: Společný marketingový plán a produktové portfolio (1/12)

Společný marketingový plán

Klíčovou aktivitou pro úspěšnou realizaci celé koncepce je **pravidelné vypracování společného marketingového plánu pro oblast kultury a cestovního ruchu**, jeho následná realizace, vyhodnocování a v případě potřeby aktualizace. Marketingový plán by měl být připraven vždy s dostatečným předstihem, a to **ideálně na období jednoho roku**.

Společný marketingový plán musí být realistický, zohledňovat aktuální podmínky, možnosti dané rozpočtem a potřeby a rozvojové plány v oblasti kultury a cestovního ruchu a musí být připravován ve spolupráci s hlavními aktéry. Zmíněný marketingový plán města a produktové portfolio musí být v souladu se strategií a plány oblastní destinační společnosti Mikulovsko (TO Pálava) a se strategií a plány krajské DMO Centrála cestovního ruchu Jižní Morava.

Další informace o tvorbě marketingového plánu a výchozí doporučení pro město Mikulov jsou dále rozpracovány v kapitole Zásady tvorby marketingového plánu.

Produktové portfolio

Zásadní aktivitou je také průběžná aktualizace a **rozvoj portfolia produktů cestovního ruchu**.

Produkt cestovního ruchu je komplex nabízených služeb a zážitků, které spojuje silná jednotící myšlenka do ucelené a komplexní nabídky cestovního ruchu mířící na jednoznačně definovanou cílovou skupinu.

Principy produktů cestovního ruchu:

- je spojen se zážitkem
- je komplexní, vícevrstvý, kombinovaný
- je zaměřený na konkrétní cílovou skupinu
- je spojen se zvýšením spotřeby
- je řízen a koordinován – je dlouhodobý

Hlavní vlastnosti produktu CR:

- Autenticita
- Atraktivita
- Ucelenost
- Systematičnost
- udržitelnost

Klíčový projekt pro cíl 3: Společný marketingový plán a produktové portfolio (2/12)



V této části jsou navržena základní témata produktů cestovního ruchu, která vycházejí z analýzy potenciálu města. Při navrhování systému produktů byly vzaty v potaz základní konkurenční výhody Mikulova, kterými jsou zejména kulturně-historické dědictví, CHKO Pálava, tradice vinařství a další předpoklady cestovního ruchu. Jakýkoliv produkt je však nutno formovat i komunikovat s důrazem na udržitelnost a zvážit možné negativní dopady pramenící z overturismu.

Základem navržených produktů je orientace na zážitek a jejich obchodní zaměření umožňující rozvoj na základě principů destinační spolupráce. Systém produktů byl vytvořen s využitím metodického postupu agentury CzechTourism „Manuál tvorby produktu cestovního ruchu“ *).

Produkty je potřeba vytvářet pro konkrétní cílové skupiny. Důležitou roli zde tedy hraje segmentace klientely, tzn. vhodná nabídka pro konkrétní cílovou skupinu. Z důvodu budování pozitivní image destinace a její konkurenceschopnosti je tedy nutné neustále zjišťovat požadavky a přání návštěvníků a průběžně připravovat nové produkty, které budou tyto požadavky akcentovat. K tomu doporučujeme využívat např. archetypální segmentaci klientely.

Klíčový projekt pro cíl 3: Společný marketingový plán a produktové portfolio (3/12)

Segmentace klientely

Níže je uvedena **charakteristika cílových skupin dle moderní archetypální segmentace klientely**, kterou používá Česká centrála cestovního ruchu – **CzechTourism**. Archetypální segmentace se zakládá na spotřebním **chování, postojích a očekávání** návštěvníka v destinaci, je možné ji využít pro tuzemský i zahraniční cestovní ruch. Napomáhá k poznání cílových skupin, optimalizaci marketingových aktivit a úspore nákladů.

Z pěti základních archetypů byly pro město Mikulov vybrány 2 TOP segmenty, na které by se mělo město nejvíc soustředit. Jsou to **Požítkaři**, kteří cestují za poznáním místní přírody, kultury, tradic obyvatel a lokálních jídel, a **Rekreanti**, kteří vyhledávají levnější ale pohodovou a aktivní dovolenou a v Mikulově tvoří masu navštěvující akce a festivaly. Doplňkovým segmentem jsou **Poutníci**, kteří si užijí nabízené kulturní aktivity. **Pařmeni** jsou nyní nedílnou součástí Mikulova a vinařské oblasti, je však třeba moderovat jejich chování a pobyt. Segment Dobrodruzi není typickým návštěvníkem pro Mikulov a okolí.

	Kdo jsme?	Důvody k cestování	Bariéry v cestování	Způsob cestování	Destinace a zdroj informací
1) Požítkaři – TOP segment	Jsme častěji ženy a lidé ve věku 35-64 let . Je pro nás důležité, aby nás naše práce bavila a přinášela nám uspokojení . Rádi pracujeme na zahradě a čteme časopisy . Rádi si hrajeme s dětmi a milujeme pasivní odpočinek - nicnedělání .	Během cestování chceme navštívit zajímavou krajinu a obecně rádi využíváme možnost poznávat přírodu . Na dovolené rádi využíváme luxusní služby a dopřáváme si kvalitní ubytování . Rádi poznáváme místní pochoutky a oceníme kvalitní a zajímavou gastronomii. Rádi trávíme čas v lázních a wellness .	Od cestování nás odrazuje obtížná letecká dostupnost, nestabilní politická situace, nízká úroveň zdravotnictví a nízká kvalita potravin . Destinace, kde hrozí, že budeme okradeni, a místa, kde je špína , nás nelákají. Nemáme rádi ani destinace s extrémními teplotami .	Cestujeme na různě dlouhé výlety. Podnikáme jednodenní cesty , ale účastníme se i víkendových pobytů anebo týdenních až dvoutýdenních cest . Většinou využíváme služeb cestovní kanceláře a kupujeme si pobyt včetně dílčích výletů . Přespáváme mezinárodních anebo místních hotelech. Cestujeme s rodinou, dětmi, vnoučaty a přáteli.	Nejčastěji cestujeme do střední a západní Evropy a Severní Ameriky . Často také cestujeme po vlasti. Informace o destinacích získáváme z časopisů a novin , z nabídky cestovních kanceláří a propagačních materiálů.

Klíčový projekt pro cíl 3: Společný marketingový plán a produktové portfolio (4/12)

Segmentace klientely

	Kdo jsme?	Důvody k cestování	Bariéry v cestování	Způsob cestování	Destinace a zdroj informací
2) Rekreatanti – TOP segment	Jsme častěji ženy a mladí ve věku 18 - 34 let . Máme spíše nižší vzdělání. Jsou mezi námi často studenti . V práci jsou pro nás nejdůležitější peníze . Raději si peníze půjčíme , než abychom spořili. Rádi trávíme čas nakupováním . Volný čas trávíme s oblibou sledováním televize, surfváním na internetu a posezením s přáteli a rodinou .	Účelem naší dovolené je dostat se k vodě – k moři, k jezerům či do hor do zařízení s bazény a wellness . Čas dovolené trávíme na plážích, koupáním, relaxem . Na našich cestách se také snažíme levně nakupovat.	U některých destinací nás odrazuje, že místní nemluví naším rodným jazykem nebo alespoň anglicky .	Na dovolenou jezdíme častěji na prodloužené víkendy , ale i déle. Nejčastěji si koupíme dopředu celý zájezd od cestovní kanceláře . Výlety si ale vesměs organizujeme sami . Cestujeme často s partnerem. Bydlíme nejčastěji v rezortu / hotelu nebo v kvalitním penzionu.	Nejoblíbenější destinací je pro nás klidná lokace u vody, na horách , ideálně u moře. Tipy na dovolenou získáváme nejčastěji od známých , ale také třeba z medií .
3) Poutníci	Jsme častěji muži . Lidé ve věku 45-64 let . Jsou mezi námi spíše vysokoškoláci a lidé žijící v velkých městech , často jsou mezi námi i senioři . Mnohdy máme pocit, že máme dostatek peněz , často finančně podporujeme potřebné . Rádi čteme knihy , navštěvujeme muzea a výstavy . Volný čas rádi trávíme o samotě .	Cestujeme, abychom poznali místní kulturu, tradice obyvatel, jejich výrobky a lokální potraviny . Rádi poznáváme místní architekturu a památky .	Velký důraz klademe na dodržování lidských práv a toleranci .	Často cestujeme na delší vzdálenosti . Když už se někam vydáme, tak tam strávíme déle než dva týdny. Častěji cestujeme sami .	Přitahuje nás zejména vzdálené destinace, při cestování po Česku destinace, které mají kulturní či duchovní odkaz . Inspiraci a informace čerpáme především z dokumentů .

Klíčový projekt pro cíl 3: Společný marketingový plán a produktové portfolio (5/12)

Segmentace klientely

	Kdo jsme?	Důvody k cestování	Bariéry v cestování	Způsob cestování	Destinace a zdroj informací
4) Pařmeni	Jsme častěji muži. Většinou jsme mladí lidé ve věku 18-34 let . Jsme častěji studenti anebo výdělečně činní . Častěji patříme mezi solidně zajištěné . Zajímáme se o moderní technologie , rádi posloucháme hudbu a s oblibou navštěvujeme bary, restaurace a hospody .	Chceme si užívat. Cestujeme, abychom se nespoutaně bavili v klubech , na párty apod. Náplň našich cest může být i sportovní vyžití .	Nejezdíme do míst, kde jsou vysoké ceny . Chceme jednoduchou a lacinou zábavu. Pro zahraniční návštěvníky může být limitem, že místní neumějí anglicky .	Ubytování řešíme buď dopředu anebo až na místě, v každém případě sami, bez cestovní kanceláře . Často cestujeme ve skupině přátel . Program a de facto i náplň cesty řešíme až na místě . Na svých cestách spíme buďto u známých anebo v hostelu .	V rámci Evropy cestujeme často. Destinací, do které velice rádi zajedeme, je Česká republika . O zajímavých turistických místech se dozvídáme díky internetu anebo filmům a seriálům .
5) Dobrodruzi	Jsme častěji muži . Jsme lidé nejrůznějšího věku . V porovnání s ostatními segmenty jsme častěji solidně zajištění . Často aktivně sportujeme , rádi chodíme na výlety , máme rádi vysokohorskou turistiku , rádi chodíme do kina a účastníme se kulturních událostí .	Vyhledáváme především nevšední a exotické destinace . Cestujeme, abychom objevovali neobjevené, poznali nepoznané. Lákají nás i hory a vysokohorská turistika . Civilizaci se nicméně nevyhýbáme.	Od cestování nás nic neodrazuje . Jakákoliv skutečnost, kterou by ostatní mohli vnímat jako bariéru anebo komplikaci, vnímáme jako výzvu a součást cesty .	Trasu naší cesty máme dopředu promyšlenou. Víme, co chceme navštívit a kam se chceme podívat . Dopředu máme i vytipované anebo dokonce zarezervované ubytování. Služby tuzemských cestovních kanceláří vesměs nevyužíváme .	Cestováním si plníme své sny . Z destinací nás nejvíce lákají exotické destinace. Cestujeme často i po Evropě a Česku. Informace o destinacích získáváme na internetu , z filmů a seriálů.

Klíčový projekt pro cíl 3: Společný marketingový plán a produktové portfolio (6/12)

Návrh základních produktů cestovního ruchu

Název produktu	Vinařství	
Koordinátor produktu	Mikulov	
USP produktu	Krajina CHKO Pálava osázená vinohrady, sklepní uličky, sklípky, vinárny, vinařství. Tradiční odvětví ve městě.	
Popis produktu	Produkt je zaměřen na nejznámější fenomén ve městě s několika set letou tradicí. Jeho součástí jsou edukativní prvky o pěstování/zpracování vína, (cyklo)stezky a turistické trasy mezi vinicemi a degustace s doprovodnou gastronomií a další tematicky zaměřené aktivity. Jedním z hlavních cílů produktu je rozmístění návštěvníků v rámci celého území města a okolí.	
Hlavní komponenty (RTB)	Partneři produktu (mezi odvětvová vazba)	
Příklady atraktivit: <ul style="list-style-type: none"> naučné stezky o víně a vinicích sklípky a sklepní uličky individuální procházky návštěvníků po doporučených vyznačených turistických trasách a naučných stezkách degustace ve vinařstvích, sklípkách, vinárnách gastronomické akce, kulinářské workshopy návštěva tematicky relevantní expozice na zámku 	<ul style="list-style-type: none"> Regionální muzeum v Mikulově Vinaři a vinařství (a jejich svazy, sdružené organizace) Gastronomické podniky ve městě Mikulovská rozvojová CHKO Pálava / AOPK ČR Turistická informační centra 	
Přínosy produktu pro návštěvníky	Hlavní segmenty klientely	
<ul style="list-style-type: none"> Ochutnávání kvalitního vína a špičkové gastronomie Semi - aktivní odpočinek s partnerem/partnerkou či přáteli Rozšíření možnosti trávení volného času ve městě 	<ul style="list-style-type: none"> Požitkáři Pařmeni (s důrazem na moderaci chování) 	
Přínosy produktu pro partnery / destinaci	Hlavní cílové trhy	
<ul style="list-style-type: none"> Zvýšení příjmů místních podnikatelů Posílení image destinace jako oblasti, která je č. 1 ve vinařství Distribuce návštěvních toků i mimo území města a po různých vinařích/vinařstvích 	<ul style="list-style-type: none"> Praha a střední Čechy, Jihomoravský kraj, okolní kraje (Zlínský, Vysočina, Olomoucký) západ Slovenska (Trenčianský a Žilinský kraj) a severní částí Rakouska zbytek Moravy a východní Čechy, jižní Polsko zbytek České republiky 	

Klíčový projekt pro cíl 3: Společný marketingový plán a produktové portfolio (7/12)

Návrh základních produktů cestovního ruchu

Název produktu	Cykloturismus
Koordinátor produktu	Mikulov
USP produktu	Krajina CHKO, okolní (cyklisticky) atraktivní krajina, doprovodná infrastruktura (servis, půjčovny)
Popis produktu	Produkt stojí na atraktivitě města a okolní krajiny a odpovídající kvalitě přidružené infrastruktury pro jeden z nejoblíbenějších volnočasových sportů. Návštěvníci vyráží z města na kratší výlety po okolí, v Mikulově čerpají služby ubytování a večer (po příjezdu z výletu) využívají nabídky bohatého kulturního programu.
Hlavní komponenty (RTB)	Partneři produktu (mezi odvětvová vazba)
Příklady atraktivit: <ul style="list-style-type: none">▪ Značené a udržované okruhy pro cyklisty▪ Vybrané cyklistické akce (Krajem vína) a sportovní události▪ Skrytá a méně známá místa v okolí města (výhledy, rozhledny, přírodní útvary...)▪ Vytvoření tematicky-relevantních map, brožur a mobilní aplikace pro individuální využití (přehled tras a doprovodných služeb)	<ul style="list-style-type: none">▪ Okolní obce▪ Cykloservisy a cyklopůjčovny ve městě▪ Vinaři a vinařství▪ CHKO Pálava / AOPK ČR▪ Turistická informační centra▪ Městská policie (koordinace provozu při akcích)▪ Mikulovská rozvojová
Přínosy produktu pro návštěvníky	Hlavní segmenty klientely
<ul style="list-style-type: none">▪ Aktivní odpočinek s partnerem/partnerkou, rodinou či přáteli▪ Sportovní náplň během pobytu, podpora zdravého životního stylu▪ Trávení času v destinaci oblíbenou činností	<ul style="list-style-type: none">▪ Požitkáři▪ Rekreatanti
Přínosy produktu pro partnery / destinaci	Hlavní cílové trhy
<ul style="list-style-type: none">▪ Zvýšení počtu návštěvníků a přenocování v turistické oblasti▪ Zvýšení návštěvnosti méně i více známých cílů – rozproštění návštěvnosti v okolí města▪ Zvýšení příjmů místních podnikatelů	<ul style="list-style-type: none">▪ Praha a střední Čechy, Jihomoravský kraj, okolní kraje (Zlínský, Vysočina, Olomoucký)▪ západ Slovenska (Trenčianský a Žilinský kraj) a severní částí Rakouska▪ zbytek Moravy a východní Čechy, jižní Polsko▪ zbytek České republiky

Pozn.: USP – Unique Selling Proposition = unikátní prodejní výhoda či vlastnost produktu
RTB – Reason to Believe = konkrétní prvky, které podporují důvěryhodnost produktu

Klíčový projekt pro cíl 3: Společný marketingový plán a produktové portfolio (8/12)

Návrh základních produktů cestovního ruchu

Název produktu	Židovská kultura	
Koordinátor produktu	Mikulov	
USP produktu	Poznávání kultury, historie a dědictví významného světového náboženství / národa	
Popis produktu	Produkt pracuje s výrazným a zcela jedinečným prvkem Mikulovské historie, který je vzhledem k holocaustu zároveň tématem velmi citlivým. Zpracování produktu prezentuje tuto výjimečnou kulturu jak zvědavým návštěvníkům, tak představuje život předků Židům přijíždějícím pátrat po svých kořenech.	
Hlavní komponenty (RTB)	Partneři produktu (mezi odvětvová vazba)	
Příklady atraktivit: <ul style="list-style-type: none"> Nemovitě židovské památky ve městě Speciální objekty (mikve) Židovský hřbitov Tradiční košer gastronomie Přednášky, festivaly, hudební a umělecké události (př. Dny židovské kultury) 	<ul style="list-style-type: none"> Židovské obce Turistická nabídka v prostoru bývalé židovské čtvrti Partnerská města s obdobnou tematikou Regionální muzeum v Mikulově 	
Přínosy produktu pro návštěvníky	Hlavní segmenty klientely	
<ul style="list-style-type: none"> Poznávání významné světové kultury Hledání kořenů – poznávání místa svých předků Duchovní náplň v rámci pobytu, seberozvoj, vzdělávání 	<ul style="list-style-type: none"> Poutníci Požitkáři 	
Přínosy produktu pro partnery / destinaci	Hlavní cílové trhy	
<ul style="list-style-type: none"> Zvýšení atraktivity na vybraných, výklenkových trzích Zvýšení kredibility města jakožto významného producenta cestovního ruchu, v případě vysoké kvality zpracování takto citlivého tématu Posílení image destinace jako multikulturního prostoru Omezení vnímání města jakožto „party“ destinace 	<ul style="list-style-type: none"> Česká republika Vybrané evropské země – Francie, Švýcarsko, Spojené Království, Německo Zámořské trhy (Izrael, USA, Kanada) 	

Pozn.: USP – Unique Selling Proposition = unikátní prodejní výhoda či vlastnost produktu
 RTB – Reason to Believe = konkrétní prvky, které podporují důvěryhodnost produktu

Klíčový projekt pro cíl 3: Společný marketingový plán a produktové portfolio (9/12)

Návrh základních produktů cestovního ruchu

Název produktu	Kongresy
Koordinátor produktu	Mikulov
USP produktu	Malebné a klidné město se strategickou polohou u mezinárodních letišť, variabilita prostor a konceptů kongresů
Popis produktu	Město představuje full-servisovou nabídku pro pořádání rozmanitých typů kongresů a konferencí. Poskytuje pořadatelům kongresů profesionální zázemí pro formální část akce a bohatý doprovodný program, návštěvníkům kongresů sekundárně nabízí zajímavé atraktivity pro příjemné chvíle volného času mimo kongres.
Hlavní komponenty (RTB)	Partneři produktu (mezi odvětvová vazba)
Příklady atraktivit: <ul style="list-style-type: none">▪ Moderní kongresové prostory s aktuální audiovizuální technikou▪ Dostatečné ubytovací kapacity vyšší úrovně blízko sebe▪ Dostupnost z mezinárodních letišť / blízkých hlavních měst▪ Široká nabídka kulturních atraktivit a možností doplňkového programu▪ Vyhlášené gastronomické podniky	<ul style="list-style-type: none">▪ Regionální muzeum v Mikulově▪ Podnikatelé nabízející služby organizování kongresů a konferencí▪ Místní podnikatelé v gastronomii (služby cateringu aj.)▪ Brno Convention Bureau▪ Turistická informační centra▪ Mikulovská rozvojová
Přínosy produktu pro návštěvníky	Hlavní segmenty klientely
<ul style="list-style-type: none">▪ Uspořádání kongresu v klidném a atraktivním městě, kde se lze pohybovat bez zbytečných přejezdů▪ Využití turistické nabídky města v dnech / měsících, kdy je v něm turistů méně (tj. dostatečné kapacity, bez čekání)	<ul style="list-style-type: none">▪ Požitkáři▪ Příslušníci MICE turismu▪ Kongresová, konferenční a firemní klientela
Přínosy produktu pro partnery / destinaci	Hlavní cílové trhy
<ul style="list-style-type: none">▪ Zvýšení příjmů místních podnikatelů▪ Budování návštěvnické báze – návrat účastníků kongresů ve volném čase▪ Rozmělnění sezónnosti, podpora poskytování služeb cestovního ruchu v méně vytížených měsících a během všedních dní	<ul style="list-style-type: none">▪ Soukromé podniky, firmy, korporáty, obchodní organizace▪ Odborné a profesní svazy▪ Zdravotnický sektor▪ Akademická sféra: univerzity, výzkumná centra, vysoké školy

Pozn.: USP – Unique Selling Proposition = unikátní prodejní výhoda či vlastnost produktu
RTB – Reason to Believe = konkrétní prvky, které podporují důvěryhodnost produktu

Klíčový projekt pro cíl 3: Společný marketingový plán a produktové portfolio (10/12)

Návrh základních produktů cestovního ruchu

Název produktu	Kulturní turistika (akce)	
Koordinátor produktu	Mikulov	
USP produktu	Pulsující město nabitě pestrým kulturním programem, kde se člověk nikdy nenudí	
Popis produktu	Produkt pracuje s autentickou a energií nabitou atmosférou města, která nabízí různorodé kulturní vyžití pro širokou škálu typů návštěvníků. Ať se návštěvník účastní velkého festivalu na amfiteátru, nebo zavítá do galerií, či navštíví letní kino – každý si má z čeho vybrat, nikdo se tu nikdy nenudí.	
Hlavní komponenty (RTB)	Partneři produktu (mezi odvětvová vazba)	
Příklady atraktivit: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Významné – klíčové – akce a události (př. Pálavské vinobraní) ▪ Akce většího formátu konané na Amfiteátru pod Turoldem ▪ Sportovní akce ▪ Menší výtvarné akce, hudební a divadelní vystoupení apod. ▪ Gastronomické a vinařské akce ▪ Letní kino, letní divadelní scéna ▪ Tematické akce během roku (Advent, sv. Martin, Velikonoce) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mikulovská rozvojová ▪ Regionální muzeum v Mikulově ▪ Městská knihovna ▪ Galerie, spolky, nezávislé subjekty ▪ Turistické informační centrum ▪ Mikulovská sportovní 	
Přínosy produktu pro návštěvníky	Hlavní segmenty klientely	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kulturní obohacení ▪ Pasivní odpočinek, relaxace vhodnou duševní formou ▪ Seberealizace a edukační aspekt (návštěvník si rozšíří obzory) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Poutníci ▪ Požitkáři ▪ Pařmeni (s důrazem na moderaci chování) 	
Přínosy produktu pro partnery / destinaci	Hlavní cílové trhy	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Podpora lokálních umělců ▪ Zvýšení příjmů místních podnikatelů (i v mimosezóně) ▪ Rozmělnění sezónnosti, podpora poskytování služeb cestovního ruchu v méně vytižených měsících / v zimě 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Praha a střední Čechy, jihomoravský kraj, okolní kraje (Zlínský, Vysočina, Olomoucký) ▪ západ Slovenska (Trenčínský a Žilinský kraj) a severní částí Rakouska ▪ zbytek České republiky ▪ Rakousko, Slovensko, Polsko, Maďarsko 	

Klíčový projekt pro cíl 3: Společný marketingový plán a produktové portfolio (11/12)

Návrh základních produktů cestovního ruchu

Název produktu	Kulturní dědictví (zámek, hrobka, MPR)
Koordinátor produktu	Mikulov
USP produktu	Jedinečné, rozmanité nemovité historické památky koncentrované na malém prostoru
Popis produktu	Produkt je zaměřen na představení jedinečného a historicky významného kulturního dědictví města, různé koncepty zpracování oslovují různé skupiny návštěvníků. Hlavním důvodem jejich návštěvy je poznávání rozličných kulturně-historických památek. Téma je zpracováno formou individuálních či skupinových specializovaných prohlídek dle jednotlivých segmentů klientely (školní skupiny, senioři, páry, děti, zahraniční návštěvníci) a otevření objektů k volné individuální prohlídce / návštěvě.
Hlavní komponenty (RTB)	Partneři produktu (mezi odvětvová vazba)
Příklady atraktivit: <ul style="list-style-type: none">▪ Městská památková rezervace, prostor náměstí a jeho okolí▪ Zámek a jeho areál▪ Dietrichsteinská hrobka▪ Kozí hrádek▪ Židovská čtvrť, synagoga, židovský hřbitov▪ Kostel sv. Václava, kostelní věž s vyhlídkou▪ Svatý kopeček s křížovou cestou a kaplí sv. Šebestiána	<ul style="list-style-type: none">▪ Regionální muzeum v Mikulově▪ Turistické informační centrum▪ Mikulovská rozvojová▪ Provozovatelé kulturně historických objektů
Přínosy produktu pro návštěvníky	Hlavní segmenty klientely
<ul style="list-style-type: none">▪ Poznání kulturně-historického dědictví▪ Aktivní odpočinek spojený s objevováním, učením se▪ Příjemně strávený čas s rodinou či přáteli▪ Rozšíření možnosti trávení volného času ve městě v rámci celého roku	<ul style="list-style-type: none">▪ Požitkáři▪ Rekreatanti▪ Poutníci
Přínosy produktu pro partnery / destinaci	Hlavní cílové trhy
<ul style="list-style-type: none">▪ Zapojení a aktivace rozmanitého potenciálu městské památkové rezervace▪ Posílení image destinace jako historické perly Jižní Moravy▪ Distribuce návštěvních toků v rámci města, řízení rozložení skupin návštěvníků	<ul style="list-style-type: none">▪ Praha a střední Čechy, jihomoravský kraj, okolní kraje (Zlínský, Vysočina, Olomoucký)▪ západ Slovenska (Trenčinský a Žilinský kraj) a severní částí Rakouska▪ zbytek Moravy a východní Čechy, jižní Polsko▪ zbytek České republiky

Pozn.: USP – Unique Selling Proposition = unikátní prodejní výhoda či vlastnost produktu
RTB – Reason to Believe = konkrétní prvky, které podporují důvěryhodnost produktu

Klíčový projekt pro cíl 3: Společný marketingový plán a produktové portfolio (12/12)

Návrh základních produktů cestovního ruchu

Název produktu	Církevní turistika
Koordinátor produktu	Mikulov
USP produktu	Dominanta města, významná přírodní a historická lokalita a současně poutní místo pro duchovní setkání a modlitby
Popis produktu	Produkt se věnuje tomuto unikátnímu místu, které láká návštěvníky svou atmosférou klidu a duchovního pokoje, ať už jdoucí zbožně na poutní místo nebo jen toužící po procházce v krásném prostředí s historickým nádechem a dechberoucími výhledy do krajiny.
Hlavní komponenty (RTB)	Partneři produktu (mezi odvětvová vazba)
Příklady atraktivit: <ul style="list-style-type: none">▪ Svatý kopeček - kaple sv. Šebestiána, zvonice, kaple Božího hrobu, křížová cesta na vrchol▪ Zpřístupnění a prezentace kostelů v Mikulově (sv. Václav, příp. další)▪ Výhledy do krajiny▪ Naučná stezka▪ Přírodní lokalita a přírodní prvky▪ Mariánská pout' na Svatý kopeček	<ul style="list-style-type: none">▪ Farnosti Mikulovska▪ CHKO Pálava / AOPK ČR▪ Turistické informační centrum
Přínosy produktu pro návštěvníky	Hlavní segmenty klientely
<ul style="list-style-type: none">▪ Duchovní, duševní a psychická stimulace▪ Aktivní odpočinek, relaxace	<ul style="list-style-type: none">▪ Poutníci▪ Příslušníci římsko-katolické církve▪ Požitkáři
Přínosy produktu pro partnery / destinaci	Hlavní cílové trhy
<ul style="list-style-type: none">▪ Distribuce návštěvních toků i mimo území města▪ Zvýšení příjmů místních podnikatelů (i v mimosezóně)▪ Rozvoj duchovně zaměřeného segmentu návštěvníků	<ul style="list-style-type: none">▪ Jihomoravský kraj, moravské kraje (Zlínský, Vysočina, Olomoucký), Pardubický kraj▪ západ Slovenska (Trenčianský a Žilinský kraj) a severní části Rakouska▪ Polsko▪ zbytek České republiky



Implementační část



Přínosy implementace Koncepce pro stakeholdery

Přínosy implementace Koncepce pro různé skupiny stakeholderů

Tato koncepce, resp. systém jejich cílů, priorit a opatření, přináší množství benefitů pro různé zainteresované skupiny. Příklady vybraných přínosů pro jednotlivé skupiny prezentuje matice níže.

MĚSTO MIKULOV

- Doporučení, tipy a **nápady k rozvoji kultury a cestovního ruchu** definovaných především **na základě hloubkové analýzy** a výstupů z participativních workshopů a řízených rozhovorů
- Efektivní a **transparentní komunikace o záměrech rozvoje** cestovního ruchu směrem k provozovatelům služeb cestovního ruchu, privátnímu sektoru a občanům města
- Vznik a podpora respektujícího **prostředí pro rozvoj cestovního ruchu v podobě platformy pro komunikaci, koordinaci a kooperaci** sdružující všechny klíčové aktéry cestovního ruchu
- **Snížování tzv. overtourismu** a nástroje k **rozmělnění sezónnosti**
- Oprava a **revitalizace zchátralých objektů**
- Podpora **funkčního města**: parkování, kvalita veřejného prostoru

PODNIKATELÉ

- Lepší, stabilnější a **efektivnější koordinace, komunikace a kooperace ze strany veřejné správy**
- **Zastoupení podnikatelů v platformě pro komunikaci, koordinaci a kooperaci** vede ke společnému a **ucelenému rozvoji** cest.ruchu
- **Transparentnější a přehlednější postupy a záměry ze strany veřejné správy** o rozvoji cestovního ruchu
- **Investice ze strany veřejné správy** do veřejného prostoru a **jednotná komunikace města** pomáhá optimalizovat počet, typ a průběh pobytu příjezdějících návštěvníků (např. klientela, která přespí více nocí / má vyšší průměrnou denní útratu apod.)
- **Vyšší výnosy** z ekonomické činnosti

MÍSTNÍ OBČANÉ

- **Zlepšení kvality městského prostředí** – udržované, čisté a opravené veřejné prostranství a městský mobiliář (lavičky, osvětlení)
- Lepší **prezentace kulturní nabídky** a především **bohatší a rozmanitější nabídka kulturních akcí**, událostí a festivalů, i pro segmenty (mladí lidé, děti), které byly doposud limitovány
- Podpora udržitelných forem cestovního ruchu vede k **čistějšímu, méně lidnatému, méně hlučnému městu**
- Dostupnost **kvalitní gastronomické nabídky** po celý rok
- Posílení cestovního ruchu jako **stabilního sektoru pro zaměstnání**
- **Mikulovská benefitka** spojí **slevy u vybraných poskytovatelů** služeb cestovního ruchu a městské služby do jedné karty / aplikace

NÁVŠTĚVNÍCI

- Přehledná, ucelená, transparentní a jednotná **prezentace nabídky cestovního ruchu**
- **Dostupnost služeb cestovního ruchu po celý rok** (celoroční provoz atraktivit, možnost ubytování i stravování mimo sezónu)
- **Celoroční bohatá a pestrá nabídka kulturních akcí**, událostí a festivalů
- Zlepšení **dopravní dostupnosti do Mikulova** jak v případě příjezdu autem (zónový parkovací systém), tak na kole
- **Etický kodex návštěvníka** napomáhá jak k respektujícímu chování mezi návštěvníky samotnými, tak i směrem k místním občanům



Proces naplňování a vyhodnocování koncepce

Kontrola, monitoring a vyhodnocování Koncepce

Pro dosažení stanovených opatření bude Koncepce **průběžně monitorována a v určeném termínu aktualizována**. Monitoring Koncepce je prováděn průběžně v souladu se stanovenými indikátory. Komplexní vyhodnocení Koncepce a její případná aktualizace je prováděna minimálně v polovině a na konci období. V ideálním případě by měl převzít **odpovědnost za naplňování koncepce platforma pro komunikaci, koordinaci a kooperaci**. Do doby, než bude platforma zřízena, plní tuto funkci město Mikulov.

	Kdy	Garant aktivity / projektu	Vedoucí pracovník platformy pro komunikaci, koordinaci, kooperaci / osoba určená radou města (koordinátor)	Určený orgán platformy pro komunikaci, koordinaci, kooperaci / Rada města Mikulov (gestor)
Průběžné vyhodnocení a monitoring	každý rok	připravuje podklady	vypracovává zprávu o plnění Koncepce	projednává a schvaluje
Komplexní vyhodnocení a aktualizace	v polovině období (2027)	připravuje podklady	připravuje zprávu a návrh aktualizace	projednává a schvaluje
Závěrečné vyhodnocení	po uplynutí období (konec 2030)	připravuje podklady	připravuje závěrečnou zprávu o naplnění Koncepce	projednává a schvaluje

Vyhodnocování Koncepce je prováděno na základě indikátorů, které jsou stanoveny pro úroveň cílů a aktivit v rámci jednotlivých opatření. Indikátory slouží především k měření míry naplňování Koncepce. V Koncepti jsou stanoveny dva základní typy indikátorů:

Indikátory globálních cílů	Měří celkovou účinnost Koncepce. Jejich naplnění závisí na způsobu implementace dokumentu i na vnějších podmínkách – např. ekonomický vývoj. Pokud dojde k objektivním změnám vnějších podmínek, případně podstatné změně způsobu implementace, je nezbytné hodnoty těchto indikátorů aktualizovat.
Indikátory pro jednotlivé strategické cíle	Měří výsledky na úrovni aktivit, které jsou uvedeny v jednotlivých tematických opatřeních. Indikátory slouží pro zjištění toho, zda jsou jednotlivá opatření realizována tak, jak byla naplánována. Indikátory slouží pro průběžné vyhodnocení a monitoring implementace Koncepce.

Jak vyhodnocovat indikátory?

Indikátory je možné vyhodnocovat za předpokladů dostupnosti dat a informací jako součást vytvořeného systému sběru dat a informací. Pro každý indikátor uvedený v této Koncepti je proto nutné sledovat relevantní data (jejich zdroj je zpravidla uveden přímo u indikátoru).

S blížícím se koncem období, pro který je Koncepce připravena, je vhodné zahájit přípravu koncepce nové, tak aby na sebe mohly koncepce navazovat a aby pokračoval dlouhodobý komplexní přístup k rozvoji kultury a cestovního ruchu ve městě.

Kontrola, monitoring a vyhodnocování Koncepce

Způsob vyhodnocení – zpráva o plnění

Vyhodnocování probíhá prostřednictvím pravidelných **zpráv o plnění Koncepce**. Jde o stručnou informaci, která obsahuje způsob naplňování jednotlivých typových aktivit / projektů Koncepce.

Tato zpráva je předkládána gestorovi Koncepce, tzn. určenému orgánu platformy pro komunikaci, koordinaci a kooperaci – do zřízení platformy radě města .

Pro vyhodnocení Koncepce je doporučeno využít jednoduchou tabulkovou formu (vpravo).

Šablona pro vyhodnocení Koncepce

Příklad: 2.1 - Podporovat spolupráci všech kulturních aktérů

Název typové aktivity	Garant aktivity	Způsob naplnění / Vyhodnocení	Náklady		Hodnota indikátoru	
			Předpokládané	Skutečné	Požadovaná	Dosažená

Akční plán

Zatímco strategický dokument definuje dlouhodobé cíle, vizi, mise, priority a opatření, akční plán je **konkrétní a podrobný seznam kroků, aktivit a iniciativ, které je třeba provést, aby se těchto cílů dosáhlo**. Je zpravidla vyhotoven na kratší časové období a je průběžně vyhodnocován.

- Pokud jsou skutečné výsledky odlišné od očekávaných, analyzujte příčiny. Zjistěte, co funguje, co nefunguje a proč.
- Na základě analýzy odchylek navrhnete doporučení pro zlepšení. Pokud je to nutné, upravte akční plán nebo způsob realizace.
- Minimálně jednou ročně prověřte celý akční plán, abyste zjistili, zda stále odráží vaše prioritní cíle, aktuální realitu a výzvy.
- S blížícím se koncem období, na který je nastavený akční plán, vytvořte akční plán v souladu s aktuální podobou Koncepce a stavu naplněnosti předcházejícího akčního plánu, aby stanovené cíle byly realizovatelné a přitom vedly k naplnění cílů Koncepce.

Akční plán na první období strategie 2024–2025 je přílohou této strategie.



Přílohy návrhové části



Varianta pro vytvoření platformy pro komunikaci,
koordinaci a kooperaci v podobě zřízení spolku
Partnerství pro Mikulov

Varianta zřízení platformy pro komunikaci, koordinaci a kooperaci - nově zřízený spolek Partnerství pro Mikulov (1/7)

Jednou z možných variant, jak zřídit platformu pro komunikaci, koordinaci a kooperaci je **zřízení nového právního subjektu**. Pro zřízení takovéto organizace je na základě multifaktoriálního posouzení **vhodnou právní formou zapsaný spolek**.

Tato právní forma umožňuje administrativně relativně **nenáročné založení organizace a následný vstup (případné vystoupení) nových členů**.

Zároveň dává subjektu poměrně velkou **suverenitu v nastavení fungování spolku** a rozhodovacích procesů uvnitř organizace.

Na následujících stranách je zpracováno možné výchozí nastavení spolku **Partnerství pro Mikulov** a jeho napojení na rozvojový fond.

Varianta zřízení platformy pro komunikaci, koordinaci a kooperaci - nově zřízený spolek Partnerství pro Mikulov (2/7)

Organizační model Partnerství pro Mikulov

Členská základna – zakladatelé a členové spolku (skupinové uspořádání)

Skupina MĚSTSKÁ

Město Mikulov

Skupina MUNICIPALNÍ

Ostatní města a obce,
svazky obcí, mikroregiony

Skupina DESTINAČNÍ

Organizace podporující turismus,
veřejnoprávní provozovatelé

Skupina PROFESNÍ

Podnikatelské subjekty
participující na CR

- Každý člen je oprávněn účastnit se jednání Členské schůze
- Členská schůze rozhoduje hlasováním po Členských skupinách

- Předseda/místopředseda Skupiny - vhodný nominant do Správní rady
- Každá SKUPINA navrhuje svého zástupce do Dozorčí rady

Volba a odvolání členů Správní rady
(4 členové – 1 za skupinu)

Členská schůze (nejvyšší orgán spolku)

Volí, rozhoduje a schvaluje dle své působnosti vymezené ve Stanovách.

Volba a odvolání členů Dozorčí rady
(4 členové – 1 za skupinu)

Správní rada (odborný orgán spolku)

Řídí vnitřní činnosti Spolku.
Určuje základní zaměření výkonu činnosti Spolku.

Volba a odvolání Ředitele

Ředitel (statutární zástupce spolku, výkonný)

Je oprávněn za Spolek jednat, rozhodovat o otázkách spojených s fungováním Spolku.

Dozorčí rada (kontrolní orgán spolku)

Dohlíží na výkon působnosti Správní rady a Ředitele.
Dohlíží a kontroluje správnost všech evidencí.

Rozhodčí komise (orgán zřízený stanovami)

Řeší sporné záležitosti náležející do spolkové samosprávy.

Varianta zřízení platformy pro komunikaci, koordinaci a kooperaci - nově zřízený spolek Partnerství pro Mikulov (3/7)

Princip rozhodování Partnerství pro Mikulov (příklad)

Každý subjekt má důstojné a spravedlivé zastoupení v rozhodování, je však nezbytná domluva a spolupráce jednotlivých subjektů.

Příklad váhy hlasů pro hlasování členské schůze (hlavní hlasování spolku) – 100% hlasů

Fixní váha hlasu – 50 %

Městská

váha hlasu 12,5 %

Municipální

váha hlasu 12,5 %

Destinační

váha hlasu 12,5 %

Profesní

váha hlasu 12,5 %

Variabilní váha hlasu – 50 %

dle výše členského příspěvku (za minulý rok)

Městská

(např. příspěvky 3 mil. Kč)

váha hlasu 46,0 %

Municipální

(např. příspěvky 32,5 tis. Kč)

váha hlasu 0,5 %

Destinační

(např. příspěvky 32,5 tis. Kč)

váha hlasu 0,5 %

Profesní

(např. příspěvky 195 tis. Kč)

váha hlasu 3,0 %

Městská

váha hlasu 58,5 %

Destinační

váha hlasu 13,0 %

Municipální

váha hlasu 13,0 %

Profesní

váha hlasu 16,5 %

A ZÁROVEŇ ...

Potvrzení rozhodnutí na základě podpory více Členských skupin

- Rozhodnutí obecné povahy 50,1 % hlasů + souhlasí **alespoň 2 členské skupiny**
- Rozhodnutí důležitá 75,1 % hlasů + souhlasí **alespoň 3 členské skupiny**
- Rozhodnutí zásadní souhlasí **všechny členské skupiny**

Varianta zřízení platformy pro komunikaci, koordinaci a kooperaci - nově zřízený spolek Partnerství pro Mikulov (4/7)

Financování a systém členských příspěvků
Partnerství pro Mikulov a rozvojového fondu

CELKOVÝ ROZPOČET (viz níže)

Vícezdrojové financování:

1. ČLENSKÉ
PŘÍSPĚVKY

2. VLASTNÍ
HOSPODÁŘSKÁ ČINNOST

3. DOTACE

4. DARY, FUNDRAISING

Základní členské příspěvky
(fixní a variabilní)

**Mimořádné členské
příspěvky**

**Projektové členské
příspěvky**

Rozvojový fond
*(především na rozvojové
investiční projekty)*

Základní příspěvky pokryjí základní
provoz spolku včetně mzdových
nákladů koordinátora

Neúčelové příspěvky na
provoz spolku
Možné i v nepeněžní
formě

Účelově určené příspěvky
na měkké projekty v oblasti
propagace, marketingu...
Možné i v nepeněžní formě

Prostředky určené pro rozvojové
projekty v oblasti cest. ruchu a
kultury, soutěž projektů
Oddělený účet

- Celkový příspěvek člena koresponduje s jeho ekonomickými přírůsky z cestovního ruchu a jeho intenzity
- U destinační a profesní skupiny je základní příspěvek symbolický, očekává se zapojení do záměrů + příspěvky do rozvojového fondu
- Úprava členských příspěvků v čase dle inflace

Varianta zřízení platformy pro komunikaci, koordinaci a kooperaci - nově zřízený spolek Partnerství pro Mikulov (5/7)

Participující subjekty a návrh politiky členských příspěvků

	Subjekt	Základní příspěvky	Mimořádné a/nebo projektové příspěvky	ROZVOJOVÝ FOND
Městská	Město Mikulov	podíl 1/4 z vybraných poplatků z pobytu (1. čtvrtina)		podíl 1/4 z vybraných poplatků z pobytu (2. čtvrtina)
Munici- pální	DSO Mikulovsko	2 500 Kč	participace a spolufinancování vybraných projektů, aktivit	
	Okolní obce	2 500 Kč	participace a spolufinancování vybraných projektů, aktivit	
Destinační	TO Pálava	2 500 Kč	participace a spolufinancování vybraných projektů, aktivit	
	TIC Mikulov	2 500 Kč	participace a spolufinancování vybraných projektů, aktivit	
	Mikulovská rozvojová	2 500 Kč	participace a spolufinancování vybraných projektů, aktivit	
	Regionální muzeum v Mikulově (zámek, synagoga)	2 500 Kč	participace a spolufinancování vybraných projektů, aktivit	
	AOPK ČR (CHKO Pálava)	0 Kč	participace a spolufinancování vybraných projektů, aktivit	
Profesní	Soukromé subjekty participující na CR	2 500 Kč	participace a spolufinancování vybraných projektů, aktivit	
	Sdružení a svazy podnikatelů v CR	2 500 Kč	participace a spolufinancování vybraných projektů, aktivit	

Varianta zřízení platformy pro komunikaci, koordinaci a kooperaci - nově zřízený spolek Partnerství pro Mikulov (6/7)

Příjmy 2025 (odhad)	Základní členské příspěvky	Mimořádné a projektové příspěvky na měkké projekty	ROZVOJOVÝ FOND
Město	3 000 000 Kč (1. čtvrtina vybraných poplatků z pobytu)*		3 000 000 Kč (2. čtvrtina vybraných poplatků z pobytu)*
Další členové	100 000 Kč (2 500 Kč x 40 členů - odhad)	dobrovolné příspěvky členů odhad cca 150 000 Kč	dobrovolné příspěvky členů (dle konkrétních projektů)
Celkem	3 250 000 Kč		3 000 000 Kč
	8 250 000 Kč		

* Pozn.: zbývající polovina vybraných poplatků z pobytu zůstává v rozpočtu města

Aktivity Partnerství pro Mikulov, provoz a měkké projekty

- základní chod kanceláře (mzdy min. 2 pracovníci, admin),
- rozvoj partnerských vztahů,
- péče o značku města,
- roční marketingový plán (s výhledem na další 2 roky)
- web a sociální média, informační servis,
- příprava a propagace produktů cestovního ruchu,
- další návazné marketingové aktivity (dle marketing. plánu),
- ediční činnost (mapy, letáky...),
- pravidelná komunikace aktérů cestovního ruchu,
- osvětové aktivity (př. etický kodex, zjišťování iritace obyvatel),
- příprava „Mikulovské benefitky“ (dlouhodobý projekt)
- sběr a zpracování statistických dat,
- vzdělávání apod.

Rozvojový fond - udržitelný rozvoj cestovního ruchu a kultury

Rozvojový fond bude přispívat **na projekty podporující udržitelný rozvoj cestovního ruchu a kultury** (především podpora rozvojových investičních projektů).

Partnerství pro Mikulov bude projekty podporovat **formou daru**.

Prostředky poskytnuté městem do Rozvojového fondu budou činit maximálně 50 % uznatelných nákladů projektu. **Tzn. celkový investovaný objem je minimálně dvojnásobek částky poskytnuté městem z podílu vybraných poplatků z pobytu** (v případě 3 mil. Kč tak bude investováno min. 6 mil. Kč).

Výzva k předkládání projektů bude 1-2x ročně.

Uznatelní žadatelé budou fyzické a právnické osoby (včetně města, podnikatelů, spolků ap.).

Projekty budou hodnoceny na základě bodovaných transparentních kritérií. **Významně zvýhodněné budou projekty, na kterých se bude finančně podílet více členů a členských skupin spolku.**

Projekty k podpoře bude finálně schvalovat **ČLENSKÁ SCHŮZE Partnerství pro Mikulov.**

Varianta zřízení platformy pro komunikaci, koordinaci a kooperaci - nově zřízený spolek Partnerství pro Mikulov (7/7)

Cíle a pracovní náplň ředitele Partnerství pro Mikulov:

- Samostatně a iniciativně zajišťuje řádný výkon činnosti Partnerství pro Mikulov.
- Naplňuje cíle spolku dané stanovami, koncepcí rozvoje cestovního ruchu, ročními společnými marketingovými plány.
- Naplňuje úkoly svěřené Správní radou Partnerství pro Mikulov, případně členskou schůzí.
- Koordinuje komunikaci jednotlivých členů a členských skupin.
- Zastupuje spolek navenek (statutární orgán).
- Koordinuje činnost spolku (členská schůze, správní rada...), administrativa, členské příspěvky, spolková agenda, podpora všem orgánům spolku.
- Připravuje návrh Ročního marketingového plánu a projednává ho se Správní radou, která jej schvaluje.
- Samostatně vykonává vedlejší hospodářskou činnost.
- Zajišťuje vedení účetnictví / daňové evidence.
- Zajišťuje administrativně provoz rozvojového fondu (výzvy k předkládání projektů apod.).



zdroj obrázku: kudyznudy.cz

Zásady tvorby marketingového plánu

Základní principy a zásady pro tvorbu a aktualizaci společného marketingového plánu Mikulova pro kulturu a cestovní ruch

Jedním z důležitých akčních kroků vycházející z Koncepce rozvoje kultury a cestovního ruchu je **vypracování Společného marketingového plánu pro oblast kultury a cestovního ve spolupráci s hlavními aktéry, jeho následná realizace, vyhodnocování a pravidelná aktualizace.**

Doporučené kroky při tvorbě marketingového plánu:

- **Analýza současné situace a cílových trhů** - předkládaná koncepce je komplexní analýzou, kterou lze použít i pro přípravu marketingového plánu
- **Určení komunikační strategie** - plán, jak bude organizace komunikovat svá klíčová sdělení cílovým skupinám nebo veřejnosti, aby dosáhla svých cílů. Zahrnuje např. **výběr vhodných komunikačních kanálů, metod a nástrojů**. Je vhodné dosáhnout tzv. **integrované komunikační strategie**, která spočívá v koordinaci a harmonizaci všech forem komunikace a marketingových aktivit organizace napříč různými kanály.
- **Marketing destinace vs. marketing konkrétních produktů cestovního ruchu a kulturních akcí**
 - **Marketing destinace** se zaměřuje na **propagaci města Mikulova a jeho okolí** jako atraktivního místa pro turisty. Cílem je vytvořit a **posílit image destinace jako celku**, zdůraznit její **jedinečné přírodní, kulturní a společenské atraktivity** a podpořit tak cestovní ruch. Hlavními cíli jsou **budování povědomí** o destinaci, vytváření **pozitivního vnímání**, zvýšení turistických návštěv a prodloužení doby pobytu, diverzifikace turistických trhů. Při marketingu destinace se používají následující strategie a taktiky: široké spektrum marketingových a komunikačních aktivit, včetně **digitálního marketingu, sociálních médií**, účasti na **veletrzích** a workshopů, tvorby a distribuce **propagačních materiálů**, jako jsou brožury, videa a **webové stránky destinace**, prezence **v médiích**. Důležitým prvkem je také **vyprávění příběhů**, které ukazují jedinečnost a **autenticitu destinace**.
 - **Marketing produktů cestovního ruchu** se v širším úhlu pohledu soustředí na propagaci jednotlivých **produktů cestovního ruchu**. Produkt cestovního ruchu je komplex nabízených služeb a zážitků, které spojuje silná jednotící myšlenka do ucelené a komplexní nabídky cestovního ruchu mířící na jednoznačně definovanou cílovou skupinu. Cílem je **přilákání návštěvníků na nabídku daného produktu**, zvýšení prodeje konkrétního produktu nebo služby, zlepšení povědomí o nabídce, prodloužení pobytu, odlišení od konkurence, zvýšení spokojenosti a loajality zákazníků. Při propagaci produktů se komunikace zaměřuje se na **výhody a jedinečné vlastnosti konkrétního produktu nebo služby**. Pro konkrétní produkt je možné se **zaměřit na lépe specifikovanou cílovou skupinu**. V oblasti kultury je možné obdobným způsobem zaměřit marketing na **propagaci konkrétních významných kulturních akcí**, které mají zásadní dopad a účastní se jich **více poskytovatelů služeb či provozovatelů**.
 - Na tento marketing komplexních produktů cestovního ruchu a kulturních akcí **navazují marketingové aktivity jednotlivých poskytovatelů** služeb v cestovním ruchu.
- **Vyhodnocení a aktualizace** – marketingový plán musí být průběžně vyhodnocován, včetně ověření cílů, a v případě potřeby aktualizován.

Výchozí rámcový marketingový plán pro oblast cestovního ruchu

Při přípravě marketingového plánu pro oblast cestovního ruchu je možné využít **široké škály komunikačních kanálů**. Subjektem, který by měl koordinovat marketingové aktivity **je platforma pro komunikaci, koordinaci a kooperaci**, je však vhodné ve vybraných aktivitách využívat synergie s dalšími partnery – zejména **Turistická oblast Pálava, Centrála CR Jižní Morava a Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism**. Tento přístup napomáhá **komplexní komunikaci směrem k turistům a výletníkům** a eliminaci duplicit při současně **optimalizaci nákladů** na marketingové aktivity.

Komunikační kanál	Mikulov / Platforma pro 3K	Turistická oblast Pálava	CCR Jižní Morava	CzechTourism
ATL (nadlinková komunikace) Televize, rádio, venkovní reklama <i>(billboardy, citylighty)</i>	Omezeně	Omezeně	Ano – se zaměřením na celou ČR a blízké trhy (SK, AU, DE, PL...)	Vybrané nosné aktivity s vazbou na národní produkty
ATL (nadlinková komunikace) Tiskoviny, brožury, mapy...	Ano	Ano	Ano	Ano
Webové stránky	www.mikulov.cz/turista	www.palava.cz	www.jizni-morava.cz	www.czechtourism.cz www.czechtourism.com www.kudyznudy.cz
BTL (podlinková reklama) Sociální sítě	Facebook Instagram (YouTube)	Facebook Instagram (YouTube)	Facebook Instagram	Facebook Instagram
Ostatní BTL kanály <i>(věrnostní akce, neadresný rozsev, akce atd.)</i>	Ano – eventy, akce, příp. využití dat z Mikulovské benefitky	Ano – eventy, akce, příp. využití dat z Mikulovské benefitky	Ano – Česká republika, Německo, Polsko, Rakousko, Slovensko	Pouze cíleně vybrané aktivity v partnerství (CzechSpecials, Kudyznudy, ambasador program atd.) a vzdálené trhy
C2C / Words of Mouth <i>(přímé doporučení návštěvníky.)</i>	Ano – využití opakovaných návštěv	Ano – využití opakovaných návštěv	Ne	Ne
Veletřhy	Výjimečně	Ano	Ano	Ano
Mikulovská benefitka	Ano	Ano	Spolupráce a technologie	Ne
Partnerský marketing	Ano – provozovatelé služeb a poskytovatelé atraktivit	Ano – provozovatelé služeb a poskytovatelé atraktivit	Ano – ve spolupráci	Ano, ve spolupráci, cílené vybrané aktivity

Vhodné marketingové aktivity

Při přípravě marketingového plánu je možné zaměřit se následující marketingové aktivity:

- **Sociální média** – Vytvoření angažujícího obsahu na platformách jako jsou Instagram, Facebook a případně TikTok. Využijte vizuálně atraktivní obsah, jako jsou fotky a videa z vinařství, historických památek a přírodních krás Mikulova. Organizujte soutěže a hashtagové kampaně pro zvýšení zapojení.
- **Webové stránky** – Vytvoření atraktivní a uživatelsky přívětivé webové stránky. Webová stránka by měla být mobilně responzivní, snadno navigovatelná, a obsahovat bohatý a aktualizovaný obsah včetně virtuálních prohlídek, fotogalerií, a doporučení na aktivity.
- **Optimalizace pro vyhledávače (SEO)** - Webové stránky Mikulova jsou optimalizovány pro vyhledávače, aby se zlepšila viditelnost v organických výsledcích vyhledávání. Zaměřte se na klíčová slova související s cestováním a atrakcemi v Mikulově.
- **PR a mediální strategie** – Tiskové zprávy a mediální spolupráce - Pravidelné vydávání tiskových zpráv o novinkách a událostech v Mikulově a budování dlouhodobých vztahů s novináři a redakcemi, aby o vašich akcích informovali.
- **Event marketing** – Využití lokálních festivalů, kulturních událostí a vinařských a gastro akcí jako klíčových taháků pro turisty. Propagace těchto událostí prostřednictvím všech dostupných kanálů.
- **Influencer marketing** – Spolupráce s cestovními influencery a bloggery, kteří mají silnou přítomnost na sociálních médiích a věrné sledující. Tato strategie může zvýšit důvěryhodnost a přitáhnout návštěvníky skrze autentické zážitky.
- **Využití technologií a inovací** – Využití technologie/aplikace pro Mikulovskou benefitku pro další marketingové aktivity města, propagaci událostí, oslovení návštěvníků pro další návštěvu Mikulova...
- **Měření a optimalizace** – Využívání nástrojů pro analýzu webových stránek a sociálních médií, sledování efektivity marketingových kampaní, chování a preferencí návštěvníků. Tato data pomohou při rozhodování o budoucích marketingových strategiích a umožní přizpůsobit nabídku k aktuálním trendům.
- **Zpětná vazba od návštěvníků** – Aktivní vyhledávání zpětné vazby od návštěvníků prostřednictvím průzkumů, hodnocení na online platformách a sociálních médiích.
- **Dlouhodobá udržitelnost** – Zelený marketing - Podpora a komunikace udržitelného cestovního ruchu, lokální produkty a ochrana přírody. To může přitáhnout turisty, kteří preferují ekologicky odpovědné destinace.
- **Společenská odpovědnost** – Zapojení a propagace sociálně odpovědných projektů, jako jsou iniciativy pro podporu místních komunit a ochranu kulturního dědictví. Tyto aktivity nejenže přispívají k pozitivnímu vnímání destinace, ale také podporují udržitelný rozvoj.

Kontaktní osoba:

ONDŘEJ ŠPAČEK

CEO

Rozvoj regionů, turismus, kultura a sport

+420 602 265 851

o.spacek@kreia.cz

www.kreia.cz

economic
impact
art

KREIA
group

Poznámka:

Práci na studii jsme započali v září 2023 a ukončili v květnu 2024. Od tohoto data jsme nečinili jakékoliv aktualizace této zprávy o jakékoliv další události či okolnosti. V průběhu přípravy této studie jsme používali primární i sekundární zdroje informací. Primární zdroje představovaly především podkladové informace od zadavatele studie. Sekundární sběr informací čerpal převážně z ČSÚ a webových stránek se zaměřením na téma studie. Zdroje pro konkrétní data vždy uvádíme v relevantní části dokumentu. V poslední řadě jsme využili databázi a zkušeností odborníků zpracovatele.

Tento dokument se odkazuje na Analýzu zpracovatele. Jedná se o případy, kdy jsme provedli určité analytické procedury na základě dostupných informací, abychom byli schopni prezentovat výsledná data. Nicméně nelze vyloučit případné nesrovnalosti či zkreslení informací způsobené záměrným poskytnutím nepravdivých dat zdrojovými subjekty.