

TOULAVÝ BAŤOH

Stručný popis projektu



Obecné informace o programu

Název programu: Interreg V-A Česká republika Polsko

Prioritní osa 2: Rozvoj potenciálu přírodních a kulturních zdrojů pro podporu zaměstnanosti
Specifická výzva pro organizace destinačního managementu

Hlavní partner: Branka, o.p.s.

Polský partner: Powiat Kłodzki

Termín realizace : 10/2020 – 09/2023

Stručný popis

Bude inovován společný turistický produkt s názvem Toulavý baťoh, který bude přibližovat pomocí příběhů zajímavá místa k návštěvě. Motivací bude vytvoření vlastního průvodce a cestovatelského deníku, který se bude skládat z jednotlivých listů. Každý rok bude jiné společné téma. K tomu bude navázána společná marketingová kampaň zaměřená především na on-line nástroje.

Cíle: Využití elementů kulturního/přírodního bohatství s ohledem na aktuální strategické dokumenty, propojení českého a polského území pod společnou značkou, zvýšení návštěvnosti regionu

Cílová skupina: rodiny s dětmi, které chtějí své děti vzdělávat a společně poznávat svou rodnou zem a její historii.

Výstupy

- **Toulavý baťoh – společný turistický produkt**
Přeshraniční produkt bude vycházet ze stávajícího, realizovaného na CZ straně. V projektu dojde k jeho zásadní inovaci a většímu zapojení jednotlivých atraktivit na polské straně regionu. Toulavý baťoh bude pomocí příběhů přibližovat zajímavá místa ve společném území a zvát k jejich návštěvě, a těmito příběhy je bude propojovat. Motivací bude kromě vlastní návštěvy atraktivit i vytvoření vlastního průvodce a cestovatelského deníku, který se bude skládat z listů získaných v lokalitách zařazených do projektu.
- **Společná inovativní propagační kampaň**
Partneři povedou společnou kampaň k propagaci jak nového produktu, tak společného území jako významné turistické destinace. Kampaň bude postavena na moderních nástrojích (např. on-line inzerce, soc. sítě), doplněných o tradiční nástroje volené s ohledem na zamýšlený produkt a jeho propagaci. Produkt dostane i vlastní grafický manuál a značku pro lepší identifikaci a marketing. Součástí aktivity je i vytvoření společné marketingové strategie do roku 2025.

