



TURISTICKÁ OBLAST  
**KLADSKÉ  
POMEZÍ**

# Akční plán 2020

---

## Turistická oblast Kladské pomezí

**Kladské pomezí, o.p.s.**

**Září 2019**

Dokument byl zpracován na základě Marketingové strategie pro destinaci Kladské pomezí, schváleno na jednání správní rady Kladské pomezí, o.p.s. dne 26.11. v České Skalici a na Valné hromadě Svazu cestovního ruchu Kladské pomezí, z.s. dne 10.12. 2019 v Hronově.

Zpracovala: Markéta Venclová

OBSAH	
Strategický cíl A	3
1. Racionalizace organizace cestovního ruchu a vytvoření systematického partnerství aktérů cestovního ruchu v destinaci	3
1.1. Tvorba finančních zdrojů	3
1.2. Upřesnění organizační struktury destinace	3
1.3. Vytvoření systému spolupráce mezi aktéry cestovního ruchu	3
Vnitřní komunikace	3
1.4. Zdokonalení informačního systému	4
Média	4
1.5. Rozvoj lidských zdrojů	5
Český systém kvality služeb	5
Školení zaměřené na zvyšování odbornosti v CR	5
Strategický cíl B	5
2. Vytvoření ucelené a konkurenceschopné nabídky	5
2.1. Vytvoření asociačních produktů destinace	5
Cyklobusy Kladským pomezím	5
Ski_kladsképomezi.cz	6
Festival zážitků – Tradice	6
2.2. Tvorba a propagace produktů pro stěžejní cílové skupiny	7
Toulavý baťoh	7
Karel Čapek	7
Božena	7
Festival zážitků	8
Portfolio produktů destinace	8
Strategický cíl C	9
3. Zvýšení účinnosti marketingu CR	9
3.1. Tvorba image destinace a dobudování její značky v CR	9
Vlastní webová prezentace	9
E – marketing	9
Aktivity zahrnuté do projektu Festival zážitků	9
Účast na veletrzích a regionálních akcích	9
Aktivity zahrnuté do projektů Interreg VA Festival zážitků	10
Tištěná propagace	10
Aktivity zahrnuté do projektu Festival zážitků	10
Regionální produkt – Kladské pomezí	11
3.2. Hodnocení kvalitativních parametrů	11
3.3. Hodnocení kvantitativních parametrů	11
4. Vysvětlivky	12
5. Přílohy	13
5.1. Stručný přehled aktivit na sezonu 2020	13

## Strategický cíl A

### 1. Racionalizace organizace cestovního ruchu a vytvoření systematického partnerství aktérů cestovního ruchu v destinaci

#### 1.1. Tvorba finančních zdrojů

- Spolupráce s KHK – grantová politika – podpora destinačního managementu, cyklobusy, úprava lyžařských běžeckých tratí, projekt ČAPEK a Božena.
- Strukturální fondy EU a granty – probíhající projekt Festival zážitků
- Národní program podpory cestovního ruchu
- Osvěta vůči místním samosprávám – prezentace přínosů CR
- Aktivní oslovování nových členů Svazu CR
- Oslovení obcí s výzvou k finanční spoluúčasti na ztrátě z provozu cyklobusů

Dílčí cíle: stabilizace finančního zajištění aktivit destinační společnosti, zvýšení autority organizace

Odpovídá: ředitel, SRP

Termín: průběžně

Zdroje: rozpočet Kladské pomezí, o.p.s. osobní náklady

#### 1.2. Upřesnění organizační struktury destinace

Aktivní komunikace a osvěta ohledně stávající rajonizace s MMR (v kompetenci SRP), Czech Tourism, KHK. Na základě kladného stanoviska a získání splnění požadavků pro udělení certifikátu v kategorii Oblastní organizace destinačního managementu zavazuje organizaci k dodržování podmínek. Jedná se zejména o 3K platformu, sledování ukazatelů o výkonnosti destinace a další činnosti spojené s novým územním vymezením destinace.

Dílčí cíle: stabilizace postavení destinace v rámci ČR, zvýšení efektivity marketingu

Odpovídá: ředitel, SRP

Termín: 7/2020

Zdroje: vlastní rozpočet viz. osobní náklady

#### 1.3. Vytvoření systému spolupráce mezi aktéry cestovního ruchu

##### **Vnitřní komunikace**

- Zachování stávajícího systému pořádání valné hromady minimálně 2x ročně,
- Setkání správní rady a představenstva min. 4x ročně,
- Vydávání elektronického bulletinu 4x ročně – rozesílání na aktualizované adresy
- Aktivní oslovování členů, vyhodnocování spolupráce viz. ČSKS
- Vytvoření 3K platformy

- Fórum cestovního ruchu – konference k představení novinek před zahájením turistické sezony
- Setkání pracovníků informačních center 2 x ročně, průběžná komunikace při tvorbě produktů, doložení aktivního partnerství s certifikovanými IC pro potřebu Kategorizace DMO
- Příprava na tvorbu strategie pro destinaci Kladské pomezí 2021-25
- Nastavení komunikace s partnery mimo certifikované území KP – Adršpach, Police nad Metují, Machov, Suchý Důl
- Nastavení komunikace s nečlenskými městy v certifikovaném území (Jaroměř, Velichovky)
- Rozhledny – zajištění převodu na obce po uplynutí doby udržitelnosti

Pravidelná setkání před zahájením sezony také pro subjekty mimo členskou základnu s cílem představení aktivit, distribuce propagačních materiálů, setkání informačních center, nabídka vzdělávání, představení sezónní nabídky médiím – tisková konference.

Dílčí cíle: vytvoření systému spolupráce mezi aktéry CR, rozvoj lidských zdrojů, zdokonalení informačního systému, zajištění systematického toku informací

Odpovídá: ředitel

Termín: průběžně

Zdroje: rozpočet OPS viz. osobní náklady

## 1.4. Zdokonalení informačního systému

### ***Média***

- Správa profilu na Facebooku, přednostní uveřejňování příspěvků členů a sdílení jejich zpráv, on-line propagace příspěvků
- Spravování profilu na Instagramu, vytvoření kampaně zaměřené na hashtagy, využití sítí soc. sítí pro marketingové účely
- Správa a aktualizace portálu [ski.kladskepomezí.cz](http://ski.kladskepomezí.cz), [toulavybatoh.cz](http://toulavybatoh.cz), [www.kladskepomezí.cz](http://www.kladskepomezí.cz), [karelcapek.cz](http://karelcapek.cz) - zajištění každoroční aktualizace
- Prohloubení spolupráce s médii – pravidelné zasílání TZ, dlouhodobá spolupráce Swing – tipy na výlety, [novinky.cz](http://novinky.cz), zasílání tipů na výlety do městských zpravodajů, recipročně uvedení loga.

Dílčí cíle: zvýšení autority DM v území, vytvoření povědomí o značce

Odpovídá: PR

Termín: průběžně

Zdroje: rozpočet OPS + DPP viz. osobní náklady, Interreg VA – Festival zážitků

### ***Aktivita zahrnuté do projektu Festival zážitků***

- Vytvoření nové sekce na webu Festival zážitků, která bude aktivně provázaná se stávajícími informacemi
- PPC kampaň

Dílčí cíle: zvýšení autority DM v území, vytvoření povědomí o značce

Odpovídá: ředitel

Termín: průběžně

Zdroje: rozpočet OPS + DPP viz. osobní náklady, Interreg VA – Festival zážitků

## **1.5. Rozvoj lidských zdrojů**

### ***Český systém kvality služeb***

Systém podporovaný Ministerstvem pro místní rozvoj vznikl dle vzoru dobře fungujících systémů v evropských zemích. Hlavním cílem je zavádění managementu kvality do života organizace, její pochopení a neustálý rozvoj.

Dílčí cíle: Zkvalitnění partnerství a rozšíření členské základny

Odpovídá: ředitel

Termín: průběžně

Zdroje: rozpočet OPS viz. osobní náklady

***Aktivity zahrnuté do projektu Festival zážitků***

### ***Školení zaměřené na zvyšování odbornosti v CR***

Využití nabídky pro držitele certifikátu ČSKS na dané téma (např. marketing, tvorba zážitkového cestovního ruchu, udržitelný turismus, sociální sítě, měření efektivity marketingu)

Dílčí cíle: Zkvalitnění partnerství a rozšíření členské základny, osvěta cestovního ruchu vůči místním obyvatelům, rozvoj lidských zdrojů

Odpovídá: ředitel, PM

Termín: listopad 2020

Zdroje: rozpočet OPS viz. osobní náklady Interreg VA – Festival zážitků

Strategický cíl B

## **2. Vytvoření ucelené a konkurenceschopné nabídky**

### **2.1. Vytvoření asociačních produktů destinace**

#### ***Cyklobusy Kladským pomezím***

Projekt, který má více než desetiletou tradici, bude realizován za podpory Královéhradeckého kraje. Zajištěn bude provoz na linkách Hradec Králové – Pomezní boudy a Náchod – Karlow. Termín provozu červen–září. V rámci projektu bude realizována marketingová kampaň.

Způsoby propagace:

– vydání a distribuce mapy s tipy na výlety, letáku jízdní řády, výroba a polep vleku, inzerce v regionálních tiskovinách, reklama v rádiu, tisk loga a trasy na jízdenky CDS, e-marketing, propagační film a uvedení v on-line médiích, výlep v MHD HK – výstupy budou závislé na výši získané podpory KÚ

Dílčí cíle: rozšíření nabídky aktivit pro návštěvníky a místní obyvatele, podpora prodloužení délky pobytu, podpora šetrné formy turistiky.

Odpovídá: ředitel

Termín: podání žádosti leden, realizace kampaně březen–září, říjen vyhodnocení

Zdroje: KHK, vlastní (pokrytí ztráty + vlastní podíl dotace na marketing) – viz. rozpočet cyklobusy

### ***Ski\_kladskepomezi.cz***

Projekt nabízející souhrn služeb pro zimní aktivity. Údržba lyžařských běžeckých tratí v 9 lokalitách. Celkem 298 km tratí. Způsoby propagace:

- Provoz webu ski.kladskepomezi.cz, inzerce v místních periodících, letáky, info-bannery v zimních střediscích

Dílčí cíle: zmírnění dopadu sezónnosti, rozšíření nabídky aktivit pro návštěvníky a místní obyvatele, podpora prodloužení délky pobytu, podpora šetrné formy turistiky

Odpovídá: ředitel

Termín: září / říjen – setkání s provozovateli tratí v jednotlivých střediscích, prosinec–únor úprava tratí, duben-květen – vyhodnocení

Zdroje: dotace KHK, provozovatelé tratí, vlastní zdroje (úhrada ztráty z provozu skibusu) viz. rozpočet 2020 – lyže

### ***Aktivity zahrnuté do projektu Festival zážitků***

#### **Festival zážitků – Tradice**

Bude zahrnuto do projektu Interreg V A – Festival zážitků, zapojení subjektu: Město Hronov, Červený Kostelec, Police nad Metují, zámek Adršpach, vytvoření zážitkových programů, marketing, kulturní stezka, quest, zavírání sezony, šetření spokojenosti, návštěvnická karta, web, tiskovina

Dílčí cíle: motivace k návštěvě méně navštěvovaných míst, vytvoření partnerství, prezentace nabídky pro specifickou cílovou skupinu

Odpovídá: PM, ředitel

Termín: průběžně

Zdroje: rozpočet OPS – projekt Interreg V A – Festival zážitků

## 2.2. Tvorba a propagace produktů pro stěžejní cílové skupiny

### **Toulavý baťoh**

Produkt pro rodiny s dětmi, který vznikl v roce 2014, zahrnuje webový portál, magnetické mapy, pracovní sešity, ilustrovanou mapu sloužící zároveň jako cestovatelská hra. Pokračovat v inovované formě s razítky pro označení navštívených míst a zajistit motivující odměny za návštěvu míst + sponzorsky získat ceny. Bude třeba provést revizi stávajícího produktu, zvážit nový koncept a dotační podporu (vlastní projektový fond, NPPCR)

Způsoby propagace:

- Provoz a aktualizace webu toulavybatoh.cz, PR – tiskové zprávy, FB – placené propagování příspěvků, distribuce letáků, účast na akcích s propagačním stanem TB, nabídka v letních turistických novinách.
- Vydání aktualizované ilustrované mapy pro děti se soutěží na sbírání razítek

Dílčí cíle: motivace k návštěvě méně navštěvovaných míst, vytvoření partnerství, prezentace nabídky pro specifickou cílovou skupinu

Odpovídá: PM

Termín: před zahájením letní turistické sezony do jarního setkání IC

Zdroje: soukromé subjekty (inzerce) + vlastní zdroje (distribuce, tvorba materiálu) viz. rozpočet 2020 TB

### **Karel Čapek**

Turistický produkt Čapek představuje nabídku cestování s čapkovskou tematikou a zprostředkovává zábavnou formou široké veřejnosti odkaz Karla Čapka a jeho sourozenců. V roce 2020 proběhne pravidelná aktualizace, oslovení s nabídkou prezentace pro provozovatele služeb, zároveň bude realizována marketingová kampaň.

Dílčí cíle: motivace k návštěvě méně navštěvovaných míst, prezentace nabídky pro specifickou cílovou skupinu

Odpovídá: PM

Termín: kampaň před zahájením letní sezony

Zdroje: dotace KHK, rozpočty obcí zapojených do projektu

### **Božena**

Nový turistický produkt, který pokračuje v linii představování významných literátů našeho regionu, zároveň budou probíhat vzpomínkové akce k 200letému výročí narození spisovatelky Boženy Němcové. Vznikne nová tiskovina, sekce na webu, BN a její nejznámější literární postava Babička bude představena způsobem zajímavým pro současnou mladou generaci. Navazovat bude marketingová kampaň.

Dílčí cíle: motivace k návštěvě méně navštěvovaných míst, prezentace nabídky pro specifickou cílovou skupinu

Odpovídá: PM

Termín: kampaň před zahájením letní sezony

Zdroje: dotace KHK, rozpočty obcí zapojených do projektu

### ***Festival zážitků***

Hlavním cílem bude strhnout pozornost médií a návštěvníků v době začínající letní turistické sezony a nabídnout během hlavní turistické sezony co nejvíce různorodých zážitků souvisejících s kulturním odkazem regionu každá ze zapojených atraktivit (4 CZ + 5 PL)) připraví zážitkový program na jednu sezonu, který bude opakovat v pravidelný den v týdnu po dobu letních prázdnin. Více viz. kap. 2.1.

Dílčí cíle: motivace k návštěvě méně navštěvovaných míst, vytvoření partnerství, prezentace nabídky pro specifickou cílovou skupinu

Odpovídá: PM

Termín: příprava leden-červen, hlavní realizace – červenec, srpen, ukončení září-říjen

Zdroje: rozpočet projektu Interreg V A – Festival zážitků

### **Portfolio produktů destinace**

Dopracovat portfolio produktů destinace v souladu s novým strategickým dokumentem a webem, případně vypracovat produktové karty dle metodiky CzechTourism nebo v souladu s metodickým postupem Kategorizace.

Dílčí cíle: motivace k návštěvě méně navštěvovaných míst, prezentace nabídky pro specifickou cílovou skupinu

Odpovídá: PM

Termín: červenec 2020

Zdroje: rozpočet OPS



Strategický cíl C

### 3. Zvýšení účinnosti marketingu CR

#### 3.1. Tvorba image destinace a dobudování její značky v CR

##### ***Vlastní webová prezentace***

[www.kladskepomezi.cz](http://www.kladskepomezi.cz) , [www.toulavybatoh.cz](http://www.toulavybatoh.cz), [ski.kladskepomezi.cz](http://ski.kladskepomezi.cz), [karelcapek.cz](http://karelcapek.cz), [festivalzazitku.cz](http://festivalzazitku.cz) viz. také kap. 1.4. Úpravy webu v souladu s novým územním vymezením DMO

Dílčí cíle: tvorba image destinace

Odpovídá: ředitel

Termín: červenec 2020

Zdroje: rozpočet OPS

##### ***E – marketing***

- sociální sítě, spolupráce s portály specializujících se na nabídku regionů, webové stránky partnerských měst, webový portál KHK viz. kap. 1.4
- [www.kladskepomezi.cz](http://www.kladskepomezi.cz) – sledování návštěvnosti, PPC reklama, aktualizace akcí, aktualit, článků, jazykové mutace – rozrůstání obsahu

##### ***Aktivity zahrnuté do projektu Festival zážitků***

- PPC reklama, propojení jednotlivých sekcí, vytvoření sociální zdi na www. stránkách

Dílčí cíle: tvorba image destinace, snaha o zvýšení návštěvnosti webu

Odpovídá: ředitel

Termín: 31. 12. 2020

Zdroje: Interrerg V A – projekt Festival zážitků, rozpočet OPS - režijní náklady

##### ***Účast na veletrzích a regionálních akcích***

Přímá prezentace destinace v rámci expozice Východní Čechy – Královéhradecký a Pardubický kraj.

- ITF Slovakiatour - 23. -26. leden 2020
- Holiday World – 13. -16. únor 2020
- Infotour a cykloturistika – březen 2020

Nepřímá účast – dle zdrojových zemí: Německo, Slovensko – dodání materiálů, Polsko (dle účasti KHK)

Účast na regionálních akcích: Jiráskův Hronov, MFF Červený Kostelec, U nás na zámku, Poříčské toulky – další bez personální účasti (dle potřeby členů, zapůjčení stanů)

### ***Aktivity zahrnuté do projektů Interreg VA Festival zážitků***

#### **Akce na ukončení sezony**

Akce bude součástí Festivalu zážitků. Cílem je propagovat společný region a jeho dědictví a nalákat návštěvníky na aktivity Festivalu zážitků plánované pro nadcházející sezónu. Akce se bude konat na téma Tradice, proběhne v Hronově v září 2020.

Dílčí cíle: tvorba image destinace, navázání partnerství

Odpovídá: PM

Termín: září

Zdroje: Interreg V A

### ***Tištěná propagace***

#### **Turistické noviny**

Letní noviny – distribuce – duben, květen – náklad 25 000 ks

Zimní noviny – náklad 5 000 ks, omezený rozsah, důraz na lyžařské běžecké tratě, zimní mapa

Revize konceptu stávajících tištěných materiálů, návrh na další období od roku 2021, zvážení vydání nabídkového katalogu (noviny + katalog ubytování).

Dílčí cíle: zprostředkování aktuálních informací z oblasti cestovního ruchu, rozšíření nabídky

Odpovídá: šéfredaktor

Termín: 1 x ročně březen

Zdroje: inzerce

#### **Katalog ubytování a služeb**

Tištěná nabídka ubytovacích kapacit z celého regionu. Inovovaný katalog v nákladu 2 500 kusů.

Členové uvedeni zdarma. Distribuce IC, turistické cíle, veletrhy CR, IC Praha, H. Králové.

Dílčí cíle: zvýšení autority destinační společnosti mezi aktéry CR, tvorba ucelené nabídky

Odpovídá: PM

Termín: 1 x za rok, prosinec 2019/leden 2020

Zdroje: inzerce

### ***Aktivity zahrnuté do projektu Festival zážitků***

#### **Festival zážitků – průvodce**

Zhotovení propagačního katalogu „Festival zážitků“, důraz bude kladen na aktéry zapojené do Festivalu zážitků, jazyková mutace Čj, Pj, Nj, Aj. Náklad 35 tis. kusů.

Dílčí cíle: tvorba produktu,

Odpovídá: PM, ředitel

Termín: leden 2020

Zdroje: Interreg V A

### **Regionální produkt – Kladské pomezí**

Navázání na vytvoření certifikace Regionální produkt – Kladské pomezí je v souladu s cílem B. 2 Tvorba a propagace produktů pro stěžejní cílové skupiny v Marketingové strategii pro destinaci Kladské pomezí 2015-20. Náplní této aktivity bude marketingová podpora pro regionální výrobce, sestavení nabídky, nastavení spolupráce s MAS, nábor nových výrobců.

Dílčí cíle: vytvoření partnerství, posílení povědomí o značce, osvěta CR vůči místním obyvatelům

Odpovídá: ředitel

Termín: průběžně

Zdroje: poplatky výrobců, rozpočet OPS – osobní náklady

## **3.2. Hodnocení kvalitativních parametrů**

Statistická šetření, která budou obsahovat: sledování vývoje struktury návštěvníků, jejich spokojenost, důvody návštěvy, budou realizována ve vybraných turistických cílech zapojených do projektu Festival zážitků.

Dílčí cíle: zvýšení autority destinační společnosti mezi aktéry CR, vytvoření partnerství mezi subjekty CR, monitoring dopadu marketingových aktivit a opatření

Odpovídá: ředitel

Termín: prosinec

Zdroje: viz. projekt Interreg V A – Festival zážitků

## **3.3. Hodnocení kvantitativních parametrů**

Sledování návštěvnosti turistických cílů a obsazenosti ubytovacích kapacit. Zdroje ATIC, ČSÚ, KHK, Czechtourism, Google analytics. Iniciovat a podporovat vznik a umístění monitorovacích systémů u partnerů v destinaci např. rozhledny, cyklostezky atd.

Vytvoření systému sledování ukazatelů cestovního ruchu o vývoji destinace v souladu s požadavky ke Kategorizaci organizací destinačního managementu

Dílčí cíle: zvýšení autority destinační společnosti mezi aktéry CR, vyhodnocení efektivity marketingu

Odpovídá: ředitel

Termín: prosinec

Zdroje: rozpočet OPS viz. osobní náklady

## 4. Vysvětlivky

### Seznam zkratk a pojmů

CR – cestovní ruch

ČR – Česká republika

ČSKS – Český systém kvality služeb

BN – Božena Němcová

DM – destinační management

DMO – destinační management oblasti

DPP – dohoda o provedení práce

EU – Evropská unie

FB – facebook

HK – Hradec Králové

IC – informační centrum

KHK – Královéhradecký kraj

MAS – Místní akční skupina

MHD – místní hromadná doprava

MMR – Ministerstvo pro místní rozvoj

NPPCR – Národní program podpory cestovního ruchu

PM – projektový manažer

PPC – Pay Per Click – reklama za prokliknutí na webové stránky

PR – public relations – práce s veřejností

Quest – hledací hra, hráč nebo skupina hráčů plní úkoly za účelem získání odměny

SRP – správní rada Branka, o.p.s. a představenstvo Svazu cestovního ruchu Kladské pomezí

TB – Toulavý baťoh

TZ – tiskové zprávy

## 5. Přílohy

### 5.1. Stručný přehled aktivit na sezonu 2020

**destinační společnost pro Kladské pomezí, o.p.s.** (*chronologicky*)

příloha k Akčnímu plánu 2020 pro turistickou oblast Kladské pomezí

- **Úprava lyžařských běžeckých tratí** – prosinec 2019, únor 2020  
Realizace projektu na údržbu lyžařských běžeckých tratí v sezoně 2018/2019. Tvorba nového designu webu [ski.kladskepomezí.cz](http://ski.kladskepomezí.cz) a obohacení o on-line web kamery. Spolupráce s [bilestopy.cz](http://bilestopy.cz)
- **Vydání tiskoviny Katalog ubytování** – leden 2020  
Každoročně vydávaná publikace s prezentací ubytovatelů v rámci celého regionu. Distribuce publikace probíhá na všech informačních centrech a veletrzích cestovního ruchu.
- **Účast na veletrzích cestovního ruchu** – leden–březen 2020  
Prezentace Kladského pomezí na veletrzích cestovního ruchu v Bratislavě – Slovakiatour, Praze – Holiday World, Hradci Králové – Infotour, Wrocław – Międzynarodowe Targi Turystyki i czasu wolnego (dle účasti KHK)
- **Čapek** – průběžně  
Aktualizace webu s čapkovskou tematikou v rámci Královéhradeckého kraje, nabídka výletů a pobytů, spolupráce se soukromým sektorem.
- **Božena** – březen 2020  
Vznik nového produktu, který pokračuje v linii představování významných literátů našeho regionu, zároveň budou probíhat vzpomínkové akce k 200letému výročí narození spisovatelky Boženy Němcové.
- **Vydání letních turistických novin** – duben, 2020  
Každoročně vydávaná publikace v celkovém nákladu 30 000 ks.
- **Léto v Kladském pomezí 2020 – představení sezonních novinek** – duben 2020  
Dubnová konference s představením novinek na sezonu 2020 jednotlivými aktéry cestovního ruchu.
- **Setkání informačních center** – duben, říjen 2020  
Dvakrát ročně probíhá setkání IC za účelem výměny informací, distribuce propagačních materiálů.
- **Provoz cyklobusů** – květen, září 2020  
Zajištění provozu cyklobusů v roce 2020 včetně propagace.

- **Toulavý baťoh** – květen–září 2020  
Realizace projektu pro rodiny s dětmi v podobě vydání ilustrované mapy, sezonní soutěže, spolupráce s Rodinnými pasy
- **Festival zážitků** - 1.7.-31.8.2020  
Realizace projektu zaměřeného na zážitkový cestovní ruch. V roce 2020 bude na osmi místech česko-polského pohraničí připravena nabídka zážitků v různých atraktivitách s tematikou vojenská historie regionu.
- **Certifikace a propagace regionálních produktů** – podzim 2020  
Certifikace nových regionálních výrobků a jejich propagace.
- **Spolupráce s institucemi** – průběžně  
Podílení se na aktivitách Královéhradeckého kraje, spolupráce s CzechTourismem a Ministerstvem pro místní rozvoj – měření dopadů příhraniční spolupráce.
- **Poskytování servisu subjektům působícím v cestovním ruchu** – průběžně  
Začlenění do systému propagace celého regionu, distribuce materiálů, poskytování mapových podkladů, fotografií regionu, tvorba nástěnných venkovních map.
- **Webová prezentace** – průběžně  
Provoz a aktualizace oficiální webové prezentace regionu Kladské pomezí, podpora návštěvnosti – on-line marketing.
- **Sociální sítě** – průběžně  
Prezentace regionu pomocí sociálních sítí – Facebook, Instagram. Aktuality, komunikace, on-line marketing.
- **Osvěta obyvatel ve vztahu k cestovnímu ruchu** – průběžně  
Vydávání informačního bulletinu, spolupráce s médii, pořádání akce na ukončení turistické sezony, nabídka školení, spolupráce s ČSKS
- **Hodnocení ukazatelů efektivity destinačního managementu** – průběžně  
Kvantitativní a kvalitativní parametry – profil návštěvníka, sledování návštěvnosti ve vybraných subjektech, hromadných ubytovacích zařízeních, délka pobytu, analýza webu, sociálních sítí.