

# MARKETINGOVÝ PLÁN

VÝSLEDKY ROKU 2022/2023

AKČNÍ PLÁN 2024/2025

## MĚSTO LITOMĚŘICE

ODBOR KOMUNIKACE, MARKETINGU  
A CESTOVNÍHO RUCHU

# Obsah

1.	Odbor komunikace, marketingu a cestovního ruchu .....	4
1.1	Úsek vnitřních a vnějších vztahů.....	5
1.2	Informační centrum .....	5
1.3	Úsek marketingu .....	8
2.	Marketing: Vyhodnocení marketingových aktivit 2022/2023 .....	9
2.1	Bonusová knížka 2022 / 2023.....	9
2.2	Zahájení turistické sezony 2022 .....	10
2.3	Zahájení turistické sezony 2023 .....	11
2.4	Přesun expozice „Litoměřické pivovarnictví od minulosti k dnešku“, zvýšení turistické atraktivity hradu .....	12
2.5	Okruh církevních památek.....	12
2.6	Modernizace venkovního turistického informačního systému .....	13
2.7	Pokračující realizace vnitřního orientačního systému .....	15
2.8	Virtuální prohlídka města z dronu .....	15
2.9	Videosoutěž Litoměřice očima mladých.....	16
2.10	Prezentace města na veletrzích CR 2022/2023 .....	16
2.11	Organizace jednodenních akcí.....	17
2.12	Centrální propagace kulturních akcí.....	17
2.13	Anketa Srdcař .....	19
2.14	Podpora regionálních výrobků .....	19
2.15	Litoměřice jako domovské město lodi Florentina .....	20
2.16	Spolupracující partneři (jejich či společné aktivity).....	21
2.16.1	Destinační agentura České středohoří.....	21
2.16.2	Městská kulturní zařízení .....	22

2.16.3	Oblastní muzeum Litoměřice .....	22
2.16.4	Severočeská galerie výtvarného umění .....	22
2.16.5	Střední škola Litegra .....	23
2.17	Nerealizované projekty (zahrnuté v plánu 2022/2023).....	24
2.17.1	Elektrovláček: turisticky atraktivní, ekologicky šetrný.....	24
2.17.2	Stavba prvního fotopointu.....	25
2.17.3	Mobilní aplikace pro rodiny s dětmi „Skryté příběhy“ .....	26
3.	Strategie komunikace .....	27
3.1	Mediální propagace města.....	28
3.1.1	Sociální sítě .....	28
3.1.2	Mobilní rozhlas / Munipolis .....	32
3.1.3	Centrální propagace kulturních akcí.....	34
3.1.4	Webové portály .....	35
3.1.5	Internetová propagace .....	35
3.1.6	Tištěná propagace .....	36
3.1.7	Propagace mobilních aplikací .....	36
4.	Marketingový plán města pro rok 2024 / 2025.....	38
4.1	Zpracování strategického dokumentu: Strategie rozvoje cestovního ruchu města Litoměřice 2025 - 2035 .....	38
4.2	Založení destinace České středohoří .....	39
4.3	Rozvoj kongresové turistiky spojené s geotermálním projektem .....	39
4.4	Osazení nových informačních panelů na exponovaných místech .....	40
4.5	První vydání turistických novin.....	40
4.6	Bonusová knížka / 2. vydání.....	41
4.7	Instalace fotopointu.....	41
4.8	Vnitřní orientační systém budov / implementace grafického vizuálu	41

4.9	Zatraktivnění podzemní expozice Richard .....	42
4.10	Spolupráce na zajištění návštěvnosti staré radnice.....	42
4.11	Propagace města na významných akcích .....	43
4.12	Nové propagační materiály města.....	44
5.	Závěr .....	45

# 1. Odbor komunikace, marketingu a cestovního ruchu

Spříchodem roku 2024 vkročil OKMaCR do sedmého roku své existence. Do struktury Městského úřadu Litoměřice byl nový odbor komunikace, marketingu a cestovního ruchu začleněn k 1. lednu 2018. Odbor tvoří tři úseky – vnitřních a vnějších vztahů (tiskový), marketingový a infocentrum. Tyto úseky jsou svými činnostmi provázané. Vznikl tak celek, který nabízí jednotný komunikační a informační servis, je zodpovědný za marketingové aktivity města, které zároveň rozvíjí v oblasti cestovního ruchu. V poslední zmiňované oblasti se tak děje v úzké spolupráci s Destinační agenturou České středohoří. Zatímco OKMaCR propaguje směrem k turistům město jako takové, DA České středohoří jej propaguje v rámci celé destinace. Úzká spolupráce na projektech je tak nezbytná.

Graf 1: OKMACR



## **1.1 Úsek vnitřních a vnějších vztahů**

Každý den vydává tiskové zprávy, uveřejňuje aktuality na webových stránkách města (kde aktualizuje i sekci Uzavírky), informuje občany prostřednictvím elektronické úřední desky umístěné v podloubí radnice, v nemocnici, na horním vlakovém nádraží, dolním vlakovém nádraží, prostřednictvím facebookového profilu komunikuje s občany města. Pomáhá s propagací důležitých sdělení nejen odborům úřadu a příspěvkovým organizacím města, ale i řadě našich partnerů z řad neziskových organizací. V neposlední řadě pravidelně vydává Radniční zpravodaj. Součástí práce je i pořádání tiskových konferencí na aktuální témata a zodpovídání dotazů novinářů. Stejně tak zadává smluvnímu partnerovi aktuální témata na zpracování videoreportáží, které by měly být v následujících týdnech pro město natočeny. Témata jsou vybírána dle požadavků vedení města, vedoucích odborů a ředitelů příspěvkových organizací, případně jsou reakcí na diskuse vedené občany na aktuální témata. Důležitou součástí práce úseku je i vytváření fotogalerií a vedení archivu fotek, které na základě požadavků poskytuje pracovníkům úřadu nejen k propagačním účelům. Tiskové oddělení kompletuje a zpracovává elektronickou Výroční zprávu města, která i díky své interaktivní podobě získala cenu Ministerstva vnitra a byla zařazena do brožury mezi příklady dobré praxe.

## **1.2 Informační centrum**

Informační centrum je v turistické sezoně (květen – září) otevřeno sedm dní v týdnu (mimo sezonu: pondělí – sobota).

IC poskytuje komplexní informace a služby související s cestovním ruchem, turistické informace o městě, okolí, památkách a tipy pro volný čas, ale i informace související s chodem městského úřadu, o dopravě apod. Nabízí informační materiály, upomínkové předměty, veřejný internet. Pracovníci IC jsou nápomocni při zajišťování ubytování a přípravě programu pro skupiny.

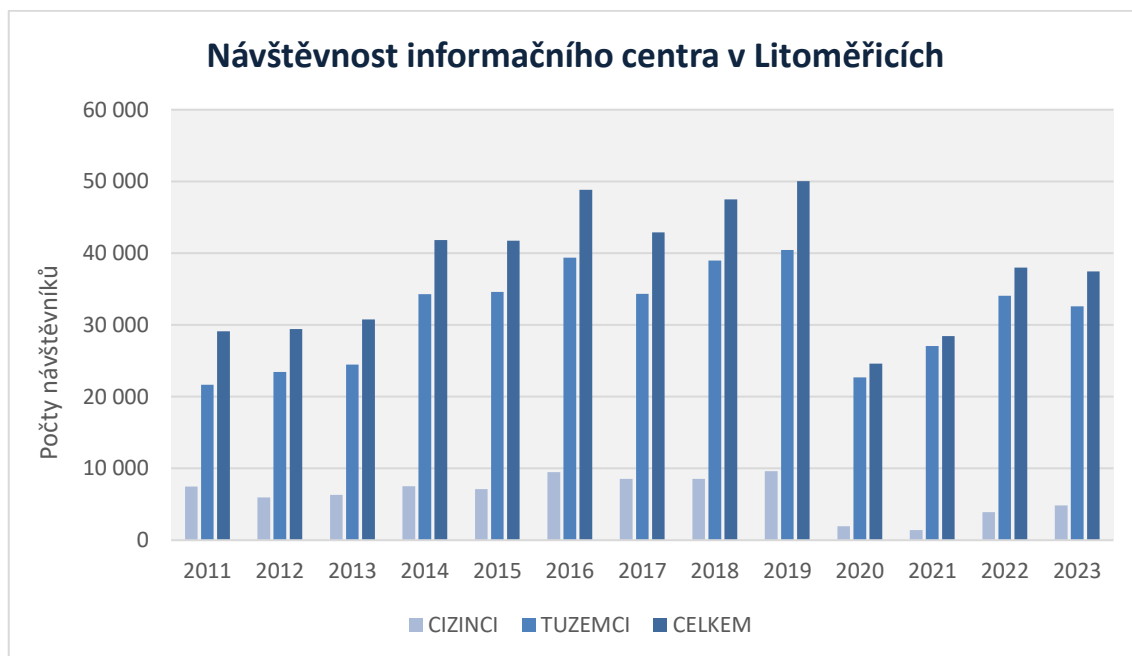
Je možno si objednat i prohlídky s průvodcem, a to v českém, německém a anglickém jazyce. Konkrétně je nabízena:

- prohlídka města
- tematické prohlídky
- návštěva vyhlídkové věže Kalich s expozicí
- stálé expozice města „Důl Richard v proměnách času“
- návštěvu Máchovy světničky
- o letních prázdninách od roku 2023 i Okruh církevních památek s průvodcem

Na základě smlouvy s provozovatelem městské autobusové dopravy v Litoměřicích je IC místem, které poskytuje aktuální informace směrem k cestujícím. Součástí služeb je i poskytování platných jízdních řádů.

Infocentrum spolupracuje i se Střední školou hotelnictví a služeb v Litoměřicích a Soukromou střední školou EKONOM, jejichž studenti zde nabírají zkušenosti a praxi.

Graf 2: Návštěvnost informačního centra



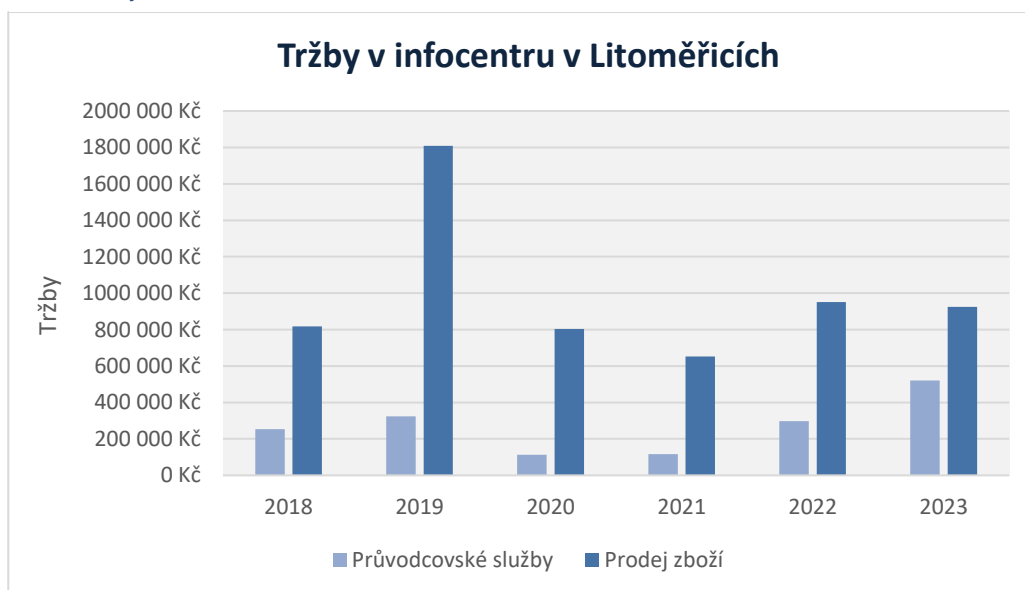
Z grafu je patrné, jak pandemie Covid-19 ovlivnila v roce 2020 návštěvnost. Nárůst návštěvnosti je od té doby pozvolný. Je zřejmé, že se po pandemii nevrátila v dostatečné míře zahraniční klientela, tvořená v Litoměřicích v naprosté většině německy hovořícími turisty. Je pravděpodobné, že potřeby turistů se díky zavádění

nových informačních technologií proměňují tak, že ne všichni mají vzhledem k dostupnosti informací na internetu, on-line mapám apod. potřebu navštívit infocentrum.

Graf 3: Návštěvnost informačního centra

	<b>CIZINCI</b>	<b>TUZEMCI</b>	<b>CELKEM</b>
<b>2011</b>	7 491	21 646	29 137
<b>2012</b>	5 968	23 445	29 413
<b>2013</b>	6 296	24 458	30 754
<b>2014</b>	7 528	34 298	41 826
<b>2015</b>	7 138	34 623	41 761
<b>2016</b>	9 476	39 373	48 849
<b>2017</b>	8 559	34 351	42 910
<b>2018</b>	8 536	38 966	47 502
<b>2019</b>	9 618	40 434	50 052
<b>2020</b>	1 929	22 673	24 602
<b>2021</b>	1 409	27 050	28 459
<b>2022</b>	3 904	34 077	37 981
<b>2023</b>	4 842	32 610	37 452

Graf 4: Tržby v infocentru v Litoměřicích



Tržby infocentra, skládající se z tržeb za průvodcovské služby a za prodej zboží, se v roce 2019 díky prodeji propagačních předmětů speciálně vydaných u příležitosti 800. výročí města Litoměřice téměř zdvojnásobily proti roku 2018. Poté zaznamenaly strmý pád. Situace se začala vracet do normálu až v roce 2022. Tento rok je srovnatelný s rokem 2023, kdy ale došlo k výraznějšímu nárůstu tržeb za



*průvodcovské služby. Což souviselo převážně s tím, že OKMaCR nově zajišťoval provoz Okruhu církevních památek, z čehož plynuly příjmy ze vstupného.*

Graf 5: Tržby informačního centra

	<b>Průvodcovské služby</b>	<b>Prodej zboží</b>
<b>2018</b>	252 990 Kč	817 332 Kč
<b>2019</b>	323 131 Kč	1 808 359 Kč
<b>2020</b>	112 314 Kč	803 050 Kč
<b>2021</b>	116 077 Kč	652 460 Kč
<b>2022</b>	297 310 Kč	950 989 Kč
<b>2023</b>	519 907 Kč	924 360 Kč

### 1.3 Úsek marketingu

Hlavním cílem je zvyšování povědomí o městě Litoměřice prostřednictvím dostupných marketingových nástrojů a vytváření pozitivního obrazu města jako zajímavé a atraktivní turistické destinace. Důležitou součástí je tvorba nových produktů cestovního ruchu a vydávání nových propagačních materiálů města. Dílčím úkolem je sledovat a přizpůsobovat se novým trendům (sociální sítě, aplikace do chytrých telefonů apod.) v oblasti marketingu a propagace.

Součástí práce je však i řada dílčích úkolů. Každé pondělí rozesílá uživatelům bezplatné služby Muniopolis e-mailem souhrn toho nejdůležitějšího, co je v následujícím týdnu v Litoměřicích čeká. Vede městský kalendář kulturních akcí a zpracovává jednotný měsíční plakát s přehledem všech kulturních akcí pořádaných na území města. Informovanost zajišťuje i prostřednictvím týdenní aktualizace smyček s přehledem událostí, promítané na čtyřech obrazovkách umístěných v různých částech města. Dbá na dodržování zásad jednotného grafického vizuálu města a jejich propisování do chodu městského úřadu, jeho příspěvkových organizací i života ve městě.

Nedílnou součástí je spolupráce s celou řadou partnerů a propagace lokálních, nejlépe certifikovaných výrobků. Marketingový manažer je členem certifikační komise v rámci destinace České středohoří.

## 2. Marketing: Vyhodnocení marketingových aktivit 2022/2023

### 2.1 Bonusová knížka 2022 / 2023

Slevy na ubytování, zvýhodněné vstupy do turisticky atraktivních míst, pro děti mnohdy i zdarma, uvítací drinky a dárky, půjčení golfových holí zdarma a mnoho dalšího nabídla bonusová knížka města nazvaná „Vychutnejte si Litoměřice“, platná pro roky 2022 / 2023.

Turistovi přijíždějícímu do Litoměřic nabídla knížka ve formě plnobarevného sešitku přehled atraktivních míst, která by měl navštívit nejen proto, že jsou nějakým způsobem zajímavá, ale o své zákazníky skutečně stojí, protože nabízejí něco navíc. Celkem šlo o více než tři desítky bonusů, jež byly výsledkem spolupráce s místními podnikateli, příspěvkovými organizacemi města, provozovateli muzeí, galerií a dalších.

Knížka byla rozdělena do několika kategorií, a to Ubytování, Gastronomie, Kultura, Děti, Sport a zábava. Souhrnem poskytuje knížka slevy v řádech několika tisícikorun. K dostání byla v informačním centru městského úřadu za pouhých 45 korun. Díky spolupráci s IT oddělením MěÚ měla i vlastní microsite na webových stránkách města <https://www.litomerice.cz/bonusova-knizka>.

Obrázek 1: Bonusová knížka



Její marketingový význam a prohloubení spolupráce se soukromými subjekty participujícími při realizaci bylo hlavními pozitivy tohoto turistického produktu, které díky svému multiplikačnímu efektu výrazně převýšily aspekty ekonomické. Spokojenost s účastí v produktu vyjádřili i přímí aktéři na hodnotící schůzce zorganizované pracovníky OKMaCR v roce 2023. Společně vyjádřili přání dále participovat při tvorbě tohoto produktu, pokud jej město bude realizovat v následujících letech.

## 2.2 Zahájení turistické sezony 2022

### Vybudování nové expozice Kalich

Zahájení turistické sezony 2022 bylo zpestřené představením nové „**Expozice Kalich**“, jež je výsledkem spolupráce celé řady partnerů (odborů městského úřadu, historiků a tesařů). Instalací výstavy s interaktivními prvky vrcholila unikátní a stavebně náročná rekonstrukce podkroví vyhlídkové věže, která je součástí památkově chráněného Domu Pod Bání, jenž je dnešním sídlem radnice. U příležitosti představení nové expozice s celoročním provozem byl vydán nový propagační leták ve třech jazykových mutacích informující o její unikátnosti.

*Obrázek 2: Vybudování nové expozice Kalich*



## 2.3 Zahájení turistické sezony 2023

Májový jarmark na nádvoří hradu u Tyršova náměstí, výletní jízdy vláčkem zdarma, prohlídky hradních expozic, mimořádně zdarma prohlídka Minimuzea železnice, Galerie marionet, Dílny ručního papíru, ale i soutěžní karty o rodinné vstupné na rodinný festival Bezva Fest a mnohé další. Takové bylo 1. května v Litoměřicích zahájení turistické sezony 2023. Program společně s Městskými kulturními zařízeními a Destinační agenturou České středohoří byl cílen hlavně na rodiny s dětmi.

Den zakončila vernisáž výstavy fotografií Rainera Bacha „**Litoměřice očima cizince, který se zamiloval**“ v nové „**Expozici vlakové nádraží Litoměřice - město**“, jež je výsledkem spolupráce OKMaCR a Správy železnice. Cílem bylo prostřednictvím poutavých fotografií prezentovat rekonstruovanou výpravní budovu jako kulturní místo vhodné i pro pořádání kulturních akcí tohoto typu a zároveň propagovat krásy města Litoměřice směrem k cestujícím, tedy potenciálním turistům.

Obrázek 3: Zahájení turistické sezony 2023





## 2.4 Přesun expozice „Litoměřické pivovarnictví od minulosti k dnešku“, zvýšení turistické atraktivity hradu

S cílem zvýšit návštěvnost **expozice „Litoměřické pivovarnictví od minulosti k dnešku“** vytvořené v roce 2022 pracovníky OKMaCR a historikem PhDr. Filipem Hrbkem došlo v roce 2023 po dohodě s Městskými kulturními zařízeními, příspěvkovou organizací města, k jejímu přesunu z objektu městského pivovaru do prostor litoměřického hradu. Zde byla expozice citlivě zakomponována do historického podzemního prostoru.

Obdobně citlivým způsobem došlo k přesunu **expozice věnované památce komika Felixe Holzmann**a ze zasedací síně městského úřadu do reprezentativního prostoru Hradu Litoměřice. Přesunem obou expozic došlo ke zvýšení atraktivity hradu jako unikátní památky nacházející se v městské památkové rezervaci a umocnění její atraktivity z pohledu turistického ruchu. Dalším cílem bylo zvýšení návštěvnosti obou expozic.

## 2.5 Okruh církevních památek

Poté, co se Destinační agentura České středohoří dostala počátkem roku 2023 do insolvence, převzal některé její závazky a úkoly OKMaCR. Nejdůležitějším turistickým produktem byla v tomto ohledu organizace Okruhu církevních památek (OCP), protože církevní turistika má stále mnoho příznivců a stojí ji za to rozvíjet.

Nová koncepce OCP zahrnuje v průběhu letních prázdnin návštěvu katedrály sv. Štěpána, vyhlídkové věže katedrály, kostela Všech svatých a kostela sv. Jakuba (cena okruhu 150 Kč), tedy církevních památek, jež nejsou veřejnosti běžně přístupné. Návštěvou všech čtyř památek získali lidé v kavárně Fér Cafe bonus v podobě kávy zdarma. Prvně byly od vstupného osvobozeny děti do 15 let s cílem finančně podpořit rodiny a zvýšit zájem nejmladší generace o sakrální památky.

OKMaCR se úpravou koncepce OCP podařilo v řádech desítek tisíc korun výrazně zlepšit ekonomickou efektivitu tohoto produktu převzatého od Destinační agentury České středohoří. Velkým přínosem při zajištění provozu a rozvíjení turistického produktu OCP je spolupráce s církví.

Obrázek 4: OCP 2023



## 2.6 Modernizace venkovního turistického informačního systému

V rámci propsání grafického vizuálu města do veřejného prostoru se podařilo od Ministerstva pro místní rozvoj získat dotaci na modernizaci venkovního orientačního systému nacházejícího se v městské památkové rezervaci, a to ve výši 500 tisíc Kč, což představovalo 50 procent celkových nákladů. Dvacet let starý systém již byl nefunkční, neodpovídal aktuálním potřebám a nezahrnoval nové turistické cíle (Muzeum křišťálový dotek, cyklověž apod.). Nový funkční navigační systém je tvořený 51 pozicemi komunálních cílů. Navrženy byly tak, aby tvořily srozumitelný orientační systém postihující všechny turistické cíle ve městě. Pozice komunálních cílů jsou propojeny s webovými stránkami města Litoměřice v sekci turista.

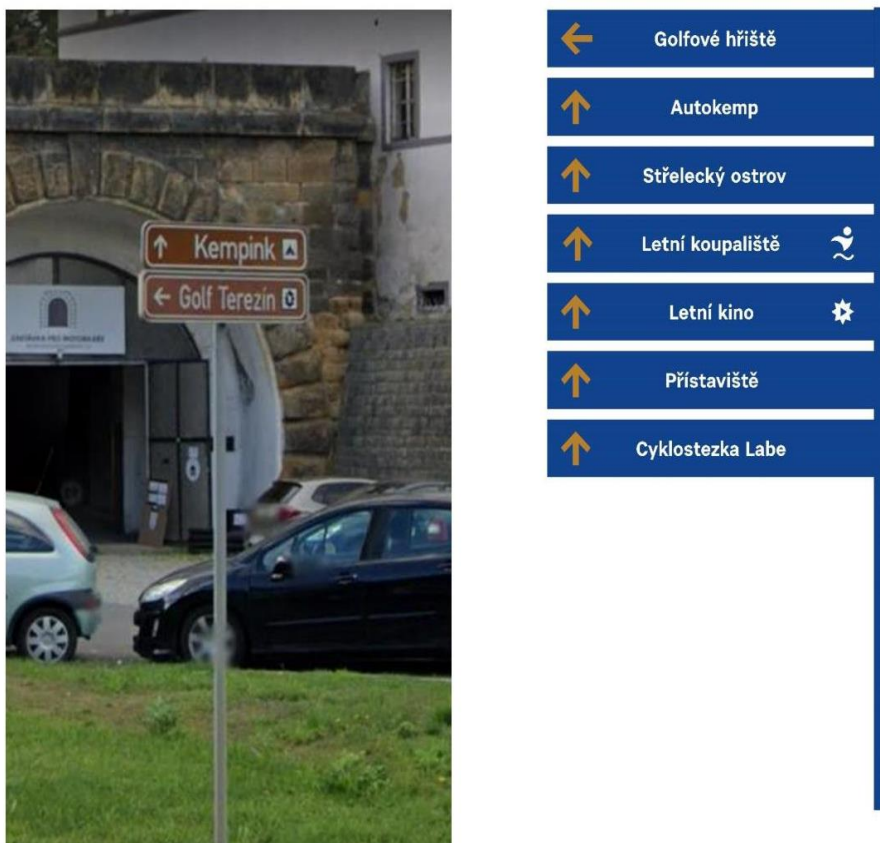
### Nový orientační systém je:

- v souladu s novým grafickým vizuálem města (schváleným radou i zastupitelstvem města v roce 2020), který marketingově posiluje značku města Litoměřice směrem k turistům

- zahrnuje všechny turistické atraktivity
- umožňuje lepší orientaci díky své srozumitelnosti
- je esteticky vhodný pro umístění do MPR
- díky variabilnosti umožní i případné budoucí začleňování nových turistických cílů, což stávající systém neumožňoval

Město tak jde příkladem podnikatelům, které v souladu s dokumentem Zásady reklamy a označování provozoven MPR Litoměřice (platné od roku 2020) motivuje ke vkusnému značení provozoven s ohledem na turisticky významné místo, v němž se jejich provozovny nachází (MPR). Město chce pomocí dobrých příkladů a tipů inspirovat k odpovědnějšímu přístupu k veřejnému prostoru. Prezentace a orientační značení může být účinné a zároveň estetické.

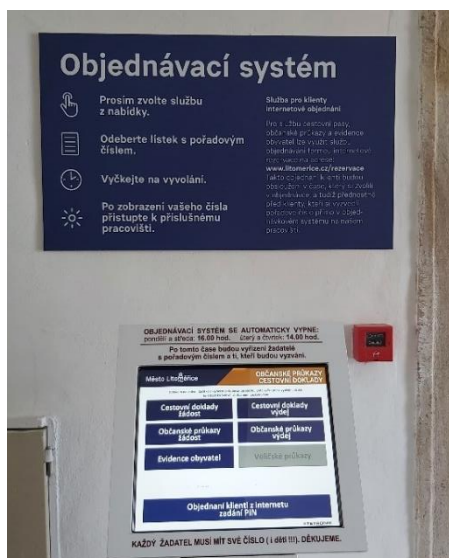
Obrázek 5: Srovnání dřívějšího a současného stavu navigačního systému v blízkosti Bašty



## 2.7 Pokračující realizace vnitřního orientačního systému v budovách MěÚ

Dalším krokem v postupném zavádění jednotného grafického vizuálu je ve spolupráci se správním odborem MěÚ a tajemníkem MěÚ postupná realizace nového interního orientačního systému v budově městského úřadu na Mírovém náměstí, v Pekařské a Topolčianské ulici, který usnadní příchozí veřejnosti orientaci (značení chodeb, kanceláří apod.). Současný systém je graficky nejednotný, nepřehledný a nerespektuje grafické zásady. Realizace již byla zahájena, a to primárně v Pekařské ulici a na Mírovém náměstí. V souladu s pokynem tajemníka bude probíhat i v dalších částech, primárně v Topolčianské ulici.

Obrázek 6: Vnitřní navigační systém



## 2.8 Virtuální prohlídky města z dronu

Prohlédnout si ta nejzajímavější a turisticky nejatraktivnější místa v Litoměřicích z pohodlí domova. To je možné díky novince v podobě 360° virtuální mapy, kterou OKMaCR s cílem podpořit turistickou sezonu 2023 zpřístupnil na adrese: <https://www.litomerice.cz/virtual/>



V první fázi prezentuje tímto způsobem dvacet míst. Kromě městských hradeb, Mírového, Kostelního a Kapucínského náměstí, parku Václava Havla nebo Expozice Richard v proměnách času, tak virtuální návštěvníci mohou nahlédnout například do Muzea křišťálový dotek, Galerie marionet či do Muzea železnice Kávy s párou. Z ptáčích perspektivy je možné si prohlédnout také koupaliště na Písečném ostrově nebo Jiráskovy sady. Další místa postupně přibývají. Tímto způsobem město propaguje nejen turisticky významné a zajímavé lokality či objekty nacházející se v majetku města, ale i ty, jež jsou provozované soukromými subjekty.

Vzhledem k tomu, že Rizalova bašta ve Velké Dominikánské ulici není veřejnosti běžně přístupná (na objednání), stejně jako městská věž kostela Všech svatých na Dlouhé ulici, byly před oba objekty umístěny informační cedulky s QR kódy, jejichž načtením si návštěvníci mohou objekty prohlédnout prostřednictvím virtuální prohlídky.

## **2.9 Videosoutěž Litoměřice očima mladých**

V roce 2023 uspořádal OKMaCR soutěž pro žáky a studenty do 26 let na téma: Jak vidí mladí lidé Litoměřice? Na co by přilákali návštěvníky z okolí? Jakým způsobem by město představili? Vítězem soutěže se stala trojice Ondřej Pergler, Tomáš David a Matěj Mazáč. Video následně posloužilo k propagaci na sociálních sítích.

## **2.10 Prezentace města na veletrzích CR 2022/2023**

- Veletrh cestovního ruchu Holiday World v Praze (2022, 2023)
- Veletrh Regiony České republiky v Lysé nad Labem (2022)
- Veletrh cestovního ruchu ITEP v Plzni (2022, 2023)
- Veletrh cestovního ruchu Brno (2022)
- Veletrh cestovního ruchu v Ostravě (2023)

Obrázek 7: ITEP



## 2.11 Organizace jednodenních akcí

OKMaCR se v letech 2022 / 2023 podílel na organizaci řady kulturních i společenských akcí, a to ve spolupráci s řadou partnerů

- Zahájení turistické sezony
- Dny otevřených dveří v infocentru
- Den otevřených dveří staré radnice (po dokončení rozsáhlé rekonstrukce)
- Dny evropského dědictví
- Den otevřených dveří v Richardu v rámci kampaně Místa přátelská seniorům
- Noc kostelů
- Muzejní noc
- Vánoční zpívání s Litoměřickým deníkem
- Zapojení do kampaně Místa přátelská seniorům apod.

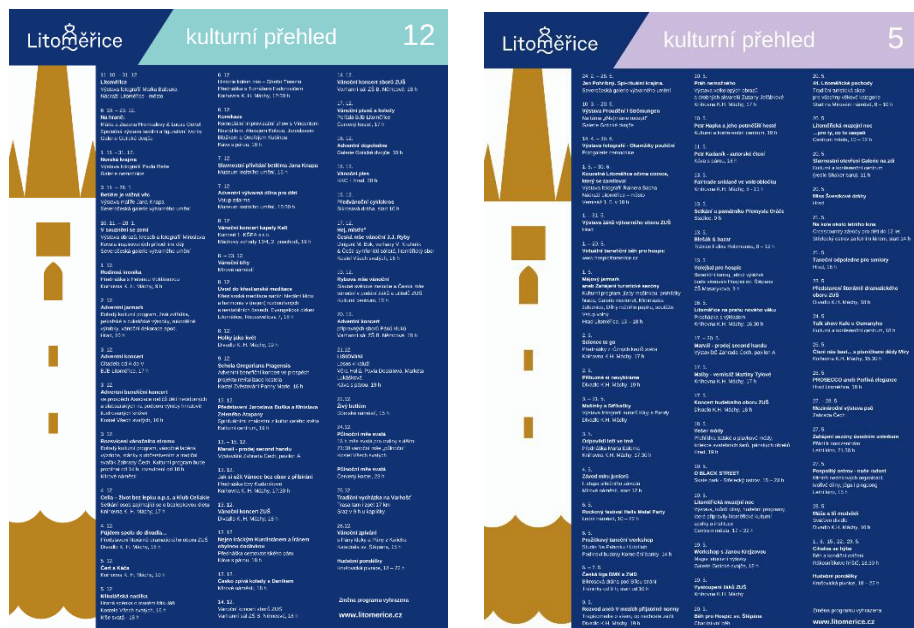
## 2.12 Centrální propagace kulturních akcí

Propagace kulturních akcí ve městě probíhá jednotně pod záštitou odboru komunikace, marketingu a cestovního ruchu (OKMaCR), který vede i celoroční

# kalendář akcí.

- umožnila zviditelnit akce velkých i menších pořadatelů
- výstup v podobě měsíčního plakátu se stručným přehledem všech akcí v jednotném grafickém vizuálu města (vč. všech plakátovacích ploch MKZ)
- navazující propagace prostřednictvím Muniopolis / Mobilního rozhlasu
- možnost umístění akcí na web [www.litomerice.cz](http://www.litomerice.cz) do kalendáře, na obrazovky spravované OKMaCR (v podloubí městského úřadu, na vlakovém nádraží Litoměřice - město, na horním vlakovém nádraží, v nemocnici)
- možnost přiřazení akce k Facebooku Město Litoměřice, Litoměřice Srdcem, Instagram města
- možnost propagace v Radničním zpravodaji
- Videoreportáže, YouTube kanál města

Obrázek 8: Kulturní přehled



## 2.13 Anketa Srdcař



OKMaCR a Zdravé město Litoměřice spolupracují na organizaci ankety Srdcař Litoměřic, která díky společně vypracovanému novému statutu (platnému od roku 2022) doznala řadu změn. Zatímco dříve probíhalo zvlášť oceňování dobrovolníků jako fyzických osob a zvlášť podnikatelů jako právnických osob, nyní došlo ke sjednocení. Nově lze od roku 2022 nominovat ve čtyřech kategoriích: Podnikatel, Sociální věci a zdravotnictví, Kultura, vzdělávání a volnočasové aktivity a Sport. Význam ankety podtrhl i nový grafický vizuál, kterému logicky dominuje červené srdce. Součástí jednotné prezentace se stalo nové logo, certifikáty, pozvánky, plakátky a s tím související merchandising. Nově dochází i k udílení Ceny starosty. I nadále tak město přistupuje ke zkvalitňování ankety, která každoročně vrcholí slavnostním večerem organizovaným Zdravým městem a OKMaCR v litoměřickém hradu.

Obrázek 9: Vítězové Srdcař 2023



## 2.14 Podpora regionálních výrobků

Cílem je upozornit turisty na kvalitní produkty pocházející z lokální produkce, pomoci podnikatelům s jejich propagací a zároveň zatraktivnit sortiment zboží nabízený v infocentru. Ve spolupráci s producenty zboží navrhujeme etikety

a obaly tak, aby zároveň propagovaly město Litoměřice, jsou tedy laděny do grafického vizuálu města. V letech 2022 / 2023 bylo v infocentru k zakoupení:

Obrázek 10: Banner s produkty



- Pivní sety z Biskupského pivovaru
- Káva upražená v Litoměřicích od Zobana
- Vína Klášterních sklepů Litoměřice
- Keramika a mýdla s logem města od Diakonie ČCE Litoměřice (podpora pracovně znevýhodněných lidí městem)
- medy, medoviny, sójové svíčky
- bonboniéra s fotografiemi litoměřických dominant
- pexeso s litoměřickými dominantami apod.

## 2.15 Litoměřice jako domovské město lodi Florentina

Vzhledem k insolvenčnímu řízení Destinační agentury České středohoří došlo městem k převzetí provozu přístaviště v ulici Velká Mlýnská pro další období. Přístaviště zajišťuje primárně dlouhodobé stání pro hotelovou loď Florentina, která je pro cestovní ruch v Litoměřicích velmi významná. Loď Florentina zajišťuje ubytovací služby, stravovací služby i nabídku výletů po Labi do Českého středohoří, a je tak jedinečnou službou i nabídkou pro turisty i místní obyvatele. Předmětem pronájmu je přístaviště pro stání plavidel, které se nachází na vodní cestě Labe, pravý břeh, v říčním km 792,52 na pozemku p. č. 4750 v k. ú. Litoměřice. Vývaziště tvoří plovoucí zařízení a břehové vázací prvky. Zároveň došlo se souhlasem Povodí Labe k uzavření podnájemní smlouvy s provozovatelem lodi Florentina. Tyto legislativní kroky umožnily, že i nadále loď Florentina jako významný subjekt na podporu turistického ruchu bude mít město Litoměřice jako domovské kotviště a bude spolupracovat při zajišťování některých aktivit města.



Obrázek 11: Loď Florentina



## 2.16 Spolupracující partneři (jejich či společné aktivity)

### 2.16.1 Destinační agentura České středohoří

- koordinace marketingu regionální značky včetně výrobků, produktů, služeb a zážitků z Litoměřic
- činnost certifikační komise Regionální značky – certifikace výrobků, produktů, služeb a zážitků z Litoměřic
- realizace propagační kampaně s Cestuj Českem – dronová videa a fotky z Českého středohoří – jedno z hlavních témat město Litoměřice a Okruh církevních památek
- realizace podzimní kampaně na podporu návštěvnosti mimo hlavní turistickou sezonu 2023 - Instagram a další sociální sítě – včetně propagace města Litoměřic – celkový dosah kampaně přes 2 miliony zhlédnutí příspěvků, reels a stories. Obsahy zaměřené konkrétně na Litoměřice cca 300 tisíc zobrazení + nedaleká místa jako např. Varhošť dalších 120 tisíc zobrazení
- presstripy – příprava a realizace presstripů zaměřených na Labskou stezku a destinaci České středohoří - včetně propagace Litoměřic – návštěva

zahraničních novinářů a blogerů Litoměřic – 2x v roce 2023 a 2x v roce 2022 (spolupráce s Ústeckým kraje a CzechTourismem)

- natáčení TV – Příprava a realizace natáčení ve spolupráci s Ústeckým krajem a CzechTourismem (zahrnuto i město Litoměřice) - v roce 2023 - Chutné Česko – TA3 – slovenská celostátní televize, Cyklotoulky – Česká televize
- příprava a realizace Jarního odemykání Labské stezky 2022 – včetně cyklojízdy z Litoměřic do Velkých Žernosek
- provoz turistického vláčku při zahájení turistické sezony 2023
- dvoudenní Konference Labská stezka a cykloturistika na lodi Florentina v Litoměřicích – září 2023
- pořádání a spolupořádání vinařských akcí – např. Otevřené sklepy Českého středohoří s návazností na Litoměřice

#### **2.16.2 Městská kulturní zařízení**

- zahájení turistické sezony 2023
- Litoměřický hrozen 2022 / 2023
- přesun pivní expozice do hradu
- přesun expozice Felixe Holzmann z budovy MěÚ do hradu
- společný provoz infostánku na veletrhu Zahrada Čech
- společná propagace města na veletrzích

#### **2.16.3 Oblastní muzeum Litoměřice**

- společné průvodcování Máchovy světničky
- Den otevřených dveří staré radnice (16.9.)
- spolupráce na tvorbě marketingových aktivit po dokončení rekonstrukce sídla muzea v letech 2024/2025

#### **2.16.4 Severočeská galerie výtvarného umění**

- Muzejní noci 2022 a 2023 (zdarma prohlídka věže Kalich)

### 2.16.5 Střední škola Litegra

- V roce 2023 došlo k navázání spolupráce, kdy studenti oboru grafický design navrhují a vytvářejí obaly regionálních vín prodávaných v infocentru.

Obrázek 12: Obaly vyrobené studenty Střední školy Litegra





## 2.17 Nerealizované projekty (zahrnuté v plánu 2022/2023)

### 2.17.1 Elektrovláček: turisticky atraktivní, ekologicky šetrný

#### **Popis původního záměru:**

Do Litoměřic jezdí, i vzhledem k nedostatku ubytovacích kapacit, lidé nejčastěji za jednodenní turistikou, mají jen omezené časové možnosti prohlédnout si atraktivitu města. Řešením je pořízení turistického elektrovláčku, který je díky svému malému rozměru a omezené rychlosti (max. 20 km/hod.) dostane i dopravě do jinak zapovězených či vzdálených míst (Dómské náměstí, krematorium Richard apod.).

#### **Zdůvodnění neúspěšnosti projektu:**

OKMaCR kontaktoval provozovatele elektrovláček v Kroměříži, kde History tour Kroměříž provozuje turistické elektrovláčky v centru města a zámeckých zahradách. Pořizovací cena elektrovláčku se pohybuje (počátkem roku 2022) v rozmezí od 600 – 800 tisíc korun (podle velikosti). Vyrobeny jsou v Číně. Každé 3 roky výměna baterie (60 – 100 tisíc korun) a to jen v případě, že se jezdí celoročně. Pokud se jedná o sezonní provoz, tak je nutná výměna baterie každoročně. Pravidelně odchází startéry (5 – 10 tisíc korun), dodání 3 týdny. Maximální stoupavost soupravy 12 %, což není ideální pro kopcovitý terén Litoměřic a okolí. Další možností bylo pořídit elektrovláček od italské společnosti Dotto za cca 3 miliony korun (nutná každoroční výměna baterie). S ohledem na výše zjištěné informace nedošlo po konzultaci s vedením města k nákupu elektrovláčku.

Obrázek 13: Elektroláček v Kroměříži



Nicméně v roce 2023 si OKMaCR pronajal turistický výletní vláček od DA České středohoří na zahájení turistické sezony 2023. Cílem bylo ověřit zájem veřejnosti. Návštěvnost a zájem předčily očekávání, a tak ve spolupráci s DA ČS byly činěny kroky k zahájení pravidelného víkendového provozu, který by mj. propojil

Litoměřice a Terezín. Bohužel v souvislosti s insolvencí, do které se DA ČS v roce 2023 dostala, nemohl být tento záměr realizován.

## 2.17.2 Stavba prvního fotopointu

Obrázek 1: Návrhy fotopointu



### Popis projektu:

OKMaCR uspořádal v roce 2021 veřejnou soutěž o nejzdařilejší návrh prvního „fotopointu“ města Litoměřice. Do veřejné soutěže o nejlepší návrh bylo zasláno celkem devět nápadů, situovaných na různých místech ve městě. U sedmičlenné poroty jednomyslně zvítězil návrh manželů Dionýze a Martiny Hutárových z Litoměřic, kteří své dílo nazvané „Logo jako hračka“ zasadili na travnatou plochu na Střeleckém ostrově. Následně bylo ve spolupráci s územním rozvojem zadáno zpracování projektové dokumentace. Realizace byla naplánována na polovinu roku 2022. Město bylo úspěšné v získání dotace od

Ministerstvo pro místní rozvoj na realizaci tohoto projektu ve výši 50 procent uznatelných nákladů.

**Důvody, proč nedošlo k realizaci:**

Nové stanovování aktivních záplavových zón, zpřísnění legislativních podmínek apod. znemožnily realizaci projektu na Střeleckém ostrově. Vodoprávní úřad Litoměřice dal zamítavé stanovisko k realizaci. Vzhledem k rozměrnosti díla nebylo možné jej přesunout jinam.

**2.17.3 Mobilní aplikace pro rodiny s dětmi „Skryté příběhy“**

Rodiny s dětmi představují významnou skupinu, na kterou je třeba zaměřit pozornost při tvorbě produktů podporující cestovní ruch.

Od záměru realizovat v Litoměřicích venkovní hru „Skryté příběhy“ jsme ustoupili s ohledem na skutečnost, že v podobném duchu vznikla v roce 2023 hra „Liťáček“.

Tato hra je určena všem věkovým kategoriím a připravila ji Městská kulturní zařízení Litoměřice společně s Bezva partou.

### 3. Strategie komunikace

OKMaCR ve spolupráci s partnery vypracoval první „Strategii komunikace města Litoměřice“, kterou schválila rada města dne 29.3.2023. Strategie je jedním z výstupů projektu "LOKAL" Litoměřice Odpovědně Kvalitně Atraktivně Lidsky reg.č. CZ.03.4.74/0.0/0.0/19\_109/0016785.

Jde o ucelený dokument střednědobého charakteru, jehož cílem je popsat současné způsoby komunikace města, zmapovat a vyhodnotit dosud využívané informační kanály, definovat role a kompetence a navrhnout strategii komunikace pro další pětileté období. Dokument se zaměřuje na komunikaci města a zástupců městského úřadu s veřejností. Jeho součástí je i oblast krizové komunikace. Ta nabývá na významu obzvláště v mimořádných podmínkách (povodně, požáry, epidemie apod.) a dosud v Litoměřicích nebyla systémově řešena. Dokument definuje, jakým směrem by se komunikace měla ubírat s ohledem na potřeby veřejnosti, i s ohledem na proměnlivost mediálního prostředí. Cílem komunikační strategie je prostřednictvím vhodně zvolených nástrojů a metod upevňovat vztah s veřejností prostřednictvím řádného a pravidelného informování obyvatel, prováděného s cílem pokrýt potřeby všech věkových kategorií, koordinovat mediální výstupy, upevnit komunikaci uvnitř úřadu a v neposlední řadě posílit marketingovou značku města nejen ve vztahu k veřejnosti, ale i turistům.

Podkladovým materiálem pro zpracování strategie komunikace byl v roce 2022 realizovaný „Průzkum spokojenosti obyvatel s komunikací města“, kterého se zúčastnilo 800 respondentů, a „Průzkum spokojenosti obyvatel města Litoměřice (ECI A1)“, jenž byl realizován na konci roku 2022, kterého se zúčastnilo více než 1400 respondentů. Strategie byla zpracována s ohledem na Strategický plán města Litoměřice. Reflektuje jednotný vizuální styl města Litoměřice z roku 2020. Výsledky celého průzkumu jsou k dispozici na webu města v sekci strategické dokumenty.

## 3.1 Mediální propagace města

### 3.1.1 Sociální sítě

#### Facebook



Facebook je pro Litoměřičany (po webu města a Radničním zpravodaji) třetím nejvyužívanějším informačním kanálem (36,5 %). Město Litoměřice má a rozvíjí dva facebookové profily. Na Fcb stránkách „**Město Litoměřice**“ jsou zveřejňovány důležité servisní informace pro rezidenty Litoměřic (dopravní uzavírky, odstávky vody, elektřiny, čištění ulic, splatnost poplatků, chystané projekty apod.), dále plánované akce ve městě, fotogalerie a videoreportáže, včetně on-line záznamů jednání městského zastupitelstva. K 31. 12. 2019 měly stránky 4 356 sledujících (od začátku roku 2019 stoupl počet uživatelů o 420). K 31. prosinci 2020 již bylo 5 051 sledujících (o dalších 695 lidí více oproti 1.1. 2019). Rok 2020 byl významným a rychlým zdrojem informací souvisejících s onemocněním COVID-19 (testování na koronavirus v litoměřické nemocnici či v areálu výstaviště Zahrada Čech, aktuální informace o dění ve městě, rušení kulturních a společenských akcí, změny fungování městského úřadu atp.). Ke konci roku 2021 měla facebooková stránka „Město Litoměřice“ 5 547 sledujících. Na konci roku 2022 již profil sledovalo 6 155 lidí a počet „To se mi líbí“ činí 5 715 lidí.

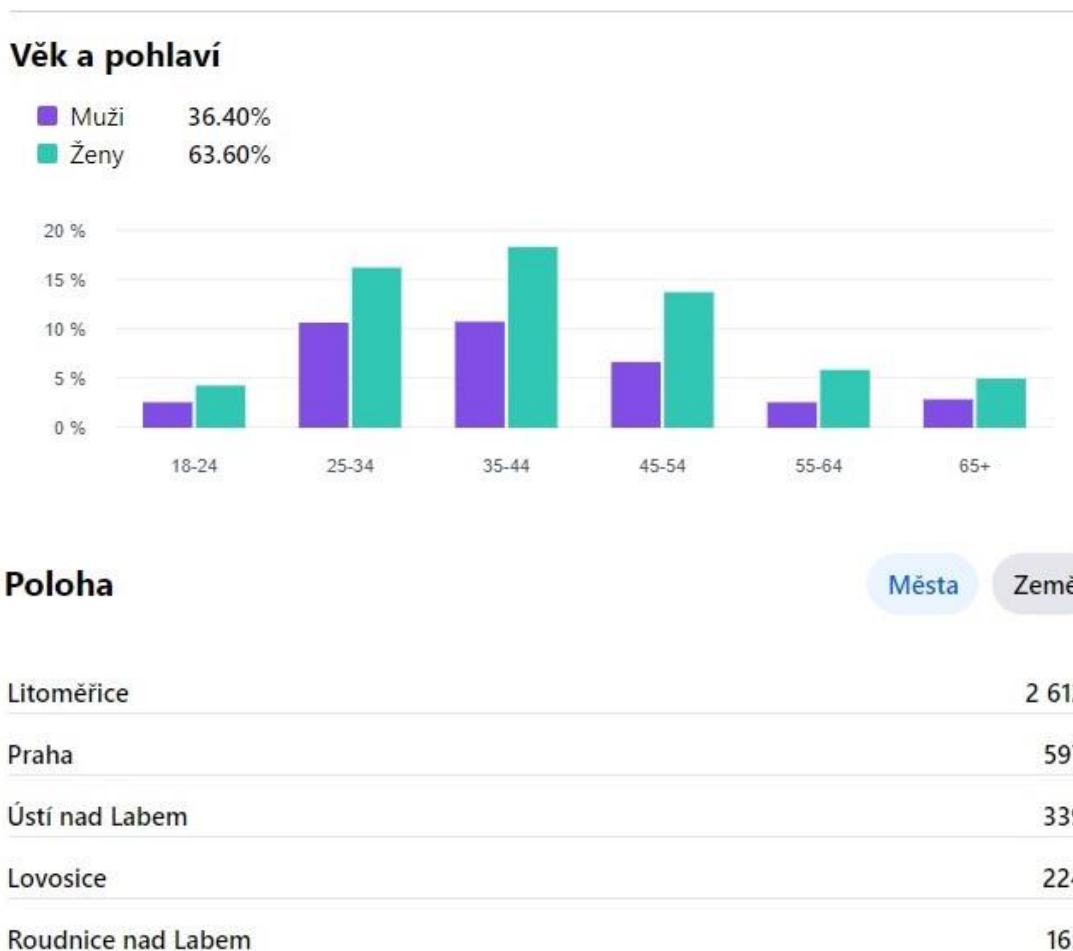
Systematickou činností tedy neustále dochází k postupnému nárůstu počtu uživatelů. K 31.12. 2023 má tato facebooková stránka 6 661 sledujících.

Ve svém důsledku to znamená, že obyvatelé tím, že se stanou fanoušky stránky, jeví zájem o praktické informace ve městě. Na jejich dotazy pracovníci OKMaCR reagují i prostřednictvím neveřejných dotazů a zpráv odeslaných prostřednictvím Messengeru. Lidé, kteří mají zájem o informace, je tedy nemusejí hledat na jiných profilech, v jiných skupinách, kde se mohou objevovat zprávy štvavé, dezinformační, šířené cíleně se záměrem poškodit město.

Okruh uživatelů facebookové stránky města je velmi bohatý. Avšak nejčastějšími uživateli jsou ženy ve věku 35 – 44 let. Hodnoty jsou založené na celkovém počtu sledujících našeho profilu (viz. graf níže). Díky těmto přehledům, které Facebook

nabízí, můžeme jednodušeji cílit na daný segment lidí, podle jejich věku, pohlaví a polohy.

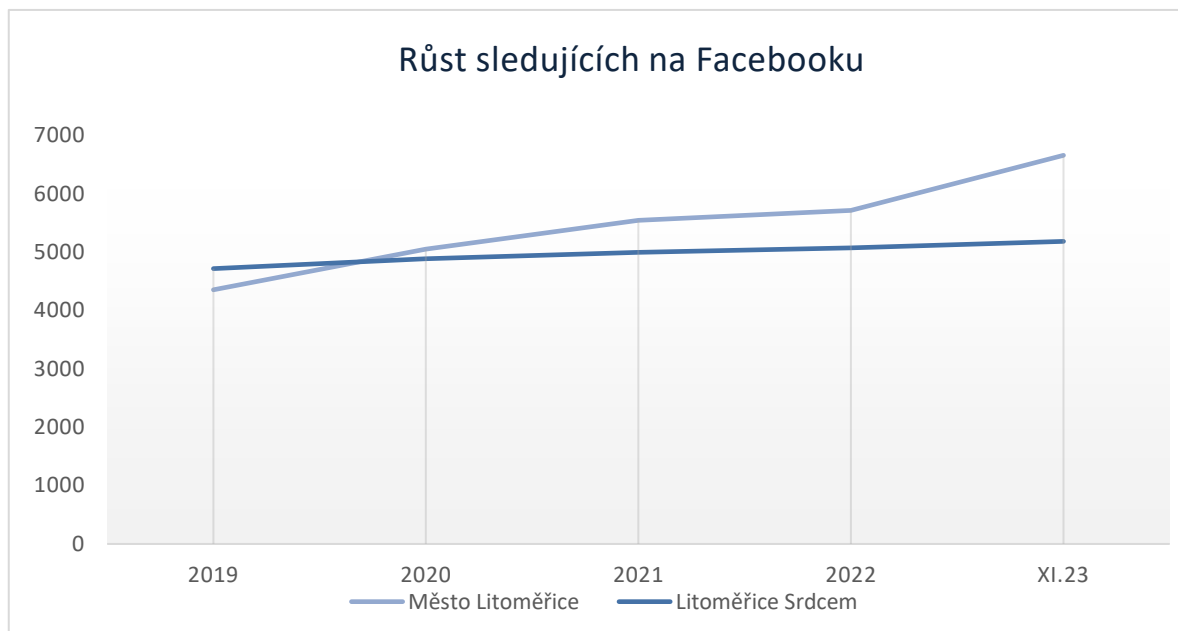
Graf 6 Okruh uživatelů FB stránky Město Litoměřice



Od ledna 2018 je prostřednictvím facebookových stránek propagováno město nejen směrem k obyvatelům, ale také k jeho návštěvníkům. Stránka „**Litoměřice Srdcem**“ je využívána pro zveřejňování turistických informací a zajímavostí, fotografií města i událostí ve městě, které mají přímou souvislost s cestovním ruchem. K 31.12. 2020 měla stránka 4891 sledujících. Od začátku roku 2020 tedy vykázala přírůstek 172 fanoušků. Ke konci roku 2021 měla stránka téměř 5 tisíc sledujících. K 31.12. 2022 měla stránka 5 075 sledujících. A počet „To se mi líbí“ ke stejnému datu činil 4 933 lidí. K 31.12. 2023 má tento facebookový profil 5 186 sledujících.

Podle výše dosahu příspěvků se ukazuje, že uživatelé mají nejvíce v oblibě především fotografie města, různé soutěže, ankety a tzv. „srdcařské“ příspěvky (rozsvícení vánočního stromu, ocenění Srdcař roku apod.)

Graf 7: Růst sledujících na Facebooku



### Instagram litomerice\_town



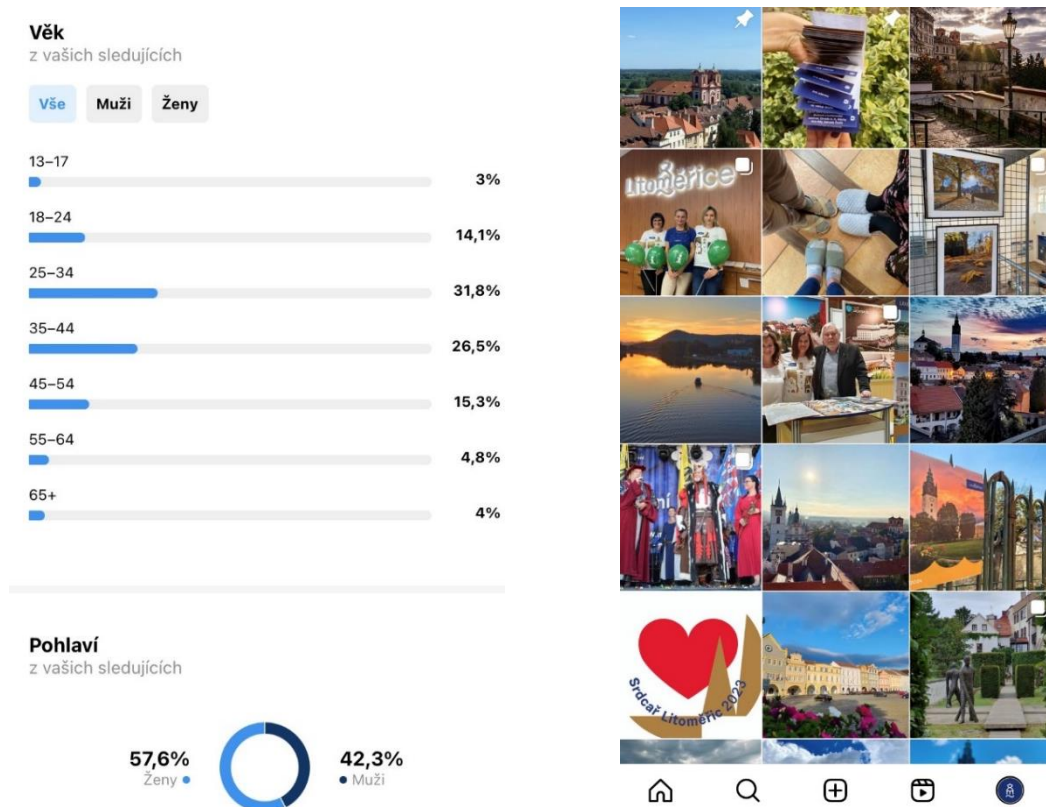
Instagram je sesterská síť Facebooku. Největší počet aktivních lidí je ve věku od 18 do 35 let. V porovnání s Facebookem má až 10x vyšší míru interakce a lepší organický dosah. Je proto důležité využít tohoto potenciálu co nejvíce.

Instagramový účet města Litoměřice byl zřízen již v roce 2016, kdy ovšem sloužil pouze pro prezentaci města pomocí lákavých fotografií a plakátů. Systematicky rozvíjen s využitím všech nástrojů, které nabízí (reels apod.), je však až od počátku roku 2021.

Momentálně má instagramový účet litomerice\_town 1500 sledujících. V porovnání s loňským rokem je to o více než 800 sledujících. Téměř každý den někdo zmíní Litoměřice ve svém příběhu na Instagramu. Tato zpětná vazba

v podobě označování oblíbených profilů, sdílení apod. je na sociálních sítích velmi důležitá. Zvyšuje tak dosah zobrazení našeho profilu či profilu ostatních.

Obrázek 14: Instagram města



Cílem tohoto profilu je kromě informovanosti obyvatel také ukázat všem uživatelům Instagramu krásy města a okolí. Důležité pro následující období je rozšířit portfolio příspěvků o tzv. „reels“ videa, která jsou na sociálních sítích populární a vyhledávaná. Jedná se o krátký videobsah v rozmezí od 30 do 90 sekund. Během tak krátké doby lze uživatele oslovit. Důležité je skloubit příspěvek s aktuálními trendy. K dosažení úspěchu pomohou originální a vtipné nápady, stejně jako vhodně vybraná hudba.

Jak vyplynulo z průzkumu komunikace města, malé pokrytí z hlediska informovanosti má město u nejmladší generace, která již v současné době preferuje Instagram na úkor Facebooku. Město Litoměřice by se proto mělo více zaměřit na rozvíjení svého instagramového účtu a přilákat pozornost mladých. Respondenti zároveň uvádějí, že kromě pozvánek za aktuálním dnem, pěkných fotografií, příběhů apod. by rádi prostřednictvím tohoto informačního kanálu



získávali i praktické informace o městě (chystané projekty, rozhodnutí rady, zastupitelstva, informace z dopravy apod.). Je proto třeba zaujmout a postupně zvyšovat počet sledujících na IG.

V té souvislosti je třeba sledovat aktuální trendy, a to s ohledem na proměnlivost oblíbenosti sociálních sítí.

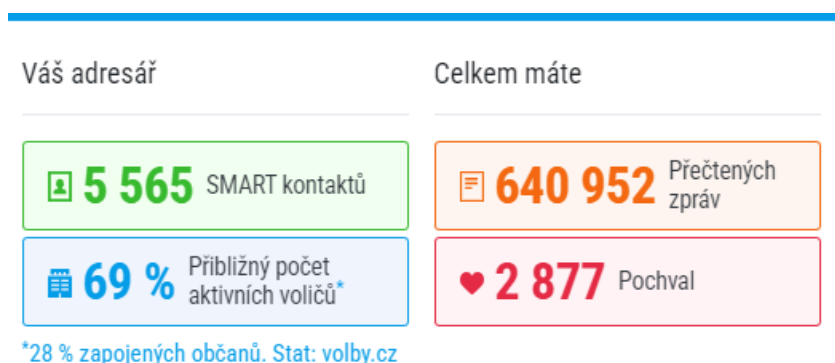
### 3.1.2 Mobilní rozhlas / Munipolis

V souvislosti se zvýšením informovanosti občanů zavedlo město Litoměřice v roce 2018 novou bezplatnou službu – Mobilní rozhlas, v roce 2021 přejmenovanou na Munipolis. Služba je svým způsobem velice specifická, protože nenabízí standardní interakci mezi odběratelem a zprostředkovatelem zprávy. Jedná se navíc o velice důležitou službu zajišťující, že se k odběratelům, v tomto případě tedy občanům města, dostanou ty nejnnutnější informace okamžitě. Každý, kdo se zaregistruje, vyplní své osobní údaje včetně e-mailu, telefonního čísla a souhlasu GDPR, je pravidelně informován o aktuálním dění pomocí několika komunikačních kanálů.

Z Průzkumu komunikace města Litoměřice vyplývá, že jde pro obyvatele města o čtvrtý nejčastěji využívaný zdroj informací (31,4 %). Významně méně jej využívají lidé mladší 30 let (8 %), výrazně více v porovnání s ostatními pak skupina mezi 51 – 60 lety (44 %). Ovšem hned 56,5 % respondentů uvedlo, že ho jako zdroj informací nepoužívá.

V současné době má město Litoměřice v této síti 5 565 registrovaných kontaktů. Počet kontaktů stoupá, a to především skrze mobilní aplikaci, ve které obyvatelé vidí kompletní přehled jednoduše na jednom místě.

Obrázek 15: Kontakty Munipolis



Uživatelé se k odběru hlásí sami a sami si mohou určit, jaký typ informací chtějí zprostředkovat:

- Krizové SMS
- Čištění ulic SMS
- Informační e-mail
- Ankety

Operativní rozesílání krizových SMS umožňuje městu okamžité zprostředkování důležitých informací občanům, což je důležité obzvláště v krizových situacích. Přínos služby se ukázal v době pandemie Covid-19, kdy její uživatelé dostali od města SMS zprávu o zastavení provozu městské autobusové dopravy. Užitečné je i zasílání SMS zpráv upozorňujících občany podle místa bydliště na chystané čištění ulice a s tím související nutnost přeparkování vozidla, což usnadňuje vlastní čištění ulic a zároveň šetří peněženky občanů před případným placením pokut za nerespektování dopravního značení.

V rámci Munipolis dostávají uživatelé každé pondělí e-maily, jež formou newsletteru krátce (pro podrobnější informace s odkazem na příslušná místa) informují o událostech následujícího týdne (uzávěrky, odstávky vody, elektřiny, kulturní, sportovní či jiné společenské akce, splatnost poplatků apod.). Pondělní rozesílka shrnuje všechny důležité informace, které by občanovi neměly uniknout.

Aktuální informace, které nejsou známy v pondělí, jsou zveřejňovány v průběhu týdne v aktualitách na webu města. Ihned poté se registrovaným uživatelům Munipolis rozešlou jak prostřednictvím e-mailu, tak i aplikace mobilního rozhlasu.

Munipolis umožňuje i pořádání anket pro chod města na aktuální témata. Nabízí občanům také možnost zasílat fotohlášky, tedy různé podněty, které je trápí, například nepořádek ve městě, plný kontejner, díra ve vozovce apod. Každý podnět přeposílají pracovníci OKMaCR zodpovědné osobě na příslušném odboru (příspěvkové organizaci) k řešení.

→ **Příležitost k rozvoji:**

- V kategorii hlášení závad zajistit občanovi dosud chybějící zpětnou vazbu, a to tak, aby obdržel informaci, jak je jím nahlášená závada řešena a případně kdy bude vyřešena
- Příprava marketingové kampaně vedoucí k propagaci služby a zvýšení počtu jejich uživatelů
- Motivovat občany k plnohodnotné registraci, a zvýšit tak počet uživatelů s kompletními informacemi

**Ankety uspořádané prostřednictvím MR:**

- **2022** – Desatero priorit města Litoměřice očima dětí a mládeže 2022, Participativní rozpočet Tvoříme Litoměřice 2022, Srdcař Litoměřic 2022
- **2023** - Desatero priorit města Litoměřice očima dětí a mládeže 2023, Participativní rozpočet Tvoříme Litoměřice 2023, Srdcař Litoměřic 2023

**3.1.3 Centrální propagace kulturních akcí**

Propagace kulturních akcí ve městě probíhá jednotně pod záštitou odboru komunikace, marketingu a cestovního ruchu (OKMaCR), který vede i celoroční kalendář akcí.

- umožnila zviditelnit akce velkých i menších pořadatelů
- výstup v podobě měsíčního plakátu se stručným přehledem všech akcí v jednotném grafickém vizuálu města (vč. všech plakátovacích ploch MKZ)
- navazující propagace prostřednictvím Mobilního rozhlasu
- možnost umístění akcí na web [www.litomerice.cz](http://www.litomerice.cz) do kalendáře, na obrazovky spravované OKMaCR (v podloubí městského úřadu, na vlakovém nádraží Litoměřice - město, na horním vlakovém nádraží, v nemocnici)
- možnost přiřazení akce k Facebooku Město Litoměřice, Litoměřice Srdcem
- možnost propagace v Radničním zpravodaji

### **3.1.4 Webové portály**

Prezentace města Litoměřice na webových portálech je důležitá s ohledem na vysokou návštěvnost jednotlivých portálů, které město spravuje nebo se kterými spolupracuje v oblasti propagace města. Návštěvnost se nadále zvyšuje propojováním webových stránek se sociálními sítěmi.

[www.litomerice.cz](http://www.litomerice.cz)

Webové stránky Městského úřadu Litoměřice, které jsou zaměřeny především na informace pro rezidenty. Tiskové oddělení sem přispívá do sekce aktuality a uzavírky ve městě, zveřejňují se i další záměry města, vyhlášky, pozvánky, výběrová řízení, pronájmy městských nemovitostí a podobně. Návštěvnost stránek města Litoměřice je 20 - 25 000 uživatelů měsíčně.

### **3.1.5 Internetová propagace**

Agentura Paseo:

- [www.informuji.cz](http://www.informuji.cz)
- [www.vyletnik.cz](http://www.vyletnik.cz)
- [www.rodinnevylety.cz](http://www.rodinnevylety.cz)
- [www.kdykde.cz](http://www.kdykde.cz)
- [www.tipynavylety.cz](http://www.tipynavylety.cz)

Ostatní:

- [www.denik.cz](http://www.denik.cz)
- [www.kampocesku.cz](http://www.kampocesku.cz)
- [www.cestujemepocr.cz](http://www.cestujemepocr.cz)
- [www.nakoleipesky.cz](http://www.nakoleipesky.cz)
- [www.turisticky-magazin.cz](http://www.turisticky-magazin.cz)

### 3.1.6 Tištěná propagace

#### RF Hobby

- Celoroční průběžná propagace na FB (Facebooku) jednotlivých printových titulů například - History revue, Epoque na cestách, Epoque, Gastro cestování

#### Kam po Česku

- 5x PR článek pozvánka do Litoměřic
- 2x dvoutýdenní banner
- 3x aktualita

#### Litoměřický deník, Extra

PR články k akcím

#### Radniční zpravodaj

PR články k akcím, informace související s marketingem a cestovním ruchem

#### Litoměřicko24

Tisk a reportáže k pořádaným akcím

### 3.1.7 Propagace mobilních aplikací

**Geofun**, ve které je průvodcem Litoměřicemi samotný Karel Hynek Mácha. Ten vede turistu po nejkrásnějších místech města, která vtipně komentuje. Vzhledem k oblibě chytrých telefonů u dětí se jedná o zajímavý výletní tip.

**SmartGuide** je inovativní celosvětově známá platforma pro publikování vlastních digitálních audioprůvodců. Nahraná destinace může být přeložena do několika jazyků tak, aby byla atraktivní i pro zahraniční turisty. V aplikaci můžeme jednotlivé body neustále inovovat a recyklovat či vytvářet zajímavé trasy, které provedou návštěvníky naším městem. SmartGuide aktuálně používá přes 600 000 cestovatelů v 800 světových destinacích.

V současné době má destinace (město Litoměřice) nahraných 29 bodů ve třech jazykových mutacích (Čj, Aj, Nj). Naším cílem je vytvořit lákavé trasy, které návštěvníci využijí při objevování našeho města.

### **Na kole a pěšky**

Tato jednoduchá aplikace Vám pomůže zjistit, jaké cyklostezky a stezky se nacházejí ve zvolené oblasti. Ať už si dovolenou plánujete nebo se nacházíte přímo na místě, nabídne v dané lokalitě několik tras. Na nich pak mapuje různé body zájmu – místa, která stojí za to navštívit, různé atrakce, památky - ale také kde se můžete najíst, přenocovat nebo "okošťovat" dobré vínečko. To vše včetně kontaktů a popisu daných míst.

Další možností, kterou ocení tradičněji založení výletníci, je individuální prohlídka Litoměřic s pomocí tematicky laděných letáků s mapou (k dispozici zdarma v informačním centru). Jsou to:

- Litoměřice a baroko
- Po stopách K. H. Máchy
- Kdo se to na nás dívá
- Kam za dobrou kávou
- Kam s dětmi v Litoměřicích
- Za pivem a vínem

## **4. Marketingový plán města pro rok 2024 / 2025**

Marketingový plán města pro rok 2024 / 2025 je akčním, tedy krátkodobým přehledem aktivit, které chce OKMaCR ve spolupráci s partnery realizovat v tomto dvouletém období. A to s cílem podpořit marketingové aktivity města směrem k jeho obyvatelům, ale i turistům.

### **4.1 Zpracování strategického dokumentu: Strategie rozvoje cestovního ruchu města Litoměřice 2025 - 2035**

OKMaCR od svého založení (2018) zpracovává a předkládá ke schválení radě města a zastupitelstvu akční, krátkodobé marketingové plány. Jsou přehledem činnosti v následujících dvou letech. Vychází z momentálních potřeb. Ovšem dlouhodobě chybí strategický dokument, který by udal směr v oblasti rozvoje cestovního ruchu a marketingových aktivit s tím spojených.

Litoměřice jsou turisticky atraktivním místem, nicméně potřeby a očekávání turistů, stejně jako jejich věková či národnostní skladba se výrazně změnily po pandemii Covid-19. Na fungování a propagaci cestovního ruchu je tedy třeba nahlížet novou optikou, nutno je identifikovat překážky a nové potřeby vedoucí k rozvoji cestovního ruchu. Nezřídka bývá obdobný dokument potřeba i v případě podání žádosti o dotaci, kdy je nutno prokazovat, že chystaný projektový záměr je v souladu s dlouhodobou strategií města, definovanou v některém ze strategických dokumentů. Je tedy evidentní, že vytvoření strategických dokumentů, které budou zahrnovat postupy vedoucí ke stanoveným cílům, jsou v současném globalizovaném světě důležité.

Proto bude v roce 2024 vyhlášeno výběrové řízení na zpracovatele Strategie rozvoje cestovního ruchu města Litoměřice 2025 - 2035. Ke spolupráci na tvorbě budou přizváni významní aktéři participující na cestovním ruchu, ať již jde o zástupce soukromé nebo veřejné sféry.

Realizace: 2024/ 2025

## **4.2 Založení destinace České středohoří**

V roce 2023 skončila v insolvenčním řízení Destinační agentura České středohoří, kdy město Litoměřice patřilo společně s Biskupstvím litoměřickým a Ústeckým krajem mezi její zakladatele. Zatímco OKMaCR se zaměřuje na rozvoj marketingu a propagaci cestovního ruchu města Litoměřice jako takového, úkolem destinačního managementu je propagovat město Litoměřice jako součást turisticky atraktivní destinace Českého středohoří, jako místo, kterým prochází stále oblíbenější Labská stezka apod. Město Litoměřice tedy povede ve spolupráci s Ústeckým krajem a městem Ústí nad Labem kroky vedoucí k založení nové destinace, a to s cílem zachovat i nadále sídlem město Litoměřice.

Realizace: 2024 / 2025

## **4.3 Rozvoj kongresové turistiky spojené s geotermálním projektem**

V roce 2024 bude v Litoměřicích spuštěn v České republice unikátní geotermální projekt SYNERGYS. Přinese řadu nových vědeckých poznatků, které budou zajímat profesní organizace, vědce, studenty technicky zaměřených středních a vysokých škol, ale i nadšence, kteří by se chtěli podívat, jak vypadá složení zemské horniny ve tří až čtyřkilometrové hloubce. Až z této hloubky se totiž dle předpokladů vědců má v Litoměřicích čerpat teplo z nitra země.

V té souvislosti bude OKMaCR ve spolupráci s manažerem projektu SYNERGYS organizovat odborné semináře a prohlídky míst určených k vrtání ve vědeckovýzkumném centru RINGEN v bývalých Jiříkových kasárnách. Vhodně připravené pobytové balíčky, které by reflektovaly odborné zaměření skupin, věkovou skladbu návštěvníků a jejich zájmy, by mohly přinést skupinám návštěvníků nejen odborné poznatky, ale i zážitky spojené s návštěvou a prohlídkou turisticky zajímavých míst města Litoměřice. Odborné semináře či kongresy většího rozměru mohou být organizovány nejen v Ringenu, ale



i v litoměřickém hradu. Limitujícím faktorem tohoto záměru jsou však ubytovací možnosti města Litoměřice.

Realizace: 2024 – 2028 (doba trvání projektu SYNERGYS)

#### **4.4 Osazení nových informačních panelů na exponovaných místech**

Ve spolupráci s litoměřickým grafikem dojde k aktualizaci malované mapy, jež zajímavým způsobem ztvárňuje městskou památkovou rezervaci a přilehlé okolí. Tato malovaná mapa, lemovaná významnými turistickými cíli a zpracována v souladu s grafickým vizuálem města, bude převedena do velkoformátové podoby a osazena na frekventovaných místech (vlaková a autobusová nádraží, parkoviště, parky, zimní stadion, Střelecký ostrov, výstaviště Zahrada Čech apod.). A to s cílem upozornit přijíždějící návštěvníky na turisticky atraktivní místa města Litoměřice zvoucí k návštěvě.

Další částí tohoto záměru je osazení informačních cedulek na vyhlídkové věži Kalich, městské rozhledně Varhošť a u morového sloupu na Mírovém náměstí, kde tyto cedulky zcela chybí.

Realizace 2024 / 2025

#### **4.5 První vydání turistických novin**

V několikatisícovém nákladu budou před zahájením turistické sezony 2024 vydány destinací České středohoří a ve spolupráci s městem Litoměřice první turistické noviny zvoucí k několikadenní návštěvě města a okolí. Jejich příprava probíhá tak, aby byly k dispozici již na veletrhu cestovního ruchu Holiday world v Praze. Založeny budou na atraktivních fotografiích a krátkých, poutavých textech. Noviny zahrnou i jízdní řády turistické dopravy (lodní, železniční, cyklobusy apod.). Turistické noviny budou distribuovány na infocentra v regionu

a další návštěvnický exponovaná místa. S jejich vydáváním se počítá i v následujících letech.

## **4.6 Bonusová knížka / 2. vydání**

V roce 2024 se uskuteční setkání aktérů participujících na rozvoji cestovního ruchu v Litoměřicích s cílem nalézt vhodné formy spolupráce na tvorbě druhého vydání bonusové knížky platné pro období 2025 / 2026.

Realizace 2025 / 2026

## **4.7 Instalace fotopointu**

Vzhledem k protipovodňovým opatřením se nepodařilo zrealizovat projekt stavby prvního fotopointu města na Střeleckém ostrově. OKMaCR však ve spolupráci s litoměřickými výtvarníky a sochaři či jinými kreativně zaměřenými patrioty města připraví návrhy jiného typu fotopointu, který by přispěl ke zviditelnění a další propagaci města. OKMaCR bude hledat vhodné zdroje financování.

Realizace 2024 / 2025

## **4.8 Vnitřní orientační systém budov / implementace grafického vizuálu**

Grafický vizuál města vytvořený Studiem Svéráz byl postupně pracovníky OKMaCR ve spolupráci s odbory městského úřadu a příspěvkovými organizacemi města propán do celé řady oblastí, ať již jde o tiskoviny úřadu, merchandising, příjezdové cedule při vjezdu do města, autobusové zastávky s logem města, autobusy městské hromadné dopravy polepené v jednotném grafickém vizuálu, vizuály příspěvkových organizací jako „dcer“ navazujících na „matku“, tedy město (zřizovatele) apod. OKMaCR v roce 2024 dokončí závěrečnou etapu vnitřního orientačního systému budov městského úřadu (Pekařská ulice, Topolčianská ulice a Mírové náměstí), který usnadní příchozí veřejnosti orientaci (značení

chodeb, kanceláří apod.). Současný systém je dosud na řadě míst graficky nejednotný, nepřehledný a nerespektuje grafické zásady.

Realizace: 2024 / 2025

#### **4.9 Zatraktivnění podzemní expozice Richard**

V roce 2023 uplynulo deset let od vytvoření podzemní expozice „Důl Richard v proměnách času“. Expozice se nachází v historickém podzemí pod budovou městského úřadu a připomíná historii a současnost vápencového dolu nacházejícího se v těsné blízkosti města Litoměřice na vrchu Bídnice, který je veřejnosti nepřístupný. V dolu Richard se nejprve těžil vápenec, za druhé světové války v něm nacisté vybudovali tajnou továrnu a nyní se v jeho části ukládá nízkoradioaktivní odpad. Za 10 let provozu se potřeby a požadavky návštěvníků proměnily. Pracovníci OKMaCR ve spolupráci s kolegy odboru územního rozvoje a správního odboru budou hledat možnosti vedoucí ke zvýšení turistické atraktivity a technického zlepšení stavu prostředí potýkajícího se s vlhkostí.

Realizace 2024 / 2025

#### **4.10 Spolupráce na zajištění návštěvnosti staré radnice**

V roce 2023 byla ukončena stavebně i finančně náročná rekonstrukce objektu staré radnice na Mírovém náměstí, která byla vzápětí vládou ČR prohlášena národní kulturní památkou. Do dvorního traktu unikátního objektu vytvoří OKMaCR ve spolupráci s Oblastním muzeem jako provozovatelem objektu výstavu, která přiblíží stavební proměnu významných litoměřických památek (rekonstruovaný hrad, dům U Pěti panen, podkroví vyhlídkové věže Kalich). Stane se tak s cílem zajistit potřebnou návštěvnost objektu, který sice prošel rekonstrukcí realizovanou městem, nicméně teprve probíhají přípravné práce zcela nové výstavy, která zkrášlí interiéry tohoto unikátního objektu.

## **4.11 Propagace města na významných akcích**

### **15. – 17. března 2024 Veletrh cestovního ruchu Holiday World**

Mezinárodní veletrh cestovního ruchu a regionální turistiky se každoročně koná v Praze. A ani v roce 2024 zde nebude chybět samostatný prezentační stánek města Litoměřice, nacházející se nedaleko vstupní části výstavního pavilonu a v těsném sousedství expozice Památníku Tereziín. Pracovníci odboru komunikace, marketingu a cestovního ruchu městského úřadu zde budou ve spolupráci s pracovníky Městských kulturních zařízení, příspěvkovou organizací města, prezentovat nejvýznamnější turistické atraktivity města Litoměřice a akce, které se v něm konají, s akcentem na výstaviště Zahrada Čech. Vůbec prvně bude promítáno nové propagační video, které během dvou minut představí atraktivity města Litoměřice.

### **27. 4. 2024: Zahájení turistické sezony**

Česká centrála cestovního ruchu Czech Tourism vyhlásila rok 2024 rokem aktivní turistiky. Tomuto mottu proto bude i v Litoměřicích přizpůsoben charakter zahájení nové turistické sezony. Uskuteční se na Střeleckém ostrově, tedy místě vyhledávaném obyvateli města i turisty k aktivnímu trávení volného času, který mj. protíná i Labská cyklostezka, v provozu je zde i turistická lodní doprava apod. Zahájení turistické sezony se uskuteční ve spolupráci s řadou partnerů, jako je provozovatel lodi Florentina, Dům dětí a mládeže Rozmarýn, Městská kulturní zařízení ad. Chybět nebudou ani lokální producenti, kteří zde představí a budou prodávat certifikované výrobky. Cílem je prezentovat Litoměřice nejen jako město s řadou unikátních památek, ale také jako město vhodné k aktivnímu trávení volného času.

### **24. – 27. 10. 2024 Veletrh Reiontour Brno**

Na říjen roku 2024 je organizátory naplánovaný mezinárodní veletrh turistických možností v regionech, který se každoročně koná v Brně.

### **Prezentace města prostřednictvím propagačního stánku Litoměřic**

Pracovníci OKMaCR se v průběhu roku 2024 i 2025 zúčastní s prezentačním stánkem města Litoměřice z hlediska návštěvnosti několika významných akcí pořádaných v rámci Ústeckého kraje.

### **4.12 Nové propagační materiály města**

Pro rok 2024 a 2025 není v plánu významnější nákup nových propagačních materiálů města. Infocentrum je v tuto chvíli dobře zásobeno a připraveno na rozjezd příští turistické sezony. Sortiment proto bude doplněn především o turisty žádané a zdarma rozdávané trhací mapy, předměty s aktuální platností typu kalendářů a minikalendářů roku 2024, turistických vizitek, známek, zboží s omezenou trvanlivostí apod.

Výjimkou bude vytvoření Turistického průvodce městem. V tuto chvíli neexistuje komplexní ucelená publikace mapující všechny potřebné informace pro návštěvníky města. V roce 2024 proto bude vydána ucelená brožura o městě, která přiblíží atraktivitu města a život v něm.

## 5. Závěr

Marketingový plán města Litoměřice 2024 / 2025 byl schválen radou města dne ..... a zastupitelstvem dne ..... Jde o krátkodobý dokument, jehož nositelem je odbor komunikace, marketingu a cestovního ruchu městského úřadu. Zveřejněn je na webu města v sekci strategických dokumentů.