



Evropská unie
Evropský sociální fond
Operační program Zaměstnanost



Koncepce rozvoje cestovního ruchu města Uherské Hradiště

Manažerské shrnutí

Město Uherské Hradiště

KPMG Česká republika s.r.o., únor 2021

Hradiště chytře - Využití konceptu Smart City a navazujících strategií k udržitelnému rozvoji města Uherské Hradiště.,
reg. č. CZ.03.4.74/0.0/0.0/17_080/0010071



© 2021 KPMG Česká republika, s.r.o. All rights reserved.
Document Classification: Public



Obsah

1	Úvod	1
1.1	Vyhodnocení potřeb cestovního ruchu ve městě	1
2	Návrhová část	2
2.1	Vize Uherského Hradiště v oblasti turismu	2
2.2	Cíle a priority Uherského Hradiště v oblasti turismu	3
2.2.1	PRIORITA 1 – Rozvoj nabídky cestovního ruchu a dostupnost	4
2.2.2	PRIORITA 2 – Destinační management	5
2.2.3	PRIORITA 3 – Marketingová strategie	6
2.3	Plánované rozvojové projekty – zásobník projektů	7
2.4	Systém produktů - produktové karty	8
3	Mechanismy řízení implementace Koncepce a rizika	9
3.1	Role jednotlivých subjektů v procesu implementace (kompetenční model)	9
3.2	Nástroje implementace	9
3.3	Nastavení rámcového rozpočtu a financování	10



1 Úvod

Koncepce rozvoje cestovního ruchu města Uherské Hradiště (dále jen Koncepce) představuje střednědobý koncepční dokument, který stanovuje vizi budoucího stavu, cíle, priority a konkrétní opatření pro podporu rozvoje cestovního ruchu nejen ve městě, ale také v jeho bezprostředním okolí.

Koncepce byla projednána příslušnými orgány města Uherského Hradiště, a to jako základní strategický přístup města k rozvoji cestovního ruchu. Gestorem této Koncepce je Odbor kultury, školství a sportu, který koordinuje ve spolupráci s dalšími aktéry ve městě způsob naplňování této koncepce dle postupu stanoveném v návrhové a implementační části.

Zpracování Koncepce vychází ze zákona č.128/2000 Sb. o obcích, na základě kterého byla obcím respektive svazkům obcí svěřena do samostatné působnosti na svém území možnost rozvoje cestovního ruchu.

Koncepce je v souladu s ostatními strategickými dokumenty města, a to zejména s Programem rozvoje města Uherské Hradiště do roku 2030 a dalšími sektorovými strategickými dokumenty města v oblasti kultury nebo sportu. Zvolený metodický postup také zajišťuje soulad s nadřazenými strategickými dokumenty, kterým je především Koncepce rozvoje cestovního ruchu Zlínského kraje na období 2020 – 2030.

Oporu pro vytvoření Koncepce poskytla společnost KPMG ČR, která tento důležitý rozvojový dokument zpracovala v úzké spolupráci se zástupci města. Koncepce byla vypracována na základě projektu „Hradiště chytře - Využití konceptu Smart City a navazujících strategií k udržitelnému rozvoji města Uherské Hradiště“ z operačního programu Zaměstnanost financovaného z Evropského sociálního fondu (ESF).

1.1 Vyhodnocení potřeb cestovního ruchu ve městě

Cestovní ruch pro město Uherské Hradiště představuje důležitou součást místní ekonomiky. Tato skutečnost je dána výchozími předpoklady pro cestovní ruch, velmi dobrou image a vnímáním města jak ze strany jeho obyvatel, tak potencionálními návštěvníky.

Z analýzy vyplynulo, že město a jeho okolí může v oblasti cestovního ruchu stavět na některých předpokladech. Ty mohou při jejich vhodném využití přispět k dalšímu zvýšení přínosů z turismu.

Přestože město prostřednictvím své činnosti vytváří solidní podmínky zejména v oblasti destinační spolupráce, podpory vybraných infrastrukturních projektů, akcí a marketingové komunikace cestovního ruchu, je i nadále nutné pracovat na odstranění slabých stránek.

Identifikace klíčových problémů a rozvojových potřeb města v oblasti turismu

- Vysoká sezónnost turismu koncentrovaná na letní sezónu
- Ne zcela využitý potenciál vybraných lokalit ve městě např. Výšina sv. Metoděje, Park Rochus a Kunovský les, nábřeží řeky Moravy; bývalá věznice, Stará radnice a nedostatečné finanční zdroje na jejich rozvoj
- Chybí institucionalizace soukromého sektoru ve městě a v okolí a jeho nízké zapojení do aktivit destinační spolupráce
- Vlastní město nemá jednoznačně definované produktové portfolio cestovního ruchu a na ně navázané produktové strategie
- Nedostatek ve využívání marketingových a komunikačních nástrojů cestovního ruchu např. zastaralý web, chybějící jazykové mutace



2 Návrhová část

Turismus v Uherském Hradišti a jeho okolí představuje důležitou součást hospodářství města, podstatně se podílí na zaměstnanosti a ekonomické prosperitě jeho obyvatel. Smyslem Koncepce je realizovat opatření, která městu umožní využít dostupné předpoklady cestovního ruchu za účelem jeho všestranného rozvoje.

Vzhledem k tomu, že atraktivita města pro návštěvníky je odrazem úrovně kvality života obyvatel, bude využití cestovního ruchu pro rozvoj města úzce záviset na tom, jak se město stará o svůj celkový rozvoj, nabídku kulturních, sportovních služeb, bezpečnost obyvatel, kvalitu životního prostředí, dopravu nebo způsob využívání veřejného prostoru. Zlepšení v těchto oblastech se projeví také na atraktivitě města z hlediska turismu.

Rozvoj cestovního ruchu proto také souvisí s ochotou města a ostatních aktérů cestovního ruchu aktivně podporovat realizaci klíčových rozvojových projektů, jejímž výsledkem budou unikátní atraktivita cestovního ruchu, které podstatně zkvalitní nabídku pro návštěvníky. Tyto atraktivita však musí být důsledně budovány s ohledem na potřeby obyvatel města tak, aby jejich realizace vedla ke zvýšení kvality jejich života ve městě. Tento přístup také pomůže jejich prosazení a rychlejší realizaci. S ohledem na rozpočtové možnosti musí být tyto projekty realizovány na základě spolupráce města a soukromého, případně neziskového sektoru.

Turismus ve městě také není možné rozvíjet izolované pouze prostřednictvím města. Uherské Hradiště představuje společně s Kunovicemi a Starým Městem nejen přirozené centrum městské aglomerace, ale také v rámci širšího území SO ORP Uherské Hradiště a Turistické oblasti Slovácka.

2.1 Vize Uherského Hradiště v oblasti turismu

. Vize se opírá o hodnoty města, využívá jeho příležitosti a vhodným způsobem je rozvíjí s cílem vytvářet podmínky pro udržitelný rozvoj turismu. Součástí vize jsou stavební kameny, které vyjadřují způsob jejího dosažení.





2.2 Cíle a priority Uherského Hradiště v oblasti turismu

Naplnění vize vyžaduje konkrétně stanovené cíle, které je vhodné definovat na kratší časový horizont tak, aby bylo možné reagovat na změnu vývoje cestovního ruchu. Vhodně nastavené cíle tak lépe přispívají k dosažení vize. Cíle jsou proto stanoveny v horizontu do roku 2025 a v následném výhledu do roku 2030.

STRATEGICKÝ CÍL

Strategickým cílem Koncepce je zvýšení počtu přenocování hostů ve městě a udržení významu města Uherské Hradiště v rámci Turistické oblasti Slovácko, a to při zachování průměrné délky pobytu.

SPECIFICKÉ CÍLE

1. Zlepšení využití potenciálu cestovního ruchu
2. Posílení spolupráce ve městě
3. Zvýšení účinnosti marketingové komunikace cestovního ruchu

PRIORITY

Priorita 1	Priorita 2	Priorita 3
Rozvoj nabídky cestovního ruchu a dostupnost	Destinační management	Marketingová strategie
Opatření 1.1 Vytváření podmínek pro rozvoj nabídky cestovního ruchu	Opatření 2.1 Rozvoj destinační spolupráce ve městě a okolí	Opatření 3.1 Podpora tvorby produktů cestovního ruchu
Opatření 1.2 Podpora zpřístupnění turistických atraktivit a mobility návštěvníků	Opatření 2.2 Management zdrojů města pro rozvoj cestovního ruchu	Opatření 3.2 Strategie značky a komunikační aktivity cestovního ruchu



2.2.1 PRIORITA 1 – Rozvoj nabídky cestovního ruchu a dostupnost

Prioritní oblast je zaměřena na podporu nabídky a rozvoj potenciálu cestovního ruchu na území města Uherské Hradiště a jeho okolí. Součástí je také podpora zpřístupňování turistických cílů a usnadňování mobility návštěvníků ve městě a jeho napojení na okolí.

Řešené problémy a rozvojové potřeby

- Vysoká sezónnost turismu koncentrovaná na letní sezónu (duben – první pol. září).
- Nedostatečně využitý potenciál vybraných lokalit ve městě např. Výšina sv. Metoděje, Park Rochus a Kunovský les, nábřeží řeky Moravy; bývalá věznice, Stará radnice a nedostatečné finanční zdroje na jejich rozvoj.
- Nedostatky v kapacitě dopravní infrastruktury cestovního ruchu a propojování turistických cílů a atraktivit.

OPATŘENÍ 1.1 VYTVOŘENÍ PODMÍNEK PRO ROZVOJ NABÍDKY CESTOVNÍHO RUCHU

Cíle a záměry opatření

- Zefektivnit využití dostupných předpokladů pro rozvoj cestovního ruchu a tvorbu produktové nabídky
- Zkvalitnit úroveň veřejné infrastruktury cestovního ruchu ve městě a jeho okolí

Typové aktivity / projekty

1. Posuzovat klíčové strategické záměry ve městě a jeho okolí z hlediska využití a dopadů cestovního ruchu
2. Rozvíjet rekreační plochy ve městě (Výšina sv. Metoděje, Park Rochus, Kunovský les a nábřeží řeky Moravy) také s ohledem na zvýšení atraktivity města z hlediska turismu
3. Realizovat obnovu budovy Staré radnice včetně nádvoří a vhodného funkčního využití ve vztahu k využití kreativního potenciálu města
4. Rozvíjet ostatní turistickou nabídku (veřejná infrastruktura) ve vlastnictví města prostřednictvím rozvojových projektů
5. Pečovat o historický odkaz města v souladu s Programem regenerace městské památkové zóny
6. Pravidelně revidovat pravidla města ve vztahu k podnikatelům a investorům (daň z nemovitosti, místní poplatky, cena za pronájem veřejných budov a pronájmu veřejného prostoru)
7. Ověřovat ekonomickou proveditelnost nových rozvojových projektů a aktivně pracovat na jejich realizaci

Nástroje

- Rozpočet města a okolních obcí
- Dotační tituly – národní programy a Evropské investiční a strukturální fondy
- Veřejné a ostatní soukromé zdroje

OPATŘENÍ 1.2 PODPORA ZPŘÍSTUPNĚNÍ TURISTICKÝCH ATRAKTIVIT A MOBILITY NÁVŠTĚVNÍKŮ

Cíle a záměry opatření

- Zkvalitnit dostupnost turistických cílů a usnadnit mobilitu návštěvníků v rámci města a okolí

Typové aktivity / projekty

1. Provázat turistické cíle ve městě vhodnými formami dopravy včetně budování související infrastruktury
2. Vytvářet vhodné přístupové dopravní body ve městě s potřebnou infrastrukturou (parkoviště, odpočívadla přístaviště atd.)
3. Dobudovat a vhodně rozvíjet informační a navigační systém ve městě



4. Zkvalitňovat síť, pěších tras, cyklostezek a cyklotras ve vazbě na okolí města
5. Využívat moderní chytrá řešení za účelem řešení dopravy způsobené turismem
6. Iniciovat zkapacitnění cyklostezky podél Baťova kanálu
7. Iniciovat dobudování infrastruktury na Baťově kanálu
8. Iniciovat prodloužení provozní doby a plavební sezóny na Baťově kanálu
9. Iniciovat elektrizaci železnice do Uherského Hradiště
Nástroje
• Rozpočet města • Rozpočet kraje a dalších veřejných institucí • Dotační tituly – národní programy a Evropské investiční a strukturální fondy • Veřejné a ostatní soukromé zdroje

2.2.2 PRIORITA 2 – Destinační management

Priorita je zaměřena na prohloubení a profesionalizaci destinační spolupráce ve městě a okolí za účelem zlepšení podmínek pro rozvoj cestovního ruchu.

Řešené problémy a rozvojové potřeby

- Chybí institucionalizace soukromého sektoru ve městě a v okolí a jeho nízké zapojení do aktivit destinační spolupráce
- Nedostatečná personální kapacita DMO Slovácko a omezené finanční zdroje pro činnost

OPATŘENÍ 2.1 ROZVOJ DESTINAČNÍ SPOLUPRÁCE VE MĚSTĚ A OKOLÍ

Cíle a záměry opatření

- *Rozvoj principů destinačního managementu a prohloubení profesionalizace destinační spolupráce (komunikace, spolupráce a koordinace) ve městě*

Typové aktivity / projekty

1. Institucionálně zajišťovat podmínky pro rozvoj cestovního ruchu prostřednictvím útvaru v rámci MÚ Uherské Hradiště
2. Rozvíjet členství města v rámci DMO Slovácka (Region Slovácko)
3. Zajišťovat činnost městského informačního centra a dalších činností prostřednictvím DMO Slovácko (Region Slovácko)
4. Vytvořit pozici koordinátora cestovního ruchu ve městě v rámci DMO Slovácko
5. Zajistit činnost 3K platformy na úrovni města (pracovní skupina pro cestovní ruch)
6. Iniciovat vznik kreativního centra Uherské Hradiště a zajišťovat jeho provoz
7. Iniciovat vznik Slováckého centra řemesel a zajišťovat jeho provoz
8. Využívat členství v integračních platformách ve prospěch rozvoje cestovního ruchu
9. Zpracovat kandidaturu města na zápis do Sítě kreativních měst UNESCO

Nástroje

- Rozpočet města
- Členství v DMO Slovácko
- Spolupráce s krajem, agenturou CzechTourism, dalšími integračními platformami
- Dotační tituly – národní programy a Evropské investiční a strukturální fondy

OPATŘENÍ 2.2 MANAGEMENT ZDROJŮ MĚSTA PRO ROZVOJ CESTOVNÍHO RUCHU

Cíle a záměry opatření

- *Zkvalitnění využívání dat a informací o cestovním ruchu pro rozhodování města a aktérů cestovního ruchu*



- *Zlepšení kvality služeb a práce s lidskými zdroji v oblasti cestovního ruchu*

Typové aktivity / projekty

1. Vybudovat systém pro měření výkonnosti města v oblasti cestovního ruchu včetně jejich pravidelné aktualizace na webu města (MIC)
2. Sběr dat pro vyhodnocování této Koncepce
3. Realizovat osvětové/vzdělávací akce konané v oblasti turismu ve městě (ve spolupráci s městem)
4. Zvyšovat počet certifikovaných subjektů ve městě v rámci technických předpokladů

Nástroje

- Rozpočet města, DMO Slovácko
- Dotační tituly – národní programy a Evropské investiční a strukturální fondy
- Technické předpoklady kvality profesních sdružení
- Vzdělávací instituce
- ČSÚ, CzechTourism, ČNB, výzkumy trhu

2.2.3 PRIORITA 3 – Marketingová strategie

Prioritní oblast je zaměřena na celkové zkvalitnění a podporu destinačního marketingu města jako součást systematicky rozvíjeného městského marketingu. Součástí je výchozí produktová a komunikační strategie cestovního ruchu. Realizace marketingové strategie navazuje na stávající aktivity, které město již realizuje, dále je rozvíjí a směřuje k její vyšší účinnosti.

Řešené problémy a rozvojové potřeby

- Chybějící jednoznačně definované produktové portfolio cestovního ruchu a na ně navázané produktové strategie.
- Nedostatků ve využívání marketingových a komunikačních nástrojů cestovního ruchu např. zastaralý web, chybějící jazykové mutace.

OPATŘENÍ 3.1 PODPORA TVORBY PRODUKTŮ CESTOVNÍHO RUCHU

Cíle a záměry opatření

- *Využití unikátních předpokladů města a jeho okolí pro vytvoření atraktivních produktů cestovního ruchu a témat pro marketingovou komunikaci města*

Typové aktivity / projekty

1. Vytvořit 3 produktové strategie pro definované produkty cestovního ruchu města
2. Systematicky podporovat rozvoj produktů ve vazbě na definované produktové strategie
3. Podporovat a koordinovat eventy (akce) v rámci města a jeho okolí

Nástroje

- Rozpočet města, DMO Slovácko, kraje
- Dotační tituly – národní programy a Evropské investiční a strukturální fondy
- Marketingová a komunikační strategie

OPATŘENÍ 3.2 STRATEGIE ZNAČKY A KOMUNIKAČNÍ AKTIVITY CESTOVNÍHO RUCHU

Cíle a záměry opatření

- *Zvýšit účinnost marketingové komunikace cestovního ruchu města Uherské Hradiště*

Typové aktivity / projekty

1. Vypracovávat marketingové plány cestovního ruchu



2.	Důsledně uplatňovat jednotnou komunikaci města a jeho organizací v rámci prezentace města jako městské destinace
3.	Realizovat komunikační aktivity dle marketingového plánu v souladu s marketingovou strategií
4.	Provést modernizaci webového portálu cestovního ruchu města www.uherske-hradiste.cz a zjišťovat jeho údržbu
5.	Zkvalitňovat sociální síť zaměřené na cestovní ruch města
Nástroje	
• Rozpočet města, DMO Slovácko, kraje • Dotační tituly – národní programy a Evropské investiční a strukturální fondy • Marketingová a komunikační strategie	

2.3 Plánované rozvojové projekty – zásobník projektů

Projekty jsou uvedeny ve formě zásobníku projektů, který je navázán na zásobník projektů města. V případě dostatečné připravenosti projektu k realizaci, je daný projekt převeden do Akčního plánu na dané období. Termín realizace projektů je indikován do roku 2025 s tím, že v roce 2021 budou zahájeny pouze přípravné práce.

1. 3K platforma pro rozvoj cestovního ruchu
2. Dětský park u Muzea v přírodě Rochus - 1. etapa
3. Expoziční objekt větrného mlýna v Muzeu v přírodě Rochus
4. Expoziční soubor stodol se zázemím pro občerstvení v Parku Rochus.
5. Informační a navigační systém ve městě
6. Inicievat dobudování infrastruktury na Baťově kanálu
7. Inicievat elektrizaci železnice do Uherského Hradiště
8. Inicievat prodloužení provozní doby a plavební sezóny na Baťově kanálu
9. Inicievat zkapacitnění cyklostezky podél Baťova kanálu
10. Kandidatura města na zápis do Sítě kreativních měst UNESCO
11. Modernizace webového portálu cestovního ruchu města www.uherske-hradiste.cz
12. Nové využití areálů a budov objektu věznice
13. Oživení nábřeží řeky Moravy
14. Provázání turistických cílů ve městě vhodnými formami dopravy včetně budování související infrastruktury
15. Přesun Slováckého centra kultury a tradic do nových prostor Staré radnice
16. Přístupové body do města s potřebnou infrastrukturou
17. Rekonstrukce Staré radnice
18. Slovácké centrum řemesel
19. Studie proveditelnosti využití Jezuitské koleje
20. Systém pro měření výkonnosti města v oblasti cestovního ruchu včetně jejich pravidelné aktualizace na webu města (MIC)
21. Vytvoření produktových strategií pro definované produkty cestovního ruchu města
22. Vytvořit pozici koordinátora cestovního ruchu ve městě v rámci DMO Slovácko



23. Zlepšení technického stavu infrastruktury a vybavení Parku Rochus

24. Zpřístupnění a revitalizace Výšiny sv. Metoděje

2.4 Systém produktů - produktové karty

Systém produktů cestovního ruchu vychází z analýzy potenciálu města a turistické oblasti Slovácko a jeho USP. Základem všech definovaných produktů je orientace na zážitek, propojení na témata kraje a obchodní zaměření umožňující jejich rozvoj na základě dlouhodobé spolupráce.

Produktové karty jsou východiskem pro vypracování ucelených produktových strategií.

Zaměření	Kulturně - poznávací produkt	Aktivní produkt	MICE produkt
Produktové téma	Uherské Hradiště – kulturní srdce Slovácka	Uherské Hradiště - aktivní srdce Slovácka	Business & MICE v metropoli Slovácka
Výchozí strategie produktu	Strategie produktu je založena na využití kulturních a kreativních předpokladů města a jeho okolí pro rozvoj kulturního turismu.	Strategie produktu je založena na předpokladech města a jeho okolí pro aktivní dovolenou a fenomén zdravého/ aktivního životního stylu.	Strategie produktu je založena využití primárních předpokladů turismu a jejich propojení s businesssem, sportem a možnostmi pro incentivní a konferenční aktivity.



3 Mechanizmy řízení implementace Konceptce a rizika

Předmětem této části je nastavení mechanismů, které jsou nezbytné pro zajištění implementace této Konceptce. Jedná se zejména o způsob realizace, monitoringu a vyhodnocování Konceptce v průběhu její platnosti.

3.1 Role jednotlivých subjektů v procesu implementace (kompetenční model)

Městský úřad Uherské Hradiště – Odbor kultury, školství a sportu je pořizovatelem a gestorem této Konceptce. Koordinuje implementaci Konceptce ve vztahu k ostatním tematickým strategickým dokumentům v působnosti města. Přípravuje akční plán a jeho vyhodnocení, které předkládá k projednání vedení města. Ze své pozice se podílí na realizaci vybraných aktivit/projektů Konceptce.

V rámci implementace Konceptce jsou vymezeny role dalších subjektů.

Rada/zastupitelstvo města

- ❖ Rada a zastupitelstvo města projednávají Konceptci, případně její aktualizace. Rada města každý rok projednává vyhodnocení předešlého akčního plánu a nový akční plán na další roční období. Podle jednotlivých záměrů realizovaných v rámci implementace Konceptce rada, případně zastupitelstvo schvaluje potřebné výdaje.

Komise kultury, cestovního ruchu a prezentace rady města

- ❖ Komise je poradním orgánem rady města. Z pohledu implementace se podílí na projednávání dílčích záměrů uvedených v této Konceptci.

Ostatní komise rady města

- ❖ V případě potřeby jsou příslušné záměry uvedené v Konceptci projednány v ostatních komisích města. Jedná se o záměry, které mají přesah z oblasti turismu do ostatních oblastí života ve městě.

Region Slovácko (DMO Slovácko)

- ❖ Organizace je certifikovanou oblastní organizací destinačního managementu pro území Slovácka, která vykonává vybrané činnosti na základě veřejnoprávních smluv pro město Uherské Hradiště (provoz městského informačního centra a realizace vybraných marketingových aktivit). V rámci implementace Konceptce spolupracuje na tvorbě Marketingového plánu a podílí se na realizaci vybraných aktivit.

3K platforma (Pracovní skupina pro cestovní ruch)

- ❖ 3K platforma slouží pro kooperaci, koordinaci a komunikaci subjektů za účelem podpory rozvoje turismu ve městě. Složení platformy by mělo reflektovat reálné potřeby rozvoje cestovního ruchu ve městě s vyváženým zastoupením představitelů města, soukromého a neziskového sektoru. Platforma je vytvořena na úrovni resortního místostarosty. Platforma projednává Akční a marketingový plán a podílí se na realizaci vybraných aktivit Konceptce.

3.2 Nástroje implementace

Základními nástroji implementace jsou Akční plán, seznam plánovaných rozvojových projektů (zásobník projektů) a Marketingový plán.



- ❖ **Akční plán** - je prováděcím dokumentem Koncepce, který je zpracovaný na období jednoho roku. Dokument připravuje Odbor kultury, školství a sportu ve spolupráci s aktéry cestovního ruchu ve městě. Akční plán obsahuje relevantní aktivity a projekty realizované v daném roce, pro které jsou zajištěné zdroje.
- ❖ **Plánované rozvojové projekty (zásobník projektů)** – projekty, záměry, nápady, které jsou v různé fázi rozpracovanosti a připravenosti k realizaci a jsou relevantní z pohledu implementace Koncepce. Jejich stav prozatím neumožňuje jejich přesunutí do Akčního plánu. Jedná se také o projekty, které nemusí být prioritní nebo nejsou vhodné podmínky pro jejich realizaci. Přehled rozvojových projektů je navázán na zásobník projektů města a projekty vyplývající z dalších segmentových koncepcí.

Marketingový plán je dokumentem, který konkretizuje způsob implementace Marketingové strategie, uvedené v Prioritě 3 této Koncepce.

- ❖ **Marketingový plán** – je jednoduchý dokument zahrnující návrh komunikačních aktivit na podporu cestovního ruchu ve městě (např. přehledová tabulka komunikačních aktivit v rozsahu A4 s doprovodným textem). Dokument je zpracován DMO Slovácko ve spolupráci Odborem kultury, školství a sportu. Marketingový plán obsahuje způsob marketingové podpory a rozvoje produktů cestovního ruchu.

3.3 Nastavení rámcového rozpočtu a financování

Financování opatření, aktivit a konkrétních projektů musí být zajištěno prostřednictvím vícezdrojového financování. Město Uherské Hradiště nemůže samostatně financovat komplexní rozvoj cestovního ruchu na svém území. Prostředky do rozvoje cestovního ruchu musí být vkládány efektivně na základě jednotných pravidel v souladu s návrhy v této Koncepti.

Zdrojem pro financování Koncepce musí být:

- Rozpočet města Uherské Hradiště (Fond cestovního ruchu), včetně rozpočtů organizací zřizovaných městem
- DMO Slovácko (Region Slovácko) z příspěvků města/subjektů na území města
- Rozpočet Zlínského kraje
- Národní dotační zdroje (CzechTourism, Národní program podpory CR atd.)
- Evropské strukturální a investiční fondy (ESIF), především program přeshraniční spolupráce Slovenská republika – Česká republika
- Rozpočty měst a obcí na území Uherskohradištska
- Finanční zdroje soukromých subjektů