

Základní informace o cestovním ruchu v Hradci Králové					
Rozloha města	105.69 km²	Gestor strategie	Magistrát města Hradec Králové – Odbor kultury, sportu a cestovního ruchu	Počet lůžek v HUZ	2 687 (2021)
Počet obyvatel	90 596 (2022)	Lokální/oblastní DMO	DMO Hradecko	Počet hostů	55 631 (2021)
<b>Autenticita</b> Nabídka pro návštěvníky zahrnující spektrum produktů cestovního ruchu vychází z unikátních předpokladů města a jeho okolí, což ji dostatečně odlišuje na trhu.		<b>VICE CESTOVNÍHO RUCHU 2030</b> Hradec Králové je celoroční městskou turistickou destinací s atraktivní nabídkou turistických produktů pro domácí a zahraniční návštěvníky.  Turismus je rozvíjen na základě spolupráce aktérů cestovního ruchu ve městě a jeho okolí a je tak nástrojem pro jeho všestranný rozvoj, zvyšování kvality života obyvatel a posilování image.		<b>Spolupráce</b> Podpora rozvoje turismu je realizována na základě 3K principu, tedy v úzké spolupráci a vzájemné součinnosti zainteresovaných stran ve městě a jeho okolí.	
<b>Udržitelný rozvoj</b> Rozvoj turismu je realizován ve vzájemné rovnováze mezi požadavky na ochranu historického odkazu města, přírodně cenné lokality a jeho socioekonomický rozvoj.				<b>Atraktivita</b> Podporované aktivity směřují ke zvyšování kvality nabídky, posilování hodnoty značky města, což zvyšuje atraktivitu města pro její návštěvníky.	
<b>Inovace / kreativita</b> Při rozvoji turismu je iniciován inovační potenciál a jsou systematicky uplatňována kreativní chytrá řešení založená na moderních digitálních technologiích.				<b>Kvalita</b> Kvalita se prolíná do všech aktivit v oblasti podpory rozvoje turismu. Výsledkem jejího uplatňování je schopnost poskytovatelů služeb naplnit vysoká očekávání návštěvníků města.	

**Strategický cíl**  
**Strategickým cílem je zvýšení dosažení nadprůměrného růstu počtu přenocování hostů v Hradci Králové mezi krajskými městy, udržení podílu jeho návštěvnosti v rámci turistické oblasti Hradecko, a to minimálně při zachování průměrné délky pobytu.**

Priorita 1. Rozvoj nabídky cestovního ruchu a dostupnost		Priorita 2. Destinační management		Priorita 3. Marketingová strategie	
<b>Opatření 1.1</b> Vytváření podmínek pro rozvoj nabídky cestovního ruchu	<b>Opatření 1.2</b> Podpora zpřístupnění turistických aktivit a mobility návštěvníků	<b>Opatření 2.1</b> Rozvoj destinační spolupráce ve městě a okolí	<b>Opatření 2.2</b> Management zdrojů města pro rozvoj cestovního ruchu	<b>Opatření 3.1</b> Podpora tvorby produktů cestovního ruchu	<b>Opatření 3.2</b> Strategie značky a komunikační aktivity cestovního ruchu
<b>Cíle opatření</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Zefektivnit využití dostupných předpokladů pro rozvoj cestovního ruchu a tvorbu produktové nabídky</li><li>Zkvalitnit úroveň veřejné infrastruktury cestovního ruchu ve městě a jeho okolí</li></ul>	<b>Cíle opatření</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Zkvalitnit dostupnost turistických cílů a usnadnit mobilitu návštěvníků v rámci města a okolí</li></ul>	<b>Cíle opatření</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Rozvoj principů destinačního managementu a prohloubení profesionalizace destinační spolupráce (komunikace, spolupráce a koordinace) ve městě</li></ul>	<b>Cíle opatření</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Zajištění transparentního a dlouhodobého financování cestovního ruchu ve městě</li><li>Zkvalitnění využívání dat a informací o cestovním ruchu pro rozhodování města a aktérů cestovního ruchu</li><li>Zlepšení kvality služeb a práce s lidskými zdroji v oblasti cestovního ruchu</li></ul>	<b>Cíle opatření</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Využití unikátních předpokladů města a jeho okolí pro vytvoření atraktivních produktů cestovního ruchu a témat pro marketingovou komunikaci města</li></ul>	<b>Cíle opatření</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Zvýšit účinnost marketingové komunikace cestovního ruchu města Hradec Králové</li></ul>
<b>Aktivity</b> <ol style="list-style-type: none"><li>Posuzovat klíčové strategické záměry ve městě a jeho okolí z hlediska využití a dopadů cestovního ruchu</li><li>Začleňovat nabídku městských organizací do nabídky cestovního ruchu města</li><li>Rozvíjet rekreační plochy (městské lesy, náplavky, Kemp Stříbrný rybník, Park 360, atd.) ve městě s ohledem na zvýšení atraktivity města z hlediska turismu</li><li>Zlepšovat systematicky kvalitu veřejného prostoru a jeho využití z hlediska cestovního ruchu (např. aktualizace a údržba orientačního systému ve městě, manuál veřejných prostranství)</li><li>Rozvíjet veřejnou infrastrukturu (kongresová, sportovní, kulturní, dopravní atd.) využitelnou z hlediska turismu ve vlastnictví města prostřednictvím rozvojových projektů</li><li>Pečovat o historický odkaz města v souladu s Programem regenerace městských památkových rezervací a městských památkových zón</li><li>Pravidelně revidovat pravidla města ve vztahu k cestovnímu ruchu (daň z nemovitostí, místní poplatky, cena za pronájem veřejných budov a pronájem veřejného prostoru)</li><li>Vytvářet podmínky pro vstup investorů v oblasti cestovního ruchu (daň z nemovitostí, místní poplatky, ubytovací, stravovací služby)</li><li>Provádět průběžnou pasportizaci nabídky města a analyzovat její využití z hlediska cestovního ruchu</li><li>Ověřovat ekonomickou proveditelnost nových rozvojových projektů a aktivně pracovat na jejich realizaci</li></ol>	<b>Aktivity</b> <ol style="list-style-type: none"><li>Provazovat turistické cíle ve městě vhodnými formami dopravy včetně budování související infrastruktury</li><li>Přizpůsobovat MHD ve městě ve vztahu k potřebám návštěvníků</li><li>Vytvářet vhodné přístupové dopravní body ve městě s potřebnou infrastrukturou (parkoviště, stojany, odpočívadla, přístaviště atd.)</li><li>Přijmout komplexní řešení pro dopravu v klidu (parkování) vstřícné pro potřeby turismu</li><li>Kompletně revidovat a zahájit vytváření informačního a navigačního systému ve městě, nastavit systém aktualizace a údržby</li><li>Zkvalitňovat síť pěších tras, cyklostezek a cyklotras ve městě včetně doprovodné infrastruktury a ve vazbě na okolí města</li><li>Využívat moderní chytrá řešení za účelem řešení dopravy způsobené turismem</li><li>Iniciovat splavnění řeky Labe ve směru na Josefov pro rekreační plavbu</li><li>Podílet se na dobudování vodácké infrastruktury na Orlici a Labi (Východočeská vodácká stezka)</li></ol>	<b>Aktivity</b> <ol style="list-style-type: none"><li>Institucionálně zajišťovat podmínky pro rozvoj cestovního ruchu prostřednictvím k tomu stanovených organizací ve vymezených rolích</li><li>Zajistit oddělení činnosti lokálního destinačního managementu na úrovni HKVS s odděleným řízením a rozpočtem</li><li>Koncentrovat činnosti lokálního destinačního managementu do prostor turistického informačního centra</li><li>Zpracovat studii proveditelnosti zajištění destinačního managementu na lokální/oblastní úrovni</li><li>Redefinovat vztah k oblastní DMO Hradecko s cílem do její činnosti finančně zapojit okolní obce a další aktéry</li><li>Zkvalitňovat činnost Turistického informačního centra Hradec Králové včetně udržení jeho certifikace</li><li>Iniciovat otevření informačního centra Královéhradeckého kraje v prostorách Turistického informačního centra města</li><li>Zajišťovat činnost 3K platformem na úrovni města</li><li>Aktivně se podílet na činnosti Hradec Králové Region Convention Bureau a filmové kanceláře jako součástí Královéhradecké krajské centrály cestovního ruchu a zlepšit jejich působnost ve městě</li><li>Využívat členství v integračních platformách (DSO Česká inspirace a DSO Královská věnná města, Sdružení historických sídel Čech, Moravy a Slezska, Labská stezka) ve prospěch rozvoje cestovního ruchu</li><li>Systematicky využívat spolupráci s aktéry cestovního ruchu, s partnerskými a okolními městy pro rozvoj turismu</li><li>Provést analýzu možnosti využití začlenění města do mezinárodních uskupení (indikativní seznam / kreativní město UNESCO, Evropské město kultury atd.)</li></ol>	<b>Aktivity</b> <ol style="list-style-type: none"><li>Vytvořit moderní datový sklad pro sdílení dat a informací o nabídce cestovního ruchu města</li><li>Pořizovat data a informace pro měření výkonnosti cestovního ruchu ve městě</li><li>Sdružovat finanční prostředky na rozvoj cestovního ruchu ve městě např. peněžní fondy podle zákona č. 250/2000 Sb.</li><li>Využívat externí zdroje financování pro podporu cestovního ruchu ve městě (národní a evropské programy)</li><li>Sledovat data pro vyhodnocování této Strategie</li><li>Realizovat osvětové/vzdělávací akce konané v oblasti turismu ve městě (ve spolupráci s městem)</li><li>Rozvíjet spolupráci s vysokými školami a dalšími vzdělávacími institucemi ve městě a vzdělání propojovat s praktickými potřebami trhu práce</li><li>Zvyšovat počet certifikovaných subjektů ve městě v rámci technických předpokladů</li><li>Podporovat rozvoj společensky odpovědného cestovního ruchu</li></ol>	<b>Aktivity</b> <ol style="list-style-type: none"><li>Nastavit a udržovat aktuální systém produktů a marketingových témat na úrovni města</li><li>Systematicky podporovat rozvoj produktů ve vazbě na definované produktové portfolio</li><li>Provazovat produktovou nabídku města do nabídky na úrovni oblasti, kraje a státu</li><li>Provádět testování nových (inovovaných) produktů na cílových skupinách a zdrojových trzích</li><li>Upravit systém podpory akcí města a na základě stanovených pravidel je systematicky podporovat a rozvíjet</li></ol>	<b>Aktivity</b> <ol style="list-style-type: none"><li>Vypracovávat marketingové plány cestovního ruchu</li><li>Vytvořit celkový komunikační koncept města v oblasti turismu ve vazbě na městský marketing</li><li>Provést sjednocení komunikace (značky) města a jeho organizací v rámci jeho prezentace jako městské destinace</li><li>Realizovat komunikační aktivity dle marketingového plánu v souladu s marketingovou strategií</li><li>Vytvořit moderní responsivní webový portál cestovního ruchu</li><li>Zkvalitňovat sociální síť zaměřenou na cestovní ruch města a zapojovat do jejich rozvoje profesionály</li><li>Rozvíjet veletřech cestovního ruchu Infotour a cykloturistika jako klíčovou B2B a B2C akci turismu ve městě a širším regionu</li></ol>
<b>Produktové portfolio cestovního ruchu</b>					
<b>Kulturně – poznávací produkt</b>		<b>Aktivní produkt</b>		<b>Produkt pro rodiny s dětmi</b>	
Městský kulturní turismus se zaměřením na architekturu, urbanismus		Temný cestovní ruch, vojenská historie – Bitva 1866		Dětský (rodinný) turismus, poznávání, vzdělávání, zážitky, zábava	
		<b>Produkt pro rodiny s dětmi</b>		<b>MICE produkt</b>	
		Zážitky (Festivaly, kulturní / sportovní akce) cykloturismus, vodáctví, pěší turismus		MICE – kongresy, konference a vzdělávací / incentivní akce	