

GREAT SPAS of Europe

nominace UNESCO

Great Spas of Europe / Slavné lázně Evropy

Doporučení dalšího postupu

časová osa

- 22.1.2019 podepsání nominační dokumentace v Paříži zástupci 7 států a 11 měst
- 24.1.2019 marketingová subskupina bude řešit společný marketing v Bathu
- ½ 2019 dopracování management plánů za jednotlivá města + překlad
- září/říjen 2019 mise ICOMOS do jednotlivých měst (vyžádá management plány)
- listopad 2019 1. slyšení UNESCO
- přelom 2019/20 zpracována předběžná zpráva o hodnocení nominace
- jaro 2020 2. slyšení UNESCO
- červen 2020 zasedání Výboru světového dědictví, který rozhodne o zápisu
- **následuje oficiální zápis statku Great Spas of Europe / Slavné lázně Evropy na Seznam světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO**

doporučení

- 1) analýza mezinárodní nominační dokumentace a celého nominačního procesu
- 2) analýza našich městských (námi zpracovaných) management plánů a jejich součástí – akčních plánů
- 3) aktivně využít DSO Slavné lázně Evropy – jedná se o právní subjekt, který zastupuje českou stranu nominace na úrovni všech tří lázeňských měst, s vlastním rozpočtem, dotacemi z kraje i ministerstva kultury, s existencí potenciálu maximálního využití této platformy v rámci marketingových plánů či strategických cílů mimo oficiální nominaci
 - rozpočet 1,2 milionu (příspěvky měst 0,5 mil.)
 - orgány – předseda, dozorčí rada a valná hromada – **nutno zvolit relevantní zástupce měst**
 - zadavatel současných Management plánů - **nutnost aktualizace**
 - může být zadavatelem **kampaně, marketingu a strategie spolupráce s podnikatelským sektorem, včetně mezinárodního přesahu**
 - spolupráce se Site managerem na aktivní **komunikaci mezi obyvateli a podnikateli**
- 4) **obsadit pozici Site managera na jednotlivých městech**
 - pracuje s management plánem města, vyhodnocuje, a případně navrhuje změny, primárně jej naplňuje za pomoci rozpočtu na jednotlivé akce, vycházejících z **akčního plánu** (příloha management plánu), **který by měl odrážet reálné požadavky UNESCO** (nikoli pouze památkové péče), vykonává nezbytný monitoring komponenty, komunikuje s laickou i odbornou veřejností, **zastupuje se starostou/primátorkou komponentu navenek i v rámci mezinárodní spolupráce** – sériové nominace a mezinárodního statku

- v současnosti provizorně vykonává tuto pozici Vojtěch Franta - předseda krajské komise pro UNESCO
- site manager by navrhl **jmenování odborné lokální řídicí skupiny - Local steering group**, která bude složena ze stakeholderů za jednotlivé kategorie, může mít subjektivitu poradního orgánu města - komise rady
- ML a FL – města by měla obsadit pozice sitemanagerů – jazykově vybavený odborník v oblasti památkové péče/architektury a znalosti místních poměrů, velmi schopný v oblasti komunikace a managementu
- KV – ideální situace, kdy sitemanagera může zastávat KAM v pozici Petra Kroppa, toto doporučení Petr Kropp akceptuje

Cíle

- 1) Příprava města na zápis
 - chybí sdílení dobré praxe, neznáme srovnávací studie před/po, nevíme čísla příjezdů po zápisu, nejsme na situaci pp zápisu připraveni (výjimka památkové péče)
 - infrastrukturní projekty – kapacita parkovišť, shuttle busy, toalety, infokiosky, řešení individuální automobilové dopravy, informační systém města, vjezdní štíty do měst, transit
 - příprava na zápis v cestovním ruchu – nejasná strategie (žádná) v marketingu, nedefinované zdrojové trhy, nedefinovaná profilace návštěvníka, chybí jazyková vybavenost pracovníků v CR, nedostatečná znalost UNESCO nominace, nejsou nastaveny produkty cestovního ruchu pro UNESCO
- 2) Nastavit propodnikatelské prostředí
 - vyjmenovat potenciály pro podnikatelské prostředí za účasti odborných expertů, které můžeme oslovit v rámci kraje/DSO s cílem zásobníku projektů, marketingových produktů a dalších...
- 3) komunikace s laickou i odbornou veřejností, jmenování site managera, jmenování lokální řídicí skupiny
- 4) nastavit marketing v rámci mezinárodní spolupráce
 - chybí strategie společného mezinárodního marketingu a produktů cestovního ruchu celé nominace (měla by řešit subskupina pro marketing na svém 2. setkání, zatím je to ale nedostatečné)
 - návrh společného rozpočtu, brandu, kanceláře, marketingu a produktů cestovního ruchu
- 5) aktivně se účastnit projektů v rámci mezinárodní sériové nominace – konference, výstavy, kongresy, předávání dobré praxe, výzkum a vývoj lázeňství, networking a světová úroveň našich měst

zapsáno 9. 1. 2019 v Karlových Varech

Ing. arch. Vojtěch Franta

předseda komise pro UNESCO Karlovarského kraje