

6.4.2. Časové rozložení revitalizace areálu

Krátkodobé cíle - 2013-2015

Zde proběhnou stavby přímo podmiňující splnění naplánovaných aktivit a přinášející plánované zisky. Proto bude vybudováno a zprovozněno zahradní centrum a proběhne demolice a výstavba pavilonů „A, B, C“. Bude vystavěn nový vstupní portál v místě hlavního vchodu. Dále proběhnou drobné rekonstrukce s ohledem na stále zajištění provozu areálu.

Střednědobé cíle - 2013-2018

V tomto časovém horizontu budou rekonstruovány pavilony „D“ a „T“. Proběhne rekonstrukce restauračního zařízení. Taktéž budou vyřešeny vnitřní dispozice areálu. Vznikne vnitřní otevřený prostor za hlavním vstupem a budou otevřeny hlavní průstupové osy v areálu. Bude vystaven nový pavilon „S“

Dlouhodobé cíle - 2013-2033

Bude dokončena přeměna areálu dle navržené koncepce, s doplněním požadavků provozu, které vyplynou ze skutečného vývoje provozu a požadavků vystavovatelů a zákazníků.

6.5. **Marketing a public relations výstaviště**

Jak již bylo zhodnoceno v předchozích kapitolách, tak není marketingový potenciál značky „Zahrada Čech“ dostatečně využíván.

V plánu provozování výstaviště je založení PR oddělení (viz.organizační schéma), které je nezbytnou součástí pro každou společnost tohoto zaměření. Toto oddělení bude mít dva hlavní úkoly. Jednak zvýšit samotnou reklamní činnost výstaviště na všechny pořádané akce a zvýšit obecnou informovanost cílových zákazníků o „Zahradě Čech“. A v druhé řadě posunou vnímání výstaviště do polohy odborného subjektu. Cílem je, aby společnost „Zahrada Čech“ byla do budoucna vnímána spíše jako instituce a odborný partner zajišťující kompletní servis v oboru, než jako pouhé místo nákupu zboží.