



Plán marketingových aktivit oddělení cestovního ruchu KÚPK 2016-2017

Zpracoval: Bc. Ilona Šnebergerová
Bc. Filip Beránek

Obsah:

1. Úvod	3
2. Strategické cíle v oblasti cestovního ruchu	3
2.1. Zvýšení povědomí o městech, historických, sakrálních a technických památkách a zvýšení jejich návštěvnosti.	3
2.2. Podpora podnikatelských subjektů v přímé i nepřímé vazbě na cestovní ruch	3
2.3. Zvýšení povědomí o gastronomii Plzeňského kraje, typických regionálních výrobcích (např. chodské koláče, pivo, apod.)	3
2.4. Zvýšení povědomí o kulturně-vzdělávacích, zábavních a sportovních atraktivitách v kraji a zvýšení jejich návštěvnosti.	3
2.5. Zvýšení povědomí o kultuře a historii Chodska, chodských tradicích a zvycích, původní lidové architektuře.	3
2.6. Podpora tradičních lidových řemesel s důrazem na jejich aktivní prezentaci	3
2.7. Možnost zajištění návštěvnosti kraje i v mimosezóně, Snížení rozdílu návštěvnosti kraje v jednotlivých ročních obdobích.	3
2.8. Podpora využívání cyklostezek a komunikací vhodných pro cyklisty.	3
2.9. Podpora pěší turistiky.	3
2.10. Tématické zacílení kampaní – rodiny s dětmi, filmová turistika, Západočeské baroko	3
3. Oblast projektů	3
3.1. Zajišťovat udržitelnost projektů z fondů EU	3
- ROP NUTS JZ „Do Plzeňského kraje za přírodou, tradicemi a gastronomií“	3
- Cíl 3 Česká Republika – Svobodný stát Bavorsko	4
- Dispoziční fond EV 13	4
3.2. Realizace nových projektů	4
- Projekt Zlatá stezka	4
- Dálková cyklotrasa CT 3	5
4. Oblast dotací Plzeňského kraje	5
5. Oblast prezentace na veletrzích a prezentačních akcích, přeshraniční spolupráce	5
6. Veletrh cestovního ruchu Plzeňského kraje ITEP	5
7. Marketingové aktivity oddělení cestovního ruchu pro rok 2016	6
7.1. Kampaň rodiny s dětmi	6
7.2. Filmová turistika	6
7.3. Pěší a cykloturistika	6
7.4. Západočeské baroko	6
7.5. Prezentace Plzeňského kraje formou nových médií:	6
8. Spolupráce Plzeňského kraje s dalšími partnery	7
Národní úroveň	7
Regionální úroveň	7
Místní úroveň	7

1. Úvod

Tento dokument navazuje na **Koncepci rozvoje cestovního ruchu Plzeňského kraje pro období 2014 – 2020** vč. aktivit realizovaných v roce 2015 a předkládá plán marketingových aktivit na navazující období 2016 – 2017.

Cílem tohoto dokumentu je stručně a jasně shrnout východiska, nastavit rámec dalšího rozvoje cestovního ruchu Plzeňského kraje a stanovit konkrétní aktivity pro období příštích dvou let.

2. Strategické cíle v oblasti cestovního ruchu

Všechny níže uvedené strategické cíle vychází ze schválených koncepcí, a to:

- Koncepce rozvoje cestovního ruchu Plzeňského kraje pro období 2014-2020
- Koncepce rozvoje cykloturistiky a cyklodopravy v Plzeňském kraji

- 2.1. Zvýšení povědomí o městech, historických, sakrálních a technických památkách a zvýšení jejich návštěvnosti.
- 2.2. Podpora podnikatelských subjektů v přímé i nepřímé vazbě na cestovní ruch
- 2.3. Zvýšení povědomí o gastronomii Plzeňského kraje, typických regionálních výrobcích (např. chodské koláče, pivo, apod.)
- 2.4. Zvýšení povědomí o kulturně-vzdělávacích, zábavních a sportovních atraktivitách v kraji a zvýšení jejich návštěvnosti.
- 2.5. Zvýšení povědomí o kultuře a historii Chodska, chodských tradicích a zvycích, původní lidové architektuře.
- 2.6. Podpora tradičních lidových řemesel s důrazem na jejich aktivní prezentaci
- 2.7. Možnost zajištění návštěvnosti kraje i v mimosezóně, Snížení rozdílu návštěvnosti kraje v jednotlivých ročních obdobích.
- 2.8. Podpora využívání cyklostezek a komunikací vhodných pro cyklisty.
- 2.9. Podpora pěší turistiky.
- 2.10. Tématické zacílení kampaní – rodiny s dětmi, filmová turistika, Západočeské baroko

3. Oblast projektů

3.1. Zajišťovat udržitelnost projektů z fondů EU

- **ROP NUTS JZ „Do Plzeňského kraje za přírodou, tradicemi a gastronomií“** do r. 2018

Projekt Do Plzeňského kraje za přírodou, tradicemi a gastronomií řešil vytvoření a distribuci tří nových propagačních produktů cestovního ruchu: Šumava = zelená střecha Evropy, Živý folklór Chodska a Pivo = zlatý poklad Plzeňského kraje.

- **Cíl 3 Česká Republika – Svobodný stát Bavorsko**

Prezentace Šumavy a Bavorského lesa – Zelené střechy Evropy
(květen 2015)

Obsahem projektu byla realizace neinvestičních opatření na podporu příhraničních aktivit zaměřených na propagaci regionu v rámci rozvoje cestovního ruchu a zvýšení atraktivity Plzeňského kraje a části Bavorského lesa pod společným mottem „Zelená střecha Evropy“.

Projekt plynule navazuje na řadu projektů v rámci, kterých dochází k vytváření mnoha „podpůrných prostředků“ pro cestovní ruch v Plzeňském i bavorském regionu – nové sady propagačních materiálů, brožurky, průvodci a mnohé další, např. projekt s podporou EU „Do Plzeňského kraje za přírodou, tradicemi a gastronomií“.

- **Dispoziční fond EV 13:**

- a) **Vyznačení tras EuroVelo 13** - Cílem projektu bylo kompletní proznačení cykloturistické trasy EuroVelo 13 vedené územím Plzeňského kraje v délce téměř 126 km a propojení Evropy páteří sítí cyklotras a podpora udržitelného cestovního ruchu a regionálního rozvoje.
- b) **Marketingová kampaň k vyznačení trasy EuroVelo 13**, - Projekt „Marketingová kampaň k vyznačení cyklotrasy EuroVelo 13“ navazuje na projekt „EuroVelo 13 – Stezka Železné opony, část 5, Plzeňský kraj, ČR“, Cíl 3 Česká republika – Svobodný stát Bavorsko 2007 – 2013.

3.2. Realizace nových projektů

- **Projekt Zlatá stezka**

Cílem projektu je vznik nové příhraniční cestní sítě, která bude tvořena z již fungující Zlaté stezky v Bavorsku a nově zrcadlově vytvořené paralelní pěší Zlaté stezky vedoucí územím Plzeňského a Jihočeského kraje a tras propojující obě magistrály. Dále bude následovat marketingová kampaň včetně vydání propagačních materiálů a vytvoření webového portálu.

Kromě Plzeňského kraje, zastoupeného Odborem kultury, památkové péče a cestovního ruchu Krajského úřadu PK se na realizaci projektu budou podílet jako patneři za českou stranu Jihočeská centrála cestovního ruchu a za stranu Bavorska Turistický spolek pro Východní Bavorsko.

Předpokládané náklady projektu: 7.800.000 Kč

- **Dálková cyklotrasa CT 3**

Příprava projektu **Dálková cyklotrasa CT 3** Praha – Plzeň - Regensburg-Mnichov (vytvoření průvodce, dobudování infrastruktury)

4. Oblast dotací Plzeňského kraje

Zachování a posílení dotačních programů na podporu:

- rozvoje venkovské turistiky, jehož cílem je zvýšení atraktivity turistických cílů (navigační systémy, zařízení pro kulturní turistiku, regionální produkty, tradice a řemeslná výroba, regionální muzea)
- činnosti informačních center se zaměřením na vybavení informačních center, informační technologie a na tisky propagačních materiálů
- rozvoje cykloturistiky a cyklodopravy s cílem dobudování páteřní cyklistické sítě (mezinárodní i regionální) včetně značení a doprovodné infrastruktury

5. Oblast prezentace na veletrzích a prezentačních akcích, přeshraniční spolupráce

- účast na zahraničních veletrzích cíleně vybíraná na základě statistických podkladů o návštěvnosti a dojezdových vzdáleností
- prezentace v zahraničí cílená nejen na odborníky, ale zejména na regionální spolupráci regionů (Salzburg, Mnichov, Jekatěrinburg, Trentino)
- účast na domácích veletrzích k posílení DCR (Hradec Králové, České Budějovice, Lysá nad Labem)
- využití reprezentačních prostor v galerii Kuns/t/reume v Bavorské Rudě pro stálou prezentaci PK a příležitostné výstavy muzeí, galerií, středních škol)
- spolupráce s reprezentantem PK pro D. Bavorsko a H. Falc na společných projektech (workshopy, inzerce..) a společných prezentacích na veletrzích

6. Veletrh cestovního ruchu Plzeňského kraje ITEP

- udržení veletrhu mezi třemi největšími veletrhy v ČR, možné rozšíření výstavní plochy
- v roce 2016 se bude konat již 12. ročník veletrhu ITEP, každoročně se jej účastní přes 100 vystavovatelů z ČR a zahraničí (Německo, Itálie, Chorvatsko, Švýcarsko, Čína, Rusko a další). Veletrh během tří dnů navštíví více jak 10.000 návštěvníků. V roce 2015 byl veletrh ITEP tematicky zasazen do prostředí filmu a filmových míst v Plzeňském kraji
- již třetím rokem prováděla veletrh rodina Klusákových, která zve návštěvníky na putování po Plzeňském kraji. Rodina Klusákových je také součástí marketingových kampaní

7. Marketingové aktivity oddělení cestovního ruchu pro rok 2016

- základní tematické pilíře
 - rodiny s dětmi
 - filmová turistika
 - pěší a cykloturistika
 - Západočeské baroko

7.1. Kampaň rodiny s dětmi

- vytvořen rozsáhlý materiál, ve kterém bude obsaženo minimálně 110 turistických cílů, které se prezentují programem pro děti
- spolupráce s vybranými cíli, propagace akcí
- spolupráce s Českým rozhlasem na serii pořadů
- tvorba spotu
- společná propagační kampaň s Plzeň - TURISMUS

7.2. Filmová turistika

- v rámci filmové turistiky – vytvoření propagačních videí s videosekvencemi ze seriálu Policie Modrava, natočení videotras po místech natáčení seriálu Policie Modrava, vydání propagačního materiálu Po stopách policie Modrava, vytvoření poznávací hry o filmových místech na portálu www.turisturaj.cz. Úzká spolupráce s televizí Nova na natáčení nových dílů seriálů

7.3. Pěší a cykloturistika

- vytvoření propagačních materiálů k produktu Zlatá stezka (mapy, průvodce)
- natočení videotras
- příprava průvodce cyklotrasou CT3
- propagační materiál k nově otevřenému území v Brdech

7.4. Západočeské baroko

- vybudování marketingové značky Západočeské baroko
- vytvoření a registrace loga
- zpracování grafického manuálu
- podpora barokních festivalů
- aktivní spolupráce s centrem barokní kultury (Mariánská Týnice)
- prezentace značky na regionální i národní úrovni

7.5. Prezentace Plzeňského kraje formou nových médií:

- facebookové stránky jako doplněk k portálu Turistů ráj
- portál www.turisturaj.cz

- využití virtuálních prohlídek, interaktivních soutěží, mobilních aplikací, multimediálních nosičů, dronových záběrů v prezentaci kraje

8. Spolupráce Plzeňského kraje s dalšími partnery

Národní úroveň

- agentura Czechtourism a její zahraniční zastoupení
- konzuláty a velvyslanectví
- partnerské regiony
- zástupce Východní Bavorsko a Horní Falc

Regionální úroveň

- Jihočeská centrála cestovního ruchu
- Karlovarský kraj
- Ostatní kraje

Místní úroveň

- Místní akční skupiny
- Turistická oblast Šumava
- Informační centra
- Mikroregiony
- Školy