



STRATEGIE ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU V TURISTICKÉ OBLASTI ROKYCANSKO A HORAŽĎOVICKO 2032 NÁVRHOVÁ ČÁST

Duben 2025





Destinační společnost Rokycansko, z. s.

Masarykovo náměstí 1, 337 01 Rokycany

IČ: 21165904

07. 04. 2025

Vážená paní ředitelko,
dovolujeme si Vám předložit studii **Strategie rozvoje cestovního ruchu v turistické oblasti Rokycansko a Horažďovicko 2032**.

Studie se skládá ze tří hlavních částí.

První – analytická část představuje základní východiska pro strategii rozvoje, nabízí analýzu nabídky a poptávky cestovního ruchu, analýzu systému turismu a zhodnocení stávajících strategických dokumentů. Součástí analytické části je zároveň dotazníkové šetření a řízené rozhovory se zástupci odvětví. Součástí je i dopadová analýza zabývající se ekonomickými dopady turismu v oblasti a SWOT analýza.

Druhá – strategická část stanovuje pro destinaci dlouhodobou vizi, misi, globální cíl a cíle strategické, které jsou dále rozpracovány do jednotlivých priorit a opatření. Strategická část se věnuje například rozvoji potenciálu cestovního ruchu v destinaci, rozvoji systému destinační spolupráce a rozvoji marketingu destinace.

Třetí – implementační část obsahuje ekonomickou rozvalu implementace strategie, popis procesu naplňování a vyhodnocování studie a akční plán – souhrn konkrétních aktivit na období následujících několika let vycházející z opatření v návrhové části.

Pevně věříme, že Vám tato studie poskytne užitečné informace a bude hodnotným podkladem pro Vaši další činnost. V případě Vašeho zájmu jsme připraveni Vám nabídnout asistenci při používání zpracovaného materiálu či v rámci případné budoucí spolupráce.

S pozdravem

Ondřej Špaček
KROKEM s.r.o.

Obsah:

Představení zpracovatele studie

Metodika tvorby strategie cestovního ruchu

3

4

ANALYTICKÁ ČÁST

Základní informace o turistické oblasti

Analýza primární nabídky cestovního ruchu

Analýza sekundární nabídky cestovního ruchu

Analýza infrastruktury podporující cestovní ruch

Analýza návštěvnosti

Analýza cílových skupin

Analýza systému řízení turismu a jeho institucionálního zajištění

Dopadová analýza

Analýza souvisejících strategických dokumentů

Výsledky dotazníkového šetření

Participace odborné veřejnosti

SWOT analýza

STRATEGICKÁ ČÁST

Vize, mise, globální cíl

Strategické oblasti a cíle

Rámcový harmonogram naplňování strategie

Opatření, aktivity a indikátory úspěšnosti

Strategický cíl 1

Strategický cíl 2

Strategický cíl 3

IMPLEMENTAČNÍ ČÁST

Proces naplňování a vyhodnocování strategie

Akční plán

5

6

9

14

16

17

30

40

60

61

63

Představení zpracovatele studie



Společnosti **KROKEM s.r.o.**, **Economic Impact v.o.s.**, **Economic Impact Art s.r.o.** a **Culture Matters s.r.o.** jsou součástí **KREIA group**, která provádí zpracování odborných studií v oblasti strategie cestovního ruchu, sportu, kultury, kulturních a kreativních odvětví, studie rozvoje území, studie ekonomických dopadů, cost-benefit analýzy, studie proveditelnosti, provozní a finanční modely organizací a akcí. Dále se věnuje evaluaci kulturních organizací, vzdělávání, konzultacím a poradenství.

Společnosti ze skupiny KREIA group úspěšně dokončily cca 400 projektů pro více než 250 klientů.

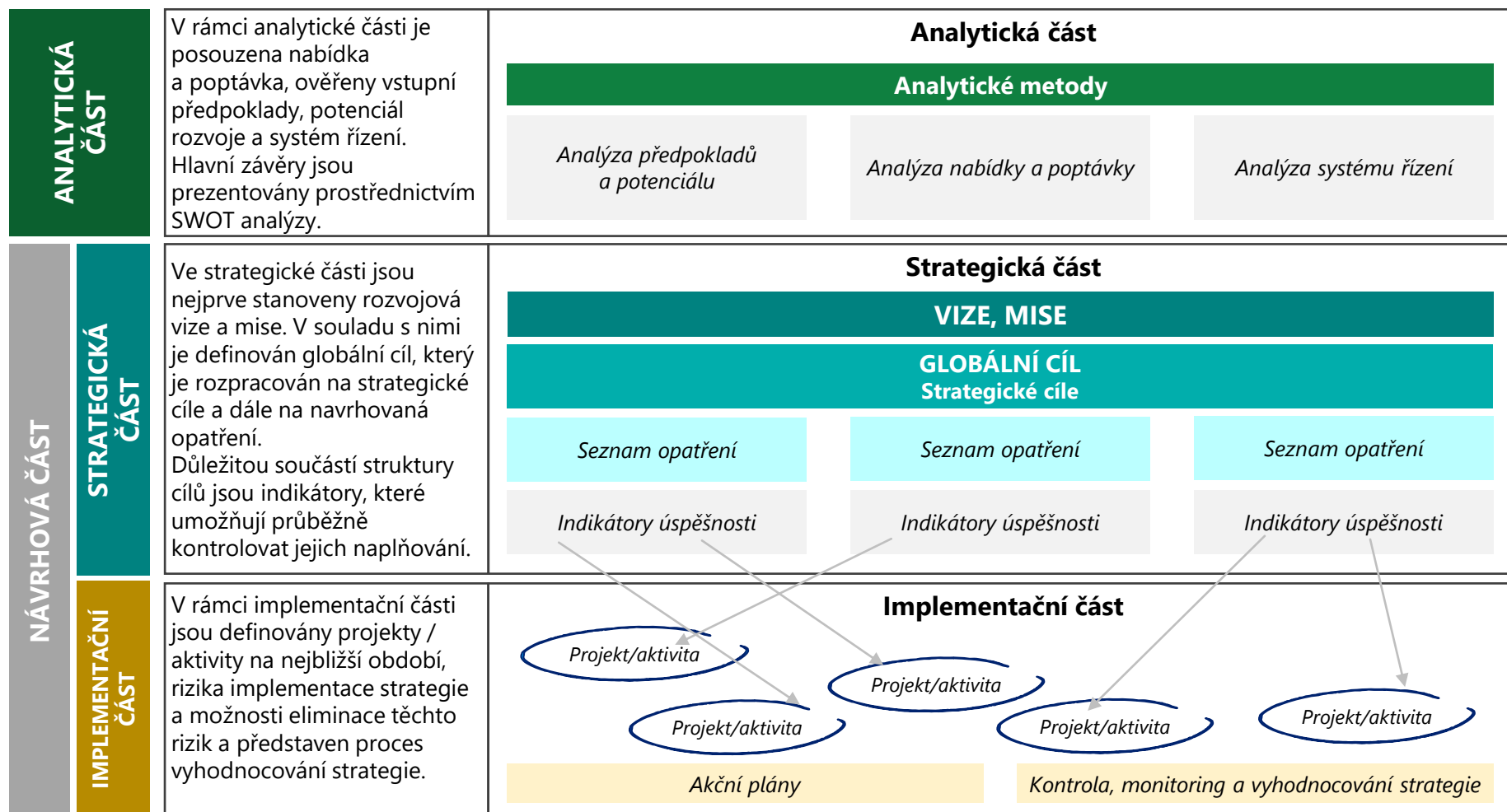
Produktové portfolio

- Komplexní strategie rozvoje měst / obcí / regionů
- Odvětvové / sektorové strategie
 - komplexně volnočasové odvětví ve městě / v obci / v regionu
 - cestovní ruch
 - sport
 - kultura, kulturní a kreativní odvětví
- Strategie dlouhodobé udržitelnosti organizací a jejich projektů, analýza činnosti a návrh doporučení v oblasti provozu, řízení lidských zdrojů, interních procesů, atd
- Studie finanční a obchodní proveditelnosti pro investiční záměry (vč. provozního finančního modelu a návazného investičního vyhodnocení)
- Koncepční studie využitelnosti, lokační studie pro nevyužívané / neefektivně využívané objekty / brownfieldy, variantní multikriteriální hodnocení
- Studie realizovatelnosti sportovních, kulturních a dalších akcí
- Studie realizovatelnosti investičních i „měkkých“ projektů
- Studie ekonomických dopadů / multiplikačních efektů (pro investiční projekty, „měkké“ projekty, akce či organizace)
- Územní a socio-demografické studie
- Projektové cost-benefit analýzy
- Analýza mobility ve městě / v obci / v regionu
 - analýza přítomného obyvatelstva (skutečný počet obyvatel, dynamika přítomnosti osob v území)
 - analýza dojížděky a vyjížděky (počet pravidelně dojíždějících a vyjíždějících osob z daného území, zdroje a cíle dojížděky a vyjížděky)
 - analýza turistické návštěvnosti města / obce / regionu (počty a struktura turistů a návštěvníků)
- Demografická analýza vč. socio-ekonomických analýz a návazné komplexní projekce vývoje počtu obyvatel
- Evaluace správních, servisních, kulturních či sportovních organizací města / obce
- Strategie nastavení systému produktů cestovního ruchu
- Založení a nastavení rozvoje organizací destinačního managementu (DMO)
- Vzdělávání, konzultace, poradenství...

více informací na www.kreia.cz

Struktura Strategie a metodika tvorby

Dokument odpovídá doporučené **struktuře a metodickému postupu pro tvorbu strategických dokumentů v ČR** (Metodika přípravy veřejných strategií, Ministerstvo pro místní rozvoj, 2018), je členěn na Analytickou část a Návrhovou část, pro turistickou oblast Rokycansko a Horažďovicko jsou připraveny ve dvou samostatných dokumentech.





STRATEGICKÁ ČÁST



zdroj foto: visitrokycansko.cz



Vize, mise, globální cíl

Vize a mise

Vize a mise jsou vyjádřením ambice, kam by měla Turistická oblast Rokycansko-Horažďovicko v rámci rozvoje cestovního ruchu směřovat.

Vize turistické oblasti Rokycansko a Horažďovicko 2032

Rokycansko-Horažďovicko je celoročně atraktivní turistickou oblastí, která díky rozmanité nabídce spojuje přírodní krásy, kulturní, historické a paleontologické dědictví s pestrými možnostmi pro aktivní odpočinek a poznávání. Tato oblast nabízí jedinečné zážitky na kole, pěšky i na vodě, a zároveň klade důraz na udržitelný rozvoj a harmonii mezi návštěvníky a místními obyvateli. Díky strategické poloze a efektivní spolupráci všech aktérů je Rokycansko-Horažďovicko ideálním cílem pro kratší výlety i delší pobyty.

Mise turistické oblasti Rokycansko a Horažďovicko 2032

Turistická oblast Rokycansko-Horažďovicko usiluje o udržitelný rozvoj cestovního ruchu, který respektuje přírodní a kulturní bohatství regionu a zároveň přináší prospěch místním obyvatelům i návštěvníkům. Naším cílem je vytvářet pestrou a kvalitní nabídku zážitků s důrazem na aktivní turistiku, poznávání historie a přírody, včetně paleontologických atraktivit, a současně podporovat spolupráci mezi aktéry v regionu. Díky efektivnímu řízení destinační spolupráce a promyšlenému marketingu se Rokycansko-Horažďovicko stává vyhledávanou destinací s celoroční návštěvností.

Základní stavební kameny strategie

Unikátnost	Kooperace	Kvalita	Inovace	Nabídka produktů
Region jedinečně propojuje přírodní atraktivitu, historické a duchovní památky a paleontologická naleziště do originální turistické nabídky.	Spolupráce obcí, podnikatelů a komunit zajišťuje efektivní rozvoj regionu, sdílení přínosů turismu a společnou propagaci.	Region klade důraz na kvalitní infrastrukturu, profesionální služby a zajištění vysoké spokojenosti turistů i místních obyvatel.	Moderní technologie, ekologické přístupy a inovativní produkty jsou klíčové pro atraktivitu a udržitelnost regionu v budoucnu.	Tematické stezky a zážitkové balíčky reflektují potřeby návštěvníků a přináší rozmanité možnosti pro odpočinek i poznávání.



Globální cíl

Globální cíl je stanoven za účelem sledování postupu naplňování vize a je jím měřen pokrok v jejím naplňování. Globální cíl je stanoven jako měřitelný, aby bylo možné tento pokrok vyhodnotit a případně na základě jeho vývoje přizpůsobit naplňování strategie.

Globální cíl cestovního ruchu

Posílit destinační spolupráci v turistické oblasti Rokycansko a Horažďovicko, na základě společné propagace a koordinace zainteresovaných subjektů **zvýšit její atraktivitu u návštěvníků a přispět ke stabilní návštěvnosti** oblasti v **celoročním měřítku a na celém území.**

Globální cíl je v rámci strategie měřen následujícími indikátory:

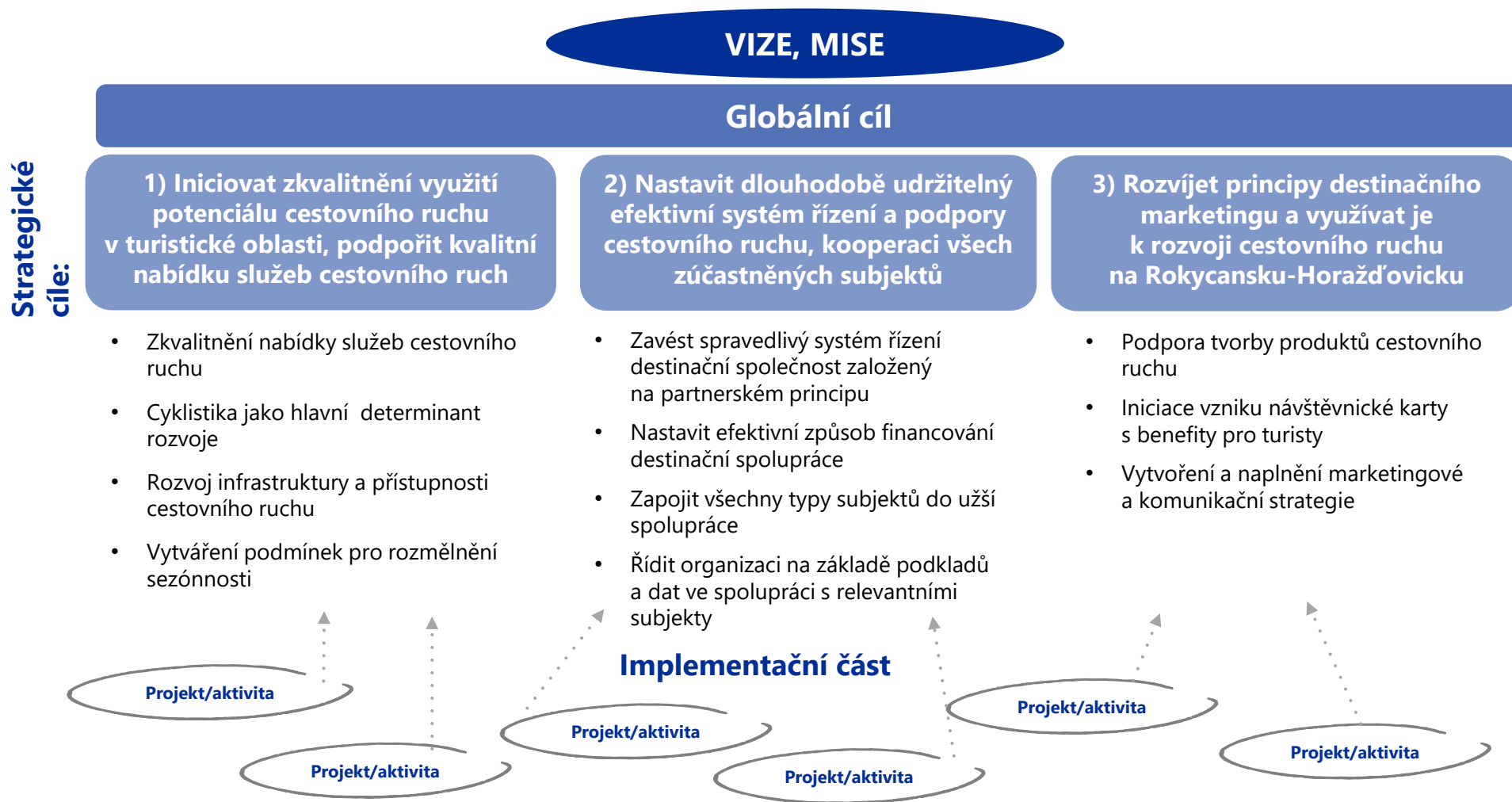
Indikátory pro měření strategického cíle	Výchozí hodnota	2026	2029	2032	Zdroj pro měření
Počet obyvatel na území oblasti	94 105 (2024)	vyšší hodnota	vyšší hodnota	vyšší hodnota	ČSÚ
Počet přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních (HUZ)	161 204 (2023)	200 000	220 000	250 000	ČSÚ
Procento přenocování v HUZ mimo letní sezonu (podíl přenocování realizovaný v 1., 2., a 4. čtvrtletí)	44 % (2023)	48 %	52 %	55 %	ČSÚ
Průměrná délka pobytu hostů v HUZ Zachování průměrné délky pobytu	2,22 noci (2023)	2,22 noci	2,22 noci	2,22 noci	ČSÚ
Počet lůžek v HUZ	3 490 (2023)	3 600	3 800	4 000	ČSÚ
Celkový počet členů spolku DS Rokycansko	13 (2024)	75	125	200	Vlastní evidence



Strategické oblasti a cíle

Strategická část - schéma

Globální cíl je dále rozpracován do třech prioritních oblastí a strategických cílů. Každá z těchto je dále členěna na priority a v nich specifická opatření.



Strategický cíl 1

Iniciovat zkvalitnění využití potenciálu cestovního ruchu v turistické oblasti, podpořit kvalitní nabídku služeb cestovního ruchu

PRIORITA 1.1	PRIORITA 1.2	PRIORITA 1.3	PRIORITA 1.4
Zkvalitnit nabídku služeb cestovního ruchu využívající přírodní potenciál oblasti	Zkvalitnit nabídku služeb cestovního ruchu a infrastrukturu v oblasti cyklistiky	Rozvoj dopravy v zájmu jejího využití pro podporu cestovního ruchu	Rozšířit nabídku cestovního ruchu v oblasti
Opatření 1.1.1 Zajistit rozšíření a zkvalitnění sítě turistických tras a naučných stezek – zaměřit se nejen na přírodu, ale i na historii, vojenství, paleontologii.	Opatření 1.2.1 Iniciovat a podporovat vznik nových cyklostezek napříč regionem .	Opatření 1.3.1 Spolupracovat na posílení veřejné dopravy v oblasti v souladu se zájmy cestovního ruchu.	Opatření 1.4.1 Podporovat a propagovat stávající turistické atraktivity v oblasti vojenské a technické turistiky , iniciovat rozšíření nabídky.
Opatření 1.1.2 Zajistit lepší provázanost turistických cílů v oblasti, komunikovat ji návštěvníkům.	Opatření 1.2.2 Iniciovat a podporovat zkvalitňování sítě terénních cyklistických tras cyklotrailů .	Opatření 1.3.2 Iniciovat rozšíření sítě parkovišť , podporovat vznik dobře vybavených parkovišť u klíčových turistických cílů.	Opatření 1.4.2 Podporovat a propagovat turistické cíle atraktivní pro návštěvníky se zájmem o historii a sakrální turistiku .
Opatření 1.1.3 Iniciovat využití geologie a paleontologie , jakožto unikátních turistických atraktivit.	Opatření 1.2.3 Podporovat vznik a udržování doprovodné infrastruktury pro cyklisty .	Opatření 1.3.3 Iniciovat vznik nových stellplatů a karavanových stání na klíčových místech.	Opatření 1.4.3 Dlouhodobě podporovat společenské akce a festivaly na Rokycansku-Horažďovicku.
Opatření 1.1.4 Podporovat rozvoj a modernizaci vodácké infrastruktury v povodí Berounky a Otavy.	Opatření 1.2.4 Zajistit lepší bezpečnost a přehlednější značení na stávajících cyklotrasách.	Opatření 1.3.4 Podporovat využití unikátních přívozů na Berounce.	Opatření 1.4.4 Podporovat a propagovat gastronomické podniky a akce v regionu.

Strategický cíl 2

Nastavit dlouhodobě udržitelný efektivní systém řízení a podpory cestovního ruchu, kooperaci všech zúčastněných subjektů

Priorita 2.1	Priorita 2.2	Priorita 2.3
Rozšiřovat členskou základnu destinační společnosti a aktivně komunikovat se členy a partnery	Nastavit efektivní způsob financování destinační společnosti a destinační spolupráce	Prohloubit destinační spolupráci na základě využívání dat o cestovním ruchu a koordinace aktivit
Opatření 2.1.1 Rozšiřovat členskou základnu destinační společnosti o nové členy a nabídnout jim možnost aktivního zapojení do činnosti destinační společnosti.	Opatření 2.2.1 Nastavit pravidla fungování mimořádných a projektových členských příspěvků a tím posílit financování činnosti destinační společnosti.	Opatření 2.3.1 Vytvořit systém sběru a ukládání dat o cestovním ruchu na území oblasti, využívat tato data při činnosti a rozhodování v rámci destinační společnosti a dále nabízet tato data obcím, kraji apod.
Opatření 2.1.2 Aktivně spolupracovat se členskou základnou , pravidelně se členy komunikovat a podporovat vzájemná setkávání.	Opatření 2.2.2 Zvýšit význam výsledků vlastní hospodářské činnosti na financování činnosti destinační společnosti.	Opatření 2.3.2 Vytvořit databázi kapacit ubytovatelů v turistické oblasti Rokycansko-Horažďovicko a začít ji využívat.
Opatření 2.1.3 Koordinovat na metodické úrovni informační centra v turistické oblasti , organizovat jejich pravidelná setkávání a podporovat jejich spolupráci.	Opatření 2.2.3 Zaměřit se na zvýšení efektivity využíváním dotačních prostředků pro rozvoj cestovního ruchu a destinační spolupráce, aktivně dotační programy vyhledávat.	Opatření 2.3.3 Nastavit plán dlouhodobého personálního rozvoje destinační společnosti.

Strategický cíl 3

Rozvíjet principy destinačního marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu na Rokycansku-Horažďovicku

Priorita 3.1	Priorita 3.2	Priorita 3.3	Priorita 3.4
Podporovat vznik a rozvoj produktů cestovního ruchu	Rozvíjet marketingovou strategii v oblasti	Online marketing a propagace	Mobilní aplikace a benefitní systém
Opatření 3.1.1 Vytvořit portfolio produktů cestovního ruchu pro oblast Rokycansko-Horažďovicko.	Opatření 3.2.1 Budovat jednotnou marketingovou strategii ve spolupráci s jednotlivými subjekty destinační společnosti.	Opatření 3.3.1 Pokračovat v rozvoji sociálních sítí pro propagaci oblasti a prezentaci atraktivit na území.	Opatření 3.4.1 Vytvořit mobilní aplikaci , která bude sloužit jako průvodce oblastí Rokycansko-Horažďovicko.
Opatření 3.1.2 Spolupracovat na vzniku nových produktů s dalšími turistickými oblastmi , podporovat produkty překračující hranice oblasti.	Opatření 3.2.2 Propagovat produkty CR a atraktivitu skrze letáky, brožury, mapy atd.	Opatření 3.3.2 Pokračovat v rozvoji webové stránky pro propagaci a prezentaci atraktivit na území.	Opatření 3.4.2 Nastavit a vymyslet systém sběru kontaktů , které je možné využít k dalším marketingovým činnostem.
Opatření 3.1.3 Rozšiřovat produkty cestovního ruchu do oblastí s nižší úrovní destinační spolupráce.	Opatření 3.2.3 Vytvořit a rozvíjet jednotnou vizuální identitu , využívat ji v propagaci a komunikaci.	Opatření 3.3.3 Pravidelně připravovat aktuální marketingové kampaně na určité téma např. jednotlivé produkty.	Opatření 3.4.3 V budoucnu umožnit vznik benefitního systému v aplikaci ve spolupráci s aktéry cestovního ruchu.
Opatření 3.1.4 Koordinovat, udržovat a rozvíjet produktové portfolio – nefungující produkty eliminovat a neustále hledat potenciál pro tvorbu nových.	Opatření 3.2.4 Budovat PR oblasti - spolupracovat s odbornou veřejností , novináři... Zároveň reprezentovat oblast na veletrzích a dalších eventech CR.	Opatření 3.3.4 Iniciovat natáčení televizních pořadů pro podporu turistické oblasti a připravovat spolupráce s influencery .	Opatření 3.4.4 Zvážit možnost využití aplikace pro usnadnění výběru poplatku k pobytu.



Rámcový harmonogram naplňování strategie



Rámcový harmonogram naplňování strategie

Zde je uveden rámcový harmonogram naplňování strategie, jednotlivých opatření s přehledem všech aktivit Strategie.

XXX	intenzivní projektová činnost
X	dlouhodobá průběžná aktivita

Skupina	číslo	Název opatření (stručný)	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032
Zkvalitnit nabídku služeb cestovního ruchu využívající přírodního potenciálu oblasti	1.1.1	Zajistit rozšíření a zkvalitnění sítě tur. tras a naučných stezek – příroda, historie, vojenství, paleontologie.		XXX	XXX	X	X	X	X	X
	1.1.2	Zajistit a lepší provázanost turistických cílů v oblasti, komunikovat ji návštěvníkům.		XXX	XXX	X	X	X	X	X
	1.1.3	Iniciovat využití geologie a paleontologie, jakožto unikátních turistických atraktivit.			XXX	XXX	X	X	X	X
	1.1.4	Podporovat rozvoj a modernizaci vodácké infrastruktury v povodí Berounky a Otavy.			XXX	XXX	X	X	X	X
Zkvalitnit nabídku služeb cestovního ruchu a infrastrukturu v oblasti cyklistiky	1.2.1	Iniciovat a podporovat vznik nových cyklostezek napříč regionem.	XXX	XXX	X	X	X	X	X	X
	1.2.2	Iniciovat a podporovat zkvalitňování sítě terénních cyklistických tras cyklotrailů.		XXX	X	X	X	X	X	X
	1.2.3	Podporovat vznik a udržování doprovodné infrastruktury pro cyklisty.		XXX	XXX	X	X	X	X	X
	1.2.4	Zajistit lepší bezpečnost a přehlednější značení na stávajících cyklotrasách.			XXX	X	X	X	X	X
Rozvoj dopravy v zájmu jejího využití pro podporu cestovního ruchu	1.3.1	Spolupracovat na posílení veřejné dopravy v oblasti v souladu se zájmy cestovního ruchu.	XXX	XXX	X	X	X	X	X	X
	1.3.2	Iniciovat rozšíření sítě parkovišť, podporovat vznik dobře vybavených parkovišť u turistických cílů.		XXX	XXX	X	X	X	X	X
	1.3.3	Iniciovat vznik nových stání pro karavanové stání na klíčových místech.		XXX	XXX	X	X	X	X	X
	1.3.4	Podporovat využití unikátních přívozů na Berounce.			XXX	XXX	X	X	X	X
Podporovat opatření a rozvoj infrastruktury, které napomáhají eliminovat negativní projevy turismu	1.4.1	Podporovat turistické atraktivity v oblasti vojenské a technické turistiky, iniciovat rozšíření nabídky.	XXX	XXX	X	X	X	X	X	X
	1.4.2	Podporovat a propagovat turistické cíle atraktivní pro návštěvníky se zájmem o historii a sakrální turistiku.		XXX	XXX	X	X	X	X	X
	1.4.3	Dlouhodobě podporovat společenské akce a festivaly na Rokycansku-Horažďovicko.		XXX	XXX	X	X	X	X	X
	1.4.4	Podporovat a propagovat gastronomické podniky a akce v regionu.			XXX	XXX	X	X	X	X
Rozšiřovat členskou základnu, aktivně komunikovat se členy	2.1.1	Rozšiřovat členskou základnu, a nabídnout jim možnost aktivního zapojení do činnosti.	X	X	X	X	X	X	X	X
	2.1.2	Aktivně spolupracovat se členskou základnou, pravidelně se členy komunikovat a podporovat setkávání.	X	X	X	X	X	X	X	X
	2.1.3	Koordinovat informační centra, organizovat jejich pravidelná setkávání a podporovat jejich spolupráci.	XXX	XXX	X	X	X	X	X	X
Nastavit efektivní způsob financování destinační společnosti a spolupráce	2.2.1	Nastavit pravidla fungování mimořádných a projektových členských příspěvků.		XXX	X	X	X	X	X	X
	2.2.2	Zvýšit význam výsledků vlastní hospodářské činnosti k financování činnosti destinační společnosti.	X	X	XXX	XXX	X	X	X	X
	2.2.3	Zaměřit se na zvýšení efektivity využíváním dotačních prostředků, aktivně dotační programy vyhledávat.	X	X	XXX	XXX	X	X	X	X
Prohloubit destinační spolupráci na základě využívání dat a koordinace	2.3.1	Vytvořit systém sběru a ukládání dat, využívat tato data při činnosti a rozhodování.	X	XXX	XXX	X	X	X	X	X
	2.3.2	Vytvořit databázi kapacit ubytovatelů v turistické oblasti Rokycansko-Horažďovicko a začít ji využívat.	XXX	X	X	X	X	X	X	X
	2.3.3	Nastavit plán dlouhodobého personálního rozvoje destinační společnosti.	XXX	XXX	X	X	X	X	X	X
Podporovat vznik a rozvoj produktů cestovního ruchu	3.1.1	Vytvořit portfolio produktů cestovního ruchu pro oblast Rokycansko-Horažďovicko.		XXX	XXX	X	X	X	X	X
	3.1.2	Spolupracovat na vzniku nových produktů s dalšími turistickými oblastmi.			XXX	XXX	X	X	X	X
	3.1.3	Rozšiřovat produkty cestovního ruchu do oblastí s nižší úrovní destinační spolupráce.				XXX	XXX	X	X	X
	3.1.4	Koordinovat, udržovat a rozvíjet produktové portfolio.		X	X	X	X	X	X	X
Rozvíjet marketingovou strategii v oblasti	3.2.1	Budovat jednotnou marketingovou strategii ve spolupráci s jednotlivými subjekty destinační společnosti.	XXX	XXX	X	X	X	X	X	X
	3.2.2	Vytvořit a rozvíjet jednotnou vizuální identitu, využívat ji v propagaci a komunikaci.	XXX	XXX	X	X	X	X	X	X
	3.2.3	Propagovat produkty CR a atraktivity skrze letáky, brožury, mapy atd.	X	X	X	X	X	X	X	X
	3.2.4	Budovat PR oblasti a reprezentovat oblast na veletrzích a dalších eventech CR.	X	X	X	X	X	X	X	X
Online marketing a propagace	3.3.1	Pokračovat v rozvoji sociálních sítí pro propagaci oblasti a prezentaci atraktivit na území.	X	X	X	X	X	X	X	X
	3.3.2	Pokračovat v rozvoji webové stránky pro propagaci a prezentaci atraktivit na území.	X	X	X	X	X	X	X	X
	3.3.3	Pravidelně připravovat aktuální marketingové kampaně na určité téma např. jednotlivé produkty.	X	X	X	X	X	X	X	X
	3.3.4	Iniciovat natáčení televizních pořadů pro podporu turistické oblasti a připravovat spolupráce s influencery.		XXX	X	X	X	X	X	X
Mobilní aplikace a benefitní systém	3.4.1	Vytvořit mobilní aplikaci, která bude sloužit jako průvodce oblastí v Rokycansku.	XXX	XXX	X	X	X	X	X	X
	3.4.2	Nastavit a vymyslet systém sběru kontaktů, které je možné využít k dalším marketingovým činnostem.			XXX	X	X	X	X	X
	3.4.3	V budoucnu umožnit vznik benefitního systému v aplikaci ve spolupráci s akéry cestovního ruchu.				XXX	XXX	X	X	X
	3.4.4	Zvážit možnost využití aplikace pro usnadnění výběru poplatku k pobytu.				XXX	XXX	X	X	X



Opatření, aktivity a indikátory úspěšnosti



Strategický cíl 1

*Iniciovat zkvalitnění využití potenciálu cestovního ruchu v turistické oblasti,
podpořit kvalitní nabídku služeb cestovního ruchu*

Opatření pro Strategický cíl 1



Zkvalitnit nabídku služeb cestovního ruchu a optimalizovat infrastrukturu

Priorita 1.1 – Zkvalitnit nabídku služeb cestovního ruchu využívající přírodního potenciálu oblasti

Cíle a záměry opatření

- Rozšířit nabídku turistických atraktivit na Rokycansku-Horažďovicku, využít při tom unikátního potenciálu v oblasti geologie, paleontologie a přírodního dědictví.
- Zajistit provázanost turistických cílů v oblasti Brd za účelem podpory dlouhodobějšího pobytu návštěvníků.
- Zajistit lepší využití potenciálu vodácké turistiky na Berounce.

Nástroje

- Analýzy, studie, mapování
- Marketingová komunikace, produkty
- Soukromé investice
- Jednání s aktéry cestovního ruchu

Strategie opatření

Cílem opatření je zajistit **pestrou a kvalitní nabídku služeb cestovního ruchu** na území Rokycanska-Horažďovicka, přičemž klíčovým prvkem je využití **jedinečného přírodního potenciálu regionu**. Ten zahrnuje zejména část CHKO Brdy, řeku Berounku, Otavu a bohatý kulturní, historický a paleontologický odkaz. Tyto atraktivity mají nejen schopnost návštěvníky přilákat, ale také je **motivovat k delšímu pobytu v oblasti**.

Brdy již nyní představují významnou turistickou atraktivitu Rokycanska-Horažďovicka, nicméně stále existuje prostor pro rozvoj, především ve smyslu **propojení jednotlivých turistických lokalit a vytvoření komplexní nabídky**. Opatření proto směřuje k tomu, aby návštěvníci byli nejen přilákáni do části Brd na území Rokycanska-Horažďovicka, ale aby zde našli dostatečné důvody k delšímu pobytu a zároveň prozkoumali další části regionu. Destinační společnost by měla aktivně podporovat analýzu potenciálního rozvoje cestovního ruchu v Brdech a usilovat o koordinovanou spolupráci s krajem, obcemi a dalšími klíčovými aktéry. Efektivní komunikace a spolupráce povedou ke zvýšení atraktivity regionu i retence návštěvníků.

V oblasti **geologie a paleontologie je kladen důraz na zmapování turistického potenciálu těchto lokalit**, a to s ohledem na různé cílové skupiny – **od odborných nadšenců po běžné návštěvníky včetně dětí**. Součástí opatření je také vytvoření, distribuce a sdílení informačních materiálů, naučných panelů a například sádrových replik zkamenělin, které by zpřístupnily tato témata širšímu publiku.

Cílem je v neposlední řadě také **rozšíření a modernizace vodácké infrastruktury na řekách Berounce a Otavě**. Realizace zahrnuje podporu budování a zkvalitnění přístavišť, odpočinkových míst a tábořišť, instalaci informačního značení a zázemí pro vodáky, včetně hygienických zařízení a půjčoven vybavení, a to ve spolupráci s Povodím Vltavy, zainteresovanými obcemi, krajem a sousedními destinačními organizacemi. Modernizace infrastruktury povede k zvýšení komfortu a bezpečnosti vodáků a lepšímu propojení řeky s dalšími turistickými cíli v regionu.

Opatření pro Strategický cíl 1



Zkvalitnit nabídku služeb cestovního ruchu a optimalizovat infrastrukturu

Priorita 1.1 – Zkvalitnit nabídku služeb cestovního ruchu využívající přírodního potenciálu oblasti

Č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
1.1.1	Zajistit rozšíření a zkvalitnění sítě turistických tras a naučných stezek – zaměřit se nejen na přírodu, ale také na historii, vojenství, paleontologii	➤ Podporovat rozšíření sítě značených turistických tras zejména v oblasti Brd. ➤ Dlouhodobě podporovat zkvalitňování naučných stezek na Rokycansku-Horažďovicku. ➤ Zvážit vznik nových naučných stezek, tematicky zaměřených např. na geologii a paleontologii (viz 1.1.3), vojenskou nebo technickou turistiku (například NS zaměřená na historii těžby černého uhlí – viz 1.4.1).	DS Rokycansko , obce a města, Správa CHKO Brdy	Dle jednotlivých záměrů
1.1.2	Zajistil a lepší provázanost turistických cílů v oblasti, komunikovat ji návštěvníkům	➤ Navázat a udržovat komunikaci s obcemi, krajem a dalšími klíčovými aktéry v oblasti za účelem zajištění lepší provázanosti jednotlivých turistických cílů v oblasti. ➤ Zmapovat turistické atraktivity, která územně spadá do turistické oblasti Rokycansko-Horažďovicko a v blízkém okolí. ➤ Nabídnout a propagovat nové atraktivity, motivovat návštěvníky k prodloužení pobytu. ➤ Lépe využít turistický potenciál bývalého vojenského prostoru Brdy - Zvážit vytvoření marketingového produktu, zaměřeného na region Brd a okolí, případně na oblasti s Brdy spojené, jako je například vojenská nebo technická turistika.	DS Rokycansko , obce, Správa CHKO Brdy	Dle jednotlivých záměrů

Opatření pro Strategický cíl 1



Zkvalitnit nabídku služeb cestovního ruchu a optimalizovat infrastrukturu

Priorita 1.1 – Zkvalitnit nabídku služeb cestovního ruchu využívající přírodní potenciálu oblasti

Č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
1.1.3	Iniciovat využití geologie a paleontologie, jakožto unikátních turistických atraktivit	➤ Zajistit analýzu potenciálu geologie a paleontologie jakožto turistických atraktivit na území Rokycanska. ➤ Iniciovat instalaci informačních cedulí, případně dalších info nástrojů – např. sádrových odlitků zkamenělin do vhodných lokalit. ➤ V klíčových lokalitách iniciovat vznik / zkvalitnění naučných stezek zaměřených na geologii a paleontologii. ➤ Prohloubit spolupráci s Muzeem dr. Bohuslava Horáka. ➤ Zvážit potenciál vzniku geoparku nebo podobné expozice, zaměřené přímo na geologii nebo paleontologii. ➤ Formou systematické propagace dlouhodobě podporovat geologii a paleontologii jako turistické atraktivy: ➤ Vytvářet a informační a propagační materiály a distribuovat je návštěvníkům. ➤ Propagaci zaměřit na klíčové návštěvnické cílové skupiny, necílit pouze na nadšence a fanoušky geologie a paleontologie, ale také na běžné návštěvníky včetně dětí. ➤ Zvážit vytvoření marketingového produktu zaměřeného na geologii nebo paleontologii na území Rokycanska. ➤ Zvážit marketingový význam geologie a paleontologie pro propagaci turistické oblasti Rokycansko-Horažďovicko	DS Rokycansko , Muzeum dr. Bohuslava Horáka, Plzeňský kraj, obce a města	Dle jednotlivých záměrů
1.1.4	Podporovat rozvoj a modernizaci vodácké infrastruktury v povodí Berounky a Otavy	➤ Iniciovat spolupráci s aktéry v oblasti Berounky a Otavy, zejména pak s Povodím Vltavy, s. p. ➤ Podporovat zkvalitnění vodácké infrastruktury v povodí Berounky a Otavy – zaměřit se na zvýšení bezpečnosti a pohodlí návštěvníků: ➤ Zajistit vodácké informační značení. ➤ Dlouhodobě podporovat rozvoj a modernizaci zařízení poskytujících vodácké zázemí (kempy, hygienická zařízení, půjčovny). ➤ Podporovat modernizaci webové prezentace vodáckých zařízení.	DS Rokycansko , Povodí Vltavy, s. p., obce, DS Berounsko	Dle jednotlivých záměrů

Opatření pro Strategický cíl 1



Zkvalitnit nabídku služeb cestovního ruchu a optimalizovat infrastrukturu

Priorita 1.2 – Zkvalitnit nabídku služeb cestovního ruchu a infrastrukturu v oblasti cyklistiky

Cíle a záměry opatření

- Nabídnout místním i návštěvníkům Rokycanska kvalitní síť bezpečných cyklotras a cyklostezek.
- Zajistit dostatečnou doprovodnou infrastrukturu pro cyklisty – nabíjecí stanice pro elektrokola, stojany, odpočívadla.
- Poskytnout kvalitní nabídku trailů pro horská kola.

Nástroje

- Analýzy, studie, mapování
- Marketingová podpora
- Soukromé investice
- Jednání s krajem a obcemi

Strategie opatření

Opatření zaměřená na **rozvoj cyklistiky a cykloturistiky** usilují o zkvalitnění infrastruktury a služeb, které by zvýšily atraktivitu Rokycanska-Horažďovicka **pro místní cyklisty i cykloturisty – od rekreačních až po sportovní nadšence**. Region má pro cykloturistiku **příznivé přírodní podmínky a na jeho území se již nachází poměrně hustá síť cyklotras**. Ty však často vyžadují lepší značení a zvýšení bezpečnosti. Klíčovou součástí rozvoje je také **rozšíření cyklostezek v souladu s Aktualizací koncepce cykloturistiky a cyklodopravy Plzeňského kraje**, a to zejména na klíčových místech, významných pro cestovní ruch. Cílem je zajistit **vyšší komfort a bezpečí cyklistů**, což by mělo vést k nárůstu návštěvnosti i delšímu pobytu cyklistů na Rokycansku.

Kromě hlavní infrastruktury je důležité **zaměřit se i na infrastrukturu podpůrnou**. Instalace **stojanů na kola, odpočívadel a nabíjecích stanic pro elektrokola** na frekventovaných místech přispěje ke zvýšení pohodlí a umožní cyklistům snadnější plánování výletů. Destinační společnost by se měla aktivně zapojit do propagace regionu prostřednictvím informačních materiálů, doporučených tras a map, které mohou usnadnit orientaci a nabídnout návštěvníkům atraktivní výletní cíle. Tyto kroky podpoří nejen návštěvnost, ale také pozitivní **vnímání Rokycanska-Horažďovicka jako destinace přívětivé pro cyklisty**.

Dalším pilířem **rozvoje je síť trailů a singletracků určených pro horská kola**. Rokycansko již několik takových tras nabízí, ale jejich kvalita i množství mají potenciál k rozšíření. Podpora rozvoje trailů **přiláká aktivní návštěvníky vyhledávající adrenalinové sporty** a posílí image regionu jako atraktivní destinace pro aktivní cyklistiku. Spojení kvalitní infrastruktury s přírodními krásami a pestrou nabídkou cyklistických aktivit by mělo výrazně přispět ke zvýšení atraktivity Rokycanska-Horažďovicka pro domácí i zahraniční turisty.

Opatření pro Strategický cíl 1



Zkvalitnit nabídku služeb cestovního ruchu a optimalizovat infrastrukturu

Priorita 1.2 – Zkvalitnit nabídku služeb cestovního ruchu a infrastrukturu v oblasti cyklistiky

Č.	Seznam opatření	Popis, aktivita	Garant, spolupráce	Náklady
1.2.1	Iniciovat a podporovat vznik nových cyklostezek napříč regionem	➤ Zmapovat území turistické oblasti z hlediska cykloturistiky, najít klíčové lokality, kde je potřeba / vhodné rozšířit síť cyklostezek, zajišťovat provázanost s cestovním ruchem. ➤ Pracovat s Aktualizací koncepce cykloturistiky a cyklodopravy Plzeňského kraje: ➤ Využívat z koncepce informace užitečné přímo pro turistickou oblast Rokycansko-Horažďovicko. ➤ Spolupracovat s krajem na implementaci koncepce na území Rokycanska-Horažďovicka (např. vznik nadregionální trasy Brdská cyklostezka, cyklostezka propojující Berounku a Otavu). ➤ Navrhovat případné úpravy koncepce v zájmu rozvoje cykloturistiky	DS Rokycansko, Plzeňský kraj	Bez přímých nákladů
1.2.2	Iniciovat a podporovat zkvalitňování sítě terénních cyklistických tras cyklotrailů.	➤ Podporovat provozovatele stávajících trailů na Rokycansku-Horažďovicku (Cykloresort Radnicko, Berounka Trails). ➤ Ve spolupráci s provozovateli propagovat adrenalinovou cyklistiku návštěvníkům. ➤ Iniciovat další rozšíření sítě trailů a singletracků na Rokycansku-Horažďovicku. ➤ Poskytovat podporu případným zájemcům o provozování podobných projektů, pokud jsou v souladu s dlouhodobým zájmem turistické oblasti.	DS Rokycansko , provozovatelé a zájemci o provozování cyklotrailů	Dle jednotlivých záměrů
1.2.3	Podporovat vznik a udržování doprovodné infrastruktury pro cyklisty	➤ Iniciovat výstavbu sekundární infrastruktury pro cyklisty (stojany, nabíjecí stanice pro elektrokola, odpočívadla) na klíčových místech. ➤ Podporovat funkčnost komunikační platformy mezi obcemi, a tím podpořit provázanost izolovaných projektů jednotlivých obcí v oblasti podpory cyklistiky. ➤ Vytvářet a distribuovat informační materiály, mapy a návrhy výletů pro cyklisty, spolupracovat při tom s obcemi a podniky v lokalitách, kudy cyklisté projíždějí.	DS Rokycansko, Plzeňský kraj , obce a města	Dle jednotlivých záměrů
1.2.4	Zajistit lepší bezpečnost a přehlednější značení na stávajících cyklotrasách	➤ Ve spolupráci s krajem a obcemi podporovat lepší bezpečnost pro cyklisty na cyklotrasách a komunikacích využívaných cyklisty – např. zavádění zklidněných komunikací, cyklistických zón a cyklistické dopravy v protisměru jednosměrných komunikací (viz Aktualizace koncepce cykloturistiky a cyklodopravy Plzeňského kraje). ➤ Spolupracovat s krajem a obcemi na zajištění smysluplného značení na cyklotrasách v souladu se zájmy cestovního ruchu (podpora návštěvnosti dostupných atraktivit).	DS Rokycansko, Plzeňský kraj , obce a města	Dle jednotlivých záměrů

Priorita 1.3 – Rozvoj dopravy v zájmu jejího využití pro podporu cestovního ruchu

Cíle a záměry opatření

- Prosadit zájmy návštěvníků a poskytovatelů služeb cestovního ruchu v oblasti veřejné dopravy.
- Zkvalitnit síť parkovišť s ohledem na návštěvníky i místní obyvatelstvo.
- Navýšit počet stellplatzů a karavanových stání na Rokycansku-Horažďovicku, propagovat je vhodným skupinám návštěvníků.
- Využít potenciálu přívozu na Berounce pro cestovní ruch.

Nástroje

- Jednání s krajem a obcemi
- Analýzy, mapování

Strategie opatření

Opatření zaměřená na **zkvalitnění dopravní situace** na Rokycansku-Horažďovicku mají za cíl uspokojit **potřeby místních obyvatel i návštěvníků a podpořit rozvoj cestovního ruchu**. Destinační společnost by měla zmapovat aktuální stav dopravy v regionu a zapojit se do jednání s krajem a obcemi, kterým by měla navrhnout případná zlepšení, zohledňující specifické požadavky turistů a poskytovatelů služeb.

Zásadní je také **rozšíření a zkvalitnění sítě parkovišť**, zejména na frekventovaných turistických místech. Parkoviště by měla být **vybavena základními prvky infrastruktury, jako jsou odpadkové koše, informační tabule, turistické mapy a toalety**, a měla by být efektivně **napojena na turistické cíle** v okolí. Tento přístup přinese nejen lepší zážitek návštěvníkům, ale **zároveň sníží negativní dopady turistického provozu** na místní obyvatele.

Dalším cílem opatření je **zvýšení počtu stellplatzů a karavanových stání**, které mohou přilákat specifické skupiny turistů. Destinační společnost by měla zmapovat vhodné lokality pro jejich výstavbu a iniciovat jednání s poskytovateli o koordinaci standardů, vybavení, informace o cenách. Efektivní a cílená propagace ze strany destinační společnosti povede k vyšší atraktivitě Rokycanska pro určité cílové skupiny.

Potenciál pro rozvoj cestovního ruchu nabízí také **unikátní přívozy na řece Berounce**. Destinační společnost by měla analyzovat jeho atraktivitu pro návštěvníky a navázat komunikaci s jejich provozovateli i obcemi v okolí. Zaměřit se lze na instalaci informačních tabulí nebo lepší zapojení přívozů do celkové nabídky cestovního ruchu v oblasti (např. jeho propojení s okolními turistickými trasami a cyklostezkami), což povede ke zvýšení jejich využívání návštěvníky.

Opatření pro Strategický cíl 1



Zkvalitnit nabídku služeb cestovního ruchu a optimalizovat infrastrukturu

Priorita 1.3 – Rozvoj dopravy v zájmu jejího využití pro podporu cestovního ruchu

Č.	Seznam opatření	Popis, aktivita	Garant, spolupráce	Náklady
1.3.1	Spolupracovat na posílení veřejné dopravy v oblasti v souladu se zájmy cestovního ruchu	➤ Průběžně mapovat dopravní situaci v regionu z hlediska cestovního ruchu. ➤ Aktivně se zapojit do jednání s krajem a obcemi, prosazovat zájmy návštěvníků a poskytovatelů služeb cestovního ruchu: ➤ Posílení veřejné dopravy na turisticky významných místech. ➤ Zajistit provoz veřejné dopravy o víkendech, prázdninách... ➤ Klást důraz na návaznost dopravních spojů na dálkové spoje. ➤ Zvážit rozšíření oblasti pokrývané cyklobusem, případně prodloužení období provozu.	DS Rokycansko, Plzeňský kraj, obce a města	Bez přímých nákladů
1.3.2	Iniciovat rozšíření sítě parkovišť, podporovat vznik dobře vybavených parkovišť u klíčových turistických cílů.	➤ Průběžně mapovat síť parkovišť na Rokycansku-Horažďovicku, zaměřit se na situaci v blízkosti významných turistických atraktivit. ➤ Navázat komunikaci s obcemi ohledně navýšení kapacity / budování nových parkovišť na klíčových místech. ➤ Zdůrazňovat význam doprovodné infrastruktury (informační cedule, mapy, odpadkové koše, toalety). ➤ Prosazovat provázanost parkovišť s turistickými cíli (například jejich napojení na turistické trasy / naučné stezky).	DS Rokycansko, obce a města	Bez přímých investičních nákladů pro DS, případná podpora doprovodné infrastruktury (mapy, navigace....)
1.3.3	Iniciovat vznik nových stellplatzů a karavanových stání na klíčových místech.	➤ Analyzovat potenciál rozšíření sítě stellplatzů na Rokycansku-Horažďovicku – vytipovat vhodné lokality. ➤ Prostřednictvím poskytnutí komunikační platformy (budoucím) provozovatelům koordinovat vznik nových stellplatzů a karavanových stání na vhodných místech, koordinovat standardy kvality a vybavení. ➤ Propagovat stellplatzy a karavanová stání směrem k vhodným cílovým skupinám. ➤ Poskytovat marketingovou podporu nově vzniklých stellplatzů.	DS Rokycansko, obce a města	Bez přímých nákladů

Opatření pro Strategický cíl 1



Zkvalitnit nabídku služeb cestovního ruchu a optimalizovat infrastrukturu

Priorita 1.3 – Rozvoj dopravy v zájmu jejího využití pro podporu cestovního ruchu

Č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
1.3.4	Podporovat využití unikátních přívozů na Berounce.	➤ Navázat komunikaci s okolními obcemi a provozovateli přívozů, nastavit provozní podmínky tak, aby byly v souladu se zájmy cestovního ruchu. ➤ Napojit přívozy na turistické trasy / naučné stezky v okolí. ➤ Zvážit možnost instalace informačních cedulí ohledně historie přívozů nebo zřízení parkovišť v blízkosti přívozů pro automobily. ➤ Zmapovat potenciál napojení některých cyklistických tras a stezek na přívozy přes Berounku. ➤ Zajistit přívozům marketingovou propagaci s ohledem na jejich unikátnost a historickou hodnotu.	DS Rokycansko , provozovatel přívozu, přilehlé obce	Dle jednotlivých záměrů

Priorita 1.4 – Rozšířit nabídku cestovního ruchu v oblasti

Cíle a záměry opatření

- Rozšířit paletu atraktivit cestovního ruchu na Rokycansku-Horažďovicku s využitím jeho unikátních historicko-kulturních předpokladů.
- Udělat Rokycansko-Horažďovicko turisticky atraktivní pro návštěvníky společenských a kulturních akcí.
- Zkvalitnit nabídku v oblasti gastronomie s ohledem na návštěvníky i místní obyvatelstvo.

Nástroje

- Analýzy, mapování
- Marketingová podpora
- Soukromé investice
- Jednání s krajem a obcemi

Strategie opatření

Cílem opatření je vytvoření kvalitní a rozmanité **nabídky pro návštěvníky se zájmem o historii, kulturu a umění**, čímž se zvýší atraktivita Rokycanska-Horažďovicka jako turistické destinace. Region má značný potenciál zejména **v oblasti vojenské a technické turistiky**, který však dosud není plně využit. Lepší integrace místní historie (těžba černého uhlí nebo vojenská historie Brd) do celkové značky turistické oblasti může přispět ke zvýšení zájmu návštěvníků a vytvoření jednotného obrazu Rokycanska jako destinace bohaté na historické a kulturní dědictví.

Jedním z klíčových kroků je **podpora vzniku naučných stezek** zaměřených na různé tematické okruhy, například demarkační linii, těžbu černého uhlí nebo vojenskou historii Brd. Destinační společnost by měla rovněž podporovat provozovatele kulturních památek a muzeí, a to nejen prostřednictvím marketingových aktivit, ale například i zajištěním sběru a vyhodnocování zpětné vazby od návštěvníků, což může vést k dalšímu zlepšování nabízených služeb.

Dalším významným pilířem je **podpora kulturních a společenských akcí**. Destinační společnost by měla klást důraz na **jejich přístupnost pro širokou veřejnost a prosazovat jejich rovnoměrné rozložení během celého roku**, čímž by se podpořila **návštěvnost i mimo hlavní turistickou sezónu**. Zásadní je koordinace jednotlivých akcí napříč regionem, například formou společné platformy pro organizátory, kterou může destinační společnost poskytnout.

Neméně důležitou oblastí je **rozvoj gastronomie jako součásti zážitkového turismu**. Destinační společnost by měla analyzovat potenciál gastro-turistiky v regionu a aktivně **podporovat podniky a akce, které mohou přilákat návštěvníky**. Podpora může zahrnovat marketingové kampaně, propojení restaurací s turistickými trasami a případně také rozvoj gastronomicky zaměřených akcí nebo festivalů a lokálních produktů, pokrmů a potravin (např. horažďovické hnětýnky...). Kvalitní gastro-turistika nejen obohatí návštěvnícký zážitek, ale také přispěje k lepšímu propojení místních podniků s cestovním ruchem, čímž se podpoří celkový rozvoj Rokycanska-Horažďovicka jako turistické destinace.

Opatření pro Strategický cíl 1



Zkvalitnit nabídku služeb cestovního ruchu a optimalizovat infrastrukturu

Priorita 1.4 – Rozšířit nabídku cestovního ruchu v oblasti

Č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
1.4.1	Podporovat a propagovat stávající turistické atraktivity v oblasti vojenské a technické turistiky, iniciovat rozšíření nabídky.	➤ Zmapovat potenciál rozvoje vojenské a technické turistiky v oblasti. ➤ Navázat jednání s provozovateli jednotlivých atraktivit v oblasti vojenské a technické turistiky za cílem provázání služeb a produktů. ➤ Nastavit systém získávání zpětné vazby od návštěvníků. ➤ Poskytovat provozovatelům turistických cílů zaměřených na technickou nebo vojenskou turistiku marketingovou podporu. ➤ Iniciovat vznik nových naučných stezek cílených na návštěvníky se zájmem o vojenskou a technickou turistiku (viz 1.1.3) – zaměřit se např. na historii těžby černého uhlí, zvážit NS na téma demarkační linie.	DS Rokycansko , soukromý sektor, veřejný sektor	Dle jednotlivých záměrů
1.4.2	Podporovat a propagovat turistické cíle atraktivní pro návštěvníky se zájmem o historii a sakrální turistiku.	➤ Spolupracovat s provozovateli historických památek, poskytovat jim podporu formou marketingové propagace, cílené na vhodné návštěvnícké skupiny. ➤ Využít potenciálu odkazu a legendy sv. Jana Nepomuckého v rozvoji cestovního ruchu. ➤ Zmapovat potenciál sakrální turistiky na území Rokycanska-Horažďovicka, zaměřit se i na méně známé cíle - např. na architektonická díla Jana Blažeje Santiniho nebo na židovské památky. ➤ Využít potenciálu skanzenu a zámku v Chanovicích jako ukázky lidové architektury a řemesel	DS Rokycansko , soukromý sektor, veřejný sektor	Dle jednotlivých záměrů
1.4.3	Dlouhodobě podporovat společenské akce a festivaly na Rokycansku-Horažďovicku.	➤ Zajistit pro pořadatele společenských a kulturních akcí jednotnou komunikační platformu pro sdílení informací o pořádaných akcích na území Rokycanska-Horažďovicka za cílem zlepšení koordinace. ➤ Komunikovat s pořadateli společenských akcí, zastupovat zájmy turistického ruchu (klást důraz např. rozproštění akcí napříč sezonou nebo vhodný marketing, nastavit akce tak, aby byly vhodné pro místní i návštěvníky)	DS Rokycansko , soukromý sektor, veřejný sektor, obce	Dle jednotlivých záměrů

Opatření pro Strategický cíl 1



Zkvalitnit nabídku služeb cestovního ruchu a optimalizovat infrastrukturu

Priorita 1.4 – Rozšířit nabídku cestovního ruchu v oblasti

Č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
1.4.4	Podporovat a propagovat gastronomické podniky a akce v regionu.	➤ Nabídnout spolupráci provozovatelům restaurací a dalších podniků poskytujících služby v oblasti gastronomie, které mají potenciál z pohledu cestovního ruchu. ➤ Zmapovat potenciál rozvoje Rokycanska-Horažďovicka v oblasti gastronomicky zaměřených akcí, festivalů. ➤ Zmapovat potenciál rozvoje Rokycanska-Horažďovicka v oblasti lokálních produktů, pokrmů, potravin.	DS Rokycansko , soukromý sektor	Dle jednotlivých záměrů

Opatření pro Strategický cíl 1



Zkvalitnit nabídku služeb cestovního ruchu a optimalizovat infrastrukturu

Strategický cíl 1 je v rámci Strategie měřen následujícími indikátory.

Indikátory pro měření strategického cíle na základě iniciace ze strany DS Rokycansko		do roku 2026	do roku 2029	do roku 2032	Zdroj pro měření
Počet realizovaných projektů zaměřených na minimalizaci negativních dopadů turismu		3	6	9	Evidence destinační společnosti
Počet realizovaných projektů zaměřených na zlepšení veřejné dopravy		2	4	6	Evidence destinační společnosti
Počet dalších realizovaných projektů, kde dochází ke zkvalitnění infrastruktury pro cestovní ruch		4	8	12	Evidence destinační společnosti
Počet nově vybudovaných nebo modernizovaných naučných nebo tematických stezek (včetně příslušné infrastruktury)		4	8	12	Evidence destinační společnosti
Délka nově vybudovaných nebo komplexně zrekonstruovaných cyklostezek (v kilometrech)		20 km	40 km	60 km	Evidence destinační společnosti



Strategický cíl 2

Nastavit dlouhodobě udržitelný efektivní systém řízení a podpory cestovního ruchu, kooperaci všech zúčastněných subjektů

Opatření pro Strategický cíl 2



**Nastavit dlouhodobě udržitelný efektivní systém řízení
a podpory cestovního ruchu, kooperaci všech subjektů**

Priorita 2.1 – Rozšiřovat členskou základnu destinační společnosti a aktivně komunikovat se členy a partnery

Cíle a záměry opatření

- Zefektivnit spolupráci a koordinaci cestovního ruchu na sledovaném území
- Zapojit a využít spolupráci s klíčovými členy a partnery
- Připravit podmínky pro efektivní rozvoj turistické oblasti

Nástroje

- Stanovy organizace Destinační společnost Rokycansko
- Legislativní nástroje

Strategie opatření

Moderní řízení cestovního ruchu se v dnešní době neobejde bez **kvalitní a efektivní spolupráce všech zainteresovaných subjektů**. Destinační společnost Rokycansko, z.s., je relativně nový spolek, který byl založen v prosinci roku 2023. Profesní skupina Spolku byla ustanovena až během roku 2024. Spolek by se proto nyní měl **soustředit na rozšiřování své členské základny**. Výchozím předpokladem je získat k dlouhodobě funkční spolupráci **subjekty všech typů, které jsou zapojeny do rozvoje cestovního ruchu v turistické oblasti (veřejné, neziskové i soukromé subjekty)** a nabídnout jim důstojné zapojení do rozhodovacích procesů. Cílem této změny by mělo být zapojení všech relevantních členů na principu 3K (koordinace, komunikace, kooperace) a posílení financování destinační spolupráce. Sekundárním cílem je efektivní spolupráce s dalšími relevantními subjekty na sdílené agendě, např. marketing a **sběr údajů o cestovním ruchu**. Mimo to by destinační společnost měla podílet **metodickém vedení turistických informačních center** v turistické oblasti, napomáhat jim při jejich činnosti a podporovat jejich vzájemnou spolupráci.

Destinační společnost je institucionálně ukotvena takovým způsobem, že umožňuje **aktivní rozšiřování členské základny a prohlubování destinační spolupráce**. Vzhledem k **novému širšímu územnímu vymezení oblasti je velmi důležité aktivně usilovat o získání nových členů** z území, kde doposud není aktivita destinační společnosti plnohodnotně vykonávána.

Důležitou součástí je efektivní **spolupráce všech členů, která je podpořena pravidelným setkáváním členů**, kde mohou být diskutována aktuální témata i dlouhodobý koncepční rozvoj cestovního ruchu v turistické oblasti Rokycansko.

Opatření pro Strategický cíl 2



**Nastavit dlouhodobě udržitelný efektivní systém řízení
a podpory cestovního ruchu, kooperaci všech subjektů**

Priorita 2.1 – Rozšiřovat členskou základnu destinační společnosti a aktivně komunikovat se členy a partnery

Č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
2.1.1	Rozšiřovat členskou základnu destinační společnosti o nové členy a nabídnout jim možnost aktivního zapojení do činnosti destinační společnosti	➤ Atraktivně prezentovat potenciálním členům činnost destinační společnosti a výhody jejich zapojení do činnosti destinační společnosti. ➤ Komunikovat s potenciálními členy fyzicky prostřednictvím schůzek i online – např. prostřednictvím newsletteru, webových stránek apod. ➤ Zaměřit se zejména na získávání nových členů z oblastí, kde destinační společnost prozatím plnohodnotně nepůsobí (i v souvislosti s novým Územním vymezením oblasti)	Destinační společnost, členové destinační společnosti, partneři, potenciální členové	Cca 50 tis. ročně
2.1.2	Aktivně spolupracovat se členskou základnou, pravidelně se členy komunikovat a podporovat vzájemná setkávání	➤ Předávat členům informace o novinkách, aktivitách a plánech destinační společnosti. ➤ Nabídnout členům možnost zapojení do rozvojových aktivit a projektů a podpořit tak vzájemnou spolupráci. ➤ Nejméně 1x ročně organizovat setkání členské základny pro společnou diskuzi o aktuálních problémech i dlouhodobém rozvoji destinační spolupráce. ➤ Organizovat další vzájemná setkávání členů, a to jak formálních (semináře, workshopy, školení), tak neformálních (pracovní obědy, společenské akce). ➤ Sbírat zpětnou vazbu členů, vyhodnocovat ji a zlepšovat tak činnost organizace.	Destinační společnost, členové, partneři, odborná veřejnost	Cca 100 tis. ročně
2.1.3	Koordinovat na metodické úrovni informační centra v oblasti, organizovat jejich pravidelná setkávání a podporovat spolupráci	➤ Napomoci se stanovením standardů poskytovaných služeb, poskytovat informace a pomáhat školit pracovníky TIC v celé turistické oblasti. ➤ Pořádat pravidelná setkání pracovníků TIC v rámci turistické oblasti, při kterých budou moci navzájem sdílet zkušenosti, osvědčené postupy a novinky.	Destinační společnost, města a obce, Plzeňský kraj, turistická informační centra	Cca 100 tis. ročně

Opatření pro Strategický cíl 2



Nastavit dlouhodobě udržitelný efektivní systém řízení a podpory cestovního ruchu, kooperaci všech subjektů

Priorita 2.2 – Nastavit efektivní způsob financování destinační společnosti a destinační spolupráce

Cíle a záměry opatření

- Nastavit dlouhodobě funkční systém financování destinační společnosti a destinační spolupráce
- Nastavit fungující systém mimořádných a projektových členských příspěvků
- Navýšit efektivitu využívání dotačních prostředků pro rozvoj cestovního ruchu
- Navýšit výsledek vlastní hospodářské činnosti

Nástroje

- Rozpočet turistické oblasti Rokycansko-Horažďovicko
- Rozpočet Plzeňského kraje
- Členské příspěvky
- Národní dotační programy, evropské strukturální a investiční fondy

Strategie opatření

Destinační společnost Rokycansko má aktuálně zajištěné financování z členských příspěvků jednotlivých členů, a to zejména díky velkorysému přístupu Plzeňského kraje. Z dlouhodobého pohledu je jisté vhodné nastavit takový systém financování, který nebude významně závislý na jednom konkrétním členovi, což zajistí spolku vyšší stabilitu financování.

Cílem destinační společnosti by mělo být rozšíření možnosti využívání projektových a mimořádných členských příspěvků, Destinační společnost by měla připravit takové podmínky, aby motivovala členy k využití této možnosti.

Destinační společnost by se také měla zaměřit na zvyšování významu vlastní hospodářské činnosti na generování finančních zdrojů.

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
2.2.1	Nastavit pravidla fungování mimořádných a projektových členských příspěvků a tím posílit financování činnosti destinační společnosti	➤ Nastavit pravidla výběru mimořádných a projektových členských příspěvků od jednotlivých členů, připravit relevantní nabídku pro členy municipální, destinační i profesní členské skupiny. ➤ Motivovat členy k poskytování mimořádných a projektových příspěvků (např. spolupráce na relevantních projektech, nadstandardní podmínky v oblasti propagace...) ➤ Pravidelně prezentovat výsledky, kde byly mimořádné a projektové příspěvky využity.	Destinační společnost, členové destinační společnosti	Bez přímých nákladů

Opatření pro Strategický cíl 2



**Nastavit dlouhodobě udržitelný efektivní systém řízení
a podpory cestovního ruchu, kooperaci všech subjektů**

Priorita 2.2 – Nastavit efektivní způsob financování destinační společnosti a destinační spolupráce

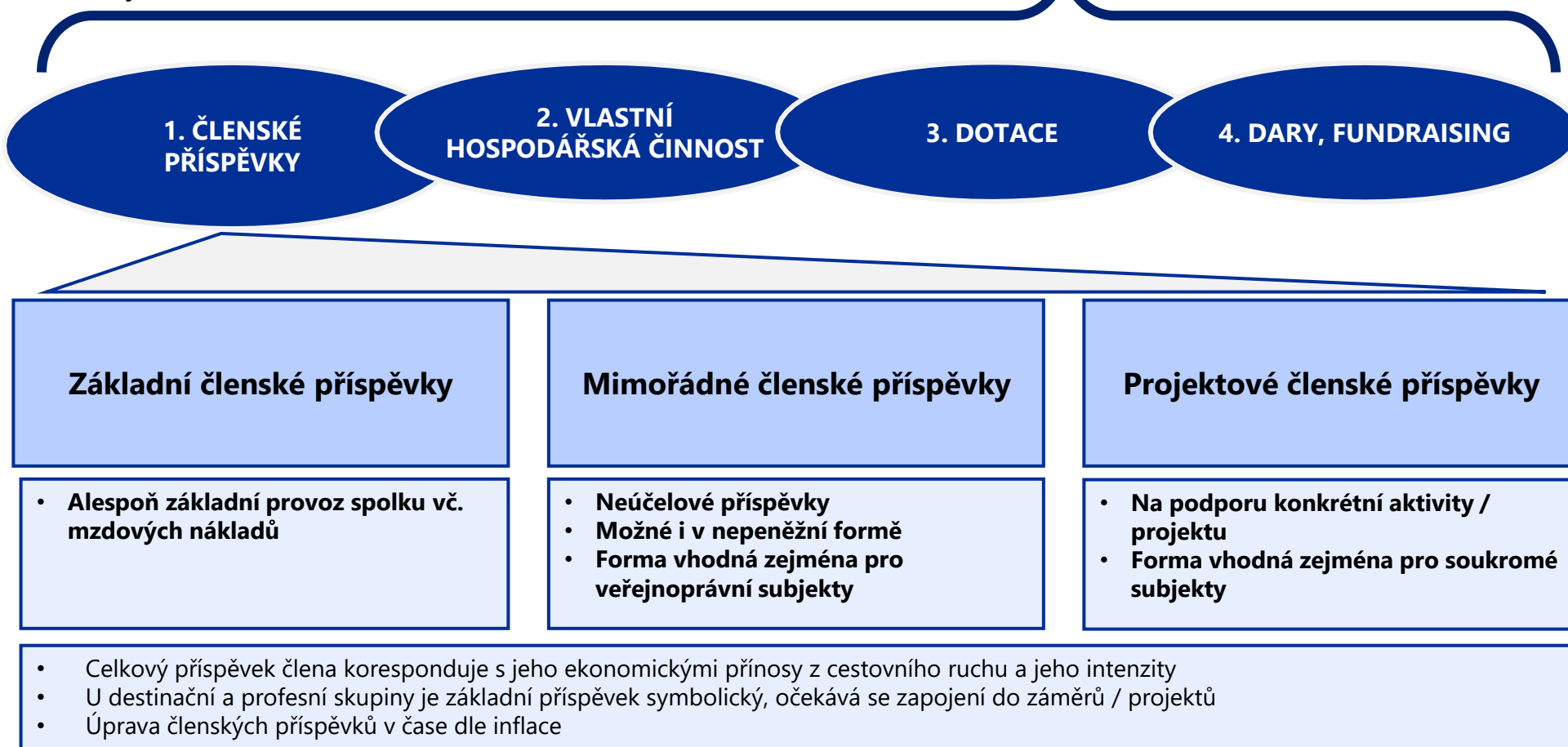
č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
2.2.2	Zvýšit význam výsledků vlastní hospodářské činnosti na financování činnosti destinační společnosti	Definovat možnosti a nastavit podmínky pro získávání finančních prostředků z vlastní činnosti, např.: ➤ Prodej merchandisingu, suvenýrů a jiného relevantního zboží. ➤ Marketingové a propagační služby – pro organizace v turistické oblasti. ➤ Organizace společenských akcí – farmářské trhy, kulturní akce apod. ➤ Prodej turistických produktů – balíčky (v dlouhodobém horizontu)	Destinační společnost, informační centra provozovatelé atraktivit, poskytovatelé služeb	Dle jednotlivých záměrů
2.2.3	Zaměřit se na zvýšení efektivity využíváním dotačních prostředků pro rozvoj cestovního ruchu a destinační spolupráce, aktivně dotační programy vyhledávat	➤ Aktivně vyhledávat dotační tituly a možnosti jejich čerpání pro oblast cestovního ruchu (např. zkvalitnění a dobudování infrastruktury, ekologie a udržitelnost apod.). ➤ O dotační programy aktivně žádat, pokud není DMO možným příjemcem dotace, pak o nich informovat příslušné členy DMO. ➤ Pravidelně hodnotit přínos jednotlivých aktivit k naplňování cílů.	Destinační společnost, členové destinační společnosti, partneři destinační společnosti	Bez přímých nákladů

Financování a systém členských příspěvků v oblastní DMO

Schéma na tomto slidu uvádí příklad, jak nastavit vícezdrojové financování oblastní DMO, tak aby došlo ke stabilnímu a udržitelnému finančnímu zdraví organizace.

MINIMÁLNĚ 4 - 6 MILIONŮ KČ ROČNĚ

Vícezdrojové financování:



Priorita 2.3 – Prohloubit destinační spolupráci na základě využívání dat o cestovním ruchu a koordinace aktivit

Cíle a záměry opatření

- Společné využívání dat o cestovním ruchu ke stanovení cílů a strategií pro rozvoj turistické oblasti
- Sběr důležitých informací o cestovním ruchu v turistické oblasti
- Využívat data k rozhodování v rámci činnosti destinační společnosti
- Sdílet náklady na šetření, sběr dat a monitoring
- Nabízet tato data svým členům jako benefit členství v DMO

Nástroje

- Rozpočet turistické oblasti, soukromé investice
- Rozpočet Plzeňského kraje
- Datové banky, statistická šetření
- Spolupráce, sdílení a transparentnost mezi partnery
- Sdílené výzkumy

Strategie opatření

Prohloubení destinační spolupráce na základě **využití dat o cestovním ruchu a koordinace aktivit** může přispět k efektivnějšímu využití zdrojů, zvýšení konkurenceschopnosti destinace a zlepšení celkového cestovního zážitku pro návštěvníky. Je důležité, aby subjekty působící v cestovním ruchu vzájemně spolupracovaly a sdílely informace s cílem dosáhnout synergických efektů a společných cílů pro rozvoj turistické oblasti.

Destinační společnost by měla svá **rozhodnutí opírat o relevantní podklady a data**. Data o cestovním ruchu v turistické oblasti by měla destinační společnost sbírat **z veřejných i neveřejných zdrojů, třídit je a vyhodnocovat v souvislostech**. Na základě takto sesbíraných dat by měla destinační společnost provádět kvalifikovaná rozhodnutí a tím dlouhodobě rozvíjet cestovní ruch a destinační spolupráci.

Destinační společnost by měla **úzce spolupracovat s Plzeňským krajem, s dalšími subjekty**, které se zabývají destinačním managementem a s destinačními společnostmi ze sousedních turistických oblastí. S těmito subjekty je nutno koordinovat společné projekty a aktivity a sdílet zkušenosti z praxe.

Destinační společnost by měla v rámci tohoto opatření **vytvořit systém pro ukládání dat o cestovním ruchu** v oblasti, kraji... Ten by následně bylo vhodné **sdílet se zainteresovanými členy**. Zároveň by také měla **vytvořit vlastní databázi kapacit ubytovatelů**, do které budou zahrnuty všechny obce na území turistické oblasti. Tato databáze následně může sloužit např. pro výpočet členských příspěvků municipálních členů destinační společnosti.

Mimo to by bylo vhodné, aby si destinační společnost nastavila **plán dlouhodobého personálního rozvoje**, který napomůže destinační společnosti reagovat na měnící se výzvy a požadavky v cestovním ruchu.

Opatření pro Strategický cíl 2



**Nastavit dlouhodobě udržitelný efektivní systém řízení
a podpory cestovního ruchu, kooperaci všech subjektů**

Priorita 2.3 – Prohloubit destinační spolupráci na základě využívání dat o cestovním ruchu a koordinace aktivit

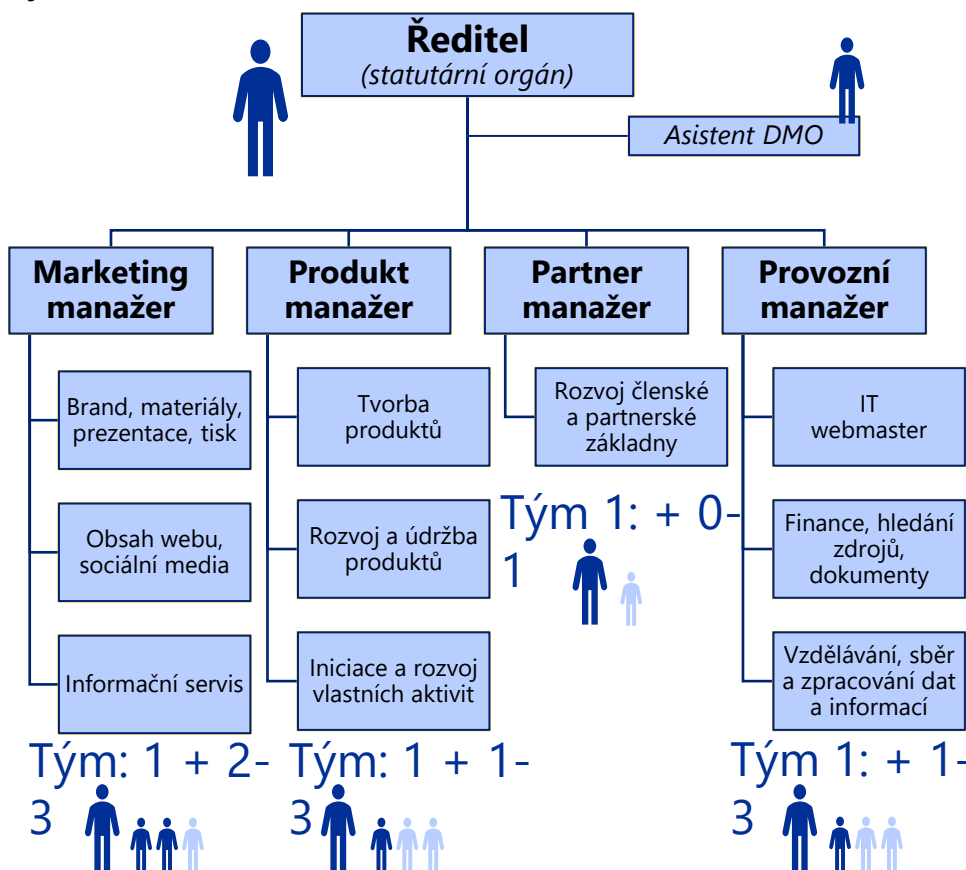
Č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
2.3.1	Vytvořit systém sběru a ukládání dat o cestovním ruchu na území oblasti, využívat tato data při činnosti a rozhodování v rámci destinační společnosti a dále nabízet tato data obcím, kraji apod.	➤ Průběžně monitorovat možnosti sběru primárních dat (pozorování, sčítače pohybu, sekundární data pohybu SIM karet mobilních operátorů,...) a volně dostupné či placené zdroje sekundárních dat (ČSÚ). ➤ Definovat cíle měření a interpretaci výsledků. ➤ Prezentovat pravidelně výsledky svým členům např. formou newsletteru. ➤ Sdílet data mezi svými členy a partnery pro kvalitní manažerská rozhodnutí jak v samotné organizaci, tak na území turistické oblasti Rokycansko. ➤ Využívat relevantní data o cestovním ruchu pro kvalifikovaná rozhodnutí destinační společnosti	Destinační společnost, města a obce, odborná veřejnost, ČSÚ, další vlastníci dat, členové destinační společnosti, partneři	Dle jednotlivých záměrů
2.3.2	Vytvořit databázi kapacit ubytovatelů v turistické oblasti Rokycansko-Horažďovicko a začít ji využívat	➤ Definovat požadované údaje obsažené v databázi a stanovit technologii pro vytvoření databáze. ➤ S pomocí členů a partnerů shromáždit požadované informace a naplnit databázi. ➤ Začít databázi aktivně využívat při činnosti destinační společnosti. ➤ Databázi pravidelně aktualizovat.	Destinační společnost, poskytovatelé služeb	Cca 100 tis. Kč
2.3.3	Nastavit plán dlouhodobého personálního rozvoje destinační společnosti	➤ Vytvořit strategii dlouhodobého personálního rozvoje destinační společnosti a díky ní zajistit dostatečný počet kvalifikovaného, motivovaného a správně proškoleného personálu, který bude schopný reagovat na měnící se výzvy a požadavky v cestovním ruchu.	Destinační společnost, Plzeňský kraj, členové destinační společnosti	Bez přímých nákladů

Opatření pro Strategický cíl 2

Nastavit dlouhodobě udržitelný efektivní systém řízení
a podpory cestovního ruchu, kooperaci všech subjektů

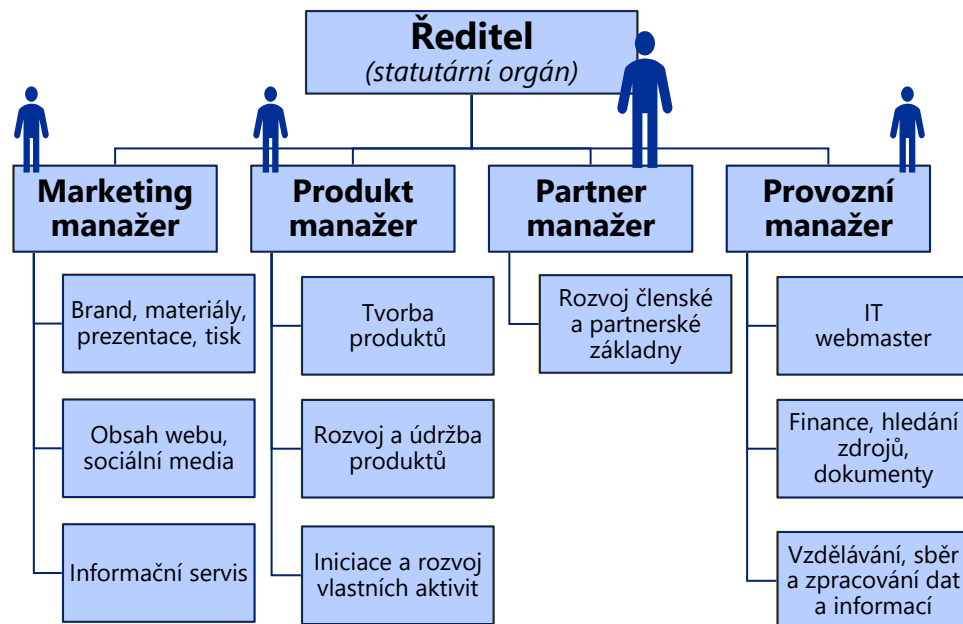
Optimální struktura dlouhodobě plnohodnotně fungující oblastní DMO

V oblastní DMO, která dlouhodobě plnohodnotně vykonává veškeré aktivity pro rozvoj cestovního ruchu v dané oblasti je zaměstnáno 10–15 osob na plný roční pracovní úvazek v závislosti na velikosti a výkonnosti turistické oblasti.



Minimální struktura funkční oblastní DMO

V oblastní DMO, která vykonává nejdůležitější aktivity pro rozvoj cestovního ruchu v dané oblasti nebo DMO, která je v procesu ustanovování, je zaměstnáno minimálně 4–5 osob na plný roční pracovní úvazek v závislosti na velikosti a výkonnosti oblasti.



V této minimalistické variantě se v zásadě jedná o obsazení role ředitele destinační agentury (který zároveň zastává roli manažera pro rozvoj partnerské a členské základny), zaměstnance zabývajícího se primárně marketingem, zaměstnance zabývajícího se primárně produktovým portfoliem a zaměstnanec zabývající se provozem, IT, daty, financemi....) Při nižším personálním zajištění není reálné zajistit všechny nezbytné aktivity v očekávaném rozsahu.

Opatření pro Strategický cíl 2



**Nastavit dlouhodobě udržitelný efektivní systém řízení
a podpory cestovního ruchu, kooperaci všech subjektů**

Strategický cíl 2 je v rámci Strategie měřen následujícími indikátory.

Indikátory pro měření strategického cíle	Výchozí hodnota (2024)	do roku 2026	do roku 2029	do roku 2032	Zdroj pro měření
Celkový počet členů spolku ze soukromého a neziskového sektoru		50	100	150	Evidence destinační společnosti
Počet setkání všech partnerů destinační společnosti, kde bude možné řešit problémy s rozvojem cestovního ruchu		Každý rok alespoň 2 setkání			Evidence destinační společnosti
Procento mimořádných a projektových členských příspěvků ze všech příspěvků (s výjimkou příspěvků Plzeňského kraje)		10 %	20 %	30%	Evidence destinační společnosti
Nastavit systém sběru dat o cestovním ruchu v turistické oblasti		Nastaven systém sběru dat	Nastaven systém využívání a sdílení dat		Evidence destinační společnosti
Organizovat pravidelná setkávání turistických informačních center		Každý rok alespoň 2 setkání			Evidence destinační společnosti



Strategický cíl 3

Rozvíjet principy destinačního marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu na Rokycansku-Horažďovicku

Opatření pro Strategický cíl 3

Rozvíjet principy destinačního marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu na Rokycansku-Horažďovicku



Priorita 3.1 – Podporovat vznik a rozvoj produktů cestovního ruchu

Cíle a záměry opatření

- Definovat nabídku produktů cestovního ruchu pro různé cílové skupiny
- Vytvářet nové atraktivní produkty cestovního ruchu
- Udržovat portfolio produktů cestovního ruchu aktuální
- Nastavit jasnou a efektivní komunikaci směrem k návštěvníkům

Nástroje

- Analýza klíčových témat a produktů
- Rozpočet DS Rokycansko

Strategie opatření

Tento strategický cíl se zaměřuje na **vytvoření silného a atraktivního portfolia turistických produktů**, které podpoří návštěvnost oblasti Rokycansko-Horažďovicko, zajistí její **konkurenceschopnost a přinesou benefity pro místní obyvatele i podnikatele**. Důraz je kladen na inovativní přístup k rozvoji produktů, zapojení jedinečných atraktivit regionu a **efektivní spolupráci mezi jednotlivými aktéry**.

Je nezbytné vytvořit diverzifikované portfolio produktů, které zohlední unikátní charakteristiky regionu, jako je paleontologie, vojenská historie, cykloturistika nebo vodní turistika. Tyto produkty budou **zaměřeny na různé cílové skupiny**, které jsou definovány prostřednictvím archetypální segmentace návštěvníků. Propojení přírodních, kulturních a historických atraktivit umožní vznik tematických balíčků, které budou přitažlivé pro širší spektrum návštěvníků. Zároveň bude kladen důraz na **zapojení místních obcí, podnikatelů, organizací a komunit do tvorby produktů**, čímž se podpoří jejich udržitelnost a přínos pro region.

Je kladen důraz na spolupráci s okolními regiony, jako je Plzeňsko, Berounsko či Šumava a na vznik nových produktů s nadregionálním dosahem. Další prioritou je také zaměření na méně navštěvované atraktivity a cíle, rozvoj cestovního ruchu v méně exponovaných oblastech a provázání produktů cestovního ruchu napříč celým územím oblasti.

Součástí tohoto strategického cíle je také **návrh možných produktů cestovního ruchu** pro Rokycansko-Horažďovicko.

Celkově tato opatření podpoří vytvoření ucelené a atraktivní nabídky cestovního ruchu, která bude reflektovat jedinečnost Rokycanska-Horažďovicka, zapojí místní aktéry a **zajistí růst návštěvnosti i mimo hlavní sezónu**. Strategický přístup k rozvoji produktů zajistí vyšší spokojenost návštěvníků, posílí ekonomiku regionu a podpoří jeho dlouhodobou udržitelnost.

Opatření pro Strategický cíl 3



Rozvíjet principy destinačního marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu na Rokycansku-Horažďovicku

Priorita 3.1 – Podporovat vznik a rozvoj produktů cestovního ruchu

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
3.1.1	Vytvořit portfolio produktů cestovního ruchu pro oblast Rokycansko-Horažďovicko.	➤ Identifikovat unikátní atraktivity regionu a zapojit je do nových produktů cestovního ruchu. ➤ Vytvořit tematické balíčky zaměřené na přírodní, kulturní a historické atraktivity (např. historie, paleontologie, vojenská historie, cykloturistika...). ➤ Spolupracovat s obcemi, podnikateli a místní komunitou na tvorbě produktů.	DS Rokycansko, místní obce, podnikatelé v cestovním ruchu.	100 000 – 200 000 Kč
3.1.2	Spolupracovat na vzniku nových produktů s dalšími turistickými oblastmi, podporovat produkty překračující hranice oblasti.	➤ Koordinovat tematické produkty ve spolupráci s okolními regiony (např. Plzeňskem, Berounskem, Šumavou). ➤ Podporovat projekty překračující hranice regionu (např. vodácké trasy na Berounce a Otavě, tematické naučné stezky...). ➤ Sdílet zkušenosti mezi destinačními společnostmi a rozvíjet společné marketingové aktivity.	DS Rokycansko, sousední turistické oblasti, regionální DMO.	Dle jednotlivých záměrů
3.1.3	Rozšiřovat produkty cestovního ruchu do oblastí s nižší úrovní destinační spolupráce.	➤ Mapovat méně frekventované části regionu a využívat jejich potenciál pro turistický rozvoj. ➤ Tvořit atraktivní nabídky zaměřené na tato území, včetně podpory doprovodné infrastruktury. ➤ Propagovat méně známé lokality prostřednictvím marketingových kampaní a spolupracovat s místními komunitami.	DS Rokycansko, obce z oblastí s nižší úrovní destinační spolupráce	V rámci stávajícího rozpočtu
3.1.4	Koordinovat, udržovat a rozvíjet produktové portfolio – nefungující produkty eliminovat a neustále hledat potenciál pro tvorbu nových.	➤ Pravidelně aktualizovat produktové portfolio na základě zpětné vazby od návštěvníků. ➤ Eliminovat neúspěšné produkty a hledat příležitosti pro rozvoj nových témat a aktivit. ➤ Spolupracovat s podnikateli a obcemi na dlouhodobém plánování a zvyšování kvality produktů cestovního ruchu.	DS Rokycansko, poskytovatelé služeb, obce	V rámci stávajícího rozpočtu

Opatření pro Strategický cíl 3



Rozvíjet principy destinačního marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu na Rokycansku-Horažďovicku

Priorita 3.1 – Podporovat vznik a rozvoj produktů cestovního ruchu

Příklady možných produktů cestovního ruchu v turistické oblasti Rokycansko

Po stopách trilobitů

Za vojenskou historií

Vodní dobrodružství
na Berounce a Otavě

Cesta za příběhy hradů
a zámků

Po stopách sv. Jana
Nepomuckého

V této části jsou navržena **možná základní témata produktů cestovního ruchu**, která vycházejí z analýzy potenciálu turistické oblasti Rokycansko-Horažďovicko a které mohou sloužit jako inspirace při tvorbě portfolia produktu cestovního ruchu. Při navrhování systému produktů byly vzaty v potaz **základní konkurenční výhody** sledované oblasti, kterými jsou například příroda v CHKO Křivoklátsko a CHKO Brdy, vhodné podmínky pro různé druhy cykloturismu, unikátní geologický a paleontologický charakter oblasti a řeky Berounka a Otava. Jakýkoliv produkt je však nutno formovat i komunikovat s důrazem na udržitelnost a zachování neponíčené přírody.

Základem navržených produktů je **orientace na zážitek** a jejich obchodní zaměření umožňující jejich rozvoj na základě principů destinační spolupráce. Systém produktů byl vytvořen s využitím metodického postupu agentury CzechTourism „Manuál tvorby produktu cestovního ruchu“*.

Produkty je potřeba **vytvářet pro definované cílové skupiny**. Důležitou roli zde tedy hraje segmentace klientely, tzn. vhodná nabídka pro konkrétní cílovou skupinu. Z důvodu budování pozitivní image destinace a její konkurenceschopnosti je tedy nutné neustále zjišťovat požadavky a přání návštěvníků a průběžně připravovat nové produkty, které budou tyto požadavky akcentovat. K tomu doporučujeme využívat např. **archetypální segmentaci** (viz Analytická část této Strategie).

Zdroj: CzechTourism. Manuál tvorby produktu cestovního ruchu - <https://www.czechtourism.cz/cs-CZ/11329ec8-e09d-478b-8733-5824b0cefd65/page/metodicke-dokumenty-a-prilohy>

Opatření pro Strategický cíl 3



Rozvíjet principy destinačního marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu na Rokycansku-Horažďovicku

Priorita 3.1 – Podporovat vznik a rozvoj produktů cestovního ruchu

Segmentace klientely

Níže je uvedena **charakteristika cílových skupin dle moderní archetypální segmentace klientely**, kterou používá Česká centrála cestovního ruchu – **CzechTourism**. Archetypální segmentace se zakládá na spotřebním **chování, postojích a očekávání** návštěvníka v destinaci, je možné ji využít pro tuzemský i zahraniční cestovní ruch. Napomáhá k poznání cílových skupin, optimalizaci marketingových aktivit a úspoře nákladů.

Pro TO Rokycansko-Horažďovicko byl vytipován jeden hlavní segment dle archetypální segmentace turistické populace, na který by se měla nabídka v DMO nejméně soustředit. Tímto segmentem jsou **Poutníci**, kteří cestují za poznáním místní přírody, kultury, tradic obyvatel a lokálních jídel. TOP segment doplňují **Dobrodruzi**, kteří ocení přírodu a aktivní trávení volného času různými druhy sportu, například adrenalinové cyklistiky a **Požitkáři**, kteří si užijí potenciální nabídku lokální gastronomie a ubytování vyšší kategorie, pro rozvoj návštěvnosti těchto cílových skupin je však nezbytné podporovat rozvoj potřebné infrastruktury – např. adrenalinové sporty, terénní cyklistika, resp. kvalitní ubytování a gastronomie, wellness...

	Kdo jsme?	Důvody k cestování	Bariéry v cestování	Způsob cestování	Destinace a zdroj informací
1) Poutníci TOP segment	Jsmo častěji muži . Lidé ve věku 45-64 let . Jsou mezi námi spíše vysokoškoláci a lidé žijící ve velkých městech , často jsou mezi námi i senioři . Mnohdy máme pocit, že máme dostatek peněz , často finančně podporujeme potřebné . Rádi čteme knihy , navštěvujeme muzea a výstavy . Volný čas rádi trávíme o samotě .	Cestujeme, abychom poznali místní kulturu, tradice obyvatel, jejich výrobky a lokální potraviny . Rádi poznáváme místní architekturu a památky .	Velký důraz klademe na dodržování lidských práv a toleranci .	Často cestujeme na delší vzdálenosti . Když už se někam vydáme, tak tam strávíme déle než dva týdny. Častěji cestujeme sami .	Přitahuje nás zejména vzdálené destinace, při cestování po Česku destinace, které mají kulturní či duchovní odkaz . Inspiraci a informace čerpáme především z dokumentů .

Opatření pro Strategický cíl 3



Rozvíjet principy destinačního marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu na Rokycansku-Horažďovicku

Priorita 3.1 – Podporovat vznik a rozvoj produktů cestovního ruchu

Segmentace klientely

	Kdo jsme?	Důvody k cestování	Bariéry v cestování	Způsob cestování	Destinace a zdroj informací
2) Dobrodruzi	Jsme častěji muži . Jsme lidé nejrůznějšího věku . V porovnání s ostatními segmenty jsme častěji solidně zajištěni . Často aktivně sportujeme , rádi chodíme na výlety , máme rádi vysokohorskou turistiku , rádi chodíme do kina a účastníme se kulturních událostí .	Vyhledáváme především nevšední a exotické destinace . Cestujeme, abychom objevovali neobjevené, poznali nepoznané. Lákají nás i hory a vysokohorská turistika . Civilizaci se nicméně nevyhýbáme.	Od cestování nás nic neodrazuje . Jakákoliv skutečnost, kterou by ostatní mohli vnímat jako bariéru anebo komplikaci, vnímáme jako výzvu a součást cesty .	Trasu naší cesty máme dopředu promyšlenou. Víme, co chceme navštívit a kam se chceme podívat . Dopředu máme i vytipované anebo dokonce zarezervované ubytování. Služby tuzemských cestovních kanceláří vesměs nevyužíváme .	Cestováním si plníme své sny . Z destinací nás nejvíce lákají exotické destinace. Cestujeme často i po Evropě a Česku. Informace o destinacích získáváme na internetu , z filmů a seriálů.
3) Požitkáři	Jsme častěji ženy a lidé ve věku 35-64 let . Je pro nás důležité, aby nás naše práce bavila a přinášela nám uspokojení . Rádi pracujeme na zahradě a čteme časopisy . Rádi si hrajeme s dětmi a milujeme pasivní odpočinek - nicnedělání .	Během cestování chceme navštívit zajímavou krajinu a obecně rádi využíváme možnost poznávat přírodu . Na dovolené rádi využíváme luxusní služby a dopřáváme si kvalitní ubytování . Rádi poznáváme místní pochoutky a kvalitní a zajímavou gastronomii. Rádi trávíme čas v lázních a wellness .	Od cestování nás odrazuje obtížná dostupnost , Destinace, kde hrozí, že budeme okradeni, a místa, kde je špína , nás nelákají. Nemáme rádi ani destinace s extrémními teplotami .	Cestujeme na různě dlouhé výlety. Podnikáme jednodenní cesty , ale účastníme se i víkendových pobytů anebo týdenních až dvoutýdenních cest . Většinou využíváme služeb cestovní kanceláře a kupujeme si pobyt včetně dílčích výletů. Přespáváme mezinárodních anebo místních hotelech. Cestujeme s rodinou, dětmi, vnoučaty a přáteli.	Nejčastěji cestujeme do střední a západní Evropy a Severní Ameriky . Často také cestujeme po vlasti. Informace o destinacích získáváme z časopisů a novin , z nabídky cestovních kanceláří a propagačních materiálů.

Opatření pro Strategický cíl 3

Rozvíjet principy destinačního marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu na Rokycansku-Horažďovicku



Priorita 3.1 – Podporovat vznik a rozvoj produktů cestovního ruchu

Segmentace klientely

	Kdo jsme?	Důvody k cestování	Bariéry v cestování	Způsob cestování	Destinace a zdroj informací
4) Rekreatanti	Jsme častěji ženy a mladí ve věku 18 - 34 let . Máme spíše nižší vzdělání. Jsou mezi námi často studenti . V práci jsou pro nás nejdůležitější peníze . Raději si peníze půjčíme , než abychom spořili. Rádi trávíme čas nakupováním . Volný čas trávíme s oblibou sledováním televize, surfováním na internetu a posezením s přáteli a rodinou .	Účelem naší dovolené je dostat se k vodě – k moři, k jezerům či do hor do zařízení s bazény a wellness . Čas dovolené trávíme na plážích, koupáním, relaxem . Na našich cestách se také snažíme levně nakupovat.	U některých destinací nás odrazuje, že místní nemluví naším rodným jazykem nebo alespoň anglicky .	Na dovolenou jezdíme častěji na prodloužené víkendy , ale i déle. Nejčastěji si koupíme dopředu celý zájezd od cestovní kanceláře . Výlety si ale vesměs organizujeme sami . Cestujeme často s partnerem. Bydlíme nejčastěji v rezortu / hotelu nebo v kvalitním penzionu.	Nejoblíbenější destinací je pro nás klidná lokace u vody, na horách , ideálně u moře. Tipy na dovolenou získáváme nejčastěji od známých , ale také třeba z medií .
5) Pařmeni	Jsme častěji muži . Jsme lidé nejrůznějšího věku . V porovnání s ostatními segmenty jsme častěji solidně zajištěni . Často aktivně sportujeme , rádi chodíme na výlety , máme rádi vysokohorskou turistiku , rádi chodíme do kina a účastníme se kulturních událostí .	Vyhledáváme především nevšední a exotické destinace . Cestujeme, abychom objevovali neobjevené, poznali nepoznané. Lákají nás i hory a vysokohorská turistika . Civilizaci se nicméně nevyhýbáme.	Od cestování nás nic neodrazuje . Jakákoliv skutečnost, kterou by ostatní mohli vnímat jako bariéru anebo komplikaci, vnímáme jako výzvu a součást cesty .	Trasu naší cesty máme dopředu promyšlenou. Víme, co chceme navštívit a kam se chceme podívat . Dopředu máme i vytipované anebo dokonce zarezervované ubytování. Služby tuzemských cestovních kanceláří vesměs nevyužíváme .	Cestováním si plníme své sny . Z destinací nás nejvíce lákají exotické destinace. Cestujeme často i po Evropě a Česku. Informace o destinacích získáváme na internetu , z filmů a seriálů.

Opatření pro Strategický cíl 3

Rozvíjet principy destinačního marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu na Rokycansku-Horažďovicku



Priorita 3.1 – Podporovat vznik a rozvoj produktů cestovního ruchu

Název produktu	Po stopách trilobitů
Koordinátor produktu	DS Rokycansko
USP produktu	Jedinečná příležitost objevovat geologické bohatství Rokycanska prostřednictvím naučných tras, které vedou k významným nalezištím trilobitů a dalším přírodním a historickým zajímavostem regionu.
Popis produktu	Produkt propojuje geologicky významné body Rokycanska, jako jsou naleziště trilobitů u Radnic nebo Ejpovická jezera, a obohacuje je o naučné zastávky s informacemi o geologii regionu. Součástí jsou pěší trasy a interaktivní prvky, které umožňují návštěvníkům získat hlubší povědomí o přírodním a historickém dědictví oblasti. Produkt cílí na rodiny, školy a milovníky geologie, kteří ocení možnost spojit vzdělávací zážitek s aktivním odpočinkem.
Hlavní komponenty (RTB)	Partneři produktu (mezi odvětvová vazba)

Příklady atraktivit:

- Naleziště trilobitů v okolí Radnic a Ejpovic.
- Přírodní rezervace v okolí Ejpovických jezer.
- Tematické expozice o geologickém vývoji v Muzeu Dr. Bohuslava Horáka.
- Kulturní památky jako zámek Zbiroh nebo zřícenina hradu Libštejn.

- Obce a města
- Muzeum Dr. Bohuslava Horáka v Rokycanech.

Přínosy produktu pro návštěvníky

- Spojení aktivního pohybu s poznáváním unikátní geologie, paleontologie a historie regionu.
- Vzdělávací zážitek pro rodiny i individuální návštěvníky.

Hlavní segmenty klientely

- Poutníci

Přínosy produktu pro partnery / destinaci

- Zvýšení návštěvnosti regionu a podpora místních služeb.
- Posílení vnímání Rokycanska-Horažďovicka jako destinace s unikátním geologickým a paleontologickým bohatstvím.
- Propojení místních aktérů v oblasti cestovního ruchu (obce, podnikatelé, kulturní instituce).

Hlavní cílové trhy

- Domácí turisté z Plzně, Prahy a okolních krajů.
- Zahraniční návštěvníci se zájmem o geologii (zejména z Německa a Polska).

Opatření pro Strategický cíl 3

Rozvíjet principy destinačního marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu na Rokycansku-Horažďovicku



Priorita 3.1 – Podporovat vznik a rozvoj produktů cestovního ruchu

Název produktu	Za vojenskou historií		
Koordinátor produktu	DS Rokycansko		
USP produktu	Jedinečná cesta po vojenských památkách Rokycanska-Horažďovicka, propojující historické události s návštěvou klíčových míst, včetně Muzea na demarkační linii.		
Popis produktu	Produkt propojuje významná místa spojená s vojenskou historií Rokycanska-Horažďovicka. Návštěvníci mohou objevovat bohatou minulost regionu prostřednictvím návštěv muzeí, bunkrů a dalších lokalit. Klíčovými body jsou Muzeum na demarkační linii, Muzeum Středních Brd a Atom muzeum Javor 51, kde jsou vystaveny vojenské exponáty a probíhají tematické akce. Součástí produktu jsou naučné stezky, zaměřené na události z období 2. světové války.		
Hlavní komponenty (RTB)		Partneři produktu (mezi odvětvová vazba)	
Příklady atraktivit: ▪ Muzeum na demarkační linii (největší vojenské muzeum v ČR) ▪ Atom muzeum Javor 51 ▪ Muzeum Středních Brd ▪ Zbytky opevnění a bunkrů z období 2. světové války v okolí Rokycan ▪ Tematické akce pořádané Muzeem na demarkační linii		▪ Muzeum na demarkační linii ▪ Atom Muzeum Javor 51 ▪ Muzeum Středních Brd ▪ Obce a města Rokycanska ▪ Místní podnikatelé v oblasti cestovního ruchu (ubytování, restaurace).	
Přínosy produktu pro návštěvníky ▪ Možnost interaktivního poznávání vojenské historie v autentickém prostředí ▪ Spojení historie s aktivním pohybem (pěší výlety, cyklistické trasy) ▪ Unikátní zážitek pro rodiny, školy a nadšence do vojenské historie		Hlavní segmenty klientely ▪ Poutníci ▪ Dobrodruzi	
Přínosy produktu pro partnery / destinaci ▪ Podpora kulturního a vzdělávacího turismu. ▪ Zvýšení návštěvnosti Muzea na demarkační linii, Atom muzea, Muzea Středních Brd a dalších vojenských lokalit. ▪ Rozvoj doprovodných služeb, jako jsou ubytování a gastronomie.		Hlavní cílové trhy ▪ Domácí turisté z Plzeňského kraje, Prahy a okolí ▪ Zahraniční návštěvníci se zájmem o vojenskou historii ▪ Školní exkurze a vzdělávací skupiny	

Opatření pro Strategický cíl 3



Rozvíjet principy destinačního marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu na Rokycansku-Horažďovicku

Priorita 3.1 – Podporovat vznik a rozvoj produktů cestovního ruchu

Název produktu	Vodní dobrodružství na Berounce a Otavě		
Koordinátor produktu	DS Rokycansko		
USP produktu	Pohodové splouvání řek v turistické oblasti – Berounky a Otavy - spojené s objevováním přírodních a kulturních zajímavostí, ideální pro rodiny, skupiny přátel nebo jednotlivce hledající odpočinek v přírodě.		
Popis produktu	Produkt nabízí splouvání řek Berounky a Otavy na kánoích, kajacích či raftech s možností zastávek na atraktivních místech podél toku. Návštěvníci mohou objevovat přírodní krásy a kulturní památky, jako jsou zříceniny hradů nebo přírodní rezervace, a využívat doprovodné služby, jako jsou půjčovny lodí, občerstvení na březích či piknikové zóny. Trasa je přizpůsobena jak začátečníkům, tak zkušenějším vodákům, a umožňuje různé délky plavby.		
Hlavní komponenty (RTB)		Partneři produktu (mezi odvětvová vazba)	
Příklady atraktivit: - Splouvání Berounky / Splouvání Otavy - Zřícenina hradu Libštejn, hrad Rabí, zřícenina hradu Prácheň - Město Horažďovice - Naučná stezka podél Berounky v přírodní rezervaci Zábělá - Přírodní koupání v řece a odpočinkové zóny na březích - Přístaviště s půjčovnami lodí a možností občerstvení		- Půjčovny lodí a vybavení (kajaky, kánoe) - Obce podél Berounky a Otavy - Místní podnikatelé v oblasti gastronomie a ubytování (provozovatelé kempů a tábořišť)	
Přínosy produktu pro návštěvníky		Hlavní segmenty klientely	
- Aktivní trávení času v přírodě - Ideální pro rodiny, skupiny přátel nebo individuální cestovatele hledající relaxaci a zážitek		- Dobrodruzi - Poutníci - Pařmeni	
Přínosy produktu pro partnery / destinaci		Hlavní cílové trhy	
- Zvýšení návštěvnosti regionu a podpora místních služeb (půjčovny, ubytování, gastronomie) - Posílení image Rokycanska-Horažďovicka jako atraktivní destinace pro aktivní turistiku - Rozvoj infrastruktury podél řek podporující udržitelný cestovní ruch		Domácí turisté z Plzně, Prahy a dalších měst v ČR	

Opatření pro Strategický cíl 3

Rozvíjet principy destinačního marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu na Rokycansku-Horažďovicku



Priorita 3.1 – Podporovat vznik a rozvoj produktů cestovního ruchu

Název produktu	Cesta za příběhy hradů a zámků
Koordinátor produktu	DS Rokycansko
USP produktu	Autentický zážitek z objevování historických památek Rokycanska-Horažďovicka s propojením s příběhy a legendami spojenými s hradu a zámky v regionu, dostupný pro pěší turisty i cyklisty.
Popis produktu	Tento produkt nabízí jedinečnou cestu po hradech, zámcích a jejich okolí v Rokycansku-Horažďovicku. Trasa propojuje významné historické památky regionu a umožňuje návštěvníkům objevit jejich příběhy, legendy a architektonickou krásu. Návštěvníci mohou k objevování památek využít značené pěší trasy a cyklostezky, které vedou okolní přírodou.
Hlavní komponenty (RTB)	Partneři produktu (mezi odvětvová vazba)

Příklady atraktivit:

- Hradu zámky a další architektonické památky v oblasti (Zámek Zbiroh, Hrad Libštejn, Zámek Mirošov, Zámek Spálené Poříčí...)
- Pěší stezky přírodou kolem památek.
- Cyklotrasy mezi památkami.
- Spojení s místními příběhy a legendami, například o hradu Libštejn nebo zámku Zbiroh.

- Obce a města
- Jednotlivé atraktivity
- Půjčovny kol
- Místní podnikatelé (ubytování a gastronomie).

Přínosy produktu pro návštěvníky	Hlavní segmenty klientely
▪ Autentický zážitek z objevování jedinečných památek Rokycanska. ▪ Možnost propojit poznávání historie s aktivním pohybem (pěší a cyklistické výlety). ▪ Bohatá nabídka kulturních zážitků a příběhů.	▪ Poutníci
Přínosy produktu pro partnery / destinaci	Hlavní cílové trhy
▪ Zvýšení povědomí o historickém a kulturním dědictví Rokycanska-Horažďovicka. ▪ Podpora místní ekonomiky prostřednictvím návštěv památek a služeb. ▪ Vytvoření atraktivního produktu, který propojí turistické trasy s významnými lokalitami.	▪ Domácí návštěvníci z Plzně, Prahy a okolních měst ▪ Zahraniční turisté (zejména Němci, Poláci) ▪ Skupinové zájezdy zaměřené na kulturní dědictví a historii.

Opatření pro Strategický cíl 3



Rozvíjet principy destinačního marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu na Rokycansku-Horažďovicku

Priorita 3.1 – Podporovat vznik a rozvoj produktů cestovního ruchu

Název produktu	Po stopách sv. Jana Nepomuckého		
Koordinátor produktu	DS Rokycansko		
USP produktu	Jedinečný tematický produkt spojený s odkazem a legendou nejslavnějšího rodáka sv. Jana Nepomuckého, který propojuje významné sakrální a historické lokality s přírodními atraktivitami a aktivní turistikou.		
Popis produktu	Zážitkový program inspirovaný životem a legendou sv. Jana Nepomuckého, významného českého světce, patrona mlčenlivosti, vodáků a zpovědníků a rodáka z Nepomuku. Produkt propojuje hlavní poutní a historické lokality v oblasti s možností aktivní turistiky (pěši, cyklistická a vodní stezka) a duchovních i kulturních zážitků		
Hlavní komponenty (RTB)		Partneři produktu (mezi odvětvová vazba)	
Příklady atraktivit: - Nepomuk – rodné město sv. Jana Nepomuckého - návštěva Muzea sv. Jana Nepomuckého - kostela sv. Jana Nepomuckého - možnost propojení se Zelenou horou (UNESCO). - Poutní stezky a kapličky – menší poutní místa a boží muka věnovaná sv. Janu Nepomuckému, místa a cíle spojená s mariánským odkazem a další církevním a duchovním památky rozmístěné v regionu, ideálně propojená tematickou trasou. - Poutě a církevní slavnosti		- Obce a města - Jednotlivé atraktivity - Církevní a duchovní instituce - Kláštery a sakrální památky v regionu - Místní podnikatelé (ubytování a gastronomie) - Turistická informační centra	
Přínosy produktu pro návštěvníky		Hlavní segmenty klientely	
- Kombinace duchovního, kulturního a aktivního turismu – propojuje poutní místa, historické památky a přírodní krásy regionu - Autentický a zážitkový přístup – možnost účasti na poutních slavnostech, tematických prohlídkách		- Poutníci - Zájemci o historii, kulturu - Církevní turisté	
Přínosy produktu pro partnery / destinaci		Hlavní cílové trhy	
- Zvýšení návštěvnosti regionu a prodloužení turistické sezóny – produkt přitahuje různé cílové skupiny a podporuje celoroční návštěvnost. - Budování identity destinace a její propojení s evropským kontextem – sv. Jan Nepomucký jako nadregionální téma umožňuje mezinárodní spolupráci (např. s Bavorskem) a zvyšuje prestiž destinace		- Domácí návštěvníci z Plzně, Prahy a okolních měst - Zahraniční turisté (zejména Němci, Poláci)	

Opatření pro Strategický cíl 3

Rozvíjet principy destinačního marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu na Rokycansku-Horažďovicku



Priorita 3.2 – Rozvíjet marketingovou strategii v oblasti

Cíle a záměry opatření

- Nastavit kvalitní marketingovou komunikaci a propagaci
- Vytvořit konzistentní marketingovou strategii zaměřenou na propagaci Rokycanska-Horažďovicka jako atraktivní destinace, s důrazem na její přírodní, historické a kulturní bohatství
- Sestavit jasnou, jednotnou a rozpoznatelnou komunikaci směrem k návštěvníkům

Nástroje

- Zpracovaný a každoročně aktualizovaný marketingový plán Rokycanska
- Rozpočet DS Rokycansko
- Zapojení místních subjektů (podnikatelé, obce, kulturní instituce) do propagace regionu

Strategie opatření

Klíčovým předpokladem úspěšné marketingové strategie je **potvrzení a sjednocení marketingového názvu a brandu**, pod kterým bude turistická oblast Rokycansko-Horažďovicko prezentována, zejména s ohledem na její nové územní vymezení. Tento krok je **nezbytný pro jasné a konzistentní budování identity destinace a její rozpoznatelnost na trhu**. Brand by měl reflektovat unikátní charakter regionu a propojit jeho přírodní, kulturní a historické atraktivity. Marketingová strategie se zaměří také na případnou aktualizaci **a využívání jednotné vizuální identity**, zahrnující logo, slogan a grafický styl, který bude využíván ve všech propagačních materiálech. Na základě těchto rozhodnutí bude **nezbytné revidovat veškeré marketingové materiály** – zejména webové stránky, sociální sítě, stávající materiály a další prezentace.

Dalšími kroky bude **koordinace propagačních aktivit, tvorba kvalitního obsahu a využití moderních marketingových nástrojů**, jako jsou sociální sítě, webové stránky a PR kampaně. Strategie se zaměří také na **propagaci klíčových témat regionu** – přírodních krás, cykloturistiky, vojenské historie, paleontologie... Součástí bude i spolupráce s influencery, prezentace na veletrzích a budování vztahů s médii.

Jedním z hlavních cílů marketingové strategie destinační společnosti je **zvýšení známosti a atraktivity destinace u potenciálních návštěvníků**. Důležitým nástrojem pro zvýšení známosti destinace Rokycansko-Horažďovicko je **efektivní zapojení členů a partnerů destinační společnosti do propagace destinace** prostřednictvím jejich vlastních marketingových aktivit. Členové a partneři – například místní obce, podnikatelé v cestovním ruchu, kulturní instituce nebo poskytovatelé služeb – již aktivně komunikují se svými cílovými skupinami. Pokud se **v jejich materiálech, webových stránkách, sociálních sítích nebo tištěných publikacích objeví jednotný brand a sdělení spojené s destinací**, může to výrazně posílit rozpoznatelnost a atraktivitu regionu.

Cílem této strategie je zajistit, že turistická oblast bude mít **silnou a jednotnou marketingovou identitu, která zvýší její atraktivitu pro návštěvníky a posílí pozici na trhu**. Průběžné vyhodnocování dopadů marketingových aktivit umožní flexibilně reagovat na potřeby trhu a optimalizovat využití zdrojů.

Opatření pro Strategický cíl 3



Rozvíjet principy destinačního marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu na Rokycansku-Horažďovicku

Priorita 3.2 – Rozvíjet marketingovou strategii v oblasti

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
3.2.1	Budovat jednotnou marketingovou strategii ve spolupráci s jednotlivými subjekty destinační společnosti.	➤ Rozhodnout a potvrdit marketingový název destinace a aktualizovat brand a vizuální identitu turistické oblasti s ohledem na nové územní vymezení oblasti ➤ Stanovit si plán, jakým způsobem a kdy aktualizovat stávající marketingové nástroje v souladu s tímto rozhodnutím (webové stránky, sociální sítě, tištěné materiály, propagační materiály, prezentace v komunikaci členů a partnerů... ➤ Tvorba společného marketingového plánu se zapojením podnikatelů, obcí a kulturních institucí. ➤ Prosadit logo a brand destinace či sdělení spojené s destinací do marketingových materiálů členů a partnerů pro posílení známosti a rozpoznatelnosti jasně ➤ Nastavit efektivní systém tvorby marketingových materiálů, maximalizovat opakované využití již vytvořených obsahů a grafických podkladů.	DS Rokycansko, místní obce, kulturní instituce, podnikatelé.	300 000 - 500 000 Kč
3.2.2	Vytvořit a rozvíjet jednotnou vizuální identitu, využívat ji v propagaci a komunikaci	➤ Zakomponování loga a vizuální identity regionu do veškerých marketingových materiálů. ➤ Stanovit pravidla, za kterých je možné vizuální identitu destinace využívat třetími stranami ➤ Podporovat subjekty (podnikatelé v cestovním ruchu, obce, kulturní organizace) k využívání prvků jednotné vizuální komunikace pro posílení marketingové identity regionu. ➤ Vývoj šablon pro weby, sociální sítě a tiskoviny, které budou subjekty moci snadno použít.	DS Rokycansko, místní podnikatelé a obce	Dle rozsahu projektu a míry zapojení externího dodavatele

Opatření pro Strategický cíl 3

Rozvíjet principy destinačního marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu na Rokycansku-Horažďovicku



Priorita 3.2 – Rozvíjet marketingovou strategii v oblasti

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
3.2.3	Propagovat produkty CR a atraktivitu skrze letáky, brožury, mapy atd.	➤ Vytvoření profesionálních tištěných materiálů s tematickým zaměřením (cyklotrasy, geologické lokality, kulturní akce...). ➤ Rozšířit systém efektivní distribuce materiálů na turisticky atraktivních místech (informační centra, hotely, restaurace...). ➤ Podpora spolupráce s místními grafickými designéry a tiskárnami pro kvalitní zpracování.	DS Rokycansko, obce, podnikatelé v oblasti grafiky.	200 000 – 300 000 Kč
3.2.4	Budovat PR oblasti - spolupracovat s odbornou veřejností, novináři. Zároveň reprezentovat oblast na veletrzích a dalších eventech CR.	➤ Organizace press tripů a obdobných aktivit pro novináře, fotografy, influencery s vazbou na cestovní ruch. ➤ Iniciovat a podporovat publikování článků o Rokycansku-Horažďovicku v časopisech zaměřených na téma, které souvisí s unikátností regionu, cestování.... ➤ Aktivní reprezentace Rokycanska na relevantních veletrzích cestovního ruchu a účast na konferencích, seminářích a workshopech zaměřených na propagaci regionálního cestovního ruchu, s cílem zvýšit povědomí o destinaci. ➤ Spolupráce na speciálních přílohách a článcích o cestovním ruchu v tisku a na webových portálech.	DS Rokycansko, vydavatelé odborných časopisů, turistické portály, organizátoři veletrhů a odborných eventů.	100 000 - 200 000 Kč

Opatření pro Strategický cíl 3



Rozvíjet principy destinačního marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu na Rokycansku-Horažďovicku

Priorita 3.3 – Rozvíjet a podporovat on-line marketing a propagaci

Cíle a záměry opatření

- Přilákat návštěvníky pomocí efektivní a cílené propagace zaměřené na klíčové produkty cestovního ruchu.
- Zlepšit viditelnost Rokycanska-Horažďovicka prostřednictvím online platform.
- Podpořit zapojení místních aktérů do online propagace
- Zapojit do propagace influencers s vazbou na oblast

Nástroje

- Efektivní správa sociálních sítí
- Pravidelná aktualizace oficiálního webu Rokycanska-Horažďovicka s nabídkou atraktivit
- Online kampaně cílené na specifické segmenty návštěvníků (např. rodiny, cyklisty, milovníky historie)

Strategie opatření

Tato opatření se zaměřují na **efektivní využití online marketingu pro zvýšení atraktivity Rokycanska-Horažďovicka**. Klíčem je pravidelná **správa a aktualizace digitálních platform**, které poskytují aktuální informace o regionu, nabídkách a událostech. Sociální sítě slouží jako **hlavní komunikační kanál, který umožňuje přímou interakci s návštěvníky** a šíření obsahu, jako jsou fotografie nebo příběhy z regionu. Součástí strategie je také, iniciace **natáčení televizních pořadů a zapojení influencerů** ve tvorbě kampaní zaměřených na konkrétní cílové skupiny.

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
3.3.1	Pokračovat v rozvoji sociálních sítí pro propagaci oblasti a prezentaci atraktivit na území.	➤ Vytvářet pravidelný obsah na sociálních sítích zaměřený na přírodní krásy, kulturní dědictví a aktuální akce, zajímavosti, prezentaci zajímavých i méně známých míst, novinek... ➤ Využití placené reklamy a kampaní na sociálních sítích (např. Facebook, Instagram) pro zvýšení dosahu. Využívat i interaktivitu (komentáře a reakce na ně, soutěže...) pro zvýšení dosahu. ➤ Natáčení podcastů a krátkých video spotů zaměřených na příběhy regionu, jeho osobnosti a zajímavosti. ➤ Využívat sociální sítě členů a partnerů pro distribuci sdělení na sociálních sítích	DS Rokycansko, místní podnikatelé, kulturní instituce.	300 000 - 400 000 Kč

Opatření pro Strategický cíl 3



Rozvíjet principy destinačního marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu na Rokycansku-Horažďovicku

Priorita 3.3 – Rozvíjet a podporovat on-line marketing a propagaci

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
3.3.2	Pokračovat v rozvoji webové stránky pro propagaci a prezentaci atraktivit na území.	➤ Pravidelně aktualizovat obsah webových stránek Rokycanska-Horažďovicka s novinkami, nabídkou produktů a přehledem akcí ➤ Zajistit optimalizaci webových stránek pro mobilní zařízení. ➤ Pravidelná aktualizace webu Rokycanska-Horažďovicka s novinkami, nabídkou produktů a přehledem akcí. ➤ Tvorba interaktivní mapy atraktivit a tematických tras, kalendář akcí a sekce s tipy pro plánování návštěvy destinace. ➤ Nastavit možnosti využívání informací z relevantních fotobank (Plzeňský kraj...), vytvořit vlastní úložiště fotografií.	DS Rokycansko	100 000 – 150 000 Kč
3.3.3	Pravidelně připravovat aktuální marketingové on-line kampaně na určité téma např. jednotlivé produkty.	➤ Vytvářet tematické kampaně zaměřené na vybraný produkt či téma (např. sezónní aktivity - letní vodní turistiku, podzimní pěší turistiku, zimní kulturní akce...). ➤ Efektivně používat cílené online reklamy na sociálních sítích a webových stránkách. ➤ Vytvářet marketingové balíčky s propojením na místní poskytovatele služeb (ubytování, restaurace, průvodci). ➤ Spolupracovat na kampaních s místními podnikateli, kulturními institucemi a influencery.	DS Rokycansko, obce, podnikatelé v oblasti	200 000 – 300 000 Kč
3.3.4	Iniciovat natáčení televizních pořadů pro podporu turistické oblasti a připravovat spolupráce s influencery	➤ Spolupracovat s televizními stanicemi a médii na prezentaci atraktivit Rokycanska-Horažďovicka pomocí tematických televizních pořadů (např. Toulavá kamera). ➤ Identifikovat a navázat spolupráci s influencery zaměřenými na cestování, přírodu, historii nebo rodinné aktivity, kteří mají vztah k oblasti ➤ Sdílet vytvořený obsah influencerů (fotografií, příběhů, videí...) na sociálních sítích a webových stránkách Rokycanska-Horažďovicka.	DS Rokycansko, influenceři, obce, podnikatelé v oblasti	50 000 – 100 000 Kč

Opatření pro Strategický cíl 3

Rozvíjet principy destinačního marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu na Rokycansku-Horažďovicku



Priorita 3.4 – Mobilní aplikace a benefitní systém

Cíle a záměry opatření

- Zvýšit komfort návštěvníků pomocí poskytnutí snadného přístupu k informacím, a aktuální nabídce.
- Zajistit vlastní zdroj dat o toku návštěvníků a využívání služeb pro další rozvoj a zvyšování kvality.
- V budoucnu přidat benefitní systém ve spolupráci s aktéry CR

Nástroje

- Aplikace
- Integrace map a tras
- Systém benefitů

Strategie opatření

Cílem tohoto opatření je **vytvoření mobilní aplikace s intuitivním designem**, která návštěvníkům **usnadní plánování a pobyt na Rokycansku-Horažďovicku**. Aplikace propojí digitální technologie s nabídkou regionu – zahrne **interaktivní mapy, doporučení tras, seznam atrakcí a kulturních akcí, možnost rezervace služeb i sekci s tipy na zážitky**. Data z aplikace budou pravidelně analyzována a sloužit k **lepšímu porozumění preferencím návštěvníků**. Definování obsahu a funkčnosti aplikace proběhne **ve spolupráci s místními aktéry CR** a bude zohledňovat specifika regionu. Aplikace bude průběžně aktualizována na základě zpětné vazby od uživatelů, aby zůstala atraktivní a užitečná.

V budoucnu by mohla aplikace obsahovat systém věrnostních programů a slev, který návštěvníky motivuje k využívání místních podniků, A mohla by být **základem pro benefitní systém návštěvníků destinace**.

Další možností pro dlouhodobý rozvoj aplikace je využití benefitního systému v rámci turistické oblasti **při administrování výběru poplatku z pobytu**, což by mohlo pomoci zvýšení efektivity výběru poplatku a zjednodušení administrativy pro ubytovatele a zapojené obce.

Č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
3.4.1	Vytvořit mobilní aplikaci, která bude sloužit jako průvodce oblastí v Rokycansku.	➤ Vyvinout aplikaci s informacemi o oblasti obsahující tipy na výlety, informace o kulturních a přírodních památkách a dalších aktivitách, příp. další funkce ➤ Technologické řešení se musí dlouhodobě rozvíjet a přinášet služby, které odpovídají standardu podobných aplikací, technologickému vývoji a požadavkům návštěvníků ➤ Integrovat itineráře s možností plánování tras a přehledem služeb (ubytování, restaurace, průvodci). ➤ Integrovat možnost hodnocení lokality přímo od uživatelů, a možnost využívat pro získávání zpětné vazby od návštěvníků. ➤ Propojovat s možnostmi ostatních aktérů, provázání na jimi poskytované služby (například audio průvodce...)	DS Rokycansko, IT specialisté, místní obce.	Dle rozsahu aplikace a dle intenzity zapojení externích subjektů

Opatření pro Strategický cíl 3



Rozvíjet principy destinačního marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu na Rokycansku-Horažďovicku

Priorita 3.4 – Mobilní aplikace a benefitní systém

Č.	Seznam opatření	Popis, aktivita	Garant, spolupráce	Náklady
3.4.2	Nastavit a vymyslet systém sběru kontaktů, které je možné využít k dalším marketingovým činnostem	➤ Vytvořit mechanismus pro sběr e-mailových adres a kontaktů návštěvníků prostřednictvím aplikace. ➤ Nastavit výhody pro registrované uživatele aplikace; zapojit funkce, které motivují uživatele k poskytnutí kontaktu. ➤ Využívat aplikaci a získané kontakty k zasílání personalizovaných nabídek a informací o aktuálních akcích, nabídkách..., a tím podpořit opakované návštěvy. ➤ využívat aplikaci a získané kontakty pro zasílání nabídek pobytů a aktivit mimo hlavní sezónu, zaměřených na konkrétní cílové skupiny.	DS Rokycansko, místní ubytovatelé, obce	Dle rozsahu aplikace a dle intenzity zapojení externích subjektů
3.4.2	V budoucnu umožnit vznik benefitního systému v aplikaci ve spolupráci s aktéry cestovního ruchu.	➤ Implementovat do aplikace věrnostní systém pro návštěvníky (např. slevy na vstupné, ubytování či služby, soutěže...). ➤ Monitorovat využívání benefitů a provádět analýzu chování návštěvníků v destinaci. ➤ Propojit benefitní systém s místními podnikateli a kulturními institucemi. ➤ Rozšiřovat sít' subjektů, které umožňují zapojit se do benefitního systému (primárně ubytovatelé) ➤ Rozšiřovat sít' subjektů, které akceptují benefitní systém a poskytují jeho uživatelům výhody	DS Rokycansko, obce, místní podnikatelé, kulturní instituce	Dle rozsahu aplikace a dle intenzity zapojení externích subjektů
3.4.4	Zvážit možnost využití aplikace pro usnadnění výběru poplatku z pobytu.	➤ Iniciovat diskusi s obcemi a ubytovateli, zda a jakým způsobem využít aplikaci pro zjednodušení administrace výběru poplatku z pobytu v jednotlivých obcích. ➤ Propojení benefitního systému s výběrem poplatku z pobytu může zvýšit efektivitu výběru tohoto poplatku. ➤ Při správném nastavení může tento systém zjednodušit administrativní náročnost výběru poplatku z pobytu na straně ubytovatelů i obcí.	DS Rokycansko, místní ubytovatelé, obce	Dle rozsahu aplikace a dle intenzity zapojení externích subjektů

Opatření pro Strategický cíl 3

Rozvíjet principy destinačního marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu na Rokycansku-Horažďovicku



Strategický cíl 3 je v rámci Strategie měřen následujícími indikátory.

Indikátory pro měření strategického cíle	Výchozí hodnota (2024)	do roku 2026	do roku 2029	do roku 2032	Zdroj pro měření
Počet návštěvníků webových stránek ročně	1 000	20 000	35 000	50 000	Evidence destinační společnosti
Počet realizovaných marketingových kampaní	2	5	10	15	Evidence destinační společnosti
Počet příspěvků na sociálních sítích ročně	100	150	200	250	Evidence destinační společnosti
Rozvoj mobilní aplikace a benefitního systému		Vytvoření první funkční verze aplikace	Vytvoření první verze Benefitního systému	Zapojení aplikace do výběru poplatku z pobytu	Evidence destinační společnosti
Počet stažení mobilní aplikace	0	500	2 500	5 000	Evidence destinační společnosti



IMPLEMENTAČNÍ ČÁST



zdroj foto: visitrokycansko.cz



Proces naplňování a vyhodnocování strategie

Kontrola, monitoring a vyhodnocování Strategie

Pro dosažení stanovených opatření bude Strategie průběžně monitorována a v určeném termínu aktualizována. Monitoring Strategie je prováděn průběžně v souladu se stanovenými indikátory. Komplexní vyhodnocení Strategie a její případná aktualizace je prováděna minimálně v polovině a na konci období.

		Garant aktivity / projektu	Ředitel/ka DS Rokycansko (koordinátor/ka)	Správní rada DS Rokycansko (gestor)
Průběžné vyhodnocení a monitoring	Každý rok	Připravuje podklady	Vypracovává zprávu o plnění Strategie	Projednává a schvaluje
Komplexní vyhodnocení a aktualizace	V polovině období (2028/29)	Připravuje podklady	Připravuje zprávu a návrh aktualizace	Projednává a schvaluje
Závěrečné vyhodnocení	Po uplynutí období (2032/33)	Připravuje podklady	Připravuje závěrečnou zprávu o naplnění Strategie	Projednává a schvaluje

Vyhodnocování Strategie je prováděno na základě indikátorů, které jsou stanoveny pro úroveň cílů a aktivit v rámci jednotlivých opatření. Indikátory slouží především k měření míry naplňování Strategie. Ve Strategii jsou stanoveny dva základní typy indikátorů:

Indikátory globálních cílů	Měří celkovou účinnost Strategie. Jejich naplnění závisí na způsobu implementace dokumentu i na vnějších podmínkách – např. ekonomický vývoj. Pokud dojde k objektivním změnám vnějších podmínek, případně podstatné změně způsobu implementace, je nezbytné hodnoty těchto indikátorů aktualizovat.
Indikátory pro jednotlivé strategické cíle	Měří výsledky na úrovni aktivit, které jsou uvedeny v jednotlivých tematických opatřeních. Indikátory slouží pro zjištění toho, zda jsou jednotlivá opatření realizována tak, jak byly naplánovány. Indikátory slouží pro průběžné vyhodnocení a monitoring implementace Strategie.

Jak vyhodnocovat indikátory?

Indikátory je možné vyhodnocovat za předpokladů dostupnosti dat a informací jako součást vytvořeného systému sběru dat a informací. Pro každý indikátor uvedený v této Strategii je proto nutné sledovat relevantní data.

S blížícím se koncem období, pro který je strategie připravena, je vhodné zahájit přípravu Strategie nové, tak aby na sebe mohly Strategie navazovat a pokračoval dlouhodobý komplexní přístup k rozvoji cestovního ruchu v turistické oblasti.

Kontrola, monitoring a vyhodnocování Strategie

Způsob vyhodnocení – zpráva o plnění

Vyhodnocování probíhá prostřednictvím pravidelných **zpráv o plnění Strategie**. Jde o stručnou informaci, která obsahuje způsob naplňování jednotlivých typových aktivit / projektů Strategie.

Tato zpráva je předkládána gestorovi Strategie, tzn. Správní radě organizace Destinační společnost Rokycansko, z.s.

Pro vyhodnocení Strategie je doporučeno využít jednoduchou tabulkovou formu.

Šablona pro vyhodnocení Strategie

Příklad: 2.1 - Podporovat spolupráci všech aktérů CR

Název typové aktivity	Garant aktivity	Způsob naplnění / Vyhodnocení	Náklady		Hodnota indikátoru	
			Předpokládané	Skutečné	Požadovaná	Dosažená

Akční plán

Zatímco strategický dokument definuje dlouhodobé cíle, vizi, mise a priority, akční plán je **konkrétní a podrobný seznam kroků, aktivit a iniciativ, které je třeba provést, aby se těchto cílů dosáhlo**. Je zpravidla vyhotoven na kratší časové období a je průběžně vyhodnocován.

- Pokud jsou skutečné výsledky odlišné od očekávaných, analyzujte příčiny. Zjistěte, co funguje, co nefunguje a proč.
- Na základě analýzy odchylek navrhněte doporučení pro zlepšení. Pokud je to nutné, upravte akční plán nebo způsob realizace.
- Minimálně jednou ročně proveďte celý akční plán, abyste zjistili, zda stále odráží vaše prioritní cíle, aktuální realitu a výzvy.
- S blížícím se koncem období, na který je nastavený akční plán, vytvořte akční plán v souladu s aktuální podobou strategie a stavu naplněnosti předcházejícího akčního plánu, aby stanovené cíle byly realizovatelné a přitom vedly k naplnění cílů Strategie.

Akční plán je vypracován v samostatném dokumentu.

Akční plán je připraven pro aktivitu, jejichž realizace má být zahájena v letech 2025 - 2027.



Kontaktní osoba:

ONDŘEJ ŠPAČEK

CEO

Rozvoj regionů, turismus, kultura a sport

+420 602 265 851

o.spacek@kreia.cz

www.kreia.cz



Poznámka:

Práci na studii jsme započali v září 2024 a ukončena byla v dubnu 2025. Od tohoto data jsme neučinili jakékoliv aktualizace této zprávy o jakékoliv další události či okolnosti. V průběhu přípravy této studie jsme používali primární i sekundární zdroje informací. Primární zdroje představovaly především podkladové informace od zadavatele studie. Sekundární sběr informací čerpal převážně z ČSÚ a webových stránek se zaměřením na téma studie. Zdroje pro konkrétní data vždy uvádíme v relevantní části dokumentu. V neposlední řadě jsme využili databází a zkušeností odborníků zpracovatele.

Tento dokument se odkazuje na Analýzu zpracovatele. Jedná se o případy, kdy jsme provedli určité analytické procedury na základě dostupných informací, abychom byli schopni prezentovat výsledná data. Nicméně nelze vyloučit případné nesrovnalosti či zkreslení informací způsobené záměrným poskytnutím nepravdivých dat zdrojovými subjekty.