



AKČNÍ PLÁN ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU

TURISTICKÁ OBLAST ČESKÝ LES

2024

Verze schválená Správní radou Destinační společnosti Český les, z. s.

ÚVOD

Tento akční plán představuje operativní krátkodobý dokument, na jehož základě bude v turistické oblasti Český les v roce 2024 řízen cestovní ruch. Plán mimo jiné vychází i z finančních možností společnosti v daném roce.

PRIORITY A SPECIFICKÉ CÍLE DESTINACE

Priority a specifické cíle dle strategické / návrhové části Střednědobého strategického dokumentu Destinační společnosti Český les, z. s. zpracovaného pro období 2021-2027.

Priorita 1: Nabídka cestovního ruchu

Specifický cíl = Zvýšit v území efektivitu využívání potenciálu kulturního / přírodního dědictví a zlepšit kvalitu turistické infrastruktury, včetně její dostupnosti.

Priorita 2: Destinační management

Specifický cíl = Zvýšit intenzitu spolupráce a efektivitu koordinace aktérů cestovního ruchu v území prostřednictvím funkčního a finančně zajištěného destinačního managementu, silné členské základny a nastavenému systému sledování a vyhodnocování dat.

Priorita 3: Marketing

Specifický cíl = Šířit dobré jméno destinace a povědomí o její nabídce nejen v rámci vlastního území a nejbližších regionů, ale i napříč celou Českou republikou, v sousedním Bavorsku a dalších evropských zemích se silnou tradicí v aktivním turismu.

Priorita 1 Nabídka cestovního ruchu	Priorita 2 Destinační management	Priorita 3 Marketing
Opatření 1.1. Podpora rozvinutí potenciálu turistických cílů a kulturního/přírodního dědictví	Opatření 2.1. Stabilizace funkčního systému oblastního destinačního managementu v území	Opatření 3.1. Budování dobrého jména a značky turistické destinace, vč. efektivního brandingů
Opatření 1.2. Rozvoj kvality a kvantity turistické infrastruktury vč. dostupnosti základních služeb	Opatření 2.2. Rozvoj lidských kapacit v území a nastavení standardů nabízených služeb	Opatření 3.2. Realizace funkčního a cíleného marketingu ve vazbě na aktuální stav a potenciál území
Opatření 1.3. Podpora prostupnosti a dostupnosti území destinace s důrazem na šetrné formy dopravy	Opatření 2.3. Nastavení efektivního systému monitoringu, sběru dat, analýzy a vyhodnocování informací k CR	Opatření 3.3. Podpora tvorby cílených regionálních turistických produktů a témat

Priorita 1: Nabídka cestovního ruchu

Opatření 1.1.: Podpora rozvinutí potenciálu turistických cílů a kulturního/přírodního dědictví

	Aktivita	Výstup	Harmogram	Realizuje	Finance
1	Spolupráce s CHKO apod.	Počet akcí/setkání (cca 4 ročně)	průběžně	DMO	DMO
2	Desatero návštěvníka	Dokument (min. elektronická podoba)	06/24– 06/25	DMO, partneři	DMO
3	Tematické trasy/okruhy ve vazbě na hlavní atraktivity (produkt Za poklady Českého lesa)	Počet elektronicky zpracovaných tras/okruhů- (min. 12 tras)	01/24– 04/25	DMO, partneři	DMO
4	Osvětové akce či aktivit pro školy, popř. vlastní návrhy (vč. přehledu cílových skupin)	Přehled	01/24– 12/24	DMO, partneři	DMO
5	Rozvoj kulturního dědictví (metodický, znalostní)	Počet akcí/setkání (cca 2 ročně)	průběžně	DMO	DMO

Priorita 1: Nabídka cestovního ruchu

Opatření 1.2.: Rozvoj kvality a kvantity turistické infrastruktury vč. dostupnosti základních služeb

	Aktivita	Výstup	Harmogram	Realizuje	Finance
1	Monitoring turistické infrastruktury / mobiliáře v terénu - území utříděné na 4 oblasti	Zpráva o stávající situaci (pro oblast 1-2)	01/24–12/24	DMO, partneři	DMO
2	Rozvoj turistické infrastruktury a nástrojů interpretace území	Studie rozvojových priority	09/24–06/25	DMO, partneři	DMO
3	Inovativní formy interpretace hodnot území (expozice apod.)	Počet akcí/setkání (cca 2 ročně)	průběžně	DMO, partneři	DMO
4	Síť stanic pro elektro-cyklistiku vč. prezentace	Přehled nabíjecích stanic	01/24–12/24	DMO, partneři	DMO
5	Dostupnost služeb (ubytování, občerstvení, parkování, hygiena)	Přehled identifikovaných dobrých praxí	průběžně	DMO, partneři	DMO

Priorita 1: Nabídka cestovního ruchu

Opatření 1.3.: Podpora prostupnosti a dostupnosti území destinace s důrazem na šetrné formy dopravy

	Aktivita	Výstup	Harmogram	Realizuje	Finance
1	Šetrné způsoby dopravy	Počet specializovaných spojů (počet výjezdů veřejné dopravy) (min. 40)	01/24– 12/24	DMO, partneři	partneři
2	Tasy/okruhy pro aktivní turisty (cyklo, pěší) s cílem zvýšit prostupnost území a provázat atraktivitu	Počet elektronicky zpracovaných tras/okruhů (min 12 tras)	01/24– 04/25	DMO, partneři	DMO
3	Systém záchytných parkovišť - území utříděné na 4 oblasti	Zpráva o stávající situaci (pro oblast 1-2)	01/24– 12/24	DMO, partneři	DMO
4	Prezentace vhodných forem dopravy a pohybu v rámci území	Počet příspěvků/zpráv/tiskovin (cca 16)	01/24– 12/24	DMO, partneři	DMO, partneři

Priorita 2: Destinační management

Opatření 2.1.: Stabilizace funkčního systému oblastního destinačního managementu v území

	Aktivita	Výstup	Harmogram	Realizuje	Finance
1 . 1	Členská a partnerská základna	Počet členů (min. 25) a spolupracujících subjektů (min. 30)	01/24– 12/24	DMO	DMO
1 . 2	Členská a partnerská základna	Počet jednání/akcí (orgány DMO, 3K platf., apod.) (min. 6)	01/24– 12/24	DMO	DMO
2	Certifikace DMO	Certifikace DMO na 3 roky	01/24– 04/24	DMO	DMO
3	Funkční spolupráce na lokální, regionální, státní i přeshraniční úrovni	Počet spoluprací (jednání, účast na akcích, společné výstupy, komunikace) (min. 10)	průběžně	DMO	DMO
4	Vícezdrojové financování (členské příspěvky, jiné zdroje)	Min. 3 000 000 ročně	01/24– 12/24	DMO	DMO
5	Pozice koordinátora	Celkový počet pracovníků (jednotlivců) (min. 2)	průběžně	DMO	DMO

Priorita 2: Destinační management

Opatření 2.2.: Rozvoj lidských kapacit v území a nastavení standardů nabízených služeb

	Aktivita	Výstup	Harmogram	Realizuje	Finance
1 . 1	Další vzdělávání – zaměstnanci, partneři	Počet absolvovaných akcí (min. 10)	01/24– 12/24	DMO, partneři	DMO
1 . 2	Další vzdělávání – zaměstnanci, partneři	Počet realizovaných akcí v území (min. 4)	01/24– 12/24	DMO, partneři	DMO
2	Spolupráce se školami	Počet akcí s podporou/zapojením DMO (min. 4)	01/24– 12/24	DMO, partneři	DMO
3	Kvalitní lidské zdroje pro CR v území	Přehled identifikovaných dobrých praxí / návrhů pro konkrétní situace	01/24– 12/24	DMO, partneři	DMO

Priorita 2: Destinační management

Opatření 2.3.: Nastavení efektivního systému monitoringu, sběru dat, analýzy a vyhodnocování informací k tématu cestovního ruchu v území

	Aktivita	Výstup	Harmogram	Realizuje	Finance
1	System sběru dat	Metodika sběru dat	01/24– 12/24	DMO	DMO
2	Monitoring existujících zdrojů	Vzdělávací akce pro jejich využití pro DMO, členy, partnery (min 2)	01/24– 12/24	DMO	DMO
3	Využití získaných informací pro DMO a servis vůči partnerům, aktérům z území, ...	Zpracované zprávy (min 2)	01/24– 12/24	DMO	DMO
4	Vlastní databáze pro strategické rozhodování a řízení	Existence databáze (1 databáze) Realizace vlastního průzkumu (ne v roce 2024)	01/24– 12/24	DMO	DMO

Priorita 3: Marketing

Opatření 3.1.: Budování dobrého jména a značky turistické destinace, vč. efektivního brandingů

	Aktivita	Výstup	Harmogram	Realizuje	Finance
1	Vizuální identita	Vizuální identita - manuál	01/24–12/24	DMO	DMO
2	Sjednocování území na základě vizuální identity – branding	Plán	01/24–06/25	DMO, partneři	DMO
3	Realizace branding – obce, atraktivita a služby v oblasti cestovního ruchu	Počet způsobů vizualizace značky (min. 6)	12/24–12/25	DMO, partneři	DMO
4	Realizace brandingů – síť partnerů	Počet zapojených partnerů (obce, atraktivita, ...) (min. 20) Počet firem (min. 10)	12/24–12/25	DMO, partneři	DMO
5	Aktivita cílené na místní obyvatele	Počet akcí/aktivit s podporou DMO (min. 4)	01/24–12/24	DMO, partneři	DMO

Priorita 3: Marketing

Opatření 3.2.: Realizace funkčního a cíleného marketingu ve vazbě na aktuální stav a potenciál území

	Aktivita	Výstup	Harmogram	Realizuje	Finance
1	Webové stránky	Inovované webové stránky	01/24–07/24	DMO	DMO, partneři
2 · 1	Elektronická prezentace – vlastní sociální média	Funkční sociální sítě (min. 1 forma)	01/24–07/24	DMO	DMO
2 · 2	Elektronická prezentace – jiná média	Počet prezentací (min 6)	01/24–12/24	DMO, partneři	DMO, partneři
3	Fotobanka (témata, lokality)	Fotobanka	průběžně	DMO, partneři	DMO, partneři
4	Distribuční síť	Přehled Počet zapojených distribučních míst (min 15)	01/24–12/24	DMO	DMO
5	Tištěné materiály	Počet druhů tiskovin/sérií apod. (min. 2)	01/24–12/24	DMO, partneři	DMO, partneři

6 · 1	Magazín / turistické noviny	Tištěná verze	09/24– 5/25	DMO, partneři	DMO, partneři
6 · 2	Drobnější nízkonákladové tiskoviny s přehledy (např. ubytování)	Počet druhů tiskovin (min. 2)	01/24– 12/24	DMO, partneři	DMO, partneři
7 · 1	Cílené PR články	Počet článků (min. 4)	01/24– 12/24	DMO, partneři	DMO, partneři
7 · 2	Prezentační akce	Počet akcí s účastí DMO (min. 4)	01/24– 12/24	DMO, partneři	DMO, partneři
8	Propagační předměty	Počet typů propagačních předmětů (min. 4)	01/24– 12/24	DMO, partneři	DMO, partneři
9	Cílené akce (specifické cílové skupiny)	Počet akcí/aktivit s podporou DMO (min. 2)	01/24– 12/24	DMO, partneři	DMO, partneři

Priorita 3: Marketing

Opatření 3.3.: Podpora tvorby cílených regionálních turistických produktů a témat

	Aktivita	Výstup	Harmogram	Realizuje	Finance
1 . 1	Návštěvníká karta - koncept	Koncept	01/24– 9/24	DMO, partneři	DMO
1 . 2	Návštěvníká karta - zavedení	Počet zapojených partnerů (min. 10)	10/24 – 5/25	DMO, partneři	DMO, partneři
2 . 1	Produkt „Za poklady Českého lesa“	Plán rozpracování produktu	01/24– 05/24	DMO, partneři	DMO
2 . 2	Produkt „Za poklady Českého lesa“ – Zaniklé obce, Zažij Chodsko, Pro pohodu těla i duše	Plán rozpracování částí produktu s vyšším potenciálem	01/24– 12/24	DMO, partneři	DMO
2 . 3	Produkt „Za poklady Českého lesa“	Funkční prezentace a nabídky - počty odkazů (např. na webu) (min. 20)	05/24– 12/24	DMO, partneři	DMO
3 . 1	Produkt „Na kole“	Plán rozpracování produktu	04/24– 09/24	DMO, partneři	DMO

3 . 2	Produkt „Na kole“	Funkční prezentace a nabídky - počty odkazů (např. na webu) (min. 20)	10/24– 11/25	DMO, partneři	DMO
4 . 1	Produkt „Putování“	Akční plán rozpracování produktu	04/24– 09/24	DMO, partneři	DMO
4 . 2	Produkt „Putování“	Funkční prezentace a nabídky - počty odkazů (např. na webu) (min. 20)	10/24– 11/25	DMO, partneři	DMO
5	Místní služby	Počet prezentovaných místních služeb v rámci produktů (např. na webu) (min. 20)	05/24– 12/25	DMO, partneři	DMO, partneři
6 . 1	Produkty pro specializované skupiny (teambuilding, školní skupiny)	Plán rozpracování produktu	09/24– 3/25	DMO, partneři	DMO
6 . 2	Produkty pro specializované skupiny (teambuilding, školní skupiny)	Funkční prezentace a nabídky - počty odkazů (např. na webu)	3/25- 12/25	DMO, partneři	DMO
7	Průřezová témata (příběh, chuť a vůně)	Počet prezentovaných příběhů/výrobků (např. na webu) (min. 6)	09/24– 3/25	DMO, partneři	DMO, partneři