

Strategie rozvoje cestovního ruchu v destinaci Plzeň na období 2024–2028

Návrhová část



Obsah

Úvod	1
Zpracování návrhové části strategie	2
Základní pojmy	5
Vize	6
Globální cíl	6
Strategické cíle	6
I. Plzeň jako efektivně řízená destinace cestovního ruchu	7
II. Využití turistického potenciálu destinace a zkvalitňování nabídky	12
1. Leisure turismus	11
1.1. Kultura a památky	11
1.2. Plzeň pro děti	15
1.3. Gastronomie a pivo	17
1.4. Industriální turismus	20
2. MICE a sport	23
III. Efektivní destinační marketing	25
IV. Plzeň jako město přívětivé k návštěvníkům	28
Seznam zkratk	31
Vysvětlivky	31

Úvod

Cestovní ruch v celosvětovém měřítku prošel v posledních čtyřech letech bezprecedentní krizí a následně postupnou proměnou. Do roku 2019 byl kladen důraz na bezpečnost, hospodářský růst umožňoval častější a zpravidla kratší dovolené, informační technologie umožnily odstranit bariéry v komunikaci, rozvíjely se sdílené služby a celkově se zvyšovala mobilita cestování. Pro Evropu i Česko byly významným trhem asijské země, a i do destinace Plzeň cestovalo mnoho návštěvníků z Asie v rámci organizovaných zájezdů.

Plzeň jako turistické destinaci napomohl ke zvýšení návštěvnosti ze zahraničí titul Evropského hlavního města kultury 2015 a v následujících letech představovali zahraniční turisté nadpoloviční většinu návštěvnosti města Plzně. Celkové počty návštěvníků podle údajů ČSÚ neklesly pod úroveň roku 2015 ani v následujících čtyřech letech a rok 2019 byl z pohledu turismu rekordním.

Koronavirová krize od jara roku 2020 ovlivnila největší měrou městské destinace. Došlo ke ztrátě organizovaného a konferenčního cestovního ruchu, ztrátě zahraničních návštěvníků a rušení akcí. Stejně jako ostatní destinace reagovala Plzeň na nastalou situaci větší orientací na domácí cestovní ruch, kampaněmi zaměřenými na přilákání domácích turistů. Vysokou konkurencí pro Plzeň byly v tomto období pobytové destinace preferované domácími turisty.

Chybějící zahraniční návštěvníky se v destinaci Plzeň podařilo částečně nahradit domácími. V prvním „pocovidovém“ roce 2022 přijelo do Plzně nejvíce domácích turistů za posledních deset let. Od roku 2022 je také sledován postupný návrat turistů ze zahraničí, stále však chybí organizovaný cestovní ruch a turisté cestující ze zemí mimo Evropu.

Nová Strategie rozvoje cestovního ruchu v destinaci Plzeň na období 2024–2028 na tyto skutečnosti a trendy reaguje. Ačkoli se Plzeň dlouhodobě umísťuje na čtvrtém místě v žebříčku krajských měst (co do počtu turistů i přenocování), její potenciál není zcela využit. Míra intenzity cestovního ruchu, která vychází z porovnání počtu přenocování na počet obyvatel, je stejně jako v dalších krajských městech (s výjimkou Prahy a Karlových Varů) stále na relativně nízké úrovni. Je zde stále prostor k růstu cestovního ruchu, který by Plzeň měla posilovat investicemi do atraktivit a zázemí pro turisty.

Souběžně se zkvalitňováním nabídky cestovního ruchu je důležité posilování značky Visit Plzeň a oslovování klíčových cílových skupin marketingovými kampaněmi. Obsahem kampaní je konkurenceschopná nabídka Plzně jako turistické destinace pro domácí i zahraniční návštěvníky vytvořená v úzké spolupráci s partnery z privátní i veřejné sféry. Cílem není samotné zvyšování návštěvnosti destinace. Důraz je kladen na zvyšování kvality a diversifikaci nabídky. Touto cestou je možné dosáhnout toho, že se do Plzně budou návštěvníci vracet za stále novými zážitky.

Zpracování návrhové části strategie

Návrhová část strategie vychází z analýzy zpracované organizací Plzeň – TURISMUS na základě workshopů a rozhovorů s aktéry cestovního ruchu v destinaci. Využity byly informace z průzkumů a statistik (veřejně dostupných nebo získaných vlastním šetřením).

Při zpracování Strategie rozvoje cestovního ruchu v destinaci Plzeň bylo dbáno na soulad s těmito koncepčními dokumenty:

- [Strategický plán města Plzně](#)
(Útvar koncepce a rozvoje města Plzně, 2018)
- [Program rozvoje kultury města Plzně na období 2020-2030](#)
(Odbor kultury MMP, 2018)
- [Koncepce sportu města Plzně na léta 2021-2030](#)
(Odbor sportu MMP, 2020)
- [Strategie rozvoje cestovního ruchu ČR 2021-2030](#)
(Ministerstvo pro místní rozvoj, 2021)
- [Koncepce rozvoje cestovního ruchu Plzeňského kraje 2021-2027](#)
(Plzeňský kraj, 2021)
- [Marketingová strategie města Plzně](#)
(Odbor komunikace a marketingu MMP, 2021)

Zpracovatelé

Plzeň – TURISMUS, p. o.

Alena Fialová
Zuzana Koubíková
Helena Mařanová

Travelbakers, z. s.

Jana Musilová (Pastyříková)
Pavel Pichler

Nositelem strategie je na základě schválení dokumentu orgány města Plzně příspěvková organizace Plzeň – TURISMUS, příslušné odbory a útvary města a aktéři cestovního ruchu uvedení jako garanti jednotlivých opatření. Implementace opatření je zajištěna prostřednictvím ročních akčních a marketingových plánů, které stanovují dílčí aktivity a způsoby jejich vyhodnocení. Roční akční plán bude představen aktérům CR vždy v prvním čtvrtletí roku a bude uveřejněn na webových stránkách www.visitplzen.eu.

Na přípravě strategie spolupracovali účastníci workshopů:

1. Úvodní workshop Plzeň pro děti (16. 5. 2023)
 2. Úvodní workshop Nabídka pro požitkáře (17. 5. 2023)
 3. Úvodní workshop MICE a sportovní turismus (25. 5. 2023)
 4. Tematický workshop Kultura a památky (22. 8. 2023)
 5. Tematický workshop Plzeň pro děti (28. 8. 2023)
 6. Závěrečný workshop k návrhové části strategie (24. 10. 2023)
- Markéta Antošová, Plzeň – TURISMUS (TIC)
 - Lukáš Balihar, Techmania Science Center
 - Irena Batystová, Kancelář ředitele Úřadu služeb obyvatelstvu MMP
 - Renata Benešová, Útvar koncepce a rozvoje města Plzně
 - Filip Beránek, Plzeňský kraj (Oddělení CR)
 - Kateřina Beranová, AZ Catering services
 - Marek Bešta, AZ Catering services
 - Petr Břinčil
 - Lucie Čechurová, FC Viktoria Plzeň
 - Magdalena Černá, Plzeň – TURISMUS (Adolf Loos Plzeň)
 - Vítězslav Černý, Odbor sportu MMP
 - Gabriela Darebná, Západočeská galerie v Plzni
 - Vojtěch Duraj, Parkhotel Plzeň
 - Petr Gřonka, Courtyard by Marriott
 - Eva Harantová, Vienna House Easy by Wyndham
 - Adéla Honomichlová, Centrum Caolinum Nevřeň
 - Michal Chmelenský, Západočeské muzeum v Plzni (Národopisné muzeum Plzeňska)
 - Milan Choulík, DinoPark Plzeň
 - Lucie Kantorová, náměstkyně primátora pro oblast školství a cestovního ruchu
 - Jana Komišová, Odbor komunikace a marketingu MMP
 - Jan Končel, Bohemia Sect
 - Jana Košová, Západočeské muzeum v Plzni (Muzeum loutek)
 - Ondřej Kozibratka, Západočeská galerie v Plzni
 - Martina Lešová, Greensgate Golf & Leisure Resort
 - Dalibor Linda, Plzeň – TURISMUS (TIC)
 - Hana Lišková, ibis Plzeň
 - Lucie Lobotková, DEPO2015
 - Pavla Mášková, Plzeňský Prazdroj
 - Karel Míšek, Pivovarský dvůr Purkmistr
 - Kateřina Modrá, Západočeská galerie v Plzni
 - Romana Němečková, Západočeské muzeum v Plzni
 - Jiří Orna, Západočeské muzeum v Plzni
 - Jaroslava Panušková, Plzeň – TURISMUS (TIC)
 - Veronika Plachá, Západočeské muzeum v Plzni (Muzeum loutek)

-
- Jan Polívka, Státní zámek Kozel
 - Tomáš Raboch, Pilsenjoy
 - Ivan Rollinger, Plzeň – TURISMUS (Patton Memorial Pilsen)
 - Klára Růžková, Plzeňský kraj (Oddělení CR)
 - Květuše Sokolová, Odbor kultury MMP
 - Štěpán Sova, Vienna House Easy by Wyndham
 - Adéla Šmausová, Západočeské muzeum v Plzni (Národopisné muzeum Plzeňska)
 - Ilona Šnebergerová, Plzeňský kraj (Oddělení CR)
 - Jan Štěpán, DEPO2015
 - Linda Štochlová, Technický úřad MMP
 - Přemysl Švarc, Úřad služeb obyvatelstvu MMP
 - Miloš Tarantík, Air Park Zruč
 - Kateřina Tesařová, Kemp Ostende
 - Irena Tomanová, Plzeňský Prazdroj
 - Jana Ulmanová, Plzeň – TURISMUS
 - Tomáš Urbánek, Farmapark u Toma
 - Vlasta Urbánková, Farmapark u Toma
 - Hana Vavříčková, Courtyard by Marriott
 - Luboš Vetengl, Muzeum rodiny Škodů
 - Petra Vlachová, Parkhotel Plzeň
 - Hana Zichová, Divadlo J. K. Tyla
 - Kateřina Zvěřinová, Odbor kultury MMP
 - Radka Žáková, Správa veřejného statku města Plzně (cyklokoordinátor)

Zpracovatelé děkují všem za spolupráci.

Základní pojmy

Turistická destinace/destinace cestovního ruchu

Místo navštěvované účastníkem cestovního ruchu (turistou, jednodenním návštěvníkem), cílová oblast v určitém regionu, typická významnou nabídkou atraktivit a služeb cestovního ruchu. Destinace Plzeň se rozkládá na území města Plzně a nejbližších obcí, které mají potenciál přilákat návštěvníky.

Organizace destinačního managementu (DMO)

Samostatná právnická osoba zodpovědná za řízení cestovního ruchu v konkrétní turistické destinaci. Organizace není založena za účelem zisku – hlavním předmětem její činnosti je marketing a koordinace aktivit cestovního ruchu na svém území. Činnost DMO na území města Plzně a nejbližšího okolí vykonává Plzeň – TURISMUS, p. o. Mapa destinace Plzeň je součástí analytické části strategie.

Vize

Destinace Plzeň je jedna z významných středoevropských destinací cestovního ruchu. Reprezentuje důležité evropské tradice, zejména historické, kulturní nebo industriální. Destinace je řízena na partnerském principu spolupráce aktérů cestovního ruchu a je identifikovatelná díky efektivní marketingové komunikaci. Rozmanitá nabídka destinace a vysoká kvalita služeb jsou předpokladem k opakovaným návštěvám.

Globální cíl

Formování silné destinace s atraktivními produkty a celoroční nabídkou zážitků. Udržení aktuálních počtů domácích návštěvníků a postupný návrat zahraničních, udržitelné zvyšování návštěvnosti destinace. Konkurenceschopnost ostatním krajským městům (zejména konkurenčním destinacím jako jsou Ostrava nebo Brno).

Strategické cíle

I. Plzeň jako efektivně řízená destinace cestovního ruchu	II. Využití turistického potenciálu destinace a zkvalitňování nabídky cestovního ruchu	III. Efektivní destinační marketing	IV. Plzeň jako město přívětivé k návštěvníkům
	<p>1. Leisure turismus</p> <p>1.1. Kultura a památky</p> <p>1.2. Plzeň pro děti</p> <p>1.3. Gastronomie a pivo</p> <p>1.4. Industriální turismus</p> <p>2. MICE a sport</p>		



**Plzeň
jako efektivně řízená
destinace
cestovního ruchu**

Cestovní ruch je v Plzni a jejím nejbližším okolí od roku 2014 zastřešen činností příspěvkové organizace Plzeň – TURISMUS. Tato organizace sdružuje partnery cestovního ruchu a ve spolupráci s nimi tvoří produkty cestovního ruchu. Prostřednictvím komunikačních kanálů pod značkou Visit Plzeň propaguje Plzeň a okolí jako turistickou destinaci. Za deset let své existence se etablovala jako strategický partner pro provozovatele turistických cílů i podnikatele v cestovním ruchu v destinaci. Dále spolupracuje s krajskými a celostátními institucemi a v rámci konkrétních projektů s dalšími partnery.

Seznam opatření	Garant
1. Plzeň – TURISMUS jako organizace destinačního managementu <ul style="list-style-type: none"> • Rozvoj činností organizace v oblasti řízení cestovního ruchu 	Plzeň - TURISMUS
2. Aktivní spolupráce s partnery v destinaci <ul style="list-style-type: none"> • Zvyšování počtu aktivních partnerů • Zvyšování podílu partnerů na řízení cestovního ruchu • Pravidelná setkávání aktérů cestovního ruchu v destinaci 	Plzeň - TURISMUS
3. Spoluúčast Plzeň – TURISMUS na tvorbě nového systému řízení cestovního ruchu v ČR <ul style="list-style-type: none"> • Snaha o ukotvení podmínek aplikovatelných pro městské destinace (krajská města) • Zapojení Plzeň – TURISMUS do systému kategorizace DMO 	Plzeň - TURISMUS
4. Nastavení role Plzeň – TURISMUS v systému řízení destinačních managementů Plzeňského kraje <ul style="list-style-type: none"> • Nastavení systému podpory DMO z rozpočtu Plzeňského kraje • Spolupráce s krajským koordinátorem a ostatními DMO v Plzeňském kraji 	Plzeňský kraj Plzeň - TURISMUS
5. Vyhledávání externích zdrojů financování činnosti organizace	Plzeň - TURISMUS
6. Sběr dat <ul style="list-style-type: none"> • Pravidelná interpretace dat směrem k partnerům • Nastavení sběru dat o návštěvnosti turistických cílů v destinaci • Nastavení sběru dat od poskytovatelů ubytování v destinaci 	Plzeň - TURISMUS
7. Vzdělávání pro partnery v destinaci <ul style="list-style-type: none"> • Vzdělávání v rámci pracovních skupin Turistické cíle, Podnikatelé, Průvodci, Zaměstnanci organizace a informačních center v destinaci 	Plzeň - TURISMUS

<p>8. Pravidelná zpětná vazba a informování partnerů o marketingových a dalších aktivitách organizace</p> <ul style="list-style-type: none"> • Čtvrtletní přehledy o marketingových aktivitách pro turistické cíle • Pravidelně zasílaný přehled akcí v destinaci • 1x ročně informační zpráva o činnosti v oblasti turismu do ZMP 	Plzeň - TURISMUS
<p>9. Revize dotačního titulu města Plzně na podporu cestovního ruchu</p>	Odbor komunikace a marketingu MMP Plzeň – TURISMUS

Aktivní spolupráce s partnery v destinaci

- Zvyšování počtu aktivních partnerů

Platforma cestovního ruchu destinace Plzeň sdružuje cca 100 institucí, podnikatelských subjektů a neziskových organizací, které tvoří turistickou nabídku destinace. Plzeň – TURISMUS bude nadále aktivně vyhledávat nová partnerství, navazovat spolupráci s novými subjekty na poli cestovního ruchu (turistické cíle, provozovatelé ubytovacích a gastro zařízení, instituce).

- Zvyšování podílu partnerů na řízení CR

Partneři v cestovním ruchu se podílí na plánování aktivit v cestovním ruchu v destinaci, na podobě projektů a kampaní. V rámci pracovních skupin jsou diskutována komunikační témata a kampaně stejně jako projekty spolupráce.

Hlavní destinační kampaň byla v letech 2020–2023 z 10 % finančně podpořena destinačními partnery. V rámci spolupráce na press tripech poskytují provozovatelé ubytovacích služeb ubytování zdarma či se slevou, pro kampaně je poskytováno plnění ve formě barteru. Spolufinancování projektů, barterovou spolupráci, spolupráci na marketingových kampaních, press tripech a prezentačních akcích bude Plzeň – TURISMUS nadále prohlubovat.

- Pravidelná setkávání aktérů cestovního ruchu v destinaci

Systém spolupráce s aktéry cestovního ruchu je postaven na třech existujících pracovních skupinách Turistické cíle, Provozovatelé ubytovacích služeb a Průvodci, které se schází obvykle 1–2x ročně. Na základě spolupráce na dílčích projektech se Plzeň – TURISMUS setkává dle potřeby s provozovateli gastro provozů, případně úže tematicky zaměřenými skupinami zástupců turistických cílů (např. Industry Open). Společné setkání celé platformy (Setkání aktérů cestovního ruchu destinace Plzeň) je organizováno 1x ročně s cílem představit marketingové aktivity, rozvojové plány města a destinace a aktuální data o cestovním ruchu, zhodnotit proběhlou sezonu a diskutovat plány na tu nadcházející. Partneři cestovního ruchu mají v rámci tohoto setkání prostor ke zhodnocení činnosti Plzeň – TURISMUS a k iniciaci nových projektů spolupráce.

Spoluúčast Plzeň – TURISMUS na tvorbě nového systému řízení CR v Česku

Pro větší efektivitu řízení cestovního ruchu a marketingu turistických destinací v České republice a zkvalitnění jejich rozvoje byl Ministerstvem pro místní rozvoj od roku 2018 zaveden celostátní systém kategorizace lokálních, oblastních a krajských organizací destinačního managementu (DMO). Kategorizace je zpracována ve formě normy, která stanovuje závazné požadavky na činnost DMO, na základě jejichž splnění může být organizace certifikována.

System lokálních a oblastních DMO je výhodný např. pro územně rozlehlé destinace s větším počtem malých subjektů, avšak vylučuje možnost, aby se certifikovanou DMO staly příspěvkové organizace, které jsou typickými DMO v městských destinacích (Plzeň, Brno, do roku 2017 Praha).

- Snaha o ukotvení podmínek aplikovatelných na městské destinace (krajská města) v systému kategorizace DMO

Plzeň – TURISMUS splňuje veškeré požadavky pro udělení certifikace oblastní DMO kromě právní formy a podílu partnerů z řad neziskových organizací a podnikatelské sféry na rozhodování organizace. Od roku 2019 doposud je certifikovanou DMO na základě výjimky z těchto požadavků.

Vzhledem k tomu, že systém kategorizace DMO prochází od roku 2018 vývojem a v průběhu roku 2023 započaly na MMR práce na jeho úpravě a tvorbě nového systému řízení a financování cestovního ruchu, Plzeň – TURISMUS v roce 2023 znovu požádala o certifikaci na základě výjimky z výše zmiňovaných požadavků. Souběžně se Plzeň – TURISMUS snaží vyjednat podmínky certifikace a financování DMO v městských destinacích (krajských městech), které nelze hodnotit shodně jako oblastní destinace s rozsáhlejším územím. Tyto destinace však tvoří velký podíl výkonu cestovního ruchu daných regionů a v případě Plzeň – TURISMUS zajišťují i službu veřejnosti – provoz turistických informačních center, turistických cílů a další aktivity.

- Zapojení Plzeň – TURISMUS do systému kategorizace DMO

V případě budoucího neobhájení certifikace oblastní DMO bude Plzeň – TURISMUS působit jako lokální organizace destinačního managementu. Při implementaci nového systému řízení a financování cestovního ruchu v ČR bude Plzeň – TURISMUS postupovat tak, aby se do systému opět zapojila a získala možnost využívat externí zdroje financování.

Nastavení role Plzeň – TURISMUS v rámci systému destinačních managementů Plzeňského kraje

- Nastavení systému podpory DMO z rozpočtu Plzeňského kraje

Organizace destinačního managementu byly do roku 2023 podporovány prostřednictvím dotačního programu Plzeňského kraje (Podpora organizací destinačního managementu v Plzeňském kraji), přičemž poskytnutí dotace bylo podmíněno certifikací oblastní nebo lokální DMO. Pro další období zůstává tento program zachován pouze pro lokální DMO. Současná úprava systému financování oblastních DMO ze strany Plzeňského kraje dle schváleného dokumentu „Rozvoj systému destinační spolupráce s důrazem na oblastní úroveň“ je aplikovatelná pouze na organizace s právní formou zapsaný spolek, u kterých se předpokládá jejich budoucí certifikace oblastní DMO. Plzeň - TURISMUS bude hledat možnosti financování z rozpočtu Plzeňského kraje jiným způsobem nebo prostřednictvím jiných zdrojů.

- Spolupráce s krajským koordinátorem a ostatními DMO v Plzeňském kraji

V rámci tzv. pyramidy destinačního managementu v ČR působí na úrovni krajů krajské DMO jako mezičlánek v komunikaci mezi oblastními a lokálními aktéry a agenturou CzechTourism. Plzeňský kraj, společně s Ústeckým a Libereckým krajem, nemá krajskou DMO a tuto roli zde plní Oddělení cestovního ruchu Krajského úřadu Plzeňského kraje, které je důležitým partnerem Plzeň – TURISMUS. Prostřednictvím krajského koordinátora (kontaktní osoby na Odd. CR KÚPK) bude Plzeň – TURISMUS nadále předávat informace agentuře CzechTourism a jejím zahraničním zastoupením a komunikovat novinky z destinace směrem k národní centrále.

Vyhledávání externích zdrojů financování činnosti organizace

Plzeň – TURISMUS byla od roku 2017 do roku 2023 pravidelným příjemcem dotací MMR z Národního programu podpory cestovního ruchu v regionech, od roku 2014 také příjemcem dotací z rozpočtu Plzeňského kraje. Aktivně vyhledává externí zdroje financování činnosti, např. destinační kampaně v letech 2020–2023 byly zpravidla z 50 % hrazeny z dotačních zdrojů. Plzeň – TURISMUS bude i nadále vyhledávat zdroje financování jak prostřednictvím dotací, tak spoluúčasti partnerů viz opatření 2.

Sběr dat

- Pravidelná interpretace dat směrem k partnerům

Plzeň – TURISMUS sbírá data o cestovním ruchu prostřednictvím statistik hromadných ubytovacích zařízení (HUZ) od Českého statistického úřadu, sběru zbytkových dat mobilních operátorů (geolokační data) a návštěvnických průzkumů. Statistiku HUZ poskytuje Plzeň – TURISMUS Český statistický úřad v podobě průběžných čtvrtletních reportů, díky kterým je možné sledovat vývoj turistické sezony. Tato data jsou poté pro finální roční report upřesněna, obvykle však nedochází k výrazným úpravám.

Pro cestovní ruch jsou velmi důležitá také geolokační data, která umožňují sledovat počty turistů ubytovaných v individuálních ubytovacích zařízeních, a zejména pak jednodenní návštěvníky. Plzeň – TURISMUS bude geolokační data sledovat ve dvou- až tříletých intervalech s cílem porovnání celoročních reportů a jejich vývoje a srovnání se statistikou HUZ.

Průběžné reporty bude Plzeň – TURISMUS pravidelně na čtvrtletní bázi poskytovat partnerům v destinaci a na jejich vývoj reagovat v rámci svých marketingových aktivit. Vlastní návštěvnický průzkum s cílem poznat blíže cílovou skupinu návštěvníků destinace a její motivaci k návštěvě provedla Plzeň – TURISMUS v roce 2022 a do budoucna plánuje jeho opakování ve dvou- až tříletých intervalech.

- Nastavení sběru dat o návštěvnosti turistických cílů v destinaci

Sběr dat v turistických atraktivitách není v současné chvíli jednotný. Data o návštěvnosti turistických cílů sbírá Plzeň – TURISMUS na roční bázi dle metodiky CzechTourism. Pro lepší zacílení marketingových kampaní a jejich optimalizaci je potřeba poznat blíže i návštěvníky turistických atraktivit, zejména rozlišit mezi návštěvníky z řad Plzeňanů a návštěvníky zvenčí, a zavést jednotný systém sběru dat v turistických cílech, který toto umožní sledovat.

- Nastavení sběru dat od poskytovatelů ubytování v destinaci

Data o příjezdech turistů ubytovaných v hromadných ubytovacích zařízeních jsou k dispozici ze statistik ČSÚ. Nabídka ubytování v Plzni je silně zaměřena na business klientelu. Ve spolupráci s poskytovateli ubytovacích služeb bude Plzeň – TURISMUS sledovat, jaký je v návštěvnosti destinace poměr mezi leisure a business klientelou. Zjištění tohoto poměru v počtech turistů v destinaci a jeho vývoje v čase umožní zefektivnění marketingových aktivit Plzeň – TURISMUS v oblastech leisure a business turismu.

Vzdělávání pro partnery v destinaci

- Vzdělávání v rámci pracovních skupin Turistické cíle, Podnikatelé, Průvodci, Zaměstnanci organizace a informačních center v destinaci

Pro partnery v destinaci bude Plzeň – TURISMUS nadále zajišťovat pravidelná školení a kurzy v tématech destinačního marketingu, měkkých dovedností, průvodcování, tvorby prohlídkových tras a další.

Pravidelná zpětná vazba a informování partnerů o marketingových a dalších aktivitách Plzeň – TURISMUS

- Čtvrtletní přehledy o marketingových aktivitách pro turistické cíle

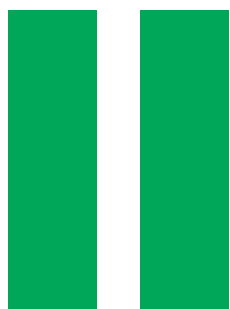
Vedle pravidelné interpretace dat o cestovním ruchu bude Plzeň – TURISMUS čtvrtletně informovat partnery o svých marketingových aktivitách a o výstupech, které podpořily propagaci jejich nabídky návštěvníkům (online komunikace, výstupy z press tripů a další).

- Pravidelně zasílaný přehled akcí v destinaci

Plzeň – TURISMUS shromažďuje informace o kulturních, sportovních a dalších volnočasových událostech v destinaci od turistických cílů, kulturních institucí, města Plzně a z dalších zdrojů. Přehled akcí bude minimálně 2× ročně (nebo dle aktuální potřeby) zasílán partnerům, aby mu mohli přizpůsobit termíny vlastních plánovaných akcí.

Revize dotačního titulu města Plzně na podporu cestovního ruchu

Ve spolupráci s Odborem komunikace a marketingu MMP provede Plzeň – TURISMUS revizi dotačního titulu na podporu cestovního ruchu s cílem zkvalitnění služeb cestovního ruchu, rozložení návštěvnosti destinace v čase a většího otevření dotačního titulu žadatelům z řad aktérů cestovního ruchu (zejména turistických cílů).



Využití turistického potenciálu destinace a zkvalitňování nabídky cestovního ruchu

1. Leisure turismus

Aktuální trendy cestovního ruchu v městských destinacích se zakládají na snadné dostupnosti destinací, kratších, ale opakovaných návštěvách. Zejména po covidových letech je čím dál častější individuální cestování za autentickými zážitky. Z návštěvnického průzkumu, který Plzeň – TURISMUS provedla v roce 2022, je zřejmé, že do Plzně návštěvníci zpravidla necestují za jednou konkrétní atraktivitou, ale za balíčkem zážitků. Nabídka destinace pro leisure turismus je na základě cílových skupin a pestré škály atraktivit rozdělena do podkapitol Kultura a památky, Plzeň pro děti, Gastronomie a pivo a Industriální turismus.

1.1. Kultura a památky

Hlavní turistickou dominantou destinace je pivovar Plzeňský Prazdroj, díky kterému má Plzeň silnou image města, kde se zrodilo toto slavné pivo. Nespornou výhodou Plzně je centralizace velkého množství významných památek na malém území v historickém jádru města, které je městskou památkovou rezervací, nebo v jeho blízkosti. Všechny tyto atraktivity jsou snadno dostupné pěšky, stejně jako pivovar, který je z historického centra vzdálený cca čtvrt hodinu chůze.

Vedle pivovarské tradice je pro Plzeň důležité téma osvobození města americkou armádou, které reprezentuje muzeum Patton Memorial Pilsen a každoroční Slavnosti svobody. Nabídka kulturních akcí během turistické sezony je pestrá, ve vytížených termínech se Plzeň potýká s velkou obsazeností HUZ i kolizemi termínů akcí. Naopak v mimosezoně dochází k hluchým termínům. Plzni chybí velká profilová akce, která by fungovala jako motivace k návštěvě pro turisty ze vzdálenějších krajů nebo zahraničí (jako např. Colours of Ostrava, KVIFF), potenciál v tomto mají Slavnosti svobody, vysoce navštěvovaný je Metalfest. Pro konání větších kulturních akcí však v Plzni chybí infrastruktura (prostor pro velké open air akce nebo multifunkční hala). V pořádání větších akcí je pro Plzeň z pohledu kupní síly a dojezdové vzdálenosti konkurencí Praha.

Nabídka Plzně je dostačující pro krátkodobé pobyty, což také potvrzují návštěvnické průzkumy – turisté do Plzně přijíždí na kratší pobyt, zato se vracejí opakovaně.

Seznam opatření	Garant
<p>1. Zkvalitňování kulturní infrastruktury</p> <ul style="list-style-type: none"> • Podpora rekonstrukce KD Peklo, DEPO2015, podpora výstavby nových prostor pro kulturní akce a výstavy s nadregionálním návštěvnickým potenciálem • Podpora vzniku nových výstavních prostor Západočeské galerie v Plzni • Revize podmínek pro využívání Amfiteátru Lochotín, nalezení nového prostoru pro open air akce 	<p>Odbor kultury MMP Útvar koncepce a rozvoje města Plzně Odbor investic MMP Technický úřad MMP Plzeň – TURISMUS Plzeňský kraj</p>

<p>2. Akcent na tematickou nabídku a produkty</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pivovarská tradice • Adolf Loos Plzeň • Paměťový turismus • Industry Open • Tradiční lidová kultura • Židovská Plzeň • Podpora turismu v mimosezoně • Akce a festivaly – kulturní nabídka destinace • Nabídka plzeňské gastronomie v kombinaci s tradiční pivní kulturou 	<p>Plzeň – TURISMUS členové pracovních skupin tematických produktů (zástupci turistických atraktivit, provozovatelé ubytovacích a gastro zařízení)</p>
<p>3. Vzájemná informovanost o pořádání akcí v rámci platformy partnerů cestovního ruchu i složek města</p>	<p>Plzeň – TURISMUS Odbor kultury MMP Odbor sportu MMP Odbor komunikace a marketingu MMP partneři v cestovním ruchu</p>
<p>4. Podpora vzniku nových turistických atraktivit a produktů v destinaci</p> <ul style="list-style-type: none"> • Patton Memorial Pilsen – vznik nové expozice osvobození západních Čech v objektu Klatovská 19 • Tradiční lidová kultura – produkt spolupráce Západočeského muzea v Plzni (Národopisného muzea) a dalších aktérů 	<p>Plzeň – TURISMUS Odbor investic MMP zástupci turistických atraktivit</p>
<p>5. Propojení atraktivit v centru města navigací – úprava Městského informačního a orientačního systému</p>	<p>Plzeň – TURISMUS ve spolupráci se zástupci turistických atraktivit Útvar koncepce a rozvoje města Plzně Správa veřejného statku města Plzně</p>
<p>6. Podpora umísťování výtvarného umění ve veřejném prostoru</p>	<p>Odbor kultury MMP Útvar koncepce a rozvoje města Plzně</p>
<p>7. Podpora filmového turismu</p>	<p>Odbor komunikace a marketingu MMP Regionální filmová kancelář Plzeňského kraje Plzeň – TURISMUS</p>

Zkvalitňování kulturní infrastruktury

- Podpora rekonstrukce KD Peklo, DEPO2015, podpora výstavby nových prostor pro kulturní akce a výstavy s nadregionálním návštěvnickým potenciálem
- Podpora vzniku nových výstavních prostor Západočeské galerie v Plzni
- Revize podmínek využívání Amfiteátru Lochotín pro kulturní akce, nalezení nového prostoru pro open air akce

Je nutné, aby město Plzeň kladlo důraz na zlepšení kulturní infrastruktury prostřednictvím vzniku nových prostor a rekonstrukcí těch stávajících. Bylo by vhodné revidovat podmínky využívání Amfiteátru Lochotín, který je pro Plzeň jedním z mála míst pro velké open air akce a v současné době má jeho využití značné limity.

Velký potenciál pro zvýšení návštěvnosti destinace skýtají také velké výstavy typu [Bodies](#), [Harry Potter: The Exhibition](#) nebo [Tutanchamon](#), pro které však v Plzni chybí vhodné prostory. Tyto unikátní putovní expozice po dobu konání slouží jako motivace k návštěvě destinace pro domácí i zahraniční návštěvníky. Pro Plzeň může obohacení nabídky podobnou akcí výrazně přispět k navýšení návštěvnosti ze sousedního Bavorska, a ačkoli se nejedná o stálou expozici s potenciálem nabídku obohatit dlouhodobě, má značný potenciál ve vylepšení image destinace.

Akcent na tematickou nabídku a produkty

Turisté do Plzně zpravidla nepřijíždí za jednou konkrétní atraktivitou, ale za mixem zážitků. Plzeň – TURISMUS bude ve svých marketingových aktivitách akcentovat souhrn nabídky zážitků a atraktivit (muzea a galerie, církevní památky a další), stejně jako dílčí témata a produkty:

- Pivovarská tradice
- Adolf Loos Plzeň
- Paměťový turismus (Patton Memorial Pilsen, Slavnosti svobody)
- Industry Open
- Tradiční lidová kultura
- Židovská Plzeň
- Podpora turismu v mimosezoně
- Akce a festivaly – kulturní nabídka Plzně
- Nabídka plzeňské gastronomie v kombinaci s tradiční pivní kulturou

Vzájemná informovanost o pořádání akcí v rámci platformy partnerů CR i složek města

Pro zaplnění hluchých termínů v mimosezoně a případné odklonění některých akcí z exponovaných termínů je nutná vzájemná informovanost a sdílení kalendáře akcí napříč platformou partnerů a složek města Plzně. Plzeň – TURISMUS bude aktivně vyhledávat informace o termínech kulturních akcí, sdílet je s partnery a příslušnými odbory MMP.

Propojení turistických atraktivit v centru města navigací – úprava Městského informačního a orientačního systému

V rámci úpravy Městského informačního a orientačního systému (MIOS) budou atraktivity v centru města propojeny navigací, díky které se návštěvníci lépe zorientují a získají informace o vzdálenostech mezi turistickými cíli. Úpravy a doplnění MIOS jsou podrobněji popsány v kapitole IV. Plzeň jako město přívětivé návštěvníkům.

Podpora umístování výtvarného umění ve veřejném prostoru

Veřejný prostor, jeho vizuální atraktivita a výtvarné prvky významně dokreslují zážitek z návštěvy destinace. Atraktivní umění ve veřejném prostoru je lákadlem pro návštěvníky. Zajímavé umělecké dílo se může stát „foto pointem“, u kterého se vyfotí velké množství návštěvníků a sdílením fotografií přispívají k budování značky destinace.

Město Plzeň bude podporovat iniciativy věnující se zatraktivňování veřejného prostoru a krátkodobým nebo trvalým instalacím výtvarného umění, jako jsou projekty Sculpture line nebo WALLZ.

Podpora filmového turismu

Na základě spolupráce s Regionální filmovou kanceláří Plzeňského kraje bude město Plzeň nadále podporovat tvorbu filmu v destinaci. Prostřednictvím komunikace pod značkou Visit Plzeň bude Plzeň – TURISMUS i nadále zvat návštěvníky na filmová místa destinace a kraje.

1.2. Plzeň pro děti

Nabídka turistických aktivit Plzně pro cílovou skupinu rodiny s dětmi je velmi pestrá, výhodou oproti konkurenčním krajským městům je centralizace cílů pro děti na relativně malém území a jejich dobrá dostupnost pěšky nebo MHD. Výhodou je propojení zoo a DinoParku, které v Plzni sousedí a je možné využít společné vstupné do obou cílů. I v centru města se nachází několik menších cílů pro rodiny s dětmi, např. Muzeum loutek, které prezentuje tradici českého loutkářství. Symboly Plzně jsou Hurvínek a Spejbl, ačkoli generace dětí, které je znají, postupně odrůstá.

Nedostatkem Plzně pro cílovou skupinu rodiny s dětmi je složení ubytovacích kapacit. Nachází se zde větší množství hotelů zaměřených na business klientelu a nabídka ubytování pro rodiny není moc široká, případně je finančně náročnější (chybí penziony, apartmány), nebo není dostatečně zmapovaná – pro rodiny s dětmi není k dispozici souhrnná prezentace ubytovacích možností. Ačkoli se v Plzni výrazně zlepšuje nabídka gastro zážitků, pro cílovou skupinu rodiny s dětmi není dostatečná.

Plzeň je vybavena atraktivními turistickými cíli, chybí zde však volnočasové areály typu akvapark nebo venkovní koupaliště s herními prvky, stejně jako wellness. Možnosti aktivního trávení volného času (nejen) pro rodiny s dětmi jsou v Plzni omezené, chybí větší venkovní volnočasová hřiště a areály jako lanová centra.

Seznam opatření	Garant
1. Podpora spolupráce mezi aktéry cestovního ruchu a participace na jejich společných projektech	Plzeň – TURISMUS ve spolupráci s provozovateli turistických atraktivit
2. Efektivnější marketingová podpora tématu Plzeň pro děti	Plzeň – TURISMUS
3. Pasportizace a prezentace balíčků ubytování a nabídky gastro služeb pro rodiny s dětmi	Plzeň – TURISMUS

4. Tvorba herních produktů a stezek	Plzeň – TURISMUS Správa veřejného statku města Plzně
5. Zmapování bezbariérovosti turistických atraktivit pro kočárky	Plzeň – TURISMUS
6. Podpora stavby a rozvoje volnočasových areálů	Odbor investic MMP Odbor správy infrastruktury MMP Správa veřejného statku města Plzně Plzeň – TURISMUS

Podpora spolupráce mezi aktéry CR a participace na jejich společných projektech

V rámci strategie propagace turistické nabídky destinace jako balíčku zážitků bude Plzeň – TURISMUS akcentovat nabídku pro cílovou skupinu rodiny s dětmi, podporovat spolupráci mezi jednotlivými turistickými cíli a jejich provázanost. Naváže tak na dobrou praxi např. Techmania Science Center, kde návštěvníci najdou informace a doporučení k návštěvě dalších cílů pro rodiny s dětmi v Plzni nebo na funkční propojení plzeňské zoo a DinoParku (návštěva obou cílů, společná vstupenka).

Efektivnější marketingová podpora tématu Plzeň pro děti

Nabídka zážitků a atraktivit pro rodiny s dětmi je komunikována jako jeden z tematických okruhů zážitků v destinaci pod značkou Visit Plzeň.

Pasportizace a prezentace balíčků ubytování a nabídky gastro služeb pro rodiny s dětmi

Plzeň – TURISMUS provede pasportizaci ubytovacích možností v Plzni a okolí s cílem jejich přehledné prezentace cílové skupině rodiny s dětmi. Na základě přístupnosti ubytovacích kapacit cílové skupině bude Plzeň – TURISMUS pracovat s doporučeními ubytování v Plzni jako výchozím místě výletů do okolí nebo naopak ubytování v blízkém okolí Plzně pro návštěvu města a dalších destinací v dojezdové vzdálenosti.

Vzhledem ke zlepšování gastro nabídky destinace a faktu, že gastro zážitky čím dál více slouží jako motivace k návštěvě, bude Plzeň – TURISMUS do nabídky pro rodiny s dětmi zahrnovat také tipy na gastro podniky vhodné pro cílovou skupinu, vybavené dětskými koutky a dalším zázemím či bezbariérové pro návštěvu s kočárkem apod.

Tvorba herních produktů a stezek

U cílové skupiny rodiny s dětmi jsou oblíbené herní stezky, stopovačky a produkty, které hravou formou představují destinaci. Plzeň – TURISMUS bude dále rozvíjet již existující produkty pro rodiny s dětmi (tematické komentované prohlídky, stopovačka „Kudypa dál“) a vytvářet nové, kterými představí méně známé turistické atraktivity v centru města. Pro zpracování nových herních produktů budou využívána smart řešení jako aplikace, online mapy a průvodce nebo prvky virtuální reality.

Zmapování bezbariérovosti turistických atraktivit pro kočárky

V rámci zpřístupňování turistických atraktivit a zlepšování služeb pro turisty bude Plzeň – TURISMUS mapovat bezbariérovost turistických atraktivit nejen pro handicapované, ale i pro návštěvu s kočárkem. Více viz kapitolu IV. Plzeň jako město přívětivé návštěvníkům.

Podpora stavby a rozvoje volnočasových areálů

- Koupaliště s herními prvky
- Lanová centra
- Volnočasová hřiště a zážitkové stezky

Z návštěvnických průzkumů vyplývá, že návštěvníkům i místním v Plzni chybí volnočasové areály, venkovní koupaliště s herními prvky či akvapark. Město Plzeň bude podporovat vznik zařízení, která mají potenciál zpříjemnit návštěvníkům pobyt, obohatit nabídku destinace a prodloužit délku pobytu. V rámci komunikace nabídky v okolí Plzně bude Plzeň – TURISMUS zařazovat tipy na volnočasové areály do itinerářů pro cílovou skupinu rodiny s dětmi.

- Příklady dobré praxe z jiných destinací:
 - [Přírodní lanové centrum Lesní centrum Svatý Linhart \(Karlovy Vary\)](#)
 - [Kamencové jezero \(Chomutov\)](#)
 - [Park na větvi \(Hradec Králové\)](#)

1.3. Gastronomie a pivo

S Plzní je spjatá pivovarská tradice a má silnou image města, kde se zrodil Plzeňský Prazdroj. Ten je hlavní turistickou atraktivitou a nabízí širokou škálu zážitků a několik prohlídkových tras. Vedle tradičního plzeňského ležáku se Plzeň může pyšnit i pestrou nabídkou minipivovarů a řemeslných pivovarů.

Gastro nabídka Plzně se za poslední roky výrazně zlepšuje, k tradičním pivnicím a restauracím zaměřeným na českou kuchyni přibývají nové koncepty, moderní bistra a kavárny. Přesto zatím není Plzeň vnímána jako destinace pro „foodies“ a ačkoli do Plzně cestují tzv. požitkáři, pro které je gastro nabídka důležitá, není to v případě Plzně jejich hlavní motivací. V čem Plzeň oproti konkurenčním destinacím zaostává, je nabídka nočního života a barové scény – koktejlové bary, taneční kluby.

Velký potenciál má plzeňský nápojový průmysl – značky Pilsner Urquell, Bohemia Sekt a Stock mohou být v podobě balíčku s návštěvou všech podniků velkým tahákem. Ve spolupráci s gastroprovozy byl představen projekt Riegrovka hraje – oživení Riegrovy ulice v centru Plzně živou hudbou, která je doplňkem při posezení na zahrádce v této pěší zóně s bohatou nabídkou gastro podniků. Na základě zkušenosti s tímto projektem je možnost jeho rozšíření/transformace v širší prezentaci plzeňské gastronomické scény turistům, podobně jako např. [Gourmet Brno](#) nebo [Pojez \(Ostrava a Moravskoslezský kraj\)](#).

Seznam opatření	Garant
1. Plzeňský Prazdroj jako hlavní turistická atraktivita destinace	Plzeň – TURISMUS
2. Podpora místní scény minipivovarů a řemeslných pivovarů	Plzeň – TURISMUS
3. Podpora konání food festivalů a gastronomických akcí pro požitkáře	Odbor kultury MMP Odbor komunikace a marketingu MMP
4. Zlepšení kvality nabídky i vizuální podoby trhů konaných na náměstí Republiky, iniciace konání gastro festivalů v historickém centru města	Město Plzeň Úřad městského obvodu Plzeň 3 Plzeň – TURISMUS
5. Zkvalitnění gastro nabídky na akcích konaných v centru města	Odbor komunikace a marketingu MMP Úřad městského obvodu Plzeň 3
6. Podpora podnikatelů v centru města	Plzeň – TURISMUS
7. Rozvoj potenciálu gastronomického průmyslu destinace	Plzeň – TURISMUS
8. Budování image destinace pro požitkáře	Plzeň – TURISMUS
9. Projekty spolupráce s gastroprovozy	Plzeň – TURISMUS

Plzeňský Prazdroj jako hlavní turistická atraktivita destinace

Plzeň – TURISMUS bude prohlubovat dlouhodobě fungující spolupráci s Plzeňským Prazdrojem na společných projektech, tematických akcích nebo např. v oblasti prodeje dárkových předmětů. V rámci komunikace na vzdálenějších trzích bude Plzeň – TURISMUS prostřednictvím agentury CzechTourism nadále udržovat image Plzně jako pивní metropole a pracovat se světoznámou značkou Pilsner Urquell jako hlavním lákadlem destinace.

Podpora místní scény minipivovarů a řemeslných pivovarů

V rámci tematické nabídky pro cílovou skupinu požitkáři bude Plzeň – TURISMUS akcentovat pestrou škálu nabídky minipivovarů v Plzni a okolí. Vedle hlavního taháku Plzeňského Prazdroje budou požitkářům nabízeny alternativy v podobě minipivovarů pro rozšíření zážitků v destinaci. Na dílčích projektech, press tripech a dalších akcích bude Plzeň – TURISMUS nadále spolupracovat také s minipivovary v Plzni (např. Purkmistr či Raven).

Podpora konání food festivalů a gastronomických akcí pro požitkáře

V prezentaci akcí v destinaci bude Plzeň – TURISMUS pokračovat v podpoře gastronomických akcí a food festivalů jejich komunikací prostřednictvím kalendáře akcí v samostatné tematické rubrice.

Zlepšení kvality nabídky i vizuální podoby trhů konaných na náměstí Republiky, iniciace konání gastro festivalů v historickém centru města

Pravidelně pořádané sezonní trhy na náměstí Republiky (např. Velikonoční, Martinské nebo Adventní) jsou událostí nejen pro občany Plzně, ale slouží jako motivace k návštěvě destinace, zejména v době adventu. Město Plzeň bude iniciovat zlepšení nabídky produktů i gastro služeb na trzích i jejich vizuální podoby a vyčištění trhů od vizuálního smogu.

Kromě pravidelných trhů by bylo vhodné doplnění programu na náměstí Republiky o další festivaly zaměřené na gastronomii, které se prozatím konají v jiných lokalitách a mají potenciál oživit historické centrum a přivést do něj více návštěvníků i místních.

Zkvalitnění gastro nabídky na akcích konaných v centru města

Při přípravě větších kulturních akcí ve veřejném prostoru ze strany města bude město Plzeň akcentovat důležitost kvalitní gastro nabídky, která návštěvníkům zpříjemní účast na akci. Nabízí se možnost zapojení již etablovaných místních podniků s kvalitní nabídkou do akcí ve veřejném prostoru.

Podpora podnikatelů v centru města

Gastronomická nabídka tvoří důležitou součást návštěvnického zážitku destinace a její rozvoj tak výrazně přispívá spokojenosti návštěvníků. V Plzni v posledních letech přibývá nových konceptů a gastro nabídka je stále pestřejší. Plzeň – TURISMUS bude pokračovat ve spolupráci s kvalitními gastro provozy zejména v centru města a zapojovat je do projektů cestovního ruchu.

Rozvoj potenciálu gastronomického průmyslu destinace

Velký potenciál se skrývá v plzeňském nápojovém průmyslu. Podniky Plzeňský Prazdroj, Bohemia Sekt a Stock jsou dobře známé v Česku i v zahraničí. V roce 2023 se podařilo vůbec poprvé otevřít návštěvníkům provoz společnosti Stock Plzeň – Božkov. V rámci projektu Industry Open bude Plzeň – TURISMUS iniciovat rozšíření této spolupráce a větší zpřístupnění společnosti v rámci komentovaných prohlídek a postupné propojení tří pilířů zdejšího nápojového průmyslu do společného turistického produktu.

Budování image destinace pro požitkáře

Ačkoli do Plzně cestují tzv. požitkáři a gastro nabídka destinace se v poslední době významně zlepšuje, gastronomické zážitky stále nejsou hlavní motivací k návštěvě a Plzeň nemá image „destinace pro foodies“. Plzeň – TURISMUS bude budovat tuto image prostřednictvím influencer marketingu se zaměřením na gastronomii a propagací zážitků pro požitkáře.

Projekty spolupráce s gastroprovazy

Prvním projektem spolupráce s podnikateli v gastronomii byla pro Plzeň – TURISMUS akce Riegrovka hraje, která v roce 2022 a 2023 v letních měsících oživila nově vzniklou gastrozónu v Riegrově ulici živou hudbou a dokreslovala tak návštěvníkům i místním zážitek z posezení na zahradce některého z místních provozů. Plzeň – TURISMUS bude v těchto aktivitách pokračovat a navazovat spolupráce s podnikateli v gastru v dalších lokalitách, zejména v historickém centru města.

1.4. Industriální turismus

Industriální turismus je celosvětovým trendem, ze kterého těží i destinace v Česku, včetně Plzně. Plzeň se může opřít o světoznámé značky, jako je Škoda a Plzeňský Prazdroj. Historický potenciál doplňují konverze průmyslových objektů (DEPO2015, Papírna, Moving Station, TechTower) nebo návštěvy živých provozů (Plzeňský Prazdroj, Bohemia Sekt, Stock, Vodárna Plzeň, ZEVO Plzeň a další).

Rozvoji industriálního turismu v destinaci se věnuje produkt Industry Open, který vzešel jako rozvojový projekt z minulé strategie rozvoje CR a má přesah do celého Plzeňského kraje (v současné chvíli je do průvodce Industry Open zařazeno kolem 50 lokalit v Plzni a Plzeňském kraji). Během letní sezony nabízí Industry Open program komentovaných prohlídek, zážitkových výletů a dalších akcí v industriálních kulisách. Často však akce tohoto typu naráží na nedostatečné kapacity, v současnosti je produkt cílen pouze na místní nebo návštěvníky z Plzeňského a okolních krajů a téma industriálního turismu je prozatím komunikováno pouze v rámci produktových kampaní Industry Open.

Těžko využitelným potenciálem v oblasti industriálního turismu je značka Škoda a areál bývalých Škodových závodů. Vzhledem k současnému stavu, kdy v areálu sídlí velké množství různých firem, jeho historická část chátrá a přístup do areálu řeší externí správce, je velmi složité iniciovat jeho jakékoli zpřístupnění i snažit se o záchranu zajímavých historických budov. Presentaci historie Škodových závodů se věnuje Techmania Science Center, pro zachování odkazu tohoto podniku by bylo ale třeba mnohem více.

Seznam opatření	Garant
1. Spolupráce s partnery v destinaci a Plzeňském kraji	Plzeň – TURISMUS Plzeňský kraj
2. Rozvoj značení stezky Industry Open	Plzeň – TURISMUS
3. Nabídka letního programu akcí Industry Open <ul style="list-style-type: none"> Rozšiřování nabídky a počtu a kapacit akcí, zpřístupnění programu širšímu publiku 	Plzeň – TURISMUS
4. Navazování nových partnerství s industriálními atraktivitami v destinaci a Plzeňském kraji	Plzeň – TURISMUS
5. Zachování odkazu značky Škoda <ul style="list-style-type: none"> Iniciace zpřístupnění areálu bývalých Škodových závodů Spolupráce s Techmania Science Center na prezentaci historie Škodových závodů 	Techmania Science Center Plzeň – TURISMUS
6. Trvalá spolupráce s městskými firmami v rámci produktu Industry Open <ul style="list-style-type: none"> Prohlídky provozů Vodárny Plzeň, ZEVO Plzeň a Plzeňských městských dopravních podniků Zařazení areálu TechTower do industriální stezky 	Plzeň – TURISMUS Vodárna Plzeň ZEVO Plzeň Plzeňské městské dopravní podniky Správa informačních technologií města Plzně

7. Zařazení industriálního turismu do destinační nabídky	Plzeň – TURISMUS
8. Rozšíření cílové skupiny produktu <ul style="list-style-type: none"> • Nabídka tematických programů pro školy a skupiny • Marketingové aktivity ve vzdálenějších krajích • Podpora zpřístupnění partnerských míst zahraničním návštěvníkům • Rozšíření nabídky o akce pro rodiny s dětmi 	Plzeň – TURISMUS

Spolupráce s partnery v destinaci a Plzeňském kraji

Plzeň – TURISMUS bude nadále pracovat na rozvoji produktu Industry Open spolu s partnery v Plzni a okolí a ve spolupráci s Plzeňským krajem také v regionu. Plzeňský kraj bude nadále podporovat partnery a akce v regionu a jejich výběr sestavovat ve spolupráci s Plzeň – TURISMUS.

Platforma partnerů projektu Industry Open se bude minimálně 1× ročně setkávat za účelem vyhodnocení aktuální sezony, plánování společných aktivit a vzdělávání v oblasti industriálního cestovního ruchu.

Rozvoj značení stezky Industry Open

Partnerská místa stezky budou označena brandem Industry Open, budou distribučními místy tištěného průvodce k produktu a budou podporována k vzájemné spolupráci a nabízení dalších tipů na výlety návštěvníkům. S jednotlivými partnery bude Plzeň – TURISMUS individuálně řešit jejich potřeby značení.

Tištěné a webové materiály k produktu a fyzické označení lokalit bude Plzeň – TURISMUS postupně doplňovat o online podobu průvodce s využitím herních prvků nebo virtuální reality, které návštěvníkům zpřístupní informace interaktivní hravou formou.

Navazování nových partnerství s industriálními atraktivitami v destinaci a Plzeňském kraji

Plzeň – TURISMUS bude aktivně vyhledávat nové partnery v oblasti industriálního cestovního ruchu v destinaci a ve spolupráci s Plzeňským krajem v regionu a oslovovat je ke spolupráci na projektu Industry Open.

Vzhledem k unikátnosti plzeňského nápojového průmyslu (Plzeňský Prazdroj, Bohemia Sekt, Stock Plzeň-Božkov) bude Plzeň – TURISMUS iniciovat větší zpřístupnění likérky Božkov (poprvé zpřístupněna v rámci Industry Open v roce 2023) a spolupráci mezi zmíněnými podniky na vzniku společného turistického produktu. Téma nápojového průmyslu bude Plzeň – TURISMUS akcentovat v komunikaci jako balíček zážitků pro cílovou skupinu požitkáři.

Zachování odkazu značky Škoda

- Inicivace zpřístupnění areálu bývalé Škodovky

Značka Škoda je spolu s Plzeňským Prazdrojem celosvětově známým pojmem a má potenciál oslovit širokou skupinu návštěvníků, je také důležitým symbolem pro místní. Areál bývalých Škodových závodů je návštěvníkům zpřístupněn např. v rámci dnů otevřených dveří místních firem, dvakrát jej navštívili účastníci akcí Industry Open (Vlakem do Škodovky, 2020 a 2021).

Vzhledem k omezeným možnostem návštěvy areálu bývalé Škodovky bude Plzeň – TURISMUS usilovat o zprostředkování informací o jeho historii návštěvníkům jinou formou, např. v podobě online materiálů, aplikací nebo komentovaných procházek.

- Spolupráce s Techmania Science Center na prezentaci historie Škodových závodů

Historii Škodových závodů se věnuje Techmania Science Center, v jejíž prostorách se nachází expozice výroby kolejových vozidel. Pro kvalitnější zachování odkazu Škodových závodů a zprostředkování informací o nich návštěvníkům by bylo vhodné rozšíření této expozice a nabídky tematických akcí.

Trvalá spolupráce s městskými firmami na projektu Industry Open

- Prohlídky provozů Vodárny Plzeň, ZEVO Plzeň a Plzeňských městských dopravních podniků

Ve spolupráci s městskými firmami naváže Plzeň – TURISMUS na proběhlé ročníky sezonního programu stezky Industry Open zpřístupňováním jejich provozů formou komentovaných prohlídek. Plzeň – TURISMUS bude nadále partnerům poskytovat součinnost v organizaci akcí, zajištění prodeje vstupenek, případně průvodcovských služeb na akcích.

- Zařazení areálu TechTower do industriální stezky, spolupráce se SITMP

S otevřením technologického centra TechTower získala Plzeň nejen nové prostory pro startupy a začínající podnikatele v technologiích, ale také novou atraktivitu na poli industriálního turismu. Plzeň – TURISMUS bude akcentovat důležitost zpřístupňování areálu TechTower návštěvníkům a spolupracovat se Správou informačních technologií města Plzně (SITPortem) na aktivitách, které do TechTower přivedou návštěvníky z řad veřejnosti.

Zařazení industriálního turismu do základní destinační nabídky

Téma industriálního turismu zastřešuje projekt Industry Open a bylo doposud komunikováno prostřednictvím produktových kampaní nebo propagace dílčích akcí. Plzeň – TURISMUS začlení industriální atraktivitu jako jeden z balíčků zážitků také do obecné komunikace destinační nabídky pod značkou Visit Plzeň a do hlavních destinačních kampaní.

Rozšíření cílové skupiny produktu

- Nabídka tematických programů pro školy a skupiny
- Marketingové aktivity ve vzdálenějších krajích
- Podpora zpřístupnění partnerských míst zahraničním návštěvníkům
- Rozšíření nabídky o akce pro rodiny s dětmi

Současnou cílovou skupinou produktu Industry Open jsou převážně místní, případně návštěvníci z Plzeňského kraje. Ambicí Plzeň – TURISMUS je rozšířit cílovou skupinu geograficky – komunikovat nabídku nejen lokálně, ale v rámci destinačních kampaní i ve vzdálenějších regionech a podpořit partnerská místa produktu v zpřístupnění zahraničním návštěvníkům. Nabídka bude rozšířena i tematicky o zážitky pro cílovou skupinu rodiny s dětmi a tematické programy pro školy. Zážitky v oblasti industriálního turismu zařadí Plzeň – TURISMUS do B2B katalogu služeb pro skupiny.

2. MICE a sport

Odvětví MICE a oblast sportu mají velký potenciál zvýšit návštěvnost destinace a jsou důležitou součástí cestovního ruchu, jejíž potenciál využívá čím dál více destinací v Česku. Silnou stránkou destinace Plzeň je blízkost Prahy a Německa a dobré dopravní spojení. V oblasti sportu se může Plzeň pochlubit zlepšující se infrastrukturou a velkým množstvím nových sportovních areálů využitelných pro akce nadregionálního nebo mezinárodního významu, v oblasti MICE naopak naráží na nedostatečné kapacity prostor kulturní a kongresové/víceúčelové infrastruktury.

Oblast MICE je celorepublikově řízena na úrovni krajů tzv. Convention Bureaus, které ve většině krajů zřizují krajské organizace destinačního managementu. V Plzeňském kraji, resp. Plzni, bylo Pilsen Convention Bureau dlouhodobě neaktivní, od roku 2023 jeho činnost zajišťuje Plzeňský kraj (Odd. cestovního ruchu KÚPK). Oblast MICE a sportovního turismu je vzhledem ke konkurenci ostatních krajů ČR nutné koncepčně uchopit.

Seznam opatření	Garant
1. Nastavení spolupráce s Plzeňským krajem v oblasti MICE	Plzeň – TURISMUS Plzeňský kraj
2. Koordinace a informovanost o termínech konání velkých MICE a sportovních akcí <ul style="list-style-type: none"> Využití akcí k podpoře cestovního ruchu Komunikace značky Visit Plzeň na akcích s nadregionální a mezinárodní účastí 	Plzeň – TURISMUS Plzeňský kraj Odbor sportu MMP
3. Doprovodná nabídka pro účastníky kongresů a sportovních akcí <ul style="list-style-type: none"> Aktivní nabízení doprovodných programů organizátorům 	Plzeň – TURISMUS Plzeňský kraj Odbor sportu MMP
4. Podpora konání sportovních akcí nadregionálního významu v Plzni, využití nově budované sportovní infrastruktury <ul style="list-style-type: none"> Podpora mezinárodních sportovních akcí na území města Plzně 	Odbor sportu MMP Odbor správy infrastruktury MMP
5. Spolupráce se Západočeskou univerzitou v oblasti konání konferencí a dalších eventů	Plzeň – TURISMUS Západočeská univerzita v Plzni

Nastavení spolupráce s Plzeňským krajem v oblasti MICE

- Koordinátor MICE: Pilsen Convention Bureau

Vzhledem k rovnoměrnému rozložení kongresových kapacit v regionu a městě Plzeň bude Plzeň – TURISMUS v této oblasti intenzivně spolupracovat s Pilsen Convention Bureau (Plzeňský kraj) na budování identity regionálního kongresového centra, formování partnerské sítě v rámci destinace Plzeň a tvorbě obsahu webových stránek s MICE nabídkou. Další aktivity Plzeň – TURISMUS budou součástí akčních plánů.

Koordinace a informovanost o termínech konání velkých MICE a sportovních akcí

- Využití akcí k podpoře cestovního ruchu
- Komunikace značky Visit Plzeň na akcích s mezinárodní a nadregionální účastí

V rámci podpory MICE turismu v destinaci i Plzeňském kraji je nutná informovanost o termínech akcí a podpora jejich konání v regionu. Plzeň – TURISMUS bude aktivně komunikovat s koordinátorem MICE (Plzeňským krajem), Odborem sportu MMP a dalšími aktéry s cílem získání většího přehledu o konání akcí a přitahování jejich konání do destinace a regionu. Na akcích s mezinárodní nebo nadregionální účastí by se město Plzeň mělo prezentovat pod značkou Visit Plzeň, která je vhodná pro komunikaci směrem ven, zejména k zahraničním účastníkům nebo divákům akcí.

Doprovodná nabídka pro účastníky kongresů a sportovních akcí

- Aktivní nabízení doprovodných programů organizátorům

Plzeň – TURISMUS disponuje vlastní nabídkou doprovodných programů pro skupiny účastníků MICE a sportovních akcí. Tuto nabídku bude rozšiřovat a přizpůsobovat pro doplnění programu větších akcí, připravovat programy na klíč a ve spolupráci s koordinátorem MICE a Odborem sportu MMP aktivně nabízet organizátorům.

Podpora konání sportovních akcí nadregionálního významu v Plzni, využití nově budované sportovní infrastruktury

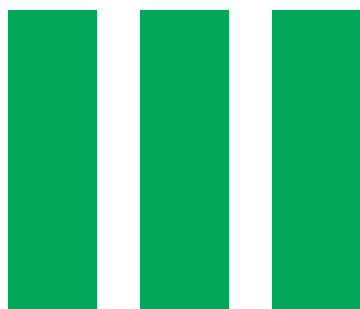
- Podpora mezinárodních sportovních akcí na území města Plzně

Město Plzeň nabízí vysoké množství kapacit pro sportovní klání a kvalitní infrastrukturu pro konání sportovních akcí. Odbor sportu MMP je garantem jednoletého dotačního titulu „Podpora sportovních akcí na území města Plzně“. Pro efektivnější plánování větších sportovních akcí na území města by bylo vhodné doplnění tohoto dotačního titulu o další, který bude zaměřen na mezinárodní sportovní akce a bude víceletý.

Při budování nové sportovní infrastruktury je nutné dbát na parametry a podmínky pro budoucí pořádání mezinárodních sportovních akcí.

Spolupráce se Západočeskou univerzitou v oblasti konání konferencí a dalších eventů

Západočeská univerzita v Plzni je jako pořadatel konferencí a dalších eventů klíčovým partnerem v oblasti kongresového turismu. Plzeň – TURISMUS naváže spolupráci se ZČU ve věci informovanosti o konaných akcích a možnosti nabídky doprovodného programu, případně zprostředkování ubytování jejich účastníkům.



Efektivní destinační marketing

V rámci svých marketingových aktivit Plzeň – TURISMUS prezentuje širokou nabídku zážitků a turistických atraktivit v destinaci a poskytuje partnerům z řad turistických cílů a poskytovatelů služeb prostor pro prezentaci jejich nabídky.

Plzeň se těší z image metropole piva, atraktivita značky Pilsner Urquell výrazně přispívá tomuto obrazu Plzně zejména na zahraničních trzích. Plzeň – TURISMUS ve své komunikaci akcentuje také silné příběhy dalších značek a osobností, jako je Adolf Loos. Marketingová komunikace pod značkou Visit Plzeň se zaměřuje na balíček zážitků v destinaci spíše než na přilákání návštěvníků na jednu konkrétní atraktivitu.

V povodových letech se změnila struktura návštěvníků a chybějící návštěvníky ze zahraničí nahradili ti z Česka. Tomu je také přizpůsobena komunikace, Plzeň – TURISMUS podporuje domácí cestovní ruch destinačními kampaněmi cílenými na domácí trh s cílem udržet počty domácích návštěvníků.

Seznam opatření	Garant
<p>1. Další rozvoj komunikačních aktivit pod značkou Visit Plzeň</p> <ul style="list-style-type: none"> • Efektivní obsahová strategie a zvyšování návštěvnosti hlavního turistického portálu Visit Plzeň (www.visitplzen.eu) pro všechny tři jazykové mutace (CZ, EN, DE) • Tvorba a rozesílání newsletteru Visit Plzeň (1x měsíčně) • Aktivní komunikace a zvyšování zapojení sledujících na sociálních sítích (FB, IG, YT, LI, ...) • Budování pozitivního obrazu Plzně jako atraktivní destinace prostřednictvím PR aktivit včetně press tripů • Propagace hlavních akcí a eventů s turistických potenciálem napříč komunikačními kanály 	Plzeň – TURISMUS
<p>2. Příprava ročních marketingových plánů</p>	Plzeň – TURISMUS
<p>3. Revize jednotného vizuálního stylu Visit Plzeň</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redesign webu Visit Plzeň • Tvorba manuálu a jeho implementace do komunikačních kanálů Visit Plzeň • Tvorba nové řady propagačních tiskovin (včetně aktualizace map a tvorby prodejního kapesního průvodce) • Poskytnutí grafických podkladů a propagačních materiálů partnerům pro využití v jejich komunikaci 	Plzeň – TURISMUS Odbor komunikace a marketingu MMP Správa informačních technologií města Plzně
<p>4. Destinační kampaně</p> <ul style="list-style-type: none"> • Návaznost destinačních kampaní v průběhu roku • Aktivní účast partnerů na šíření kampaní, finanční nebo barterová podpora 	Plzeň – TURISMUS

5. Spolupráce s agenturou CzechTourism <ul style="list-style-type: none"> • Organizace press tripů a fam tripů • Komunikace nabídky destinace směrem k CzechTourism 	Plzeň – TURISMUS
6. Komunikace značky Visit Plzeň na akcích s mezinárodní a nadregionální účastí <ul style="list-style-type: none"> • Poskytování podkladů Visit Plzeň (foto, video, grafické materiály) organizátorům akcí 	Plzeň – TURISMUS Odbor komunikace a marketingu MMP Odbor kultury MMP
7. Sdílení výsledků kampaní a přehledu marketingových aktivit s partnery v destinaci	Plzeň – TURISMUS
8. Sledování aktuálních trendů a vzdělávání v destinačním marketingu	Plzeň – TURISMUS
9. Pravidelné vyhodnocování a optimalizace marketingových aktivit	Plzeň – TURISMUS

Revize jednotného vizuálního stylu Visit Plzeň na základě aktuálních trendů a potřeb destinačního marketingu

- Redesign webu Visit Plzeň
- Tvorba manuálu a jeho implementace do komunikačních kanálů Visit Plzeň
- Tvorba nové řady propagačních tiskovin včetně aktualizace map a tvorby prodejního kapesního průvodce
- Poskytnutí grafických podkladů a propagačních materiálů partnerům pro využití v jejich komunikaci

Vzhledem k vývoji trendů v marketingu je potřebná revize komunikačních aktivit pod značkou Visit Plzeň a uzpůsobení vizuálního stylu. V souladu s novým vizuálním stylem vytvoří Plzeň – TURISMUS novou řadu propagačních tiskovin. Grafický manuál bude vycházet z vizuálního stylu města Plzně.

Destinační kampaně

- Návaznost destinačních kampaní v průběhu roku

Svémi kampaněmi pod značkou Visit Plzeň bude Plzeň – TURISMUS nadále časově pokrývat většinu roku. Hlavní sezonní kampaň bude cílena na domácí cestovní ruch a Bavorsko a bude doplněna dalšími komunikačními tématy v mimosezoně (plzeňská pohostinnost a gastronomie a atraktivita přístupné v zimních měsících, adventní Plzeň).

- Aktivní účast partnerů na šíření kampaní, finanční nebo barterová podpora

Plzeň – TURISMUS bude podněcovat zapojení partnerů do destinačních kampaní jak jejich šířením, tak finanční nebo barterovou spoluúčastí. Stávající formy této spolupráce bude nadále prohlubovat.

Spolupráce s agenturou CzechTourism

- Organizace press tripů a fam tripů (ZZ CzT) Plzeň – TURISMUS pravidelně organizuje a připravuje program press tripů pro zahraniční novináře ve spolupráci se zahraničními zastoupeními agentury CzechTourism a Plzeňským krajem.
- Komunikace nabídky destinace směrem k CzT

Prostřednictvím Krajského koordinátora (Plzeňský kraj) bude Plzeň – TURISMUS nadále komunikovat novinky z destinace a zajímavé atraktivity směrem k agentuře CzechTourism.

Sdílení výsledků kampaní a přehledů marketingových aktivit organizace s partnery v destinaci

Plzeň – TURISMUS bude vedle dat o cestovním ruchu komunikovat s partnery své marketingové aktivity a jejich výsledky. Partnerům bude zasílat pravidelný čtvrtletní report o komunikaci jejich atraktivit a turistické nabídky prostřednictvím marketingových kanálů Visit Plzeň.

Sledování aktuálních trendů a vzdělávání v destinačním marketingu

Plzeň – TURISMUS bude nadále sledovat aktuální trendy v destinačním marketingu, získávat inspiraci a zajišťovat vzdělávání svých zaměstnanců i partnerů z řad aktérů cestovního ruchu v destinaci v oblasti marketingu.

Pravidelné vyhodnocování a optimalizace marketingových aktivit

Své marketingové aktivity bude Plzeň – TURISMUS pravidelně vyhodnocovat a optimalizovat. Pro vyhodnocování budou využívány standardní nástroje, jako jsou statistiky online marketingu na sociálních sítích, Google Analytics a další.

IV

**Plzeň
jako město
přívětivé
k návštěvníkům**

Výhodou Plzně, co se týče dostupnosti, je její poloha – blízkost Prahy (letiště), dobré vlakové i automobilové spojení i dostupnost z Německa. Velmi kvalitní je také hromadná doprava po Plzni. V oblasti dopravy jsou však slabou stránkou „vstupní brány“ do města – hlavní nádraží a zejména hlavní autobusové nádraží nebo prostor po KD Inwest (pěší trasa z hl. n. do centra města). V lokalitě hlavního vlakového nádraží je předpoklad zlepšení po dokončení jeho rekonstrukce.

Plzeň bojuje s bezdomovectvím a bezpečnostní situací spojenou s agenturními pracovníky, hrozbou je možná stavba nových montoven v okolí Plzně a s ní spojená migrace za prací. Špatnou vizitkou je nepořádek ve městě – nedostatečný úklid veřejných prostranství nebo venkovních ploch po akcích. Množství automobilové dopravy v centru města znepríjemňuje zážitek pěším turistům.

Služby pro turisty poskytované Turistickým informačním centrem Visit Plzeň jsou dlouhodobě kvalitní (nabídka pro individuální turisty i skupiny). Ve službách cestovního ruchu hrozí nedostatek kvalitního personálu a postupně stále častější nedostatečná úroveň německého jazyka. Chybí doprovodná infrastruktura jako veřejné toalety, cyklistická vybavenost (propojení cyklostezek, nefunkční cykloboxy), nebo informační a orientační systém mimo historické centrum. V oblasti služeb v Plzni chybí obchodní třída/bulvár v centru města, kam by návštěvníci vyrazili za nákupy – nákupní možnosti jsou soustředěné ve velkých nákupních centrech (v centru města OC Plaza).

Seznam opatření	Garant
<p>1. Čistota a bezpečnost ve městě</p> <ul style="list-style-type: none"> • Úklid po akcích • Svozy odpadu • Úklid veřejného prostoru (čistota ulic, chodníků) • Udržování čistoty ve vstupních branách do města (centrální autobusové nádraží, hlavní vlakové nádraží a Paluba Hamburk) • Hlídky Městské policie Plzeň ve frekventovaných lokalitách 	<p>Úřady městských obvodů Čistá Plzeň Odbor bezpečnosti MMP</p>
<p>2. Zkvalitňování služeb pro turisty</p> <ul style="list-style-type: none"> • Veřejná WC • Udržování kvality turistických informačních center • Komunikace praktických informací návštěvníkům ve vstupních branách do města a TIC • Spolupráce se Správou železnic, kvalitní služby pro turisty v budově hlavního vlakového nádraží • Bezbariérovost turistických atrakcí • Zkvalitňování infrastruktury pro cyklisty 	<p>Úřad městského obvodu Plzeň 3 Podnikatelé zapojení do projektu Vlídna WC Plzeň – TURISMUS Správa veřejného statku (cyklokoordinátor) Turistická informační centra Správa železnic</p>
<p>3. Úprava navigačního systému v širším centru města</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aktualizace Městského informačního a orientačního systému (MIOS) 	<p>Plzeň – TURISMUS Útvar koncepce a rozvoje města Plzně Správa veřejného statku města Plzně Odbor památkové péče MMP</p>

4. Kultivace veřejného prostoru v souladu s městskou koncepcí regulace vizuálního smogu	Útvar koncepce a rozvoje MMP Plzeň – TURISMUS
5. Umístění „instaspotu“ v atraktivní lokalitě/lokalitách v centru města	Plzeň – TURISMUS Útvar koncepce a rozvoje města Plzně Odbor památkové péče MMP Správa veřejného statku města Plzně

Čistota a bezpečnost ve městě

- Úklid po akcích
- Svozy odpadu
- Úklid veřejného prostoru (čistota ulic a chodníků)
- Udržování čistoty ve „vstupních branách“ do města (centrální autobusové nádraží, hlavní nádraží a Paluba Hamburk)
- Hlídky Městské policie Plzeň ve frekventovaných lokalitách

Směrem k zodpovědným subjektům bude Plzeň – TURISMUS akcentovat důležitost zvýšení úklidu města, zejména po větších akcích ve veřejném prostoru. Jako klíčové lokality vnímá Plzeň – TURISMUS koridory se zvýšeným pohybem návštěvníků (od vstupních bran do historického centra, z historického centra do Plzeňského Prazdroje nebo do DEPO2015 podél řeky Radbuzy).

Zkvalitňování služeb pro turisty

- Veřejná WC

Pro nadcházející období bude Plzeň – TURISMUS iniciovat rebranding projektu Vlídna WC a usilovat o jeho kvalitnější komunikaci. V rámci přípravy nového navigačního systému budou označena veřejná WC v parkovacím domě Rychtářka

- Udržování kvality služeb turistických informačních center

Plzeň – TURISMUS zajistí pravidelnou recertifikaci Turistických informačních center Visit Plzeň v rámci Asociace turistických informačních center (A.T.I.C.) a Péče o kvalitu a v získání certifikátů bude podporovat také ostatní TIC v destinaci. Na základě spolupráce s Plzeňským krajem budou infocentra Visit Plzeň nadále poskytovat informace nejen o destinaci, ale také o Plzeňském kraji. Pracovníkům turistických informačních center v destinaci bude Plzeň – TURISMUS nadále nabízet možnost účastnit se školení a vzdělávacích workshopů.

- Komunikace praktických informací návštěvníkům ve vstupních branách do města a TIC

Vstupní brány do města a turistická informační centra by měla návštěvníkům poskytovat základní praktické informace potřebné k bezproblémovému pobytu. Na tato místa prvního kontaktu s návštěvníkem budou umístěny nové nosiče nebo materiály poskytující základní praktické informace.

- Spolupráce se Správou železnic, kvalitní služby pro turisty v budově hlavního vlakového nádraží

V souvislosti s dokončením rekonstrukce plzeňského hlavního vlakového nádraží naváže Plzeň – TURISMUS spolupráci se SŽDC za účelem umístění navigačního systému do zrekonstruované budovy nádraží a jeho propojení s Palubou Hamburk, kde působí pobočka Turistického informačního centra Visit Plzeň. Hlavní vlakové nádraží je důležitou vstupní branou do města a Plzeň – TURISMUS bude akcentovat význam služeb pro turisty, jako jsou úschovny zavazadel a kvalitní navigace.

- Bezbariérovost turistických atraktivit

Pro zpřístupnění turistické nabídky destinace handicapovaným návštěvníkům Plzeň – TURISMUS mapuje bezbariérovost turistických atraktivit a jejich přístupnost handicapovaným a návštěvníkům s kočárky a tyto informace poskytuje návštěvníkům. Tyto údaje bude Plzeň – TURISMUS pravidelně aktualizovat.

- Zkvalitňování infrastruktury pro cyklisty

Vzhledem k zvyšující se poptávce ze stran návštěvníků bude město Plzeň podporovat zkvalitňování infrastruktury a služeb pro cyklisty, jako je zařazení cyklomapy do portfolia turistických materiálů, značení a propojení jednotlivých úseků cyklostezek nebo zprovoznění cykloboxů na Palubě Hamburk.

Úprava navigačního systému v širším centru města

- Aktualizace MIOS (Městský informační a orientační systém)

V rámci úpravy Městského informačního a orientačního systému připraví Plzeň – TURISMUS obsah pro jeho rozšíření a doplnění o informace o hlavních turistických atraktivitách v širším centru města. Navigační systém bude obsahovat nové nosiče odpovídající vizuálnímu stylu města (bude sjednocena jejich podoba) a bude doplněn o nové prvky.

Kultivace veřejného prostoru v souladu s městskou koncepcí regulace vizuálního smogu

Ve svých aktivitách viditelných ve veřejném prostoru bude Plzeň – TURISMUS dodržovat zásady stanovené Manuálem označování provozoven a Manuálem reklamy ve veřejném prostoru města Plzně. Plzeň – TURISMUS bude akcentovat dodržování zmiňovaných manuálů také směrem k partnerům v cestovním ruchu v destinaci.

Umístění „instaspotu“ v atraktivní lokalitě/ lokalitách v centru města

Pro Plzeň bude vytvořen „instaspot“ – fotopoint nebo zajímavý umělecký prvek ve veřejném prostoru, který má potenciál zvýšení tvorby uživatelského obsahu z destinace na sociálních sítích.

Seznam zkratek

A.T.I.C. – Asociace turistických informačních center

CR – cestovní ruch

CzT – CzechTourism

ČSÚ – Český statistický úřad

DMO – organizace destinačního managementu

HUZ – hromadná ubytovací zařízení

KÚPK – Krajský úřad Plzeňského kraje

MICE – Meetings (= setkání, schůzky), Incentives (= incentiva, motivační pobyty), Conventions/Conferences (= kongresy/konference), Exhibitions/Events (= výstavy/akce). Též „Meeting Industry“ nebo kongresový průmysl, který zahrnuje organizování kongresů, konferencí a seminářů, incentivní cestovní ruch, pořádání veletrhů a výstav.

MIOS – Městský informační a orientační systém (mapy, šipky, rozcestníky pro pěší)

MMP – Magistrát města Plzně

MMR – Ministerstvo pro místní rozvoj

TC – turistický cíl/ turistické cíle

TIC – Turistické informační centrum

ZMP – Zastupitelstvo města Plzně

Vysvětlivky

Business turismus – Účast na cestovním ruchu za účelem pracovní cesty mimo místo, kde účastník práci běžně vykonává.

Destinační management – Řízení cestovního ruchu v turistických destinacích, soubor nástrojů a opatření využívaných pro koordinované plánování, organizaci, komunikaci nebo regulaci cestovního ruchu v destinaci. Spolupráce v destinaci, na které se podílí místní samosprávy, organizace destinačního managementu, podnikatelé v destinaci a další aktéři cestovního ruchu.

Fam trip – Označení „fam“ znamená „familiarisation“. Fam trip je organizovanou cestou za účelem seznámení účastníků s nabídkou produktů a služeb destinace. Účastníky fam tripů jsou zpravidla tour operátoři a zástupci cestovních kanceláří a agentur.

Jednodenní návštěvník – Návštěvník destinace, který je účastníkem cestovního ruchu, ale v destinaci nepřenocuje.

Kategorizace organizací destinačního managementu (DMO) – Norma, která definuje požadavky na činnost organizací destinačního managementu v ČR. Vymezuje čtyři kategorie DMO: lokální, oblastní, krajskou a národní, přičemž národní reprezentuje agentura CzechTourism.

Leisure turismus – Tradiční cestovní ruch za účelem poznání destinace, dovolené, odpočinku apod. realizovaný ve volném čase účastníka.

Požitkáři – Lidé, kteří rádi investují do cestování, nevdí jim utratit v destinaci vyšší obnos peněz za služby, cestují za kvalitní gastronomií a kulturními zážitky. Zpravidla páry nebo skupiny ve věku kolem 30 let bez dětí nebo 40 a výše „prázdné hnízdo“ (mají již starší děti a cestují bez nich).

Press trip – Organizovaná novinářská cesta, jejímž cílem je prostřednictvím exkurze seznámit novináře s destinací a zajistit tak publicitu destinace.

Produkt cestovního ruchu – Ucelený soubor služeb a zážitků zaměřený na konkrétní cílovou skupinu. Je řízen a koordinován, spolupracuje na něm více subjektů cestovního ruchu. Jeho součástí je nabídka zpoplatněného zboží a služeb, generuje útratu v destinaci u různých subjektů.

Turista – Návštěvník, který alespoň jednu noc přespí v HUZ v destinaci.

Zbytková data mobilních operátorů (geolokační data) – Data o poloze mobilního zařízení v určitém čase získaná díky připojení zařízení ke konkrétnímu vysílači signálu. Lokalizace mobilních zařízení prostřednictvím sítě vysílačů. Pro cestovní ruch jsou zásadní pro zjištění počtu jednodenních návštěvníků turistických destinací.