



Plán činnosti spolku Turistická oblast Brdy
a Podbrdsko, z.s.

na rok 2025

1 OBSAH

1	Obsah.....	2
2	Úvod	4
3	Oblasti aktivit.....	5
4	Co máme splněno.....	5
5	ORGANIZAČNÍ FUNGOVÁNÍ.....	7
5.1	Koordinace činnosti.....	7
	Prohlubování a zefektivnění činnosti 3K platformy	7
	Optimalizace pozice koordinátora a specialisty	7
	Vytvoření zázemí organizace	7
5.2	Systém měření a kontroly	8
	Pravidelný monitoring návštěvnosti.....	8
5.3	Financování	8
	Průběžný monitoring možností financování aktivit spolku	8
6	INFRASTRUKTURA A NABÍDKA	9
6.1	Turistické trasy	9
	Značení cyklotras v jižní části CHKO Brdy	9
	Zimní běžecké trasy	9
	Revize a rozšíření sítě pěších turistických tras v CHKO Brdy	9
	Označení brdských vrcholů a zajímavých míst v jejich blízkosti vylepšení výhledů z vybraných vrcholů Brd	9
	Označení Všerubské svatojakubské cesty	10
6.2	PRODUKTY CESTOVNÍHO RUCHU	10
	Produkt „Poutní turismus“	10
	Produkt „Návštěvnícká karta Berounska Brd a Podbrdsko “	11
	Produkt „Brdoviny“	11
	Produkt: Brdy a Podbrdsko na kole a s batohem na zádech	11
	Produkt „Tradice Brd a Podbrdsko“	12
	Produkt „Brdy a Podbrdsko neznámé“	13
	Produkt „Ochutnej Brdy a Podbrdsko“	13
	Produkt „Brdy a Podbrdsko pro děti	14
	Produkt „Za nejkrásnějšími místy CHKO Brdy“	14
	Produkt „Pustit k vodě“	14
6.3	Nové PROJEKTY	14
	Průzkum projektových záměrů a aktualizace projektového zásobníku	14
7	MARKETING	16

7.1	Strategie a image.....	16
	Řízení image značky.....	16
	Profil návštěvníka	16
7.2	Tvorba nástrojů	16
	Strategický obsah webu	16
	Obsah webu – Akční a sezonní nabídky, kalendář akcí	17
	Pořízení image fotografií a reels videí	17
	Tištěné propagační materiály (přehled)	17
	Propagační předměty DMO.....	18
	Technické a programové vybavení DMO	18
7.3	Sociální sítě.....	19
	Plán tvorby obsahu a výběr témat pro marketing na sociálních sítích	19
	Správa sociálních sítí (průběžné)	19
	Větší využití kanálu „Brdy a Podbrdsko v síti YouTube“	19
	Mapování dostupnosti turistických cílů	19
7.4	Kampaně a podpůrné marketingové aktivity	20
	Fam trip/influencer trip.....	20
	Public relations a placená reklama v médiích	20
	Veletrhy cestovního ruchu	20
8	LIDÉ A ROZVOJ VZTAHŮ.....	21
8.1	Vzdělávání	21
	Organizace oblastní konference cestovního ruchu nebo workshopu	21
	Školení/workshop pro pracovníky turistických informačních center v oblasti	21
8.2	SPOLUPRÁCE S PARTNERY.....	21
	Prohlubování spolupráce a naplňování smluv o spolupráci s našimi partnery	21

2 ÚVOD

Plán činnosti spolku Turistická oblast Brdy a Podbrdsko, z.s pro rok 2025 zahrnuje plánované aktivity spolku pro nadcházející kalendářní rok. Plán byl sestaven v souladu se střednědobými a krátkodobými cíli Marketingové strategie Turistické oblasti Brdy a Podbrdsko. Aktivity se týkají různých oblastí činnosti spolku a každá svým způsobem představuje dílčí krok k postupnému naplňování strategie.

Tento dokument byl zpracován v souladu s doporučeními Implementačního manuálu Kategorizace organizací destinačního managementu agentury CzechTourism z 1. 9. 2021. Při zpracování dokumentu jsme zohlednili analytické výstupy a doporučení naší marketingové strategie, ale též jsme zvažovali naše kapacity a předpokládané finanční možnosti pro rok 2025. Při výběru aktivit byl kladen důraz také na výstupy SWOT analýzy v marketingové strategii, abychom využili na maximum silných stránek a příležitostí, a naopak se snažili překonat nebo alespoň minimalizovat naše slabé stránky a potenciální ohrožení.

3 OBLASTI AKTIVIT

V roce 2025 se zaměříme především na následující čtyři oblasti činnosti, které chceme postupně rozvíjet:

1. ORGANIZAČNÍ FUNGOVÁNÍ
2. INFRASTRUKTURA
3. MARKETING
4. LIDÉ A ROZVOJ VZTAHŮ

V roce 2025 se zaměříme na marketingové aktivity, infrastrukturní projekty, jejichž cílem bude podpora cestovního ruchu v naší oblasti, a na posílení naší členské a partnerské základny včetně rozvoje personálních kapacit. Stejně jako v minulých letech budeme v roce 2025 klást velký důraz na trvalou udržitelnost cestovního ruchu v naší turistické oblasti. Plán byl sestaven s ohledem na potřeby budování 3K platformy a rozšiřování členské a partnerské základny našeho spolku.

Certifikační komise Kategorizace organizací destinačního managementu dne 2. 4. 2025 rozhodla o udělení certifikace na další tři roky. Certifikát je platný tři roky, tedy do 2. 4. 2027.

4 CO MÁME SPLNĚNO

Krátkodobý plán pro rok 2025 vychází z marketingové strategie přijaté v roce 2019 (a její aktualizace z roku 2022) a navazuje na plán z předchozího roku, kde rozvíjí některé aktivity. Na úvod si shrneme a vyhodnotíme plnění vytyčených aktivit z předchozího roku, a to dle jednotlivých oblastí.

Organizační fungování

- | | |
|---|-----------------|
| ✓ Optimalizace pozice koordinátora spolku | PRŮBĚŽNĚ PLNĚNO |
| ✓ Přijetí specialisty na CR 80 h měsíčně | HOTOVO |
| ✓ Prohlubování a zefektivnění činnosti 3K platformy | PRŮBĚŽNĚ PLNĚNO |
| ✓ Podrobný průzkum a analýza kulturní nabídky regionu | ČÁSTEČNĚ PLNĚNO |
| ✓ Pravidelný monitoring návštěvnosti | PRŮBĚŽNĚ PLNĚNO |
| ✓ Průběžný monitoring možností financování aktivit spolku | PRŮBĚŽNĚ PLNĚNO |

Infrastruktura

- | | |
|--|-----------------|
| ✓ Zimní běžecké lyžařské trasy | PRŮBĚŽNĚ PLNĚNO |
| ✓ Značení cyklotras v jižní části CHKO Brdy | ODLOŽENO |
| ✓ Revize a rozšíření TZT v CHKO Brdy | HOTOVO |
| ✓ Označení brdských vrcholů a zajímavých míst v jejich blízkosti | PRŮBĚŽNĚ PLNĚNO |

Produkty cestovního ruchu

- | | |
|-----------------------------|-----------------|
| ✓ Produkt – Poutní turismus | PRŮBĚŽNĚ PLNĚNO |
|-----------------------------|-----------------|

✓ Produkt – Návštěvnícká knížka, příprava na digitalizaci	PRŮBĚŽNĚ PLNĚNO
✓ Produkt – Brdy a Podbrdsko na kole a s batohem na zádech	PRŮBĚŽNĚ PLNĚNO
✓ Produkt – tradice Brdy a Podbrdsko	ODLOŽENO
✓ Produkt – Brdy a Podbrdsko neznámé	PRŮBĚŽNĚ PLNĚNO
✓ Produkt – Ochutnej Brdy a Podbrdsko	PRŮBĚŽNĚ PLNĚNO
✓ Produkt – Brdy a Podbrdsko pro děti	PRŮBĚŽNĚ PLNĚNO
✓ Produkt – Nejkrásnější místa CHKO	PRŮBĚŽNĚ PLNĚNO
✓ Produkt SCCR – Pustit k vodě	PRŮBĚŽNĚ PLNĚNO

Marketing

✓ Řízení image značky	PRŮBĚŽNĚ PLNĚNO
✓ Plán tvorby obsahu a výběr témat pro marketing na sociálních sítích	PRŮBĚŽNĚ PLNĚNO
✓ Strategický obsah webu	PRŮBĚŽNĚ PLNĚNO
✓ Obsah webu – blog, akční a sezonní nabídky	PRŮBĚŽNĚ PLNĚNO
✓ Redesign webu, nové funkcionality	PRŮBĚŽNĚ PLNĚNO
✓ Pořízení image fotografií	PRŮBĚŽNĚ PLNĚNO
✓ Tištěné propagační materiály	PRŮBĚŽNĚ PLNĚNO
✓ Digitální aplikace Smart Guide	ODLOŽENO
✓ Produkty – výběr, příprava a realizace projektů	PRŮBĚŽNĚ PLNĚNO
✓ Public relations (průběžné)	PRŮBĚŽNĚ PLNĚNO
✓ Správa sociálních sítí (průběžné)	PRŮBĚŽNĚ PLNĚNO
✓ Průzkum image – SCCR analýza značky od společnosti Behavio	HOTOVO
✓ Průzkum potenciálu a potřeb poptávky	ODLOŽENO
✓ PPC kampaň ve vyhledávacích (posílení viditelnosti značky)	ODLOŽENO
✓ Kanál YouTube	ODLOŽENO
✓ Fam trip s influencery	PRŮBĚŽNĚ PLNĚNO
✓ Veletrhy a výstavy	PRŮBĚŽNĚ PLNĚNO

Lidé a rozvoj vztahů

✓ Organizace Oblastní konference cestovního ruchu	HOTOVO
✓ Školení pro pracovníky TIC	HOTOVO
✓ Prohlubování spolupráce s členy a partnery	PRŮBĚŽNĚ PLNĚNO

5 ORGANIZAČNÍ FUNGOVÁNÍ

5.1 KOORDINACE ČINNOSTI

Prohlubování a zefektivnění činnosti 3K platformy

V roce 2025 se zaměříme na další prohlubování činnosti naší platformy 3K. S rozšiřujícím počtem členů našeho spolku se zaměříme na efektivitu komunikace, koordinace aktivit, ale i zapojování a sladování zájmů členů.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Zpětná vazba od členů a partnerů, podněty ke zlepšení atp.

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Průběžně během roku 2025

Náklady: Vlastními silami

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti

Optimalizace pozice koordinátora a specialisty

Cílem této aktivity je nastavit systém fungování a práce koordinátora a specialisty spolku, v případě potřeby vytyčit nové oblasti svěřené odpovědnosti a pružně reagovat na měnící se podmínky v ČR. V průběhu roku bude podle potřeby tento systém optimalizován. V roce 2025 bude nutné navázat na dobrou spolupráci s členskou a partnerskou základnou a dále ji prohlubovat. V případě fluktuace pracovníků DMO zajistit, aby s nimi neodešlo získané know-how.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Zpětná vazba od členů a partnerů, zpětná vazba od koordinátora

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Průběžně během roku 2025

Náklady: Vlastními silami

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti

Vytvoření zázemí organizace

Prověříme možnosti pronájmu kanceláře DMO, která je důležitá pro další zefektivnění činnosti DMO. DMO nemá žádné zázemí, absentují vhodné prostory pro různá jednání. Pracovníci DMO pracují jen z domova. Jako ideální lokaci pro vytvoření zázemí považujeme město Příbram, kterou lze považovat jako přirozené centrum turistické oblasti. Pokud se nám nepodaří najít vhodné prostory v Příbrami, prověříme možnosti i v jiných členských městech a obcích, v úvahu připadá také např. město Hořovice, Dobříš, Březnice, Rožmitál p. Třemšínem či Mníšek pod Brdy. Do budoucna je na místě zvážit zavedení konzultačního dne, ve vymezeném čase by bylo možné bez předchozího objednání cokoli s pracovníky DMO v novém zázemí řešit.

Výstup, plnění, vyhodnocení: pronajatá kancelář DMO

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: prosinec 2025

Náklady: 100.000 Kč

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti

5.2 SYSTÉM MĚŘENÍ A KONTROLY

Pravidelný monitoring návštěvnosti

Pravidelný monitoring návštěvnosti turistických cílů a dále také on-line platform, které využíváme pro marketing. Na pravidelné bázi budeme vyhodnocovat fungování sociálních sítí a návštěvnost webu www.brdyapodbrdsko.cz.

V roce 2025 budeme sledovat:

- Návštěvnost turistických cílů (včetně sdružených TC)
- Statistiky hromadných ubytovacích zařízení
- Návštěvnost webu a strukturu návštěvníků (Google Analytics)
- Návštěvnost sociálních sítí

Budeme pokračovat také monitoringu mediálních výstupů a zmínek o naší destinaci v off-line i on-line médiích.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Analýza (report)

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: 2025 Průběžně

Náklady: Vlastními silami

Zodpovídá: specialista CR

5.3 FINANCOVÁNÍ

Průběžný monitoring možností financování aktivit spolku

Průběžné vyhledávání možností financování našeho spolku a našich projektů a aktivit. Zaměříme se zejména na:

- Dotace Ministerstva pro místní rozvoj ČR
- Dotace Ministerstva zemědělství ČR
- Dotace Středočeského kraje
- Evropské dotace

Výstup, plnění, vyhodnocení: Získané finanční prostředky

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Průběžně během roku 2025

Náklady: vlastními silami

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti ve spolupráci s členy pracovní skupiny

6 INFRASTRUKTURA A NABÍDKA

6.1 TURISTICKÉ TRASY

Značení cyklotras v jižní části CHKO Brdy

V roce 2025 budeme pokračovat v přípravách na zhotovení projektové dokumentace a získání souhlasných stanovisek dotčených orgánů pro značení cyklotras v jižní části CHKO Brdy. Budeme analyzovat finanční možnosti získání dotace na realizaci projektového záměru „Značení cyklotras v jižní části CHKO BRDY“.

Výstup, plnění, vyhodnocení:

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Prosinec 2025

Náklady: 250.000 Kč (projekt, terénní průzkum apod.)

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti spolu s externím dodavatelem

Zimní běžecké trasy

V rámci zvyšování atraktivity turistické nabídky a posílení kapacit pro zimní sezonu připravíme ve spolupráci s VLS, s. p. mapu cest, které nebudou ošetřeny zimní údržbou. V případě optimálních sněhových podmínek zajistíme ve spolupráci s městem Příbram a VLS, s. p. strojovou úpravu vybraných cest.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Mapa tras

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Prosinec 2025

Náklady: 20.000, - Kč

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti s městem Příbram a VLS, s. p.

Revize a rozšíření sítě pěších turistických tras v CHKO Brdy

V roce 2025 zrealizujeme ve spolupráci s KČT rozšíření sítě pěších turistických tras v CHKO Brdy v rozsahu, v jakém nám to dovolují stanoviska dotčených orgánů. Ve sledovaném období proběhne nové značení turistických tras v okolí obce Láz. Naplánujeme setkání s vedením Povodí Vltavy na téma stavby vyhlídkové plochy na hladinu vodní nádrže. Díky vyhlídce dojde k omezení nedovolených vstupů do ochranného pásma VD. Společně budeme koordinovat komunikaci ohledně otevření cesty a vyhlídky. U vyhlídky bude naistalována informační cedula o historii VD a informacemi pro turisty.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Aktualizovaná mapa turistických tras, vyhlídka, infocedula

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Zimní období

Náklady: 30.000, - Kč

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti

Označení brdských vrcholů a zajímavých míst v jejich blízkosti vylepšení výhledů z vybraných vrcholů Brd

Cílem je ve spolupráci se Správou CHKO Brdy a VLS, s. p. postupně označit dřevěnými označníky s vyřezanými reliéfy zvířat vrcholy Brd (označníky vyrobí žáci Waldorfské školy Příbram) a zajímavá místa

v jejich blízkosti. Součástí označnicků jsou schránky na vrcholové knihy v jednotném designu. V roce 2025 dojde k označení dalších 3 až 4 vrcholů. Zároveň budou na vybraných vrcholech Brd prořezem zkvalitněny výhledy do krajiny (např. kazatelna na Třemošné), tato aktivita proběhne ve spolupráci s VSL, s. p. a Správou CHKO Brdy.

Vyčleněné prostředky budou použity případně také na screening a následné odstranění muniční zátěže daného místa tak, aby tyto nové turistické cíle byly absolutně bezpečné.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Označené vrcholy, upravené výhledy

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Prosinec 2025

Náklady: 100.000, - Kč

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti s externím dodavatelem

Označení Všerubské svatojakubské cesty

Celou turistickou oblastí probíhá známá Všerubská trasa Svatojakubské poutní cesty, která je vyznačena nejen v online a tištěných mapách, ale také přímo v terénu. Již nyní je možné najít na některých místech schránky pro poutníky a kamenné sloupky s mušlí, která je symbolem Svatojakubské poutní cesty. Cílem je označit kamenným sloupkem s mušlí významná místa v turistické oblasti, jimiž trasa prochází. Jedná se např. o Svatou Horu, obec Kytín, Rožmitál pod Třemšínem (zde trasa vede jinde než původně) či posezení a vyhlídka u Jíloviště. Cílem pro rok 2025 je označit 1-2 místa.

Výstup, plnění, vyhodnocení: instalovaný kamenný sloupek s mušlí

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Prosinec 2025

Náklady: 25.000, - Kč

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti s externím dodavatelem

6.2 PRODUKTY CESTOVNÍHO RUCHU

Produkt „Poutní turismus“

Ve spolupráci s DMO Berounsko budeme pokračovat v rozvoji produktu cestovního ruchu zaměřeného na poutní turismus. Propojíme tak přirozeným způsobem obě naše destinace a napojíme je na již existující významné poutní trasy, které zasahují na území naší turistické oblasti. Při tvorbě produktu budeme vycházet z marketingové strategie obou DMO, které s poutní turistikou, resp. i s šířeji pojatou oblastí „duchovna“ počítá.

Výstup, plnění, vyhodnocení: aktualizovaný produkt, prezentace produktu na webu, sociálních sítích i v rámci eventů – např. Jarní pouť za perlami Berounska, Brd a Podbrdsko (ve spolupráci se spolky Ultreia), dále související mediální výstupy. V roce 2025 proběhne revize tištěného materiálu a dotisk. Zaměříme se také na propagaci videa a reels videí.

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Prosinec 2025

Náklady: 50.000 Kč

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti

Produkt „Návštěvnícká karta Berounska Brd a Podbrdsko“

Digitální návštěvnícká karta umožňuje čerpání slev a dalších výhod ve vybraných turistických místech středních Čech.

Princip fungování návštěvnícké karty je založen na poskytování řady slev a výhod z oblasti trávení volného času. Karta tak podporuje vyšší nákup turistických služeb a produktů, které jsou v tomto systému zapojeny. Návštěvnícká karta poskytuje svým uživatelům slevy a výhody, slouží jako motivační faktor a inspirace na výlety pro turisty i místní obyvatele, jako propagace pro zapojené poskytovatele a jako nástroj destinační spolupráce. Při zakoupení plného vstupného/služby získá návštěvník zdarma možnost stažení a aktivace návštěvnícké karty, v níž najde slevy či jinou výhodu v dalších zařízeních, která se do projektu zapojila. Návštěvnícká knížka je prezentována na Facebooku, Instagramu a webových stránkách turistické oblasti. Do projektu se od nás v roce 2024 zapojilo celkem 52 subjektů.

V roce 2025 budeme pokračovat ve na společném produktu s DMO Berounsko. Z dotazníkového šetření, které bylo provedeno online a bylo zaměřeno na poskytovatele slev, jednoznačně vyplynulo, že podnikatelé mají zájem o rozšíření návštěvnícké knížky o oblast Berounska. 2025 Navážeme na úspěšnou spolupráci a **zaměříme se na digitalizaci návštěvnícké karty**.

Během roku 2025 dojde k úplnému přenesení slevové knížky do online prostředí pomocí mobilní aplikace. Budeme zvažovat, zda návštěvnícká karta v tištěné podobě zůstane částečně či vůbec (například ve formě DL letáčku). Vytvoříme také společnou webovou stránku www.navstevnickakarta.cz, na které bude produkt moderně prezentován.

DMO Brdy a Podbrdsko uzavřelo s DMO Berounskou partnerskou smlouvu na projekt digitalizace financovaný z MMR, o spoluúčast a další výdaje spojené s projektem se budou podílet rovným dílem (50% každá DMO).

Výstup, plnění, vyhodnocení: mobilní aplikace, microsite, tištěné materiály, aktivní zapojení podnikatelských subjektů, on-line výstupy (Facebook, Instagram), interní analýzy

Náklady: 150 000,- Kč

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti s externím dodavatelem

Produkt „Brdoviny“

Turistické noviny čtenářům přináší tipy na výlety, praktické rady a zajímavé aktuality z Brd a Podbrdsko. Zároveň bylo cílem provázat služby poskytované v DMO. Celkový náklad v roce 2025 činil 12.000 výtisků. Turistické noviny byly k dispozici zdarma v informačních centrech, muzeích, na zámcích a hradech a dalších partnerských místech.

V roce 2025 dojde k vydání dalšího čísla Brdovin. Vzhledem k popularitě tohoto produktu počítáme s nákladem 12 000 výtisků. V rámci pracovní skupiny zanalyzujeme možnosti dalšího rozvoje tohoto produktu. Zvážíme rozšíření o některá témata např. tipy na koupání v celé TO.

Výstup, plnění, vyhodnocení: 12 000 výtisků turistických novin, aktivní zapojení členů a partnerů, on-line výstupy (Facebook, Instagram), interní analýza.

Termín dokončení: květen 2025

Náklady: 120 000,- Kč

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti

Produkt: Brdy a Podbrdsko na kole a s batohem na zádech

Vydané brožury přinášejí celkem 24 tipů na výlet, resp. 12 výletů pěšky a 12 cyklo výletů. Každý výlet obsahuje popis trasy i zajímavostí v okolí, orientační mapku se zaznačenou trasou, informaci o její délce a náročnosti. Brožury obsahují lehké trasy vhodné pro rodiny s dětmi, i náročnější pro sportovce.

Kolekci doplňuje také 6 informačních letáků, které představují jednotlivé turistické cíle. Slouží tak jako krátká pozvánka na hrady a zámky, rozhledny, místa spjatá s vojenskou minulostí nebo třeba do muzeí a galerií.

V roce 2024/2025 dojde k redesignu tištěných materiálů k produktu. Prozkoumáme nové možnosti marketingové podpory tohoto produktu.

Výstup, plnění, vyhodnocení: propagační materiál, aktivní zapojení členů a partnerů, on-line výstupy (Facebook, Instagram).

Náklady: viz rozpočet dotace od MMR – Marketingové aktivity turistické oblasti Brdy a Podbrdsko

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti

Produkt „Tradice Brd a Podbrdsko“

Turistická oblast Brdy a Podbrdsko disponuje bohatým zásobníkem tradic a dodnes je patrný odkaz tradic v živé kultuře i v umělecké tvorbě. V roce 2025 připravíme produkt založený právě na tradicích, a to nejen v jejich tradičním pojetí, ale i v pojetí moderním.

V první fázi aktualizujeme přehled o tradicích zpracovaný v marketingové strategii a poté přistoupíme k návrhu turistického produktu. Pracovní skupina podklady vyhodnotí a bude se zamýšlet nad realizací níže uvedených možností:

Předběžně počítáme s tím, že hlavní osou produktu bude „putování za tradicemi Brd a Podbrdsko“. V rozšířené verzi prověříme možnost k produktu přidat motivační systém, např. pas na razítka nebo určitou formu sbírání kódů pro on-line verifikaci a po dosažení určitého počtu cílů nabídneme účastníkům drobné odměny.

Potenciál tématu a předpoklady na straně nabídky naší turistické oblasti

Motiv tradic otevírá další potenciál i v jiných směrech, zejména:

- tradiční řemesla – hornictví, uhlířství, špendlíkářství, rukavičkářství atd.,
- náboženská a poutní turistika (Svatá Hora, Prokopská pouť v Březových Horách atd.),
- betlémářská tradice (Příbramsko),
- loutkářství (Březnice),
- vojenská historie,
- bohatý zásobník místních pověstí
- Kája Mařík
- a samozřejmě tradiční pokrmy a regionální speciality.

Výše naznačené možnosti mají průnik s venkovskou turistikou, kterou mimo jiné akcentuje naše marketingová strategie z roku 2019.

Téma tradic je zajímavé i z toho pohledu, že jejich poznávání je častým motivem pro domácí cestovní ruch a návštěvu regionů ČR. Tento motiv je častý i u návštěvníků ze Slovenska, které zmiňujeme v potenciálních příležitostech v souvislosti s rostoucí poptávkou.

Návrh aktivit v rámci tvorby produktu CS k tradicím Brd a Podbrdsko

V rámci podpory tématu TRADICE zvažujeme pro rok 2025 následující aktivity:

- Průzkum a vytvoření operativní databáze akcí, které s tématem tradic souvisí
- Vytvoření speciální sekce nabídky zaměřené na tradice na webu www.brdyapodbrdsko.cz

- Vytvoření min. jednoho produktu zaměřeného na tradice (viz předchozí podkapitola s přehledem předpokladů na straně nabídky)
- Pořízení fotografií a případného videa s touto tematikou
- Propagace místních tradic na sociálních sítích (v optimálním případě každý měsíc zaměřený tematicky na jinou tradici)

Výstup, plnění, vyhodnocení: Hotový produkt, prezentace produktu na webu, sociálních sítích

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Prosinec 2025

Náklady: 50.000 Kč

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti

Produkt „Brdy a Podbrdsko neznámé“

Produkt Krajinou Brd a Podbrdsku vychází z lokalizačních předpokladů destinace Brdy a Podbrdsko. Zaměření produktu je především na pěší turisty. Důraz bude kladen na soulad s krajinou a kulturou, vnitřní prožitek a udržitelné formy cestování. Cílem je návštěvníkům ukázat nejen známá ale i méně známá místa v oblasti. Komunikační témata: Cestujte a objevujte méně známá místa, toulky krajinou, zaměření na dovolené mimo město a zdravý životní styl, regionální rozproštění turistů, za naučnými stezkami v Brdech a Podbrdsku.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Hotový produkt, propagační materiál, prezentace produktu na webu, sociálních sítích

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: květen 2025

Náklady: viz rozpočet dotace od MMR – Marketingové aktivity turistické oblasti Brdy a Podbrdsko

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti

Produkt „Ochutnej Brdy a Podbrdsko“

V rámci produktu budou prezentovány jednak malé řemeslné pivovary a jednak i větší a zavedený pivovar Herold v Březnici, jehož historie sahá několik staletí do minulosti a je tak jedním z vůbec nejstarších podniků kontinuálně působících na světě. Pivovary můžeme najít po obou stranách Brd a Hřebenů, díky tomuto produktu bude možné jednotně prezentovat velkou část Brd a Podbrdsku, čímž dosáhneme zvýšení povědomí o regionu a získáme tak možnost propojit jinak velmi rozdílné oblasti, které tvoří geografickou součást destinace. Tento produkt vyvineme v souladu s marketingovou strategií turistické oblasti z roku 2019.

Produkt se zaměří na představení tipů na výlety v okolí pivovarů a některé z nich.

Úspěch tohoto produktu závisí na aktivní účasti majitelů a provozovatelů pivovarů.

Výstup, plnění, vyhodnocení, hotový produkt, propagační materiál, prezentace produktu na webu, sociálních sítích, související mediální výstupy

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: květen 2025

Náklady: viz rozpočet dotace od MMR – Marketingové aktivity turistické oblasti Brdy a Podbrdsko

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti

Produkt „Brdy a Podbrdsko pro děti

Při tvorbě produktu se zaměříme na vytvoření atraktivní nabídky pro rodiny s dětmi, která jim bude ušita na míru a usnadní jim vyhledávání vhodných výletů a zážitků v oblasti. Budeme stavět na již existující nabídce pro rodiny s dětmi, která ale není nijak konzistentně a atraktivně propagována. Zážitky v Brdech a Podbrdsku jsou specifické i díky industriálnímu dědictví regionu, čímž se můžeme diferenciovat od nabídky ostatních DMO.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Hotový produkt, propagační materiál, prezentace produktu na webu, sociálních sítích, související mediální výstupy

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: květen 2025

Náklady: viz rozpočet dotace od MMR – Marketingové aktivity turistické oblasti Brdy a Podbrdsko

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti

Produkt „Za nejkrásnějšími místy CHKO Brdy“

Součástí produktu je rozšíření spolupráce také na vytváření aktivit a zážitků v Brdech, které bychom návštěvníkům společně zprostředkovali, jedná se např. o pozorování hvězd, putování za studánkami, či putování za faunou a florou v srdci chráněné oblasti. Program by byl odborně připravován ve spolupráci s pracovníky AOPK. Zážitky by tak v sobě nesly neformální edukativní složku.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Hotový produkt, propagační materiál, prezentace produktu na webu, sociálních sítích, eventy, související mediální výstupy

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: květen 2025

Náklady: viz rozpočet dotace od MMR – Marketingové aktivity turistické oblasti Brdy a Podbrdsko

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti

Produkt „Pustit k vodě“

Navážeme na spolupráci z předešlého roku. Z pohledu naší destinace dává smysl se věnovat oblasti Slapska, Novoknínska, které jednoznačně mají turistický potenciál. Již jsme rozšířili databázi image fotografií, abychom měli základ pro vizuálně zajímavý materiál, který by lákal na přírodní zajímavosti, stezky, gastro zážitky a ubytování ve výše zmíněném regionu.

Výstup, plnění, vyhodnocení: obsah na webu pustitkvode.cz, prezentace produktu na webu destinace, sociálních sítích

Náklady: 50.000 Kč

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti

6.3 NOVÉ PROJEKTY

Průzkum projektových záměrů a aktualizace projektového zásobníku

Během jarních příprav provedeme průzkum mezi partnery a dalšími subjekty v destinaci, případně subjekty spolupracujícími, s cílem zjistit jejich projektové záměry. Následně aktualizujeme projektový zásobník a budeme řešit možnosti realizace jednotlivých projektů a jejich financování.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Zásobník projektů

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Květen 2025

Náklady: Vlastními silami

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti

7 MARKETING

7.1 STRATEGIE A IMAGE

Řízení image značky

Budeme průběžně pracovat na image značky destinace Brdy a Podbrdsko v duchu marketingové strategie. V roce 2025 budeme dále pokračovat v profilování naší destinace zejména na sociálních sítích a na webu a prostřednictvím koordinátora se zaměříme i na vybrané PR aktivity.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Průběžné vyhodnocení výstupů čerpání z image analýzy DMO a centrály.

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Průběžně během roku 2025

Náklady: Vlastními silami

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti a externí dodavatel digitálního marketingu

Profil návštěvníka

V roce 2025 bychom již měli mít výstupy z dotazníkového šetření zaměřeného na vytvoření tzv. profilu návštěvníka DMO Brdy a Podbrdsko. V roce 2024 jsme vytipovali turistické cíle, na kterých bylo realizováno dotazování respondentů. Poznatky z profilu návštěvníka budou využívány zejména při tvorbě produktů cestovního ruchu a marketingových aktivitách DMO. Společně s SCCR budeme pracovat na analýze a vyhodnocení nasbíraných dat. Do budoucna je v úvaze zapojení profesionální společnosti do sběru dat a vytvoření ještě detailnější analýzy. Předpoklad je nyní takový, že profesionální sběr dat by se uskutečnil až v roce 2026.

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Prosinec 2025

Náklady: vlastními silami společně s SCCR

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti

7.2 TVORBA NÁSTROJŮ

Strategický obsah webu

Pokračovat v budování strategického obsahu webu www.brdyapodbrdsko.cz, což znamená nadále zkvalitňovat a optimalizovat texty v oblasti nabídky destinace, ale také na blogu. Soustředit se na SEO parametry dle výstupů z proběhnuvší SEO analýzy.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Postupné plnění webu dle doporučení v SEO analýze

Místo realizace: Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko / on-line

Termín dokončení: Průběžná aktualizace a optimalizace textů (SEO)

Náklady: Vlastními silami

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti

Obsah webu – Akční a sezonní nabídky, kalendář akcí

Operativní vytváření obsahu pro akční a sezonní nabídky, které bude probíhat po celý rok dle aktuální nabídky. Podobně budeme průběžně plnit kalendář akcí. Důraz budeme klást na prezentaci produktů cestovního ruchu.

Tato část tvorby obsahu bude úzce napojená na PR aktivity, resp. vytvořený obsah budeme rozesílat také do médií formou novinek a tiskových zpráv.

Web funguje již několik let a obsah některých stránek zastaral, je nutné tedy provést revizi obsahu a doplnit chybějící informace. Fotobanka je nyní pestřejší, a proto je nutno vyměnit fotografie nebo je zcela doplnit.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Články na webu destinace, záznamy v kalendáři akcí

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Průběžně během roku 2025

Náklady: vlastními silami

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti

Pořízení image fotografií a reels videí

Pořízení sady image fotografií. Fotografie budou pořízeny na základě interní rozvahy – jaké fotografie, zejména z pohledu cílení na cílové skupiny, v jakém počtu a nakolik budou odrážet specifika jednotlivých subregionů a sezonalitu.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Fotografie – počet dle zadání, reels videa – počet dle zadání.

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Prosinec 2025

Náklady: 100.000, - Kč

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti

Tištěné propagační materiály (přehled)

Tisk tištěných propagačních materiálů dle potřeby (nutno zohlednit zvýšené požadavky), konkrétně:

- Brdy a Podbrdsko s batohem na zádech – tipy na pěší výlety
- Brdy a Podbrdsko na kole – tipy na cyklistické výlety
- Putujte pěšky jako kdysi naši předkové – skládací přehledová mapa
- Trhací mapa
- Návštěvnícká knížka – reklamní DL leták s QR kódem odkazující na možnost stažení aplikace
- Propagační materiál pro zimní turistiku – mapa
- Neznámé Brdy a Podbrdsko – neznámé naučné stezky
- Brdoviny – noviny by opět vyšly na počátku letní sezony, rozšíření o nabídku tipů na koupání, turisté by se zde budou opět inspirovat k výletům po naší turistické oblasti, noviny budou obsahovat nabídku nejdůležitějších kulturních akcí v regionu, náklad 12.000 ks, distribuce v celé TO.

- Ochutnej Brdy a Podbrdsko – prezentace řemeslných pivovarů a výletů
- Pustit k vodě, K vodě do Brd a Podbrdsko – záleží na požadavcích a koncepci SCCR
- Dotkni se Brd (se Správou CHKO) – nejkrásnější místa CHKO Brdy – materiál určený k propagaci naučných stezek a zajímavostí chráněné krajinné oblasti.
- Brdy a Podbrdsko pro děti– vycházíme z tipů na výlet uvedených původně v jednoduchém letáku, cílem je informace pro turisty rozšířit a nabídku pro rodiny s dětmi atraktivněji prezentovat. Zájem návštěvníků byl potvrzen na základě zpětné vazby z TIC a turistických aktivit.
- Výhody členství v TO Brdy a Podbrdsko – zde se jedná o nový propagační materiál, který je určen potenciálním členům

Tištěné propagační materiály budou distribuovány primárně na TIC v naší turistické oblasti a do dalších partnerských institucí, případně provedeme distribuci na další partnerská místa TIC v jiných turistických oblastech a na SCCR. Distribuce bude probíhat dále prostřednictvím eventů, které budou pořádat členové (případně partneři) spolku, a kterých se budeme účastnit.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Tištěné propagační materiály a jejich počet

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: květen 2025

Náklady: 700 000 Kč

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti a s externím dodavatelem

Propagační předměty DMO

Tato aktivita spočívá ve vytvoření upomínkových předmětů. Druh a podoba bude upřesněna během roku 2025 (v návrhu jsou turistické vizitky a známky). Upomínkové předměty budou distribuovány do TIC a dalších partnerských institucí k následnému prodeji. V tomto roce budou intenzivněji probíhat osobní setkání s podnikatelskými subjekty, které mají zájem se zapojit do digitální varianty návštěvnické karty. Tato setkání bychom rádi využili k prezentaci výhod členství v DMO Brdy a Podbrdsko. Bylo by vhodné při této příležitosti předat upomínkový předmět.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Počet vyrobených upomínkových předmětů

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Prosinec 2025

Náklady: 10.000, - Kč

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti a s externím dodavatelem

Technické a programové vybavení DMO

Často probíhají setkání s členy, partnery či potenciálními členy a partnery, DMO nemá žádné technické vybavení, není možné na jednáních (mimo zasedací místnost na úřadě) nic promítnout. Chybí tedy mobilní dataprojektor a laptop.

Tvorbu obsahu pracovníkům DMO usnadní umělá inteligence CHAT GPT, nejlepších výsledků lze dosáhnout v rámci placené verze.

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Prosinec 2025

Náklady: 45.000, - Kč

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti a s externím dodavatelem

7.3 SOCIÁLNÍ SÍTĚ

Plán tvorby obsahu a výběr témat pro marketing na sociálních sítích

Průběžná tvorba plánu obsahu sociálních sítí a výběr zastřešujících témat pro jednotlivé měsíce pro marketing na sociálních sítích. V roce 2025 se zaměříme více na konkrétní aktivity a budeme se snažit komunikaci na sociálních sítích více cílit na vybrané cílové skupiny. Příkladem mohou být mladé rodiny s kočárkem, cyklisté, pěší turisté apod. V roce 2025 budeme propagovat novinky v infrastruktuře, kterých se v přechozím období podařilo dosáhnout. Jedná se zejména o Brdskou hřebenovku a nové značené turistické trasy. Do příspěvků budeme zařazovat častěji také reels videa.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Pracovní dokument

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Průběžně po celý rok 2024

Náklady: Vlastními silami

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti a externím dodavatelem

Správa sociálních sítí (průběžné)

Správa sociálních sítí, tj. pravidelné publikování příspěvků, sdílení zajímavých informací a novinek, komunikace s fanoušky a dalšími uživateli. Součástí je získávání podkladů, zejména fotografií od externích fotografů a instagramerů. Primárně se zaměříme na sociální sítě Facebook a Instagram.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Pravidelné vyhodnocení (měsíční) dle dostupných metrik (např. míra interakce publika, prokliky na web atp.)

Místo realizace: Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko / Česká republika

Termín dokončení: Průběžně po celý rok 2025

Náklady: 270.000, - Kč + 50.000, - Kč na letní kampaň

Zodpovídá: Externí správce sociálních sítí ve spolupráci s koordinátorem turistické oblasti

Větší využití kanálu „Brdy a Podbrdsko v síti YouTube“

Plánujeme intenzivnější využití kanálu v sociální síti YouTube, tzn. předpokládáme větší prezentaci našeho kanálu na všech sociálních sítích, ale i průběžné zveřejňování videí (oficiálních i od fanoušků).

Výstup, plnění, vyhodnocení: Počet odběratelů, počet shlédnutí videí, sdílení odkazů na videa na dalších sociálních sítích

Místo realizace: Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko / Česká republika

Termín dokončení: Průběžně po celý rok 2025

Náklady: 10.000

Zodpovídá: Externí správce sociálních sítí ve spolupráci s koordinátorem turistické oblasti

Mapování dostupnosti turistických cílů

Ve spolupráci s nadací Charta 77 a tvůrci aplikace disway připravíme minimálně jeden celodenní výlet, který bude vhodný pro pohybově handicapované návštěvníky. Dostupnost turistických atraktivit a trasa výletu bude přímo v terénu prověřena vozíčkářem. Výlet budeme propagovat na našich sociálních sítích a blogu.

Místo realizace: Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko / Česká republika
Termín dokončení: Průběžně po celý rok 2025
Náklady: 20 000,-
Zodpovídá: externí dodavatel ve spolupráci s koordinátorem turistické oblasti

7.4 KAMPAŇ A PODPŮRNÉ MARKETINGOVÉ AKTIVITY

Fam trip/influencer trip

Cílem bude vygenerovat povědomí o destinaci a možnostech trávení volného času v destinaci. Harmonogram a itinerář fam tripu bude naplánován s předstihem, a to i na základě předběžné poptávky ze strany účastníků. Tuto aktivitu budeme realizovat pouze ve spolupráci se Středočeskou centrálou cestovního ruchu. Společně s Berounskem naplánujeme influencer trip který podpoří propagaci Návštěvnické karty Berounska, Brd a Podbrdsko.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Fam trip, počet účastníků, počet výstupů na sociálních sítích, sdílení a další interakce, přehled mediálních titulů, počet výstupů a případné reakce na ně

Místo realizace: Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko / Česká republika
Termín dokončení: Prosinec 2025
Náklady: 40.000, - Kč
Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti

Public relations a placená reklama v médiích

Průběžné public relations – pravidelná tvorba a rozesílání tiskových zpráv, poskytování informací a podkladových materiálů médiím, reakce na relevantní události a vyhledávání příležitostí k publicitě.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Počet vytvořených tiskových zpráv, počty výstupů na webu a v off-line médiích. Vyhodnocení kvality výstupů a jejich přínosů pro naši destinaci.

Místo realizace: Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko / Česká republika
Termín dokončení: Prosinec 2025 (předpokládáme pokračování v navazujících letech)
Náklady: 80.000, - Kč
Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti

Veletrhy cestovního ruchu

Také v roce 2025 budeme Brdy a Podbrdsko prezentovat ve spolupráci se SCCR na veletrzích cestovního ruchu. Jejich návštěvníkům pravidelně představujeme turistické cíle a atraktivitu, místa pro trávení aktivní dovolené a volného času. Prezentace probíhá prostřednictvím osobní komunikace s návštěvníky expozice a distribuce tištěných propagačních materiálů.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Účast na veletrzích (ITEP Plzeň, Holiday World Praha, Brno)

Místo realizace: Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko / Česká republika
Termín dokončení: Prosinec 2025
Náklady: 50.000, - Kč
Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti

8 LIDÉ A ROZVOJ VZTAHŮ

8.1 VZDĚLÁVÁNÍ

Organizace oblastní konference cestovního ruchu nebo workshopu

Konference cestovního ruchu bude místem setkání odborníků, podnikatelů, novinářů a všech zájemců o cestovní ruch v Brdech a Podbrdsku. Konference cestovního ruchu považujeme za strategický event, v rámci kterého budeme prezentovat naši destinaci, turistickou nabídku, ale i plány do budoucna. Fórum má přinést také nejnovější poznatky z oboru, které budeme moci následně implementovat. Současně bychom dali rádi prostor všem členům, partnerům a dalším aktivním subjektům, aby mohli prezentovat své projekty a aktivity. Fórum má být v neposlední řadě platformou pro navazování kontaktů a spolupráce. Očekáváme také účast zástupců jiných destinací a vzájemnou výměnu know-how a navázání spolupráce. Zvážíme také možnost uspořádat tematicky a prakticky zaměřený workshop. Finální podobu eventu zvolíme podle konkrétní poptávky a situace.

Výstup, plnění, vyhodnocení: konference/workshop, počet účastníků, zpětná vazba od účastníků, nové projekty a aktivity

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: bude upřesněno

Náklady: 40.000, - Kč

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti a externími dodavateli.

Školení/workshop pro pracovníky turistických informačních center v oblasti

V roce 2025 bychom chtěli opět zorganizovat setkání pracovníků turistických informačních center v naší oblasti, jehož cílem je sdílení informací napříč územím. Budeme pokračovat v navázané spolupráci s NPÚ a dalšími partnery.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Odborné školení, počet účastníků, zpětná vazba od účastníků, nové projekty a aktivity

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: bude upřesněno

Náklady: 20.000, - Kč

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti a externími dodavateli.

8.2 SPOLUPRÁCE S PARTNERY

Prohlubování spolupráce a naplňování smluv o spolupráci s našimi partnery

Partnerství je pro naši destinaci základním stavebním kamenem rozvoje. Stávajících partnerů si vážíme a budeme nadále usilovat o co nejlepší vztahy. V rámci naplňování partnerství uvnitř naší destinace budeme proto klást nadále velký důraz na naplňování smluv o spolupráci s našimi partnery.

Mezi klíčové aktivity partnerství patří zejména propagace a zajišťování prostoru pro prezentaci ve výstupech a materiálech naší destinace. Současně budeme usilovat o maximální kooperaci i v dalších dílčích oblastech (např. eventy, příprava produktů, plánování infrastruktury atp.), ale i v rámci optimalizace strategie a vize naší destinace.

Tato aktivita je úzce provázána s prohlubováním 3K platformy.

Na naplňování smluv o spolupráci bude aktivně dohlížet koordinátor oblasti.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Zpětná vazba od partnerů, zmínky partnerských organizací v propagačních materiálech a na on-line platformách

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Průběžně po celý rok 2025

Náklady: Vlastními silami

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti, specialista CR