



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

na rok 2026

1 OBSAH

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 manažera a specialisty	7
5.2 Systém měření a kontroly	7
Pravidelný monitoring návštěvnosti TC a online platforem	7
5.3 Financování	8
Průběžný monitoring možností financování aktivit spolku	8
6 INFRASTRUKTURA A NABÍDKA	8
6.1 Turistické trasy	8
Značení cyklotras v jižní části CHKO Brdy	8
Zimní běžecké trasy	9
Aktualizace map na vstupních místech do Brd	9
Označení brdských vrcholů a zajímavých míst v jejich blízkosti vylepšení výhledů z vybraných vrcholů Brd	9
6.2 Produkty cestovního ruchu	10
Produkt „Poutní turismus“	10
Produkt „Návštěvnická karta Berounska Brd a Podbrdsko“	10
Produkt „Brdoviny“	11
Produkt „Tradice Brd a Podbrdsko“	11
Produkt: Brdy a Podbrdsko s batohem na zádech	12
Produkt: Brdy a Podbrdsko na kole	12
Produkt „Brdy a Podbrdsko neznámé“	13
Produkt „Ochutnej Brdy a Podbrdsko“	13
Produkt „Brdy a Podbrdsko pro děti	13
Produkt „Za nejkrásnějšími místy CHKO Brdy“	13
6.3 Nové PROJEKTY	14
Průzkum projektových záměrů a aktualizace projektového zásobníku	14
7 MARKETING	14
7.1 Strategie a image	14
Řízení image značky	14
Profil návštěvníka	14
7.2 Tvorba nástrojů	15
Strategický obsah webu	15
Obsah webu – Akční a sezonní nabídky, kalendář akcí	15
Pořízení image fotografií a reels videí	16
Tištěné propagační materiály (přehled)	16

Propagační předměty DMO	17
Technické a programové vybavení DMO	17
7.3 Sociální sítě	18
Plán tvorby obsahu a výběr témat pro marketing na sociálních sítích	18
Správa sociálních sítí (průběžné)	18
Větší využití kanálu „Brdy a Podbrdsko v síti YouTube“	18
7.4 Kampaně a podpůrné marketingové aktivity	19
Fam trip/influencer trip	19
Public relations a placená reklama v médiích	19
Veletrhy cestovního ruchu	19
8 LIDÉ A ROZVOJ VZTAHŮ	20
8.1 Vzdělávání	20
Organizace oblastní konference cestovního ruchu nebo workshopu	20
Školení/workshop pro pracovníky turistických informačních center v oblasti	20
8.2 SPOLUPRÁCE S PARTNERY	20
Prohlubování spolupráce a naplňování smluv o spolupráci s našimi partnery	20

2 Úvod

Plán činnosti spolku Turistická oblast Brdy a Podbrdsko, z. s. pro rok 2026 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 2026. 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 2026 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 2026 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 2026 klást velký důraz na trvalou udržitelnost cestovního ruchu v naší turistické oblasti. Plán byl sestaven s ohledem na potřeby budování 3K platformy, udržení její efektivity a rozšiřování členské a partnerské základny našeho spolku.

Certifikační komise Kategorizace organizací destinačního managementu dne 2. 4. 2026 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 2026 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 – Návštěvnická knížka, příprava na digitalizaci	HOTOVO
✓ Produkt – Brdy a Podbrdsko na kole a s batohem na zádech	HOTOVO
✓ Produkt – tradice Brdy a Podbrdsko	ODLOŽENO
✓ Produkt – Brdy a Podbrdsko neznámé	HOTOVO
✓ Produkt – Ochutnej Brdy a Podbrdsko	HOTOVO
✓ Produkt – Brdy a Podbrdsko pro děti	HOTOVO
✓ Produkt – Nejkrásnější místa CHKO	HOTOVO
✓ 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 sezónní nabídky	PRŮBĚŽNĚ PLNĚNO
✓ Redesign webu, nové funkcionality	PRŮBĚŽNĚ PLNĚNO
✓ Pořízení image fotografií	HOTOVO
✓ Tištěné propagační materiály	HOTOVO
✓ Digitální aplikace Smart Guide	ODLOŽENO
✓ Produkty – výběr, příprava a realizace projektů PLNĚNO	PRŮBĚŽNĚ
✓ Public relations (průběžné)	PRŮBĚŽNĚ PLNĚNO
✓ Správa sociálních sítí (průběžné)	PRŮBĚŽNĚ PLNĚNO
✓ Průzkum image – SCCR analýza značky od společnosti Behavior	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 2026 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 2026

Náklady: Vlastními silami

Zodpovídá: ředitel/ka turistické oblasti

Optimalizace pozice manažera a specialisty

Cílem této aktivity je nastavit systém fungování a práce ředitele a specialisty spolku, v případě potřeby vytýčit nové oblasti svěřené odpovědnosti a pružně reagovat na měnící se podmínky v CR. V průběhu roku bude podle potřeby tento systém optimalizován. V roce 2026 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.

Výkonnost organizace a jejích zaměstnanců bude nově v roce 2026 měřena předem stanovenými KPI, tedy prostřednictvím klíčových ukazatelů výkonnosti. K tomuto účelu byl připraven samostatný dokument, který bude vyhodnocen každý rok spolu s AP.

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 2026

Náklady: Vlastními silami

Zodpovídá: ředitel/ka turistické oblasti

5.2 SYSTÉM MĚŘENÍ A KONTROLY

Pravidelný monitoring návštěvnosti TC a online platform

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 2026 budeme sledovat:

- Návštěvnost turistických cílů (včetně sdružených TC)
- Statistiky hromadných ubytovacích zařízení a další statisticky vyžadované agenturou Czechtourism prostřednictvím Certifikace DMO
- 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: 2026 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 2026

Náklady: vlastními silami

Zodpovídá: ředitel/ka 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 2026 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 2026

Náklady: 400.000,- Kč (projekt, terénní průzkum apod.)

Zodpovídá: ředitel/ka 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 2026

Náklady: 20.000, - Kč

Zodpovídá: ředitel/ka turistické oblasti s městem Příbram a VLS, s. p.

Aktualizace map na vstupních místech do Brd

V roce 2026 zrealizujeme ve spolupráci s KČT aktualizaci map na vstupních místech do Brd a Hřebenů. Z iniciativy obou organizací došlo v posledních letech ke změnám sítě TZT. V terénu byla také vyznačena 120 km Brdská hřebenovka, a proto je nutné zastaralé mapy přelepit aktuálními verzemi. Plánujeme přelepit cca polovinu, tj. 40 map.

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

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Zimní období

Náklady: 80.000, - Kč

Zodpovídá: ředitel/ka turistické oblasti s externím dodavatelem

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 označníků jsou schránky na vrcholové knihy v jednotném designu. V roce 2026 dojde k označení dalších 2 až 3 vrcholů. Zároveň budou na vybraných vrcholech Brd prořezem zkvalitněny výhledy do krajiny (např. kazatelna na Třemošné), tato aktivita proběhne ve spolupráci s VLS, 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 2026

Náklady: 100.000, - Kč

Zodpovídá: ředitel/ka 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 2026 je označit 1-2 místa.

Výstup, plnění, vyhodnocení: instalovaný kamenný sloupek s mušlí

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Prosinec 2026

Náklady: 25.000,- Kč

Zodpovídá: ředitel/ka 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. Zaměříme se také na propagaci videa a využití profesionálně nafocených fotografií pro marketingové účely. Propagační video z roku 2025 zařadíme znovu do plánu příspěvků na sociálních sítích.

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Prosinec 2026

Náklady: 15 000,- Kč

Zodpovídá: ředitel/ka 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 karta je prezentována na Facebooku, Instagramu a webových stránkách turistické oblasti. Do projektu digitální karty se z naší turistické oblasti v roce 2025 zapojilo celkem 52 subjektů.

Na podporu nového digitálního produktu připravíme marketingovou kampaň na sociálních sítích. Dále budeme pokračovat v aktualizaci a vytváření obsahu pro microsite www.navstevnickakarta.cz. Bude probíhat aktualizace v administrátorském prostředí (např. přidávání a odebírání zapojených subjektů, úprava informací o nich). Průběžně budou vyhodnocována statistická data z aplikace, získané informace poslouží jako podklad pro vytváření marketingových kampaní.

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

Náklady: 100 000,- Kč

Zodpovídá: ředitel/ka 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 2026 dojde k vydání dalšího čísla Brdovin. Vzhledem k popularitě tohoto produktu počítáme s nákladem minimálně 12 000 výtisků (v ideální případě počítáme s navýšením počtu výtisků). V rámci pracovní skupiny analyzujeme možnosti dalšího rozvoje tohoto produktu. Zvážíme rozšíření o některá témata např. tradice Brd a Podbrdsko a větší prostor pro produkty CS naší destinace.

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

Termín dokončení: květen 2026

Náklady: 150 000,- Kč

Zodpovídá: ředitel/ka turistické oblasti s externím dodavatelem

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 2026 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“.

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, cvočkařství, umělecká litina atd.,
- náboženská a poutní turistika (Svatá Hora atd.),
- betlémářská tradice (Příbramsko),
- loutkářství (Březnice),
- vojenská historie,
- bohatý zásobník místních pověstí,
- 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 2026 následující aktivity:

- Průzkum a vytvoření operativní databáze akcí, které s tématem tradic souvisí
- Vytvoření speciální sekce nabídky zaměřené na tradice na webu www.brdypodbrdsko.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 2026

Náklady: 25.000,- Kč

Zodpovídá: ředitel/ka turistické oblasti

Produkt: Brdy a Podbrdsko s batohem na zádech

V rámci produktu je návštěvníkům destinace k dispozici tištěný propagační materiál, který obsahuje vybrané nejzajímavější pěší výlety různé náročnosti. Tipy na výlety jsou pro návštěvníky k dispozici také na webových stránkách.

S tipy na výlety se dále pracuje jakožto s obsahem pro sociální sítě, které jsou spravované externím dodavatelem.

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

Náklady: vlastními silami a externí dodavatel SMARTIM s.r.o.

Zodpovídá: ředitel/ka turistické oblasti

Produkt: Brdy a Podbrdsko na kole

V rámci produktu je návštěvníkům destinace k dispozici tištěný propagační materiál, který obsahuje vybrané nejzajímavější cyklistické výlety různé náročnosti. Tipy na výlety jsou pro návštěvníky k dispozici také na webových stránkách.

S tipy na výlety se dále pracuje jakožto s obsahem pro sociální sítě, které jsou spravované externím dodavatelem.

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

Náklady: vlastními silami a externí dodavatel SMARTIM s.r.o.

Zodpovídá: ředitel/ka turistické oblasti

Produkt „Brdy a Podbrdsko neznámé“

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

Náklady: vlastními silami a externí dodavatel SMARTIM s.r.o.

Zodpovídá: ředitel/ka turistické oblasti

Produkt „Ochutnej Brdy a Podbrdsko“

V rámci produktu jsou prezentovány jednak malé řemeslné pivovary Pivovary můžeme najít po obou stranách Brd a Hřebenů, díky tomuto produktu bude možné jednotně prezentovat velkou část Brd a Podbrdsko, čímž dosáhneme zvýšení povědomí o regionu a získáme tak možnost propojit jinak velmi rozdílné oblasti,. Spolu s pivovary jsou prezentovány tipy na výlety v okolí.

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

Náklady: vlastními silami a externí dodavatel SMARTIM s.r.o.

Zodpovídá: ředitel/ka turistické oblasti

Produkt „Brdy a Podbrdsko pro děti

Jedná se o prezentaci atraktivní nabídky pro rodiny s dětmi, která jim je ušita na míru a usnadní jim vyhledávání vhodných výletů a zážitků v oblasti. Zážitky v Brdech a Podbrdsku jsou specifické i díky industriálnímu dědictví regionu, čímž se můžeme diferencovat od nabídky ostatních DMO.

Výstup, plnění, vyhodnocení: distribuce propagačního materiálu, prezentace produktu na webu, sociálních sítích, související mediální výstupy

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

Náklady: vlastními silami a externí dodavatel SMARTIM s.r.o.

Zodpovídá: ředitel/ka turistické oblasti

Produkt „Za nejkrásnějšími místy CHKO Brdy“

V rámci tohoto produktu propagujeme nejatraktivnější místa CHKO, v roce 2025 vznikla nová tištěná brožura. Tipy na výlety a zážitky v CHKO Brdy jsou návštěvníkům k dispozici také na webových stránkách destinace.

Výstup, plnění, vyhodnocení: distribuce propagačního materiálu, prezentace produktu na webu, sociálních sítích, související mediální výstupy

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

Náklady: vlastními silami a externí dodavatel SMARTIM s.r.o.

Zodpovídá: ředitel/ka 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 2026

Náklady: Vlastními silami

Zodpovídá: ředitel/ka 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 2026 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 2026

Náklady: Vlastními silami

Zodpovídá: ředitel/ka turistické oblasti a externí dodavatel digitálního marketingu

Profil návštěvníka

Z roku 2025 máme k dispozici 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.

Středočeská centrála cestovního ruchu však bude v příštím roce zvažovat, zda profil návštěvníka při využití výsledků od univerzity ještě nezpřesní využitím profesionální agentury.

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Prosinec 2026

Náklady: 20 000,- (spoluúčast na společném projektu s SCCR)

Zodpovídá: ředitel/ka 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: ředitel/ka 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 2026

Náklady: vlastními silami

Zodpovídá: ředitel/ka turistické oblasti

Cesta za požitky aneb Ochutnej Brdy a Podbrdsko

DMO Kutnohorsko a Kolínsko a DMO Polabí a Pojizeří vytvořili produkt s názvem Cesta za požitky, který je orientován na gastronomické zážitky. Do projektu se mohou zapojit i ostatní DMO Středočeského kraje. DMO Brdy a Podbrdsko v příštím roce vyzkouší participaci na projektu. Je to výhodné hlavně proto, že se ušetří náklady na budování podobné platformy pouze pro region. K produktu dále vznikla instagramová stránka. Na stránce www.cestazapozitky.cz bude dodán obsah, v první fázi budou prezentovány především pivovary, které se zapojili do produktu Ochutnej Brdy a Podbrdsko a také členové a významní partneři. Bude vytvořen obsah také pro instagramový účet.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Obsah webu www.cestazapozitky.cz a na instagramového účtu

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Průběžně během roku 2026

Náklady: 46 000

Zodpovídá: ředitel/ka turistické oblasti

Střední Čechy Convention bureau

Maximálně využijeme možnost zapojit se do společného projektu se SCCR v rámci tzv. MICE turistiky. Regionální DMO vytvořilo web orientovaný na podnikatelský sektor www.strednicechycb.cz. DMO Brdy a Podbrdsko dodá obsah na tento web, bude se jednat zejména o prostor, kde je možné uspořádat teambuilding, školení a workshopy či konference.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Obsah webu www.strednicechycb.cz a instagramového účtu

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Průběžně během roku 2026

Náklady: vlastními silami

Zodpovídá: ředitel/ka 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 2026

Náklady: 80.000, - Kč

Zodpovídá: ředitel/ka turistické oblasti s externím dodavatelem

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 s poutními místy
- Trhací mapa
- Návštěvní knížka – reklamní DL leták s QR kódem odkazující na možnost stažení aplikace
- Propagační materiál pro zimní turistiku – mapa
- Brdy a Podbrdsko neznámé – tipy na neznámé výletní trasy
- Brdoviny – turistické noviny Ochutnej Brdy a Podbrdsko – prezentace řemeslných pivovarů a výletů v jejich okolí
- Nejkrásnější místa CHKO Brdy – prezentace naučných stezek a zajímavostí v chráněné krajinné oblasti
- Brdy a Podbrdsko pro děti– tipy na výlety pro rodiny s dětmi Výhody členství v TO Brdy a Podbrdsko – prezentace DMO pro potenciální členy

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 2026

Náklady: 40 000,- Kč

Zodpovídá: ředitel/ka turistické oblasti a s externím dodavatelem

Propagační předměty DMO

Tato aktivita spočívá ve vytvoření upomínkových předmětů. Druh a podoba bude upřesněna během roku 2026 (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 2026

Náklady: 20.000, - Kč

Zodpovídá: ředitel/ka 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 2026

Náklady: 20.000, - Kč

Zodpovídá: ředitel/ka turistické oblasti a s externím dodavatelem

7.3 SOCIÁLNÍ SÍŤ

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 2026 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 2026 budeme propagovat novinky v infrastruktuře, kterých se v předchozím období podařilo dosáhnout. Jedná se zejména o Brdskou hřebenovku a nové

značené turistické trasy. Do příspěvků budeme zařazovat častěji také reels videa. Přidáme také téma tradice Brd a Podbrdsko a budeme zveřejňovat tipy na výlety z výše uvedených produktů CS.

V roce 2026 dojde také k úpravě grafické úpravy, která bude obsahovat claim např. “zažij”, “poznej”, “ochutnej” Brdy a Podbrdsko.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Pracovní dokument

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Průběžně po celý rok 2024

Náklady: Vlastními silami

Zodpovídá: ředitel/ka 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 2026

Náklady: 398.000, - 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 2026

Náklady: vlastními silami

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

7.4 KAMPANĚ 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 2026

Náklady: 60.000, - Kč

Zodpovídá: ředitel/ka 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 2026 (předpokládáme pokračování v navazujících letech)

Náklady: 80.000, - Kč

Zodpovídá: ředitel/ka turistické oblasti

Veletrhy cestovního ruchu

Také v roce 2026 budeme Brdy a Podbrdsko prezentovat ve spolupráci se SCCR na veletrzích cestovního ruchu. Jejich návštěvníkům pravidelně představujeme turistické cíle a atraktivity, 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 2026

Náklady: 30.000, - Kč

Zodpovídá: ředitel/ka 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: 60.000, - Kč

Zodpovídá: ředitel/ka turistické oblasti a externími dodavateli.

Školení/workshop pro pracovníky turistických informačních center v oblasti

V roce 2026 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: 15.000, - Kč

Zodpovídá: ředitel/ka 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 2026

Náklady: Vlastními silami

Zodpovídá: ředitel/ka turistické oblasti, specialista CR

Mimořádná akce ve spolupráci s CHKO Brdy a Povodí Vltavy k výročí

Tito strategičtí partneři budou v roce 2026 slavit výročí. Pokud bude z jejich strany zájem, zvážíme možnost uspořádat atraktivní a mimořádnou akci. S Povodím Vltavy by bylo možné např. uspořádat mimořádnou prohlídku a den otevřených dveří VN Láz.

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Průběžně po celý rok 2026

Náklady: 25 000,- Kč

Zodpovídá: ředitel/ka turistické oblasti, specialista CR