



Výroční zpráva
Vyhodnocení plánu činnosti spolku
Turistická oblast Brdy a Podbrdsko, z.s.
za 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
5.2	System měření a kontroly	7
	Pravidelný monitoring návštěvnosti	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	8
	Revize a rozšíření sítě pěších turistických tras v CHKO Brdy	9
	Označení brdských vrcholů a zajímavých míst v jejich blízkosti a 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: Brdy a Podbrdsko na kole a s batohem na zádech	11
	Produkt „Tradice Brd a Podbrdsko“	11
	Produkt „Brdy a Podbrdsko neznámé“	12
	Produkt „Ochutnej Brdy a Podbrdsko“	13
	Produkt „Brdy a Podbrdsko pro děti“	13
	Produkt „Za nejkrásnějšími místy CHKO Brdy“	13
	Produkt „Pustit k vodě“	14
6.3	Nové PROJEKTY	14
	Průzkum projektových záměrů a aktualizace projektového zásobníku	14
7	MARKETING	15
7.1	Strategie a image	15
	Řízení image značky	15
	Profil návštěvníka	15

7.2	Tvorba nástrojů	15
	Strategický obsah webu	15
	Obsah webu – Akční a sezonní nabídky, kalendář akcí	16
	Pořízení image fotografií a reels videí	16
	Tištěné propagační materiály	16
	Propagační předměty 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 fóra cestovního ruchu	20
	Školení 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 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
PLNĚNO | PRŮBĚŽNĚ |
| ✓ Přijetí specialisty na CR 80 h měsíčně | HOTOVO |
| ✓ Prohlubování a zefektivnění činnosti 3K platformy
PLNĚNO | PRŮBĚŽNĚ |
| ✓ Podrobný průzkum a analýza kulturní nabídky regionu
PLNĚNO | ČÁSTEČNĚ |
| ✓ Pravidelný monitoring návštěvnosti
PLNĚNO | PRŮBĚŽNĚ |
| ✓ Průběžný monitoring možností financování aktivit spolku
PLNĚNO | PRŮBĚŽNĚ |

Infrastruktura

- | | |
|---|----------|
| ✓ Zimní běžecké lyžařské trasy
PLNĚNO | PRŮBĚŽNĚ |
| ✓ 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
PLNĚNO PRŮBĚŽNĚ

Produkty cestovního ruchu

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

Marketing

- ✓ Řízení image značky
PLNĚNO PRŮBĚŽNĚ
- ✓ Plán tvorby obsahu a výběr témat pro marketing na sociálních sítích
PLNĚNO PRŮBĚŽNĚ
- ✓ Strategický obsah webu
PLNĚNO PRŮBĚŽNĚ
- ✓ Obsah webu – blog, akční a sezonní nabídky
PLNĚNO PRŮBĚŽNĚ
- ✓ Redesign webu, nové funkcionality
PLNĚNO PRŮBĚŽNĚ
- ✓ Pořízení image fotografií HOTOVO
- ✓ Tištěné propagační materiály HOTOVO
- ✓ Digitální aplikace Smart Guide ODLOŽENO
- ✓ Produkty – výběr, příprava a realizace projektů
PLNĚNO PRŮBĚŽNĚ
- ✓ Public relations (průběžné)
PLNĚNO PRŮBĚŽNĚ
- ✓ Správa sociálních sítí (průběžné)
PLNĚNO PRŮBĚŽNĚ
- ✓ 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
PLNĚNO | PRŮBĚŽNĚ |
| ✓ Veletrhy a výstavy
PLNĚNO | PRŮBĚŽNĚ |

Lidé a rozvoj vztahů

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

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

VYHODNOCENÍ:

Plnění probíhá průběžně a je zaměřeno na komunikaci a koordinaci s rostoucím počtem členů.

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

VYHODNOCENÍ:

Tento úkol je průběžně plněn. Došlo k rozšíření týmu o specialistku na cestovní ruch a ekonomku, Petru Šnajdrovou, která přináší zkušenosti s plánováním projektů. Vznikla nová pozice ředitele, která je prozatím obsazena jen úvazkem ve výši 0,6.

Vytvoření zázemí organizace: V dubnu 2025 byla získána nová kancelář v příbramském Zámečku - Ernestinu, která slouží jako zázemí pro setkávání pracovní skupiny, členské základny a partnery.

5.2 SYSTÉM MĚŘENÍ A KONTROLY

Pravidelný monitoring návštěvnosti

Pravidelný monitoring návštěvnosti turistických cílů a dále také on-line platformem, 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

VYHODNOCENÍ:

Probíhá průběžně a zahrnuje i monitoring mediálních výstupů a zmínek v celostátních médiích, regionální a online médiích.

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

VYHODNOCENÍ:

Tato aktivita je průběžně plněna, i letos bylo požádáno o dataci z MMR.

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

VYHODNOCENÍ:

Realizace tohoto úkolu byla odložena. V letošním roce proběhla základní příprava.

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.

VYHODNOCENÍ:

Úkol splněn. Proběhla příprava na realizaci stop (komunikace s městem a VLS), byla vypracována a zveřejněna mapa běžeckých tras, avšak klimatické podmínky běžeckému sportu opět nepřály.

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 cedule o historii VD a informacemi pro turisty.

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

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Zimní období

Náklady: 30.000, - Kč

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti

VYHODNOCENÍ:

Tento úkol byl splněn. Dne 11. června 2025 proběhlo slavnostní otevření vyhlídky u nádrže Láz, která je významným turistickým bodem.

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 muničních 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

VYHODNOCENÍ:

Na úkolu se průběžně pracuje. Momentálně je v řešení označnicků pro vrchol Kočka a Pražák.

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

VYHODNOCENÍ:

Na úkolu se pracuje. Navíc ve spolupráci s městem Mníšek pod Brdy a spolkem Svatá Ludmila vznikla Vintířova lavička, jež bude osazena v blízkosti poutního areálu Skalka.

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

VYHODNOCENÍ:

Plnění probíhá průběžně. V rámci tohoto produktu se uskutečnila Jarní pouť za perlami Berounska, Brd a Podbrdsko. Proběhla také velmi úspěšná propagace společného videa o poutních místech v Berounsku, Brdech a Podbrdsku, která na nějaký čas zvýšil organický dosah sociálních sítí.

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: 100 000,- Kč

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti s externím dodavatelem

VYHODNOCENÍ:

Úkol je splněn. Návštěvníká karta v digitální podobě je v provozu. Proběhla úspěšná propagace nového produktu.

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

VYHODNOCENÍ:

Úkol je splněn. Nové číslo bylo vydáno v počtu 10 000 ks a rozdistribuováno na partnerská místa. Pro příští rok je k uvažování více výtisků. Neuspokojili jsme veškerou poptávku. Brdoviny i nadále považujeme za klíčový produkt CS.

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

Vydané brožury přináší 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

VYHODNOCENÍ:

Úkol je splněn.

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 atd.,
- náboženská a poutní turistika (Svatá Hora, Prokopská pouť v Březových Horách 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 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

VYHODNOCENÍ:

Úkol je odložen.

Produkt „Brdy a Podbrdsko neznámé“

Produkt Krajinou Brd a Podbrdsko 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 rozprostření 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

VYHODNOCENÍ:

Úkol je splněn.

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 Podbrdsko, 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

VYHODNOCENÍ:

Úkol je splněn.

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

VYHODNOCENÍ:

Úkol je splněn.

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

VYHODNOCENÍ:

Úkol je splněn.

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 pustitkводе.cz, prezentace produktu na webu destinace, sociálních sítích

Náklady: 50.000 Kč

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti

VYHODNOCENÍ:

Na úkolu se pracuje průběžně.

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

VYHODNOCENÍ:

Tento úkol je odložen z důvodu nedostatku personálních kapacit.

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

VYHODNOCENÍ:

Na úkolu se pracuje průběžně.

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.

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

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko
Termín dokončení: Prosinec 2025
Náklady: 30 000,- (spoluúčást na společném projektu s SCCR)
Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti

VYHODNOCENÍ:

Úkol byl splněn v analýze Behavior a analýzou dotazníků od studentů. Excelová tabulka s výsledky je k dispozici na tzv. sharepointu. V příštím roce se bude možná pokračovat ve spolupráci se SCCR. Bude zde záležet na prioritách SCCR.

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

VYHODNOCENÍ:

Na úkolu se pracuje průběžně, byly aktualizovány všechny odkazy na atraktivity z nových brožur.

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 noviniek 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

VYHODNOCENÍ:

Na úkolu se pracuje průběžně.

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

VYHODNOCENÍ:

Splněno.

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

VYHODNOCENÍ:

Splněno.

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: 60.000, - Kč

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti a s externím dodavatelem

VYHODNOCENÍ:

Tento úkol byl odložen z důvodu šetření finančních prostředků.

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: 35.000, - Kč

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti a s externím dodavatelem

VYHODNOCENÍ:

Úkol se plní postupně. Byl nakoupen dataprojektor a plátno na promítání do nové kanceláře.

7.3 SOCIÁLNÍ SÍŤE

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 přechodném 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

VYHODNOCENÍ:

Probíhá průběžně.

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

VYHODNOCENÍ:

Probíhá průběžně.

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

VYHODNOCENÍ:

Probíhá průběžně, prozatím nebylo z důvodu šetření finančních prostředků přistoupeno ke spolupráci s externím správcem sociálních sítí.

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

VYHODNOCENÍ:

Splněno.

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 2025

Náklady: 40.000, - Kč

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti

VYHODNOCENÍ:

Splněno.

Press trip z novinářů ze Slovenska.

Press trip pan Kuzník.

Influencer trip Majk na cestách

Influencer trip Just trippers.

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

VYHODNOCENÍ:

Splněno. Významný úspěch zpráv, které byly zmiňovány v celostátních médiích. Výsledky jsou k dispozici v rámci monitorovacích zpráv médií.

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

VYHODNOCENÍ:

Splněno: Holiday world Praha a ITEP Plzeň.

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.

VYHODNOCENÍ:

Splněno. Workshop na téma Eventová bezpečnost.

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.

VYHODNOCENÍ:

Splněno. V dubnu proběhlo setkání pracovníků TIC na Zámku Dobříš.

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

VYHODNOCENÍ:

Plněno průběžně. Termíny zasedání 3K platformy: 18. 2. 2025, 23. 4. 2025, 27. 5. 2025, 18. 9. 2025, 21. 10. 2025, 6. 11. 2025.



Účetní závěrka za rok 2025
Turistická oblast Brdy a Podbrdsko, z.s.

ROZVAHA

ve zkráceném rozsahu

ke dni **31.12.2025**
(v celých tisících Kč)

IČ
07384840

Název a sídlo účetní jednotky

Turistická oblast Brdy a Podbrdsko, z.s.
Zborovská 81/11
Praha
15000
Česká republika

AKTIVA

		Číslo řádku	Stav k prvnímu dni účetního období	Stav k poslednímu dni účetního období
B.	Krátkodobý majetek celkem	41	1 982	2 186
II.	Pohledávky celkem	52	394	27
III.	Krátkodobý finanční majetek celkem	72	1 588	2 159
	AKTIVA CELKEM	85	1 982	2 186

PASIVA

		Číslo řádku	Stav k prvnímu dni účetního období	Stav k poslednímu dni účetního období
A.	Vlastní zdroje celkem	1	1 715	2 014
II.	Výsledek hospodaření celkem	6	1 715	2 014
B.	Cizí zdroje celkem	10	267	171
III.	Krátkodobé závazky celkem	21	227	143
IV.	Jiná pasiva celkem	45	40	28
	PASIVA CELKEM	49	1 982	2 185

Sestaveno dne: 21.03.2025	Razítko:	Podpis odpovědné osoby:
Odesláno dne:	
E-mail:		Odpovídá za údaje: Telefon:

Poznámka:

Stavy jednotlivých účtů uvedených v aktivech rozvahy se zjišťují jako rozdíl obrátů stran Má dáti a Dal. Podle výsledku tohoto výpočtu vstupují do aktiv s kladným nebo záporným znaménkem. Stavy jednotlivých účtů uvedených v pasivech rozvahy se zjišťují jako rozdíl obrátů stran Dal a Má dáti. Podle výsledku tohoto výpočtu vstupují zůstatky do pasiv s kladným nebo záporným znaménkem. Výjimku představují účty 336, 341, 342, 343, 345 a 373, které jsou v ROZVAZE uvedeny v aktivech i pasivech, přičemž rozdíl stran vstupuje:

- do aktiv kladně - jestliže převažuje stav obrátu strany Má dáti nad stavem obrátu strany Dal,
- do pasiv kladně - jestliže převažuje stav obrátu strany Dal nad stavem obrátu strany Má dáti.

VÝKAZ ZISKU A ZTRÁTY

ve zkráceném rozsahu

Název a sídlo účetní jednotky

ke dni **31.12.2025**
(v celých tisících Kč)

Turistická oblast Brdy a Podbrdsko, z.s.
Zborovská 81/11
Praha
15000
Česká republika

IČ
07384840

	Číslo řádku	Stav k rozvahovému dni			
		Hlavní činnost	Hospodářská činnost	Celkem	
I.	Spotřebované nákupy a nakupované služby	2	1 659	0	1 659
III.	Osobní náklady	13	1 315	0	1 315
	Náklady celkem	39	2 974	0	2 974
I.	Provozní dotace	41	1 158	0	1 158
II.	Přijaté příspěvky	43	2 071	0	2 071
III.	Tržby za vlastní výkony a zboží	47	45	0	45
	Výnosy celkem	61	3 274	0	3 274
C.	Výsledek hospodaření před zdaněním	62	300	0	300
D.	Výsledek hospodaření po zdanění	63	300	0	300

Sestaveno dne: 21.03.2025	Razítko:	Podpis odpovědné osoby:
Odesláno dne:	
E-mail:		Odpovídá za údaje: Telefon:

Příloha v účetní závěrce za rok 2025

Turistická oblast Brdy a Podbrdsko, z.s.

I. Obecné informace

1. Popis účetní jednotky

Název:	Turistická oblast Brdy a Podbrdsko, z.s.
Sídlo:	Zborovská 81/11, Smíchov, 150 00 Praha 5
IČO:	07384840
Právní forma:	Spolek
Účetní období:	1. leden až 31. prosinec 2025 Údaje v účetní závěrce jsou uvedeny v tis. Kč

Účel:	<p>Základním účelem spolku jsou níže uvedené aktivity v rámci územní působnosti spolku vymezené v čl. I a II. stanov:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Správa a koordinace řízení nabídky cestovního ruchu v turistické oblasti Brdy a Podbrdsko (dále jen turistická oblast nebo TO).2. Vytvoření úspěšné, konkurenceschopné a strategicky řízené turistické oblasti na základě spolupráce veřejného a soukromého sektoru při zachování přírodních a kulturních hodnot.3. Zajištění destinačního managementu v souvislosti s TO.4. Vytvoření silného, společensky i odborně uznávaného a respektovaného spolku s dobrým jménem.5. Předmětem činnosti je především koordinace aktivit při propagaci cestovního ruchu včetně příslušných komplexních služeb v rámci této turistické oblasti, informační servis pro potřeby cestovního ruchu a s tím související marketing, a to při dodržování platných právních norem.6. V zájmu rozvoje území turistické oblasti je předmětem činnosti spolku také identifikace a podpora budování, rekonstrukce a opravy cyklostezek, turistických stezek, informačního systému a další infrastruktury cestovního ruchu.7. Spolek usiluje o spolupráci mezi státem, kraji, obcemi, občany, podnikatelskou veřejností a neziskovými organizacemi zainteresovanou na koordinovaném rozvoji cestovního ruchu v turistické oblasti a dalšími subjekty. Na základě této spolupráce zastupuje zájmy celé turistické oblasti navenek a spolupracuje na vytvoření strategie rozvoje zájmového území.8. Činnost spolku je vykonávána v souladu se strategickými dokumenty pro oblast cestovního ruchu Středočeského a Plzeňského kraje.9. Cílem spolku je zajistit řízení cestovního ruchu v turistické oblasti složené z dílčích podoblastí Brd (vymezeno katastrálním územím obcí a hranicemi CHKO Brdy) a Podbrdsko (vymezeno katastrálním územím obcí), které bude v souladu se strategickým dokumentem TO (Konceptce rozvoje cestovního ruchu v turistické oblasti Brdy a Podbrdsko). Cílem je dále vytvořit úspěšnou a konkurenceschopnou oblast cestovního ruchu ve spolupráci soukromého a veřejného sektoru. Dále také financování aktivit a projektů, které napomohou zatraktivnit danou oblast, a zkvalitnit služby cestovního ruchu v dané oblasti.
--------------	--

	<p>10.Mezi hlavní činnost spolku patří:</p> <ul style="list-style-type: none"> i. definování vize, zpracování a naplňování Koncepce rozvoje cestovního ruchu turistické oblasti Brdy a Podbrdsko v provázanosti na strategické dokumenty pro oblast cestovního ruchu vyšších územních celků a aktuální znění Programu rozvoje cestovního ruchu ve Středočeském kraji; ii. koordinace cestovního ruchu v turistické oblasti Brdy a Podbrdsko kooperace a spolupráce se subjekty působícími v oblasti cestovního ruchu a místními partnery; iii. zpracování akčního plánu rozvoje cestovního ruchu v souladu s Koncepcí rozvoje cestovního ruchu v turistické oblasti Brdy a Podbrdsko; iv. posilování image turistické oblasti; v. koncepční řešení trvale udržitelného rozvoje cestovního ruchu v turistické oblasti; vi. zpracování koncepčních materiálů a projektů; vii. získávání prostředků z mimoregionálních zdrojů (granty, dotace apod.); viii. inicializace a koordinace investičních projektů a záměrů, inicializace nových produktů cestovního ruchu, tvorba jednotné webové prezentace turistické oblasti a její aktualizace, včetně správy jednotného datového skladu a sdíleného kalendáře kulturních akcí.; ix. koordinace činnosti turistických informačních center (podpora vzniku a certifikace turistických informačních center, iniciace sběru dat a spolupráce s informačními centry); x. shromažďování informací o turistickém potenciálu turistické oblasti, sběr, vyhodnocení a interpretace analytických dat (ukazatelů efektivity) cestovního ruchu v turistické oblasti (počet příjezdů, přenocování, návštěvnost turistických informačních center a vybraných kulturních památek a turistických atraktivit); xi. realizace návštěvnického managementu, stanovení únosného zatížení zájmového území pomocí indikátorů udržitelného rozvoje cestovního ruchu, realizace scénáře krizového managementu (pro případ živelných pohrom apod.); xii. rozvoj lidských zdrojů (poradenská, školicí a konzultační činnost); xiii. publikační činnost, tvorba a realizace marketingové strategie prostřednictvím marketingového mixu; xiv. vytvářet ekonomickou základnu pro splnění svých cílů, a to zejména výběrem členských příspěvků, dále získáváním dotací apod. xv. ochrana obrazu krajiny, sídel a jejich hodnot jako jediného základního prostředku pro rozvoj turistického ruchu v TO; xvi. podpora vlastníků nemovitostí a subjektů působících v oblasti cestovního ruchu ve vztahu k TO.
--	---

Datum vzniku:	21. 8. 2018
----------------------	-------------

Statutární orgány spolku: představenstvo	
Průměrný počet zaměstnanců	0
- z toho řídících	0
Osobní náklady	988 tis.
- z toho na řídící pracovníky	493 tis.
Další odměny členů statutárních a dozorčích orgánů	0
Půjčky, úvěry, poskytnuté záruky a ostatní plnění členům statutárních, dozorčích a řídících orgánů	0

II. Účetní postupy

a) Účetní metody a obecné zásady

Účetnictví je vedeno na základě právních předpisů platných na území České republiky.

Přiložená účetní závěrka byla připravena podle zákona o účetnictví a podle vyhlášky 504/2002 Sb., kterou se provádějí některá ustanovení zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů, pro účetní jednotky, u kterých hlavním předmětem činnosti není podnikání, pokud účtují v soustavě podvojného účetnictví.

b) Dlouhodobý nehmotný majetek

nevyskytuje se

c) Drobný dlouhodobý nehmotný majetek

Drobný dlouhodobý nehmotný majetek se oceňuje pořizovací cenou. Pořizovací cena zahrnuje cenu pořízení, náklady na dopravu a další náklady s pořízením související. Za drobný dlouhodobý nehmotný majetek se považuje majetek s pořizovací cenou nad 10 tis. Kč a dobou použitelnosti delší než jeden rok.

Drobný dlouhodobý nehmotný majetek se účtuje jako náklad v okamžiku pořízení.

d) Dlouhodobý hmotný majetek

Dlouhodobý hmotný majetek se oceňuje pořizovací cenou. Pořizovací cena zahrnuje cenu pořízení, náklady na dopravu a další náklady s pořízením související. Za dlouhodobý majetek se považuje majetek s pořizovací cenou nad 40 tis. Kč a dobou použitelnosti delší než jeden rok.

e) Drobný dlouhodobý hmotný majetek

Drobný dlouhodobý hmotný majetek se oceňuje pořizovací cenou. Pořizovací cena zahrnuje cenu pořízení, náklady na dopravu, clo a další náklady s pořízením související. Za drobný dlouhodobý hmotný majetek se považuje majetek darovaný s dobou použitelnosti delší než jeden rok a majetek s pořizovací cenou nad 10 tis. Kč a dobou použitelnosti delší než jeden rok.

Drobný dlouhodobý hmotný majetek se účtuje jako náklad v okamžiku pořízení.

Náklady na opravy a údržbu drobného hmotného dlouhodobého majetku se účtují přímo do nákladů.

f) Dlouhodobý finanční majetek

nevyskytuje se

g) Zásoby materiálu a zboží

Nakupované zásoby jsou oceněny skutečnými pořizovacími cenami s použitím metody FIFO. Pořizovací cena zahrnuje náklady související s pořízením, zejména přepravné, DPH a poštovné.

h) Pohledávky

Pohledávky jsou vykazovány v nominální hodnotě.

i) Přijaté půjčky

Půjčky jsou oceňovány v naběhlé hodnotě (včetně úroků).

j) Přepočet údajů v cizích měnách

Údaje v cizích měnách se přepočítávají ke dni uskutečnění hospodářské operace pevným měsíčním kurzem stanoveným na základě kurzu ČNB k prvnímu pracovnímu dni kalendářního měsíce.

k) Finanční pronájem s následnou koupí najatého majetku

nevyskytuje se

l) Dotace

Dotacemi se rozumějí dotace ze státního rozpočtu, z rozpočtů územně samosprávných celků, státních fondů, z grantů přidělených podle zvláštního zákona, z rozpočtu cizího státu,

z grantů Evropské unie či dle obdobných programů, a účtují se ve prospěch výnosů (ve věcné a časové souvislosti).

m) Dary

Dary jsou v okamžiku přijetí účtovány do fondů (vlastních zdrojů). Ve prospěch výnosů jsou účtovány v okamžiku užití, je tím zajištěn časový soulad s náklady souvisejícími s dary.

n) Výzkum a vývoj

nevyskytuje se

o) Změny účetních postupů

V průběhu účetního roku 2025 nedošlo v účetní jednotce k žádné změně metody účtování.

p) Události po rozvahovém dni

Nenastaly.

III. Doplňující informace k rozvaze a výkazu zisku a ztrát

1. Dlouhodobý hmotný majetek

Účetní jednotka nevykazuje k rozvahovému dni žádný dlouhodobý hmotný majetek.

2. Zásoby

Účetní jednotka nevykazuje k rozvahovému dni žádné zůstatky zásob.

3. Pohledávky

	Výše v tis. Kč	Datum vzniku	Datum splatnosti
Poskytnuté zálohy na služby	16,8 tis.	průběžně	
Členský příspěvek Corso Gastro	10,0 tis.	23.6.2025	7.7.2025

4. Rozpis jmění a fondů sdružení

Jmění	2024	2025
Počáteční stav	1 385,07 tis.	1 715,04 tis.
Zvýšení	329,97 tis.	299,37 tis.
Snížení	0 tis.	0 tis.
Konečný stav	1 715,04 tis.	2 014,41 tis.

5. Výsledek hospodaření v členění podle hlavní a hospodářské činnosti

Účetní jednotka vykázala za účetní období roku 2025 účetní zisk z hlavní činnosti ve výši 299,37 tis. Kč. Výsledek hospodaření z hospodářské činnosti byl nulový.

6. Závazky

	Výše v tis. Kč	Datum vzniku	Datum splatnosti
Mzdy k výplatě	70,04 tis.	31.12.2025	20.1.2026
Sociální pojištění	27,97 tis.	31.12.2025	20.1.2026
Zdravotní pojištění - VZP	6,12 tis.	31.12.2025	20.1.2026
Zdravotní pojištění - ZPMV	5,72 tis.	31.12.2025	20.1.2026
Zákonné pojištění odp. zam.	1,09 tis.	31.12.2025	31.1.2026
Daň z příjmů zálohová	7,47 tis.	31.12.2025	20.1.2026
Vratka dotace MMR	24,34 tis.	31.12.2025	28.2.2026

7. Jiná pasiva

	Výše v tis. Kč	Datum vzniku
Výdaje příštích období – market. a správa soc. s. 12/25	22,39 tis.	31.12.2025
Výdaje příštích období – účetnictví 12/25	6,00 tis.	31.12.2025

8. Potencionální závazky

Společnost nemá v žádné podobě významné budoucí závazky související s vykazovaným obdobím ani soudní spory, jejichž výsledky by výrazně nepříznivě ovlivnily finanční pozici sdružení.

9. Výnosy z hlavní a hospodářské činnosti

Druh činnosti	2024	2025
Provozní dotace	543 tis.	1 158 tis.
Členské příspěvky	2 026 tis.	2 071 tis.
Tržby za služby	46 tis.	45 tis.
Celkem	2 615 tis.	3 274 tis.

10. Rozpis přijatých dotací

Účetní jednotka v roce 2025 dočerpala dotaci z roku 2024 od Ministerstva pro místní rozvoj ve výši 139 813 Kč a přijala provozní dotaci od Ministerstva pro místní rozvoj na rok 2025 ve výši 1 042 779 Kč, kterou nedočerpala a bude vratet 24 338,34 Kč.

IV. Základ daně z příjmu a daňová úspora

1. Způsob zjištění základu daně z příjmu

Při zjištění základu daně se vychází z účetního výsledku hospodaření. Ten je upraven o náklady ztrátových akcí, náklady ve výši úroků, přijatých darů, dotací a o daňově neuznatelné náklady (náklady na reprezentaci). Dále jsou vyloučeny výnosy ze ztrátových akcí, úroky, přijaté dary, členské příspěvky a dotace.

2. Daňová úspora

Za rok 2024 a 2025 daňová úspora nevznikla.

Datum: 21. března 2026

Vypracovala: Ing. Jana Čechová

Statutární orgán: Mgr. Václav Švenda