



# Koncepce cestovního ruchu pro město PŘÍBRAM

Září 2020

*draft k 10.9.2020*

**KROKEM**

## Město Příbram

Tyršova 108  
261 01 Příbram I.  
IČO: 00243132

V Praze 10. září 2020

Vážený pane starosto,

dovolujeme si Vám předložit „Konceptci cestovního ruchu pro město PŘÍBRAM“ (dále jen Konceptce), která byla zpracována jako střednědobý strategický dokument pro rozvoj turismu v tomto území / v tomto městě a jeho blízkém okolí.

Hlavním cílem Konceptce je na základě analýzy současného stavu cestovního ruchu na území města Příbrami stanovit strategický rámec zahrnující cíle, opatření, aktivity a konkrétní projekty, které přispějí ke koncepčnímu rozvoji tohoto města. Inspirací pro rozvoj města Příbrami jsou obdobné turistické destinace městského turismu.

Pevně věříme, že Vám tato Konceptce poskytne užitečné informace a bude hodnotným podkladem pro Vaši další činnost. V případě Vašeho zájmu jsme připraveni Vám nabídnout asistenci při používání zpracovaného materiálu či v rámci případné budoucí spolupráce.

S pozdravem,

Ondřej Špaček

KROKEM s.r.o.

## Obsah studie:

### Analytická část

- Cestovní ruch a město
- Analýza nabídky cestovního ruchu
- Turistická infrastruktura a služby
- Dopravní infrastruktura v kontextu cestovního ruchu
- Analýza poptávky cestovního ruchu
- Organizace cestovního ruchu
- Dotazníkové šetření
- SWOT analýza cestovního ruchu
- Definování klíčových rozvojových priorit a bariér

### Návrhová část

- Vize
- Globální cíl – hlavní cíl města v oblasti turismu
- Definování klíčových rozvojových priorit a bariér
- Strategické cíle – dílčí cíle města pro rozvoj cestovního ruchu
- Póly rozvoje turismu ve městě
- Prioritní oblasti a opatření
- Nabídka a dostupnost cestovního ruchu
- Organizace cestovního ruchu
- Marketing a propagace

### Implementační část

- Způsob práce s Konceptcí
- Organizační struktura Konceptce ve městě Příbrami
- Kontrola, monitoring a vyhodnocování Konceptce
- Akční plán
- Další nástroje implementace Konceptce

# Použité zkratky

<b>AOPK ČR</b>	Agentura ochrany přírody a krajiny České republiky
<b>ATIC ČR</b>	Asociace turistických informačních center České republiky
<b>ATL</b>	Above the line (nadlinky)
<b>AVE</b>	Advertising value equivalent (ekvivalent reklamní plochy)
<b>BTL</b>	Below the line (podlinky)
<b>C2C</b>	Consumer to consumer (výměna informací mezi koncovými spotřebiteli)
<b>CA</b>	Cestovní agentura
<b>CK</b>	Cestovní kancelář
<b>CR</b>	Cestovní ruch
<b>ČR</b>	Česká republika
<b>ČSKS</b>	Český systém kvality služeb
<b>ČSÚ</b>	Český statistický úřad
<b>DMO</b>	Organizace destinačního managementu
<b>FK</b>	Fotbalový klub
<b>HC</b>	Hockey club
<b>HUZ</b>	Hromadná ubytovací zařízení
<b>CHKO</b>	Chráněná krajinná oblast
<b>IC</b>	Informační centrum
<b>MD ČR</b>	Ministerstvo dopravy České republiky
<b>MěÚ</b>	Městský úřad
<b>MHD</b>	Městská hromadná doprava
<b>MMR ČR</b>	Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky
<b>MŽP ČR</b>	Ministerstvo životního prostředí České republiky

<b>NIPOS</b>	Národní informační a poradenské středisko pro kulturu
<b>NNO</b>	Nevládní nezisková organizace
<b>NS</b>	Naučná stezka
<b>P+R</b>	Park + ride (zaparkuj a jed')
<b>PAD</b>	Pravidelná autobusová doprava
<b>PID</b>	Pražská integrovaná doprava
<b>RTB</b>	Reason to believe (důvody pro důvěru v produkt)
<b>SCCR</b>	Středočeská centrála cestovního ruchu
<b>SID</b>	Středočeská integrovaná doprava
<b>SO ORP</b>	Správní obvod obce s rozšířenou působností
<b>TK</b>	Tenisový klub
<b>USP</b>	Unique selling proposition (jedinečný prodejní argument)
<b>VK</b>	Volejbalový klub
<b>WOM</b>	Word of mouth (marketing zaměřený na vyvolání efektu ústního šíření reklamy mezi zákazníky)

# **A. Analytická část**

*Cestovní ruch a město*



# Příbram

## Základní informace

- Město Příbram leží ve Středočeském kraji jihozápadně od Prahy.
- Velký význam v Příbrami a Březových Horách měla těžba stříbra a uranu. Těžební činnost byla ukončena po roce 1989. Příbram se nachází v blízkosti CHKO Brdy, která nabízí nedotčenou přírodu, pěší trasy a cyklostezky.
- Pro Příbram a okolí je charakteristický strojírenský průmysl, hutnictví neželezných kovů a potravinářský průmysl.
- Příbramský region je členitý a cca 41 % rozlohy pokrývají lesy. Příbramskem protéká řeka Vltava, na které se nachází přehrady využitelné pro rekreaci a vodní sporty.
- Významnou atraktivitou je Hornické muzeum Příbram, které představuje těžbu stříbra a dalších rud. Příbramsko je také spojováno s pobytem Antonína Dvořáka. Události minulého století připomíná Památník Vojna.

Demografie (k 31. 12.)	Počet obyvatel	Z toho dětí (0-14 let)	Z toho seniorů (65 a více let)
Rok 2019	32 503	4 804 (cca 15 %)	7 097 (cca 22 %)

Zdroj: ČSÚ

## Význam cestovního ruchu pro ekonomiku města

- Příbram má významný a dosud plně nevyužitý potenciál pro cestovní ruch, který zde v minulosti nebyl příliš podporován. Nejvýznamnější památkou je mariánské poutní místo Svatá Hora.

Cestovní ruch	Počet hostů v HUZ	Počet přenocování v HUZ
Rok 2019	8 489	21 382

Zdroj: ČSÚ

Počet obyvatel: 32 503 (k 31. 12. 2019)

Rozloha: 33,41 km<sup>2</sup>

**Města v okrese:** Dobříš, Sedlčany, Rožmitál pod Třemšínem, Březnice, Sedlec-Prčice, Nový Knín, Krásná Hora nad Vltavou



Zdroj: MěÚ Příbram

# Ekonomická základna města a podpora rozvoje CR

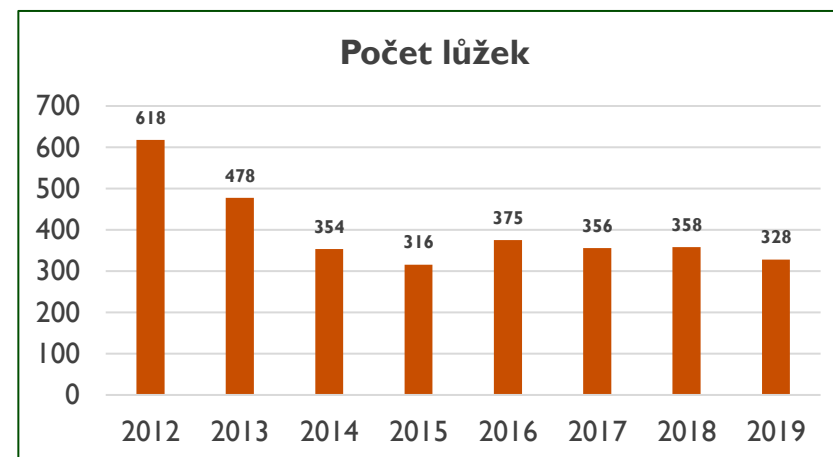
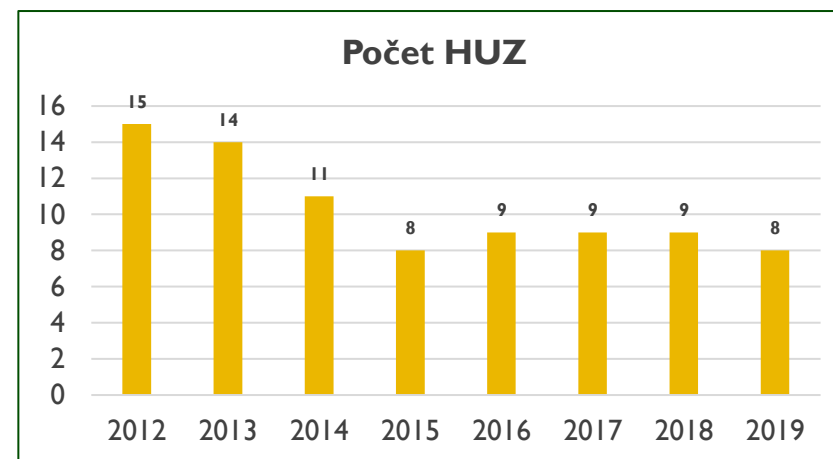
Příbramsko se rozvíjelo díky **těžbě uranových rud** po druhé světové válce. Pro Příbram byl charakteristický také strojírenský průmysl a hutnictví neželezných kovů. V 90. letech docházelo k útlumu těžby uranu a v roce **1991** byl uzavřen poslední uranový důl. Následně došlo k **výraznému zvýšení nezaměstnanosti**. Kvůli orientaci na průmysl nebyl v Příbrami cestovní ruch příliš podporován, nyní však představuje způsob, jak mohou město a místní podnikatelé získat finanční prostředky. V Příbrami chybí zkušenosti s cestovním ruchem a současná infrastruktura pro turisty je nedostatečná.

## Cestovní ruch v Příbrami

- Z registrovaných 9 055 podnikatelských subjektů v Příbrami 410 podniků působí v ubytování, stravování a pohostinství. Dalšíh 279 subjektů působí v kulturní, zábavní a rekreační činnosti.
- Ze zobrazených grafů vyplývá, že počet lůžek v HUZ v Příbrami byl v roce 2019 zhruba poloviční oproti roku 2012. Počet hromadných ubytovacích zařízení během sledovaného období klesl z původních 15 na 8.

Vybrané kategorie podnikatelských subjektů podle převažující činnosti	Registrované podniky	Podniky se zjištěnou aktivitou
<b>Celkem</b>	<b>9 055</b>	<b>4 448</b>
Velkoobchod a maloobchod; opravy a údržba motorových vozidel	2 204	896
Profesní, vědecké a technické činnosti	1 273	735
Stavebnictví	1 108	649
Průmysl celkem	1 010	591
Ubytování, stravování a pohostinství	410	181
Kulturní, zábavní a rekreační činnosti	279	120

Zdroj: ČSÚ



Zdroj: ČSÚ

# Benchmarking měst Středočeského kraje

V rámci benchmarkingu bude Příbram porovnávána s turisticky navštěvovanými městy v blízkosti Příbrami. Prvním příkladem je **Kutná Hora**. Ačkoliv má Kutná Hora méně obyvatel než Příbram, počty hostů a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních (HUZ) v roce 2019 Příbram **převyšují šestinásobně (resp. čtyřnásobně)**. Druhým příkladem je **Písek**, který byl vybrán pro tuto analýzu z důvodu geografické blízkosti Příbrami. Písek má přibližně stejný počet obyvatel jako Příbram, ale počet návštěvníků Písku byl v roce 2019 **téměř pětikrát vyšší**, než v Příbrami.

## Kutná Hora

- Kutná Hora byla významným královským městem díky těžbě stříbra a ražbě mincí.
- Centrum Kutné Hory tvoří mnoho památek, mezi nimi např. Chrám sv. Barbory, Jezuitská kolej, Vlašský dvůr a České muzeum stříbra.
- Mezi největší zaměstnavatele v regionu patří Foxconn (výroba elektroniky a počítačových součástek) a Phillip Morris International (výroba a prodej tabákových výrobků).

## Demografie

- Počet obyvatel Kutné Hory se v posledních pěti letech zvýšil jen mírně.

Demografie (k 31. 12.)	Počet obyvatel	Z toho dětí (0-14 let)	Z toho seniorů (65 a více let)
Rok 2019	20 653	3 107 (cca 15 %)	4 388 (cca 21 %)

Zdroj: ČSÚ

## Cestovní ruch

- Kutná Hora je díky zápisu na seznam světového kulturního dědictví UNESCO (v r. 1995) vyhledávaným turistickým cílem jak českými návštěvníky, tak i návštěvníky ze zahraničí (zejména z Německa a USA).

Cestovní ruch	Počet hostů v HUZ	Počet přenocování v HUZ
Rok 2019	50 866	90 200

Zdroj: ČSÚ

## Písek

- Písek leží v Jihočeském kraji a má 30 tis. obyvatel. V roce 2020 oslaví Písek 777 let od první písemné zmínky o městě.
- Písek je známý zejména díky Kamennému mostu, který je nejstarší dochovaný v Čechách. Písek je také spojován s postavou vojáka Švejka.
- Dřív se v Písku rýžovalo zlato z Otavy. K rozvoji průmyslu došlo až po druhé světové válce. Dřívější zaměření na textilní průmysl (Jitex) bylo nahrazeno průmyslem elektrotechnickým.

## Demografie

- Počet obyvatel Písku v posledních pěti letech mírně vzrostl.

Demografie (k 31. 12.)	Počet obyvatel	Z toho dětí (0-14 let)	Z toho seniorů (65 a více let)
Rok 2019	30 415	4 847 (cca 16 %)	6 484 (cca 21 %)

Zdroj: ČSÚ

## Cestovní ruch

- Nejvýznamnější památkou je Kamenný most, Písek láká také na další atraktivitu ve městě (např. Prácheňské muzeum) a na památky v okolí (např. hrad Zvíkov). Písek díky protékající Otavě navštěvují vodáci.

Cestovní ruch	Počet hostů v HUZ	Počet přenocování v HUZ
Rok 2019	39 176	80 852

Zdroj: ČSÚ

# Benchmarking měst Středočeského kraje

Stejně jako Příbram, tak i města Kladno a Slaný jsou **bývalá hornická města**. V Kladně se těžilo černé uhlí a železná ruda, dnes je Kladno spojováno s **ledním hokejem** a dalšími sporty. Počet přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních (HUZ) byl v roce 2019 **dvojnásobný** ve srovnání s Příbramí. Ve Slaném se dříve těžilo černé uhlí, dnes je známé hlavně mezi horolezci, kteří si jezdí vylézt **ferratu na Slánské hoře**. Počet přenocování v HUZ v roce 2019 nebyl evidován.

## Kladno

- Kladno je největším městem Středočeského kraje. Je známé pro těžbu černého uhlí a železné rudy.
- Kladno je spojováno s hokejem a výcvikem mladých hokejistů. Kromě toho se v Kladně nachází mnoho dalších sportovišť, narodil se tu český reprezentant a jeden z nejlepších světových hokejistů Jaromír Jágr.
- Mezi největší zaměstnavatele patří např. firma LEGO Production s. r. o.

## Demografie

- Mezi lety 2016-2019 docházelo k přírůstku obyvatel Kladna (cca 200 osob za rok). Přírůstek byl způsobený přistěhováním obyvatel.

Demografie (k 31. 12.)	Počet obyvatel	Z toho dětí (0-14 let)	Z toho seniorů (65 a více let)
Rok 2019	69 337	11 100 (cca 16 %)	13 969 (cca 20 %)

Zdroj: ČSÚ

## Cestovní ruch

- Mezi nejzajímavější atraktivity Kladna patří Kladenský zámek s medvěďárem v zámeckém parku. V blízké obci Vinařice se nachází Hornický skanzen v památkově chráněném dole Mayrau.

Cestovní ruch	Počet hostů v HUZ	Počet přenocování v HUZ
Rok 2019	18 568	42 797

Zdroj: ČSÚ

## Slaný

- Město Slaný se nachází v Kladenském okrese. Podle archeologických nálezů byla oblast Slaného osídlena již v době kamenné. Na konci 13. stol. byl Slaný povýšen na královské město.
- V letech 1989-2001 zde probíhala těžba velmi kvalitního černého uhlí.
- Mezi největší zaměstnavatele patří F. X. MEILLER Slaný s. r. o. (výrobce dílů motorových vozidel) a Nemocnice Slaný.

## Demografie

- Během posledních pěti let se počet obyvatel Slaného nijak významně nezměnil.

Demografie (k 31. 12.)	Počet obyvatel	Z toho dětí (0-14 let)	Z toho seniorů (65 a více let)
Rok 2019	15 864	2 660 (cca 17 %)	3 137 (cca 20 %)

Zdroj: ČSÚ

## Cestovní ruch

- Mezi městské památky patří např. radnice a bývalá kolej piaristů, dnes sídlo Vlastivědného muzea. U Slaného se nachází přírodní památka Slánská hora, na které vede zajištěná cesta via ferrata.

Cestovní ruch	Počet hostů v HUZ	Počet přenocování v HUZ
Rok 2019	i.d.	i.d.

Zdroj: ČSÚ



# Benchmarking měst Středočeského kraje

Stejně jako Příbram, tak i Benešov a Beroun mají díky výhodné poloze blízko Prahy a blízkosti dopravních tepen **potenciál pro cestovní ruch**. Beroun tento potenciál dobře využívá, o čemž svědčí počet přenocování v HUZ, který v roce 2019 **přesáhl hodnotu 108 000**. Beroun navštěvují také **vodáci** a návštěvníci Českého krasu a okolních hradů. Ačkoli se v Benešově nachází **státní zámek Konopiště** a další zajímavé památky, počet přenocování v HUZ zde za rok 2019 dosáhl necelé poloviny počtu přenocování v HUZ v Berouně.

## Benešov

- Benešov se nachází jihovýchodně od Prahy. Na rok 2020 byly naplánovány oslavy 800. výročí od první písemné zmínky o městě.
- V Benešově je rozvinutý strojírenský a potravinářský průmysl.
- Mezi pravidelně pořádané akce patří hudební festival Jaro Josefa Suka.
- Mezi největší zaměstnavatele regionu patří např. KAVALLERGLASS, a.s. (výroba varného skla), BAEST Machines & Structures, a.s. (výroba strojů) a mlékárna Danone a. s.

## Demografie

- V letech 2018 a 2019 došlo k mírnému přírůstku obyvatel.

Demografie (k 31. 12.)	Počet obyvatel	Z toho dětí (0-14 let)	Z toho seniorů (65 a více let)
Rok 2019	16 758	2 643 (cca 16 %)	3 458 (cca 21 %)

Zdroj: ČSÚ

## Cestovní ruch

- Vyhledávaným turistickým cílem v Benešově je státní zámek Konopiště. Dalšími atraktivitami jsou např. Dům Josefa Suka, bývalý klášterní kostel minoritů, Jawa muzeum a Muzeum umění a designu.

Cestovní ruch	Počet hostů v HUZ	Počet přenocování v HUZ
Rok 2019	25 245	45 058

Zdroj: ČSÚ

## Beroun

- Město Beroun leží jihozápadně od Prahy. Díky výhodné poloze mezi Prahou a Plzní byl Beroun významným obchodním centrem.
- Od 60. let 19. stol. zde probíhala těžba vápence a rozvíjel se zde průmysl (železářství, cementářství, vápenictví).
- V Berouně se dvakrát do roka konají Hrnčířské a řemeslné trhy, kde je možné zakoupit tradiční červeně zbarvenou keramiku. Další významnou akcí je Mezinárodní hudební festival Talichův Beroun.

## Demografie

- Počet obyvatel v posledních pěti letech velice mírně roste.

Demografie (k 31. 12.)	Počet obyvatel	Z toho dětí (0-14 let)	Z toho seniorů (65 a více let)
Rok 2019	19 641	3 452 (cca 18 %)	3 759 (cca 19 %)

Zdroj: ČSÚ

## Cestovní ruch

- Beroun je díky městské památkové zóně, medvědáriu a řece Berounce turisticky populárním místem. V okolí se nachází Český kras, Křivoklátsko, hrady (Točnick, Žebrák, Karlštejn).

Cestovní ruch	Počet hostů v HUZ	Počet přenocování v HUZ
Rok 2019	54 647	108 657

Zdroj: ČSÚ

# Benchmarking měst Středočeského kraje

Podobný počet obyvatel jako Příbram má také středočeské město **Kolín**. Kolín se zaměřuje na chemický a strojírenský průmysl. Počet návštěvníků v HUZ v roce 2019 byl více než dvojnásobný oproti Příbrami. Dalším srovnávaným městem v blízkosti Příbrami je jihočeské město **Strakonice**, které je známé díky divadelní hře Strakonický dudák vycházející z místní pověsti. Mezi hlavní atraktivity ve Strakonici patří měšťanské domy v centru, středověký hrad a pravidelně organizovaný Mezinárodní dudácký festival.

## Kolín

- Kolín leží východně od Prahy na březích řeky Labe. Okolí Kolína bylo obydleno Slovy již v 6. stol.
- V Kolíně je provozován chemický, automobilový, strojírenský, potravinářský a polygrafický průmysl.
- Mezi největší zaměstnavatele patří automobilka konsorcia TPCA. Z chemických podniků zde působí např. Draslovka a Lučební závody.

## Demografie

- V posledních pěti letech dochází k mírnému nárůstu obyvatel Kolína vlivem přistěhování (průměrně +200 osob za rok).

Demografie (k 31. 12.)	Počet obyvatel	Z toho dětí (0-14 let)	Z toho seniorů (65 a více let)
Rok 2019	31 973	5 125 (cca 16 %)	6 700 (cca 21 %)

Zdroj: ČSÚ

## Cestovní ruch

- Mezi významné památky patří chrám sv. Bartoloměje, židovské ghetto a zámek s pivovarem. Kolín nabízí také industriální památky a jízdy unikátní řepařskou drázkou (úzkorozchodná kolejnice).

Cestovní ruch	Počet hostů v HUZ	Počet přenocování v HUZ
Rok 2019	22 221	44 459

Zdroj: ČSÚ

## Strakonice

- Strakonice leží v Jihočeském kraji a žije zde téměř 23 tisíc obyvatel.
- Ve Strakonici se vyráběly fezy a pokrývky hlavy (firma Fezko a. s., později Tonak a.s.). Dalším tradičním průmyslem je pivovarnictví (Měšťanský pivovar DUDÁK).
- Jméno Strakonice se do povědomí Čechů zapsalo díky divadelní hře Strakonický dudák od J. K. Tyla. Ve Strakonici se jednou za dva roky koná folklorní Mezinárodní dudácký festival.

## Demografie

- Počet obyvatel Strakonice během posledních pěti let mírně klesá.

Demografie (k 31. 12.)	Počet obyvatel	Z toho dětí (0-14 let)	Z toho seniorů (65 a více let)
Rok 2019	22 646	3 633 (cca 16 %)	4 944 (cca 22 %)

Zdroj: ČSÚ

## Cestovní ruch

- Strakonice lákají návštěvníky hlavně na měšťanské domy (např. Papežovy domky). Významnou atraktivitou je středověký hrad a věž Rumpál. Soutok Otavy a Volyňky činí město atraktivním pro vodáky.

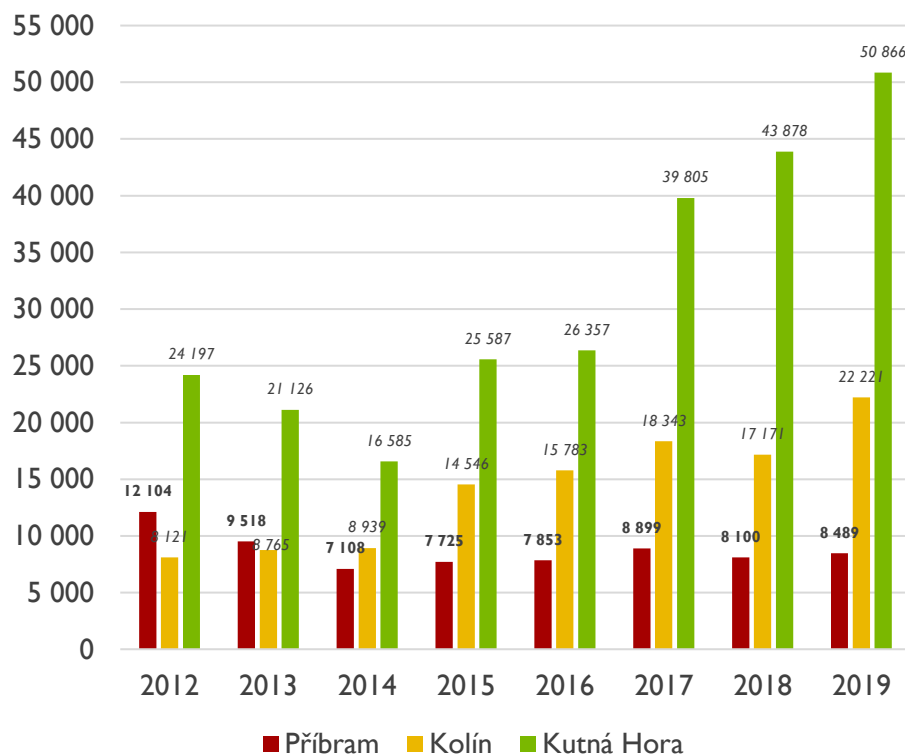
Cestovní ruch	Počet hostů v HUZ	Počet přenocování v HUZ
Rok 2019	10 533	27 925

Zdroj: ČSÚ

# Benchmarking měst Středočeského kraje

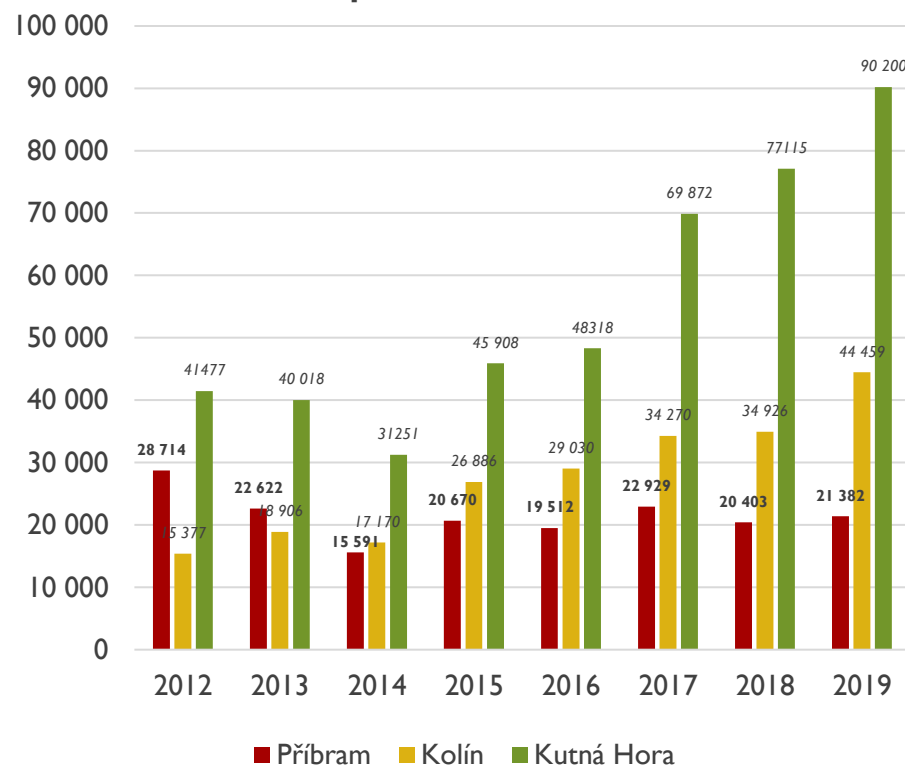
Zajímavý trend ukazuje srovnání vývoje počtu hostů a počtu přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních (HUZ) během let 2012 až 2019 ve vybraných městech (Příbram, Kolín a Kutná Hora). Zatímco v Kutné Hoře a Kolíně počet hostů v HUZ během let 2015 až 2019 roste, v Příbrami počet hostů kolísá a v roce 2019 byl o 3 600 nižší než v roce 2012. Obdobně je tomu i u přenocování v HUZ. Průměrný počet přenocování v HUZ v roce 2019 byl v Příbrami 2,5 noci, v Kutné Hoře 1,8 noci.

## Počet hostů v HUZ



Zdroj: ČSÚ

## Počet přenocování v HUZ



Zdroj: ČSÚ

# **A. Analytická část**

*Analýza nabídky cestovního ruchu*

# Přírodní předpoklady cestovního ruchu

Okolí města Příbram je poznamenané historií spojenou s **těžbou a hornictvím**. V krajině se nachází pozůstatky těžení (haldy) a oblast zatím prošla pouze lokální rekultivací. Významným přírodním předpokladem cestovního ruchu je **CHKO Brdy**, která se nachází v blízkosti města Příbram a nabízí možnosti sportovního vyžití. Návštěvníci Příbrami také mohou sportovat v oblasti **vodních nádrží Vltavské kaskády**. Město Příbram a jeho okolí propojuje **sít' cyklostezek a cyklotras**. Okolí Příbrami má také vhodné předpoklady pro **běžecké lyžování**.

## CHKO Brdy

- Původně vojenský újezd
- Vyhlášena 1. 1. 2016
- Rozloha 345 km<sup>2</sup>
- Nabízí sportovní možnosti pro turistiku, cyklistiku a běžecké lyžování
- Hipostezky, horolezectví

## Cyklostezky a cyklotrasy

- Např. cyklotrasa podél Litavky (Greenway Praha – Vídeň), cyklostezka podél Příbramského potoka
- Osazeno značení ve městě a okolí

## Vodní díla

- Využití pro vodní sporty, rybářství a rekreaci
- Vodní nádrž Slapy
- Vodní nádrž Orlík
  - Největší nádrž Vltavské kaskády
- Vodní nádrž Kamýk
- Rekreační areál a přírodní koupaliště Nový rybník v Příbrami



Zdroj: kudyznudy.cz



# Potenciál a nabídka cestovního ruchu

## Památky v Příbrami



### Bazilika Nanebevzetí Panny Marie Svatá Hora

- Významné mariánské poutní místo v ČR
- Zastávka Svatojakubské poutní cesty



### Hornické muzeum Příbram

- Největší hornické muzeum v ČR
- V r. 2012 přes 112 tisíc návštěvníků



### Budova bývalého báňského ředitelství

- Jedna z nejhonosnějších staveb ve městě
- V přízemí budovy sídlí Městská policie Příbram



### Kostel sv. Jakuba na náměstí T. G. Masaryka

- Původně gotická stavba z 1. pol. 13. stol.
- Dominanta města



### Zámeček-Ernestinum

- Původně dřevěná tvrz
- Sídlí zde Galerie Františka Drtikola Příbram, kanceláře Městského úřadu Příbram a Infocentrum MěÚ Příbram



### Sbor Mistra Jakoubka ze Stříbra

- Nejnovější církevní stavba na Březových Horách
- Vystavěn z finančních příspěvků horníků



### Kostel sv. Vojtěcha

- Největší a nejkrásnější stavba bývalého královského horního města Březové Hory
- Do základů kostela byly vloženy dobové mince a tiskoviny



### Kostel sv. Prokopa

- Původně dřevěná Prokopská zvonice – nejstarší církevní objekt na Březových Horách
- Současná stavba kostela v pseudorománském slohu

# Potenciál a nabídka cestovního ruchu

## Svatá Hora

- Svata Hora predstavuje **významnou památku baroka ze 17. století a nejvýznamnější a nejstarší mariánské poutní místo v Čechách.**
- Na Svaté Hoře se nachází barokní areál s bazilikou, která ukrývá sošku Panny Marie Svatohorské.
- Datum vzniku původní kaple je neznámé. Podle pověsti pochází ze 13. stol., podle historika Balbína byla postavena v 16. stol.
- Od roku 1861 spravoval Svatou Horu řád **redemptoristů**. V roce 1950 byli ze Svaté Hory vyhnáni a internováni v centralizačním táboře Králíky. Redemptoristé se vrátili a opět se ujali správy Svaté Hory v březnu roku 1990.
- O areál také pečuje neziskové občanské sdružení **Matice Svatohorská**. Sdružení také shromažďuje příspěvky na opravy a údržbu baziliky, podporuje propagační činnost a vytváří příznivé podmínky pro příchozí poutníky.
- Areál prošel **generální opravou v r. 2015** (díky grantu). Obnova získala titul Stavba roku Středočeského kraje 2016 a Cenu Ministerstva kultury ČR v soutěži Stavba roku 2017. Nově upravené prostory se stále využívají pro duchovní činnost.
- Chloubou svatohorského chrámu P. Marie je nádherný **hlavní oltář ze stříbra**. Kromě velmi hodnotné architektury je zde několik stovek plastik a obrazů a mimořádně bohatá štuková výzdoba.
- Na Svaté Hoře můžeme najít také památný **Svatováclavský dub**, který patří k nejvýznamnějším památným stromům v České republice. Údajně je potomkem prastarého Svatohorského dubu, který zanikl v polovině 17. století.
- V areálu se konají různé **kulturní akce a výstavy**. Je zde i možnost pronájmu prostor pro konání svateb, edukačních a dalších akcí.
- Návštěvníci se mohou zúčastnit **komentované prohlídky s průvodcem** do různých částí areálu (např. zvonice, sklepení atd.) Pro organizované skupiny nabízí Svata Hora i možnost přespaní.



Zdroj: MěÚ Příbram

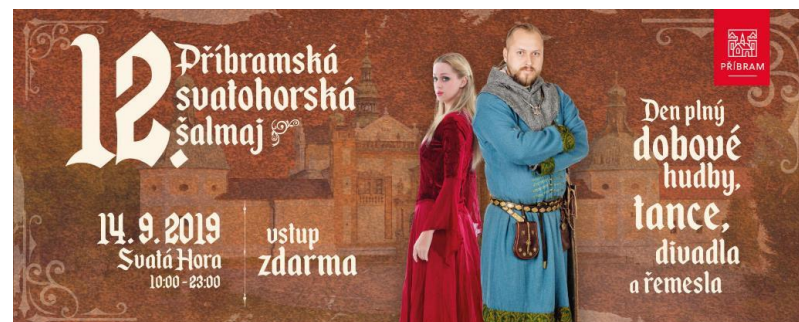


Zdroj: kudyznudy.cz

Zdroj: [www.idnes.cz/](http://www.idnes.cz/), [svata-hora.cz](http://svata-hora.cz), [poznepribram.cz](http://poznepribram.cz)



- **Příbramská svatohorská šalmaj**
  - Organizátorem je město Příbram. Jedná se o den plný dobové hudby, tance, divadla a řemesla. Součástí akce je rovněž průvod v historických kostýmech.
- **Běh hasičů do svatohorských schodů**
- **Příbramský downtown**
- **Hudební festival Antonína Dvořáka**
- **Noc kostelů**
- **Muzejní noc**
- **Den věží a rozhleden**



# Potenciál a nabídka cestovního ruchu

## Hornictví

### Stříbro

- Od konce 13. století se v Příbrami a okolí těžilo stříbro.
- Na konci 18. století byla Příbram světově proslulá jako místo nejvýnosnější těžby stříbra a olova v habsburské monarchii.
- Příbram bývala sídlem centrálních báňských institucí a v půli 19. století i báňské akademie, která byla v roce 1904 povýšena na Vysokou školu báňskou.
- Stříbrorudné dolování bylo ukončeno na konci 70. let 20. století.

### Olovo a další rudy

Kromě stříbra se na Příbramsku těžily i železné rudy a olovo (Bohutín, Březové Hory).

### Uran

- Po druhé světové válce byl na východním svahu vrchu Vojna založen jeden z prvních uranových dolů na Příbramsku.
- Došlo k rychlému rozvoji těžby uranu a tím i růstu města.
- Těžební činnost skončila v roce 1991.

## Hornické muzeum Příbram

- Největší hornické muzeum v ČR navazuje na činnost Krajinského muzea, které bylo založeno v roce 1886.
- Hornické muzeum Příbram patří do desítky nejnavštěvovanějších muzeí v ČR (podle NIPOS) a dle agentury CzechTourism bylo 4. nejnavštěvovanější technickou památkou v ČR v roce 2012.
- Expozice v historických provozních a správních objektech ukazují bohatou minulost spjatou s těžbou stříbra, uranu a dalších rud. Návštěvníci se mohou svézt hornickým vláčkem po povrchu i podzemím, prohlédnout si několik kilometrů štol a seznámit se s haviřským folklorem. V areálu jsou také vystavené parní těžké stroje.
- Muzeum je příspěvkovou organizací Středočeského kraje.



Zdroj: muzeum-pribram.cz



Zdroj: vylety-zabava.cz

# Potenciál a nabídka cestovního ruchu

## Památník Vojna Lešetice u Příbrami

### Historie

- V letech 1947-1949 byl kousek od Příbrami vybudován německými válečnými zajatci pracovní tábor a byl pojmenován podle nedalekého vrchu Vojna.
- Mezi lety 1949-1951 sloužil jako tábor nucených prací. Tábor Vojna by největší tábor nucených prací v oblasti těžby uranu v Československu. K 3. 5. 1951 bylo v lágru 761 chovanců, kteří museli plnit úkoly spojené s důlní činností a zajišťováním chodu lágru.
- Mezi lety 1951-1961 fungoval jako vězeňské zařízení pro politické odpůrce komunistického režimu (s názvem Nápravně pracovní tábor Vojna).
- V roce 1960 byl tábor Vojna k 1. 6. 1961 zrušen. Areál Vojny využívala v letech 1961-2000 armáda.

### Dnešní stav

- V roce 1999 bylo rozhodnuto vybudovat na místě tábora památník připomínající utrpení občanů v poválečné a komunistické době. Památník je součástí Hornického muzea Příbram.
- Památník Vojna je jediným alespoň částečně dochovaným komunistickým koncentračním táborem na českém území.
- Ze šestnácti historicky nejdůležitějších a dochovaných staveb je zpřístupněna budova velitelství tábora, korekce, tzv. bunkr, ubytovací objekt G, kulturní dům, někdejší vězeňská ošetrovna a další.
- V lednu 2001 byl areál vyhlášen kulturní památkou.
- V roce 2005 prošel areál rekonstrukcí a byl znovu zpřístupněn veřejnosti.
- V areálu se konají tematické výstavy (v současné době např. výstava Poslední bitva 2. světové války v Evropě u Slivice na Příbramsku).
- Areál je návštěvníkům otevřen celoročně a návštěvníci si mohou vybrat ze tří prohlídkových okruhů.





# Potenciál a nabídka cestovního ruchu

## Antonín Dvořák na Příbramsku

V obci Vysoká u Příbramě se nachází Novorenesanční zámek s parkem, Rusalčino jezírko a vila Rusalka, kde pobýval a skládal Antonín Dvořák. Okolní krajina Dvořáka inspirovala v jeho tvorbě.

### Památník Antonína Dvořáka ve Vysoké u Příbramě

- Dnes je původní zámek přestavěn na Památník Antonína Dvořáka a je otevřen návštěvníkům celoročně.
- Součástí objektu je i Galerie Václava Kounice, která slouží pro krátkodobé výstavy.
- V roce 2009 získal soubor lokalit ve Vysoké u Příbrami titul Evropské dědictví.
- První část stálé expozice představuje manžele Kounicovy, druhá část informuje návštěvníky o životě a tvorbě Antonína Dvořáka. Závěr expozice tvoří makety scén z vybraných oper a kostýmy z opery Rusalka.
- V prostorách památníku se také konají společenské akce, jako např. svatby, Mezinárodní den muzeí a galerií nebo koncerty v rámci Hudebního festivalu Antonína Dvořáka.
- Památník je příspěvkovou organizací Středočeského kraje.

### Hudební festival Antonína Dvořáka Příbram

- Festival se každoročně koná již od roku 1969, kdy byl založen díky Společnosti Antonína Dvořáka a Okresního kulturního střediska v Příbrami. V současnosti festival pořádá město Příbram a jeho ředitelkou je paní Albína Houšková.
- Během 51. ročníku měl festival návštěvnost 4 500 návštěvníků.
- V roce 2020 se měl konat 52. ročník (z důvodu COVID-19 byl přesunut na rok 2021).
- Program festivalu zahrnuje cca 15 koncertů skladeb A. Dvořáka a dalších (i současných) skladatelů. Je připraven také doprovodný program.
- Koncerty se konají v prostorách památek Příbrami a okolí (Památník Antonína Dvořáka ve Vysoké, bazilika na Svaté Hoře, kostel sv. Jakuba Staršího, Zámek-Ernestinum, Zámek Březnice, Zámek Dobříš) a další.
- Festival je velice populární, o čemž vypovídá vysoká návštěvnost koncertů (95 % kapacity v roce 2016). Pořadatelé každoročně vyhledávají nová, neobvyklá místa, na kterých se koncerty odehrávají (nádvoří Svaté Hory, Pražská ulice,...).



Zdroj: antonin-dvorak.cz



Zdroj: pribram.eu

# Potenciál a nabídka cestovního ruchu

## Kulturní zařízení

Kromě již zmíněného Hornického muzea Příbram a Památníku Antonína Dvořáka ve Vysoké nabízí město Příbram i další kulturní možnosti.

### ▪ Galerie Františka Drtikola Příbram

- Galerie je umístěna v budově Záměčku-Ernestina, Pojmenována byla podle příbramského rodáka, známého fotografa Františka Drtikola.
- V galerii se konají výstavy umění, koncerty a přednášky.

### ▪ Divadlo A. Dvořáka Příbram

- Divadlo bylo postaveno v letech 1957-1959, v roce 2006 bylo vyhlášeno kulturní památkou. V současné době má divadelní soubor 15 členů.
- Divadlo A. Dvořáka Příbram provozuje kromě divadla také kino, D-klub (prostor na pořádání večírků), estrádní, přednáškový a baletní sál.

### ▪ Dům Natura

- V Domě Natura si mohou návštěvníci prohlédnout expozice o přírodě a CHKO Brdy.
- Dům Natura také nabízí možnost pronájmu prostor pro školení, besedy, kongresy, aukce, společenské a kulturní akce.

### ▪ Letní kino

- Letní kino se nachází v areálu Nový rybník. Kapacita kina je 4 500 návštěvníků.
- Kromě klasického promítání se zde konají koncerty a další kulturní akce.

### ▪ Knihovna Jana Drdy Příbram

- Knihovna Jana Drdy se nachází na náměstí T. G. Masaryka. Kromě hlavní budovy spravuje další tři pobočky (Březové Hory, Křižák, Škola).
- Kromě výpůjční činnosti knihovna pořádá různé vzdělávací a společenské akce pro všechny věkové kategorie.



Zdroj: galerie-drtikol.cz



Zdroj: poznejpribram.cz



Zdroj: szm.pb.cz

# Potenciál a nabídka cestovního ruchu

## Sportovní zařízení

Příbram nabízí také různé sportovní možnosti.

### Nový rybník

- Sportovní a volnočasový areál Nový rybník prošel zásadní rekonstrukcí.
- Součástí areálu je přírodní koupaliště, Adventure golf, letní kino, skatepark, vodní hřiště pro děti, Rákosníčkov hřiště, vzduchové trampolíny, volnočasové hřiště s work out hřištěm, inline dráha, restaurace, naučná stezka, minizoo, hobitín a další.
- Návštěvníci areálu se mohou ubytovat v minicampu.
- V areálu si lze vypůjčit sportovní vybavení.

### Lyžařský areál Padák

- Lyžařské areál Padák je od sezony 2014/2015 mimo provoz kvůli komplikovaným smluvním vztahům.
- Areál je tvořen 320 m dlouhou sjezdovkou s umělým zasněžováním.

### Další sportovní zařízení

- Zimní stadion: velká hala (kapacita 3 700 diváků), malá hala (pro 1 200 diváků)
- Víceúčelová sportovní hala
- Sportovní a volnočasové areály (Areál Nového rybníka, Sokolovna, hřiště SK Spartak, workoutový park, Sportovní areál pod Svatou Horou, Hřiště Hlinovky)
- Tenisové kurty a haly
- Zelená páteř s cyklotrasou vedoucí od Horní Obory přes klidovou zónu Ryneček k Fialovu rybníku
- Naučné stezky (Naučná stezka lesoparku Litavka, Naučná stezka Padák)
- Aquapark
- A další (více na: <https://pribram.eu/data/plan-rozvoje-sportu.pdf>)

### Pravidelné zápasy sportovních klubů

- Fotbal: 1. FK Příbram (1. liga)
- Volejbal: VK Příbram (extraliga)
- Hokej: HC Příbram (2. liga)



Zdroj: poznejpribram.cz



Zdroj: poznejpribram.cz



# Potenciál a nabídka cestovního ruchu

V Příbrami se koná mnoho nábožensky zaměřených akcí, včetně **pravidelných poutí na Svatou Horu**. Jednou z nejvýznamnějších kulturních akcí konaných v Příbrami je **Hudební festival Antonína Dvořáka Příbram**, který se zde koná každoročně již od roku 1969. Další akce, například výstavy nebo ukázky řemesel, pořádá také **Hornické muzeum v Příbrami**. Významným organizátorem kulturních akcí je samo město Příbram.

## Sportovní akce

- Příbramský triatlon (mistrovství republiky)
- Příbramský 1/2 maraton
- Svatohorský downtown
- Běh města Příbrami
- Na hřišti to žije
- Utkání sportovních klubů působících v Příbrami
- Běh hasičů do svatohorských schodů

## Společenské akce

- Akce v Hornickém muzeu (Den řemesel, Den věží a rozhleden, Haviřské šprýmování, Masopust v Hornickém muzeu, Vánoce a Velikonoce v hornickém domku)
- Akce připomínají hornické tradice (Skok přes kůži, tradiční Ples příbramských horníků a hutníků, Prokopská pout', Putování se světylky za sv. Martinem)
- Vánoční akce (zejména koncerty), výstavy betlémů v Galerii F. Drtikola a na Svaté Hoře
- Hudební festival Antonína Dvořáka Příbram
- Pravidelné farmářské trhy
- Čarodějnice na Nováku
- Novák Fest
- Vítání slunovratu

- Příbramské kulturní léto
- Příbramská svatohorská šalmaj
- Advent v Příbrami – zahájení adventu, adventní neděle
- Divadlo patří dětem
- Vánoce v divadle
- Divadelní ples
- Route 66
- Piknik na Nováku
- Den bezpečné Příbrami
- Den seniorů
- Korzo Obora
- Den železnice
- Noc kostelů
- Muzejní noc
- Výstava nožů
- Vinný košť

## Církevní akce

- Břizovské slavnosti – dvoudenní festival liturgické hudby
- Poutě (Orelská pout', Pout' Matice Svatohorské a mnoho dalších)
- Poutní slavnost – vigilie
- Korunovace milostné sošky Panny Marie Svatohorské



# **A. Analytická část**

*Turistická infrastruktura a služby*

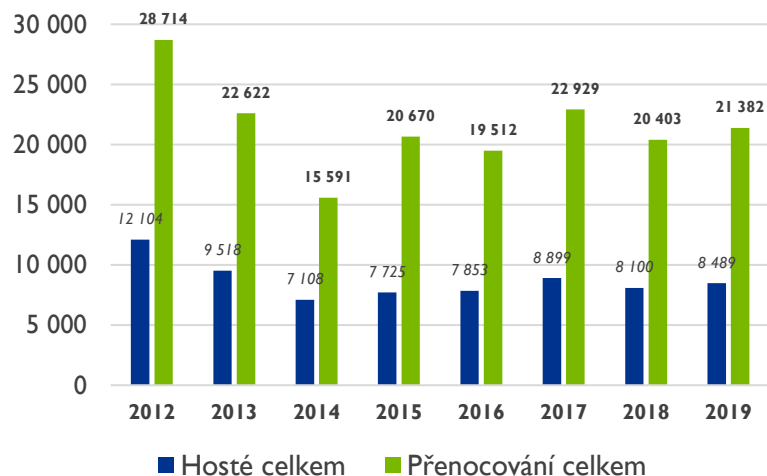


# Ubytovací zařízení

V Příbrami převažují **penziony s menší ubytovací kapacitou** nad hotely vyšších kapacit a nadstandardních služeb. Problémem je **nedostatečná kapacita** ubytovacích zařízení pro velké kongresy a konference nebo pro větší autobusové zájezdy. V takovém případě je potřeba zajistit ubytování v UZ mimo Příbram, což s sebou nese vysoké náklady (např. v případě ubytování v Praze).

- Kromě samotných ubytovacích zařízení přímo v Příbrami mohou návštěvníci využít mnoho penzionů a hotelů v okolí.
- Kapacita hotelů je nedostatečná pro velké akce (kongresy) a autobusové zájezdy.
- Ubytovací zařízení často nejsou propojena s dalšími službami (konferenční, wellness, fitness...).
- Zaměstnanci ubytovacích zařízení často nedisponují potřebnou jazykovou vybaveností.
- Ubytování přes platformu Airbnb není v Příbrami příliš rozšířené.

**Návštěvnost HUZ v Příbrami**



Vybraná HUZ	Popis	Počet lůžek
<b>Hotely</b>		
Hotel Belvedere	Dvoulůžkové pokoje+ apartmá, kongresové služby	98
Hotel Hájek	1/2-lůžkové pokoje, součástí je kadeřnictví, kosmetika, manikúra,... V současné době je hotel uzavřený a probíhá v něm rekonstrukce.	48
Hotel Jurkos	Nově rekonstruovaný hotel v centru Příbrami, otevření v druhé polovině července 2020	65
<b>Penziony</b>		
Penzion U Muzea	2/3/4-lůžkové apartmány v blízkosti Hornického muzea	17
Penzion U Šindlerů	Ubytování ve dvou dvou/třilůžkových pokojích	Do 10
Penzion Time Café	Ubytování v pěti apartmánech, kavárna (30 míst)	14
Penzion Asoft	Ubytování ve 2/3/4-lůžkových pokojích	14
<b>Ubytovny</b>		
Ubytování Zimní stadion	Ubytovna hotelového typu	48
Ubytování Aquapark	Ubytovna hotelového typu	27
<b>Kempy</b>		
Minicamp v areálu Nový rybník	Ubytování ve vlastních stanech, karavanech nebo chatkách	13 (chatky)

# Stravovací zařízení

Město Příbram je vybaveno stravovacími zařízeními různých druhů. Návštěvníci si mohou vybrat z klasických restaurací zaměřených na českou kuchyni, z restaurací nabízejících mezinárodní kuchyni nebo z místních cukráren a kaváren. Stravovací zařízení v Příbrami jsou přizpůsobená spíše místním obyvatelům než návštěvníkům. Existence malých pivovarů v okolí Příbrami představuje potenciál pro pivní turistiku.

- V nabídce stravovacích zařízení převládají **klasické české pokrmy**. Restaurace nabízí spíše základní pokrmy než regionální speciality.
- V Příbrami lze navštívit i podniky nabízející **mezinárodní kuchyni**, zejména italskou a asijskou.
- Menší část stravovacích zařízení zveřejňuje **cizojazyčné verze jídelních lístků**.
- Pro návštěvníky by mohla být problematická otevírací doba stravovacích zařízení. Málo podniků má otevřeno před 10:00 a chybí tak dopolední nabídka.
- V Příbrami nejsou rozšířené podniky rychlého občerstvení (McDonald's a KFC), Otevření pobočky KFC je plánováno do konce roku 2020.

## Gastroturismus

- Aktuální nabídka stravovacích zařízení není dostatečně rozmanitá pro oslovení návštěvníků vyhledávajících gastro zážitky.
- Návštěvníky by mohlo nalákat rozšíření nabídky o **regionální havířské pokrmy** (např. báp, uhlířina, muzika, svítek, pivní polévka, kapouni).

## Pivní turistika

- V Příbrami a jejím okolí se nachází **malé pivovary** (Pivovar Podlesí, Minipivovar Energon, Rodinný pivovar Vilém, Pivovar Orlik).
- Ty představují **potenciál pro pivní turistiku**.

Vybraná stravovací zařízení	Popis
<b>Restaurace</b>	
ORIGINÁL 1869 Příbram	Restaurace Originál 1869 jsou vlajkovou lodí značky Gambrinus, samozřejmě je tankové pivo a poctivá česká kuchyně.
Plzeňka Zlatý Soudek	Restaurace nabízí tankové plzeňské pivo a poctivou českou kuchyni. Prostředí restaurace připomíná slavnou historii pivovarnictví.
Šatlava	Restaurace je umístěna v historické budově z 16./17. stol., kuchyně byla oceněna bývalým prezidentem Václavem Klausem.
<b>Pivnice, bary, hospody</b>	
Pivovar Podlesí	Restaurace s pivovarem nabízí vlastní pivo a českou kuchyni.
U Starýho kozla	Kompletně zrekonstruovaná restaurace v prostorách zimního stadionu.
<b>Cukrárny a kavárny</b>	
Cukrárna V Brance	Interiér cukrárny je zdoben nástěnnými malbami s historií Příbrami a původními trámy ze 17. stol.
<b>Mezinárodní kuchyně</b>	
Pizzeria La Colore	Rodinná restaurace a pizzerie, součástí je i Color Bar.

# Informační centra

V současné době se v Příbrami nachází celkem dvě turistická informační centra – Infocentrum Městského úřadu Příbram a Turistické informační centrum, které je součástí instituce Dům Natura Příbram. Informační centra zajišťují informační servis o městě Příbrami a jeho okolí. Doplnkovými službami jsou prodej vstupenek, map a průvodců, pořádání přednášek a průvodců.

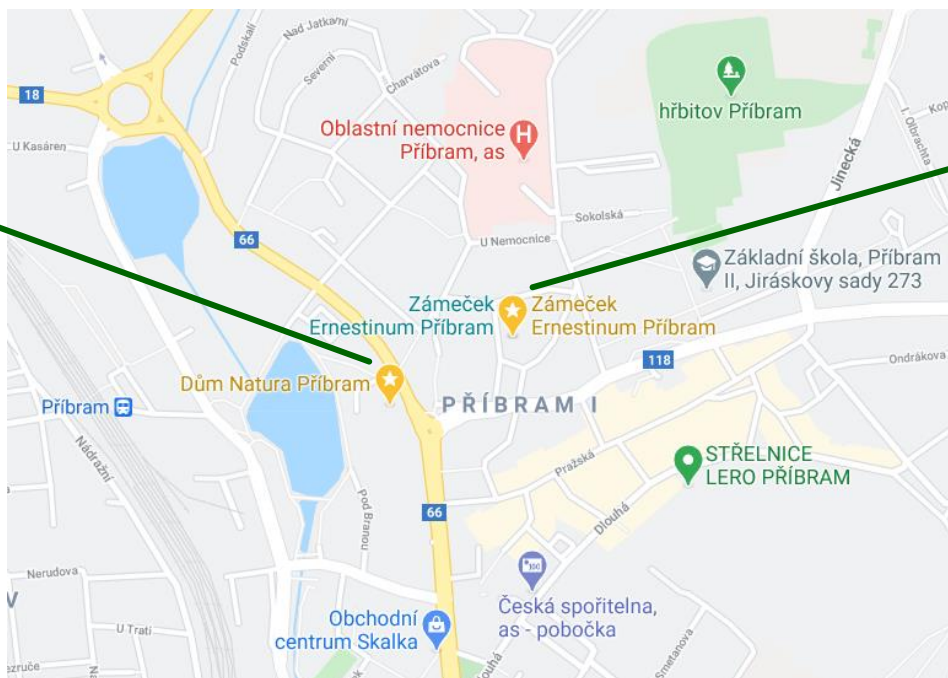
V září roku 2020 **proběhne sloučení** Infocentra Městského úřadu Příbram a již uzavřeného Informačního centra Knihovny Jana Drdy. V provozu tedy zůstane pouze Infocentrum Městského úřadu Příbram v Zámečku-Ernestinu. Toto infocentrum bude následně v průběhu roku 2020 (resp. v I. pol. roku 2021) **přestěhováno do nových prostor v Pražské ulici**, a to po dokončení probíhající rekonstrukce.



## Turistické informační centrum

Dům Natura Příbram  
Plzeňská 134  
261 01 Příbram

Otevírací doba:  
Pondělí – neděle  
9.00 – 17.00



**Infocentrum  
Městského úřadu  
Příbram**  
Zámeček-Ernestinum,  
Tyršova 106, Příbram

Otevírací doba:  
Denně  
říjen – květen  
10:00 – 16:00  
(kromě 24. – 26. 12., 1. 1.)  
červen – září  
10:00 – 17:00

# Ostatní turistická infrastruktura

Město Příbram nenabízí pouze Svatou Horu a Hornické muzeum. Návštěvníci mají také možnost vyzkoušet neobvyklé a adrenalinové zážitky. V blízkosti samotného města se nachází letiště Příbram, které umožňuje vyzkoušet **letecké zážitky**. Na vodních nádržích Vltavské kaskády mohou návštěvníci trénovat některé **vodní sporty**. Díky okolní přírodě a farmám v příbramském okrese má Příbram také potenciál pro rozvoj **ekoturismu a venkovského cestovního ruchu**. Ubytovací zařízení a další instituce v Příbrami nabízí možnosti **pořádání kongresů, přednášek a seminářů**.

## Zážitková turistika

- **Letecké zážitky**
  - Tandemový seskok padákem – letiště Příbram
  - Pilotem letadla na zkoušku
  - Zážitkové lety nad Karlštejnem nebo Orlíkem
- **Vodní aktivity**
  - Vodní sporty na blízkých vodních nádržích (Jachting na Orlické přehradě)
  - Aquapark
  - Wellness Centrum Příbram
- **Ekoturistika**
  - Ekologické centrum Orlov
  - Záchranná stanice Ochrana fauny v Hrachově u Sedlčan
  - Farmy v okrese Příbram (např. Strnadovský mlýn)
- **Ostatní**
  - Hobití vesnička pro děti v areálu Nového rybníka
  - Střelnice Placy u Příbrami
  - Jezdeckví na koních (Martinice, Zduchovice)

## Kongresová turistika

- Divadlo A. Dvořáka (max. kapacita 800 osob)
- Dům Natura (Kongresový sál)
- Jednací sál Zastupitelstva města Příbram



Zdroj: tripadvisor.cz



Zdroj: strnadovskymlyn.cz



Zdroj: divadlopribram.eu



# **A. Analytická část**

*Dopravní infrastruktura v kontextu cestovního  
ruchu*

# Silniční, železniční a letecká doprava

Nejdůležitějším dopravním spojením je **dálnice D4**, která spojuje Příbram a Prahu. Napojení na dálnici D5 (Praha – Plzeň) zajišťuje silnice II/I 18. Příbram spojuje s dalšími městy (Strakonice, Písek České Budějovice) **silnice I. třídy**. Návštěvníci mohou využít také **železniční dopravu**. Příbram leží na **trati Zdice – Protivín**, která vede přes Březnici. **Letiště Příbram** sice neslouží k mezinárodní přepravě pasažérů, ale i tak je pro cestovní ruch důležité, protože nabízí návštěvníkům letecké zážitky a vyhlídkové lety.

## Silniční doprava

- Příbram je z Prahy dobře dostupná po dálnici D4. Spojení s dalšími obcemi a městy je zajištěno silnicemi I., II. a III. třídy. Zajímavostí je Česká Route 66 (silnice I. třídy číslo 66), která spojuje Příbram a Milín a která je každoročně místem konání přejezdu české Route 66 na motocyklu či v dobovém automobilu.
- Doprava z okolních obcí z a do Příbrami je zajištěna linkami autobusové dopravy, na kterých platí tarif PID. V centru města se nachází autobusové nádraží.

## Železniční doprava

- V současné době je v Příbrami pouze jedna železniční stanice. Stavba druhé železniční stanice byla nedávno dokončena v blízkosti areálu Nového rybníka, zastávka bude otevřeno 1. 10. 2020. Příbram se nachází na trati Zdice – Protivín. Rychlíková linka R26 spojuje Prahu, Beroun, Zdice, Příbram a České Budějovice. Rychlík jezdí každé dvě až čtyři hodiny. V Příbrami se konají také regionální oslavy Dne železnice.

## Letecká doprava

- Letiště Příbram se nachází nedaleko Příbrami v obci Dlouhá Lhota. Letiště má rekreační a sportovní využití a je určeno pro letouny, vrtulníky, kluzáky a ultralehká letadla. Letiště nabízí možnost ubytování (70 lůžek) a prostor pro konání společenských a firemních akcí. Návštěvníci si zde mohou vyzkoušet letecké zážitky.
- Pro turisty je nejlepší možností přiletět do Prahy a do Příbrami pak využít jiný druh dopravy.



# Doprava a parkování ve městě

Veřejná linková doprava ve městě je zajišťována **třemi autobusovými subsystemy**, což může být pro návštěvníky města značně komplikované. Kromě toho zde fungují linky pravidelné autobusové dopravy (PAD), které nejsou integrovány ani do jednoho z těchto subsystemů. Parkoviště ve městě jsou rozdělena do **tří barevných parkovacích zón**. Výhodou na placeném parkování v Příbrami je možnost **platby přes mobilní aplikaci**. Město Příbram se stejně jako jiná města potýká s **nedostatečnou kapacitou** parkovacích míst.

## Doprava

- Veřejná linková doprava je v Příbrami celkem složitá. Dopravu zajišťují tři autobusové subsystemy: linky městské hromadné dopravy (MHD), autobusové linky zařazené do Pražské integrované dopravy (PID) a autobusové linky zařazené do Středočeské integrované dopravy (SID). Pro cestovní ruch je nedostatečná frekvence spojů (zejména o víkendu).
- Hlavní průjezd městem vede skrz náměstí T. G. Masaryka, čímž náměstí ztrácí na atraktivitě pro návštěvníky.
- Silniční dopravu komplikují cyklisté, kteří na vozovkách nemají vymezený pruh nebo cyklostezku. Dalším problémem je přetížení některých úseků (ve všední dny kolem 15-16 hod.) a nehodovost na některých křižovatkách.

## Parkování

- Parkoviště v Příbrami jsou rozdělena podle atraktivity do tzv. parkovacích zón – červené, modré a zelené. Některá parkoviště nejsou zpoplatněná (např. nová parkoviště P+R, parkoviště na Flusárně, místa v oblasti sídliště, Drkolnova a Křížáků, sídliště Cíl).
- Platba za parkování je možná v platebních automatech nebo přes mobilní aplikaci.
- V současné době se Příbram potýká s nedostatečnou kapacitou parkovacích a odstavných stání ve městě.
- Nedostatek parkovacích míst potom vede k nelegálnímu parkování (v zeleni, na křižovatkách). Nevyhovující situaci město řeší přípravou realizace parkovacích domů a postupnou úpravou parkovací politiky.



Zdroj: zpravypribram.cz

# Infrastruktura pro pěší turistiku

Infrastrukturu pro pěší turistiku v Příbrami představují **pěší zóny** (Pražská ulice, Cíl, Hořejší Obora) a značené turistické cesty. Z centra města (náměstí T. G. Masaryka) vedou **značené turistické trasy**, které návštěvníky zavedou na Svatou Horu a další zajímavosti v okolí (např. důl Anna). Trasy směrem na západ pokračují do CHKO Brdy. Přímo v Příbrami se nachází **dvě naučné stezky**: NS Padák a NS lesopark Litavka. Další naučné stezky jsou vyznačené v CHKO Brdy.

## Pěší turistika

### Pěší zóny

- V Příbrami se nachází tři pěší zóny, na kterých je zakázána motorová doprava. První z nich je pěší zóna v Pražské ulici, kde se nachází obchody s rozmanitým sortimentem. V posledních letech ale dochází k uzavírání obchodů a útlumu společenského života. Pěší zóna Cíl prochází v současné době revitalizací. Třetí pěší zónou je Hořejší Obora, která se nachází u rybníka a Dvořákova nábřeží, kde se konají kulturní akce.
- Infrastruktura pro pěší turistiku se potýká s několika problémy. Příkladem je špatný stav některých chodníků, chybějící chodníky a chybějící přechody. Problematické je také parkování aut v části náměstí T. G. Masaryka, čímž náměstí ztrácí funkci kulturního a společenského centra. Na náměstí je nedostatek stravovacích zařízení (restaurace, kavárny), která by náměstí oživovala.
- Chybí trasy propojující hlavní turistické cíle města Příbrami – Svatou Horu a Hornické muzeum.

### Značené trasy

- Z centra Příbrami vedou čtyři značené turistické trasy. Tyto trasy směřují na Svatou Horu, do obcí Orlov a Oseč a poté dále do CHKO Brdy.

### Naučné stezky

- NS Padák: trasa v délce 2,7 km vede lesoparkem a představuje funkce krajiny a lesa v ekosystému.
- NS lesopark Litavka: naučná stezka představuje na 12 zastaveních návštěvníkům místní faunu, flóru a místa, kde se těžilo stříbro.



Zdroj: doporučujeme.denik.cz



Zdroj: prikeraci.blog.cz



# Infrastruktura pro cykloturistiku

Příbram má **dobré předpoklady pro rozvoj cykloturistiky**, nicméně současný stav infrastruktury není vyhovující. Rozvojem cykloturistiky se zabývá **Cyklistická koncepce města Příbram**, která identifikovala několik problémů, navrhla jejich řešení a představila vizi: Příbram, město cyklistů. Největší bariérou cykloturistiky je v současnosti nedostatečně rozvinutá infrastruktura – zejména **nedostatečné propojení cyklotras, nedostatek stojanů na kola a špatný stav značení**.

## Cykloturistika

### Cyklotrasy

- Město Příbram je protkané cyklotrasami. Problematické je jejich nedostatečné propojení a vytvoření ucelené sítě. Souvislá a kvalitní cyklotrasa vede podél Litavky do obce Bohutín (Greenway Praha – Vídeň). Druhá, páteřní cyklotrasa vede podél Příbramského potoka z Hořejší Obory až do obce Brod.
- V roce 2018 byla otevřena cyklostezka spojující Drkolnov a Bohutín.

### Cyklistická koncepce města Příbram

- Cyklistická koncepce města Příbram byla dokončena v září roku 2019. Jejím cílem je analýza a rozvoj cyklistické dopravy v Příbrami. Součástí je identifikace současných překážek a návrhy jejich odstranění.
- Cyklistická koncepce města Příbram identifikovala následující problémy:
  - Nedostatek jízdních pruhů pro kola na silnicích
  - Krádeže kol
  - Nedostatek stojanů a parkovacích možností pro kola
  - Nedostatečné propojení mezi cyklostezkami (nenavazují na sebe)
  - Značení cyklotras je ve špatném stavu, město má připravenou aktualizaci značení
- Koncepce se také zabývá otázkou, jak propojit Příbram s okolními obcemi.
- Jedním z návrhů je také zavést v Příbrami službu bike sharing. To ale bude možné až po odstranění stávajících bariér.

### Cyklistické možnosti v Brdech

- V roce 2020 provedla Turistická oblast Brdy a Podbrdsko vyznačení 12 cyklotras a jejich propojek o celkové délce 270 km.



Zdroj: pribramsko.eu



Zdroj: pribram.cz

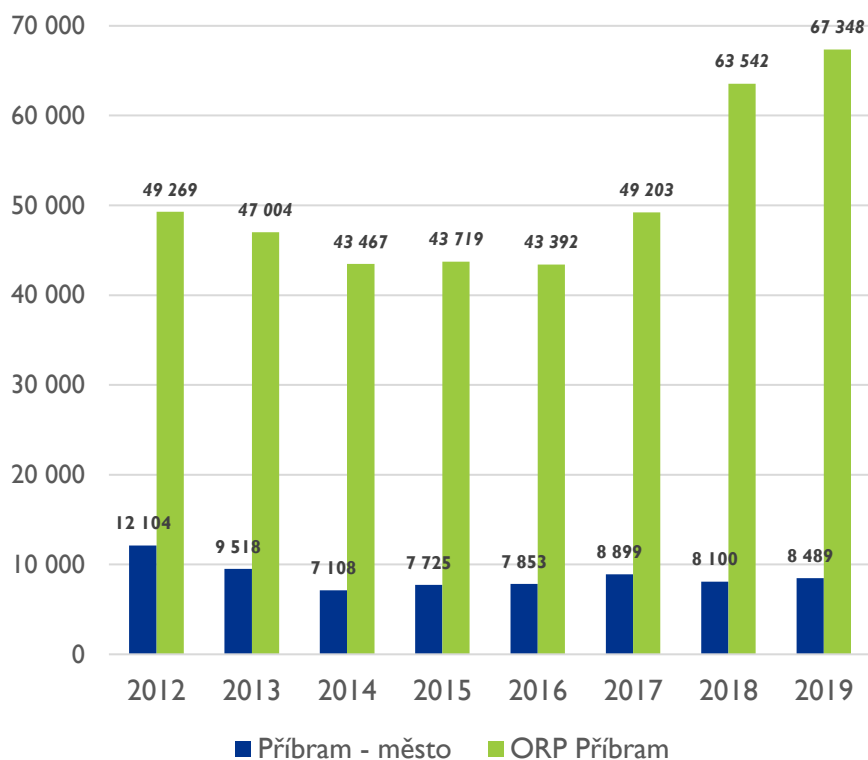
# **A. Analytická část**

*Analýza poptávky cestovního ruchu*

# Analýza poptávky cestovního ruchu

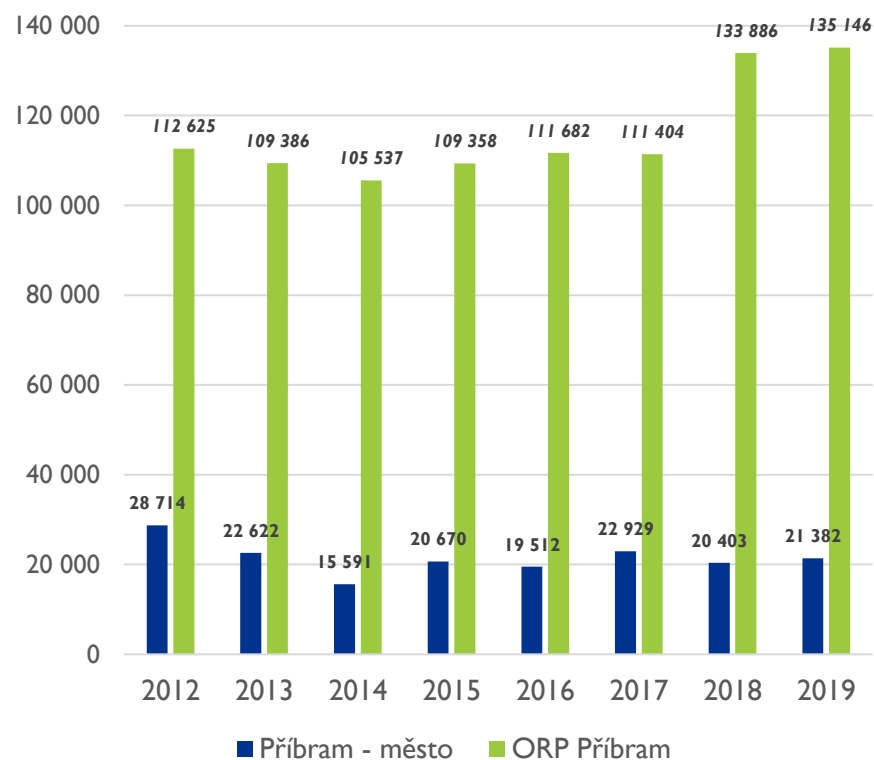
Správní obvod obce s rozšířenou působností (SO ORP) Příbram vykazuje od roku 2016 **rostoucí počet hostů** ubytovaných v HUZ. V roce 2012 počet hostů v HUZ v Příbrami tvořil **téměř čtvrtinu** z celkového počtu hostů v ORP Příbram. Tento podíl se během let snižoval a v roce 2019 tvořil počet hostů v Příbrami **pouze osminu** počtu hostů v ORP Příbram. V případě počtu přenocování v roce 2012 **Příbram tvořila 25,5 %** z celkového počtu přenocování v HUZ v ORP Příbram. V roce 2019 tento podíl **klesl na 15,8 %**.

## Počet hostů v HUZ



Zdroj: ČSÚ

## Počet přenocování v HUZ



Zdroj: ČSÚ

# Analýza poptávky cestovního ruchu

Silnou stránkou Příbrami vzhledem k cestovnímu ruchu je přítomnost několika významných atraktivit, které navštěvují statisíce osob ročně. Návštěvnost poutního areálu na Svaté Hoře dosahuje ročně okolo **300 tis. až 350 tis. návštěvníků**. Hornické muzeum Příbram patří mezi hojně navštěvovaná muzea v České republice. Každoročně navštíví Hornické muzeum Příbram **přes 100 000 návštěvníků**.

## Návštěvnost vybraných turistických cílů

### Poutní areál Svatá Hora

- Počet registrovaných návštěvníků je pouhým zlomkem celkového počtu návštěvníků poutního areálu Svaté Hory.
- Ročně se návštěvnost Svaté Hory pohybuje mezi 300 tis. až 350 tis. návštěvníky.

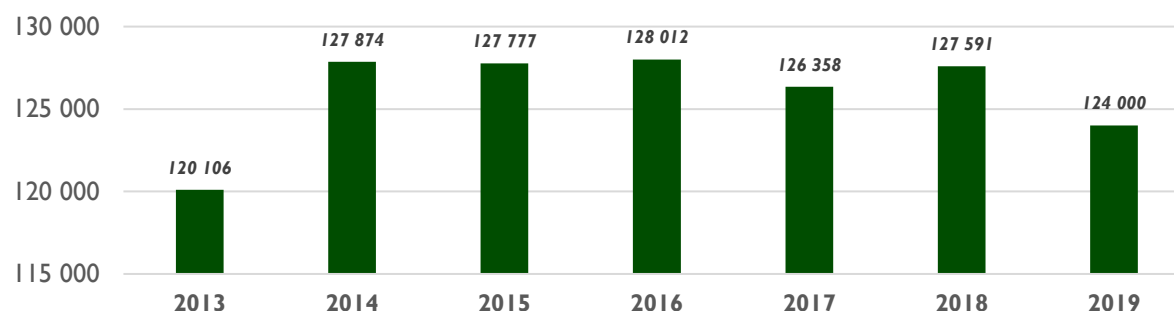
### Hornické muzeum Příbram

- Podle výroční zprávy navštívilo Hornické muzeum Příbram v roce 2019 celkem 124 000 návštěvníků. Z toho 13 500 bylo neplaticích.
- Návštěvnost předchozích let se dlouhodobě drží nad hranicí 100 000 návštěvníků ročně.
- V roce 2014 přivítalo muzeum svého 1 100 000. návštěvníka.
- Nejvíce návštěvníků bylo v roce 2016, kdy Příbram oslavovala 800. výročí první písemné zmínky o Příbrami. V tomto roce zavítalo do expozic muzea celkem 128 012 návštěvníků.

Turistický cíl	Počet registrovaných návštěvníků v roce 2019 (v tis.)	Počet registrovaných návštěvníků v roce 2018 (v tis.)	Meziroční změna
Hornické muzeum Příbram	124,00	127,59	- 2,8 %
Hornický skanzen Březové Hory	74,97	84,40	- 11 %
Památník Vojna Lešetice	21,40	19,65	9 %
Památník Antonína Dvořáka ve Vysoké u Příbramě	13,95	-	-
Poutní areál Svatá Hora	13,66	11,95	14 %
Podbrdské muzeum v Rožmitále pod Třemšínem	11,63	8,42	38 %

Zdroj: CzechTourism, Výroční zpráva Památníku Antonína Dvořáka

## Vývoj návštěvnosti Hornického muzea Příbram



Zdroj: Výroční zprávy Hornického muzea Příbram



# Analýza poptávky cestovního ruchu

Příbram disponuje turistickými **atraktivitami různého zaměření** (duchovní, sportovní, historické...). Tyto atraktivity pak přitahují **různé segmenty návštěvníků**. Je potřeba, aby provozovatelé atraktivit byly na tyto segmenty připraveni a přizpůsobili jim nabídku. V případě poutního areálu na Svaté Hoře se jedná o **poutníky a návštěvníky zajímaví se o duchovno a historii**. Hornické muzeum Příbram je nejvíce navštěvováno rodinami s dětmi. Muzeum navštěvují také **organizované školní skupiny**.



## Poutní areál Svatá Hora

- Na Svatou Horu nejčastěji zavítají **poutníci a věřící**. Na Svaté Hoře se pravidelně konají bohoslužby.
- Svatou Horu je také možno navštívit v organizované skupině (např. s cestovní kanceláří). Pro takové skupiny nabízí areál komentované prohlídky a extra službu navíc (např. oběd, koncert, možnost přespání atd.).
- Na Svaté Hoře se konají poutě a další akce (Příbramská svatohorská šalmaj, Muzejní noc na Svaté Hoře), které přilákají velké množství návštěvníků. Oblíbené jsou také koncerty a výstavy v prostorách areálu.
- Svatou Horu navštěvují také jiní návštěvníci než věřící. Ti ve většině případů zavítají do Svatohorského poutního muzea.



## Hornické muzeum Příbram

- Hornické muzeum Příbram je navštěvováno především **rodinami s dětmi**.
- Nejvíce návštěvníků zavítá do muzea v době pořádání tematických akcí.
- Mezi nejpopulárnější akce patří například Dětský den s permoníky, Prokopská hornická pout' či Výstava Příbramských betlémů.
- V roce 2019 muzeum připravilo interaktivní prohlídky pro děti a cyklus vzdělávacích programů.
- V roce 2019 také muzeum pořádalo exkurze do terénu, kde děti rýžovaly tzv. zlatinky v Litavce.
- Muzeum spravuje také pracoviště přírodních věd (zoologické, geologické, botanické). Návštěvníky muzea jsou tedy také vědci, zabývající se výzkumem.

# **A. Analytická část**

## *Organizace cestovního ruchu*

*- analýza aktérů cestovního ruchu*

# DMO Brdy a Podbrdsko

Zapsaný spolek **Turistická oblast Brdy a Podbrdsko** byl založen v srpnu roku 2018. Cílem spolku je **získat certifikaci jako oblastní DMO** v rámci Kategorizace organizací destinačního managementu vydaných agenturou CzechTourism. Hlavní činností spolku je propagace regionu, vytváření turistických produktů, vytváření a implementace marketingové strategie. Vizí je zvýšit povědomí veřejnosti o existenci destinace Brdy a Podbrdsko, která se nachází na jihozápadě Středočeského kraje, zabírá rozlohu 1 530 km<sup>2</sup> a zahrnuje Brdy, Příbramskou pahorkatinu a netknutou přírodu.

## Činnost spolku

- **Uskutečněné aktivity během roku 2019**
  - Vytvoření jednotného vizuálního stylu
  - Zpracování strategických dokumentů
  - Založení sociálních sítí a webových stránek (vč. blogu)
  - Informování návštěvníků o konaných akcích, možnostech ubytování, stravování a aktivitách v regionu
- **Plány pro rok 2020**
  - Prezentace regionu na výstavách a veletrzích
  - Tvorba a distribuce propagačních materiálů o regionu
  - Dokončení značení cyklistických tras na území Brd
  - Získání certifikace DMO
  - Vytvoření propagačních video spotů

## Současní členové

- Středočeský kraj
- Příbram
- Mikroregion Hořovicko
- Řevnice
- Ekologické centrum Orlov o. p. s.
- Mníšek pod Brdy



Zdroj: Facebook Brdy a Podbrdsko

# Středočeská centrála cestovního ruchu

**Středočeská centrála cestovního ruchu (SCCR)** je příspěvkovou organizací Středočeského kraje. Hlavní činností centrály je rozvoj a propagace cestovního ruchu Středočeského kraje, který má sice velký potenciál, ale je zastíněn Prahou. Středočeská centrála cestovního ruchu byla založena 1. května 2017, certifikaci DMO získala po splnění kritérií stanovených agenturou CzechTourism dne 25. 7. 2019. DMO se zaměřuje na celý Středočeský kraj, jejíž součástí je i okres Příbram.

## Činnost Středočeské centrály cestovního ruchu

- Vytváření marketingové strategie
- Vytváření a tisk propagačních materiálů
- SCCR provozuje turistické informační centrum v Husově ulici v Praze, které bylo otevřeno v srpnu 2017. Infocentrum nabízí kompletní informační servis, propagační brožury a prodej suvenýrů.
- Správa webových stránek a sociálních sítí
- Informování návštěvníků o ubytovacích a stravovacích možnostech, atraktivitách a akcích v destinaci
- Prezentace destinace na veletrzích a výstavách
- Pořádání press a fam tripů
- SCCR zastřešuje Středočeskou filmovou kancelář, která poskytuje asistenci produkcím hraných i dokumentárních filmů. Středočeská filmová kancelář doporučuje lokace a spolupracuje také s Czech Film Commission.

## Střední Čechy královské

- Během veletrhu cestovního ruchu Holiday World 2020 bylo představeno nové logo pro turistický region: Střední Čechy královské.
- Zvolené logo odkazuje na nejvyšší koncentraci hradů a královských měst ve Středočeském kraji.
- Královský námět zároveň prolíná novinky pro turistickou sezónu roku 2020.



Středočeská centrála  
cestovního ruchu



Zdroj: centralbohemia.cz



# MěÚ Příbram a další organizace obce

Důležitým subjektem, který má bezprostřední vliv na cestovní ruch v Příbrami a okolí, je **Městský úřad Příbram**. Městský úřad Příbram nemá pro cestovní ruch vyčleněn samostatný odbor, agenda cestovního ruchu je zastřešena **Odborem školství, kultury a sportu** a **Odborem kancelář města**. V Příbrami a okolí také existují organizace, které se nezabývají přímo cestovním ruchem, ale v důsledku ho také ovlivňují. Příkladem takovéto organizace je **Městské kulturní centrum Příbram** nebo **Ekologické centrum Orlov, o. p. s.**

## Odbor kancelář města

- Odbor kancelář města zajišťuje a provádí agendu cestovního ruchu, zejména účast města na veletrzích a výstavách, včetně koordinace a spolupráce s podnikatelskými i nepodnikatelskými subjekty v oblasti cestovního ruchu. Odbor má rovněž na starosti i **propagaci města**. Mimo jiné se zabývá:
  - tvorbou a distribucí **ucelené řady propagačních materiálů** ve městě i za jeho hranicemi (Vítejte v Příbrami, Putování po Příbrami s permoníky Prokopem a Světluškou, Osobnosti 20. století, 10 tipů na výlet do Brd),
  - správou sociálních sítí a webových stránek pod značkou **Poznej Příbram**,
  - zastupováním města ve spolku Turistická oblast Brdy a Podbrdsko,
  - značením a **orientačním systémem** ve městě (nové turistické rozcestníky, mapy města, příprava informačních panelů).

## Odbor školství, kultury a sportu

- Odbor školství, kultury a sportu MěÚ Příbram se zabývá dotacemi v oblastech kultury, památek místního významu, sportu, zahraniční a meziobecní spolupráce. Tento odbor má na starost navazování a rozvoj zahraničních vztahů.
- **Městský úřad Příbram také provozuje Infocentrum v budově Zámečku-Ernestinu, které spravuje Odbor školství, kultury a sportu.**
- Infocentrum zajišťuje informační servis pro občany a pro turisty. V infocentru se nachází kontaktní místo Czech Point. Infocentrum prodává propagační a turistické materiály (mapy, pohlednice, turistické známky a vizitky atd.). Je zde možné rezervovat a koupit vstupenky do divadla a kina.

## Další organizace

- **Městské kulturní centrum Příbram** – organizační složka města, která byla zřízena městem v roce 2019. MKC organizuje a zajišťuje kulturní a společenské akce (např. Příbramská svatohorská šalmaj, promítání v letním kině, akce v Lesním divadle Skalka, Novák Fest, Vítání slunovratu, a od podzimu 2020 program v nově zrekonstruovaném Junior klubu).
- **Ekologické centrum Orlov, o. p. s.** – obecně prospěšná společnost, která provozuje Dům Natura v Příbrami a destinační agenturu Brdy. Kromě podpory návštěvnické struktury pro oblast Brd také spravuje webovou stránku **www.poznejbrdy.cz**.



MĚSTO PŘÍBRAM



Ekologické Centrum Orlov  
Sphingidae museum



# Cestovní kanceláře a agentury

Ve městě Příbrami působí **jedenáct cestovních kanceláří** a **pět cestovních agentur**. Všechny organizace se zaměřují na **výjezdový cestovní ruch**, některé se zaměřují i na **domácí cestovní ruch** a prodávají zájezdy do turisticky známých míst České republiky (Praha, Český Krumlov atd.). V Příbrami působí jak velké a známé řetězce cestovních kanceláří, tak i prodejny místních živnostníků. Žádná z těchto kanceláří a agentur se nezaměřuje na příjezdový cestovní ruch (např. autobusové zájezdy z Prahy nebo Plzně) a neorganizuje výlety v okolí Příbrami.

## CK

- **ACTION TRAVEL, s.r.o.:** zaměření na individuální cestování do zahraničí, prodej letenek
- **APPIA TRAVEL s.r.o.:** tvorba a prodej poznávacích a adventure zájezdů do zahraničí
- **CK AJV Příbram:** vodácké a cyklistické zájezdy, půjčovna raftů a vodáckého vybavení
- **CK A.Ša s.r.o.:** tvorba a prodej zájezdů se zaměřením na Chorvatsko a Maďarsko, české UNESCO památky
- **CK FISCHER, a.s.:** tvorba a prodej zájezdů do tradičních i exotických destinací
- **CK Iríny Tours, spol. s r. o.:** prodejce zájezdů do Řecka
- **CK Lucie:** tvorba a prodej zájezdů do zahraničí a do ČR
- **CK ROYAL:** specializace se na poznávací zájezdy do Velké Británie, USA a vybraných států Evropy pro školní kolektivy, firmy, úřady a skupiny přátel
- **eTravel:** tvorba a prodej zájezdů do tradičních i exotických destinací a do ČR
- **Nev-Dama - Fischer Group:** tvorba a prodej zájezdů do evropských destinací a ČR
- **Prima golf s. r. o.:** organizace golfových zájezdů a sportovních akcí zejména do Portugalska, Španělska a na Kanárské ostrovy.

## CA

- **CA Sára:** přepravek zájezdů, specializace na Řecko
- **Invia:** přepravek zájezdů
- **Petr Rožec:** prodej leteckých a lyžařských zájezdů CK Fischer, NEV-DAMA a e-TRAVEL
- **Stanislava Jarolímková – CA Trumf:** prodej pobytových a poznávacích zájezdů do Chorvatska, Řecka, Španělska, Itálie, Švýcarska atd.
- **TREND:** přepravek zájezdů do zahraničí i ČR



# Půjčovny sportovního vybavení

Půjčovny a servisy sportovního vybavení tvoří doplňkovou infrastrukturu pro návštěvníky, která přispívá k rozvoji sportu a cestovního ruchu v Příbrami a okolí. Půjčovny v Příbrami se zaměřují jak na **letní sporty** (vodní sporty a jachting), tak i na **zimní sporty** (půjčovny a servis zimního a lyžařského vybavení). Nově se také otevírají **půjčovny elektrických koloběžek a elektrokol** v Příbrami a okolních obcích (např. Obecnice, Rožmitál pod Třemšínem). Jedna z půjčoven sportovního vybavení se nachází také ve sportovním a rekreačním areálu **Nového rybníka**.

## Kola, koloběžky

- **Cyklo Drábek:** prodejna a servis kol a lyží v Příbrami
- **Půjčovna koloběžek** (a dalšího sportovního vybavení) v areálu Nového rybníka
- **ekolaBrdy.cz:** půjčovna elektrokol v Rožmitále pod Třemšínem
- **E-koloběžky Brdy:** půjčovna e-koloběžek situovaná v Hostinci Plzeňka Bohutín, umožňující individuální i skupinové projížďky v pohoří Brdy
- **Elektrokola Obecnice:** půjčovna elektrokol, která se nachází v obci Obecnice 6 km od Příbrami
- **Půjčovna elektrických koloběžek Příbram – Brdy – Orlická přehrada**
- **SUPER SKI BIKE:** půjčovna kol, snowboardů a lyží

## Vodní sporty

- **CK AJV:** cestovní kancelář funguje také jako půjčovna raftů a vodáckého vybavení
- **Půjčovna plachetnic Sporteli – Orlík:** půjčovna má provozovnu na vodní nádrži Orlík

## Zimní sporty

- **SKI Centrum Na Horách:** půjčovna a servis lyží, snowboardů a dalšího vybavení
- **SUPER SKI BIKE**
- **Cyklo Drábek**
- **Půjčovna bruslí na Zimním stadionu v Příbrami**
- **LUPESport:** půjčovna a servis zimního vybavení v Příbrami



# Letní areály

V okolí Příbrami se nachází několik sportovních areálů, které jsou využívány pro letní pobytové tábory. Potenciál pro cestovní ruch těchto míst spočívá v možnosti pořádat zde oddílové pobyty, soustředění a sportovní akce. Nejblíže Příbrami leží rekreační zařízení **Hutě Resort**, které v současné době prochází rekonstrukcí. Dalším příkladem takového areálu je **Rekreační středisko Věšín**. Trochu vzdálenější je **Rekreační zařízení Častoboř** a areál **VAMAtrempp** v Nadějkově.

## Letní areály

### Hutě Resort s.r.o.

- Rekreační středisko HUTĚ RESORT se nachází v oblasti CHKO Brdy, v blízkosti města Rožmitál pod Třemšínem. Areál byl postaven začátkem 80. let 20. století.
- Celková kapacita je 240 lůžek, z toho 80 lůžek ve 20 čtyřlůžkových pokojích v penzionu a 160 lůžek ve čtyřlůžkových chatkách (v současnosti v rekonstrukci).
- V areálu probíhají individuální pobyty, skupinové pobyty a tábory.
- Po ukončení rekonstrukce by měl areál nabídnout sportoviště na všestranné využití vč. prostoru pro konání volejbalových, tenisových turnajů a zápasů v minikopané.

### Rekreační zařízení Častoboř

- Rekreační zařízení Častoboř v obci Nalžovice se nachází na začátku vodní nádrže Slapy cca 50 km od Prahy nedaleko chráněné oblasti Drbákov-Albertovy skály.
- V areálu se konají školní výlety, dětské tábory, pobyty sportovních oddílů a rodinné pobyty.
- Součástí areálu je 35 dvoulůžkových stanů s dřevěnou podsadou a chatky s celkovou kapacitou 200 lůžek. V areálu jsou čtyři elektrifikované budovy: dvě klubovny, jídelna s kuchyní a ošetrovna.
- V areálu se nachází hřiště na fotbal, volejbal, nohejbal a stůl na stolní tenis. Je zde také k dispozici vybavení na vodní sporty.

### Rekreační středisko Věšín (Kemp Brdy Věšín)

- Rekreační středisko Věšín se nachází v Brdech, cca 20 km od Příbrami.
- Celková ubytovací kapacita areálu je 190 lůžek (4-lůžkové chatky, jedna 12-lůžková chatka, 4-lůžkové pokoje ve zděné budově).
- Součástí areálu je restaurace s terasou, hřiště, bazén, volejbalové hřiště a několik kluboven.
- Konají se zde letní tábory, sportovní soustředění (hokejisté, fotbalisté, volejbalisté, bojové sporty), společenské akce (svatby, rauty) a relaxační pobyty. Místo je vyhledáváno také cyklisty.

### VAMAtrempp

- Letní areál Nadějkov leží 20 km od Milevska a 20 km od Tábora.
- V areálu se pořádají hlavně dětské pobytové tábory organizované CK VAMAtrempp, která sídlí v Příbrami. Kromě dětských táborů se zde konají také výcvikové tábory (pro psy a jejich páničky) a školní pobyty.
- Areál tvoří chatky a stany s celkovou kapacitou 70 míst. K dispozici je hřiště, ohniště, lodičky, ping-pong a trampolína. Součástí areálu je hřiště pro přehazovanou, fotbal, vybíjenou a volejbal.
- V okolí areálu vede Nadějkovská naučná stezka a v blízké obci se nachází koňská farma.



# **A. Analytická část**

## *Organizace cestovního ruchu*

*- analýza konkurence*

# Geografická konkurence

Geografickou konkurenci představují města v blízkosti Příbrami, která nabízí návštěvníkům zajímavé památky a akce. Mezi geografické konkurenty patří město **Písek**, ve kterém se nachází nejstarší dochovaný most v Čechách. Dalším konkurentem je **Kutná Hora**, která je zapsána na seznam světového kulturního dědictví UNESCO a návštěvníkům nabízí mnoho památek. Příbrami také konkuruje **Beroun**, který je návštěvníky vyhledáván díky medvědáriu a okolním hradům, Posledním příkladem geografické konkurence je **Benešov**, ve kterém se nachází státní zámek Konopiště.

## Geografická konkurence

### Písek

- Město Písek má 30 tis. obyvatel a nachází se v Jihočeském kraji. Nejvýznamnější památkou je Kamenný most, který byl postaven před koncem 13. století a je tak nejstarším dochovaným v Čechách.
- Dalšími atraktivitami jsou např. městské hradby, městská památková zóna, židovské památky, Královský hrad, Zemský hřebčinec a Písecká věž.
- Písek leží na řece Otavě a je navštěvován projíždějícími vodáky.
- Písek je také spojován s postavou vojáka Švejka. Film Poslušně hlásím byl natočen v okolí Písku.
- V roce 2020 oslaví Písek 777 let od první písemné zmínky o městě.

### Beroun

- Město Beroun má téměř 20 tis. obyvatel a leží ve Středočeském kraji. Návštěvníkům může nabídnout zejména městskou památkovou zónu, jejíž součástí je městská radnice, městské hradební opevnění, měšťanské domy a další památky.
- Beroun je známý také díky Medvědáriu, kde žijí medvědi z večerníčku Méďové.
- Berounem protéká řeka Berounka a je tedy navštěvován i vodáky, kteří tudy projíždí. V Berouně má provozovnu Půjčovna lodí Dronte.
- V blízkosti Berouna se nachází hrady Žebrák a Točnick a CHKO Křivoklátsko.

### Kutná Hora

- Kutná Hora leží ve Středočeském kraji a má téměř 21 tisíc obyvatel.
- Díky těžbě stříbra a ražení mincí bývala Kutná Hora jedním z nejvýznamnějších královských měst.
- V roce 1995 bylo historické centrum zapsáno na seznam světového kulturního dědictví UNESCO.
- Návštěvníci v Kutné Hoře mohou navštívit Chrám sv. Barbory, Kostnici, České muzeum stříbra a středověký důl, Kostel Nanebevzetí Panny Marie a sv. Jana Křtitele a další památky.
- V Kutné Hoře se také konají společenské a kulturní akce (např. Mezinárodní hudební festival, Tyjátrfest, Operní týden a další).

### Benešov

- Benešov leží ve Středočeském kraji a má přes 16 tis. obyvatel.
- Centrem města je Masarykovo náměstí s měšťanskými domy. Mezi další památky města patří židovský hřbitov, Muzeum umění a designu a zřícenina kláštera minoritů.
- Významnou památkou Benešova je Státní zámek Konopiště, na kterém pobýval arcivévoda František Ferdinand d'Este. Součástí zámeckého areálu je i Růžová zahrada a medvědárium.
- V Benešově se nachází Dům Josefa Suka, ve kterém skladatel strávil poslední léta života. Každoročně se v Benešově koná festival komorní hudby Jaro Josefa Suka.

# Geografická konkurence

V okolí města Příbram se nachází obce a města, která díky geografické blízkosti a zajímavým památkám doplňují nabídku turistických produktů a atraktivit Příbrami a mohou prodloužit pobyt turistů v Příbrami. Jedním z těchto míst je město **Dobříš**, které je známé rokokovým zámekem. Dalším městem jsou **Sedlčany** proslavené výrobou sýrů. Nabídku Příbrami rozšiřuje také **Rožmitál pod Třemšínem**, kde působil skladatel Jakub Jan Ryba. Posledním příkladem je město **Březnice**, kde se nachází renesanční zámek Březnice a židovské památky.

## Místa doplňující nabídku Příbrami

### Dobříš

- Dobříš je druhým největším městem v okrese Příbram. Počet obyvatel se blíží 9 tis. a leží cca 17 km od Příbrami.
- Nejznámější památkou je rokokový zámek Dobříš. Součástí zámeckého areálu je také Zámecká oranžerie, francouzský a anglický park. Na zámku bylo v roce 2016 otevřeno Muzeum hraček Dobříš.
- Dalšími památkami města je např. Kulturní dům v budově bývalé synagogy, židovský hřbitov a Muzeum Dobříš, které připomíná historii rukavičkářské výroby.
- Nedaleko Dobříše se nachází Památník Karla Čapka, od kterého vede naučná stezka Karla Čapka.

### Rožmitál pod Třemšínem

- Rožmitál pod Třemšínem leží ve vzdálenosti cca 15 km od Příbrami. Počet obyvatel je necelých 4,5 tis.
- V kostele Povýšení sv. Kříže ve Starém Rožmitále působil hudební skladatel Jakub Jan Ryba, autor mnoha oratorií, kantát a především České mše vánoční. Jeho památník je součástí Podbrdského muzea. Na jeho počest se v Rožmitále koná Festival Jakuba Jana Ryby.
- Rožmitál nabízí návštěvníkům také renesanční zámek, kostel sv. Jana Nepomuckého, historickou radnici a Přírodní památku Třemšín.
- Každý rok v červnu se zde koná historická Slavnost královny Johanky, která připomíná druhou manželku Jiřího z Poděbrad.

### Sedlčany

- Sedlčany mají cca 7 tis. obyvatel a nachází se přibližně 35 km od Příbrami.
- Do roku 2019 v Sedlčanech působila Sedlčanská mlékárna (firmy Savencia), kde se vyráběly sýry a hermelíny.
- V Sedlčanech pobýval skladatel Josef Suk. Dnes jej připomíná Kulturní dům Josefa Suka a Mezinárodní hudební festival Sukovy Sedlčany
- Sedlčansko je součástí turistické oblasti Toulava, která láká návštěvníky na zachovanou přírodu, rozhledny a přes 1 000 km turistických a cyklo tras.
- V blízkosti Sedlčan se nachází Červený Hrádek, kde se konají některé z koncertů festivalu Sukovy Sedlčany.

### Březnice

- Město Březnice leží 17 km od Příbrami. Březnice má přibližně 3 500 obyvatel.
- V Březnici se nachází zámek Březnice, který je národní kulturní památkou. Významnou součástí zámku je zbrojnice a knihovna. V anglickém parku u zámku se konají koncerty a další akce.
- Dominantu středu města tvoří Kostel sv. Ignáce z Loyoly a sv. Františka Xaverského a k němu přiléhající bývalá jezuitská kolej. V budově koleje se v současné době nachází Galerie Ludvíka Kuby.
- Mezi židovské památky v Březnici patří židovské ghetto Lokšany, synagoga z 18. stol. a židovský hřbitov.

# Produktová konkurence

Produktovou konkurenci města Příbram můžeme rozlišit do čtyř skupin: **hornická místa, místa zaměřená na válečnou historii 20. stol., významná poutní místa a místa s infrastrukturou pro sportovní turismus.** Ve skupině hornických míst konkuruje Příbrami zejména **Kutná Hora**, která nabízí více památek a díky zápisu na seznam světového kulturního dědictví UNESCO je známější mezi zahraničními návštěvníky. Dalšími konkurenty je krajské město **Jihlava**, lázeňské město **Jáchymov** a obec **Rudolfov**.

## Hornická místa

### Kutná Hora

- Kutná Hora je vyhledávaným turistickým cílem jak českými návštěvníky (zejména z Prahy), tak i návštěvníky ze zahraničí (zejména z Německa a USA).
- Těžbu stříbra v Kutné Hoře připomíná České muzeum stříbra. Jeho součástí jsou tři objekty: Hrádek, Kamenný dům a Tylův dům.
- Celkový počet návštěvníků Českého muzea stříbra (vč. Infocentra) za rok 2019 přesáhl 160 tis.
- České muzeum stříbra je spoluorganizátorem historické slavnosti Královské stříbření Kutné Hory, V prostorách muzea se koná Den Evropského dědictví, Den Středočeského kraje a další akce.

### Jáchymov

- Jáchymov je lázeňské město, které se nachází poblíž Karlových Varů.
- V Jáchymově probíhala od 16. stol. těžba stříbra.
- V blízkosti města probíhala v letech 1939-1962 těžba uranu.
- Do práce v dolech Svornost, Rovnost, Bratrství, Mariánská, Eduard byli nuceni zejména političtí vězni.
- V okolí Jáchymova se nachází lyžařské vleky a také lanovka na Klínovec.
- Kromě zimních sportů a historie je dnes je Jáchymov vyhledáván kvůli radiovým lázním.

### Jihlava

- Jihlava je krajským městem kraje Vysočina.
- Počátky města souvisí s těžbou stříbra, která zde začala již v 13. stol.
- V roce 1951 bylo centrum města vyhlášeno městskou památkovou rezervací díky kombinaci gotické, renesanční a barokní architektury.
- Další významnou památkou je Jihlavské podzemí, které je po Znojmě druhým největším v České republice.
- Historii hornictví a pozůstatky hornické činnosti návštěvníkům představuje Hornická naučná stezka.
- V Jihlavě se každoročně koná Mezinárodní festival dokumentárních filmů Ji.hlava.

### Rudolfov

- Rudolfov je obec u Českých Budějovic, která společně s dalšími obcemi (Adamov, Dubičné, atd.) tvořila Rudolfovský rudní revír. Těžba stříbra probíhala v dolech okolo Rudolfova od 14. století.
- Dnes historii hornictví připomíná Hornické muzeum v Rudolfově. Muzeum se v letech 1996-2014 nacházelo v budově bývalé školky, pak bylo přestěhováno do Perkmistrovského domu. Muzeum tvoří pět výstavních sálů, multifunkční sál, muzejní knihovna, studovna a badatelna.
- Kolem Rudolfova vede 5 km dlouhá naučná stezka Cesta kolem hornického města. Stezka má 12 naučných panelů a zaměřuje se na hornictví.

# Produktová konkurence

Druhou skupinou produktové konkurence jsou **místa zaměřená na historii 20. století**. Tato místa připomínají smutnou a odstrašující historii událostí 20. století a zároveň působí jako výstraha pro budoucí generace. Mezi atraktivity této skupiny patří **Památník Terezín, Památník Lidice a Památník národního útlaku a odboje v Panenských Břežanech**. Specifickou atraktivitou je soubor bývalých **nacistických podzemních továren**, které se nachází na různých místech České republiky.

## Místa zaměřená na válečnou historii 20. stol.

### Památník Terezín

- Původní vojenská pevnost sloužila v období druhé světové války jako internační tábor židovského obyvatelstva.
- V terezínském židovském ghettu se shromažďovali Židé před deportací do vyhlazovacích táborů.
- Dnes slouží Terezín jako památník a od roku 1962 je chráněn jako národní kulturní památka.
- Památník Terezín zahrnuje 12 pamětních míst, vč. Malé pevnosti, kde se nachází stálá expozice o historii politické věznice, a Muzea ghetta, kde je umístěna stálá expozice Terezín v "konečném řešení židovské otázky" 1941-1945.

### Nacistické podzemní továrny

- Během období druhé světové války vznikaly na českém území v podzemních prostorách nacistické továrny, kde se vyvíjely a vyráběly zbraně.
- Továrna Richard u Litoměřic: dnes již nepřístupné štoly bývalých Vápencových lomů, kde se vyráběly motory do tanků
- Podzemní továrna Rabštejn: podzemní prostory vyhloubené vězni z koncentračního tábora sloužily k výrobě částí letadel
- Továrna Dinar v jeskyni Výpustek: podzemní jeskyně Moravského krasu, kde se vyráběly součástky letadel
- Továrna Diana u Tišnova: tři tunely, kde byla umístěna továrna na stíhačky

### Památník Lidice

- Obec Lidice byla vypálena dne 10. 6. 1942 jako exemplární kolektivní trest za atentát na protektora Reinharda Heydricha.
- Dnes se na místě původní obce nachází památník, ve kterém je expozice věnovaná vypálené vesnici Lidice.
- Památník se skládá z Muzea, kde je umístěna stálá expozice A nevinní byli vinni..., z galerie, kde si návštěvníci mohou prohlédnout Lidickou sbírku výtvarného umění, a z rodinného domu č. p. 116, kde se nachází výstava Stavíme nové Lidice.
- Kromě stálých expozic se v památníku konají i další výstavy a akce, včetně vzdělávacích projektů a promítání.

### Památník národního útlaku a odboje v Panenských Břežanech

- Oba zámky v Panenských Břežanech byly během druhé světové války zabrány německou okupační správou. V horním zámku sídlil státní tajemník K. H. Frank, v dolním zámku bydlel říšský protektor Reinhard Heydrich s manželkou a dětmi.
- Dnes je v budově horního zámku umístěn Památník národního útlaku a odboje.
- Součástí památníku je stálá multimediální expozice Zločin a trest, která pomocí audiovizuální techniky přibližuje návštěvníkům válečné období.
- Kromě expozice jsou v památníku umístěny historické sbírky a odborná knihovna.



# Produktová konkurence

Mezi významná poutní místa, která svou nabídkou konkurují Příbrami, můžeme zařadit **Velehrad**, který je jedním z nejvýznamnějších poutních míst v České republice, dále poutní areál, který se nachází na **Hoře Matky Boží** v Dolní Hedeči (Králíky). Nejnavštěvovanějším poutním místem na Moravě je **Svatý Hostýn**, kde kromě poutního areálu mohou poutníci navštívit také Svatohostýnské muzeum. Dalšími poutními místy na Moravě je **Svatý Kopeček u Olomouce**, kde se nachází bazilika minor a premonstrátský klášter.

## Významná poutní místa

### Velehrad

- Velehrad je jedním z nejvýznamnějších poutních míst v České republice.
- Ve Velehradě se nachází Bazilika Nanebevzetí Panny Marie a sv. Cyrila a Metoděje (bazilika minor) s přilehlými budovami bývalého cisterciáckého kláštera. Bazilika byla vyhlášena národní kulturní památkou.
- Hlavní cyrilometodějská pout' se koná vždy 5. července.
- Návštěvníci mohou přenocovat ve Velehradském domě sv. Cyrila a Metoděje, v Poutním a exercičním domě Stojanov, v prostorách Stojanova gymnázia. V okolí se nachází také hotely a autokemp.

### Svatý Hostýn

- Svatý Hostýn je nejnavštěvovanějším poutním místem na Moravě.
- Na Hostýně se nachází Poutní bazilika minor a Svatohostýnské muzeum. Součástí areálu jsou také ambity s kaplemi, schodiště vedoucí k bazilice, Vodní kaple a Jurkovičova křížová cesta.
- Poutní místo Svatý Hostýn bylo prohlášeno za národní kulturní památku.
- Na Svatém Hostýně se často konají poutě zaměřené na specifické skupiny lidí (pout' hasičů, rodin, podnikatelů, včelařů, lékařů atd.).
- Poutníkům a návštěvníkům jsou k dispozici tři poutní domy a Penzion Ovčárna.

### Králíky – Hora Matky Boží

- Na Hoře Matky Boží v Dolní Hedeči se nachází poutní areál s barokním klášteřem, kostelem Nanebevzetí Panny Marie, ambity, kaplí Svatých schodů, pramenem a hřbitovem.
- Areál byl postaven v roce 1700 a vyhledáván poutníky kvůli Milostnému obrazu Panny Marie Sněžné na hlavním oltáři.
- Hlavní pout' slavnost Nanebevzetí Panny Marie se koná 15. 8. a v neděli poté. Kromě hlavní pouti se koná také pout' Orelská a Hasičská pout'.
- K ubytování poutníků a návštěvníků slouží Poutní dům, který je v současné době v rekonstrukci.

### Svatý Kopeček u Olomouce

- Poutní místo Svatý Kopeček je známé díky Bazilice Navštívení Panny Marie a premonstrátskému klášteru.
- Bazilika pochází ze 17. století, roku 1995 (při návštěvě papeže Jana Pavla II.) byla povýšena na baziliku minor.
- Na Svatém Kopečku se každoročně konají poutě při příležitosti Svátku Navštívení Panny Marie (31. 5.), Slavnosti Nanebevzetí Panny Marie (15. 8.). Kromě poutí se zde konají slavnosti a hody.
- Poutní dům, který původně sloužil k ubytování poutníků, dnes slouží jako hospic. Poutníci a návštěvníci mohou využít služby hotelů a penzionů v okolí.

# Produktová konkurence

Dalším významným poutním místem je **Rotunda sv. Jiří a sv. Vojtěch na hoře Říp**, ke které se váže pověst příchodu praotce Čecha do českých zemí. V Jeseníkách se nachází nově obnovené **poutní místo Panny Marie Pomocné u Zlatých Hor**. Jednu z nejstarších křížových cest je možné navštívit **na Svatém Kopečku v Mikulově**. Mezi poutní místa také patří **Poutní kostel Panny Marie Bolestné na vrchu Homole**. Na vrchol vedou svaté schody Scala sancta.

## Významná poutní místa

### Říp

- Hora Říp přitahuje české návštěvníky svým historickým významem. V okolí hory se vystřídalo několik pravěkých kultur a podle pověsti se zde usadili první Slované vedení praotcem Čechem.
- Na vrcholu Řípu se nachází románská Rotunda sv. Jiří a sv. Vojtěcha, první zmínka o stavbě pochází z 12. století, Rotundu spravuje Římskokatolická farnost Roudnice nad Labem.
- Mše svatá se koná každou první neděli v měsíci (v letním období).
- Řipská pout' se koná na svátek sv. Vojtěcha a sv. Jiří (23. a 24. 4.)
- Návštěvníci se mohou ubytovat v apartmánech v okolních obcích (Ctiněves, Krabčice) nebo vyhledat hotel v Roudnici nad Labem.

### Svatý Kopeček v Mikulově

- Křížová cesta na Svatý Kopeček v Mikulově je jednou z nejstarších křížových cest v českých zemích.
- Křížová cesta se skládá ze 14 kapliček křížové cesty, kaple sv. Šebestiána, zvonice a kaple Božího hrobu.
- Tradice mariánských poutí se datuje od roku 1865, kdy byla na Svatý kopeček vynesena soška mikulovské madony.
- Mariánská pout' se koná první neděli v září.
- Ubytování je možné v penzionech a hotelech v Mikulově (např. Pod Svatým Kopečkem, Městský penzion Mikulov atd.)

### Poutní místo Panny Marie Pomocné (Marie Hilf)

- Poutní místo Panny Marie Pomocné se nachází u Zlatých Hor v Jeseníkách.
- Poutní místo bylo navštěvováno od roku 1718, kdy zde byl umístěn milostný obraz Panny Marie. V roce 1841 zde byl postaven kostel, který byl v roce 1973 zbourán.
- V 90. letech se usilovalo o jeho znovupostavení, v roce 1993 začaly stavební práce a 1995 byl kostel posvěcen, Postupně byl přistaven poutní dům a ambity.
- Dnes na místě probíhají bohoslužby v češtině, němčině i polštině.
- Návštěvníci mohou přenocovat v penzionech ve Zlatých Horách.

### Homole

- Na vrchu Homole u Kostelce nad Orlicí se nachází poutní kostel Panny Marie Bolestné.
- K vrcholu vedou svaté schody Scala sancta. Jsou tvořeny 153 kamennými stupni a 16 odpočívadly (počty schodů a odpočívadel odpovídají počtu Zdravasů a Otčenášů ve Velkém růženci).
- Schody jsou zdobeny dvojicemi soch svatých z dílny litomyšlských sochařů.
- Tradiční podzimní "švestková" pout' (Pout' k Panně Marii Bolestné) na Homol se koná vždy v neděli po 15. září.
- Ubytování je možné v apartmánech či penzionech v okolních obcích (Potštejn, Vrbice).

# Produktová konkurence

Další konkurenční skupinou jsou místa, která mají širokou nabídku sportovních aktivit. Tato místa nabízejí specializovaná sportovní centra a jsou navštěvována sportovními oddíly. Příkladem takového místa je tréninkové středisko České unie sportu v **Nymburce**, nebo **Sportcentrum v Doubí u Třeboně**. V dojezdové vzdálenosti od Příbrami se nachází **Sport Centrum Písek**. Posledním příkladem je **tenisový areál TK PLUS s. r. o. v Prostějově**, ve kterém se konají tenisové turnaje a společenské akce.

## Sportovní turismus

### Nymburk

- V Nymburce se nachází Sportovní centrum Nymburk, které slouží jako tréninkové středisko České unie sportu.
- Ve sportovním centru se konají tréninkové pobyty amatérských a profesionálních sportovních oddílů.
- Vnitřní areál se skládá z centrální haly, víceúčelových hal, fitness, centra a regenerační části (bazén, sauna atd.).
- Ve venkovní části je atletický, fotbalový, tenisový a volejbalový areál.
- Součástí komplexu je hotel s kapacitou 250 lůžek a 18 přistýlek, který nabízí také stravovací služby a lobby bar. Centrum nabízí přednáškové a konferenční sály pro konání akcí.

### Písek

- Sport Centrum Písek je sportovně rekreační centrum, které nabízí prostory a vybavení pro trénink mnoha sportů.
- Ve Sport Centru se nachází dva kryté tenisové kurty, čtyři bowlingové dráhy a tři squashové kurty. V Tenisové školce probíhá výuka tenisu pro děti.
- Návštěvníci si zde také mohou vyzkoušet méně známé sporty např. Alpinning, Fitbox, Jumping, Wallyball nebo Vibroplate.
- Sport Centrum nabízí i zábavné aktivity, jako je stolní tenis, stolní fotbal, kulečník a golf na golfovém simulátoru.

### Třeboň

- TJ Jiskra Třeboň provozuje Sportovní halu v blízkosti Lázní Aurora. Sportovci se mohou ubytovat ve dvou hotelech a na ubytovně. Kromě toho nabízí Třeboň také Stadion Hliník, zimní stadion a Yacht klub na rybníku Svět.
- V Doubí u Třeboně se nachází Sportcentrum ČASPV. Sportcentrum nabízí ubytování, sportovní haly, fitness, sauny, venkovní kurty a půjčovnu lodí.
- Sportcentrum má vhodné podmínky pro konání sportovních pobytů, zájezdů, firemních sportovních her a školních pobytů. Ve Sportcentru se konají také společenské akce (oslavy jubileí, svatby).

### Prostějov

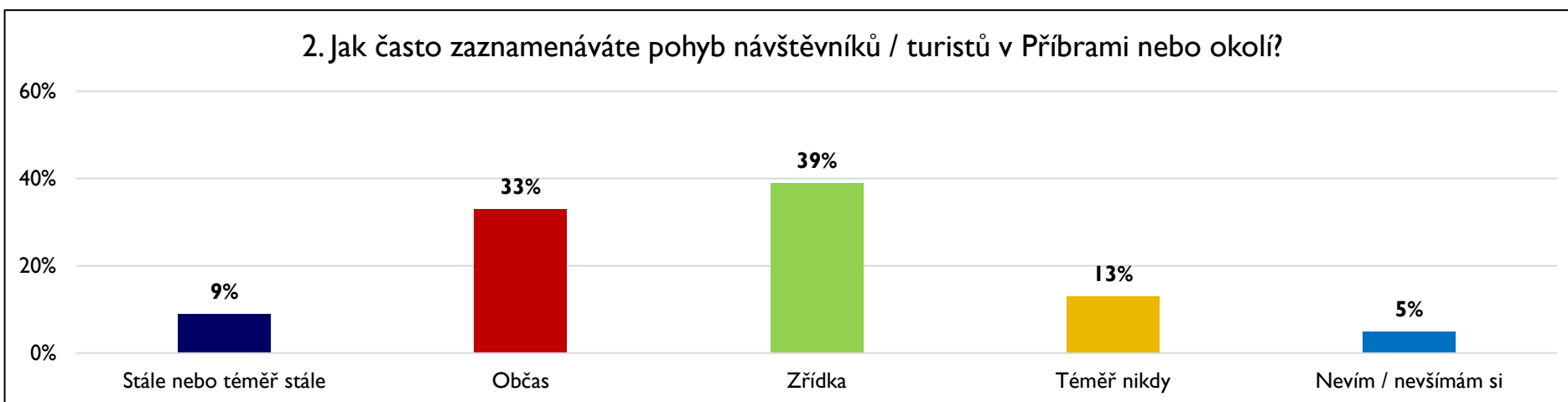
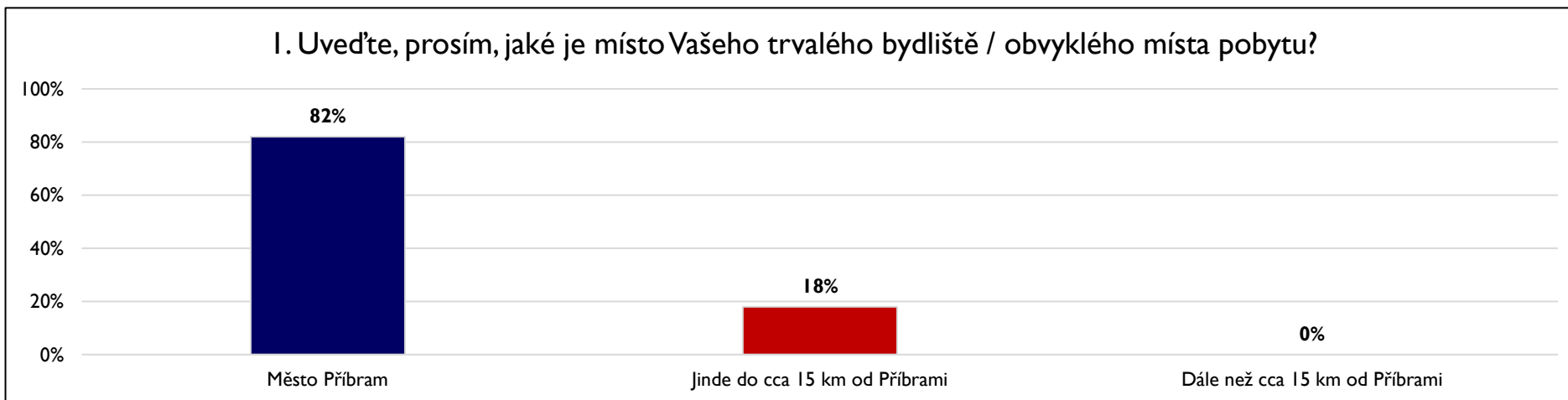
- Město Prostějov nabízí různé sportovní možnosti (např. Laser Arena, Bowling Palace, Golf resort Prostějov).
- Pro sportovní cestovní ruch je významný zejména Tenisový areál (TK PLUS, s. r. o.), který se skládá z 11 antukových kurtů a jednoho kurtu s umělým povrchem. Při nepříznivém počasí jsou k dispozici dvě kryté nafukovací haly.
- Součástí areálu je Hotel Tennis club, který nabízí tři kryté tenisové dvorce a další sportovně-rekreační možnosti (squashové kurty, fitness centrum, bowling, sauna, bazén, solárium, masáže).
- Centrální dvorec má kapacitu 1 075 diváků a konají se zde sportovní utkání.

# **A. Analytická část**

## *Dotazníkové šetření*

# Dotazníkové šetření – místní obyvatelé

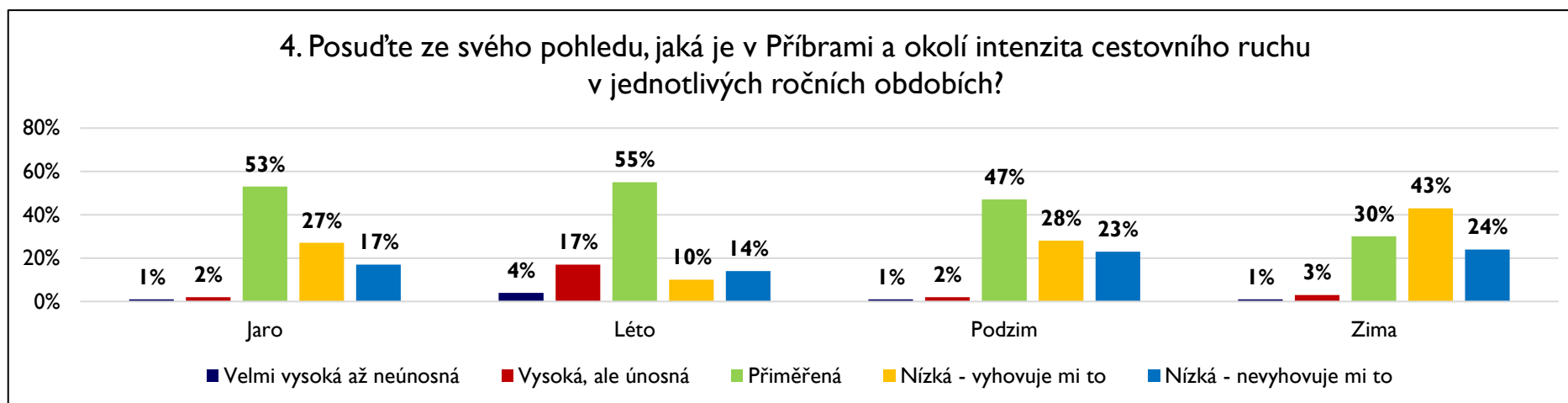
Výsledky dotazníkového šetření mezi místními obyvateli (počet odpovědí: 257)





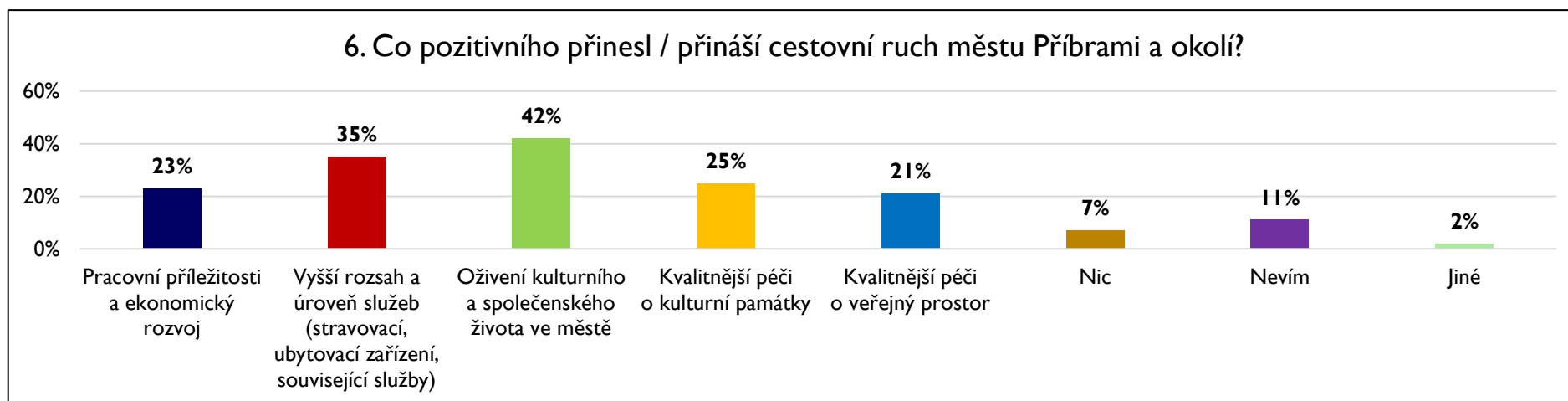
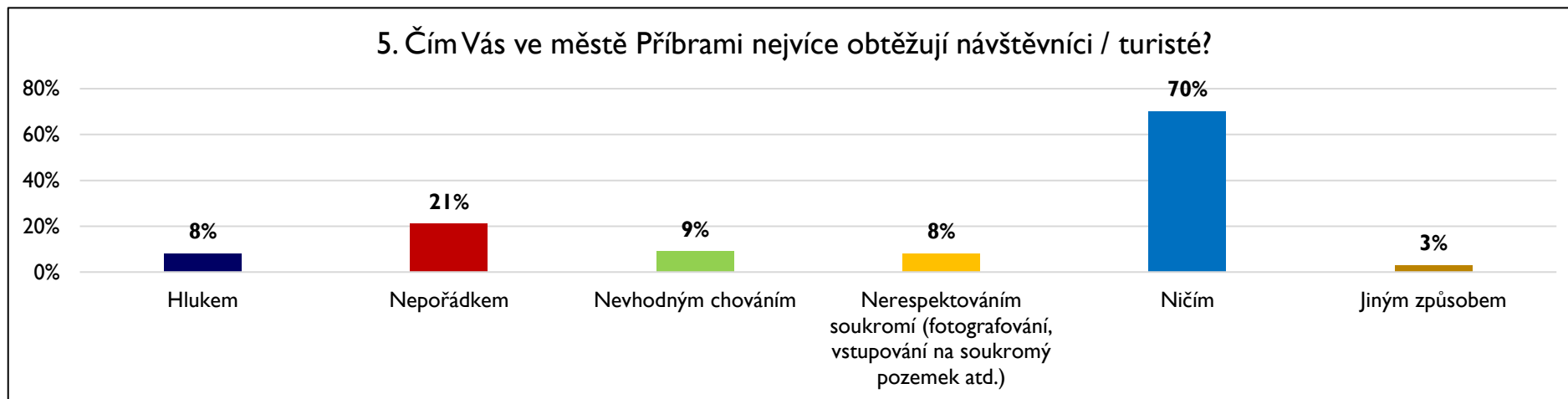
# Dotazníkové šetření – místní obyvatelé

Výsledky dotazníkového šetření mezi místními obyvateli (počet odpovědí: 257)



# Dotazníkové šetření – místní obyvatelé

Výsledky dotazníkového šetření mezi místními obyvateli (počet odpovědí: 257)



# Dotazníkové šetření – místní obyvatelé

Výsledky dotazníkového šetření mezi místními obyvateli (počet odpovědí: 257)



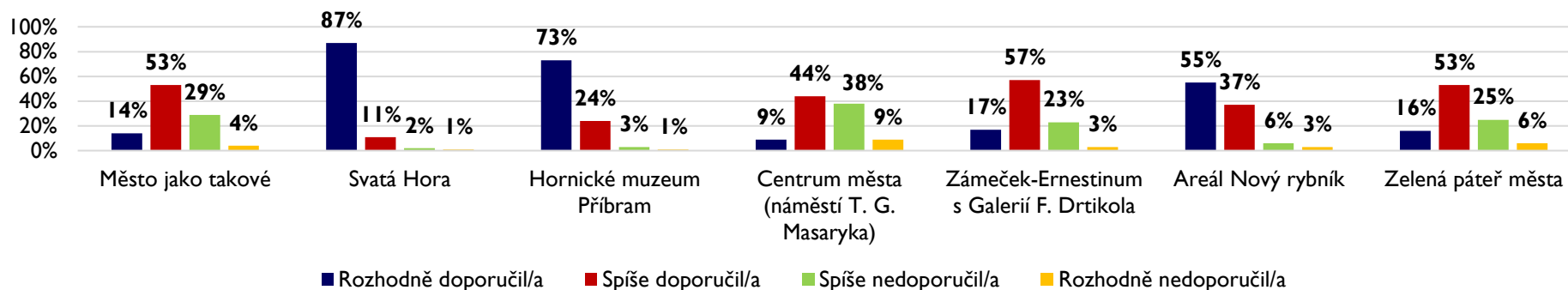
8. Jaké jedno místo nebo atraktivitu byste ukázal/a ve městě Příbrami osobě, na které Vám záleží a která za Vámi přijela poprvé?



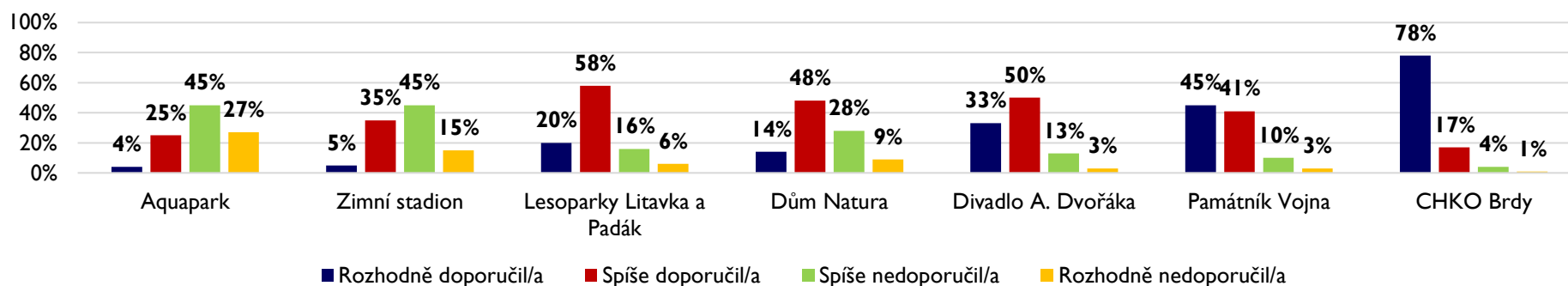
# Dotazníkové šetření – místní obyvatelé

Výsledky dotazníkového šetření mezi místními obyvateli (počet odpovědí: 257)

8. Posuďte, do jaké míry byste jednotlivá místa nebo atraktivity v Příbrami doporučil/a osobě, na které Vám záleží a která za Vámi přijela poprvé na jeden víkend?

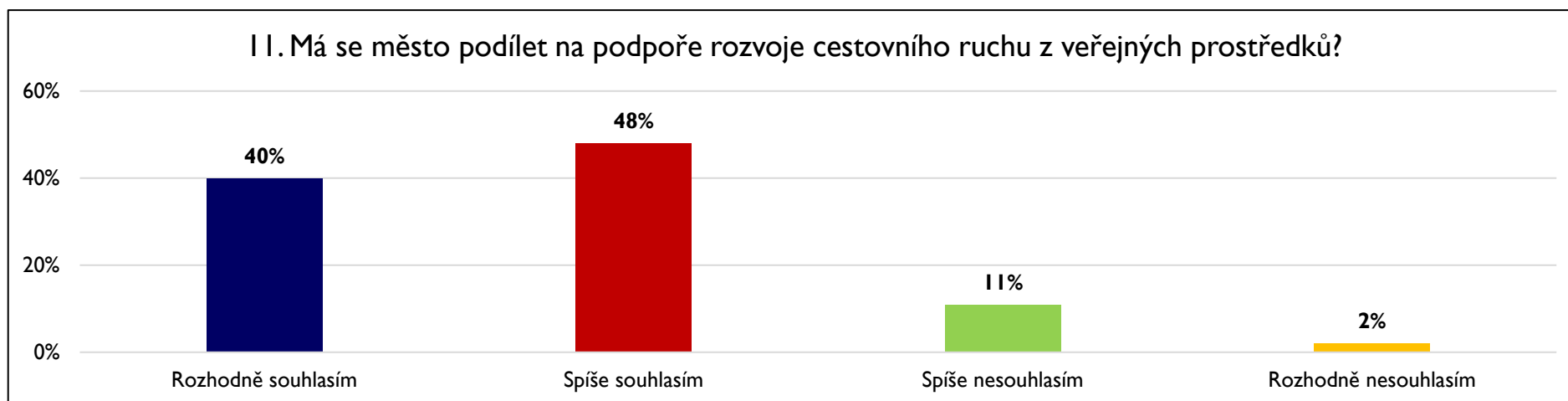
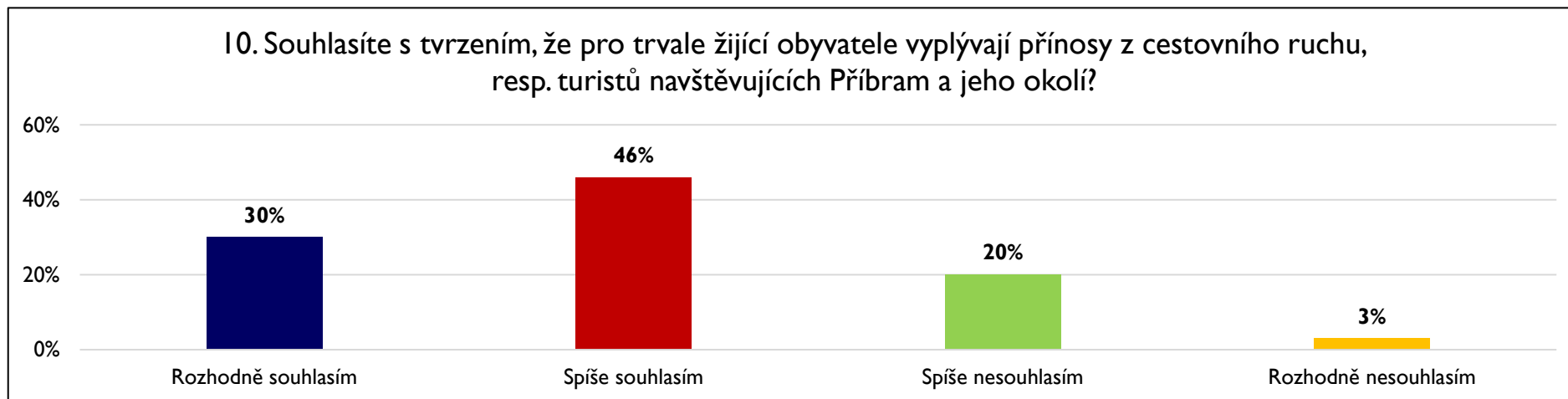


9. Posuďte, do jaké míry byste jednotlivá místa nebo atraktivity v Příbrami doporučil/a osobě, na které Vám záleží a která za Vámi přijela poprvé na jeden víkend?



# Dotazníkové šetření – místní obyvatelé

Výsledky dotazníkového šetření mezi místními obyvateli (počet odpovědí: 257)





# Dotazníkové šetření – místní obyvatelé

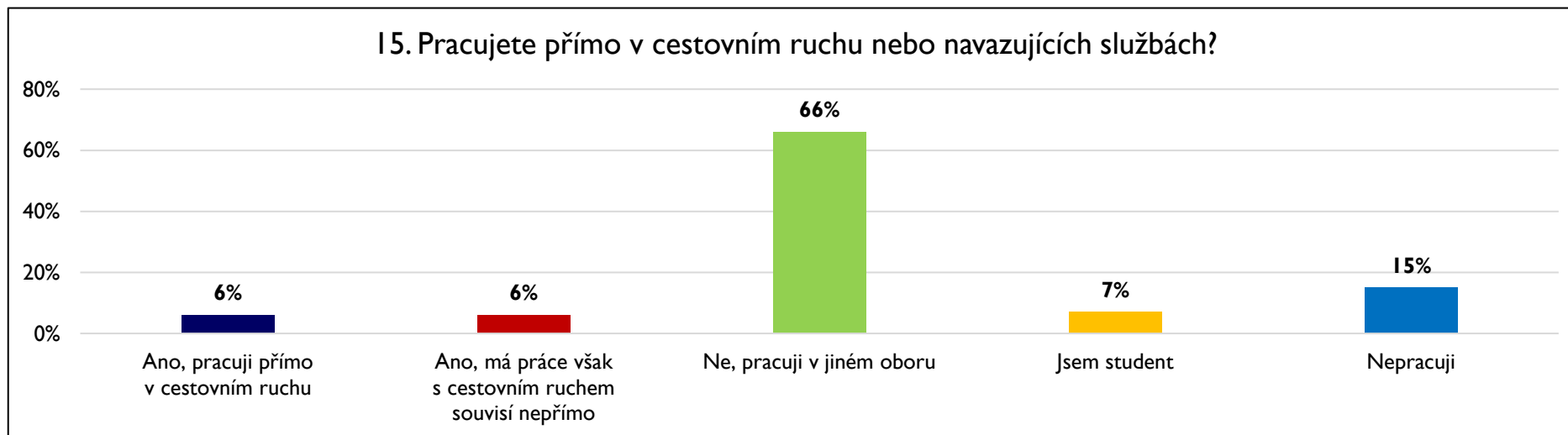
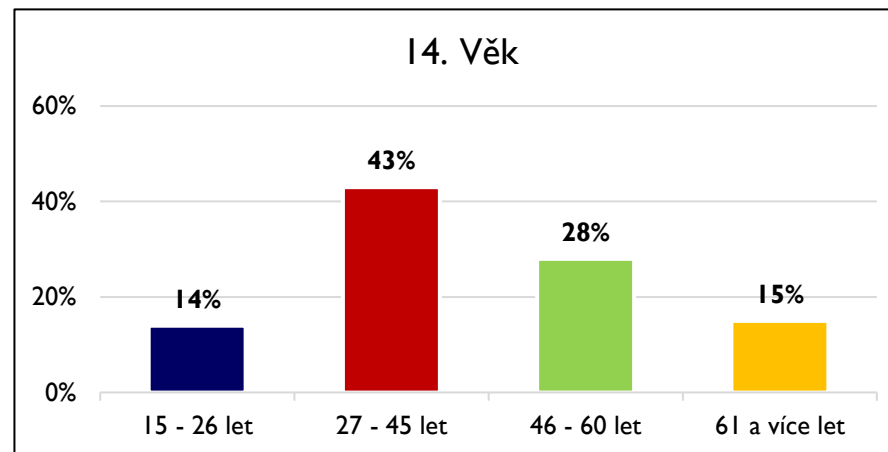
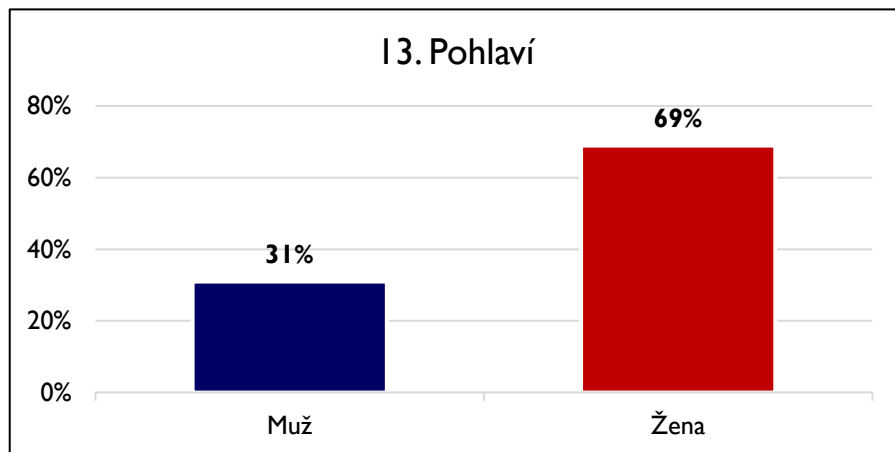
Výsledky dotazníkového šetření mezi místními obyvateli (počet odpovědí: 257)

12. Co by podle Vašeho názoru zvýšilo atraktivitu města pro cestovní ruch?



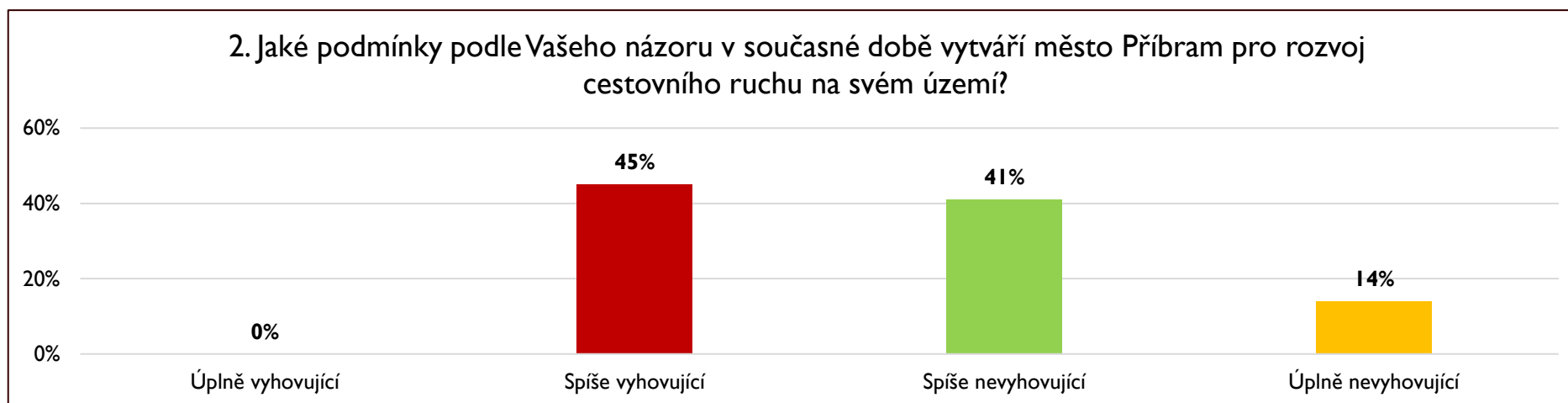
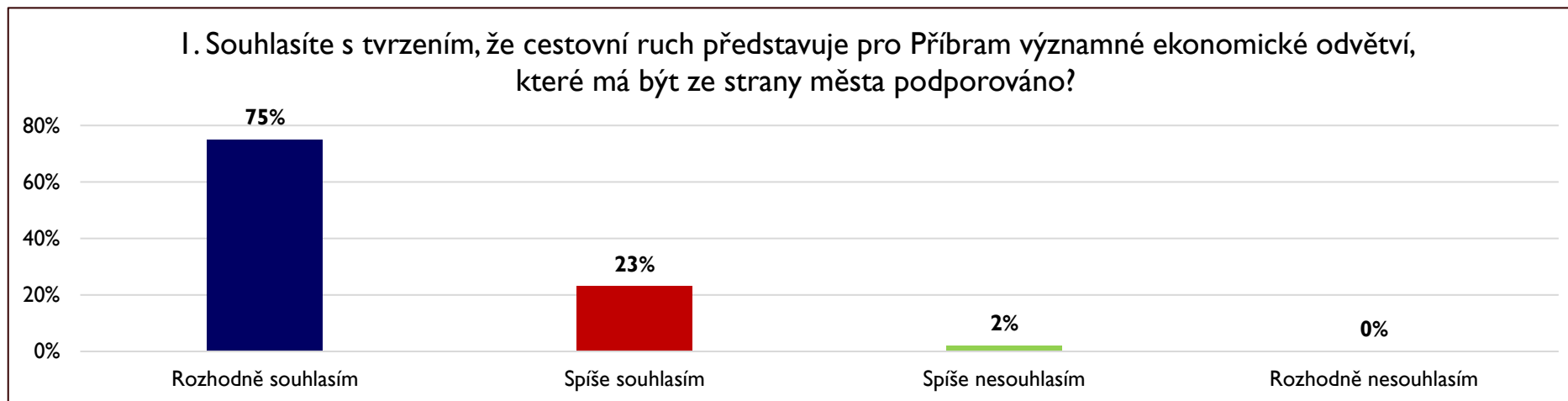
# Dotazníkové šetření – místní obyvatelé

Výsledky dotazníkového šetření mezi místními obyvateli (počet odpovědí: 257)



# Dotazníkové šetření – odborná veřejnost

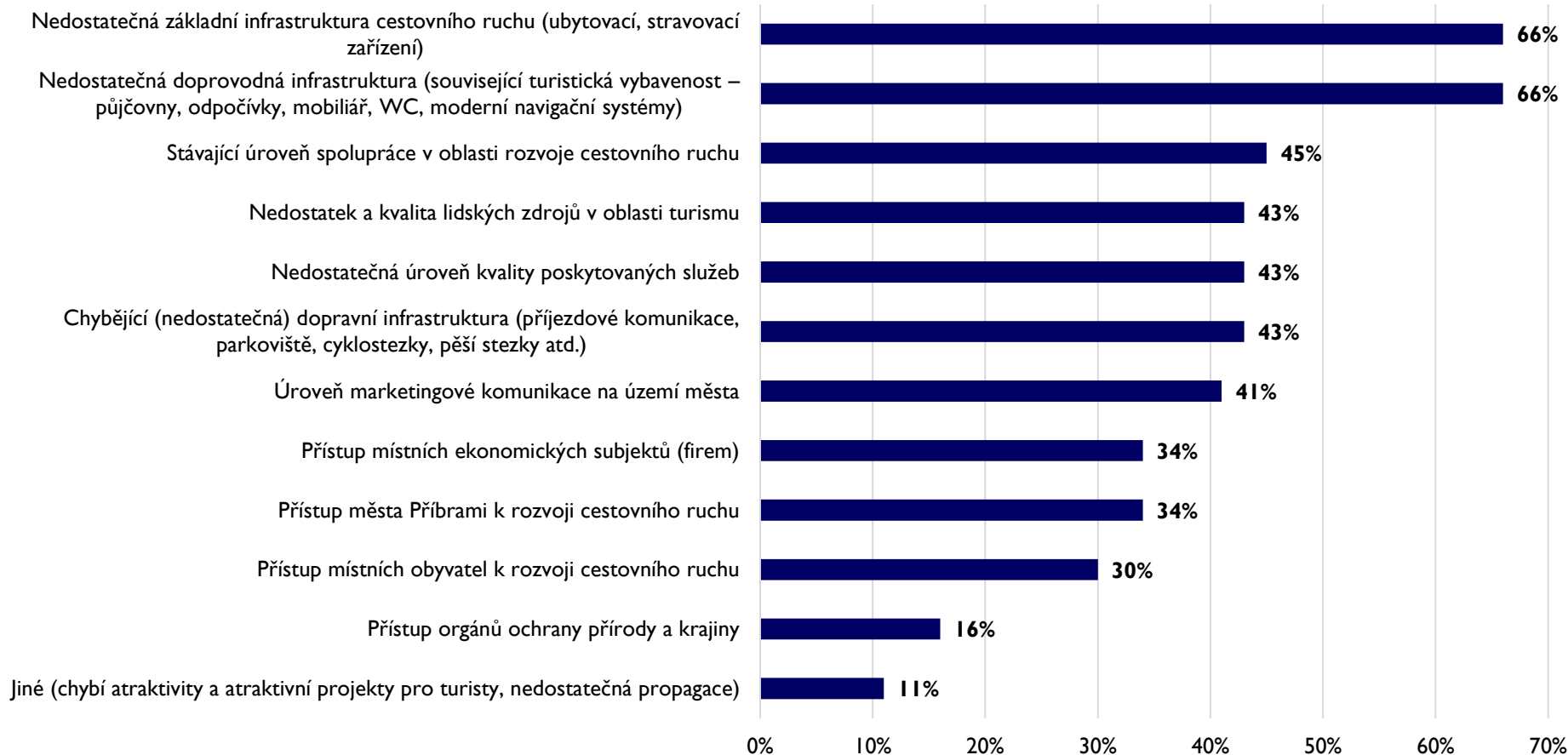
Výsledky dotazníkového šetření mezi odbornou veřejností (počet odpovědí: 44)



# Dotazníkové šetření – odborná veřejnost

Výsledky dotazníkového šetření mezi odbornou veřejností (počet odpovědí: 44)

## 3. Jaké nedostatky brání většímu využití potenciálu cestovního ruchu v Příbrami a okolí?



# Dotazníkové šetření – odborná veřejnost

Výsledky dotazníkového šetření mezi odbornou veřejností (počet odpovědí: 44)

4. Zde můžete uvést konkrétní způsob, jak by mohl být lépe využit potenciál cestovního ruchu na území města Příbram (např. rozvojový program, aktivita, projekt, podpora atraktivit, hodnot v území)?

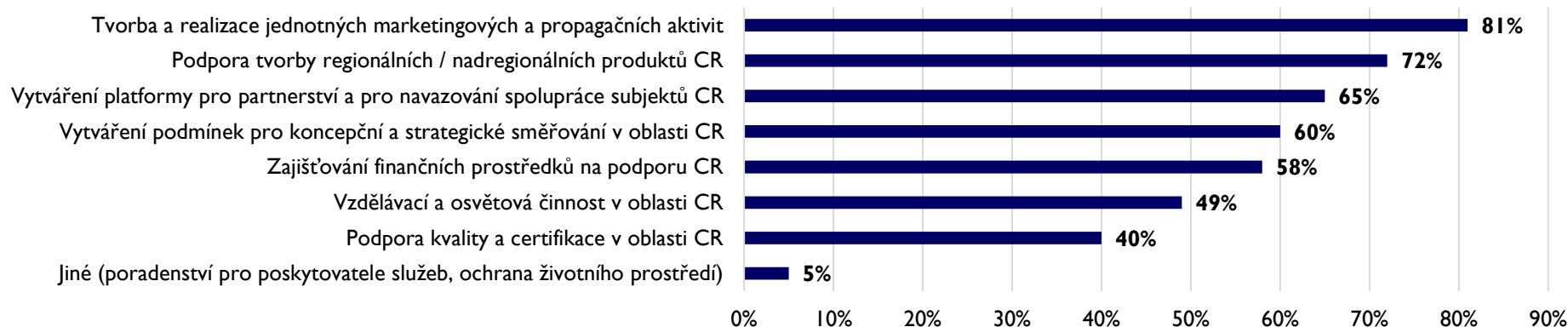




# Dotazníkové šetření – odborná veřejnost

## Výsledky dotazníkového šetření mezi odbornou veřejností (počet odpovědí: 44)

5. Město Příbram je součástí turistické oblasti Brdy a Podbrdsko, kde již dnes funguje koordinační organizace destinačního managementu – DMO Brdy a Podbrdsko. Jaké nejdůležitější činnosti má podle Vás tato organizace zajišťovat?

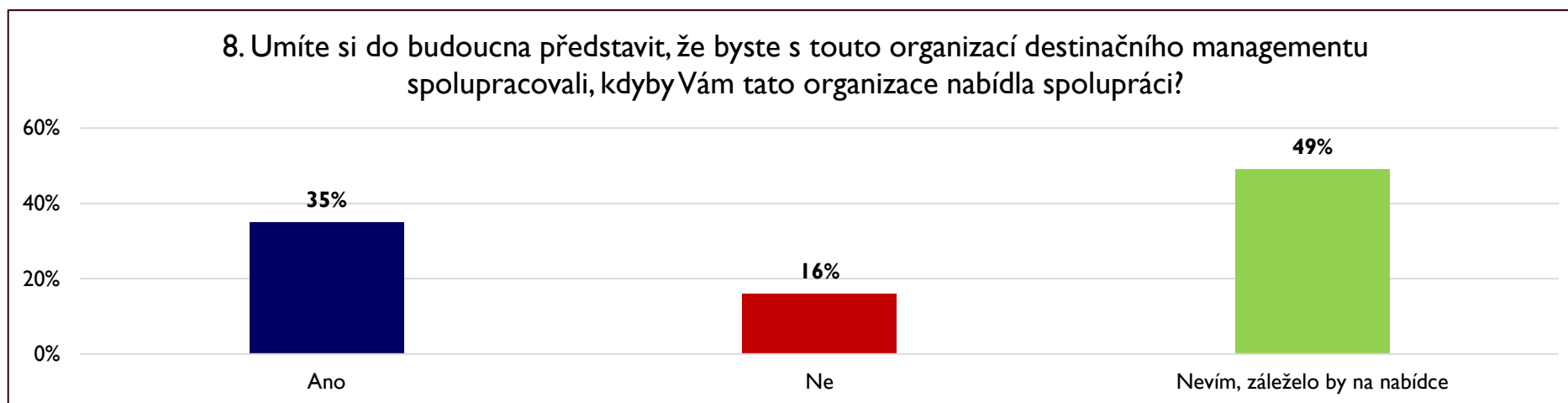
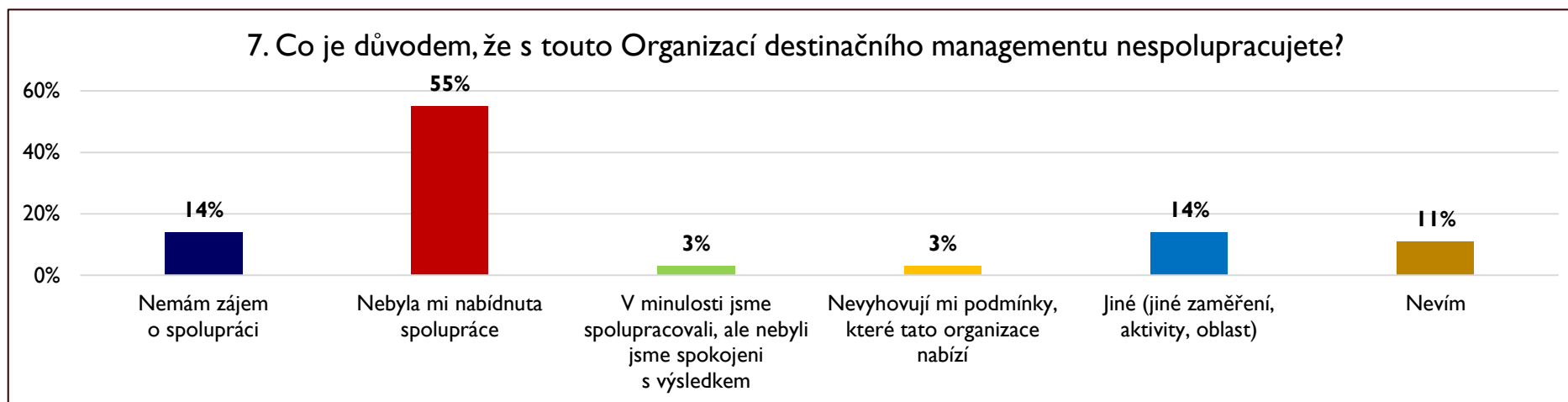


6. Spolupracujete s touto oblastí?



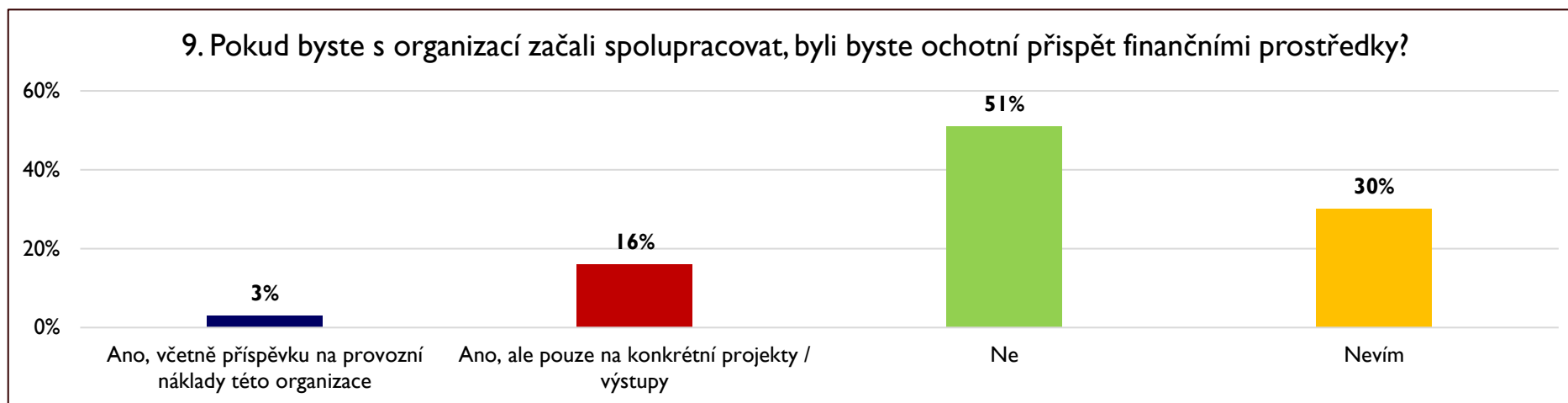
# Dotazníkové šetření – odborná veřejnost

Výsledky dotazníkového šetření mezi odbornou veřejností (počet odpovědí: 44)



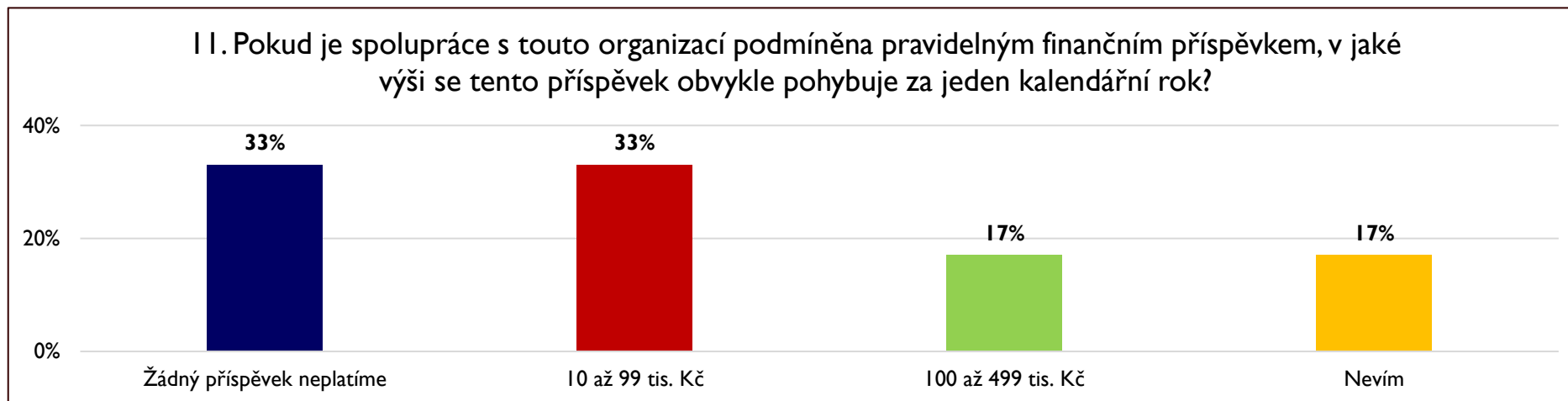
# Dotazníkové šetření – odborná veřejnost

Výsledky dotazníkového šetření mezi odbornou veřejností (počet odpovědí: 44)



# Dotazníkové šetření – odborná veřejnost

Výsledky dotazníkového šetření mezi odbornou veřejností (počet odpovědí: 44)



# Dotazníkové šetření – odborná veřejnost

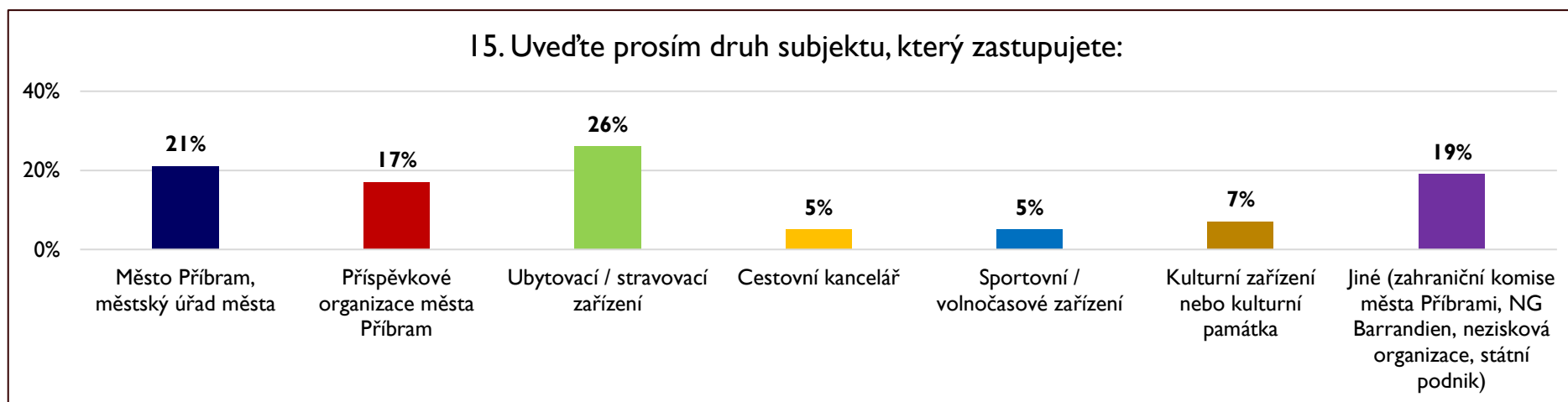
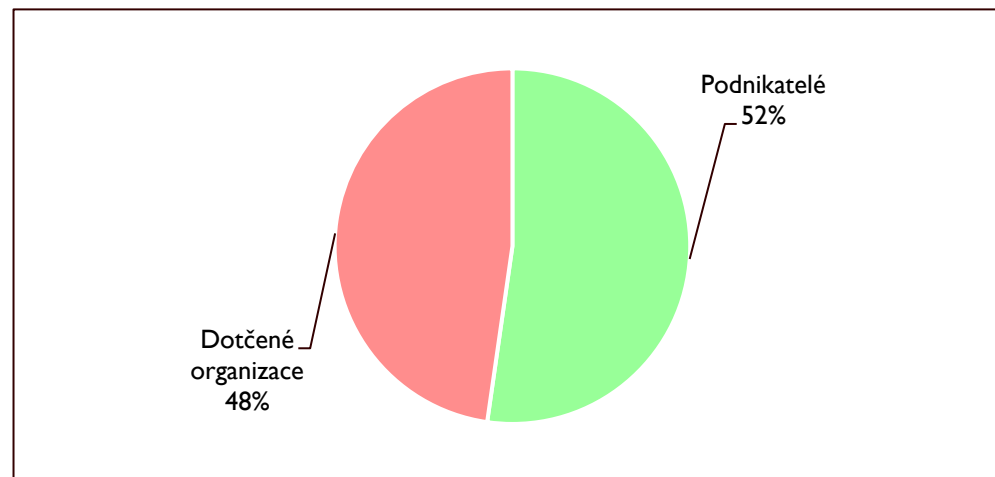
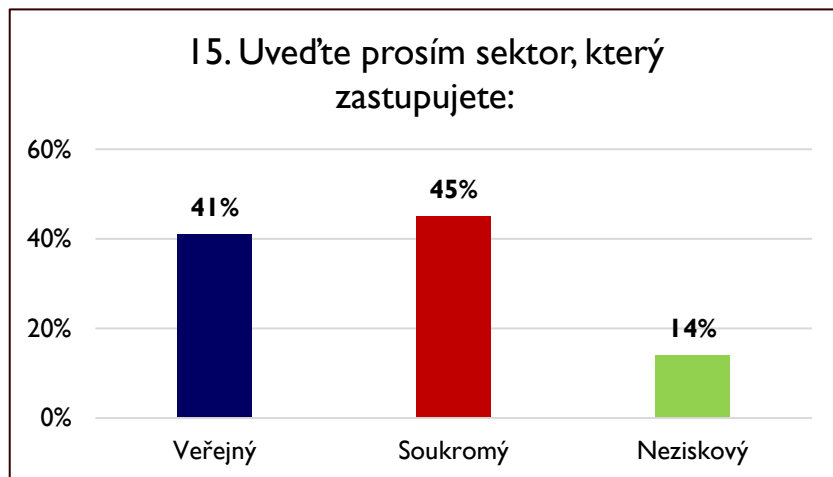
Výsledky dotazníkového šetření mezi odbornou veřejností (počet odpovědí: 44)

13. Uveďte, s čím jste a s čím naopak nejste při spolupráci s touto organizací destinačního managementu (DMO) spokojeni:



# Dotazníkové šetření – odborná veřejnost

Výsledky dotazníkového šetření mezi odbornou veřejností (počet odpovědí: 44)





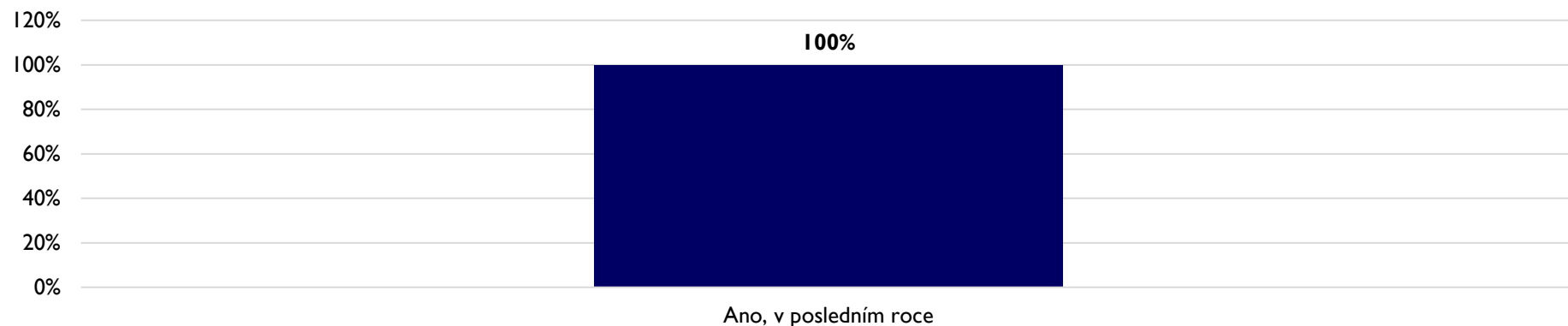
# Dotazníkové šetření – návštěvníci města

Výsledky dotazníkového šetření mezi návštěvníky města (počet odpovědí: 93)

I. Uved'te, prosím, jaké je místo Vašeho trvalého bydliště / obvyklého místa pobytu?



2. Navštívil/a jste někdy město Příbram?

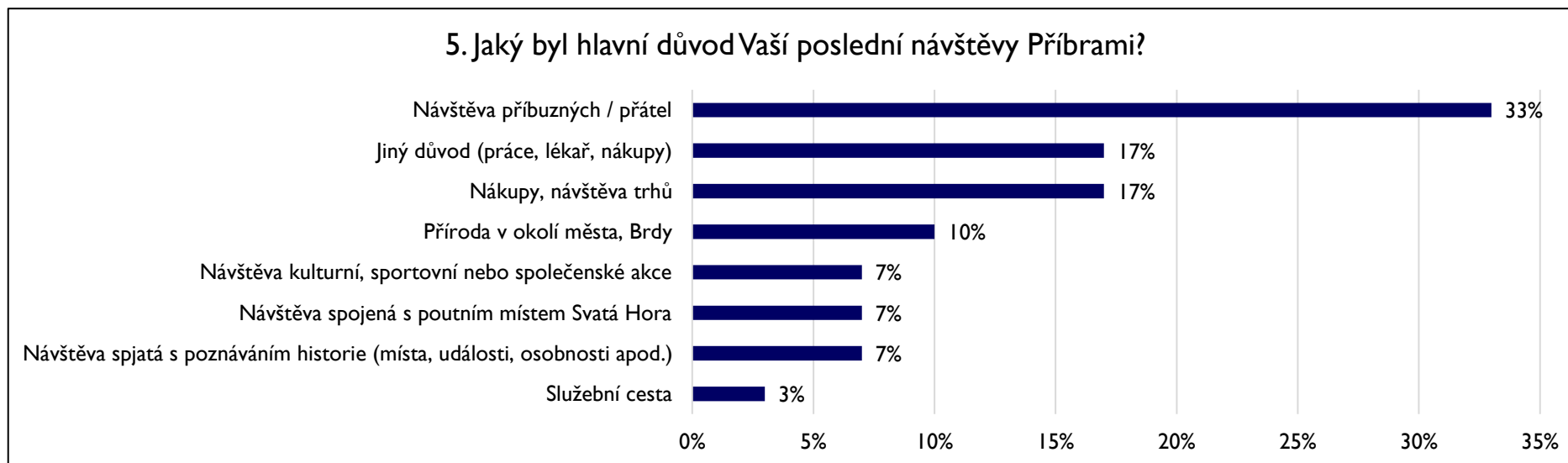
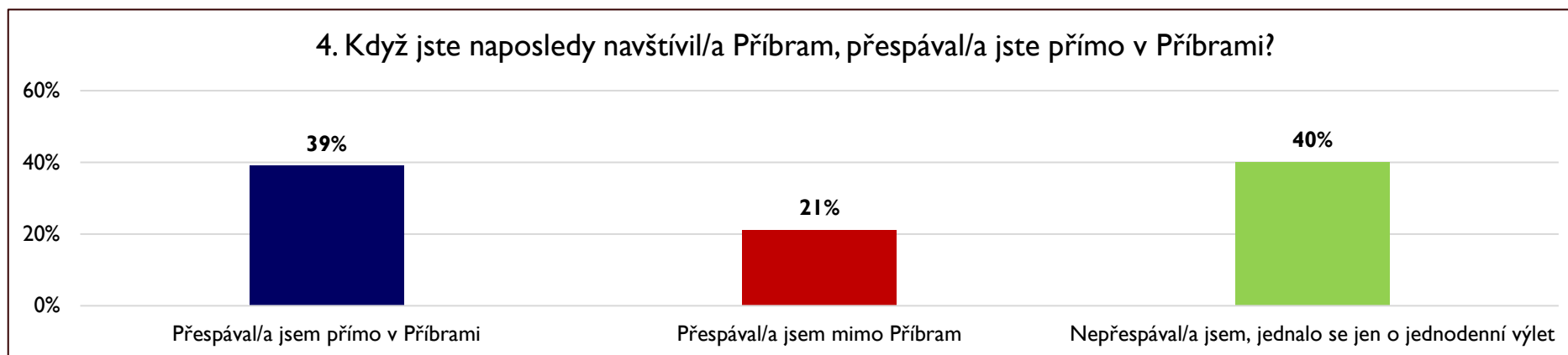


3. Co se Vám vybaví, když se řekne Příbram? Zapište až 3 slova / asociace, které se Vám vybaví nejdříve.

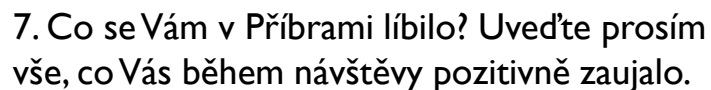


# Dotazníkové šetření – návštěvníci města

Výsledky dotazníkového šetření mezi návštěvníky města (počet odpovědí: 93)



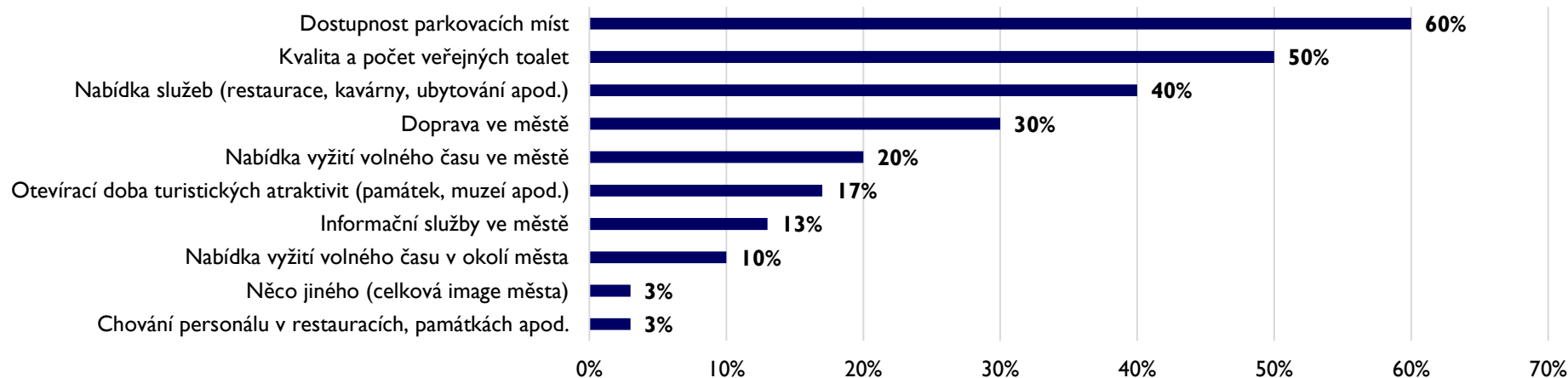
6. Považujete město Příbram a jeho blízké okolí za atraktivní pro návštěvníky / turisty?



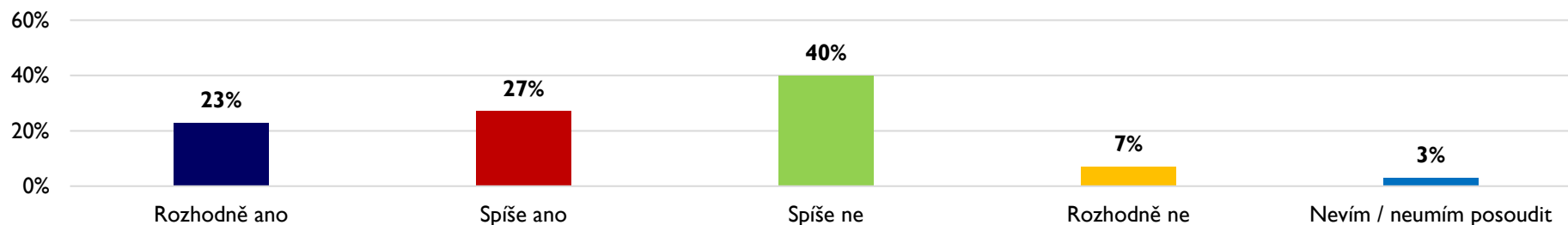
# Dotazníkové šetření – návštěvníci města

Výsledky dotazníkového šetření mezi návštěvníky města (počet odpovědí: 93)

8. Co se Vám při návštěvě Příbrami a jeho okolí nelíbilo, co by bylo podle Vás potřebné zlepšit?

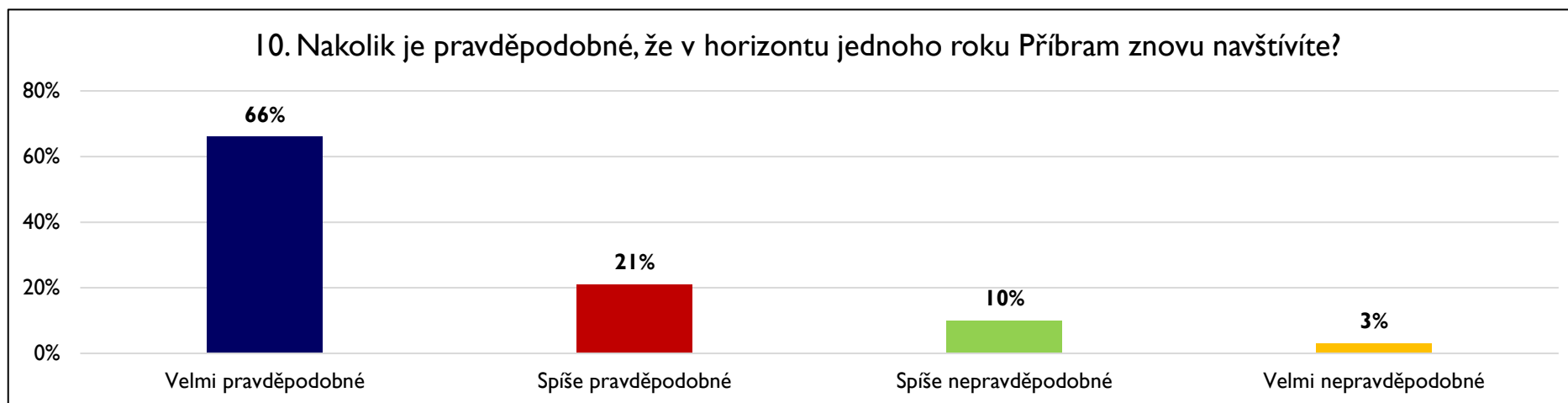


9. Na základě Vašeho celkového dojmu / pocitu z návštěvy Příbrami doporučil/a byste návštěvu svým známým?



# Dotazníkové šetření – návštěvníci města

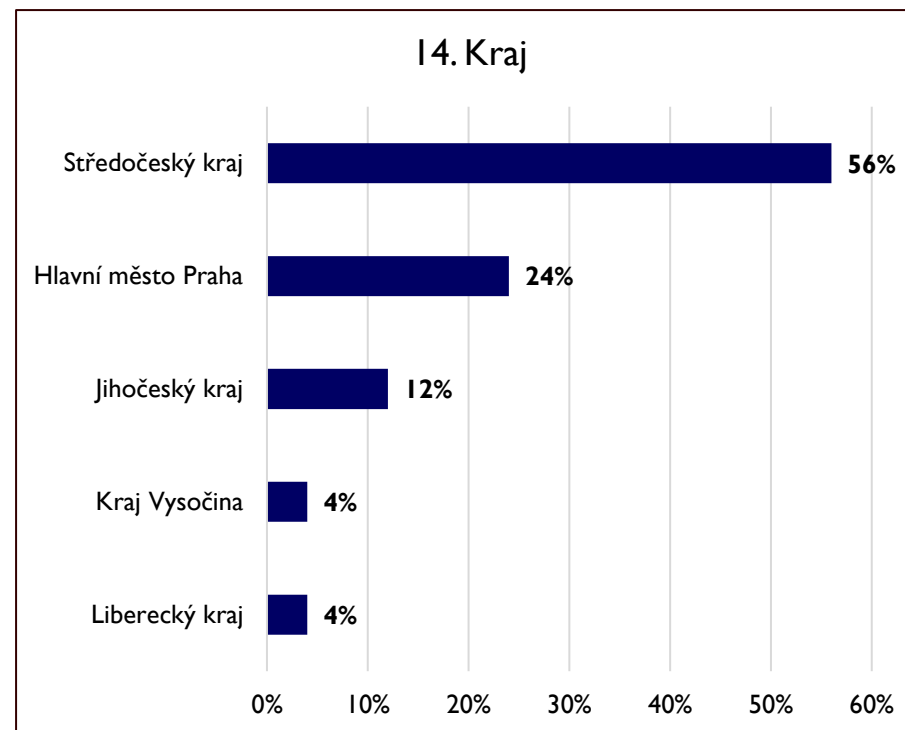
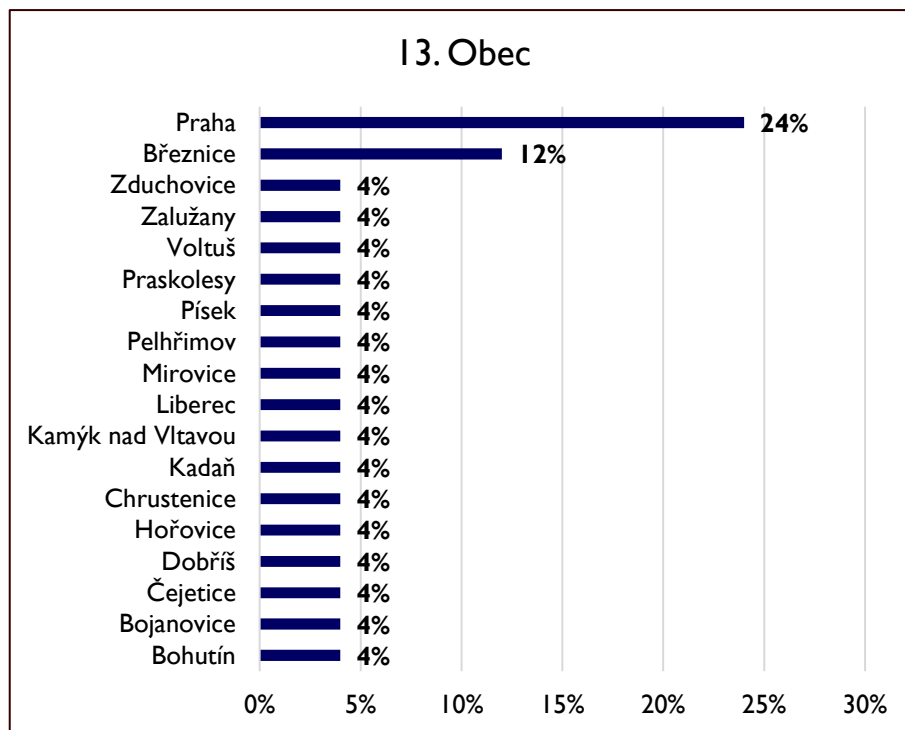
Výsledky dotazníkového šetření mezi návštěvníky města (počet odpovědí: 93)





# Dotazníkové šetření – návštěvníci města

Výsledky dotazníkového šetření mezi návštěvníky města (počet odpovědí: 93)



# **A. Analytická část**

## *SWOT analýza*

# SWOT analýza

**SWOT analýza** shrnuje závěry předešlých analytických kapitol. První částí SWOT analýzy je shrnutí **silných stránek** Příbrami ve vztahu k cestovnímu ruchu. Následně jsou zhodnoceny také **slabé stránky**. Další část tvoří **příležitosti**, což jsou faktory, které mohou pomoci cestovnímu ruchu v Příbrami, aby se rozvíjel. V poslední části (**Hrozby**) jsou uvedeny faktory, které naopak mohou cestovní ruch v Příbrami ohrozit a vytvořit bariéru pro jeho další rozvoj.

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Významné atraktivity ve městě: Svatá Hora, Hornické muzeum Příbram</li> <li>▪ Sportovní a relaxační areál Nový rybník</li> <li>▪ Významné atraktivity v blízkém okolí: Památník Vojna, Památník Antonína Dvořáka ve Vysoké u Příbrami</li> <li>▪ Turisticky atraktivní okolí města – blízkost přírody: CHKO Brdy, vodní nádrže na Vltavě, Národní geopark Barrandien</li> <li>▪ Dopravní dostupnost z Prahy</li> <li>▪ Sportovní možnosti, cykloturistika, elektrokola a koloběžky</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nedostatečné kapacity HUZ</li> <li>▪ Nepropojené atraktivity cestovního ruchu (Svatá Hora – Hornické muzeum) příjemnou trasou</li> <li>▪ Nepropojené cyklotrasy</li> <li>▪ Nevyužité regionální speciality</li> <li>▪ Komplikovaný systém veřejné dopravy</li> <li>▪ Nedostatečné zkušenosti s cestovním ruchem</li> <li>▪ Nedostatečná propagace z důvodu nízkých finančních prostředků na rozvoj cestovního ruchu</li> <li>▪ Nedostatek parkovacích míst</li> </ul>
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Vytvoření nové pracovní pozice koordinátora cestovního ruchu</li> <li>▪ Koordinace aktivit, projektů a činností všech subjektů cestovního ruchu s vlivem na lokální rozvoj území</li> <li>▪ Podpora rozvoje turistické infrastruktury</li> <li>▪ Vyznačení dalších turistických tras a cyklotras v Brdech a okolí</li> <li>▪ Prodloužení pobytu současných návštěvníků</li> <li>▪ Potenciál pro rozvoj industriální turistiky</li> <li>▪ Přilákat místní obyvatele do okolních míst (Brdy apod.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Odchod ekonomicky aktivních obyvatel z města</li> <li>▪ Nedostatek finančních prostředků na projekty cestovního ruchu</li> <li>▪ Dopady koronavirové pandemie</li> <li>▪ Přírodní katastrofy</li> <li>▪ Závislost rozvoje cestovního ruchu na veřejných zdrojích</li> <li>▪ Vyšší aktivita konkurenčních destinací</li> </ul>

# **A. Analytická část**

*Definování klíčových rozvojových priorit a bariér*

# Definování klíčových rozvojových priorit a bariér

V rámci strategického workshopu, který se konal 24. června v Příbrami, byl společně s odbornou veřejností definován **turistický potenciál** města Příbrami a **identifikovány slabiny** současného stavu. Poznatky odborné veřejnosti a dalších zainteresovaných osob jsou shrnuty na následujících slidech.

## Turistický potenciál

Mezi hlavní atraktivity, které může Město Příbram a jeho okolí návštěvníkům nabídnout patří především **Svatá Hora, Hornické muzeum a Chráněná krajinná oblast Brdy**. Z výsledků dotazníkových šetření bylo zjištěno, že tyto atraktivity patří u návštěvníků mezi nejvyhledávanější.

Vyhledávanými lokalitami jsou dále např. areál Nový rybník, Pražská ulice, náměstí TGM či Zámek-Ernestinum, ve kterém je umístěna galerie Františka Drtikola. Mezi další navštěvovaná místa v okolí patří např. Vysoká u Příbrami, kde působil hudební skladatel Antonín Dvořák.

Návštěvníci dále pozitivně reagují např. na Hudební festival Antonína Dvořáka, který se v Příbrami koná již od roku 1969.

## Slabiny současného stavu

Město Příbram se v současné době potýká především s **následujícími bariérami**:

- **Návštěvníci** ve městě Příbrami stráví ve většině případů **pouze jeden den**
  - příčiny: nedostatek ubytovacích kapacit a další doprovodné infrastruktury ve městě a okolí. Vzhledem k celoročně nízké vytíženosti ubytovacích kapacit se soukromé subjekty bojí do vzniku nových ubytovacích kapacit a další doprovodné infrastruktury investovat.
- **Návštěvníci** ve městě Příbrami navštíví ve většině případů **pouze jedno místo**
  - příčiny: nedostatečné dopravní propojení jednotlivých atraktivit a jejich vzájemná nedostatečná propagace. Důvodem je také časová náročnost prohlídek. Chybí základní infrastruktura pro vstup do CHKO Brdy.
- **Cestovní ruch** ve městě Příbrami a v okolí **není dostatečně propagován**
  - příčiny: nedostatečné finanční prostředky na propagaci cestovního ruchu, ve městě Příbrami chybí erudovaný koordinátor cestovního ruchu. Agenda cestovního ruchu v současné době spadá pod Odbor kancelář města, který primárně zajišťuje účast na veletrzích a výstavách a spolupráci se subjekty v oblasti cestovního ruchu.
- **Soukromé subjekty** zainteresované v cestovním ruchu **s městem Příbram nespolupracují**
  - příčiny: nedostatečná iniciace a komunikace ze strany města k místním subjektům zainteresovaným v cestovním ruchu. Chybí komplexní plán ve spolupráci veřejného a soukromého sektoru (např. podpora akcí).

**INFRASTRUKTURA**

↑ DŮSLEDKY  
↓ PŘÍČINY

- CHYB. ZÁKLADNÍ INFRASTRUKTURA PRO UVED. DO BES
- CHYB. KOMPLETEJNÍ PŘÍJÍM SÁZKOVÝCH VESTAVENÍ A SPRÁVY SÍŤOVÝCH A SPRÁVY BOKUJ (VÍCE PŘÍJÍMŮ)
- CHYB. STRATEGIE NÁVŠŤOVNÍ MOTIVACE ŽE BŮŽE UVED. PORTFOLIA
- CHYB. STRATEGIE NÁVŠŤOVNÍ MOTIVACE ŽE BŮŽE UVED. PORTFOLIA
- NEJŠ. NÁVŠŤOVNÍ INKUBACE
- CHYB. ZÁKLADNÍ INFRASTRUKTURA PRO UVED. DO BES
- CHYB. KOMPLETEJNÍ PŘÍJÍM SÁZKOVÝCH VESTAVENÍ A SPRÁVY SÍŤOVÝCH A SPRÁVY BOKUJ (VÍCE PŘÍJÍMŮ)
- CHYB. STRATEGIE NÁVŠŤOVNÍ MOTIVACE ŽE BŮŽE UVED. PORTFOLIA
- NEJŠ. NÁVŠŤOVNÍ INKUBACE
- CHYB. ZÁKLADNÍ INFRASTRUKTURA PRO UVED. DO BES
- CHYB. KOMPLETEJNÍ PŘÍJÍM SÁZKOVÝCH VESTAVENÍ A SPRÁVY SÍŤOVÝCH A SPRÁVY BOKUJ (VÍCE PŘÍJÍMŮ)
- CHYB. STRATEGIE NÁVŠŤOVNÍ MOTIVACE ŽE BŮŽE UVED. PORTFOLIA
- NEJŠ. NÁVŠŤOVNÍ INKUBACE

POTENCIÁL: - BELUŽEŘE → BOMBAČ. KAT. NÍŽŠÍ KVALITA  
- CHYBĚ BY ZUŠIT STANDARD  
- AŽ NĚKDE BY UVED. (PARTNĚŘI, FESTIVAL, SVĚTÁ HODA, ...)

A hand-drawn mind map centered on 'SOUKROMÉ FIRMY' (Private Companies). The central node is a rectangle. Branching out are several ovals, each representing a business function or challenge. Some ovals have small colored squares (green, red, orange) next to them, possibly indicating status or priority. The branches are as follows:

- NEJSOU SPOLEČNÉ PRÁVKA CE** (Not joint ownership) - Green squares
- NEROSTE PRŮT. NÁVŠTĚVÍKŮ** (No flow of visitors) - Red and orange squares
- CHYBÍ INFORMACE** (Missing information) - Green squares
- CHYBÍ INICIACE** (Missing initiation) - Green squares
- CHYBÍ KOMUNIKACE** (Missing communication) - Red and green squares
- CHYBÍ DATAZE** (Missing data) - Green squares
- CHYBÍ SVAZBA KONTROL** (Missing control link) - Green squares
- CHYBÍ ZÁDEM** (Missing demand) - Red and orange squares
- CHYBÍ KORDINACE** (Missing coordination) - Green squares
- CHYBÍ MEDIÁTOR** (Missing mediator) - Green squares
- CHYBÍ SETKÁVÁNÍ** (Missing meetings) - Green squares
- NEKLA MANŽENA CEJZA** (No wife/daughter) - Red and orange squares
- NEJČAST NA KONTAKT** (Most frequent contact) - Green squares
- NEJSOU SPECIFICKÉ ZÁJMANY** (Not specific interests) - Red and orange squares
- OTÁZKA CO ZA TO** (Question about it) - Green squares
- ODVOZENÍ CÍLE** (Derivation of goals) - Green squares
- CHYBÍ SHODA NA OSOBE** (Missing agreement on person) - Red and orange squares

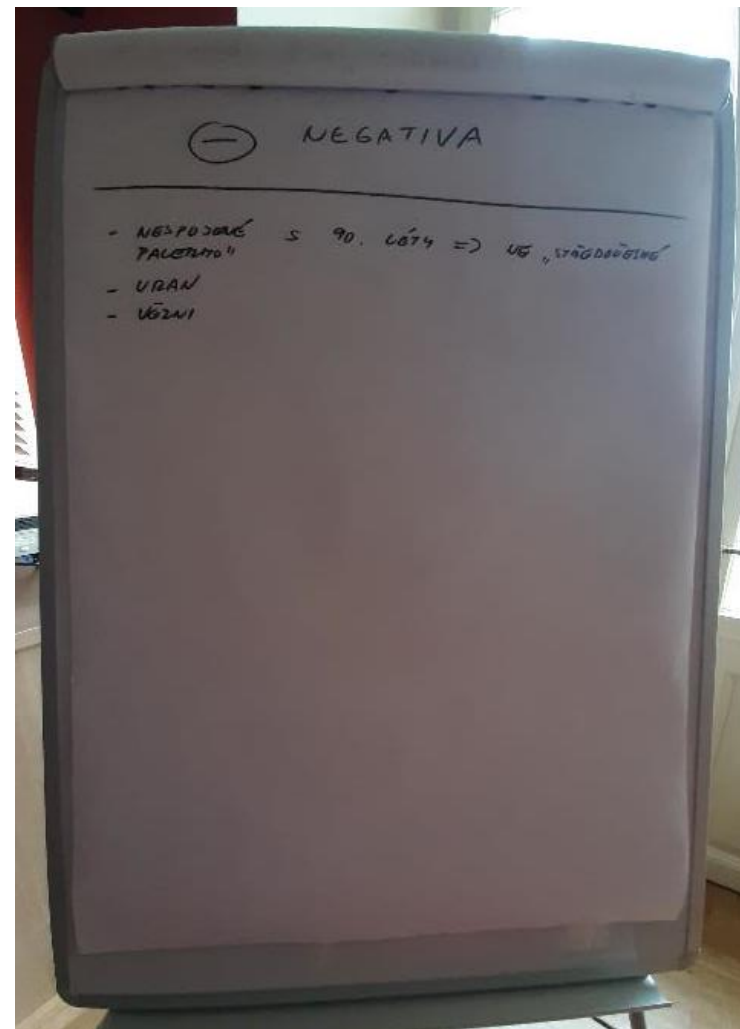
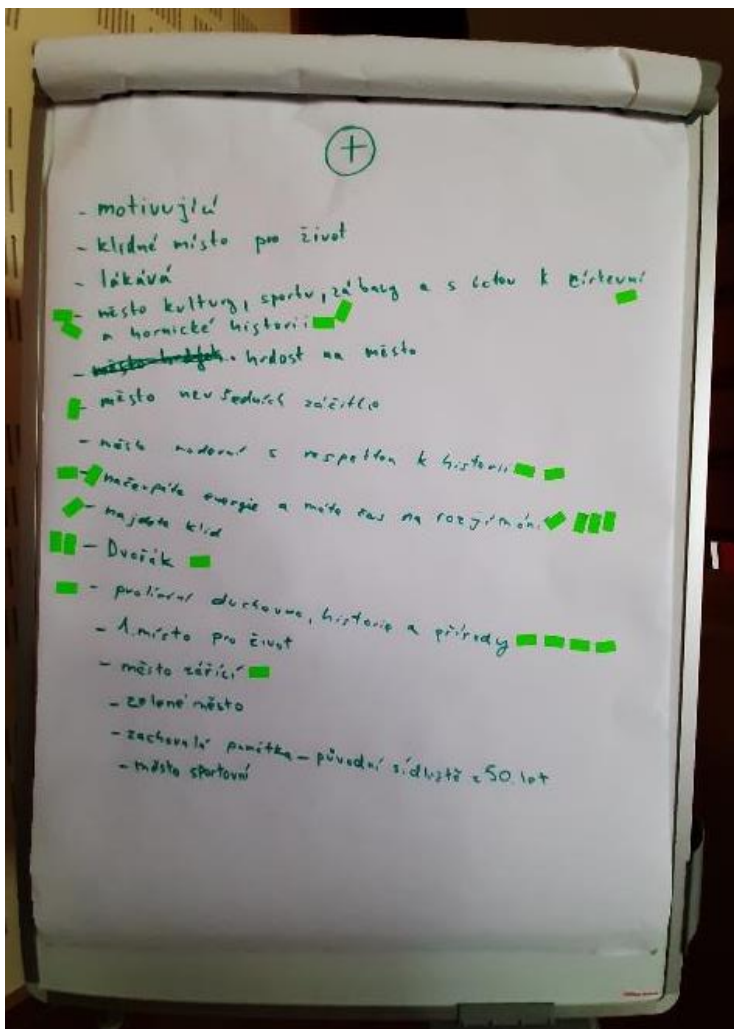
There are also some handwritten notes on the right side of the map:

- INICIACE** (Initiation) - written vertically next to the 'CHYBÍ INICIACE' node.
- INICIACE** - written vertically next to the 'CHYBÍ MEDIÁTOR' node.
- INICIACE** - written vertically next to the 'CHYBÍ KORDINACE' node.
- INICIACE** - written vertically next to the 'CHYBÍ MEDIÁTOR' node.
- INICIACE** - written vertically next to the 'CHYBÍ MEDIÁTOR' node.



# Definování klíčových rozvojových priorit a bariér

Výstupy ze strategického workshopu (24. 6. 2020) – pozitiva a negativa města Příbrami



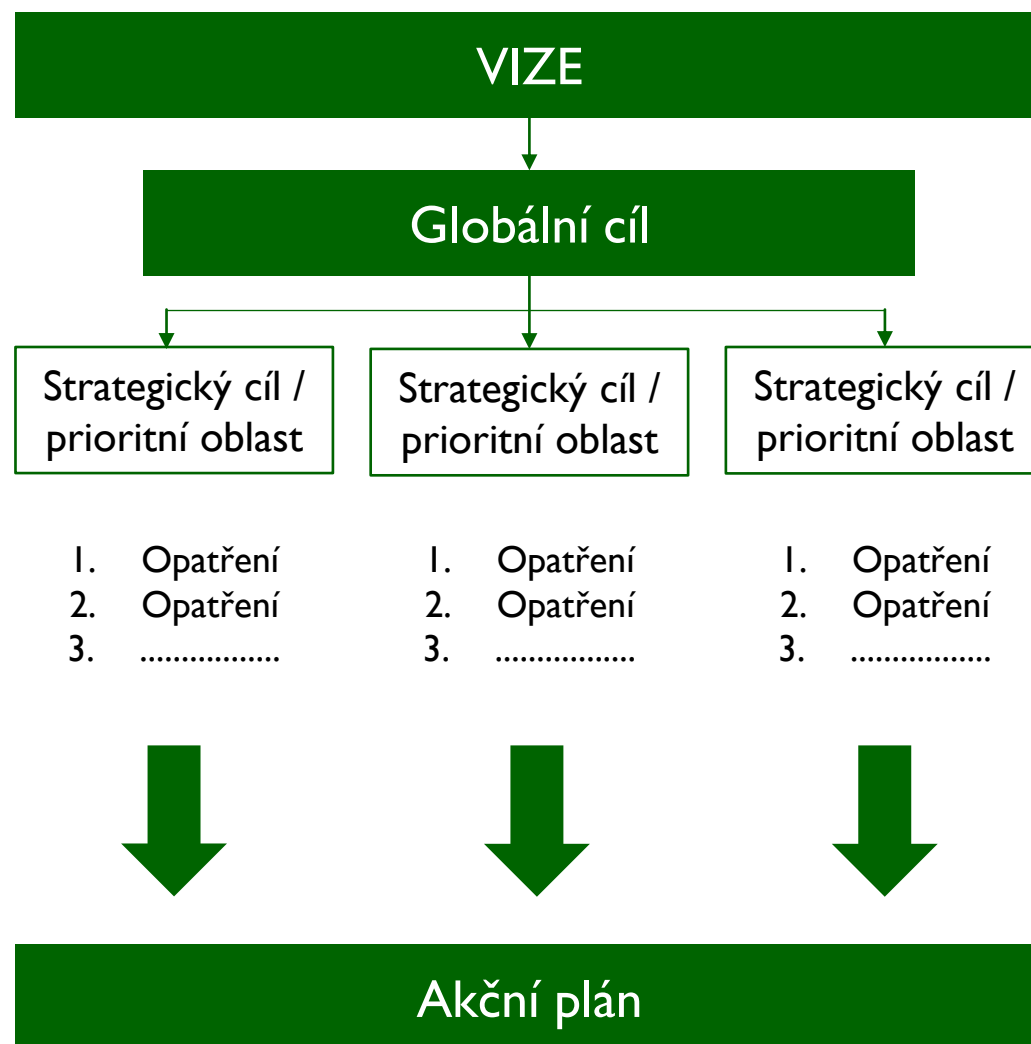
## **B. Návrhová část**

# Východiska návrhové části

Předmětem **návrhové části** je vlastní návrh Koncepce, která je zpracována na základě provedené analýzy a syntézy dostupných informací o stavu cestovního ruchu ve městě Příbrami a jeho okolí.

Základem strategického rámce Koncepce je **vize** cestovního ruchu s výhledem do roku 2030. Na vizi navazují **globální a strategické cíle**. Koncepce je dále rozpracována prostřednictvím **priorit a opatření**, která vychází z předpokladů a potenciálu cestovního ruchu města a okolí. Pro sledování způsobu naplnění opatření, aktivit a dílčích projektů a jejich efektivity jsou součástí také indikátory. Výsledkem návrhové části koncepce je návrh **Akčního plánu** na období 2020 / 2021 / 2022.

Navržený strategický rámec předpokládá, že cestovní ruch bude v dalších letech patřit mezi důležitá ekonomická odvětví ve městě a bude přispívat k jeho celkovému rozvoji a prosperitě. Aby mohl být tento záměr realizován, musí být Koncepce zaměřena nejen na město Příbram a jeho aktéry, ale také na okolí (Brdy), které tak může vytvořit přirozenou destinaci pro rozvoj cestovního ruchu. Dosažení strategie si vyžádá změnu v přístupu k rozvoji destinace prostřednictvím intenzivnějšího využívání nástrojů destinačního managementu a marketingu za účelem zefektivnění spolupráce mezi veřejným, soukromým a neziskovým sektorem. Současně by měly být realizovány aktivity vedoucí k podpoře nabídky cestovního ruchu. Výsledkem by mělo být postupné zvýšení návštěvnosti, její stabilizace a zvýšení příjmů generovaných z cestovního ruchu.



# Vize

Vize je vyjádřením ambice, kam by mělo město Příbram a jeho okolí v oblasti rozvoje cestovního ruchu směřovat. Vize by měla mít dlouhodobější charakter, a proto je stanovena s výhledem do roku 2030.

## VICE 2030

***Příbram je významným turistickým cílem, který patří mezi první tři nejnavštěvovanější města / místa Středních Čech.***

***Cestovní ruch v Příbrami přispívá k rozvoji města, je nástrojem prosperity místních obyvatel a pozitivně přispívá ke zlepšování jeho vnějšího obrazu.***

### Rozšířená vize (stavební kameny)

Nabídka produktů	Unikátnost	Kooperace	Kvalita	Inovace
Konkrétní produkty a nabídky specificky zaměřené na jednotlivé cílové skupiny návštěvníků.	Atraktivnost a ojedinělost produktové nabídky, která se odliší od nabídky konkurenčních destinací.	Koordinovaná a řízená kooperace subjektů ve městě, spolupráce s Turistickou oblastí Brdy a Podbrdsko.	Realizace činností rozvoje cestovního ruchu tak, aby reflektovaly potřeby a očekávání zákazníků.	Neustálé zlepšování nabídky destinace v budoucnu – produktová nabídka, způsob řízení destinace.

Stavební kameny konkretizují stanovenou vizi a naznačují směr, jakým má být vize dosažena. Jednotlivé stavební kameny tak umožňují vizi lépe interpretovat ve vztahu k subjektům, které se podílejí na jejím naplnění.

# Globální cíl

Naplnění vize vyžaduje konkrétně stanovené cíle, které je vhodné definovat v kratším časovém horizontu. Jednotlivé cíle pak přispívají k dosažení vize.

## Globální cíl

**Globálním cílem Koncepce je do roku 2025 zvýšit turistickou návštěvnost města Příbrami a přispět tak ke zvýšení počtu přenocování ve městě a okolí.**

Indikátory pro měření globálního cíle	Kritérium úspěšnosti	Zdroj pro měření
• Zvýšení počtu přenocování ve městě Příbrami do roku 2025	+ 100 % v porovnání s r. 2019	ČSÚ
• Zvýšení počtu přenocování v SO ORP Příbram do roku 2025	+ 50 % v porovnání s r. 2019	ČSÚ

*Indikátory pro měření globálního cíle jsou stanoveny jako nástroj pro monitorování průběhu implementace Koncepce. Jejich průběžné vyhodnocování slouží jako podklad k případné úpravě stanovené strategie.*

# Definování klíčových rozvojových priorit a bariér

## Přehled oblastí nabídky a jejich potenciál

### HLAVNÍ PILÍŘE NABÍDKY

*nebe*  
**Svatá Hora**

*peklo*  
**Hornická historie**

*ráj*  
**Brdy**

**A. Hlavní pilíře nabídky**, o které se v současnosti převážně opírá cestovní ruch ve městě Příbrami. Z těchto oblastí nabídky vychází také hlavní turistické produkty.

### ROZVOJOVÝ POTENCIÁL

**Sportovní turismus**

**Akce (kultura, sport)**

**Pohnutá minulost**

**Industriální turismus**

**B. Oblasti nabídky**, které by se ve městě Příbrami mohly pozitivně **rozvíjet** (vč. příslušné infrastruktury). Tyto oblasti nabídky dobře korespondují se současnými trendy v cestovním ruchu.

**Konferenční turismus**

Rozvíjet potenciál v návaznosti na vzdělávací proces ve školství, využití kapacit v mimo sezóně

**Business klientela**

Rozvíjet potenciál díky vzájemné spolupráci tradičních odvětví napříč oblastí

**Zábava, park**

Silná atraktivita s nadregionální působností by se mohla stát iniciátorem příjezdů nových segmentů klientely.

**C. Tyto oblasti nabídky mají potenciál oslovit** relativně nadprůměrný počet návštěvníků a v některých směrech i ekonomicky zajímavou klientelu. Jsou však z velké části pro svůj další rozvoj závislé na externích faktorech.



# Strategické cíle

Globální cíl je dále rozpracován ve struktuře strategických cílů, na jejichž základě je stanovena struktura priorit Koncepce. Součástí strategických cílů je také sada indikátorů, které umožňují měřit dosažený úspěch.

	Strategický cíl	Indikátor	Cílová hodnota indikátoru	Jak indikátor vyhodnotit	Zdroj měření
Strategický cíl 1	<b>Rozšířit a rozvíjet nabídku cestovního ruchu ve městě a okolí</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rozšíření kapacity ubytovacích zařízení ve městě a v okolí.</li> <li>Rozvíjet kvalitu a atraktivitu turistických cílů ve městě a okolí</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zvýšení počtu lůžek alespoň o 20 %, z toho alespoň 10 % v ubytovacích zařízeních třídy 3* a vyšší</li> <li>Zvýšení návštěvnosti turistických cílů alespoň o 50 % v porovnání s r. 2019</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Indikátor bude považován za naplněný v případě, že se ve městě a/nebo v blízkém okolí podaří rozšířit nabídku ubytovacích kapacit.</li> <li>Indikátor bude naplněný, pokud dle evidence návštěvnosti turistických cílů (především Svaté Hory a Hornického muzea) bude vykázáno navýšení dle cíle.</li> </ul>	Databáze města  Evidence návštěvnosti turistických cílů sbíraná prostřednictvím koordinátora CR
Strategický cíl 2	<b>Zlepšit úroveň destinační spolupráce ve městě a okolí</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Výše výběru místních poplatků z cestovního ruchu.</li> <li>Počet aktivních partnerů ve městě.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nárůst o 25 % v roce 2025 ve stálých cenách (sazbě) roku 2020.</li> <li>Min. 35 aktivních partnerů ve městě v roce 2025 a jejich udržení.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Indikátor bude naplněn v případě, že se zvýší v daném období výběr ubytovacích poplatků, a to bez zohlednění jejich případného zvýšení ze strany města.</li> <li>Indikátor bude naplněn v případě, že bude v seznamu partnerů města Příbram uvedeno alespoň 35 partnerů.</li> </ul>	Databáze města
Strategický cíl 3	<b>Zkvalitnit účinnost marketingové komunikace města</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zvýšení hodnoty značky Příbram jako destinace cestovního ruchu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zvýšení zájmu o návštěvu města alespoň o 5 procentních bodů z celé populace do roku 2025.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Provedení profesionálního výzkumu zájmu o město v roce 2020 / 2021, kterým bude změřen aktuální zájem o návštěvu města. Indikátor bude naplněn v případě, že po zopakování výzkumu dle stejné metodiky dojde k navýšení alespoň o stanovenou hodnotu.</li> </ul>	Kvantitativní výzkum

# Póly rozvoje turismu ve městě

Póly rozvoje představují ucelené, tematicky zaměřené celky, které jsou výsledkem cílů o jejichž dosažení město usiluje. Póly růstu se dále rozdělují do jednotlivých tematických opatření, která představují ucelené oblasti, na kterých bude město ve spolupráci s partnery pracovat. Každé tematické opatření obsahuje seznam rozvojových aktivit a projektů, kterými jsou tato opatření postupně naplňována.

## I. Nabídka a dostupnost cestovního ruchu

### Zaměření pólu rozvoje:

Město a jeho okolí disponuje kvalitními předpoklady cestovního ruchu. Úkolem města je tak vytvářet vhodné podmínky pro jejich dlouhodobě udržitelné využívání.

Rozvojový pól je tedy zaměřen na roli města v oblasti podpory vzniku infrastruktury a služeb cestovního ruchu. Řešena je také oblast dostupnosti města, přístupnosti a dopravní provázanosti jednotlivých turistických cílů a atraktivit ve městě a jeho okolí.

Nabídku je potřeba vytvářet pro konkrétní cílové skupiny. Důležitou roli v rozvojovém pólu tedy hraje segmentace klientely.



## 2. Organizace cestovního ruchu

### Zaměření pólu rozvoje:

Město je jedním z důležitých aktérů v oblasti cestovního ruchu. Vytváří podmínky pro činnost mnoha subjektů, které ve městě působí.

Rozvojový pól je tedy zaměřen na zkvalitnění principů destinační spolupráce a přístupu města k posílení této spolupráce jednak přímo ve městě, tak ve vazbě na jeho okolí.

Nedílnou součástí rozvojového pólu je rovněž kvalita lidských zdrojů, kterou lze podpořit např. vzděláváním.

## 3. Marketing a propagace

### Zaměření pólu rozvoje:

Město by mělo iniciovat tvorbu atraktivních produktů cestovního ruchu, programů a turistických balíčků. Na základě realistické marketingové a komunikační strategie při znalosti své image a skutečného zájmu ze strany potenciálních návštěvníků o jeho návštěvu, by mělo podporovat realizaci integrovaných komunikačních kampaní.

Rozvojový pól je tedy zaměřen na vytvoření marketingové a komunikační strategie města v oblasti cestovního ruchu, která musí odpovídat jeho reálným rozpočtovým možnostem a pro potřeby této komunikace využívat zdroje spolupracujících partnerů v rámci města a širšího okolí destinace, zejména DMO Brdy a Podbrdsko a Středočeské centrály cestovního ruchu.

Základem konkurenceschopnosti je pozitivní image destinace. Je potřeba si uvědomit, že pokud je návštěvník spokojen, do města se vrátí a rovněž jeho návštěvu doporučí dalším potenciálním návštěvníkům.

# Prioritní oblasti a opatření

V návaznosti na strategické cíle jsou na základě výsledků analýzy, trendů a předpokládaných potřeb cestovního ruchu ve městě a okolí stanoveny prioritní oblasti a k nim dílčí opatření. Jednotlivá opatření jsou stanovena se záměrem využití cestovního ruchu pro rozvoj města, jeho image a podporu prosperity podnikatelů a místních obyvatel.

## Prioritní oblast 1

### Nabídka a dostupnost cestovního ruchu

#### Opatření 1.1

**Vytváření podmínek pro rozvoj infrastruktury a služeb cestovního ruchu**

#### Opatření 1.2

**Podpora dostupnosti a přístupnosti turistických cílů a atraktivit**



## Prioritní oblast 2

### Organizace cestovního ruchu

#### Opatření 2.1

**Podpora rozvoje destinační spolupráce ve městě a jeho okolí**

#### Opatření 2.2

**Management kvality a zdrojů cestovního ruchu**



## Prioritní oblast 3

### Marketing a propagace

#### Opatření 3.1

**Tvorba produktů a programových nabídek v cestovním ruchu**

#### Opatření 3.2

**Komunikační aktivity cestovního ruchu**



# Priorita I – Nabídka a dostupnost cestovního ruchu

## Opatření I.1 – Vytváření podmínek pro rozvoj infrastruktury a služeb cestovního ruchu

### Cíle a záměry opatření

- Vytvoření podmínek pro vznik nových ubytovacích kapacit
- Zatraktivnění města a okolí pro rozvoj turismus
- Rozšíření služeb nabízených návštěvníkům
- Snížení dopadů sezónnosti cestovního ruchu ve městě

### Nástroje

- Územní plán města, Strategický plán města, Sektorové koncepce
- Rozpočet města a jím zřizovaných organizací, soukromé investice
- Národní dotační programy a evropské strukturální a investiční fondy
- Rozpočet kraje a vybraných státních organizací

### Strategie opatření

Základním předpokladem pro rozvoj cestovního ruchu ve městě je kvalitní infrastruktura a pestrá nabídka služeb. V případě infrastruktury vlastněné městem je jeho rolí pracovat na jejím zkvalitňování a rozvoji. V případě soukromé infrastruktury (ubytovací a stravovací zařízení) je úlohou města vytvářet podmínky pro její rozvoj. Město by za účelem jeho zatraktivnění pro podnikání mělo vytvářet podmínky v rámci územního plánu, nařízení města (např. tržní řád) poplatkové (např. místní poplatky) nebo daňové (např. daň z nemovitosti), které by měly být nastaveny jako atraktivní pro podnikatelské účely a reagovat na stav tohoto odvětví. Pro zvýšení své konkurenceschopnosti musí město pracovat na důležitých rozvojových projektech, které zvýší možnosti pro rozvoj cestovního ruchu ve městě. Výsledkem by mělo být zvýšení volnočasové nabídky, která město dostatečně odliší a na jejímž základě bude možné vytvořit konkurenceschopné produkty cestovního ruchu, které mají silný tržní potenciál.

č.	Návrh aktivit	Garant	Spolupráce	Náklady
I.1.1	Přizpůsobovat pravidla města podpoře podnikatelského prostředí v cestovním ruchu za účelem rozvoje turismu ve městě (daň z nemovitosti, cena za pronájem veřejných budov a pronájmu veřejného prostoru)	MěÚ Příbram	Koordinátor CR	Bez přímých nákladů
I.1.2	Pokračovat v obnově, modernizaci a údržbě infrastruktury ve vlastnictví města a kultivaci veřejného prostoru	MěÚ Příbram	Organizace zřizované městem	Dle investičních záměrů
I.1.3	Vytipovat vhodná rozvojová území ve městě na budování ubytovací infrastruktury cestovního ruchu (penzion, hotel apod.)	MěÚ Příbram	Koordinátor CR	Bez přímých nákladů
I.1.4	Realizovat plánované rozvojové investiční aktivity vázané na cestovní ruch dle podmínek v územním plánu a sektorových koncepčních dokumentech	MěÚ Příbram	Dle odborových koncepcí	Dle investičních záměrů

# Priorita I – Nabídka a dostupnost cestovního ruchu

## Opatření I.2 – Podpora dostupnosti a přístupnosti turistických cílů a atraktivit

### Cíle a záměry opatření

- Zkvalitnění dostupnosti, přístupnosti a propojenosti turistických cílů a atraktivit
- Zlepšení podmínek pro šetrné formy dopravy (pěší turistika, cykloturistika)
- Řešení důsledků individuální dopravy spojené s turismem ve městě a jeho okolí
- Snížení dopadů sezónnosti cestovního ruchu ve městě

### Nástroje

- Územní plán města, Strategický plán města, Sektorové koncepce
- Rozpočet města a jím zřizovaných organizací, soukromé investice
- Národní dotační programy a evropské strukturální a investiční fondy
- Rozpočet kraje a vybraných státních organizací

### Strategie opatření

Zásadním předpokladem rozvoje cestovního ruchu pro město a jeho okolí je kvalitní dopravní infrastruktura včetně snadné přístupnosti turistických cílů a mobility návštěvníků mezi jednotlivými atraktivitami. Budování související dopravní infrastruktury musí být součástí investičních projektů. Pro město představuje klíčovou atraktivitu Svatá Hora a Hornické muzeum, na jejichž propojení je nezbytné dále pracovat.

Z hlediska produktového zaměření je důležitý další rozvoj prostřednictvím sítě cyklostezek, pěších a naučných stezek, které musí být rozšiřovány a ve spolupráci s partnery udržovány v bezvadném stavu. Vyšší úroveň individuální dopravy v sezonním období klade velký důraz na řešení dopravy v klidu a nabídku alternativních forem přepravy, která bude usnadňovat mobilitu návštěvníků mezi turistickými atraktivitami (např. přizpůsobování hromadné dopravy, alternativní formy).

č.	Návrh aktivit	Garant	Spolupráce	Náklady
I.2.1	Podporovat propojení klíčových atraktivit města pomocí atraktivních pěších tras / cyklotras a vnitroměstské dopravy	MěÚ Příbram	Provozovatel MHD Příbram	Dle investičních záměrů
I.2.2	Iničiovat dobudování cyklotras, naučných a pěších stezek na území města ve vazbě na jejich napojení na dálkové cyklistické komunikace a důležité turistické cíle (atraktivy) v okolí	MěÚ Příbram	Obce v okolí, kraj, MD ČR	Dle investičních záměrů
I.2.3	Budovat infrastrukturu v oblasti řešení dopravy v klidu (parkovací dům), cyklostanoviště, parkovací dům pro cyklisty, multimodální terminály Bike&Ride	MěÚ Příbram	-	Dle investičních záměrů
I.2.4	Dokončit orientační systém ve městě	MěÚ Příbram	-	Dle investičních záměrů

# Priorita I – Nabídka a dostupnost cestovního ruchu

## Indikátory pro opatření I.1 – Vytváření podmínek pro rozvoj infrastruktury a služeb cestovního ruchu

Název indikátoru	Frekvence sledování	Jak indikátor vyhodnotit?	Kritérium úspěchu	Začátek sledování
Revidovaná pravidla na podporu cestovního ruchu města ve vztahu k podnikatelským subjektům	1x ročně	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sledování sazby místních poplatků, poplatků za zábor veřejného prostranství (zahrádky, akce), daň z nemovitosti, výše pronájmu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dle aktuálního vývoje situace cestovního ruchu na trhu</li> </ul>	2020 / 2021
Počet zahájených / dokončených investičních projektů cestovního ruchu	1x ročně	<ul style="list-style-type: none"> <li>Jakýkoliv zahájený / dokončený projekt v referenčním období z části, případně jiný projekt, který bude v souladu s touto koncepcí</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Průměrně alespoň 1 dokončený projekt ročně</li> </ul>	2020 / 2021
Výše kapitálových výdajů města Příbram na projekty cestovního ruchu	1x ročně	<ul style="list-style-type: none"> <li>Na základě informací z rozpočtu města</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nelze nyní určit</li> </ul>	2020 / 2021

## Indikátory pro opatření I.2 – Podpora dostupnosti a přístupnosti turistických cílů a atraktivit

Název indikátoru	Frekvence sledování	Jak indikátor vyhodnotit?	Kritérium úspěchu	Začátek sledování
Počet a délka nově dokončených / obnovených cyklotras	1x ročně	<ul style="list-style-type: none"> <li>Na základě dat města, kraje případně KČT sledovat počet a délku nově vybudovaných nebo obnovených cyklotras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zvýšení oproti předcházejícímu období</li> </ul>	2020 / 2021
Počet a délka nově dokončených / obnovených naučných stezek, pěších stezek	1x ročně	<ul style="list-style-type: none"> <li>Na základě dat města, kraje případně KČT sledovat počet a délku nově vybudovaných nebo obnovených pěších / naučných stezek</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zvýšení oproti předcházejícímu období</li> </ul>	2020 / 2021
Počet a kapacita parkovacích ploch	1x ročně	<ul style="list-style-type: none"> <li>Na základě dat města budováním (obnovu) parkovacích ploch pro automobily nebo bicykly (odstavné plochy, parkovací domy, multimodální terminály atd.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zvýšení počtu a kapacity oproti předchozímu období</li> </ul>	2020 / 2021



# Návrh investičních projektů (opatření I.1, I.2)

Název projektu	Popis projektu	Předpokládané náklady	Zdroj financování	Vazba na opatření
<b>„Odlesnění“ areálu Svaté Hory</b>	Odstranění stromového porostu kolem Svaté Hory tak, aby byla dominanta města již z dálky viditelná.	cca 2 – 5 mil. Kč	rozpočet města (+ příp. dotace)	I.1
<b>Revitalizace území okolo Čekalikovského rybníka</b>	Obnova rybníka, vybudování klidové a odpočinkové zóny okolo Čekalikovského rybníka – projekt v přípravě.	cca 20 – 30 mil. Kč	rozpočet města + dotace	I.1
<b>Zvýšení nabídky ubytovacích kapacit</b>	Vybudování nových ubytovacích kapacit ve městě a v okolí – penziony, hotely (města), kempy (obce na hranici CHKO Brdy), lze nabídnout i netradiční formy ubytování.	cca 50 – 80 mil. Kč	podnikatelé (vlastní investice), město (iniciace, spolupráce, regulace)	I.1
<b>Vybudování multifunkčního prostoru</b>	Vybudování multifunkčního prostoru na podporu kreativních průmyslů či hornictví v industriálních prostorech města. Prostor lze využít při realizaci výstav či workshopů, příp. i pro pořádání koncertů a dalších kulturních či společenských nebo komunitních akcí.	cca 5 – 10 mil. Kč	rozpočet města (+ příp. dotace)	I.1
<b>Atraktivní pěší trasy / cyklotrasy propojující turistické cíle s centrem města</b>	Vybudování 2 – 3 atraktivních pěších tras / cyklotras mezi centrem města a hlavními turistickými cíli (Svatá Hora, Hornické muzeum). Důraz je potřeba klást na vybudování okruhů, aby si návštěvníci mohli mezi trasami vybírat. Všechny trasy je vhodné doplnit o prvky naučných stezek, což umožní jejich komercializaci a tím pádem menší nákladovost města.	cca 3 – 5 mil. Kč	rozpočet města (+ příp. dotace)	I.2
<b>Orientační systém ve městě</b>	Realizace informačního a navigačního systému ve městě k turistickým a volnočasovým aktivitám a cílům (informační panely, interaktivní mapy apod.).	cca 2 – 3 mil. Kč	rozpočet města (+ příp. dotace)	I.2

# Návrh investičních projektů (opatření I.1, I.2)

Název projektu	Popis projektu	Předpokládané náklady	Zdroj financování	Vazba na opatření
<b>Dobudování chodníků podél Příbramského potoka</b>	Dobudování chodníků podél Příbramského potoka, zaměření se na odpočinkové zóny (lavičky apod.).	cca 0,5 – 1 mil. Kč	rozpočet města (+ příp. dotace)	I.2
<b>Propojení Příbrami a Brd pomocí cyklotras</b>	Vybudování cyklotras, které umožní přímé propojení centra města Příbrami s CHKO Brdy ( alespoň tři varianty / cesty do Brd).	cca 100 – 300 mil. Kč	rozpočet města, rozpočty okolních obcí + dotace	I.2
<b>Napojení Příbrami na cyklotrasu k vodní nádrži Orlík</b>	Napojení a nové vyznačení hlavních cyklotras vedoucích z Příbramska k vodní nádrži Orlík.	cca 50 – 100 mil. Kč	rozpočet města, rozpočty okolních obcí + dotace	I.2
<b>Parkování ve městě</b>	Vybudování parkovacího domu v centru města. Alternativou může být i např. parkoviště na okraji města, ze kterého bude možnost přesunu do centra a k turistickým atraktivitám kyvadlovou dopravou.	cca 200 – 400 mil. Kč	rozpočet města (+ příp. dotace)	I.2
<b>Cyklopoint</b>	Vybudování cyklopointu s možností zápůjčky jízdních kol / elektrokol a příslušenství, servisu, opravy, úschovny apod.	cca 3 – 6 mil. Kč	rozpočet města (+ příp. dotace)	I.2
<b>Singltrek</b>	Rekonstrukce bývalého ski areálu Padák na areál vhodný pro terénní cyklistiku.	cca 10 – 20 mil. Kč	rozpočet města (+ příp. dotace)	I.2
<b>Turistický autobus</b>	Zavedení pravidelného turistického autobusu na trase Svata Hora – centrum města – Hornické muzeum.	cca 0,5 – 1 mil. Kč	rozpočet města (+ příp. dotace)	I.2
<b>Revitalizace náměstí J. A. Alise na Březových Horách</b>	Zvýšení atraktivity náměstí pro místní obyvatele a návštěvníky města – projekt v přípravě.	cca 20 – 30 mil. Kč	rozpočet města + dotace	I.2

# Priorita 2 – Organizace cestovního ruchu

## Opatření 2.1 – Podpora rozvoje destinační spolupráce ve městě a jeho okolí

### Cíle a záměry opatření

- Zlepšení výkonu činností města v oblasti turismu a vytváření podmínek pro destinační spolupráci
- Zlepšit úroveň partnerství v cestovním ruchu ve městě a jeho okolí
- Aktivně spolupracovat s DMO Brdy a Podbrdsko ve prospěch rozvoje turismu města

### Nástroje

- Strategický plán města, Sektorové koncepce
- Kategorizace organizací destinačního managementu
- Rozpočet města, okolních obcí, NNO a soukromých subjektů
- Rozpočet Středočeské centrály cestovního ruchu, DMO Brdy a Podbrdsko

### Strategie opatření

Za účelem posílení destinační spolupráce ve městě by město mělo zřídit koordinátora cestovního ruchu (destinačního manažera). Jeho úkolem by měla být koordinace partnerů v destinaci, spolupráce na vytváření produktové nabídky a komunikační strategie. Koordinátor CR také musí aktivně spolupracovat na realizaci rozvojových projektů za účelem zkvalitnění nabídky. Tato osoba je také iniciátorem destinační spolupráce mezi institucemi veřejné správy, okolními obcemi, DMO Brdy a Podbrdsko, Středočeskou centrálou cestovního ruchu, investory, místními podnikateli a obyvateli. Aktivně musí pracovat na rozšíření partnerů v destinaci. Pro výkon této pozice musí mít tato osoba potřebné kompetence a rozhodovací pravomoci.

Součástí opatření je také podpora a rozvoj Informačního centra MěÚ Příbram, které je důležitou součástí organizační struktury cestovního ruchu, partnerem koordinátora CR a součástí komunikační strategie cestovního ruchu města.

č.	Návrh aktivit	Garant	Spolupráce	Náklady
2.1.1	Vytvořit novou pozici koordinátora cestovního ruchu (destinačního manažera) a pracovní skupinu pro koordinaci aktivit cestovního ruchu ve městě	MěÚ Příbram	-	cca 800 tis. Kč ročně
2.1.2	Spolupracovat s DMO Brdy a Podbrdsko a aktivně využívat členství města v integračních platformách (např. Středočeská centrála CR, Národní geopark Barrandien, Svazek obcí Podbrdského regionu, Dobrovolný svazek obcí ORP Příbram, místní akční skupiny apod.)	Koordinátor CR	DMO Brdy a Podbrdsko	Dle výše příspěvku
2.1.3	Podporovat a rozvíjet činnost Informačního centra MěÚ Příbram	MěÚ Příbram	IC MěÚ Příbram, koordinátor CR	cca 2 – 4 mil. Kč
2.1.4	Zvyšovat podíl NNO a soukromých subjektů zapojených do destinační spolupráce ve městě a v okolí (rozšíření databáze partnerů)	Koordinátor CR	Partneři v destinaci	Bez přímých nákladů

# Priorita 2 – Organizace cestovního ruchu

## Opatření 2.2 – Management kvality a zdrojů cestovního ruchu

### Cíle a záměry opatření

- Zlepšení kvality poskytovaných služeb a zvýšení spokojenosti návštěvníků
- Zkvalitnění využití dat a informací o cestovním ruchu
- Profesionalizace a zvýšení dostupnosti lidských zdrojů cestovního ruchu

### Nástroje

- Strategický plán města, Sektorové koncepce
- Technické předpoklady kvality (certifikace), Český systém kvality služeb
- Data a informace (Město, ČSÚ, CzechTourism, MMR ČR, DMO Brdy a Podbrdsko, atd.)

### Strategie opatření

Podstatnou součástí principů destinačního managementu jsou kvalitní data a informace, na jejichž základě je možné provádět důležitá strategická rozhodnutí. Úkolem koordinátora CR by mělo být vytvoření systému sběru, sledování a vyhodnocování dat včetně dat pro vyhodnocování této Koncepce. Okruh sbíraných dat je dostupný v Metodickém postupu pro systém sledování ukazatelů o vývoji destinace Kategorizace DMO, přičemž na jeho vytvoření je vhodné spolupracovat s DMO Brdy a Podbrdsko.

Zavedení principů kvality do řízení destinace se přímo podílí na výsledné úrovni poskytovaných služeb a spokojenosti návštěvníků. Zde je vhodné pracovat na zvyšování počtu oficiálně certifikovaných poskytovatelů služeb technickými předpoklady kvality a Českého systému kvality služeb. Toto zvýšení je možné dosáhnout zvýhodněním spolupráce města se subjekty, které budou plnit minimální požadavky kvality. Motivovat k zavedení těchto systémů je úkolem koordinátora CR.

č.	Návrh aktivit	Garant	Spolupráce	Náklady
2.2.1	Vytvořit systém sběru, sledování a vyhodnocování dat o výkonu cestovního ruchu ve městě	Koordinátor CR	MěÚ Příbram, partneři v destinaci, DMO Brdy a Podbrdsko	Bez přímých nákladů
2.2.2	Zvýšit počet oficiálně certifikovaných subjektů v cestovním ruchu technickými předpoklady kvality a produktovými certifikacemi (Hotelstars Union, Cyklisté vítání atd.)	Koordinátor CR	Profesní asociace, partneři v destinaci	Bez přímých nákladů
2.2.3	Podpořit certifikaci subjektů cestovního ruchu ve městě v rámci ČSKS	Koordinátor CR	CzechTourism, partneři v destinaci	cca 2 – 4 mil. Kč
2.2.4	Podporovat rozvoj odborných kompetencí zapojováním se do vhodných vzdělávacích programů	Koordinátor CR	MěÚ Příbram, IC MěÚ Příbram, partneři v destinaci	cca 100 – 200 tis. Kč ročně

# Priorita 2 – Organizace cestovního ruchu

## Indikátory pro opatření 2.1 – Podpora rozvoje destinační spolupráce ve městě a jeho okolí

Název indikátoru	Frekvence sledování	Jak indikátor vyhodnotit?	Kritérium úspěchu	Začátek sledování
Nová pozice koordinátora pro cestovní ruch	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dosažení cíle realizací Koncepce</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Existující osoba koordinátora pro cestovní ruch</li> </ul>	2020 / 2021
Výše tržeb na prodej služeb v IC	1x ročně	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sledování tržeb za prodej služeb, upomínkových předmětů a místních výrobků</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>10 % nárůst oproti předcházejícímu období</li> </ul>	2020 / 2021
Činnost pracovní skupiny pro cestovní ruch	1x ročně	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sledování frekvence jednání pracovní skupiny a účasti jejích členů na jednání</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Min. 4 jednání pracovní skupiny ročně</li> </ul>	2020 / 2021
Počet aktivních partnerů ze soukromého sektoru ve městě	1x ročně	<ul style="list-style-type: none"> <li>Počet aktivně spolupracujících partnerů ze soukromého sektoru v databázi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Min. 20 stále aktivních partnerů</li> </ul>	2020 / 2021
Počet společných projektů a aktivit s DMO Brdy a Podbrdsko	1x ročně	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sledování plnění od DMO Brdy a Podbrdsko za řádně placený příspěvek</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Min. 5 společných aktivit / projektů ročně</li> </ul>	2020 / 2021

## Indikátory pro opatření 2.2 – Management kvality a zdrojů cestovního ruchu

Název indikátoru	Frekvence sledování	Jak indikátor vyhodnotit?	Kritérium úspěchu	Začátek sledování
Vytvořený a aktualizovaný systém sběru dat	1x ročně	<ul style="list-style-type: none"> <li>Naplnění doporučených ukazatelů podle metodického postupu Kategorizace DMO pro systém sledování ukazatelů o vývoji destinace</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vytvořený a aktualizovaný systém – např. MS Excel, BI nástroj, web</li> </ul>	2020 / 2021
Počet ubytovacích zařízení certifikovaných v rámci Hotelstars Union	1x ročně	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informace v databázi Hotelstars union – platné certifikace</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Min. 3 certifikované ubytovací zařízení ve městě do roku 2023</li> </ul>	2020 / 2021
Počet certifikovaných subjektů v rámci ČSKS	1x ročně	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informace v databázi ČSKS – platné certifikace</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Min. 4 certifikovaných subjektů do roku 2023</li> </ul>	2020 / 2021
Počet vzdělávacích akcí	1x ročně	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vzdělávací akce v oblasti cestovního ruchu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Min. 2 vzdělávací akce konané ve městě</li> </ul>	2020 / 2021
Počet vzdělávacích hodin pracovníků TIC	1x ročně	<ul style="list-style-type: none"> <li>Účast na tematických vzdělávacích akcích (jazykové vzdělávání, školení ATIC ČR, CzechTourism atd.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Min. 16 vzdělávacích hodin pracovníka IC ročně</li> </ul>	2020 / 2021

# Priorita 3 – Marketing a propagace

## Opatření 3.1 – Tvorba produktů a programových nabídek v cestovním ruchu

### Cíle a záměry opatření

- Využití USP (jedinečný prodejní argument) a RTB (důvody pro důvěru v produkt) pro tvorbu produktů, balíčků a témat pro marketing cestovního ruchu za účelem zvýšení návštěvnosti města a omezení sezónnosti turismu
- Zvýšení atraktivity produktové (zážitkové) nabídky cestovního ruchu města

### Nástroje

- Strategický plán města, Sektorové koncepce
- Produktová strategie cestovního ruchu
- Rozpočet města, partnerů, okolních obcí, DMO Brdy a Podbrdsko, Středočeské centrály cestovního ruchu a CzechTourism

### Strategie opatření

Produkty cestovního ruchu, konkrétní programové nabídky a balíčky služeb představují základní konkurenční výhody každé destinace. Předmětem koncepce je proto vytvoření základního systému produktů včetně výchozí produktové strategie. Za tím účelem jsou součástí této části definovány 3 základní produkty a k nim jsou zpracovány produktové karty, které obsahují základní přístup k jejich dalšímu systematickému rozvoji. Koordinátorem CR musí být toto produktové portfolio řízeno tak, aby stále odpovídalo poptávce cestovního ruchu. Ve spolupráci s partnery jsou produkty inovovány o jejich dílčí programové nabídky a balíčky. Z toho důvodu jsou součástí tohoto opatření také akce a jejich systematická podpora. Koordinátor CR za tím účelem iniciuje pravidelnou diskuzi se svými partnery. Produkty destinace jsou prostřednictvím Komunikační strategie umisťovány na zdrojové trhy a cílové skupiny návštěvníků na základě účelně zvolených komunikačních aktivit. Z hlediska efektivity komunikace produktů je vhodné, aby byly produkty provázány na systém produktů DMO Brdy a Podbrdsko a Středočeské centrály cestovního ruchu.

č.	Návrh aktivit	Garant	Spolupráce	Náklady
3.1.1	Rozvíjet definované produktové portfolio města Příbrami a vytvářet na jeho základě konkrétní programové nabídky a turistické balíčky	Koordinátor CR	MěÚ Příbram, DMO Brdy a Podbrdsko, Středočeská centrála cestovního ruchu, partneři v destinaci	Dle konkrétního záměru
3.1.2	Zpracovat profesionální výzkum image města a profilu návštěvníka	Koordinátor CR	MěÚ Příbram, DMO Brdy a Podbrdsko, Středočeská centrála cestovního ruchu, partneři v destinaci	Cca 150 – 200 tis. Kč
3.1.3	Podporovat a koordinovat stávající akce (eventy) na základě pravidel stanovených v dotačním programu na podporu kulturních akcí ve městě	Městské kulturní centrum	MěÚ Příbram, koordinátor CR, partneři v destinaci	Dle akce
3.1.4	Rozvíjet portfolio konaných akcí a rozšiřovat ho o nové akce, které zapadají do kontextu města	Městské kulturní centrum	MěÚ Příbram, koordinátor CR, partneři v destinaci	Dle akce



# Marketing a propagace – produkty cestovního ruchu

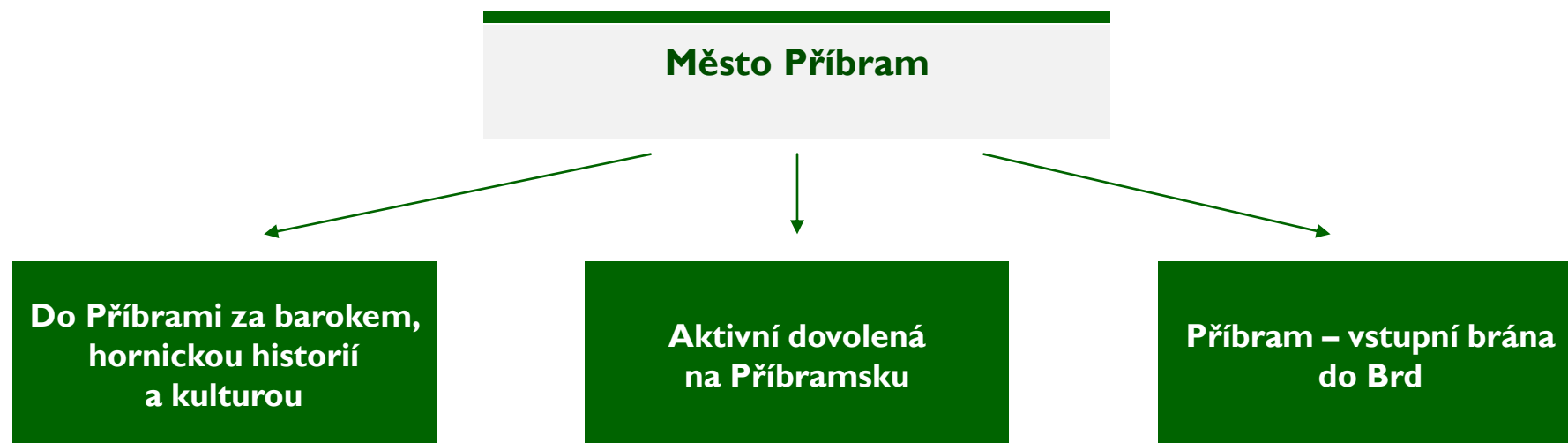
V této části je navržen základní systém produktů cestovního ruchu, který vychází z analýzy potenciálu města Příbrami a jeho okolí. Při navrhování systému produktů byly vzaty v potaz základní konkurenční výhody a USP (Unique Selling Proposition) města a okolí, kterými jsou zejména poutní místo Svatá Hora, hornická historie a Chráněná krajinná oblast Brdy.

Základem všech definovaných produktů je orientace na zážitek a jejich komerční a obchodní zaměření umožňující jejich rozvoj na základě principů destinační spolupráce. Hlavním nositelem systému produktů je město Příbram, které za účelem jejich rozvoje zřídí pozici koordinátora pro cestovní ruch (destinační manager). Systém produktů byl vytvořen s využitím metodického postupu Kategorizace DMO „Manuál tvorby produktů cestovního ruchu“.

Produkty je potřeba vytvářet pro konkrétní cílové skupiny. Důležitou roli zde tedy hraje segmentace klientely – tzn. vhodná nabídka pro konkrétní cílovou skupinu. Z důvodu budování pozitivní image destinace a její konkurenceschopnosti je tedy nutné neustále zjišťovat požadavky a přání návštěvníků a průběžně připravovat nové produkty, které budou tyto požadavky akcentovat.

Příklady vybraných produktů cestovního ruchu:

- <https://www.cb-hl.cz/produkty>
- [https://www.ceskomoravskepomezí.cz/902\\_83\\_cykloturisticky-zajezd-okolím-litomysle/](https://www.ceskomoravskepomezí.cz/902_83_cykloturisticky-zajezd-okolím-litomysle/)



# Marketing a propagace – produkty cestovního ruchu

<b>Název produktu</b>	<b>Do Příbrami za barokem, hornickou historií a kulturou</b>	
<b>Koordinátor produktu</b>	Koordinátor CR (destinační manager)	
<b>USP produktu</b>	Město Příbram / Svatá Hora / Hornické muzeum / Kulturní či sportovní akce	
<b>Popis produktu</b>	Produkt je zaměřen na hlavní turistické atraktivity města Příbrami. Tyto atraktivity doplní realizovaná kulturní / sportovní či společenská akce ve městě.	
<b>Hlavní komponenty (RTB)</b>		<b>Partneři produktu (mezi odvětvová vazba)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Svatá Hora v Příbrami</li> <li>Hornické muzeum</li> <li>Kulturní / společenské akce</li> <li>Centrum města (Pražská ulice, náměstí T. G. Masaryka)</li> <li>Zelená páteř města</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Partneři v destinaci (poskytovatelé služeb a provozovatelé atraktivit ve městě), DMO Brdy a Podbrdsko, Středočeská centrála cestovního ruchu</li> <li>Případně CzechTourism</li> </ul>
<b>Přínosy produktu pro návštěvníky</b>		<b>Hlavní segmenty klientely</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Poznání jednoho z nejznámějších poutních míst ve střední Evropě</li> <li>Poznání hornické historie města a jeho blízkého okolí</li> <li>Zábava / relaxace v rámci konání kulturní / sportovní či společenské akce</li> <li>Odpocinek s rodinou, přáteli</li> <li>Rozšíření možnosti trávení volného času ve městě v rámci celého roku</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Poutníci</li> <li>Požitkáři</li> <li>Pařmeni</li> </ul>
<b>Přínosy produktu pro partnery / destinaci</b>		<b>Hlavní cílové trhy</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Zvýšení počtu návštěvníků a přenocování – celoroční produkt</li> <li>Zvýšení příjmů místních podnikatelů</li> <li>Zvýšení celoroční návštěvnosti lokality</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Česko</li> <li>Rakousko, Německo, Polsko, Slovensko</li> </ul>

# Marketing a propagace – produkty cestovního ruchu

<b>Název produktu</b>	<b>Aktivní dovolená na Příbramsku</b>		
<b>Koordinátor produktu</b>	Koordinátor CR (destinační manager)		
<b>USP produktu</b>	Příroda / CHKO Brdy / Vodní nádrž Slapy / Vodní nádrž Kamýk		
<b>Popis produktu</b>	Produkt je založen na možnostech města Příbrami a okolní krajiny a přírody pro trávení aktivní dovolené.		
<b>Hlavní komponenty (RTB)</b>		<b>Partneři produktu (mezi odvětvová vazba)</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cyklostezky, cyklotrasy, pěší a naučné trasy – tematicky zaměřené</li> <li>▪ Sportovní a volnočasové aktivity</li> <li>▪ CHKO Brdy</li> <li>▪ Vodní nádrž Slapy</li> <li>▪ Vodní nádrž Kamýk</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Partneři v destinaci (poskytovatelé služeb a provozovatelé atraktivit ve městě a v jeho okolí), AOPK ČR, DMO Brdy a Podbrdsko, Středočeská centrála cestovního ruchu</li> <li>▪ Případně CzechTourism</li> </ul>	
<b>Přínosy produktu pro návštěvníky</b>		<b>Hlavní segmenty klientely</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aktivní relaxace v krajině s krásnou přírodou</li> <li>▪ Dovolená na vodě</li> <li>▪ Poznání zámků v okolí</li> <li>▪ Poznání rozhleden v okolí</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Rekreatanti</li> <li>▪ Dobrodruzi</li> <li>▪ Pařmeni</li> </ul>	
<b>Přínosy produktu pro partnery / destinaci</b>		<b>Hlavní cílové trhy</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zvýšení počtu návštěvníků a přenocování (rozšíření sezony do jara a podzimu)</li> <li>▪ Zvýšení příjmů místních podnikatelů</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Česko</li> <li>▪ Rakousko, Německo, Polsko, Slovensko</li> </ul>	

# Marketing a propagace – produkty cestovního ruchu

<b>Název produktu</b>	<b>Příbram – vstupní brána do Brd</b>		
<b>Koordinátor produktu</b>	Koordinátor CR (destinační manager)		
<b>USP produktu</b>	CHKO Brdy / Příroda na Příbramsku		
<b>Popis produktu</b>	Produkt návštěvníkům představí CHKO Brdy a přírodní krásy v blízkém okolí města Příbrami.		
<b>Hlavní komponenty (RTB)</b>		<b>Partneři produktu (mezi odvětvová vazba)</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ CHKO Brdy</li> <li>▪ Příroda v okolí Příbrami</li> <li>▪ Cyklotrasy, pěší a naučné trasy – tematicky zaměřené</li> <li>▪ Cyklopoint (viz projekty)</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Partneři v destinaci (poskytovatelé služeb a provozovatelé atraktivit ve městě a v jeho okolí), AOPK ČR, MŽP ČR, DMO Brdy a Podbrdsko, Středočeská centrála cestovního ruchu</li> <li>▪ Případně CzechTourism</li> </ul>	
<b>Přínosy produktu pro návštěvníky</b>		<b>Hlavní segmenty klientely</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Poznání atraktivních přírodních krás v okolí města Příbrami</li> <li>▪ Aktivní relaxace v krajině s krásnou přírodou</li> <li>▪ Podpora zdravého životního stylu, pohyb na čerstvém vzduchu</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Rekreaanti</li> <li>▪ Dobrodruzi</li> </ul>	
<b>Přínosy produktu pro partnery / destinaci</b>		<b>Hlavní cílové trhy</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zvýšení počtu návštěvníků a přenocování (rozšíření sezony do jara a podzimu)</li> <li>▪ Zvýšení příjmů místních podnikatelů</li> <li>▪ Podpora podnikatelů v přímé a nepřímé vazbě na turismus</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Česko</li> <li>▪ Rakousko, Německo, Polsko, Slovensko</li> </ul>	

# Marketing a propagace – komunikační strategie

Komunikační strategie cestovního ruchu je navržena jako integrovaná, která využívá synergie partnerství města s DMO Brdy a Podbrdsko, Středočeskou centrálou cestovního ruchu a ve vybraných aktivitách také s agenturou CzechTourism. Důvodem takto navržené strategie je omezený rozpočet města na marketingové aktivity cestovního ruchu, který neumožňuje realizovat komplexní komunikaci. Prostřednictvím činnosti koordinátora pro cestovní ruch a Informačního centra se město musí zapojovat do společných marketingových projektů a využívat je ve svůj prospěch. Rovněž je vhodné využívat podpůrnou mediální propagaci, která může být impulsem k návštěvě města.

Komunikační kanál	Město Příbram	DMO Brdy a Podbrdsko	Středočeská centrála cestovního ruchu	CzechTourism
<b>ATL (nadlinková komunikace)</b> <i>Televize, rádio, out-of-home (billboardy, citylighty)</i>	Pouze vybrané aktivity – např. tiskoviny	Ano – v rámci partnerství se zaměřením na Příbramsko	Ano – v rámci partnerství se zaměřením na celou ČR a blízké trhy (Rakousko, Německo, Polsko, Slovensko)	Pouze vybrané nosné aktivity s vazbou na národní produkty (např. aktivní dovolená)
<b>BTL (podlinková reklama)</b> <b>Webové stránky</b>	<a href="http://www.poznejpribram.cz">www.poznejpribram.cz</a>	<a href="http://www.brdyapodbrdsko.cz">www.brdyapodbrdsko.cz</a>	<a href="http://www.centralbohemia.cz">www.centralbohemia.cz</a>	<a href="http://www.czechtourism.cz">www.czechtourism.cz</a> <a href="http://www.czechtourism.com">www.czechtourism.com</a> <a href="http://www.kudyznudy.cz">www.kudyznudy.cz</a>
<b>BTL (podlinková reklama)</b> <b>Sociální sítě</b>	Facebook (speciální profil) Instagram (speciální profil) YouTube (nově založený)	Facebook Instagram	Facebook Instagram	Facebook Instagram
<b>Ostatní BTL kanály</b> <i>(věrnostní akce, neadresný rozsev, akce atd.)</i>	Ano – eventy, akce, direct marketing na místním trhu (Příbramsko)	Ano (Příbramsko)	Ano – Česká republika, Rakousko, Německo, Polsko	Pouze cíleně vybrané aktivity v partnerství (CzechSpecials, Kudyznudy, ČSKS, ambasador program atd.) a vzdálené trhy
<b>C2C / Worlds of Mouth</b>	Ano – využití opakovaných návštěv	Ano – ve spolupráci	Ne	Ne
<b>Veletrhy</b>	Samostatně ne	Ano – ve spolupráci	Ano – prostřednictvím DMO Brdy a Podbrdsko	Ano – prostřednictvím Středočeské centrály cestovního ruchu
<b>Partnerský marketing</b>	Ano – provozovatelé služeb a poskytovatelé atraktivit	Ano – ve spolupráci partnerů Příbramska	Ano – ve spolupráci	Ano, ve spolupráci, cílené vybrané aktivity

# Marketing a propagace – segmentace klientely

Agentura CzechTourism v současné době využívá moderní archetypální segmentaci cestovního ruchu. Z hlediska implementace Konceptu cestovního ruchu města Příbrami je vhodné pro potřeby komunikační strategie využívat tento moderní přístup. Tento přístup eliminuje tradiční dělení segmentů dle věku a soustřeďuje se primárně na jednotlivé archetypy potenciálních návštěvníků např. rodiny s dětmi mohou být při své dovolené velmi aktivní, jiné preferují spíše pasivní způsob dovolené.

<b>Rekreanti</b>	Vyšší příjmy a více volného času. Segment rekreantů jezdí na levnou dovolenou především za účelem odpočinku. O cílové destinaci se dozvídají od známých na doporučení nebo v televizi a zájezd bývá realizovaný prostřednictvím cestovní kanceláře. Program si však rekreanti organizují sami a je založený na trávení času s rodinou při nenáročných aktivitách jako jsou nákupy, sledování televize či posezení s blízkými.
<b>Pařmeni</b>	Hlavním důvodem pro cestování segmentu pařmenů je především noční zábava na nových místech, která je cenově dostupná. Cílovou destinaci navštěvují bez cestovní kanceláře ve skupině přátel na základě doporučení na internetu. Ubytovávají se v hostelech, apartmánech nebo u známých. Program řeší tradičně až na místě a je založený na navštěvování barů a klubů.
<b>Požitkáři</b>	Pro požitkáře je při jejich cestách důležitá kvalita nabízených služeb a snadná dostupnost. Na cesty se vydávají prostřednictvím cestovních kanceláří, které pro ně zařizují i dílčí výlety. Informace o destinacích čerpají z časopisů, propagačních materiálů cestovních kanceláří. Při cestách rádi poznávají přírodu, ochutnávají místní speciality a relaxují v lázních a wellness centrech.
<b>Poutníci</b>	Segment poutníků cestuje za poznáním místní kultury, tradic obyvatel a lokálních jídel. Na svých cestách navštěvují hrady a zámky, historická města a památky. Poutníci jsou velmi citliví na dodržování lidských práv a toleranci. Do cílové destinace jezdí na dobu delší než dva týdny a především sami. Informace o destinaci čerpají převážně z dokumentů nebo knih a jedná se především o zajištěné a vysokoškolsky vzdělané cestovatele.
<b>Dobrodruzi</b>	Pro dobrodruhy je nejdůležitější poznávání nových míst se snahou o autentický zážitek. Trasa bývá pečlivě naplánovaná bez využití cestovních kanceláří a její součástí je poznávání lokálních obyvatel a návštěva místních kulturních akcí a koncertů. Při cestování často aktivně sportují a rádi podnikají turistické výlety za atraktivitami v okolí destinace. Dobrodruzi jsou zajištění lidé nejrozumnějšího věku.



# Priorita 3 – Marketing a propagace

## Opatření 3.2 – Komunikační aktivity cestovního ruchu

### Cíle a záměry opatření

- Zvýšení zájmu o návštěvu města jako turistické destinace
- Optimalizace nastavení komunikačního mixu v návaznosti na segmentaci (cílové skupiny a zdrojové trhy)

### Nástroje

- Strategický plán města, Sektorové koncepce
- Komunikační strategie (marketingový mix)
- Rozpočet města, partnerů, DMO Brdy a Podbrdsko, Středočeské centrály cestovního ruchu

### Strategie opatření

Komunikační strategie je založena na sdílení finančních prostředků města a partnerů v destinaci ve vazbě na aktivity DMO Brdy a Podbrdsko, Středočeské centrály cestovního ruchu, případně CzechTourism, čímž dojde k efektivnějšímu využívání finančních zdrojů a synergickým efektům. Komunikační aktivity realizované za prostředky města a jeho partnerů je doporučeno primárně cílit na lokální domácí trh (okolí města). Součástí Komunikační strategie jsou také typové aktivity určené k realizaci. Z hlediska segmentů klientely je vhodné se zaměřit zejména na rodiny s dětmi, seniory a cílové skupiny, které vyhledávají aktivní formy turismu (cyklistika, pěší turistika atd.). Pro provedení komunikačních aktivit je doporučeno využít archetypální segmentaci CzechTourism.

Při realizaci vlastních komunikačních aktivit musí být kladen důraz na jejich efektivitu a smysluplnost. Jako hlavní komunikační nástroje by měly být využívány webové stránky, sociální sítě, ATL, BTL, C2C / WOM, veletrhy a partnerský marketing.

č.	Návrh aktivit	Garant	Spolupráce	Náklady
3.2.1	Pravidelně aktualizovat webové stránky města zaměřené na turismus, napojit je na partnerské weby DMO Brdy a Podbrdsko, Středočeskou centrálu cestovního ruchu apod.	Koordinátor CR	MěÚ Příbram, DMO Brdy a Podbrdsko, Středočeská centrála cestovního ruchu	Bez přímých nákladů
3.2.2	Management sociálních sítí (správa Facebook a Instagram, založení YouTube, případně Twitter)	Koordinátor CR	MěÚ Příbram, partneři v destinaci	Bez přímých nákladů
3.2.3	Realizovat komunikační kampaně na zdrojových trzích a segmentech klientů dle komunikační strategie	Koordinátor CR	DMO Brdy a Podbrdsko, Středočeská centrála cestovního ruchu, partneři v destinaci	Dle kampaně
3.2.4	Organizovat press tripy, fam tripy nebo prezentační akce	Koordinátor CR	MěÚ Příbram, DMO Brdy a Podbrdsko, Středočeská centrála cestovního ruchu, partneři v destinaci	Dle akce

# Priorita 3 – Marketing a propagace

## Indikátory pro opatření 3.1 – Tvorba produktů a programových nabídek v cestovním ruchu

Název indikátoru	Frekvence sledování	Jak indikátor vyhodnotit?	Kritérium úspěchu	Začátek sledování
Spolupráce na rozvoji a inovaci produktů s okolními atraktivitami a destinacemi	1x ročně	<ul style="list-style-type: none"> <li>Statistika počtu poskytovatelů služeb zapojených do produktu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Min. 3 nově zapojených partnerů ročně do produktů</li> </ul>	2021
Profesionální výzkum image města a profilu návštěvníka	1x za 5 let	<ul style="list-style-type: none"> <li>Provedení testování hodnoty agenturou výzkumu trhu / vlastními nástroji</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Výsledný výzkum</li> </ul>	2021 a 2025
Počet akcí (kulturní, sportovní, jiné) ve městě	1x ročně	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sledování počtu akcí konaných ve městě</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>V roce 2023 min. o 2 zásadní akce více než v roce 2020</li> </ul>	2021

## Indikátory pro opatření 3.2 – Komunikační aktivity cestovního ruchu

Název indikátoru	Frekvence sledování	Jak indikátor vyhodnotit?	Kritérium úspěchu	Začátek sledování
Nastavení integrované komunikační kampaně dle komunikační strategie	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dosažení cíle realizací projektů</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Existující řízené kampaně</li> </ul>	2021
Návštěvnost webových stránek	1/4 roku	<ul style="list-style-type: none"> <li>Statistika návštěvnosti webu – analýza Google Analytics</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nárůst o 5 % ročně</li> </ul>	2021
Aktivní využívání sociálních sítí Facebook a Instagram a založení YouTube kanálu	1/4 roku	<ul style="list-style-type: none"> <li>Počet fanoušků, statistika počtu aktivit na sociálních sítích</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>10 % nárůst počtu fanoušků ročně</li> <li>Průměrně min. 2 nové příspěvky týdně na každé aktivní sociální síti</li> </ul>	2020
Počet info cest (press a fam tripů)	1x ročně	<ul style="list-style-type: none"> <li>Statistika počtu info cest</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Min. 2 aktivity za období</li> </ul>	2021
Počet tiskovin	1x ročně	<ul style="list-style-type: none"> <li>Statistika počtu tiskovin (náklad, distribuce)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1 nová / aktualizovaná tiskovina</li> </ul>	2021
Úspěšnost marketingových kampaní	Dle kampaně	<ul style="list-style-type: none"> <li>Výše (ekvivalent) AVE / dosah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zvýšení počtu návštěvníků / výdajů</li> </ul>	2021

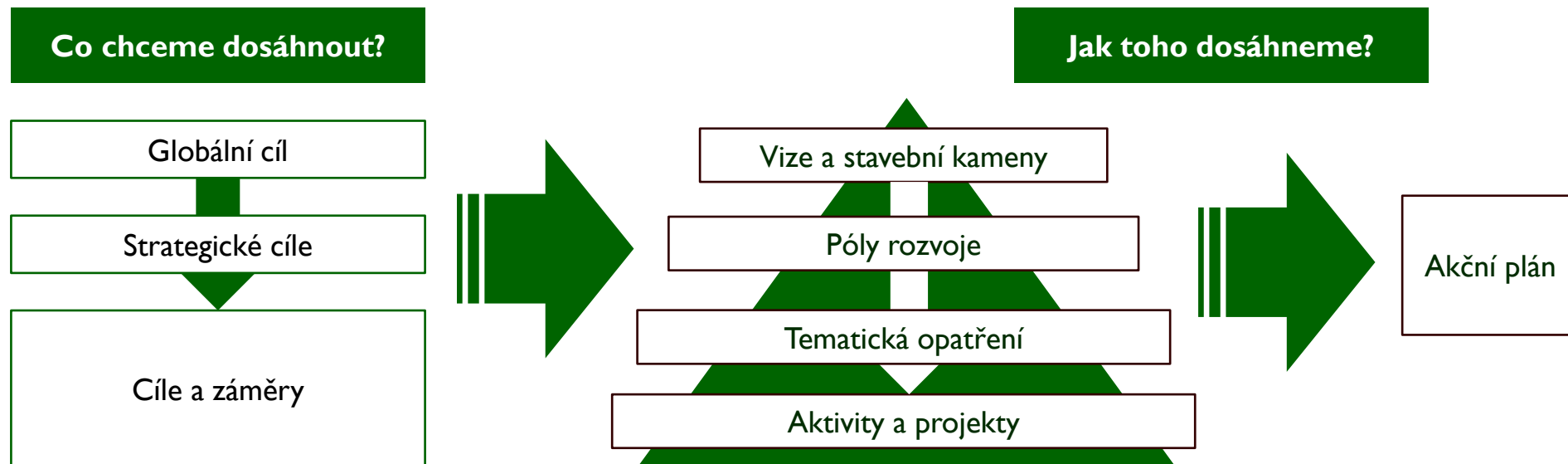
# C. Implementační část

*Prováděcí dokument Koncepce cestovního ruchu*

# Způsob práce s Konceptcí cestovního ruchu

Předmětem implementační části je stanovení způsobu realizace, monitoringu a vyhodnocování Konceptce v průběhu její platnosti. V této části jsou uvedeny nástroje implementace, kterým je Akční plán. Ten představuje prováděcí dokument upřesňující definovanou koncepci.

## Hierarchická struktura Konceptce



Naplňování Konceptce probíhá primárně prostřednictvím aktivit a projektů, které musí mít proto, aby byly naplněny, vždy nějakého vlastníka, který je v Konceptci označován jako její garant.

č.	Návrh aktivit	Garant	Spolupráce	Náklady
I.1.1	Přizpůsobovat pravidla města podpoře podnikatelského prostředí v cestovním ruchu (daň z nemovitosti, cena za pronájem veřejných budov a pronájmu veřejného prostoru)	MěÚ Příbram	Koordinátor CR	Bez přímých nákladů

Název aktivity, která má být v rámci opatření zrealizována a povede k naplňování stanoveného opatření Konceptce.

Subjekt, který je odpovědný za realizaci dané aktivity, odpovídá gestorovi Konceptce za její naplňování.

Indikativní výčet subjektů, které by měly na dané aktivitě spolupracovat.

Indikativní náklady na realizaci aktivity.

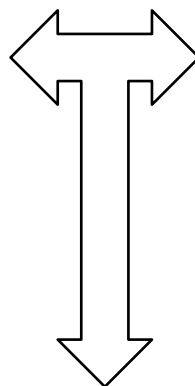
# Organizační struktura Koncepce ve městě Příbrami

Organizační struktura Koncepce zahrnuje několik subjektů a úrovní. Při implementaci je nutné určit konkrétní subjekty a osoby odpovědné nejen za realizaci jednotlivých aktivit a projektů, ale i za kontrolu (monitoring) jejich plnění. Předpokladem pro úspěšnou realizaci projektů je aktivní podpora ze strany města.

## Zastupitelstvo a Rada města Příbram

Vrcholným článkem procesu implementace jsou orgány města, kterým připadá rozhodovací pravomoc. Jejich hlavní činností v procesu implementace je:

- Schválení Koncepce dle Zákona č. 128/2000., o obcích;
- Projednání vyhodnocení plnění Koncepce;
- Schválení jednotlivých projektů k realizaci;
- Politická odpovědnost za naplnění vize.



## Komise kulturní, letopisecká a památková

Komise zajišťuje v rámci města koordinaci strategického řízení v oblasti kulturní, letopisecké a památkové. Komise se schází cca 4x ročně (nebo dle potřeby). Její činností v rámci implementace je:

- Provádění dohledu nad realizací a aktualizací Koncepce cestovního ruchu;
- Projednání a tvorba jednotlivých projektů;
- Monitorování realizace Koncepce cestovního ruchu.

## Garanti dílčích aktivit a projektů

Jsou subjekty (další odbory města, organizace, osoby), které jsou odpovědné za realizaci jednotlivých aktivit a projektů cestovního ruchu dle dílčích projektových záměrů. Jejich úkolem je:

- Odpovědnost za dílčí projekty a aktivity;
- Reporting a monitoring stavu projektů koordinátorovi CR a gestorovi Koncepce.

## Odbor kancelář města (gestor)

Věcně příslušný odbor, který je pořizovatelem a gestorem této Koncepce. Jeho činností je především:

- Odpovědnost za přípravu Akčního plánu Koncepce a zpráv a jejím vyhodnocování;
- Předkládání dokumentů do komise, rady a zastupitelstva města Příbram.

## Koordinátor cestovního ruchu (destinační manager)

Je nově vytvořená pozice vyplývající z této Koncepce. Úkolem koordinátora je především:

- Koordinovat aktivity a vybrané projekty cestovního ruchu ve městě, a to jak investiční, tak marketingově zaměřené;
- Věcně připravovat Akční plán ke Koncepti a připravovat vyhodnocení Koncepce;
- Rozvíjet destinační spolupráci.

Informační centrum Městského úřadu Příbram

Partneři v destinaci

Pracovní skupina  
pro koordinaci aktivit  
cestovního ruchu

# Kontrola, monitoring a vyhodnocování Koncepce

Pro dosažení stanovených opatření bude Koncepce průběžně monitorována a v určeném termínu aktualizována. Monitoring Koncepce je prováděn průběžně v souladu se stanovenými indikátory. Komplexní vyhodnocení Koncepce a její případná aktualizace je prováděna jednou za 5 let.

		Garant aktivity / projektu	Koordinátor CR	Gestor (odbor kanceláře města)	Komise kulturní, letopisecká a památková	Rada / Zastupitelstvo
<b>Průběžné vyhodnocení a monitoring</b>	Každý rok	Připravuje podklady	Vypracovává zprávu o plnění a připravuje <b>Akční plán</b>	Kontroluje a předkládá	Projednává a doporučuje	Projednává a schvaluje
<b>Komplexní vyhodnocení a aktualizace</b> (pořízení nové Koncepce)	Každých 5 let	Připravuje podklady	Připravuje podklady a podílí se na zpracování	Vypracovává (externí spolupráce), předkládá	Projednává a doporučuje	Projednává a schvaluje

Vyhodnocování Koncepce je prováděno na základě indikátorů, které jsou stanoveny pro úroveň cílů a aktivit v rámci jednotlivých opatření. Indikátory slouží především k měření míry naplňování Koncepce. V Koncepci jsou stanoveny dva základní typy indikátorů:

<b>Indikátory kontextu</b> (Indikátory uvedené u globálního a strategických cílů)	Měří celkovou účinnost Koncepce. Jejich naplnění závisí na způsobu implementace dokumentu a na vnějších podmínkách – např. ekonomický vývoj. Pokud dojde k objektivním změnám vnějších podmínek, případně podstatné změně způsobu implementace, je nezbytné hodnoty těchto indikátorů aktualizovat.	<b>Tipy pro monitoring a kontrolu plnění Koncepce:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Analýza vnějšího prostředí</b> – prováděna cca 1x za 2 až 3 roky pro vyhodnocení změn, které mohou ovlivnit cestovní ruch ve městě</li> <li><b>Analýza vnitřního prostředí</b> – prováděna každý rok pro ověření změny stavu cestovního ruchu přímo ve městě</li> <li><b>Jednání pracovních skupin</b> – pro operativní řízení a koordinaci implementace Koncepce</li> <li><b>Akční plán</b> – pro plánování aktivit a projektů</li> </ul>
<b>Indikátory výsledku</b> (Indikátory uvedené u jednotlivých tematických opatření)	Měří výsledky na úrovni jednotlivých aktivit (projektů), které jsou uvedeny v jednotlivých tematických opatřeních. Indikátory slouží pro zjištění toho, zda jsou jednotlivé aktivity (projekty) realizovány tak, jak byly naplánovány v Akčním plánu. Indikátory slouží pro průběžné vyhodnocení a monitoring implementace Koncepce.	
<b>Jak vyhodnocovat indikátory?</b> Indikátory je možné vyhodnocovat za předpokladů dostupnosti dat a informací jako součást vytvořeného systému sběru dat a informací v opatření 2.2 Management zdrojů cestovního ruchu. Pro každý indikátor uvedený v této Koncepci je proto nutné sledovat relevantní data.		



# Kontrola, monitoring a vyhodnocování Koncepce

## Způsob vyhodnocení – zpráva o plnění

Vyhodnocování probíhá prostřednictvím pravidelných **zpráv o plnění Koncepce**. Jde o stručnou informaci, která obsahuje způsob naplňování jednotlivých typových aktivit / projektů Koncepce.

Tato zpráva je předkládána vždy společně s návrhem Akčního plánu a jeho vyhodnocením (viz dále) do rady města k projednání.

Pro vyhodnocení Koncepce je doporučeno využít jednoduchou tabulkovou formu.

## Šablona pro vyhodnocení Koncepce

### I.1 Vytváření podmínek pro rozvoj infrastruktury a služeb cestovního ruchu

Název typové aktivity	Garant	Způsob naplnění	Náklady		Hodnota indikátoru	
			Předpokládané	Skutečné	Požadovaná	Dosažená

## Akční plán

Akční plán je **krátkodobý rozvojový dokument s platností na období 1 roku**. Akční plán pro následující rok je do rady města předložen pro informaci nejdéle do 30. 11., přičemž Akční plán na 2. pol. roku 2021 již radě předkládán není. Akční plán na rok 2022, jehož výhled je součástí této Koncepce, je po jeho dopracování do rady města předložen nejpozději k 30. 11. 2021.

Vždy **před vypracováním aktualizovaného Akčního plánu na nadcházející rok** musí být vypracováno **vyhodnocení předešlého akčního plánu** a posouzeno, na kolik se podařilo naplnit naplánované aktivity. Následně je toto vyhodnocení společně s novým Akčním plánem předloženo k projednání radě města. Pro vyhodnocení Akčního plánu jsou využity indikátory uvedené v rámci schválené Koncepce.

Aktuální verze včetně vyhodnocení předešlé verze akčního plánu by měla být **uveřejňována na webových stránkách města**.

Vyhodnocení předešlého akčního plánu a posouzení naplnění realizace naplánovaných aktivit



Příprava nového akčního plánu ve spolupráci s hlavními aktéry cestovního ruchu ve městě



Předložení nového Akčního plánu do rady města ke schválení nejpozději do 30. 11. předcházejícího roku

# Akční plán

Vytvoření Konceptu cestovního ruchu, stanovení vize, pólů rozvoje a opatření včetně dalšího rozpadu je pouze první část realizace Konceptu. Tento Akční plán je otevřeným pracovním dokumentem, který by měl být průběžně zpřesňován a doplňován na základě aktuálních potřeb. Akční plán je připraven na období 2020 / 2021 / 2022.

## Akční plán na roky 2020 / 2021

Akční plán obsahuje pouze projekty a aktivity, které v daném období představují změnu. Současně s implementací Akčního plánu probíhá realizace aktivit, které jsou součástí opatření Konceptu.

Č.	Aktivita / projekt vyplývající z Konceptu	Opatření	Jak aktivitu / projekt zrealizovat?	Rozpočet	Garant	Spolupráce
1.	Vytvoření nové pozice koordinátora CR a pracovní skupiny pro koordinaci aktivit CR ve městě a okolí	2.1	Vytvořit manažerskou pozici koordinátora CR, který bude koordinovat klíčové projekty a aktivizovat destinační spolupráci. Osoba na této pozici musí mít manažerské zkušenosti a odpovídající pravomoci. Současně vytvořit pracovní skupinu složenou z partnerů v destinaci, v jejímž čele koordinátor CR bude.	800 tis. Kč ročně na činnost koordinátor a	MěÚ Příbram	Partneři v destinaci jako členové pracovní skupiny
2.	Zahájení prací na tvorbě atraktivního produktového portfolia	3.1	Vytvořit atraktivní produktové portfolio vycházející z předpokladů a potenciálu destinace pro rozvoj cestovního ruchu. Produkty je potřeba směřovat na konkrétní cílové skupiny, důležitou roli proto hraje segmentace klientely.	Dle konkrétního záměru	Koordinátor CR	MěÚ Příbram, DMO Brdy a Podbrdsko, Středočeská centrála CR, partneři v destinaci
3.	Dokončení orientačního systému ve městě	1.2	Vytvořit atraktivní orientační systém ve městě, který návštěvníkům pomůže při pohybu ve městě a zároveň jim nabídne informace jak o městě, tak o jednotlivých turistických cílech (turistické rozcestníky, interaktivní mapy, informační panely apod.).	2 – 3 mil. Kč	MěÚ Příbram	Partneři v destinaci, provozovatelé atraktivit

# Akční plán

Vytvoření Konceptu cestovního ruchu, stanovení vize, pólů rozvoje a opatření včetně dalšího rozpadu je pouze první část realizace Konceptu. Tento Akční plán je otevřeným pracovním dokumentem, který by měl být průběžně zpřesňován a doplňován na základě aktuálních potřeb. Akční plán je připraven na období 2020 / 2021 / 2022.

## Akční plán na roky 2020 / 2021

Akční plán obsahuje pouze projekty a aktivity, které v daném období představují změnu. Současně s implementací Akčního plánu probíhá realizace aktivit, které jsou součástí opatření Konceptu.

Č.	Aktivita / projekt vyplývající z Konceptu	Opatření	Jak aktivitu / projekt zrealizovat?	Rozpočet	Garant	Spolupráce
4.	Management sociálních sítí (správa Facebooku, Instagramu a založení YouTube kanálu, případně Twitteru)	3.2	Založení YouTube kanálu a jejich prostřednictvím aktivně prezentovat město ve vztahu k potenciálním návštěvníkům. Postupně zkvalitňovat také využití Facebook a Instagram profilů.	Bez přímých nákladů	Koordinátor CR	MěÚ Příbram, partneři v destinaci
5.	„Odlesnění“ areálu Svaté Hory	1.1	Odstranit stromový porost kolem Svaté Hory tak, aby byla dominanta města již z dálky viditelná.	2 – 5 mil. Kč	MěÚ Příbram	Svatá Hora, vlastníci okolních pozemků
6.	Zpracovat profesionální výzkum image města a profilu návštěvníka	3.1	Externě zadat profesionální výzkum image města, ve kterém bude ověřeno aktuální vnímání města potenciálními návštěvníky.	150 – 200 tis. Kč	Koordinátor CR	MěÚ Příbram, DMO Brdy a Podbrdsko, Středočeská centrála CR, partneři v destinaci
7.	Realizovat plánované investiční projekty / aktivity	1.1, 1.2	Dle dostupnosti finančních prostředků na investice realizovat investiční aktivity s dopadem na cestovní ruch – např. Atraktivní pěší trasa / cyklotrasa propojující turistické cíle s centrem města; Cyklopoint; Turistický autobus (viz „Návrh investičních projektů“).	Dle konkrétního projektu	MěÚ Příbram	Dle projektu

# Akční plán

## Výhled akčního plánu na rok 2022

Výhled akčního plánu obsahuje pouze projekty a aktivity, které v daném období představují změnu. Současně s implementací Akčního plánu probíhá realizace aktivit, které jsou součástí opatření Koncepte.

Č.	Aktivita / projekt vyplývající z Koncepte	Opatření	Jak aktivitu / projekt zrealizovat?	Rozpočet	Garant	Spolupráce
1.	Realizovat komunikační kampaně na zdrojových trzích a segmentech klientů dle komunikační strategie	3.2	Koordinátor CR ve spolupráci s partnery iniciuje na základě komunikační strategie komunikační mix aktivit cestovního ruchu na dané období. Za účelem realizace komunikačních aktivit je doporučeno připravit jednoduchý Marketingový plán, ve kterém budou shrnuty komunikační aktivity a způsob zapojení partnerů v daném roce.	Dle kampaně	Koordinátor CR	DMO Brdy a Podbrdsko, Středočeská centrála CR, partneři v destinaci
2.	Rozvíjet portfolio konaných akcí a rozšiřovat ho o nové akce, které zapadají do kontextu města	3.1	Podporovat realizaci stávajících akcí ve městě vytvářením vhodných podmínek pro organizátory (např. stanovením pravidel v dotačním programu, poskytnutím prostor, které město provozuje apod.). Iniciovat, aby se ve městě konaly alespoň 2 – 3 akce měsíčně (kulturní, sportovní, regionální, lidové, společenské,...), které podpoří cestovní ruch a eliminují sezónnost (např. Vánoční trhy po celou dobu trvání adventu apod.).	Dle akce a příspěvku města	Koordinátor CR	MěÚ Příbram, partneři v destinaci
3.	Podpořit certifikaci subjektů cestovního ruchu ve městě v rámci ČSKS	2.2	Koordinátor CR iniciuje ve městě u CzechTourism konání bezplatného školení Trenérů kvality I. Stupně ČSKS, pro které zajistí vhodné účastníky. Na základě získání kvalifikace vybraných osob u proškolených subjektů jsou tyto subjekty certifikovány v rámci ČSKS. Tyto subjekty je vhodné zvýhodňovat v rámci spolupráce při komunikačních aktivitách cestovního ruchu města.	Bez přímých nákladů	Koordinátor CR	CzechTourism, partneři v destinaci

# Akční plán

## Výhled akčního plánu na rok 2022

Výhled akčního plánu obsahuje pouze projekty a aktivity, které v daném období představují změnu. Současně s implementací Akčního plánu probíhá realizace aktivit, které jsou součástí opatření Koncepce.

Č.	Aktivita / projekt vyplynající z Koncepce	Opatření	Jak aktivitu / projekt zrealizovat?	Rozpočet	Garant	Spolupráce
4.	Vyhledávací studie ubytovacích kapacit	I.1	Externě zadat vyhledávací studii ubytovacích kapacit, ve které budou vytipována vhodná rozvojová území ve městě na budování ubytovací infrastruktury či objekty, které by bylo vhodné pro tyto potřeby zrekonstruovat.	150 – 200 tis. Kč	Koordinátor CR	MěÚ Příbram
5.	Rozvíjení stávajícího produktového portfolia a tvorba nových produktů	3.1	Koordinátor CR připraví konkrétní produktové strategie a ve spolupráci s partnery v destinaci bude koordinovat vznik konkrétních turistických programů a balíčků. Na základě komunikačních nástrojů je bude vhodně umísťovat na zdrojové trhy a cílové skupiny návštěvníků.	Dle konkrétního záměru	Koordinátor CR	MěÚ Příbram, DMO Brdy a Podbrdsko, Středočeská centrála CR, partneři v destinaci
6.	Vytvořit systém sběru, sledování a vyhodnocování dat o výkonu cestovního ruchu ve městě	2.2	Koordinátor CR vytvoří systém sběru dat, který bude zahrnovat data dle Metodického postupu pro systém sledování ukazatelů o vývoji destinace Kategorizace DMO (www.csks.cz). Na jeho vytvoření je vhodné spolupracovat s DMO Brdy a Podbrdsko. Součástí je také vedení soustavy indikátorů a sběr souvisejících dat. Pro sběr dat postačí využívání MS Excel, vybraná data jsou uveřejněna na webu města. Pro prezentaci je možné využít moderní BI nástroje.	Bez přímých nákladů	Koordinátor CR	MěÚ Příbram, partneři v destinaci, DMO Brdy a Podbrdsko
7.	Realizovat plánované investiční projekty / aktivity	I.1, I.2	Dle dostupnosti finančních prostředků na investice realizovat investiční aktivity s dopadem na cestovní ruch – např. Parkování ve městě; Vybudování multifunkční haly; Propojení Příbrami a Brd pomocí cyklotras (viz „Návrh investičních projektů“).	Dle konkrétního projektu	MěÚ Příbram	Dle projektu

# Další nástroje implementace Konceptce

## Zásobník projektů a projektová karta

Pro realizaci velkých především investičních projektů v gesci města (Odbor investic a rozvoje města) je vhodné vést tyto projekty v zásobníku projektů.

Pro každý takový projekt je vhodné zpracovat Kartu projektu, která shrnuje základní informace o projektu. Karta projektu byla převzata z aktuální schválené Konceptce.

Projekty, které jsou následně vybrány k realizaci se stávají součástí aktuálního Akčního plánu daného roku.

Projekty by měly být realizovány v souladu s principy projektového řízení.

## PR Konceptce

(podpora strategického řízení)

Součástí období implementace Konceptce je také prezentace jejich cílů ve vztahu k zainteresovaným stranám ve městě. Účelem této aktivity je průběžně podporovat strategické řízení cestovního ruchu ve městě tak, aby celoměstská diskuze o potřebách rozvoje cestovního ruchu zůstala i nadále živá. Tuto roli by mělo plnit především město a koordinátor CR. Vhodnou platformou pro rozvoj této diskuze je:

- Pracovní skupina pro koordinaci aktivit cestovního ruchu ve městě
- Sociální síť
- Diskuzní fóra s tematickými a moderovanými diskuzemi
- Projednání konkrétních záměrů s veřejností
- Tiskové zprávy, aktuality / informace na webu města

Pól	A. B. C.	NÁZEV projektu	Název projektu
Garant projektu	jméno		
Anotace projektu			
Představení projektu			
Očekávané přínosy a výsledky			
Popis očekávaných přínosů k rozvoji města.			
Cílové skupiny/dopad			
Identifikace cílových skupin a popis dopadu.			
Harmonogram		1Q 20	2Q 20
ETAPA 1		♦	
ETAPA 2			♦
ETAPA 3			
ETAPA 4			
Očekávané náklady		vlastní rozpočet/dotace/soukromé zdroje	
Zdroje financování		do 50.000 Kč	
Provozní náklady - roční		nerelevantní	
Vzniklé úspory - roční			
Je projekt podmíněn realizací jiného? (jakého)			
Čím je projekt podmíněn			
Navazuje na projekt další? (jaký)			
Popis provázanosti na jiný projekt			

Zdroj: Strategie rozvoje cestovního ruchu města Hodonín



# KROKEM

---

## Kontaktní osoba:

Ondřej Špaček  
Expert na odvětví cestovního ruchu

KROKEM s.r.o.

Tel +420 602 265 851  
e-mail: [o.spacek@volny.cz](mailto:o.spacek@volny.cz)



# KROKEM

---