

AKČNÍ PLÁN TURISTICKÉ OBLASTI POŠUMAVÍ NA OBDOBÍ 2022 - 23



Kolektiv autorů
členové Turistické oblasti Pošumaví z.s.



Obsah

1. Představení turistické oblasti	2
2. Hlavní produkty TO Pošumaví	4
2.1 Turistická oblast Pošumaví - dotisk	4
2.2 Otava	4
2.3 Jak chutná Pošumaví	5
2.4 Filmová turistika	5
2.5 Industriální turistika	6
2.6 Ústřižky z Pošumaví	6
2.7 Toulky Pošumavím.....	7
2.8 Doplnění panoramatické mapy a úpravy internetové stránky.....	8
2.9 Publikace Prácheňsko	8
2.10 Karavanem v Pošumaví	8
2.11 Workshop pro podporu cestovního ruchu v Pošumaví.....	9
2.12 Výroba propagačních předmětů.....	9
2.13 Účast na přeshraničních projektech.....	10
2.14 Zajišťování informačního servisu pro členy a partnery TO Pošumaví	10
2.15 Tabulky s QR kódem	11
2.16 Nabíjecí stanice pro elektrokola	11
2.17 Další možnosti turistických produktů	12
3. Rozpočet TO Pošumaví na rok 2022	12
1. Výnosy v roce 2022.....	12
2. Náklady v roce 2022	12
4. Závěr	13



1. Představení turistické oblasti

Turistická oblast Pošumaví, jak už název napovídá, zahrnuje rozsáhlé území šumavských podhůří a svou malou částí zasahuje i do CHKO a NP Šumava. Celá oblast je přírodně velmi cenná a turisticky atraktivní. Krásná krajina, neporušená příroda, bohatství fauny a flóry a slavné historické kořeny, to je společný jmenovatel regionu Pošumaví, který sdružuje přes šedesát měst a obcí nacházejících se v předhůří Šumavy, v pásu táhnoucím se od jihovýchodu k severozápadu mezi městy Sušice a Klatovy.

Jde o část Plzeňského kraje, které nenáleží již Šumavě (krajinným rázem, správou NP), není však současně ještě v přímém správním vlivu Plzně. Byla proto zřejmá vůle obcí a dalších subjektů, regionálních aktérů k vytvoření většího celku, který je bude sdružovat a zastupovat v oblasti cestovního ruchu.

Potenciálně nejvýznamnějším odvětvím ekonomiky TO Pošumaví se do budoucna stále jeví cestovní ruch. Cestovní ruch je dynamicky se rozvíjející aktivitou a v řadě oblastí Pošumaví má předpoklady se stát rozhodujícím segmentem místní ekonomiky.

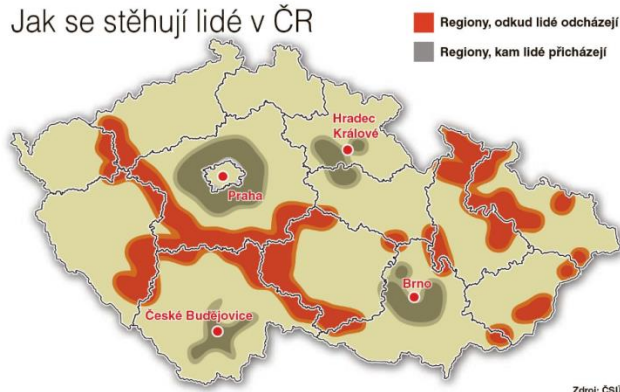
Území Pošumaví disponuje značným přírodním, historickým a kulturním potenciálem pro rozvoj cestovního ruchu. Oblast Pošumaví ve spojení s územím sousedního Národního parku Šumava spoluvytváří jeden z turisticky nejvýznamnějších regionů ve střední Evropě. Důležitou roli sehrává blízkost hranice se Spolkovou republikou Německo a s rekreační oblastí Šumavy.

Priority Turistické oblasti Pošumaví jako organizace DMO:

- Území působnosti stanovit na základě přirozených historických vazeb a popřípadě vyzkoušené vzájemné spolupráce i v jiných oblastech
- Pozitivně ovlivnit sociálně ekonomické poměry v území. Větší část plánovaného regionu destinace se nachází v tak zvané vnitřní periferii, takže fungující průmysl cestovního ruchu může pozitivně ovlivnit nedobré sociálně ekonomické poměry.



Jak se stěhují lidé v ČR



MAPKA: Jak se stěhují lidé v ČR

Zdroj: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/nefunkcni-obce-vylidneni-prace-doprava-skola-skolka.A190606_214913_domaci_rko

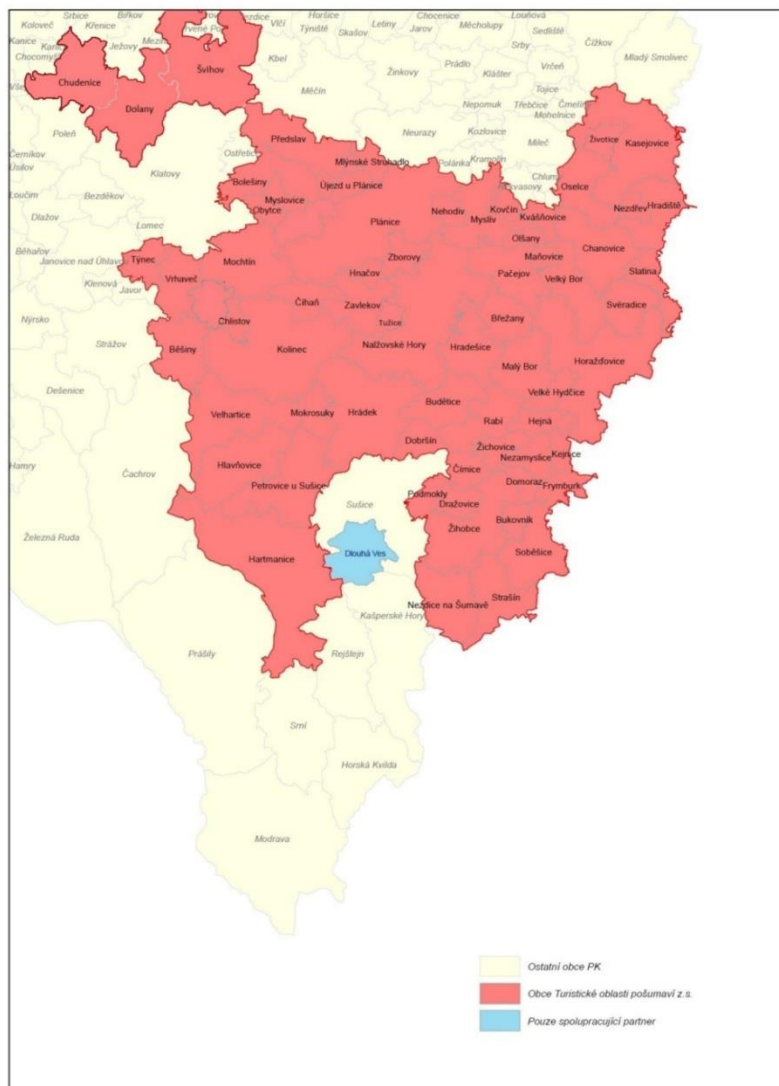


- c) Území musí mít jednotnou vizi a potřeby rozvoje
- d) Produkty, služby a propagační kampaně musí sloužit celému regionu, ku prospěchu všem partnerům a členům
- e) Území nesmí být od počátku zatíženo historickými spory o dominantní roli jednotlivých měst, ale bude otevřené k případnému pozdějšímu přistoupení dalších partnerů.
- f) Neustále zlepšovat fungování spolku TO Pošumaví a úspěšná recertifikace.

Vymezení území Turistické oblasti Pošumaví:

Mapa č. 1: Seznam obcí turistické oblasti Pošumaví

Seznam obcí Turistické oblasti Pošumaví z.s.





2. Hlavní produkty TO Pošumaví

Pro roky 2021 - 22 bude v Turistické oblasti Pošumaví, z.s. zaměřen především na co nejširší využívání již vytvořených produktů, a to jak poskytovateli turistických služeb, tak i turisty. Ukazuje se, že celá řada poskytovatelů stále neumí využívat produkty, které nepropagují pouze jejich zařízení, ale jsou nasměrovány na celý region a spolupráci v něm.

V případě potřeby a zájmu budou provedeny dotisky již vydaných nadčasových publikací, které jednotlivé produkty doprovázejí.

TO Pošumaví se v následujících letech zaměří hlavně na propagaci jak již vzniklých produktů tak i těch nových, zaměří se také na vzdělávání účastníků turistického ruchu ve věci společné propagace atraktivit území i služeb. Propagace se bude řídit samostatným krátkodobým dokumentem - marketingovým plánem.

2.1 Turistická oblast Pošumaví - dotisk

Oblast Pošumaví disponuje bohatou nabídkou přírodních, kulturních i historicky významných památek - přehled všech zajímavostí je zpracován do 50ti stránkové brožury, která je hlavním promo materiálem TO Pošumaví. V Roce 2022 bude realizován dotisk v potřebném rozsahu.

Cílová skupina: všechny skupiny návštěvníků, partneři i členové

Aktivity:

- oprava drobných chybek, příprava a realizace dotisku
- internetová propagace

2.2 Otava

Turistickou destinací Pošumaví protéká řeka Otava. Již v minulých letech vznikl společný projekt měst Sušice, Horažďovice, Strakonice a Písek s původním názvem Otavská plavba. Všemi jmenovanými městy protéká řeka Otava, která byla v minulosti významnou dopravní tepnou, zdrojem energie mlýnů a obživou místních obyvatel. Proslula i jako zlatonosná. V současné době je Otava vyhledávána nejen vodáky, milovníky přírody a rybáři, ale zvláště turisty od nás i ze zahraničí. Nově vznikající destinační spolek Otava.fun navazuje na tento projekt s podtitulem "Otava pěšky, na kole, po vodě". Turistická oblast Pošumaví se projektu může zúčastnit jako partner, zejména v oblasti propagace.

V rámci produktu Otavský vodočet již vznikl podprodukt „Za tajemstvím šumavského zlata“ – rýžování zlata v řece Otavě za odborné asistence a prohlídkou starých zlatých dolů včetně vstupu do štol.

Cílová skupina: rodiny s dětmi, mladé páry, skupiny mladých, aktivní senioři

Aktivity:

- aktivně se účastnit propagace produktů nového partnerského spolku DMO



- nabídku poskytovatelů služeb sportovního a volnočasového vyžití pro vodáckou turistiku dostat k ubytovatelům tak, aby je mohly nabídnout turistům a zapojili se i do projektu Útržky z Pošumaví
- nabídnout tento produkt CK a informačním centrům v regionu a okolí

2.3 Jak chutná Pošumaví

Pošumaví je kraj rybníků, lesů, luk a strání. Dary přírody, styl zemědělství a způsob života v této krajině se odráží i v gastronomii a spolu s regionálními produkty vytváří kulinářský zážitek. V rámci tohoto produktu bude turistům představena pošumavská pohostinnost, doporučeny nejlepší gastronomické zážitky včetně návštěvy našich malých pivovarů.

Cílová skupina: mladé páry, skupiny mladých, aktivní senioři

Aktivity:

- ve spolupráci s partnery Turistické oblasti Pošumaví z.s. vytvořit seznam a popis nabídky stravovacích zařízení
- ve spolupráci s partnery identifikovat stravovací zařízení, které trvale nabízí místní speciality
- identifikovat podniky, které vyrábí regionální potravinářské produkty, a místa kde je možno ochutnat a zakoupit tuto místní produkci, dále propagovat e-shop s regionálními potravinářskými produkty <https://sumavaprodukt.regionalnisppeciality.cz>
- vytvořit seznam a popis nabídky přírodních zahrad s možností exkurze a nákupu jejich produkce bylinek a rostlinných produktů, vytvořit produktové balíčky a jejich následnou propagaci
- nabídku gastrozážitků a místní produkce dostat k ubytovatelům tak, aby je mohli nabídnout svým hostům
- vytvořit nabídku vícedenních výletů po kulturních akcích – gastrozážitcích turistické destinace Pošumaví
- prezentace produktu na sociálních sítích, webových stránkách, tiskovinách a na veletrzích ČR
- návštěvnické balíčky s gastrozážitky nabídnout CK a skupinám

2.4 Filmová turistika

Během několika desetiletí od svého vzniku v 90. letech 19. století se film proměnil z malého zábavního odvětví v masový mezinárodní zábavní průmysl, prostředek masové komunikace a zároveň i plnohodnotnou uměleckou disciplínu. Rozvoj filmového cestovního ruchu nestojí pouze na straně poptávky. Vzrůst turistické návštěvnosti v důsledku filmu či jiných audiovizuálních děl je pouze jejich vedlejším efektem, ne záměrem. Většina filmových produkcí při výběru lokací pro filmování nezohledňuje vlivy na budoucí rozvoj cestovního ruchu. Je tedy nutné tento potenciál rozvíjet i z perspektivy nabídky cestovního ruchu a destinačního managementu. Během nedávné doby se výrazně zvýšilo zapojení agentury CzechTourism do filmové turistiky.

Na území turistické destinace Pošumaví se natáčelo velké množství slavných pohádek a filmů. K nejslavnějším patří zejména pohádky Tři oříšky pro Popelku, Tři životy, Tři bratři, Korunní princ, Šíleně smutná princezna, Princezna ze mlejna, filmy Šašek a královna, Copak je to za vojáka, Policie Modrava, nově i Šarlatán a také zahraniční filmy Borgiové nebo Zbojníci. V rámci turistického



produktu budou společně propagována významná filmová místa a vytvořeny zájezdy po těchto místech.

Cílové skupiny: rodiny s dětmi, mladé páry, aktivní senioři, školní výlety

Aktivity:

- vytvořit seznam a popis nabídky míst, kde se natáčely známé pohádky a filmy
- vytvořit produktové balíčky a jejich následnou propagaci
- nabídku produktu dostat k ubytovatelům tak, aby je mohly nabídnout turistům
- vytvořit nabídku vícedenních výletů po filmových místech turistické destinace Pošumaví
- prezentace produktu na sociálních sítích, webových stránkách, tiskovinách a na veletrzích CR
- návštěvnické balíčky s filmovými místy nabídnout CK a skupinám

2.5 Industriální turistika

Zhotovením produktu Křížem krázem Křížkovým krajem byl položen základ k propagaci industriální turistiky v Pošumaví. Český vynálezce František Křížek je jedním z těch, na které historie trochu zapomíná. V Plánici, kde se narodil, má dnes malé muzeum, ve kterém je možno spatřit jeden z jeho vynálezů funkční obloukovou lampu. Vzhledem k blízkosti města Plzně neoddělitelně spojeného se jménem Emila Škody se přímo nabízí spolupráce v tomto odvětví cestovního ruchu.

Cílové skupiny: rodiny s dětmi, aktivní senioři, školní výlety

Aktivity:

- vytvoření výletových tras jak v regionu Pošumaví, tak i ve spolupráci s okolními destinacemi
- vytvoření produktového balíčku
- prezentace produktu na sociálních sítích, webových stránkách a na veletrzích CR
- návštěvnické balíčky s produktem nabídnout CK a skupinám

2.6 Ústřižky z Pošumaví

Probíhající projekt Ústřižky z Pošumaví, je koncipován tak, aby turisté byli motivováni navštívit co nejvíce míst v regionu. V roce 2021 byl vydán kupónový sešit formátu A6 o rozsahu cca 40 stran. Jednotlivé kupóny - ústřižky byly vydány v úzké spolupráci s partnery Turistické oblasti Pošumaví z.s.. Kuponové sešity jsou k dispozici v informačních centrech, v zapojených ubytovacích a stravovacích zařízeních a i u dalších partnerů, kteří spolupracují na tomto projektu.

Cílem projektu je nejen udržení turistů v regionu Pošumaví netradiční nabídkou služeb, ale i další zásadní krok - propojení a spolupráce podnikatelů, veřejného sektoru a neziskového sektoru v oblasti cestovního ruchu.

Při uplatnění má mít kupón vždy papírovou podobu pro možnost získání zpětné vazby o návštěvnosti turistů s tímto sešitem. Proto také název projektu Ústřižky z Pošumaví. Co tedy turista za uplatněný kupón může dostat? Vždy se jedná o nějaký drobný benefit či dárek, který si sám navrhl poskytovatel.



Projekt byl funkční již v létě 2021 a na další období se počítá nejen s dotiskem, ale i s rozšířením nabídky kuponů o další partnery. Je možnost tuto publikaci zpracovat i do podoby webové/mobilní aplikace, což by snížilo náklady na tisk, umožnilo pružnou aktualizaci a doplňování.

Cílové skupiny: všichni turisté v Pošumaví

Aktivity:

- dotisk a rozšíření sešitu Útržků
- distribuce do co nejširšího okruhu informačních center, hotelů, penzionů, kempů a dalších turistických zařízení
- internetová podpora a propagace projektu
- zpětný sběr uplatněných kuponů pro vyhodnocení pohybu turistů v regionu

2.7 Toulky Pošumavím

Probíhající projekt Toulky Pošumavím je navržen jako společná akce Turistické oblasti Pošumaví z.s. a televize FILMPro. Jedná se o kompletní výrobu a odvysílání série krátkých dokumentárních magazínů, které mají mapovat území Turistické oblasti Pošumaví z.s. v souvislosti s cestovním ruchem. Kromě představení vlastního území, se v nich objeví i regionální služby v cestovním ruchu a jejich poskytovatelé. Projekt běží od roku 2020 a bude i nadále pokračovat.

První dva díly se týkají všeobecně území TO Pošumaví a kromě obcí jsou zmíněni i partneři spolku z řad podnikatelů, kteří mají zaplacený členský příspěvek a mají o tuto formu propagace zájem. Financování těchto úvodních dílů bylo plně v režii Turistické oblasti Pošumaví z.s.

Další díly se postupně produkují, budou se týkat jednotlivých podnikatelů, obcí, mikroregionů nebo „miniregionů v mikroregionech“ (např. Chanovicko, Pačejovsko, Strašínsko, Horažďovicko, Plánicko, apod.). Na jednu stranu je asi jedno, zda se bude jednat o jednu obec nebo jednoho podnikatele, či se na prezentaci domluví více subjektů. Z logiky věci by bylo ale lepší propagovat více subjektů dohromady, protože právě společná propagace a marketing je základem práce destinace. To znamená například obec a její podnikatelé, více obcí a více podnikatelů nabízející navazující služby (například ubytování, stravování, volnočasové aktivity) apod. Propagace je formou product placement (nejedná se o reklamní video, ale o televizní pořad, ve kterém bude zakomponována propagace podnikatele či představení obce). Seriál je postupně vysílán regionální televizí FILMPro (na kabelových TV, v IPTV a na internetu po celé ČR). Současná sledovanost vysílání je přes 45 tisíc diváků. Dále bude seriál uložen do archivu televize na YouTube pod názvem Toulky Pošumavím. Objednatelé mají objednané díly volně k dispozici pro svoji další propagaci (umístění na své www stránky, sociální sítě atd.). Jeden díl magazínu trvá přibližně 5 minut.

Cílové skupiny: místní obyvatelé, zájemci o Pošumaví především z okolních regionů v dosahu regionální televize.

Aktivity:

- natočení série pětiminutových magazínů z jednotlivých oblastí působnosti Turistické oblasti Pošumaví
- odvysílání magazínů v televizi FILMPro



- ve spolupráci s televizí FILMPro uložení magazínů do společné složky na YOU TUBE pod názvem Toulky Pošumavím
- možnost stažení jednotlivých magazínů jednotlivými regionálními aktéry, kterých se uvedený díl bude týkat, pro vlastní propagaci

2.8 Doplnění panoramatické mapy a úpravy internetové stránky

V roce 2020 byl ve spolupráci s firmou Panoramas vytvořen základ panoramatické mapy území působnosti Turistické oblasti Pošumaví. Zároveň v témže roce celá řada obcí si u této firmy objednala vytvoření panoramatických snímků svých obcí a i zajímavostí v nich se nalézajících. V roce 2022 by se tyto jednotlivé snímky měly objevit ve společné mapě, která bude volně k dispozici na internetu.

Současně chceme do stávající webové stránky více zapojit interaktivní smart aplikace, umožnit návštěvníkům rezervace služeb partnerů, prodej voucherů, soutěže a další.

Cílové skupiny: všichni uživatelé internetu

Aktivity:

- doplňování mapy panoramatickými snímky
- propagace mapy

2.9 Publikace Prácheňsko

Příprava a tisk nové publikace ve spolupráci s členem TO Pošumaví Prácheňsko, z.s.p.o.. Cílem publikace je představení a propagace neprávem opomíjeného území na hranicích dvou krajů. Tato oblast přitom skýtá spoustu turistických cílů, přírodních i historických zajímavostí. Brožura doplní stávající publikační činnost a zároveň dá základ nové ediční řady. Následovat bude publikace Švihovsko a Chudenicko.

Cílové skupiny: rodiny s dětmi, aktivní senioři, školní výlety

Aktivity:

- vytvoření výletových tras v regionu Prácheňska
- vytvoření produktového balíčku
- prezentace produktu na sociálních sítích, webových stránkách a na veletrzích ČR

2.10 Karavanem v Pošumaví

V rámci podpory cestovního ruchu v podhůří Šumavy oslovil spolek Turistická oblast Pošumaví v říjnu 2021 své členy a partnery s projektem zřízení stání /parkovacích stání pro karavany a obytná auta/ na obecních a soukromých pozemcích. Parkovací místa mohou být úplně bez investic - jen srovnaná plocha, ale lze k nim přistavět i vybavení nejrůznější úrovně.



Nápad oslovil i Lokální destinaci Sušicko a oblastní Prošumavsko a vznikl společný jmenovatel projektu: "V branách Šumavy je hezky za každého počasí" - je zde mnohem širší nabídka vyžití, když to zrovna není na courání se panenskou přírodou. Do Národního Parku Šumava může turista vyrazit na výlet, ale přitom si užít ubytování, služby i zábavu bez davů dalších návštěvníků.

Cílové skupiny: rodiny s dětmi, aktivní senioři, vyznavači karavaningu

Aktivity:

- propagace této formy turistiky prostřednictvím partnerů i běžných propagačních kanálů
- ve spolupráci TO Pošumaví, Destinace Sušicko a Prošumavsko bude vytvořen balíček s návrhem dovolené v podhůří Šumavy na 1-2 týdny, včetně tipů na výlety i služby
- prezentace za pomoci Národního Parku Šumava /téma bude zpracováno i v jejich tiskovinách/

2.11 Workshop pro podporu cestovního ruchu v Pošumaví

Akce se zaměřením na propagace regionu ve vztahu k cestovnímu ruchu, posílení cestovního ruchu v regionu. Ze strany obcí je třeba se rozhodnout, zda se na cestovní ruch podívat jako na otravné množství cizích lidí ve vsi, nebo jako na zajímavý zdroj příjmu. Tématem workshopu bude mimo jiné i zvýšení výnosu z cestovního ruchu pro občany, podnikatele, obce a města, jak zlepšit obsazenost ubytovacích kapacit různých velikostí, jak, a hlavně na co, přilákat víc hostů a v neposlední řadě se akce zaměří i na informace o možnostech dotací do cestovního ruchu a kde najít informace o tom, co vše je možno čerpat.

Cílové skupiny: zástupce obcí, partneři a členové TO Pošumaví, široká veřejnost z oblasti cestovního ruchu

Aktivity:

- v únoru, případně březnu 2022 zorganizovat workshop
- oslovit lektory, kteří mají k tématu co říct
- prezentace akce na sociálních sítích, webových stránkách a v regionálním tisku
- připravit i terénní exkurzi pro zájemce

2.12 Výroba propagačních předmětů

S cílem povzbudit propagaci na sociálních sítích, návštěvnost webu atd. bude vytvořena kolekce propagačních předmětů s logem TO Pošumaví. Bude se jednat o kusovou výrobu z místní produkce. Zejména by se mělo jednat o dřevěné tužky a propisky, trička se zajímavou grafikou, sportovní členky nebo šátky, kšiltovky, plechové hrnečky atd.



Jednotlivé předměty budou moci návštěvníci webové stránky zakoupit online, budou prezentovány na výstavách a veletrzích, v informačních centrech v celé oblasti, ale hlavně budou předměty využity pro marketingovou podporu návštěvnosti webu a sociálních sítí formou nejrůznějších soutěží.

Cílové skupiny: všichni účastníci turistického ruchu v oblasti

Aktivity:

- vytvoření grafických návrhů od oslovených firem a výběr nejzajímavější nabídky
- vytvoření produktové řady
- prezentace produktu na sociálních sítích, webových stránkách a na veletrzích ČR

2.13 Účast na přeshraničních projektech

Dle možností se Turistická oblast Pošumaví snaží účastnit i projektů přesahujících jeden region, případně i českoněmecké hranice.

V březnu 2022 se podal společně s bavorským partnerem projekt na posílení příhraniční spolupráce do programu EUS ČR – Bavorsko. Téma projektu je propojením agroturistiky a karavaningu, setkáváním a prezentací farmářů z obou stran hranice a propagací regionu formou webové smart aplikace.

Cílové skupiny: rodiny s dětmi, aktivní senioři, školní výlety, běžní turisté

Aktivity:

- aktivní vyhledávání možností projektů přesahujících region TO
- prezentace projektů na sociálních sítích, webových stránkách a na veletrzích ČR
- návštěvnické balíčky s produktem nabídnout CK a skupinám

2.14 Zajišťování informačního servisu pro členy a partnery TO Pošumaví

Turistická oblast Pošumaví aktivně vyhledává možnosti propagace pro všechny své členy a partnery - jednak formou přímé propagace a jednak formou partnerství s mediálními subjekty, dalšími subjekty cestovního ruchu atd.. Dále zjišťuje možnosti dotací napříč odvětvími jakkoliv souvisejícími s turistickým ruchem, možnosti participace na větších projektech partnerů a další. O všech těchto skutečnostech informuje své členy všemi dostupnými prostředky - jde zejména o sociální sítě a webové stránky.

Díky vzájemnému propojení partnerů TO Pošumaví vznikají i zajímavé nabídky slev mezi sebou, zejména ze strany vydavatelů nejrůznějších novin, časopisů atd. pro ostatní partnery. Komunikace partnerů bude zajištěna i pomocí úpravy webové stránky, zvýraznění sekce pro partnery a zavedení interaktivních funkcí.



Cílové skupiny: členové a partneři TO Pošumaví

Aktivity:

- aktivní vyhledávání informací
- prezentace získaných informací členům a partnerům

2.15 Tabulky s QR kódem

Rozvoj informačních technologií přispěl k vybavení velké části české populace tak zvanými chytrými telefony. Pro podporu základních informačních zdrojů, zejména na místech, kde není možný stálý osobní kontakt se osvědčily QR kódy. Jejich načtením chytrým telefonem s možností přenosu dat přes mobilní síť dostane majitel přístroje velké množství informací, které by bylo technicky komplikované umístit na klasické vysvětlující tabule v místě. Záleží jen na poskytovateli informací, kolik údajů zadá do vzdálené databáze a to včetně obrázků, či dalších odkazů.

Valná hromada Turistické oblasti Pošumaví, z.s. na svém zasedání v červnu 2021 odsouhlasila podporu pro využití QR kódů v území své působnosti. V rámci projektu byl vytvořen jednotný grafický návrh ve formátu A5 a A4, ve kterém je umístěn ilustrační obrázek, krátký text, logo Turistické oblasti Pošumaví, z.s., logo nebo znak toho, kdo si tabulku pořizuje. Samozřejmou součástí je QR kód, který po přečtení chytrým telefonem v něm zobrazí informace zadané na portálu www.toposumavi.cz, týkající se daného místa. Tento systém bude přispívat i k aktualizaci a doplňování dat na uvedeném portálu, k jednotnému vzhledu předávaných informací v terénu, což by mělo usnadnit informovanost návštěvníků a v neposlední řadě k sounáležitosti členů a partnerů TO Pošumaví z.s.

Cílové skupiny: členové a partneři TO Pošumaví

Aktivity:

- zpracování zájemci dodaných podkladů do grafické podoby
- tisk, distribuce a finální umístění tabulek s QR kódem

2.16 Nabíjecí stanice pro elektrokola

Rozšíření sítě nabíjecích stanic pro elektrokola v Pošumaví ve spolupráci s lokální Destinací Sušicko, která v roce 2021 realizovala 7 stanic na Sušicku a nabízí možnost rozšíření projektu i na celou oblast Pošumaví dle zájmu obcí a soukromých subjektů. Na projekt lze čerpat dotace až na 80% krytí nákladů - žadatelem i nositelem projektu by opět měla být Destinace Sušicko, takže do rozpočtu TO Pošumaví se projekt nepromítne - bude zde jen podíl na propagaci akce a pomoc s administrací.

Cílové skupiny: cykloturisté s elektrokolem, senioři na kolech

Aktivity:

- zpracování zprávy o projektu na webu TO Pošumaví, propagace na sociálních sítích
- možnost propojení s dalšími projekty, např. tabulky s QR kódem ke stanicím atd.



2.17 Další možnosti turistických produktů

- Účast na veletrzích cestovního ruchu
- Výroba prezentačních materiálů pro nejrůznější akce
- Letáky, skládačky a další drobné tiskoviny
- Pošumaví pro děti
- Pošumaví cyklistické
- Putování za pověstmi
- Nepoznaná místa
- Regionální potraviny a regionální produkty
- Sakrální památky

3. Rozpočet TO Pošumaví na rok 2022

1. Výnosy v roce 2022

Příjem	Kč
Členské příspěvky	128 000,-
Partnerské příspěvky	75 000,-
Dotace Plzeňského kraje na Ústřižky z Pošumaví	210 000,-
Celkem	413 000,-

2. Náklady v roce 2022

Položka:	Kč			
	Žádáno z rozpočtu PK	Žádáno z veřejných zdrojů	Zdroj ostatní a vlastní	Celkem
Personální náklady:				
Mzda manažera DMO formou příkazní smlouvy	132 000		33 000	165 000
Aktualizace a dotisk propagačních materiálů:				
Aktualizace a dotisk dříve vydané brožury Turistická oblast Pošumaví ve spolupráci s PK. (2500 ks za 40,- Kč). Ceny jsou včetně doplnění, grafických úprav a tisku.	80 000		20 000	100 000



Aktualizace a dotisk produktu Útržky z Pošumaví. (4000 ks za 25,- Kč) Ceny jsou včetně doplnění, grafických úprav a tisku.	80 000		20 000	100 000
Produkt cestovního ruchu: Vytvoření edice subregionů TO Pošumaví s názvem „Vítejte v Pošumaví“ (v rámci této žádosti zpracování subregionu Švihovsko – Chudenicko a Prácheňsko s předpokladem doplnění dalších subregionů v budoucnu). Předpokládané náklady tvoří příprava podkladů, grafické zpracování a tisk. Brožura Prácheňsko 2000 ks x 50,- Kč, Leták Švihovsko a Chudenicko 1500 ks za 10,- Kč. Ceny jsou včetně sběru dat a jejich zpracování, grafického zpracování a tisku.	160 000		40 000	200 000
Propagace a marketing: Marketingová a propagační kampaň pro propagaci TO Pošumaví jako celku a aktuálních produktů, úprava www stránek	68 000		17 000	85 000
Účast zástupce DMO na veletrhu cestovního ruchu, (neuskuteční-li se z vyšší moci, budou prostředky využity na další propagaci a marketing TO Pošumaví).	80 000		20 000	100 000
Celkem	600 000		150 000	750 000

V případě získání dalších externích finančních zdrojů z (dotace, dary apod.) bude rozpočet upraven a budou vytvořeny další produkty dle bodu 2.16, které schválí výkonná rada spolku.

4. Závěr

Potřebou TO Pošumaví je další postupné ožívování cestovního ruchu – region svými zdroji skrývá mnoho příležitostí rozvoje v tomto odvětví. Služby a turistický servis vznikají postupně a tempo



odpovídá celkové hospodářské situaci v ČR. Na území nyní probíhá koordinace propagace regionu jako funkčního celku směrem do území i do sousedních regionů, koordinace aktivit a podpora místních specifik. Je nutno prohloubit spolupráci s podnikateli a zapojit další subjekty do spolupráce v rámci TO Pošumaví. Tímto způsobem bude možné zvýšit zájem turistů o návštěvu regionu, místních obyvatel o využívání místních zdrojů a služeb, a tím intenzivněji rozvíjet kvalitu služeb. Zvýšení využívání nabídky služeb v oblasti cestovního ruchu bude mít přímý vliv na zajištění finanční stability místních podnikatelů. Vše zde uvedené, může být v průběhu každého roku ovlivňováno restrikcemi v souvislosti s pandemií COVID – 19, ať už přímo nebo nepřímo díky dopadům na ekonomickou situaci provozovatelů služeb cestovního ruchu i turistů.