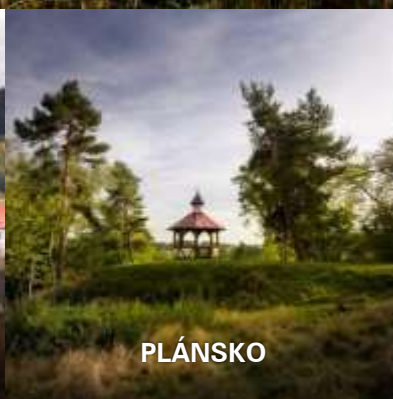


ČESKÝ ZÁPAD

STRATEGIE ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU



Strategie rozvoje cestovního ruchu destinační oblasti Český Západ na období 2021 – 2030

zpracovatel MAS Český Západ, z.s.

řešitelský team Jan Florian
Ing. Jolana Dražská
Ing. Radka Šámalová
Petr Janík
Lukáš Hilpert

fotografie Petr Janík

verze červenec 2021

© 2020-2021, MAS Český Západ, z.s.

OBSAH

1 ÚVOD.....	5
2 ANALYTICKÁ ČÁST	7
2.1 Definice území.....	7
2.2 Potenciál a nabídka regionu	8
2.3 Poptávka, návštěvnost.....	14
2.4 Dosavadní řízení cestovního ruchu	19
2.5 SWOT analýza.....	20
2.6 Konkurence / Inspirace	23
3 STRATEGICKÁ ČÁST	25
3.1 Vize, Strategické a specifické cíle	25
Strategický cíl 1. Rekreační a turistická infrastruktura	26
Strategický cíl 2. Vytváření atraktivních turistických cílů.....	26
Strategický cíl 3. Dostupnost a kvalita ubytování, stravování a dalších služeb pro cestovní ruch	27
Strategický cíl 4. Rozvoj služeb destinačního managementu	28
Provázanost se Strategii CLLD MAS Český Západ	31
3.2 Produkty cestovního ruchu	33
krajina stvořená pro umění	34
dovolená s přáteli	36
wellness na venkově	38
Konstantinovy Lázně - srdce na dlani	40
Stříbro a Kladruby - na obchodní stezce	40
Planá a Chodová Planá - tradice piva a hornictví	41
Hracholusky - ráj chalupářů a rybářů.....	41
3.3 Cílové skupiny.....	42
3.4 Komunikační strategie	45
3.5 3K platforma.....	45
4 AKČNÍ PLÁN 2021 - 2023	46



Polínský vrch

1 ÚVOD

V oblasti Konstantinolázeňska, Stříbrska, Plánska a Hracholusek je dlouhodobá snaha o koncepční a strategickou spolupráci v oblasti rozvoje cestovního ruchu.

Tato masovým turismem nedotčená oblast západních Čech, kde se prolíná specifická melancholická atmosféra Sudet s industriálním vlivem Plzeňska a léčivou silou minerálních pramenů nadchne nejen milovníky dlouhých výletů, při kterých člověk leckdy nepotká ani živáčka, tak znalce historie, které ohromí četnost drobných památek nejen z období baroka, ale také z dob středověkého hornictví či století páry.

Ačkoliv se nejedná o tradiční turistický region, oblast Konstantinolázeňska, Stříbrska, Plánska i Hracholusek má co nabídnout i těm náročnějším turistům a je zde co objevovat.

Oblast leží na rozhraní Plzeňska, Českého lesa a západočeského lázeňského trojúhelníku. Z pohledu vymezení turistických oblastí, ale i z pohledu správního členění je územím, které se vždy ocitá „na okraji“. Přesto jej nelze jednoduše přiřadit k ani jedné ze zmíněných oblastí a právě v tom tkví jeho specifikum a potenciál, který bychom rádi využili.

Díličí iniciativy směřující ke koordinaci rozvoje cestovního ruchu v území se datují již téměř 20 let nazpět. Nicméně strategický dokument, který by zhodnotil potenciál regionu a navrhl vhodné turistické produkty pro celou oblast, zde zatím nevznikl.

V roce 2002 byl dobrovolným svazkem obcí Mikroregion Konstantinolázeňsko zpracován Akční plán rozvoje cestovního ruchu na Konstantinolázeňsku. Následně, po vzniku MAS Český Západ, se téma rozvoje cestovního ruchu stalo jednou z hlavních priorit její rozvojové strategie. V roce 2015 pak na území ORP

Stříbro vznikla společná strategie věnovaná možnostem spolupráce obcí mj. v oblasti venkovského cestovního ruchu. Aktuálně platná Strategie komunitně vedeného místního rozvoje MAS Český Západ na programové období 2014-2020 (resp. 2017-2023) rovněž vnímá rozvoj cestovního ruchu jako jeden ze svých specifických cílů.

Již od roku 2016 je MAS Český Západ, z.s. registrována Plzeňským krajem jako destinační společnost. Počátkem roku 2019 byla podána první žádost o certifikaci destinační oblasti Český Západ, která ovšem byla následně zamítnuta a vrácena předkladateli k přepracování.

V návaznosti na výše uvedené kroky a na základě četných jednání s partnery v regionu a konzultací s odborníky v oblasti cestovního ruchu byl zpracován tento strategický dokument, jehož cílem je podrobněji zhodnotit potenciál regionu v oblasti cestovního ruchu a rozpracovat specifický cíl 2.3 Pohostinný region otevřený návštěvníkům definovaný Strategií komunitně vedeného rozvoje MAS Český Západ.

Tato strategie je zpracována pro střednědobý až dlouhodobý horizont, tedy na období 2021 – 2030, přičemž se předpokládá její aktualizace v přibližně tříletých cyklech, které odpovídají platnosti akčních plánů. Ty jsou sestavovány jako prováděcí dokumenty, rozpracovávající jednotlivá opatření strategie do podoby konkrétních kroků včetně předpokládaného harmonogramu a zdrojů financování jednotlivých aktivit.

V souvislosti s implementací této strategie vznikla také stálá 3K - Platforma pro cestovní ruch (kooperace – koordinace – komunikace), která sdružuje klíčové místní aktéry v oblasti cestovního ruchu. Implementaci strategie zajišťují samostatně vyčlenění pracovníci MAS Český Západ, z.s. jako organizace destinačního managementu.

<p>2002 Akční plán rozvoje cestovního ruchu na Konstantinolázeňsku</p>	<p>2004 vznik MAS Český Západ - zařazení cest. ruchu jako jedné z hlavních priorit strategie MAS</p>	<p>2006 realizace projektu prezentace regionu Český Západ</p>	<p>2007 Strategický plán LEADER - prioritizace 3. Rozvoj cest. ruchu v regionu Č. Západ a marketing</p>	<p>2015 Strategie mezíobecní spolupráce ORP Stříbro v oblasti cest. ruchu</p>	<p>2014 Strategie CLLD - SC 2.3 Pohostinný region otevřený návštěvníkům</p>	<p>2016 registrace MAS Český Západ jako destinační společnosti</p>	<p>2019 podání první žádosti o certifikaci oblastní DMO</p>	<p>2021 podání přepracované žádosti o certifikaci lokální DMO Český Západ</p>
---	---	--	--	--	--	---	--	--



železniční most Bezručické lokálky přes vodní nádrž Hrácholusky

2 ANALYTICKÁ ČÁST

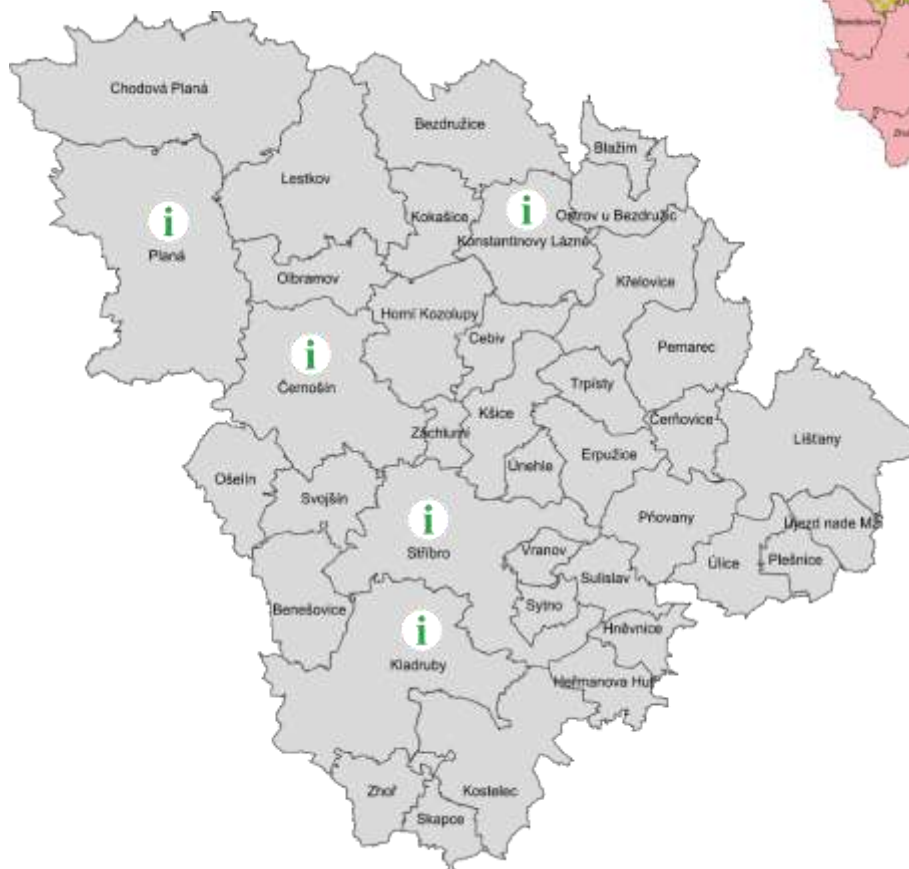
2.1 Definice území

Region se skládá z celkem **38 obcí**, které členíme do čtyř oblastí: **Konstantinolázeňsko, Stříbrsko, Plánsko a Hracholusky**. Všechny tyto oblasti spadají do **Plzeňského kraje**, na rozhraní okresů **Tachov a Plzeň - sever**. Pokrývá území ORP Stříbro a částečně také ORP Tachov a ORP Nýřany.

Většina obcí spolupracuje v rámci tzv. mikroregionů (DSO): Mikroregion Konstantinolázeňsko, Stříbrský region a Mikroregion Hracholusky. Všechny obce tvoří území působnosti místní akční skupiny (MAS) Český Západ, přičemž většina z nich je také jejím členem.

Dominantním centrem jižní části a největším městem regionu je **Stříbro** (7 687 obyv.). Centry severní části jsou město **Planá u Mariánských Lázní** (5 385 obyv.) a městys **Chodová Planá** (1 879 obyv.). Území zabírá rozlohu **750 km²** a bydlí v něm **přes 30 000 obyvatel**, což představuje hustotu osídlení 40 obyvatel/km² (průměr Plzeňského kraje je 73 obyvatel/km², průměr České republiky je 129 obyvatel/km²).

Region leží v blízkosti hranic se Spolkovou republikou Německo, konkrétně Svobodným státem Bavorsko.



ČESKÝ ZÁPAD



rozhledna Bohušův vrch u Plané



fara v Michalových Horách



Vlčí hora u Černošína



Naučná stezka Kosí potok



muzeum na bývalé faře v Černošíně



náměstí ve Stříbře



zámek ve Svojšíně



klášter Kladruby

2.2 Potenciál a nabídka regionu

příroda a krajina

Území leží na rozhraní **podhůří Českého lesa, Plaské pahorkatiny a Tepelské vrchoviny**. Dosahuje nadmořské výšky v rozmezí 400 - 600 m. n. m., s několika vrcholy kolem 700 m. n. m., převážně sopečného původu. Celá oblast spadá do **povodí Mže**, resp. Berounky, a pokrývá ji hustá síť potoků, z nichž k nejvýznamnějším patří **Úterský potok, Kosí potok a Hadovka**. Významným vodním prvkem je dále **Vodní nádrž Hracholusky**, pro rekreaci jsou mimo jiné využívány i **zatopené lomy (např. Hradištský vrch, Pavlovický lom)**. Díky téměř úplné absenci průmyslu se území může chlubit čistým životním prostředím s množstvím chráněných přírodních oblastí.

Území je charakteristické malým podílem zastavěných ploch, malým podílem orné půdy, a naopak **velkým podílem pastvin a lesů**. Nachází se zde **tři přírodní parky (Hadovka, Kosí potok, Úterský potok – západ)**, sloužící k ochraně a zachování místního krajinného rázu. Dále jsou zde maloplošná chráněná území v podobě několika **přírodních rezervací (př. Lazurový vrch, Pavlovická stráň, Pod Volfštejnem, U Rybníčků, Hradištský vrch) a přírodních památek (Čiperka, Černošínský bor, Krasikov, Pod Šipínem, Petrské údolí, Čerňovice)**, biocenter nebo památných stromů. To, spolu s výskytem **léčivých přírodních pramenů**, přispívá k atraktivitě jak pro turistické návštěvníky, tak i pro stálé obyvatele.

Část regionu spadá pod území **geoparku GeoLoc**i, který je součástí přeshraničního **Česko-bavorského geoparku** a v letech 2012–18 byl certifikován „Národní geopark“.

kulturně-historický potenciál

V regionu se nachází mnoho zajímavostí historického, kulturního a technického charakteru. Nejvýznamnější a také nejnavštěvovanější kulturně-historickou památkou celého regionu je **klášter Kladruby**, který je také jedinou národní kulturní památkou s návštěvnickým provozem v našem regionu. Dalšími dvěma národními kulturními památkami jsou hradiště u Bezemína a na Hradištském vrchu, kde jsou však již pouze pozůstatky starověkého a raně středověkého osídlení. Turistický potenciál mají také městské památkové zóny v historickém centru měst **Stříbro a Planá**. Dalšími historickými zajímavostmi jsou **zříceniny středověkých hradů (Buben, Gutštejn, Švamberk, Volfštejn)**, malé venkovské zámky (např. **Bezručice, Luhov, Svojsín, Trpísty**), kostely a kaple (např. poutní kostel sv. Anny u Plané, kaple **Máří Magdalény na Krasíkově apod.**) nebo zemědělské usedlosti, ale i zajímavosti **industriálního a technického charakteru (např. Královská dědičná štola Prokop ve Stříbře, štola Ondřej Šlik v Plané, Pňovanský most)**.

Některé památky se stávají místem konání rozličných kulturních akcí (např. Slavnosti jablek na Krasíkově, Zahradní slavnosti ve Svojsíně, Cebivská náves, ...), díky kterým se mj. daří připoutávat pozornost veřejnosti k postupné obnově těchto památek, jejichž kulturní hodnota byla v minulosti dlouhá léta opomíjena a řada památkových objektů je proto ve špatném stavu.

Kromě památkových objektů je v regionu také několik muzeí a veřejnosti přístupných expozic – tím největším je **Městské muzeum ve Stříbře**, mezi další vyhledávané cíle s pravidelným návštěvnickým provozem patří také **Hornický skanzen ve Stříbře, Regionální muzeum Kladrubsko, Muzeum Černošín, Zámek Svojsín Hornické muzeum v Plané nebo Galerie ve věži v Plané**. Z menších expozic, z nichž většina je přístupná pouze po předchozí domluvě, je třeba zmínit Pevnostní areál Pláň, Železniční muzeum v Bezručicích, Zámek Luhov, Mineralogický domek Duchmaus ve Stříbře či Muzeum československého opevnění Kladruby.

ubytovací zařízení

Největší **lůžková kapacita** v regionu je v **Konstantinových Lázních**, které jsou také jedinými lázněmi v Plzeňském kraji. Samotné léčebné lázně mají kapacitu cca 500 lůžek, ostatní ubytovací zařízení v obci (hotel s 55 lůžky a cca 10 penzionů) nabízí dalších asi 150 lůžek. Ubytování hotelového typu je také v Chodové Plané, Plané, Stříbře a Alfrédově u Kostelce. Další možnosti ubytování lze nalézt také v Plešnicích, Pňovanech, Svojsíně a Úlicích. **Celková kapacita hotelů, penzionů, turistických ubytoven a ostatních obdobných ubytovacích zařízení je cca 1600 lůžek v 30 zařízeních.**

Ačkoliv některá zařízení uvádějí standard označený ***, certifikát oficiální jednotné klasifikace ubytovacích zařízení Hotelstars.cz má jen několik z nich, nicméně v řadě případů je **standard ubytování i služeb na velmi dobré úrovni**. Vyšší standard deklarují pouze Lázeňský hotel Löwenstein Garni****, Hotel Alexander**** ve Stříbře, Penzion Excellent***** tamtéž a Golf&Wellness Resort Alfrédov****.

Kempinkové ubytování je reprezentováno kempy u přehrady Hracholusky a kempem u Konstantinových Lázní. V regionu se nachází také několik chatových táborů: Bezručice, Kořen, Pňovany, Svojsín a Trpísty. **Celkový počet lůžek v chatkách a dalších pokojích v kempech, chatových osadách a podobných rekreačních střediscích je cca 1000 v celkem 15 zařízeních.**

Celková lůžková kapacita celého regionu je tedy cca 2600 lůžek.

stravovací služby

Téměř v každé větší obci se nachází **klasická venkovská hospoda**, bohužel čerstvé teplé jídlo nabízí jen malá část z nich.

Zejména nabídka stravovacích služeb trpí nedostatkem kvalifikovaného personálu a nedostatečnou jazykovou vybaveností pracovníků cestovního ruchu.

Region nabízí několik restaurací, kam se lze vydat za **gastronomickým zážitkem** jako např.: Pizzerie Cafe Harant v Dolních Polžicích, Restaurace Hotelu Jitřenka v Konstantinových Lázních, Restaurace Ve skále a Stará Sladovna v Chodové Plané, Rybí restaurace v Plané nebo restaurace Excellent a U Radnice ve Stříbře.

aktivní dovolená a wellness

Pro aktivní turisty nabízí region množství značených pěších stezek KČT (vč. velkého počtu naučných stezek) a také **nejhustší síť značených cyklotras v Plzeňském kraji**. Vyhledávaným cílem je in-line dráha u Konstantinových Lázní.

Koupání je v regionu možné v několika přírodních rybnících, v zatopeném lomu na Hradištském vrchu, nebo na koupalištích v Plané nebo v Konstantinových Lázních, kde je také v regionu jediný veřejnosti přístupný bazén ve Wellness centru Konstantin. O výstavbě krytého bazénu se uvažuje také ve Stříbře.

Nabídka **wellness služeb** je dostupná v Konstantinových Lázních, které kromě klasických léčebných pobytů (kardiologická a neurologická onemocnění, nemoci pohybového aparátu) nabízí také krátkodobé wellness pobyty doplněné o další procedury (masáže, zábaly, saunu, parní saunu, Kneippovy chodničky apod.). Velkou atraktivitou jsou **Pravé pivní lázně v Hotelu Chodovar** v Chodové Plané. Nabídku wellness pobytů doplňuje Hotel Alexander ve Stříbře nebo Golf&Wellness Resort Alfrédov, kde je také **18ti jamkové golfové hřiště**.

V oblasti dalšího sportovního vyžití nabízí region zázemí pro **aviatické sporty** na letišti v Erpužicích a dále na letišti Kříženec nedaleko Plané. Blízko Stříbra se nachází **motokrosový areál sv. Petra**, který hostí největší tuzemské závody, ale současně je celoročně otevřen i neprofesionálním sportovcům. Široká veřejnost nalezne využití na přehradní nádrži Hracholusky, kde si lze v sezoně pronajmout šlapadla, loďky a využít další nabídku z oblasti **vodních sportů**.

kultura a eventy

Nabídka kulturních akcí se skládá zejména z každoročně pořádaných slavností a festivalů.

Z tradičních akcí lze zmínit **Městské slavnosti ve Stříbře, Anenskou pouť v Plané a Kladrubskou pouť**, dále pak řadu menších poutí v obcích i místních částech, které ale mají spíše komunitní charakter.

Z hlediska cestovního ruchu mají potenciál spíše kulturní akce pořádané ve vazbě na konkrétní kulturní památky či zajímavá místa, např. **Slavnosti jablek na Krasíkově, Zahradní slavnosti ve Svojšíně, Výletnění v Plané**, apod., ale i menší akce jako např. Chlebomáslové slavnosti na Záhoří, Cebivská náves, Záchlumská slavnost P. Marie, Vendelínský jarmark v Olbramově.

Své hosty si najdou i různé **hudební festivaly** a to at' už pestrá nabídka každoročně se opakujících open-air festivalů a koncertů v Konst. Lázních (Na louce, Pergola, Šrapnel, Revival fest, Lázeňská struna, Švihák fest), jednotlivé festivaly v obcích např. Stříbření ve Stříbře, Fárák fest v Heřmanově Huti apod., nebo třeba koncertní program vážné hudby **Kladrubské léto** či **Promenádní koncerty ve Stříbře**. Nabídku hudebních klubů v regionu zastupuje pouze **Music Club Panteon** v Konst. Lázních nebo příležitostné koncerty v sálu **Beseda** ve Stříbře nebo v **Café Harant** v Dolních Polžicích.

Pestrý program od filmových projekcí, přes divadelní představení, koncerty až po taneční večery nabízí také nový kulturní prostor **KINONEKINO** v Plané. Pravidelné filmové projekce nabízí také **kino Slavia ve Stříbře**.

Nepravidelně se v regionu konají také různé **site-specific akce**, často spojené s vytváření **land-artových instalací** - např. festival **krajina žije!** nebo krajinná dílna **FARA-ON**.

shrnutí

Celkově lze nabídku turistických atraktivit označit jako **výrazně sezónní**. V zimě a za špatného počasí je nabídka návštěvnických provozů velmi omezená, je zde malá nabídka in-doorových aktivit a nízký počet objektů s návštěvnickým provozem.

Množství přírodně zajímavých lokalit lze objevovat na několika **naučných stezkách**, nebo prostřednictvím husté sítě **cyklotras** či **značených pěších tras**.

V regionu je velké množství kulturních památek, často ovšem ve špatném stavu, který se alespoň u některých objektů postupně zlepšuje. **Všudypřítomná specifická melancholická atmosféra** a česko-německá historie jsou zatím nedostatečně využitým potenciálem regionu.

Obecně malá hustota zařízení poskytujících služby v cestovním ruchu, zejména stravovacích, a nedostatečná nabídka kvalitních nebo zajímavých ubytovacích a stravovacích zařízení „s duší“ brání rozvoji masovějšího turismu, což může být vnímáno i jako jedna z výhod.



vrch Krasíkov se zříceninou hradu Švamberka



železniční muzeum v Bezručicích



Prusíkův pramen v Konstantinových Lázních



romantická zřícenina hradu Gutštejn



nový železniční most přes přehradu Hracholusky



zámek Luhov



rozhledna na vodojemu v Heřmanově Huti



zámecký statek Újezd nade Mží

ČESKÝ ZÁPAD

naučné stezky

- Dolování v okolí Michalových Hor
- Expedice do historie země u Plané
- Voda pro život v Plané
- Skalní defilé u Svojšína
- Kosí potok
- Krasíkov – Ovčí vrch
- Ke studánce lásky
- Hradištský vrch
- Šípín
- Údolím Úterského a Nezdického potoka
- Lesní naučná stezka Sulislav
- Historie hornictví na Stříbrsku
- Kladruby

dominanty regionu

- Lazurový vrch
- Bohušův vrch
- Vlčí hora
- Krasíkov
- Ovčí vrch
- Hradištský vrch
- Ronšperk
- Vinice

kulturní památky

- Klášter Kladruby
- zámek Bezdružice*
- zámek Cebiv*
- zámek Luhov*
- zámek Svojšín
- zámek Trpísty*
- zámecký statek Újezd nade Mží
- zřícenina hradu Buben
- zřícenina hradu Gutštejn
- zřícenina hradu Falkenštejn
- zřícenina hradu Švamberk
- zříceniny hradu Volfštejn

zaniklé obce, poutní místa a další zajímavosti v krajině

- zaniklá obec Horní Víška
- zaniklá obec Milkov
- zaniklá obec Výškovice
- zaniklá obec Záhoří
- poutní místo sv. Anna

*) přístupné po předchozí domluvě





industriální zajímavosti

- Hornický skanzen s Královskou dědičnou štolou Prokop ve Stříbře
- Hornické muzeum se štolou Ondřej Šlik v Plané
- Rodinný pivovar Chodovar
- Bezdružická lokálka
- Železniční muzeum v Bezdružicích*
- Přovanský železniční most přes Hracholusky
- přehrada Hracholusky
- vodárna Heřmanova Huť

další muzea a expozice

- Městské muzeum Stříbro
- Mineralogický domek Duchmaus*
- Galerie ve věži Planá
- Muzeum Černošín
- Regionální muzeum Kladrubska
- Muzeum československého opevnění Kladruby*
- Pevnostní areál Pláň*

sport

- letiště Erpužice
- letiště Kříženeč
- motokrosový areál sv. Petra u Stříbra
- golfové hřiště Alfrédov

2.3 Poptávka, návštěvnost

Návštěvnost regionu je do velké míry limitována kapacitou a dostupností ubytovacích zařízení. Celková lůžková kapacita regionu je cca 2600 lůžek, z čehož výrazně největší počet lůžek je v Konstantinových Lázních (685), za další ohniska ubytování lze považovat Stříbro, Chodovou Planou a Planou a okolí přehrady Hracholusky, kde ovšem převažuje kempové ubytování.

Z tohoto rozložení plyne i rozložení počtu hostů v rámci území a počtu přenocování a také národnostní struktura hostů. Zatímco v Konstantinových Lázních se jedná o výrazně nejdelší pobyty (v roce 2010 – 10,4 noci, v roce 2019 – 8,2 noci), s menším podílem zahraničních hostů, v ostatních částech regionu odpovídá délka přenocování (2,4 - 2,8) podobným oblastem (např. Broumovsko 2,9). Stříbro je v tomto ohledu naopak podprůměrné, což je dáno pravděpodobně vysokým počtem ubytování v rámci jednodenních služebních cest, zde je ale naopak vyšší zastoupení zahraničních návštěvníků. Počet přenocování i jejich průměrná délka v regionu je poměrně stabilizovaná a to jak u domácích, tak i zahraničních návštěvníků.

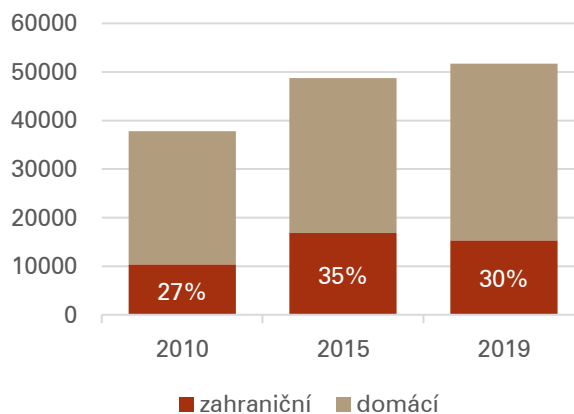
Podíl zahraničních hostů ve srovnání s venkovským územím Plzeňského kraje (bez města Plzně) je v regionu výrazně vyšší. Samozřejmě, že při porovnání regionu se samotným městem Plzní nemůže náš region počtem zahraničních turistů ani počtem jejich přenocování konkurovat.

Cílovou skupinou pro region jsou jak čeští turisté, tak turisté z ostatních evropských zemí (nejčastěji Německo, Slovensko, Nizozemí, příp. Rusko).

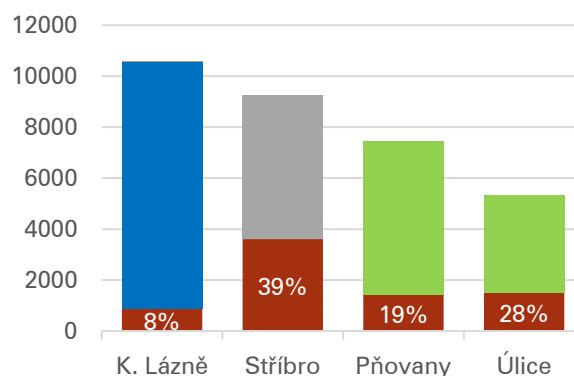
TOP země podle počtu hostů a přenocování v r. 2019 zdroj: ČSÚ

	počet hostů		počet přenocování	
Německo	10 752	70%	28 014	72%
Slovensko	945	6%	3 052	8%
Nizozemsko	397	3%	986	3%
...	
Rusko	271	2%	1 133	3%
...	
CELKEM zahraniční	15 297		38 938	

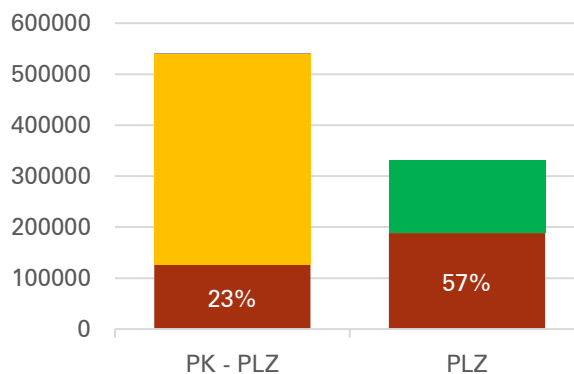
počet HOSTŮ v hromadných ubytovacích zařízeních za rok
zdroj: ČSÚ



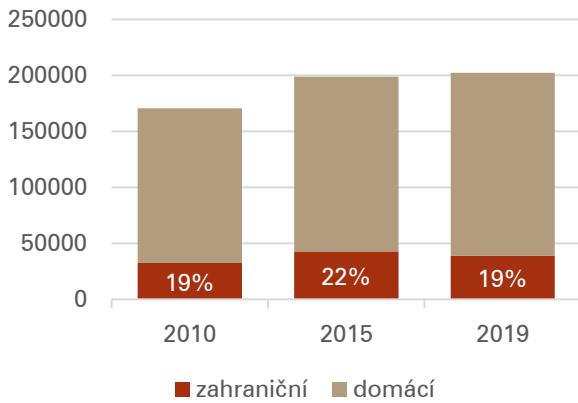
srovnání vybraných obcí
počet HOSTŮ za rok 2019
zdroj: ČSÚ



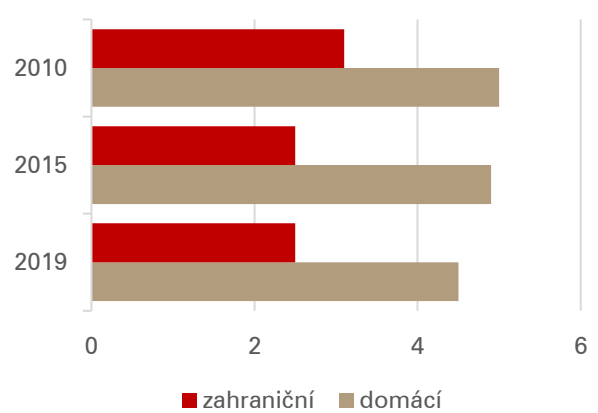
srovnání s Plzeňským krajem a Plzní
počet HOSTŮ za rok 2019
zdroj: ČSÚ



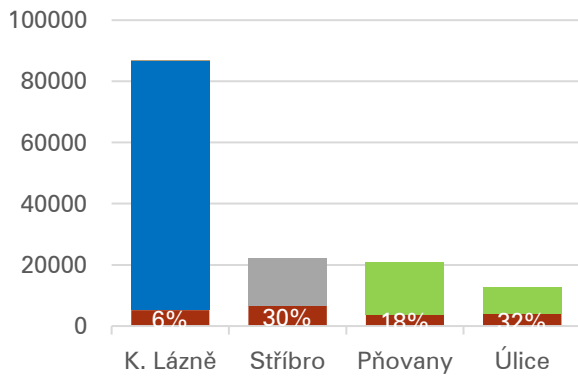
počet PŘENOCOVÁNÍ v hromadných ubytovacích zařízeních za rok
zdroj: ČSÚ



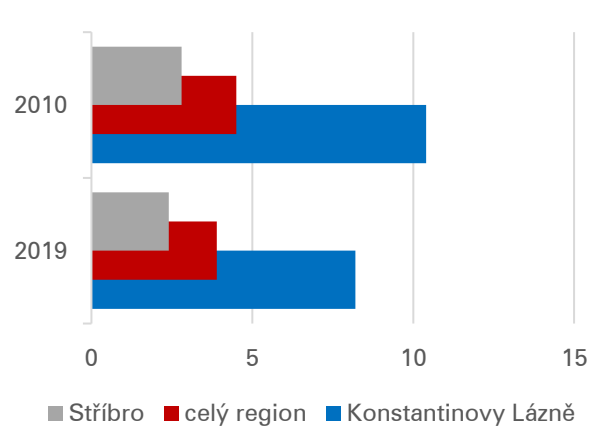
průměrná DÉLKA PŘENOCOVÁNÍ v hromadných ubytovacích zařízeních
zdroj: ČSÚ



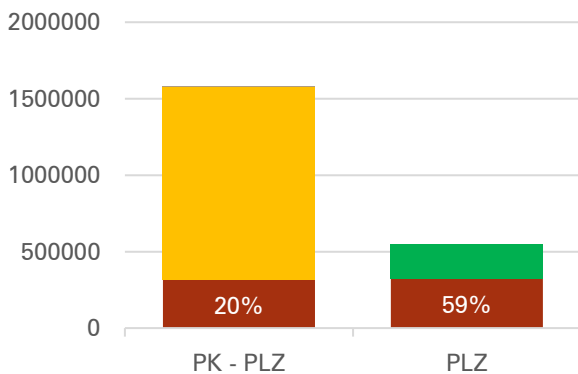
srovnání vybraných obcí počet PŘENOCOVÁNÍ za rok 2019
zdroj: ČSÚ



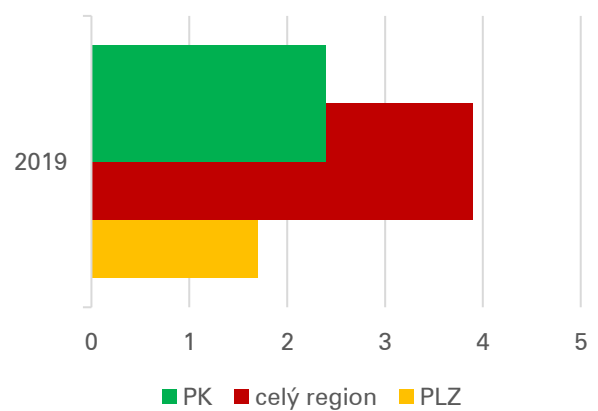
srovnání průměrné délky přenocování ve vybraných obcích
zdroj: ČSÚ



srovnání s Plzeňským krajem a Plzní počet PŘENOCOVÁNÍ za rok 2019
zdroj: ČSÚ



srovnání průměrné délky přenocování s Plzeňským krajem a Plzní
zdroj: ČSÚ



Co se týče účelu cesty, nejčastěji se jedná o lázeňské hosty, či osoby využívající wellness služeb Konstantinových Lázní. Druhou skupinou jsou sportovci, zaměřeni na cykloturistiku a pěší turistiku. Jako třetí skupinu lze označit návštěvníky kulturních památek a kulturních akcí. Specifickou skupinu, co do svých potřeb a očekávání, tvoří také rodiny s (malými) dětmi.

Okrajovými, ale zajímavými návštěvníky jsou např. němečtí rodáci a jejich potomci nebo zájemci o sudetskou historii. V poslední době se v regionu uskutečnilo několik land artových workshopů a akcí a tito umělci přispívají k dalšímu rozvoji cestovního ruchu.

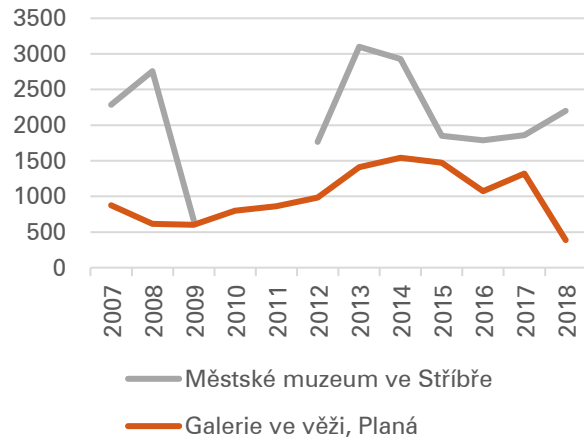
S ohledem na významný potenciál kulturního turismu v regionu jsme se také zabývali dlouhodobým trendem v návštěvnosti vybraných turistických cílů v této oblasti. V rámci muzeí a expozic jsme jako vhodného reprezentanta zvolili Městské muzeum ve Stříbře, kde byla návštěvnost ovlivněna rekonstrukcí v letech 2009 – 2012 a nyní v posledních letech má mírně stoupající tendenci, v rámci níž přesahuje 2000 osob ročně. V případě Galerie ve věži v Plané je návštěvnost poměrně stabilní, s výjimkou posledního sledovaného roku 2018.

Z objektů s návštěvníckým provozem jsme vybrali Klášter Kladruby, kde dle poskytnutých údajů dosáhla návštěvnost svého vrcholu v roce 2015. V tomto roce byl klášter zařazen do regionální programové linie projektu Plzeň – Evropské hlavní město kultury 2015 s názvem „Západočeské baroko“. Od té doby je návštěvnost opět mírně klesající, avšak drží se na podobné hladině přes 15 tis. osob ročně.

Zajímavou informací je statistika návštěvnosti jedné z přírodních dominant regionu – vrchu Krasíkova, který o letních prázdninách v roce 2015 navštívilo cca 2000 osob měsíčně, v následujících měsících pak návštěvnost klesala s výjimkou října, kdy na místě probíhaly tradiční Slavnosti jablek. Jejich návštěvnost se rovněž v čase vyvíjí – svého vrcholu dosáhla v roce 2016, kdy se akce zúčastnilo přes 5000 osob. Rostoucí tendence pokračovala v dalších dvou letech, nicméně vzhledem k dlouhodobé neúnosnosti se pořadatelé rozhodli postupně návštěvnost akce řízeně regulovat tak, aby se držela mezi 2 a 3 tisíci.

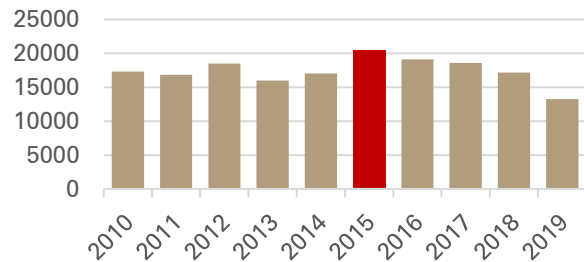
návštěvnost vybraných muzeí a expozic

zdroj: NIPOS



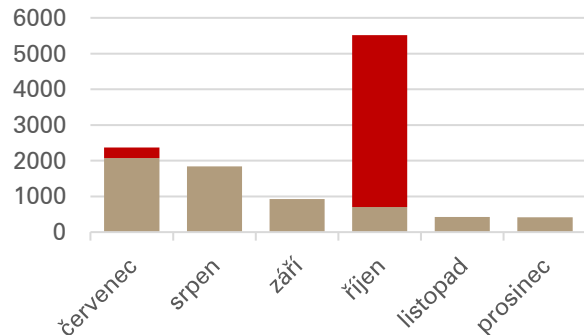
návštěvnost NKP Klášter Kladruby

zdroj: NPÚ



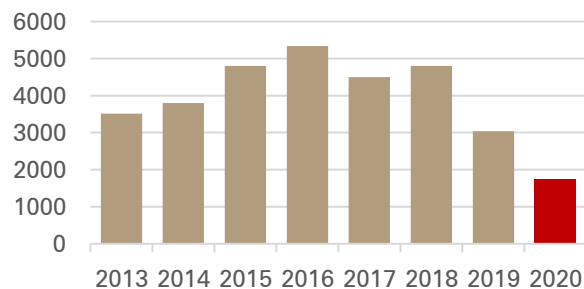
návštěvnost vrchu Krasíkov, 2. pol. 2015

zdroj: Nadace Partnerství, vlastní šetření



návštěvnost Slavností jablek na Krasíkově

zdroj: vlastní šetření





mineralogická expozice Městského muzea ve Stříbře



pohled na Ovčí vrch

2.4 Dosavadní řízení cest. ruchu

turistická informační centra

V regionu funguje celkem 5 turistických informačních center, z toho 3 jsou pravidelně certifikována ATIC (Černošín, Planá, Stříbro) a mají v současnosti platné certifikáty do roku 2022. Informační centrum v Konstantinových Lázních bylo certifikováno CzechTourism naposledy v roce 2012. V Kladrubech zastává činnost informačního centra pokladna místního Regionálního muzea. Koordinace činnosti těchto TIC probíhá spíše na neorganizované bázi. Bariérou je mj. malá personální kapacita všech zmíněných TIC, kdy většina úvazků jejich pracovníků je využita v rámci otevírací doby a není snadné najít společný termín pro setkání všech pracovníků. Funkční je ale vzájemná výměna informací prostřednictvím e-mailových rozesílek. DMO Český Západ si dala za cíl uskutečňovat pravidelná setkání TIC, případně i formou on-line videohovorů, na kterých by docházelo k přenosu informací o nových nabídkách v regionu i výměně zkušeností jednotlivých pracovníků.

mapování potenciálu a společná propagace

O společnou propagaci regionu se zpočátku snažil DSO Mikroregion Konstantinolázeňsko, zejména v návaznosti na vybudování sítě značených cyklotras. Jisté aktivity v minulosti uskutečnila také přímo MAS Český Západ – zejm. v oblasti společné propagace muzeí a expozic na svém území, prezentace barokních památek regionu nebo organizací kulturních akcí. MAS Český Západ je také aktivní v zapojování regionu do různých širších iniciativ a konceptů – např. mapování hipostanic pro rozvoj turistiky na koni, zapojení regionu do projektu Husova cesta apod.

V letech 2012-2015 také MAS fungovala jako tzv. MAJÁK pro projekt Plzeň – Evropské hlavní město kultury 2015, jehož úkolem mj. bylo mapovat kulturní a turistický potenciál regionu a prezentovat je návštěvníkům Plzně jako nabídku možností na výjezdy do regionu. V těchto aktivitách MAS pokračuje i po ukončení projektu EHMK.

spolupráce s okolím

Od roku 2013 je zástupce MAS Český Západ také pravidelně zván na jednání Rady cestovního ruchu okresu Tachov, tvořené zástupci obcí z celého okresu a MKS Tachov. Toto uskupení se dříve zabývalo zejm. prezentací okresu Tachov na veletrhu RegionTour v Brně, od roku 2013 pak společně s geoparkem GeoLocí a firmou Ketnet provozuje turistický portál

Tachovsko.com, který je rovněž využíván v marketingu DMO Český Západ jako hlavní zdroj informací pro návštěvníky.

destinační management

Problematika organizace destinačního managementu v regionu byla několikrát diskutována v rámci mnoha různých platformem a na tematických setkáních. S ohledem na dlouhodobou angažovanost MAS Český Západ v oblasti cestovního ruchu a neexistenci jiného mezisektorového partnerství v území se relevantní partneři shodli, že činnost DMO by měla vykonávat právě MAS. Ta se proto v roce 2016 zaregistrovala u Plzeňského kraje jako organizace destinačního managementu a vyčlenila na tuto oblast tříčlenný tým pracovníků.

Výsledkem práce vzniklého týmu bylo předložení první žádosti o certifikaci oblastní DMO v roce 2019, která však byla následně ze strany CzechTourism zamítnuta a vrácena k přepracování, zejména z důvodu absence samostatné strategie regionu v oblasti cestovního ruchu a neexistence samostatné platformy či pracovní skupiny pro cestovní ruch.

Uvedené nedostatky byly v následujících letech odstraněny, vedle obecně pojaté Strategie komunitně vedeného místního rozvoje MAS Český Západ vznikla tato sektorově orientovaná Strategie rozvoje cestovního ruchu destinační oblasti Český Západ, která téma rozpracovává ve větším detailu a současně vznikla také 3K platforma pro cestovní ruch – stálá pracovní skupina, skládající se ze zástupců klíčových aktérů cestovního ruchu v regionu. Současně bylo po dohodě s místními aktéry rozhodnuto, že nová žádost o certifikaci DMO bude podána zatím na úroveň „lokální“, neboť pro případné budoucí založení oblastní DMO připadá v úvahu více variant (např. propojení s dalšími lokálními DMO v okolí Plzně a vytvoření prstencové destinace „Plzeňsko“, nebo možnost propojení západní části území se vznikající oblastní DMO „Český les“, nebo propojení s oblastí severního Plzeňska či oblasti Tepelska v Karlovarském kraji, příp. původně zvažované vytvoření vlastní oblastní DMO).

Kromě toho byl vytvořen vizuál DMO Český Západ, vycházející z ilustrovaných kreseb vybraných turistických památek, kontinuálně je rozvíjena vlastní fotobanka a vznikla také prezentační microsite www.regionceskyzapad.cz.

Vyústěním těchto aktivit je podání nové žádosti o certifikaci lokální DMO v roce 2021 a realizaci vytyčených cílů.

2.5 SWOT analýza

SILNÉ STRÁNKY

zachovalá čistá příroda, nepoškozená průmyslem
 velká rozloha lesů, které pokrývají celé území,
 vyhlášené houbařské a myslivecké revíry
 vysoký počet kulturních a historických památek
 (zámky, kostely, ...) a drobných památek v krajině
 (zaniklé obce, poutní místa, ...)
 velké množství značených tras a naučných stezek
 vhodný terén pro cykloturistiku, nejhustší síť cyklotras
 v západních Čechách, in-line dráha u Konst. Lázní
 specifická atmosféra regionu (Sudety, melancholie,
 tajemno, příběhy lidí a míst...)
 minerální prameny (Konstantinolázeňsko) a lázeňství
 turistické cíle industriálního charakteru (hornictví,
 Bezdrůžická lokálka, Pňovanský most, ...)
 Vodní nádrž Hracholusky
 Rodinný pivovar Chodovar, Chodské pivo
 certifikace Místní výrobek ze západu Čech
 zajímavé tradiční i jednorázové kulturní akce
 (např. Slavnosti jablek na Krasíkově, Pivní slavnosti
 v Chodové Plané, Zahradní slavnosti ve Svojšíně,
 Výletnění v Plané, ...)
 sousední poloha s oblastí tzv. lázeňského trojúhelníku
 (atraktivní pro turisty hledající podobné cíle)
 strategická poloha v sousedství s Německem
 blízkost Plzně a počet návštěvníků proudících
 z metropole a jejího okolí, dostupnost vlakových
 a silničních spojů (do 30-45 min. jízdy)
 dobrá dopravní dostupnost regionu
 (dálnice D5 Praha - Plzeň - Rozvadov, silnice I/20 Plzeň -
 Karlovy Vary, železniční koridor 170 Praha - Plzeň -
 Cheb, místní železniční trať Pňovany - Bezdrůžice)
 území není přehlcné turisty, možnost nikoho nepotkat
 nižší ceny služeb ve srovnání s tradičnějšími
 turistickými destinacemi
 zavedená a fungující síť organizací (MAS Český Západ,
 Mikroregion Konstantinolázeňsko, geopark GeoLoc, ...)

SLABÉ STRÁNKY

region není vnímán jako destinace pro vícedenní
 dovolenou, převažují jednodenní či víkendové pobyty
 nízké povědomí o nabídce regionu, chybí komplexnější
 propagace, neexistuje tradiční "značka" regionu
 celková zanedbanost některých historických památek
 nízký počet památek přístupných veřejnosti a tur. cílů
 s pravidelným návštěvníckým provozem
 nedostatečný potenciál pro posílení nabídky
 mimo hlavní sezonu, v zimě a za špatného počasí
 nerovnoměrné plošné pokrytí ubyt. a strav. zařízeními,
 nedostatečné zaměření na kvalitu
 nedostatek kvalifikovaných pracovníků ve službách,
 zdeformovaný trh práce (vysoká cena práce stanovená
 výrobními provozovny v regionu a s tím související
 nízká ochota zaměstnanců pracovat v oblasti služeb)
 nízká jazyková vybavenost pracovníků ve službách
 omezující podmínky pro rozvoj podnikání v malých
 obcích, chybějící infrastruktura (kanalizace, vodovod,
 zdroj vody), časté výpadky při nepříznivém počasí
 chybějící dopravní propojení lokalit nebo nemožnost
 odklonění cyklodopravy od automobilové
 nízká frekvence spojů veř. dopravy, zejm. o víkendech,
 chybějící napojení turistických cílů na veřejnou dopravu
 nevýhodná poloha na hranici okresů, kraje i republiky
 limitující rozvoj regionu (chybějící návaznosti apod.)

PŘÍLEŽITOSTI

vytvoření konkrétních produktů cestovního ruchu, které budou vycházet ze specifické atmosféry a limitované nabídky regionu, nikoliv snaha vyrovnat se tradičním turistickým regionům

šetrná turistika, ekoturismus, ubytování na venkově či na farmě, další nové a alternativní trendy, obecně na „nemasovou“ turistiku, propojit s nabídkou zážitkové turistiky (např. poutní cesty, glamping, umělecké stáže, netradiční publikace a průvodci, ...)

využití návštěvnický exponované cíle (např. Klášter Kladruby) jako rozcestníky pro tipy na výlety do okolí potenciál česko-německé historie, podpora přeshraniční spolupráce, zpřístupnění nabídky pro německy mluvící hosty, vznik česko-německých expozic, přeshraniční projekty v oblasti land-artu apod.

využití potenciálu železniční tratě Pňovany - Bezdržice pro rozvoj nabídky služeb cestovního ruchu (oživení projektu Vlídna nádraží, zřízení ubytoven v nádražních budovách, propojení turistické nabídky podél trati, ...)

využití potenciálu VN Hracholusky (viz Studie na zlepšení jakosti vod na vodním díle Hracholusky, 2018)

využití brownfieldů a neudržovaných a chátrajících objektů jako atraktivních turistických cílů (např. urbex)

přizpůsobení naučných stezek současným trendům (obsah a náplň informačních panelů, interaktivita, hravost), zajištění pravidelné údržby stávajících stezek vybudování dalších úseků in-line stezek dostupných ze spádových center regionu

zvýšení dostupnosti soukromých muzeí a expozic, pravidelný návštěvnický provoz

rozvoj lázeňské a wellness nabídky

podpora podnikavosti a podnikatelských iniciativ, vzdělávání a poradenství v oblasti rozvoje služeb cestovního ruchu, podpora vzájemné spolupráce

posílení spojů veřejné dopravy ve všedních dnech a zejm. o víkendech (např. turistická linka „na zavolání“)

instalace WiFi free pointů, fotopointů, webkamer a videotras, zvýšení visibility regionu v on-line prostoru prezentace konkrétních turistických high-lightů

(např. místo obecné nabídky vysokého počtu naučných stezek nebo husté sítě cyklotras prezentovat konkrétní stezky nebo cíle - např. Gutštejn, Krasíkov, ...)

rozšíření počtu „TOP“ návštěvnických eventů při zachování jejich regionálního charakteru

podpora skupinových organizovaných výletů (např. nordic walking, cyklovýjížďky, netradiční průvodci, ...)

zvyšující se preference „bezpečné“ domácí turistiky (mj. v důsledku terorismu a pandemie Covid-19), státní podpora domácího cestovního ruchu

navýšení jednodenních výletů návštěvníků z Plzně

oslovení vyššího počtu návštěvníků a turistů z Německa

rozvoj spolupráce s dalšími organizacemi a institucemi v regionu, které mohou mít vliv na rozvoj cest. ruchu (např. Plzeň TURISMUS, Regionální Filmová Kancelář Plzeňského kraje, ...)

OHROŽENÍ

zaostávání nabídky destinace za ostatními regiony, konkurence jiných destinací

nedostatečné naplnění návštěvnických očekávání, hrozba negativních referencí

rozvoj průmyslových areálů, jež mají za důsledek nižší dostupnost kvalifikovaných pracovníků, neúměrně rostoucí cenu práce a obecně neochotu pracovat v sektoru služeb

zhoršení prostředí pro podnikání (změny legislativy, státní regulace, množství kontrol, hrozba sankcí, ...)

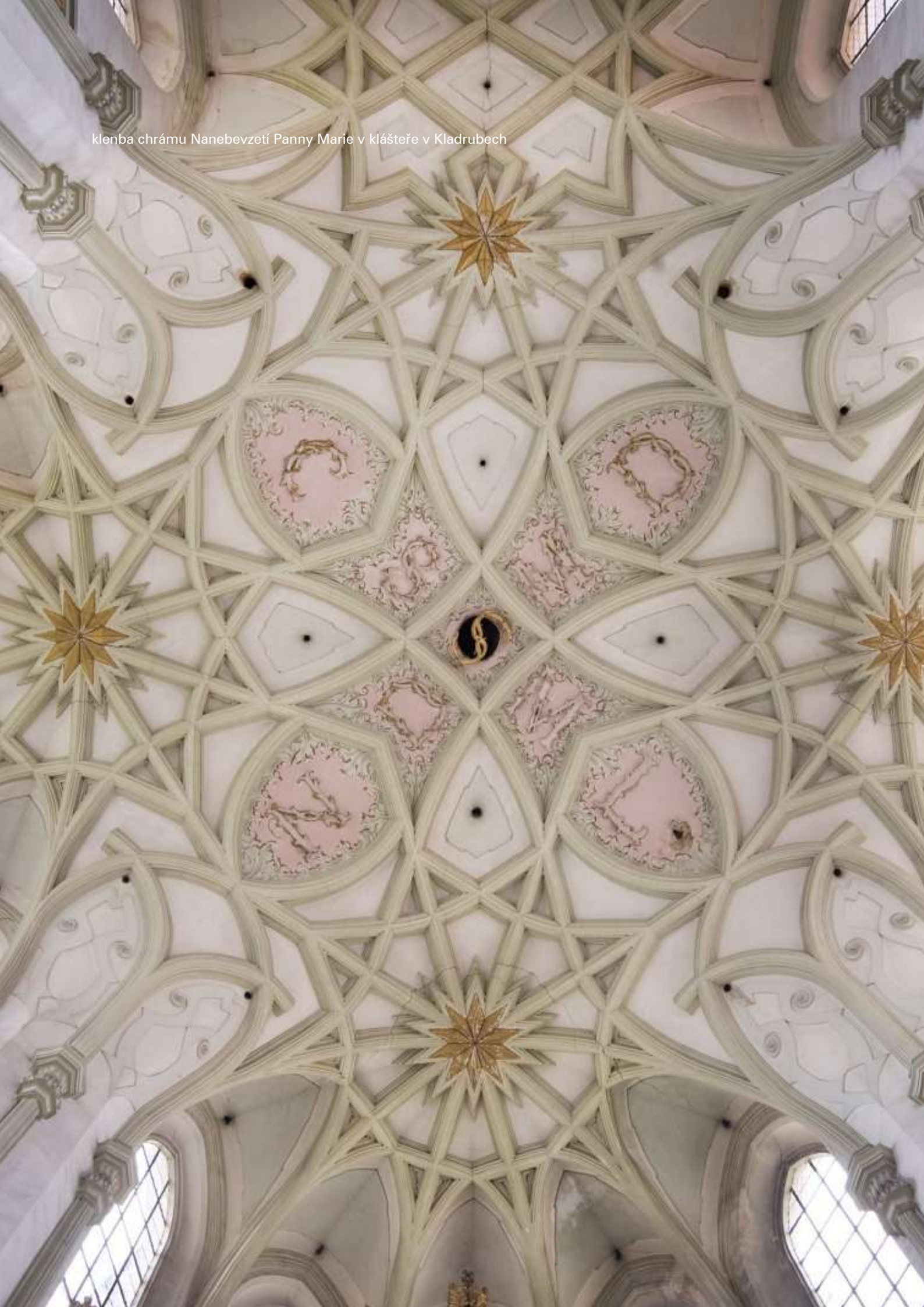
nezájem/nepodpora/nepochopení podnikatelských aktivit místními obyvateli

změna návštěvnických trendů a preferencí

negativní dopady pandemie Covid-19 (neochota lidí cestovat, nízká kupní síla, nedostatek financí k dalším investicím do služeb cestovního ruchu, státem nařízená omezení, ...)

vznik nadřazené DMO, která pohltí lokální nabídku turistických cílů a produktů cestovního ruchu do komplexnější nabídky, které tak ztratí identitu a rozplynou/ztratí se v obecněji formulované nabídce

klenba chrámu Nanebevzetí Panny Marie v klášteře v Kladrubech



2.6 Konkurence / Inspirace

Krušné hory

www.krusnehory.eu

oblast Sudet, hornictví, lázeňství

- + fungující oblastní DMO
- + UNESCO Hornický region Erzgebirge/Krušnohoří
- + zimní sezóna

Jizerské hory / Frýdlantsko

www.jizerky.cz

oblast Sudet, malý region

- + fungující oblastní DMO
- + UNESCO Jizerskohorské bučiny

Broumovsko

www.broumovsko.cz

oblast Sudet, barokní památky, geoturistika, cykloturistika

- + nabídka stravovacích a ubytovacích služeb
- + fungující oblastní DMO
- + certifikace BikeResort a Národní geopark
- větší počet turistů v terénu



Plzeňský kraj

www.turisturaj.cz

dostupnost z Plzně
na jednodenní výlety

- + Šumava
- neexistující oblastní/lokální
destinační management

Ralsko

www.visitralsko.com

malý neobjevený region,
landart, geoturistika

- + certifikace Národní geopark
- + dynamicky se rozvíjející
návštěvnická infrastruktura
a nabídka produktů
- neviditelnost nabídky
v rámci oblastní DMO

Kuks

www.zkuskuks.cz

kulturní turismus,
významná barokní památka

- + eventy využívající potenciál
barokní památky
- + fungující lokální DMO
- + zajímavé produkty
(např. úniková hra)



altán na vyhlídce v Míchalových Horách

3 STRATEGICKÁ ČÁST

3.1 Vize, Strategické a specifické cíle

Základní osnova vychází ze Strategie komunitně vedeného rozvoje (CLLD) MAS Český Západ, z.s., konkrétně ze specifického cíle **2.3 Pohostinný region otevřený návštěvníkům**, jehož čtyři opatření přebírá jako Strategické cíle, které dále rozpracovává na Specifické cíle v podobě konkrétních úkolů splňujících prvky SMART. Přímoú návaznost na Strategii CLLD příslušné MAS vnímáme jako jednoznačnou výhodu pro následné dosahování definovaných cílů díky ztotožnění členů, partnerů a podporovatelů MAS s cíli této sektorové strategie, jež tak mohou být všeobecně přijímány a podporovány v rámci celého regionu napříč jednotlivými sektory a místními aktéry.

vize

Pohostinný region otevřený návštěvníkům

Globální cíl	Priorita	Strategický cíl
zvýšování konkurenceschopnosti regionu v oblasti cestovního ruchu	zkvalitnění nabídky cestovního ruchu	1. Rekreační a turistická infrastruktura
		2. Vytváření atraktivních turistických cílů
		3. Dostupnost a kvalita ubytování, stravování a dalších služeb pro cestovní ruch
	destinační management a marketing	4. Rozvoj služeb destinačního managementu

Strategický cíl 1. Rekreační a turistická infrastruktura

- budování, obnova a rekonstrukce značených turistických tras a stezek (pěší, cyklistické, hippo, ...) vč. zpevnění cest, odpočívadel a souvisejícího mobiliáře, související obnova propojení mezi jednotlivými sídly (1.2.2)
- další způsoby usnadnění orientace v terénu (např. rozcestníky, informační tabule s mapou, značení turistických cílů, místní informační systémy, navigační systémy apod.)
- budování návštěvnické infrastruktury na frekventovaných turistických místech a trasách (např. nástupní místa, přístupové cesty, záchytná parkoviště, odpočívadla, bivačovací stanoviště, pozorovatelný zvěře a krajiny, vyhlídky, veřejná WC apod.) vč. monitoringu návštěvníků (např. počítadla, videokamery, zabezpečovací systémy apod.)
- monitoring stavu návštěvnické infrastruktury

Specifické cíle	indikátor	termín	odpovědnost	financování
1.1 Vybudovat samoobslužné info-pointy na exponovaných místech s tipy na výlet do okolí	min. 3 nové infopointy	12/2023	MAS, partneři	PRV, IROP, PK
1.2 Vybudovat návštěvnickou infrastrukturu navazující na Bezdrůžickou lokálku	počet odpočívadel a poskytovatelů služeb cest. ruchu podél trati	12/2030	obce, DSO	PRV, IROP, MMR
1.3 Udržovat značení a mobiliář značených tras (pěších i cyklo)	průběžný monitoring stavu tras	průběžně	KČT, obce, DSO	obce, PK
1.4 Iniciovat obnovení chybějících propojení sídel pro návštěvníky	mapování kritických míst	12/2023	obce, DSO, MAS	PRV
1.5 Vybudovat další úseky in-line stezek	počet km nových stezek	12/2030	obce, DSO	IROP, PK
1.6 Iniciovat a podporovat budování návštěvnické infrastruktury v terénu	min. 5 lokalit	12/2030	obce, DSO	PK, MMR PRV, IROP
1.7 Instalovat WiFi free pointy, fotopointy a webkamery	min. 5 lokalit	12/2023	DSO, obce, DMO	PK, MMR
1.8 Zajistit monitoring počtu návštěvníků na vybraných lokalitách	min. 3 lokality	průběžně	obce, DSO, DMO	PK, MMR

Strategický cíl 2. Vytváření atraktivních turistických cílů

- zpřístupnění kulturního dědictví, vytváření muzejních expozic, naučných stezek apod. sloužících k interpretaci místního dědictví (1.1.2)
- budování atraktivních turistických cílů (např. volnočasových a zábavních areálů, zážitkových parků, rozhleden, interpretačních a návštěvnických center apod.) s respektem k místnímu venkovskému charakteru
- využití místního potenciálu pro turistický ruch (např. rozhledny na věžích kostelů apod.)
- doplňování stávající turistické infrastruktury o atraktivní zážitkové prvky

Specifické cíle	Indikátor	termín	odpovědnost	financování
2.1 Zajistit pravidelnou dostupnost soukromých muzeí a expozic	min. 5 expozic přístupných o víkendech bez objednání	průběžně	provozovatelé expozic	vlastní, PK
2.2 Zajistit překlad vybraných expozic do němčiny, příp. angličtiny	min. 3 expozice v NJ/AJ	12/2023	provozovatelé expozic	OP ČR-BAV
2.3 Udržovat a obnovovat stávající naučné stezky a přizpůsobit je současným trendům	počet obnovených tras	průběžně	obce, DSO	PRV, PK

Strategický cíl 3. Dostupnost a kvalita ubytování, stravování a dalších služeb pro cestovní ruch

- výstavba, rekonstrukce, modernizace a vybavení ubytovacích a stravovacích zařízení (např. turistické ubytovny, rodinné penziony, hotely, restaurace, pohostinství, bistra apod.)
- budování, obnova a vybavení dalších zařízení, poskytujících služby v cestovním ruchu (např. rekreační sportoviště, wellness zařízení, půjčovny, úschovny, ...)
- přizpůsobení nabídky potřebám specifických skupin návštěvníků (např. jezdci na koních, lovečtí hosté, rodiny s dětmi, handicapovaní návštěvníci apod.)
- podpora alternativních konceptů návštěvnické pohostinnosti (např. klubové občerstvení, ubytování v soukromí, poutníci vítání, klubové členství apod.)
- vytvoření funkčního systému veřejné dopravy využitelné návštěvníky (např. doprava na zavolanou) (2.2.3)
- značení místních řemeslných produktů, vybavení a prostory pro jejich prodej (2.4.1)

Specifické cíle	indikátor	termín	odpovědnost	financování
3.1 Finančně podporovat rozvoj ubytovacích a stravovacích zařízení	dotační výzvy MAS	průběžně	MAS	PRV
3.2 Vytvořit nabídku specifických forem ubytování	katalog specifických ubytovacích zařízení	12/2023	DMO	vlastní, PK
3.3 Podporovat alternativní koncepty návštěvnické pohostinnosti	osvětová a propagační kampaň	12/2023	DMO	vlastní, PK
3.4 Zajistit dostupnost území veřejnou dopravou pro návštěvníky/turisty	napojení turistických cílů na veřejnou dopravu	průběžně	PK, obce	obce, DSO, PK
3.5 Pokračovat v udělování certifikátů Místní výrobek ze západu Čech	počet nově udělených/obnovených certifikátů	průběžně	MAS	vlastní, PK
3.6 Podporovat dostupnost regionálních produktů/suvenýrů v regionu	počet prodejen nabízejících regionální produkty/suvenýry	průběžně	MAS	vlastní, PRV

Strategický cíl 4. Rozvoj služeb destinačního managementu

- rekonstrukce, budování a vybavení turistických informačních míst a center, návštěvnických míst
- podpora doprovodné nabídky pro návštěvníky (např. průvodcovské služby, půjčovny, úschovny apod.)
- pořádání a propagace kulturních akcí (2.1.3) a akcí pro veřejnost vč. zápůjčky a sdílení vybavení (např. stany, podia, projekční technika, osvětlení, ozvučení, výčepní a chladicí zařízení, nádobí apod.) (3.2.4)
- koordinace kulturních akcí (např. zpracování a vydávání kalendáře akcí, společné plakátování apod.) a podpora akcí pořádaných místními aktéry (např. koordinace společně pořádaných a na sebe navazujících akcí, zajištění fotodokumentace apod.) (3.2.3)
- organizace neformálních a společenských událostí sloužících k setkávání zástupců místních aktérů a aktivní veřejnosti, sdílení zkušeností, vzájemnému povzbuzení, inspiraci, stmelení (např. workshopy, konference, sympozia, plesy apod.) (3.3.1)
- zprostředkování a zlepšení komunikace a informovanosti mezi místními aktéry (3.3.2)
- podpora spolupráce poskytovatelů služeb cestovního ruchu, provozovatelů návštěvnických cílů, pořadatelů kulturních akcí a turistických informačních center
- zpracování a vydávání kontaktářů a katalogů místních podnikatelů, řemeslníků apod. a prezentace jejich činnosti a nabídky (3.2.3)
- pomoc s propagací aktivit a nabídky místních aktérů (např. návrhy kampaní, zpracování vizuální podoby, zpracování a překlady textů apod.) (3.2.3)
- organizace osvětových a vzdělávacích akcí, prezentace nových nebo alternativních konceptů a přístupů, inspirační akce (např. interpretace místního dědictví a muzejní pedagogika, konverze brownfieldů, usměrňování a monitoring návštěvnosti, moderní přístupy v nabídce služeb v cestovním ruchu, přizpůsobení nabídky služeb specifickým skupinám, destinační management, rozvoj místní produkce, kulturní a kreativní odvětví, ...) (3.1.1)
- odborné poradenství (např. individuální a skupinové konzultace, odborné semináře, informační publikace apod.) pro místní aktéry zejména v souvislosti s přípravou a realizací výše uvedených opatření (3.2.2)
- podpora prezentace návštěvnické a turistické nabídky regionu, tvorby produktů a balíčků, posilování značky regionu na poli turismu
- komunikace s médii (např. vydávání tiskových zpráv, organizace tiskových konferencí apod.) (3.2.3)
- vydávání regionálních publikací (např. bibliografií, průvodců, apod.) (3.1.1)
- spolupráce se středními a vysokými školami a jejich studenty (např. vypisováním nabídky témat pro středoškolské odborné činnosti, bakalářských a diplomových prací, spoluprací na výzkumných aktivitách, nabídky odborných stáží a praxí apod.) (3.1.3)
- zpracování koncepčních, strategických a rozvojových dokumentů (3.4.2)
- zapojování odborníků do přípravy a realizace projektů (3.4.3)
- podpora získávání zkušeností mimo region (3.3.3)

Specifické cíle – oblast Postavení DMO	indikátor	termín	odpovědnost	financování
4.1.1 Etablovat DMO Český Západ na poli destinačního managementu v rámci kraje i ČR	certifikace DMO	12/2022	DMO	vlastní, PK
4.1.2 Představit nové produkty DMO Český Západ relevantním aktérům v území	regionální konference k cestovnímu ruchu	12/2021	DMO	vlastní, PK, CLLD
4.1.3 Zajistit visibilitu a branding značky Český Západ v rámci regionu	všechna TIC + min. 50% provozoven ubytovacích a stravovacích služeb v regionu	12/2022	DMO, TIC, podnikatelé	vlastní, PK, MMR, soukromé
4.1.4 Zajistit branding značky Český Západ na klíčových eventech v rámci regionu	plán eventů	průběžně	DMO, pořadatelé akcí	vlastní, PK, MMR
4.1.5 Zajistit dobrou visibilitu regionu v on-line prostoru	vytvoření micro-site, správa profilů na sociálních sítích	průběžně	DMO	vlastní, PK, MMR

Specifické cíle – oblast Podpora partnerů		indikátor	termín	odpovědnost	financování
4.2.1	Vytvořit fungující regionální síť kontaktů a spolupráce v oblasti CR	průběžně aktualizovaný sdílený kontaktní subjektů v CR	průběžně	DMO	vlastní
4.2.2	Informovat místní aktéry o současných trendech v CR	regionální konference k cestovnímu ruchu	min. 1x / 3 roky	DMO	vlastní, PK, CLLD
4.2.3	Vzdělávat subjekty působící v CR	plán vzdělávacích seminářů	průběžně	DMO	vlastní, PK, PRV
4.2.4	Poskytovat kontinuální poradenství začínajícím i stávajícím podnikatelům v oblasti CR	počet konzultací/seminářů	průběžně	DMO	OP TP
4.2.5	Jednat s vlastníky brownfieldů o jejich možném využití v CR	pracovní jednání zainteresovaných aktérů, návrh postupu dalších prací	průběžně	MAS, obce, vlastníci objektů	PK, soukromé zdroje vlastníků, IROP
4.2.6	Podílet se na koncepčním přístupu k zatraktivnění VN Hracholusky a jejího okolí	pracovní jednání zainteresovaných aktérů, návrh postupu dalších prací	12/2030	MAS, PK, DSO Mirkoregion Hracholusky	PK
4.2.7	Zintenzivnit spolupráci s organizacemi v okolí	pracovní jednání, dohody o partnerství	průběžně	DMO	vlastní
4.2.8	Vydávat a distribuovat tištěné propagační materiály regionu	ediční plán	průběžně	DMO, TIC	vlastní, obce, DSO, soukromé, PK
4.2.9	Navázat spolupráci s Centrem cestovního ruchu FEK ZČU	pracovní jednání	průběžně	DMO	vlastní
Specifické cíle – oblast Produkty a eventy		indikátor	termín	odpovědnost	financování
4.3.1	Udržet a rozvíjet hlavní eventy	min. 3 akce regionálního charakteru ročně	průběžně	DMO, obce, DSO, pořadatelé akcí	vlastní, PK, MMR
4.3.2	Zajistit koordinaci pořádání kulturních akcí	tištěný nebo on-line kulturní kalendář regionu	1x rok	DMO	vlastní, PK
4.3.3	Vytvořit konkrétní nabídky pro jednotlivé skupiny návštěvníků/turistů	nabídky pro jednotlivé skupiny	průběžně	DMO	vlastní, PK, MMR
4.3.4	Vytvořit vlastní edici stylových suvenýrů (vč. ikonických průvodců)	nabídka suvenýrů	průběžně	DMO, TIC	vlastní, obce, DSO, soukromé
4.3.5	Obnovit česko-bavorský land-artový festival „krajina žije!“	počet realizovaných ročníků festivalu	min. 1x / 3 roky	GeoLocí	OP ČR-BAV
4.3.6	Oživit projekt Vlídna nádraží a stanovit postup realizace navržených kroků	pracovní jednání zainteresovaných aktérů, návrh postupu dalších prací	12/2021	MAS, MKL, obce na trati, Plz. dráha	vlastní, PK



romantická zřícenina hradu Gutštejn

Provázanost se Strategií CLLD MAS Český Západ

Provázání cílů Strategie rozvoje cestovního ruchu destinační oblasti Český Západ se Strategií komunitně vedeného místního rozvoje (CLLD) místní akční skupiny Český Západ, která pokrývá celé území DMO, vnímáme jako jednoznačnou výhodu pro následné dosahování definovaných cílů díky ztotožnění členů, partnerů a podporovatelů MAS s cíli této sektorové strategie, jenž tak mohou být všeobecně přijímány a podporovány v rámci celého regionu napříč jednotlivými sektory a místními aktéry.

Z tohoto důvodu bylo zpracováno porovnání Strategických cílů Strategie rozvoje cestovního ruchu s relevantními Opatřeními Strategie CLLD.

		Strategické cíle Strategie rozvoje CR DMO			
		1. Rekreační a turistická infrastruktura	2. Vytváření atraktivních turistických cílů	3. Dostupnost a kvalita ubytování, stravování a dalších služeb pro cestovní ruch	4. Rozvoj služeb destinačního managementu
Opatření Strategie komunitně vedeného místního rozvoje MAS	1.1.2. Zpřístupnění, citlivé využívání a interpretace místního dědictví		●		
	1.2.2. Obnova, rozvoj a údržba dopravní sítě	●			
	2.1.3. Podpora kulturních a společenských akcí				●
	2.2.3. Funkční veřejná doprava a dopravní obslužnost			●	
	2.3.1. Rekreační a turistická infrastruktura	●			
	2.3.2. Vytváření atraktivních turistických cílů		●		
	2.3.3. Dostupnost a kvalita ubytování, stravování a dalších služeb pro cestovní ruch			●	
	2.3.4. Rozvoj služeb destinačního managementu				●
	2.4.1. Podpora místních produktů			●	
	3.1.1. Osvětové a informační aktivity				●
	3.1.3. Spolupráce se studenty a zapojování mládeže				●
	3.2.2. Odborné poradenství a vzdělávání				●
	3.2.3. Propagace a marketing aktivit místních aktérů				●
	3.2.4. Přímá podpora místních aktérů				●
	3.3.1. Setkávání místních aktérů				●
	3.3.2. Vytváření a podpora místních sítí a zastřešující iniciativy				●
	3.3.3. Spolupráce a partnerství mimo region				●
	3.4.2. Zpracování studií a koncepcí				●
	3.4.3. Spolupráce s odborníky				●



kavárna Srdíčko v Konstantinových Lázních

3.2 Produkty cestovního ruchu

Jednotlivé produkty cestovního ruchu, představené dále v této kapitole, propojují stávající nabídku atraktivit a turistických cílů v destinaci vychází z analýzy profilů jednotlivých návštěvnických skupin, ale i z obecných trendů domácího cestovního ruchu.

Cílem vytvoření nových produktů cestovního ruchu - je zejména přizpůsobení a utřídění nabídky dle profilů návštěvníků, směřování jejich poptávky tak, aby mohla být v rámci regionu uspokojena. Návštěvníci si samozřejmě mohou vybrat z více možností a taktéž mohou jednotlivé produkty kombinovat dle svých preferencí. To vše i se záměrem zvýšení motivace k delší návštěvě regionu s potřebou ubytování a motivace k využívání dalších doprovodných služeb (např. stravování, koupě místních řemeslných výrobků, využití nabídky kulturních akcí apod).

tematické produkty

Hlavní specifickou nabídkou jsou tři tzv. tematické produkty – ty v sobě spojují nabídku napříč regionem

vždy v rámci daného průřezového tématu vycházejícího z profilu skupiny návštěvníků, ať už stávajících, nebo těch „požadovaných“. Tyto tři produkty by měly tvořit hlavní profil destinace.

- **krajina stvořená pro umění**
- **dovolená s přáteli**
- **wellness na venkově**

regionální produkty

Nabídku tematických produktů doplňují čtyři regionální produkty, vycházející z územního členění oblasti, tedy:

- **Konstantinovy Lázně – srdce na dlani**
- **Stříbro a Kladruby – na obchodní stezce**
- **Planá a Chodová Planá – tradice piva a hornictví**
- **Hracholusky – ráj chalupářů a rybářů**

Jednotlivé produkty jsou podrobně představeny na následujících stránkách.

krajina stvořená pro umění

poutníci současnosti # nomádi # sebepoznání
žít pro dnešek # krajina, umění a já # prožitek
glamping

Chcete nalézt sebe sama nebo jen klidné místo bez signálu a ruchu, kde si budete moci odpočinout, tvořit, nebo načerpat sílu či inspiraci z krajiny? Nechte se unášet plynoucím časem, šumem lesa, ... jen vy a krajina kolem – místo pro inspiraci. Vydejte se tam, kam vás zavede vlastní nálada. Objevte svou kreativitu!

Produkt rozvíjí postupně vznikající nabídku zejména pro individuální turisty se zájmem o vlastní rozvoj nebo únik (očistu) od běžných stereotypů, zpomalení, odpočinek. Základním předpokladem je ubytování na netradičních inspirativních místech ve vkusně a funkčně zařízených prostorách, pokud možno izolovaně od okolního světa, bez nutnosti napojení na další služby. Pobyt může mít také formu poutě, během které nejde ani tak o poznání místa a jeho památek, ale o poznání a uvědomění si sebe sama.

sezóna	duben - říjen
cílová skupina	jednotlivci či mladší páry, humanitně či umělecky založení, nejčastěji z měst
služby	- ubytování na netradičních místech - zážitkové vaření v přírodě - eventy propojující umělecké světy - workshopy všeho druhu - umělecké residence - trendy gastropodniky
typické cíle	- zaniklé obce a skrytá či opuštěná místa (Horní Víška, Milkov, Výškovice, Zahoří) - místa s výhledem do krajiny (Krasíkov, Ovčí vrch, Vlčí hora, Vinice, ...) - další „insta-místa“ se specifickou atmosférou
úkoly DMO	- podpora vzniku netradičních ubytovacích zařízení, bivačových a grilovacích míst v přírodě - vydání graficky zajímavého průvodce - (spolu)organizace umělecky laděných eventů a workshopů
témata	- jedinečnost - zážitek / prožitek - skrytá místa - mystika / tajemství
marketing	- důraz na kvalitní fotografie - především sociální sítě - spolupráce s umělci a influencery - spolupráce se zavedenými sítěmi (např. Amazing Places)
partneři	- vlastníci nemovitostí - pořadatelé site-specific akcí - lektoři workshopů



kurz jógy v Dolních Polžicích

dovolená s přáteli

cesty s příběhem # na kole i pěšky # rodinný výlet

túra # křížem krázem # svačinu s sebou

skupinová sleva

Poznejte náš kraj – památky, naučné stezky i hustá síť cyklotras čekají na vaši návštěvu. Pěšky, na kole nebo autem – křížem krázem regionem, ať už sbíráte turistické známky, nebo kilometry!

Produkt staví zejména na skupinách aktivních turistů, kteří mají chuť objevovat region a nelpí na nejvyšším standardu ubytování a naopak ocení možnost ubytování celé skupiny na jednom místě za přijatelnou cenu, jsou ochotni si na delší výlet přibalit svačinu, nebo si jeho trasu dopředu naplánovat tak, aby bylo možné se občerstvit v některé z místních hospůdek.

sezóna	duben - říjen
cílová skupina	společná dovolená více rodin nebo skupina přátel či kolegů vč. skupin mládeže
služby	- ubytování pro skupiny vč. kempů - hospůdky a hostince - projížďka parníkem - návštěvnické prohlídky - slavnosti a další větší eventy - možnost objednat animátora pro děti ubytovaných hostů
typické cíle	- zříceniny hradů (Buben, Gutštejn, Volfštejn, Švamberk) - přístupné památky (klášter Kladruby, zámek Svojsín) - muzea a expozice vč. těch, které jsou přístupné pouze po předchozí domluvě - značené cyklotrasy a naučné stezky
úkoly DMO	- rozšíření outdoor i indoor nabídky - rozšíření nabídky komentovaných prohlídek - vytvoření „malých“ cílů v přírodě (např. občerstvovny, vyhlídky, pozorovatelný, ...) - vybudování MTB a singletracků - nabídka aktivit pro děti (pracovní listy, speciální prohlídky, animační programy, ...) - rozšíření nabídky suvenýrů
témata	- síť značených tras - poznání (historie) regionu - tipy pro celou rodinu
marketing	- nabídka zaslání tištěných materiálů s tipy na výlety předem - tematické nabídky pro skupiny od 10/20 osob
partneři	- ubytovací i stravovací zařízení všech typů - provozovatelé turistických cílů



pěší lávka na železničním mostě přes Hracholusky

wellness na venkově

relax # gastronomie # nechte se hýčkat

doporučení na míru

Dopřejte si na pár dní zasloužený odpočinek, užijte si příjemnou masáž nebo koupel a navštivte jednu z doporučených restaurací. Zkrátka budete se u nás jako v bavlnce.

Produkt využívá zázemí venkovských lázeňských a wellness středisek, které kromě ubytování v *** až **** standardu a vlastní restaurace nabízejí také doprovodné služby wellness. Nabídka je určena hostům, kteří chtějí spojit pobyt s několika výlety do okolí – za památkami, vybranými gastropodniky nebo s návštěvou zajímavé kulturní akce.

sezóna	celoročně
cílová skupina	páry ve středním a zralém věku (prázdné hnízdo a senioři), menší skupiny žen (kamarádky)
služby	- ubytování se snídaní či polopenzí - wellness (masáže, koupele, ...) - vybrané gastropodniky - komentované vycházky s průvodcem - golf, nordic walking, jóga, ...
typické cíle	- přístupné památky (klášter Kladruby, zámek Svojšín) - gastropodniky (Cafe Harant, Chodovar, Restaurace Excellent, Restaurace Jitřenka, ...)
úkoly DMO	- souhrn doporučení na vybrané podniky se stálým standardem - dárkové balíčky - celoroční kalendář kulturních akcí - spolupráce na přípravě vybraných akcí (koncerty vážné nebo filmové hudby, gastroakce, ...)
témata	- relax - rodinné podniky
marketing	- PR články - webové stránky spolupracujících podniků
partneři	- provozovatelé hotelů s wellness - vybrané gastropodniky - pořadatelé vybraných akcí



wellness hotel na zámku Alfrédov

Konstantinovy Lázně

srdce na dlani



Konstantinolázeňsko je jako stvořené pro spojení aktivní dovolené, výletů za poznáním a odpočinku. Nej hustší síť cyklotras v Plzeňském kraji, několik naučných stezek, drobné památky v krajině i zajímavé kulturní akce. Klidné lázeňské městečko Konstantinovy Lázně v sezóně ožívá řadou koncertů a hudebními festivaly. Čeká vás rodinné prostředí a vlídné přijetí.

sezóna	jaro - podzim
cílová skupina	- aktivní rodiny/prarodiče s dětmi - páry střední a starší generace - rekreační sportovci (aktivní dovolená + relax)
typické cíle	- Konstantinovy Lázně (lázeňský park, Hradištský vrch, zatopený lom, Studánka lásky, in-line stezka, Švihákův pavilon) - Bezručice (železniční muzeum, zámek, Dům U Haranta) - Krasíkov (rozhledna na zřícenině hradu Švamberk, Slavnosti jablek) - Dvůr Krasíkov (mýdlárna, sýrárna, bistro, minizoo) - Ovčí vrch a Čelivská alej - Dolní Polžice (Café Harant, zvonička setkávání) - Gutštejn, Šipín, Bezemínské hradiště - údolí Hadovky, Úterského a Nezdického potoka - zaniklé obce Milkov, Horní Víška

Stříbro a Kladruby

na obchodní stezce



Historické město Stříbro, monumentální klášter Kladruby, ale i nedaleký zámek ve Svojšíně nebo muzeum v Černošíně. Zajímavý program si tu sestavíte i za špatného počasí. A pokud bude hezky, tak nelze vynechat výlet na Vlčí horu, vrch Ronšperk nebo výlet na kole po některé ze značených cyklotras.

sezóna	jaro - podzim
cílová skupina	- aktivní rodiny s dětmi - aktivní senioři (páry i skupiny) - návštěvníci na 1-2 noci - firemní pobyty (Stříbro, Alfrédov)
typické cíle	- Stříbro (centrum města, městské muzeum, hornický skanzen, muzeum minerálů Duchmaus, vrch Ronšperk, areál sv. Petra) - Kladruby (klášter, muzeum ČS opevnění, regionální muzeum) - Ostrov u Stříbra (kaple) - Alfrédov (golf) - Černošín (muzeum, Volfštejn, Vlčí hora, zaniklá obec Záhoří) - Svojšíň (zámek, naučná stezka)

Planá a Chodová Planá

tradice piva a hornictví



Planá se v posledních letech stala jakousi Mekkou kulturního života a současné architektury, zatímco sousední Chodová Planá je již od roku 1573 Mekkou vaření piva. A okolní krajina plná vzpomínek a stop po bývalém osídlení je jako stvořená pro dlouhé procházky, při kterých možná nepotkáte ani živáčka.

sezóna	celoročně
cílová skupina	<ul style="list-style-type: none"> - páry střední a starší generace - rekreační sportovci (aktivní dovolená + relax) - jednotlivci i skupiny se zájmem o geologii - firemní pobyty (Chodovar)
typické cíle	<ul style="list-style-type: none"> - Planá (Hornické muzeum, Galerie ve věži, Kinonekino, Bohušův vrch, lesík u Madonky, koupaliště, sv. Anna) - Chodová Planá (pivovar, pivní lázně) - Michalovy Hory (naučná stezka, fara) - údolí Kosího potoka - zaniklá obec Výškovice

Hracholusky

ráj chalupářů a rybářů



Tradiční rekreační oblast může nabídnout mnohem víc než jen posezení u vody v některém z kempů nebo výlet parníkem. Je to nejen ráj rybářů a houbařů, ale také milovníků cyklistiky či železnice. Výlety podél Mže třeba ke zřícenině hradu Buben nebo na zámecký statek Újezd nade Mží či trampské posezení u ohně... to jsou Hracholusky!

sezóna	květen - září
cílová skupina	<ul style="list-style-type: none"> - aktivní rodiny s dětmi (kempy) - skupiny přátel - campeři - houbaři, rybáři, cyklisté - skupiny mládeže - firemní akce, teambuildingy
typické cíle	<ul style="list-style-type: none"> - Hracholusky (kempy, parník) - Pňovanský železniční most - Újezd nade Mží (zámecký statek, minizoo) - zámek Luhov - zřícenina hradu Buben

3.3 Cílové skupiny

lázeňští hosté

Jednotlivci ve věku 50+ a obecně **senioři**, kteří navštěvují **lázně a ostatní léčebná zařízení** (nejčastěji srdeční choroby). U nabízených služeb cestovního ruchu klade skupina důraz na umístění **v sousedství s místem pobytu/léčby** (kavárny a cukrárny, kulturní akce bez vstupného, drobné suvenýry), a to s požadavkem na **nízkou cenovou hladinu** těchto služeb. V malé míře využívají možnosti **nenáročného sportovního vyžití** (nordic walking, petanque) a výletů k dobře dostupným výletním cílům v blízkém okolí místa pobytu, u nichž pacienti nemají problémy s jejich dosažením (např. NS Ke studánce lásky v Konstantinových Lázních, zámek v Bezdruzicích). Veškeré uvedené **služby jsou napřímo zprostředkovávané léčebným zařízením**. Mezi hlavní komunikační kanály se řadí **doporučení lékařů, informační brožury a webové stránky**.

milovníci wellness

Zástupci skupiny "**prázdné hnízdo**" a dále **senioři**, kteří cestují samostatně či ve dvojicích a vyhledávají **více denní pobyty** (samoplátci). Využívají ubytování nejen v lázeňských zařízeních, ale také hotelech a penzionech, s **důrazem na pohodlí a kvalitu ubytovacích služeb**, za kterou jsou ochotni si připlatit (př. Golf&Wellness Resort Alfrédov, Hotel Alexander ve Stříbře). Svůj pobyt často spojují s **výlety, provázanými aktivní turistikou a sportem** (elektrokola, golf, nordic walking a pěší turistika). Jsou **ochotni si za služby připlatit** (známka prestiže), investují do svého sportovního a turistického vybavení (kola, golfové vybavení, nordic walking hůlky, sportovní oblečení), do kulturního vyžití (vážná hudba, koncerty, slavnosti a festivaly), gastronomie a wellness nabídky. **Gastronomie** se pro ně stává synonymem objevování tradičních specialit a chuťových zážitků (př. Café Kryštof Harant v Dolních Polžicích, Beerarium Stará Sladovna v Chodové Plané).

cyklisté

Do této skupiny se řadí tzv. **oddaní/celoročně aktivní cyklisté** (převážně muži 35 - 70 let) a **cyklisté rekreační** (např. rodiny s dětmi, cyklistika je pouze jednou ze složek komplexnější dovolené). První skupina vyráží na vyjížďky jak **osamoceně** a zpravidla z místa bydliště či za využití vlastní automobilové přepravy, tak i ve **skupinách**. Ty často využívají vlakovou přepravu a **speciální vagony určené pro přepravu kol** (např. cyklisté z Plzně, kteří využívají přepravu Bezdruzickou lokálkou). Oddaní cyklisté se vyznačují **vysokými investicemi do cyklistického vybavení**, proto na trase vyhledávají

bezpečná místa a zastávky, kde mohou bez obav uskladnit své kolo (zázemí pro parkování kol, občerstvovací zastávky s výhledem na kola). Síť cyklotras v regionu využívají obě skupiny buď v rámci **dálkových cyklistických tras** a tedy delších pobytů (aktivní cyklisté), nebo naopak v rámci **opakovaných výletů** (rodiny s dětmi, rekreační cyklisté, aktivní cyklisté na jednodenních vyjížďkách) spojených s návštěvou přílehlých památek, zajímavostí a občerstvovacích stanišť (př. Chodová Planá - pivo, Konstantinovy Lázně - lom Hradištský vrch).

mladé rodiny

Skupina **mladých rodin s dětmi** ve věku do 10 let, u které převládá požadavek na fyzickou i finanční nenáročnost výletu, baby-friendly prostředí. Snaží se udržovat vztah k přírodě a u dětí rozvíjí zájem o témata ekologie a šetrného turismu. Rádi kombinují **pohyb v přírodě** (hlavní aktivita) a **poznávání** (sekundární cíl cesty). Řadí se sem **jednodenní pěší a cyklistické výlety**, u kterých není potřeba využívat ubytovacích služeb. Výlety jsou často spojené s návštěvou **volně přístupných památek**, které se nachází na značených cyklotrasách a nabízejí nenáročný terén (př. zřícenina hradu Buben na cyklotrase vedoucí podél řeky Mže). Často využívají doplňkové produkty typu **koupaliště, inline stezky, interaktivní vzdělávací panely v přírodě** nebo **nabídku drobného občerstvení** v kempech nacházejících se při cyklistických trasách/u koupališť, ale i restaurací, které ovšem musí být pohostinné pro hosty s dětmi. Zástupci této skupiny ve většině případů vyžadují dostupnost **parkoviště**, usazeného v blízkosti cíle výletu, které se současně stává jeho výchozím bodem.

poutníci

Návštěvníci ve věku 25 - 37 let (převažují jednotlivci a páry), kteří **hledají inspirativní výlety a místa** (1 - 3 denní, vyžadující přenocování). Kombinují kulinářské zážitky (zahrnuje i přípravu jídla na ohništi) s **aktivním nebo pasivním odpočinkem** (pěší turistika, pohledy do krajiny). Kladou důraz na ekologii a šetrný turismus. **Ubytování pro ně musí být spojeno se zprostředkováním zážitku**, ať již v podobě **přenocování v přírodě** či za využití netradiční ubytovací nabídky typu **glamping**. Jsou zde zástupci preferující jak **nízkorozpočtové výlety** (trampové a poutníci, k přepravě využívají převážně vlak a pro nákup občerstvení obecní večerky), tak i naopak návštěvníci, kteří jsou **ochotni si za služby připlatit** (ubytování, gastronomie, cestují autem) a díky tomu třeba ulovit trendy fotografii na sociální síť. Obě tyto skupiny však **spojuje obdobná motivace**, kterou je objevování **zaniklých míst, míst s**

nízkým počtem turistů, vyhlídek do krajiny či naopak člověkem netknutná údolí. Tato místa pak na ně působí dle motivu jejich cesty - instagramoví lovci fotografií, poutníci nacházející na cestě vnitřní usebrání, návštěvníci hledající klid a odpočinek od každodenních myšlenek, komunita trampů.

campeři

Karavany a obytné vozy se v současnosti stávají **výrazným trendem v oblasti cestování**, který prosazují hlavně mladé rodiny s dětmi a mladé páry, proto je nutné do cílových skupin zahrnout i tento segment návštěvníků. Z dlouhodobých statistik je navíc predikován nárůst jejich dalšího vývoje (a to i s ohledem na dopady pandemie Covid-19 na oblast cestovního ruchu). Zázemí obytného vozu poskytuje uživatelům nejen **svobodu při cestování**, ale i pocit bezpečnosti a **komfort** v podobě vlastního sociálního zázemí či kuchyňského vybavení. Vyhledávanými se pak stávají jak obecně známé turistické cíle či přímo **kempy**, tak i odlehlejší lokality, které **umožní parkování vozu, přívod elektřiny a připojení na vodovod či kanalizaci**. Primární motivací pro cestující je **potřeba soukromí a odklonění se od masové turistiky**, vztah k přírodě a jakési usebrání na pozadí prostého bytí v krajině, čemuž odpovídají i navštěvované lokality (vzdálené od civilizace). Z pohledu časového rámce pobytu definují cílovou skupinu spíše **1 - 3 denní pobyty** na jednotlivých lokalitách (trend neustálého putování a obježování dalších míst a lokalit).

eventoví návštěvníci

Nejčastěji návštěvníci, kteří **přijíždějí s partnerem, partnerkou, přáteli či známými, včetně rodin s dětmi**. Z geografického profilu se jedná o návštěvníky **žijící v regionu** a dále o **turisty z Plzně**. Ti využívají dopravního napojení na vlakové a silniční spoje (do 40 min) a dálnici (Plzeň - Stříbro - Planá). Z hlediska délky pobytu se jedná pouze o **jednodenní/půldenní návštěvy** vybrané kulturní akce, v menší míře dále doplněné o **návštěvu turistického cíle úzce sousedícího s místem konání akce** (např. Slavnosti jablek na Krasíkově a protilehlá vyhlídka Ovčí vrch). Hlavnímu **motivů návštěvy však stále dominuje kulturní vyžití**. Návštěvníci jsou v rámci své cesty ochotni **utratit i vyšší finanční obnos**, než na běžném výletě (nákupem občerstvení, řemeslných produktů, vstupy na atrakce, v některých případech úhrada vstupného na samotnou akci). Pro část z nich se jedná o **vůbec první návštěvu regionu** (o akci se dozvěděli z referencí ostatních)."

chataři

Rekreační nemovitost slouží zástupcům této skupiny pro účely **celoročního užívání** nebo pro **vlastní podnikání** (pronájem dalším osobám a skupinám). Segment zastupují převážně **starší páry, senioři a zástupci skupiny "prázdné hnízdo"**, kteří nemají závislé děti a mají tak více volného času pro návštěvu chaty/chalupy i mimo hlavní turistickou sezonu. Vlastnictvím rekreačního zařízení prokazují **věrnost a vztah k destinaci** a zprostředkovaně tak **vychovávají další účastníky regionálního cestovního ruchu** (návštěva rodin a přátel, reference na pobyt v regionu a jeho nabídku). V návaznosti na tento vztah zacházejí s infrastrukturou cestovního ruchu **ohleduplněji**, než jiné cílové skupiny (neznečišťují okolí, starají se o pozemky, nenarušují noční klid) a často se **zasazují o její další rozvoj** (zapojením do místních spolků a komunit). Chatu využívají jako stálé zázemí pro **relaxaci a aktivní činnost** (údržba okolí, pěstování plodin, tvořivé koníčky) a podnikají pouze **krátké výlety v rámci blízkého okolí** (pěší a cyklo stezky, obecní poutě a jiné kulturní události, nákupy v obecních prodejnách, návštěvy obecních hospod). Dále sem spadají i **rodiny s dětmi, skupiny rodin či skupiny přátel**, kteří cestují za svými rodiči/přáteli na chatu/chalupu či si zařízení **pronajímají v rámci sezónního vyžití** (př. chatové osady kolem Hracholuské přehrady, nabízející velké množství výletů - parník, koupání, půjčovny lodí a šlapadel, cyklotrasy, pěší trasy, přílehlé památky a další turistické cíle, kulturní akce v okolních kempech).

školní skupiny

Specifický cílový segment jsou žáci ZŠ a účastníci dětských táborů, u nichž je preferována **kombinace aktivního pohybu a poznání**, a to i vzhledem k primárnímu požadavku na **edukativní význam cesty**. Tyto cesty se pak dělí na **jednodenní školní výlety**, jejichž cílem často bývá zprostředkování náhledu na **historické souvislosti** o vlastní zemi/regionu a dopomoci jim k utváření vlastního názoru (př. prohlídky kláštera v Kladrubech, návštěva muzeí a galerií), nebo i poznán. Druhým typem jsou **vícedenní pobytové zájezdy**, které mají za cíl podpořit u dětí budování **vztahu k přírodě** nebo **stmelit kolektiv**. V rámci nich využívají **ubytování v kempech a táborových osadách**, které se často nacházejí **v blízkosti dalších turistických cílů a památek** (např. tábory u Úterského potoka - osada Šipín - zřícenina hradu Gutštejn). Výkonnou složku při volbě výletu zastupují **učitelé a ředitelé ZŠ**, kteří pro další informace o zájezdu využívají elektronické komunikace, webových stránek a **kompletních nabídkových balíčků** (ubytování, strava, služby místních přepravečů, výlety v okolí, průvodcovské služby).






květinová výzdoba zámeckých zahrad ve Svojšíně

3.4 Komunikační strategie

**komunikační plán
Strategie rozvoje CR
DMO Český Západ**

*přehled komunikačních nástrojů
ve vazbě na jednotlivé cílové skupiny*

		lázeňští hosté	milovníci wellness	cyklisté	mladé rodiny	poutníci	campeři	eventoví návštěvníci	chataři	školní skupiny
 sociální sítě a on-line	microsite www.regionceskyzapad.cz		●		●	●				
	turistický server www.tachovsko.com	●		●			●	●	●	
	facebookový blog Deník poutníků			●	●	●	●			
	Instagram Český Západ		●			●	●			
	spolupráce a sdílení na sociálních sítích		●	●	●	●	●	●		
	cílené informační e-maily	●	●							●
 tištěné materiály	obecný image prospekt regionu	●	●	●			●			
	tematické letáky a brožury	●	●	●	●		●			●
	mapa regionu ve stylu „Use-It“				●	●	●	●		
	letáky s předpřipravenou nabídkou	●	●	●	●		●			●
 média	tiskové zprávy a konference			●				●		
	PR články, reportáže	●	●	●	●	●	●	●		
	Inzerce	●	●					●		

3.5 3K platforma

3K platforma pro cestovní ruch je **stálá pracovní skupina** tvořená zástupci klíčových aktérů cestovního ruchu v regionu a dalšími přizvanými jednotlivci, kteří mají praktické zkušenosti z oblasti cestovního ruchu.

Úkolem 3K platformy je rozvíjet spolupráci aktérů cestovního ruchu, zprostředkovávat komunikaci a zajišťovat kooperaci a koordinaci a přispívat k realizaci Strategie cestovního ruchu destinační oblasti.

3K platforma organizuje **setkávání skupin aktérů cestovního ruchu** jako např. pracovníků turistických informačních center, provozovatelů ubytovacích a/nebo stravovacích zařízení, provozovatelů turistických cílů, pořadatelů akcí (eventů) apod., se kterými diskutuje připravované projekty a aktivity, mapuje jejich potřeby a shromažďuje jejich náměty na rozvoj cestovního ruchu v regionu.

> aktuální složení 3K platformy pro cestovní ruch najdete na www.mascz.cz/3k-platforma.html

4 AKČNÍ PLÁN 2021 - 2023

Specifické cíle	indikátor	termín	odpovědnost	financování	
1.1	Vybudovat samoobslužné info-pointy na exponovaných místech s tipy na výlet do okolí	min. 3 nové infopointy	12/2023	MAS, partneři	PRV, IROP, PK
1.2.a	Vybudovat návštěvnickou infrastrukturu navazující na Bezdruzickou lokálku	vytvoření konceptu a vybudování prvních prvků	12/2023	obce, DSO	PRV, IROP, MMR
1.3.a	Udržovat značení a mobiliář značených tras (pěších i cyklo)	průběžný monitoring stavu tras	12/2023	KČT, obce, DSO	obce, PK
1.4	Iniciovat obnovení chybějících propojení sídel pro návštěvníky	mapování kritických míst	12/2023	obce, DSO, MAS	PRV
1.5.a	Vybudovat další úseky in-line stezek	počet km nových stezek	12/2023	obce, DSO	IROP, PK
1.6.a	Iniciovat a podporovat budování návštěvnické infrastruktury v terénu	min. 2 lokality	12/2023	obce, DSO	PK, MMR PRV, IROP
1.7	Instalovat WiFi free pointy, fotopointy a webkamery	min. 5 lokalit	12/2023	DSO, obce, DMO	PK, MMR
1.8.a	Zajistit monitoring počtu návštěvníků na vybraných lokalitách	min. 1 lokalita	12/2023	obce, DSO, DMO	PK, MMR
2.1.a	Zajistit pravidelnou dostupnost soukromých muzeí a expozic	min. 3 expozice přístupných o víkendech bez objednání	12/2023	provozovatelé expozic	vlastní, PK
2.2	Zajistit překlad vybraných expozic do němčiny, příp. angličtiny	min. 3 expozice v NJ/AJ	12/2023	provozovatelé expozic	OP ČR-BAV
2.3.a	Udržovat a obnovovat stávající naučné stezky a přizpůsobit je současným trendům	počet obnovených tras	12/2023	obce, DSO	PRV, PK
3.1.a	Finančně podporovat rozvoj ubytovacích a stravovacích zařízení	dotační výzvy MAS	12/2023	MAS	PRV
3.2	Vytvořit nabídku specifických forem ubytování	katalog specifických ubytovacích zařízení	12/2023	DMO	vlastní, PK
3.3	Podporovat alternativní koncepty návštěvnické pohostinnosti	osvětová a propagační kampaň	12/2023	DMO	vlastní, PK
3.4.a	Zajistit dostupnost území veřejnou dopravou pro návštěvníky/turisty	napojení turistických cílů na veřejnou dopravu	12/2023	PK, obce	obce, DSO, PK
3.5.a	Pokračovat v udělování certifikátů Místní výrobek ze západu Čech	počet nově udělených/obnovených certifikátů	12/2023	MAS	vlastní, PK
3.6.a	Podporovat dostupnost regionálních produktů/suvenýrů v regionu	počet prodejen nabízejících regionální produkty/suvenýry	12/2023	MAS	vlastní, PRV
4.1.1	Etablovat DMO Český Západ na poli destinačního managementu v rámci kraje i ČR	certifikace DMO	12/2022	DMO	vlastní, PK
4.1.2	Představit nové produkty DMO Český Západ relevantním aktérům v území	regionální konference k cestovnímu ruchu	12/2021	DMO	vlastní, PK, CLLD

4.1.3	Zajistit visibilitu a branding značky Český Západ v rámci regionu	všechna TIC + min. 50% provozoven ubytovacích a stravovacích služeb v regionu	12/2022	DMO, TIC, podnikatelé	vlastní, PK, MMR, soukromé
4.1.4.a	Zajistit branding značky Český Západ na klíčových eventech v rámci regionu	plán eventů	12/2022	DMO, pořadatelé akcí	vlastní, PK, MMR
4.1.5.a	Zajistit dobrou visibilitu regionu v on-line prostoru	vytvoření micro-site, správa profilů na sociálních sítích	12/2022	DMO	vlastní, PK, MMR
4.2.1.a	Vytvořit fungující regionální síť kontaktů a spolupráce v oblasti CR	průběžně aktualizovaný sdílený kontaktní subjektů v CR	12/2022	DMO	vlastní
4.2.2.a	Informovat místní aktéry o současných trendech v CR	1x regionální konference k cestovnímu ruchu	12/2023	DMO	vlastní, PK, CLLD
4.2.3.a	Vzdělávat subjekty působící v CR	plán vzdělávacích seminářů	12/2022	DMO	vlastní, PK, PRV
4.2.4.a	Poskytovat kontinuální poradenství začínajícím i stávajícím podnikatelům v oblasti CR	počet konzultací/seminářů	12/2023	DMO	OP TP
4.2.5.a	Jednat s vlastníky brownfieldů o jejich možném využití v CR	pracovní jednání zainteresovaných aktérů, návrh postupu dalších prací	12/2023	MAS, obce, vlastníci objektů	PK, soukromé zdroje vlastníků, IROP
4.2.6.a	Podílet se na koncepčním přístupu k zatraktivnění VN Hracholusky a jejího okolí	pracovní jednání zainteresovaných aktérů, návrh postupu dalších prací	12/2023	MAS, PK, DSO Mirkoregion Hracholusky	PK
4.2.7.a	Zintenzivnit spolupráci s organizacemi v okolí	pracovní jednání, dohody o partnerství	12/2022	DMO	vlastní
4.2.8.a	Vydávat a distribuovat tištěné propagační materiály regionu	ediční plán	12/2022	DMO, TIC	vlastní, obce, DSO, soukromé, PK
4.2.9.a	Navázat spolupráci s Centrem cestovního ruchu FEK ZČU	pracovní jednání	12/2022	DMO	vlastní
4.3.1.a	Udržet a rozvíjet hlavní eventy	min. 3 akce regionálního charakteru ročně	12/2022	DMO, obce, DSO, pořadatelé akcí	vlastní, PK, MMR
4.3.2.a	Zajistit koordinaci pořádání kulturních akcí	tištěný nebo on-line kulturní kalendář regionu	1x rok	DMO	vlastní, PK
4.3.3.a	Vytvořit konkrétní nabídky pro jednotlivé skupiny návštěvníků/turistů	nabídky pro jednotlivé skupiny	12/2022	DMO	vlastní, PK, MMR
4.3.4.a	Vytvořit vlastní edici stylových suvenýrů (vč. ikonických průvodců)	nabídka suvenýrů	12/2021	DMO, TIC	vlastní, obce, DSO, soukromé
4.3.5.a	Obnovit česko-bavorský land-artový festival „krajina žije!“	počet realizovaných ročníků festivalu min. 1x	12/2023	GeoLocí	OP ČR-BAV
4.3.6	Oživit projekt Vlídna nádraží a stanovit postup realizace navržených kroků	pracovní jednání zainteresovaných aktérů, návrh postupu dalších prací	12/2021	MAS, MKL, obce na trati, Plz. dráha	vlastní, PK



24
km