



Strategie rozvoje cestovního ruchu destinace Plzeň na období 2019 - 2023 Analytická část



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR

Visit

Plzeň

Strategie rozvoje cestovního ruchu destinace Plzeň na období 2018 – 2023 byla pořízena v rámci projektu „Marketingová podpora destinace Plzeň“ realizovaného za přispění prostředků státního rozpočtu České republiky z programu Ministerstva pro místní rozvoj ČR.

Obsah

	Strana
Analytická část strategie cestovního ruchu	5
Nabídka cestovního ruchu	9
Poptávka cestovního ruchu	18
Přínosy z cestovního ruchu destinace Plzeň	25
System řízení cestovního ruchu	26
SWOT analýza	32
Klíčové závěry analytické části strategie cestovního ruchu	36
Seznam zkratek	37



Analytická část Strategie rozvoje cestovního ruchu

Základní údaje o destinaci Plzeň

Plzeň je se 170 tisíci obyvateli čtvrtým největším městem v České republice a metropolí Plzeňského kraje. V západní části Čech zaujímá výrazné dominantní postavení jako silné průmyslové, obchodní, kulturní a správní centrum. Zároveň je důležitou dopravní křižovatkou. Hlavní význam má v současné době dálnice D5 spojující hlavní město České republiky Prahu s Německem.

Historie města

Město Nová Plzeň bylo založeno na příkaz českého krále Václava II. roku 1295 na soutoku řek Radbuzy, Mže, Úhlavy a Úslavy. Od počátku se stalo důležitým obchodním střediskem na významné křižovatce cest do Norimberka a Řezna. Největší rozvoj města spadá do období industrializace v 19. století, kdy byly založeny známé průmyslové giganty - strojírenský komplex Škoda a Plzeňský Prazdroj. Historické jádro města bylo v roce 1989 prohlášeno městskou památkovou rezervací. V roce 2015 byla Plzeň vyhlášena Evropským hlavním městem kultury.

Dopravní dostupnost

Dobré napojení Plzně na silniční síť je dáno její polohou na dálnici D5 spojující hlavní město České republiky Prahu s Německem, kde na hraničním přechodu Rozvadov/Waidhaus navazuje německá dálnice A6. Do centra Prahy lze dojet za cca 60 až 75 minut. Do Mnichova pak za zhruba 3 hodiny. Velmi dobře je město dostupné také autobusem či vlakem. Přímé linky spojují město převážně s Prahou a ostatními velkými českými městy. Velmi dobré je ale i mezinárodní spojení s Německem (hlavně s městy, jako jsou Mnichov, Norimberk, Kolín nebo Frankfurt).

Obyvatelstvo

V Plzni žije k 1. 1. 2017 přibližně 170 tisíc obyvatel, z nichž je 65 % v produktivním věku. V posledních letech dochází k nepatrnému nárůstu počtu obyvatel a to především díky pozitivnímu saldu migrace. Demografický vývoj není nijak zvlášť odlišný od zbytku republiky. Dochází ke stárnutí obyvatelstva a poklesu přirozeného přírůstu obyvatel. Počet zemřelých je již pátým rokem vyšší než počet živě narozených.

Znak města



Logo města pro cílovou skupinu návštěvníci



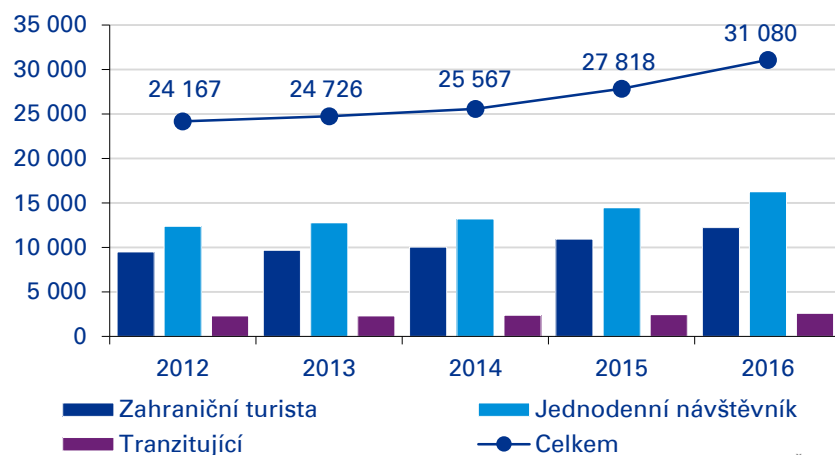
Geografická poloha města Plzně



Aktuální trendy cestovního ruchu

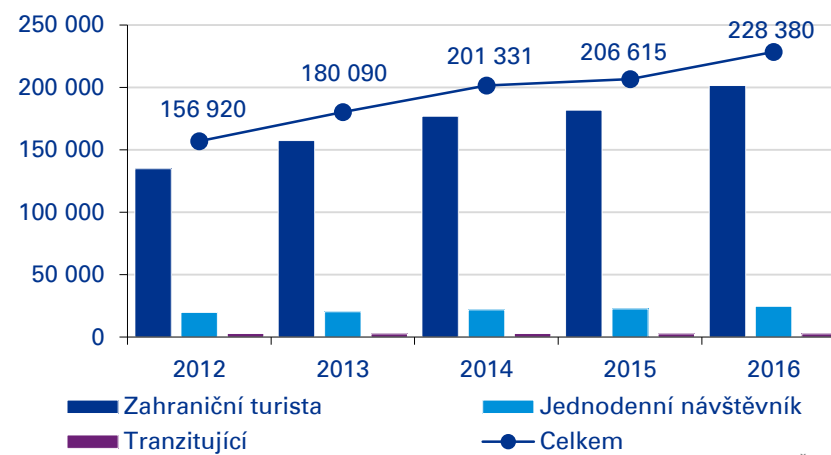
Cestovní ruch je celosvětově jedním z nejvýznamnějších ekonomických odvětví s významnými dopady na ekonomickou výkonnost a zaměstnanost. Význam turismu roste zejména na lokální úrovni, kdy je na mnoha místech jediným ekonomickým nástrojem rozvoje s významnými regionálními dopady. V České republice se cestovní ruch podílí na HDP dle Satelitního účtu cestovního ruchu 2,8 % a vytváří přibližně 230 tis. pracovních míst.

Počet zahraničních návštěvníků v ČR (v tis.)



Zdroj: MMR ČR

Výdaje zahraničních návštěvníků v ČR (v mil. Kč)



Zdroj: MMR ČR

Vývoj počtu zahraničních návštěvníků a jejich výdajů je v České republice velmi pozitivní. Za posledních 5 let se zvýšil počet zahraničních účastníků o více než 28 % a výdaje zahraničních účastníků během stejné doby vzrostly o téměř 46 %. Hlavním důvodem růstu je globální ekonomický růst, který vede ke zvyšování bohatství ve společnosti a k růstu fondu volného času a umožňuje tak cestovat stále většímu množství lidí.

V posledních letech prochází turismus významnými změnami, které souvisí s nástupem znalostní a sdílené ekonomiky a průmyslem 4.0. Rozvoj nových technologií umožňuje efektivnější síťování lidí, podnikavých procesů, dat a věcí. To má přímý dopad do sektoru cestovního ruchu, ve kterém dochází k automatizaci stávajících procesů a vede k větší výkonnosti a přidané hodnotě vytvářeného produktu. Nové technologie a celková propojenost trhu také přispívají ke změnám chování zákazníka. Ten v současné době vyhledává především autentické zážitky a zároveň odmítá masový turismus, který je logickým důsledkem tohoto vývoje. Tomu se bezpodmínečně musí destinace přizpůsobit, jinak v dlouhodobě velmi konkurenčním prostředí budou svou konkurenceschopnost rychle ztrácet.

Aktuální trendy cestovního ruchu

Rozvoj cestovního ruchu je ovlivněn mohutným rozvojem dopravy a nástupem nových informačních technologií, které zásadně změnily podobu cestovního ruchu a jeho distribučních cest. Rostoucím trendem se stávají kratší, ale častější dovolené v průběhu celého roku. Dochází také ke změně zdrojových trhů a struktury cestovatelů. Jedním z hlavních determinantů cestovního ruchu v současné době patří bezpečnost destinace, což se projevuje především změnou cílových trhů.

Ekonomika služeb



Ekonomika zážitků



- V cestovním ruchu dochází ke změně ekonomiky služeb na „ekonomiku zážitků“.
- Turisté a návštěvníci si z cestování chtějí odnést zážitky, na které budou dlouho vzpomínat a rádi se jimi pochlubí.
- Cestovatelé chtějí zažít autentičnost navštíveného místa, vyhledávají tak produkty spojené s místní kulturou.
- Rozvoj využívání sdílené ekonomiky (Airbnb, Uber, Couchsurfing, atd.).

Bezpečnost

- Jedním z hlavních požadavků cestovatelů je bezpečnost destinace, který vzrostl především po teroristických útocích na velké evropské metropole.
- Česká republika se řadí mezi TOP 6 nejbezpečnějších zemí světa dle Global Peace Index.

Změna zdrojových trhů

Tradiční trhy

Německo, Rakousko
a další státy EU



Perspektivní trhy

Asijské tygři a státy Severní
Ameriky

- Rozvoj cestovního ruchu mění zdrojové trhy cestovatelů. Dochází k prudkému nárůstu návštěvnosti především ze zemí JV Asie (Čína, Jižní Korea, Singapur, Taiwan).
- S rozvojem nízkonákladových leteckých společností se zvyšuje dostupnost letecké přepravy pro širší okruh lidí (nové cílové skupiny) a dochází ke změnám navštěvovaných destinací.
- Dochází k rozvoji nezávislého cestování bez cestovních kanceláří u stále většího počtu lidí a do vzdálenějších destinací.

Význam cestovního ruchu

Význam cestovního ruchu v Plzni v posledních letech značně roste. Těto skutečnosti výrazně pomohlo udělení titulu Evropské hlavní město kultury v roce 2015, na které se město připravovalo bezmála 7 let. Význam cestovního ruchu lze rozdělit do tří hlavních skupin na ekonomický, sociální a ostatní.

Ekonomický



- Výdaje návštěvníků, turistů, hostů
- Investice do výstavby, obnovy a rozvoje
- Tvorba nových pracovních míst
- Daňové a jiné příjmy
- Rozvoj malého a středního podnikání
- Rozvoj oblasti služeb

Sociální



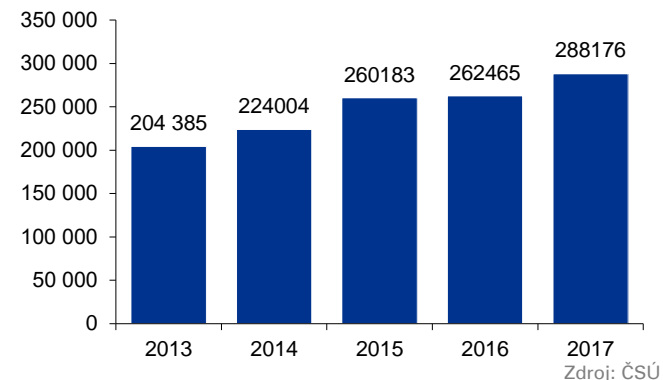
- Zlepšení vybavenosti a úrovně veřejných služeb
- Vyšší spokojenost a kvalita života obyvatel
- Prevence kriminality v regionu
- Pozitivní saldo migrace obyvatel
- Zvýšení atraktivnosti regionu

Ostatní

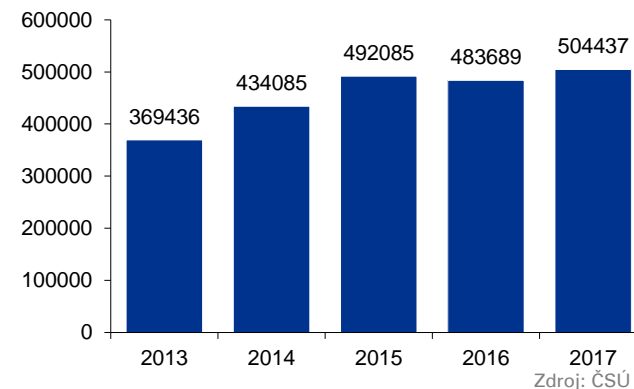


- Zviditelnění regionu pro další segmenty klientely
- Zvýšení povědomí a zájmu o region
- Růst prestiže regionu pro další investory
- Vytváření podnětů pro prohloubení spolupráce subjektů
- Stabilita životního prostředí

Počet hostů Plzně mezi lety 2013-2017



Počet přenocování v Plzni mezi lety 2013-2017



Plzeň - Evropské hlavní město kultury

Titul Evropského hlavního města kultury uděluje Evropská unie od roku 1985 jednomu či více evropským městům. Města následně po celý rok představují svůj kulturní život světu. Efekt akce by však neměl končit posledním dnem kandidátského roku města, ale spíše nastartovat kulturní vývoj do dalších let. Plzeň, která se stala Evropským městem kultury v roce 2015, se kulturní vývoj podařilo nastartovat velmi dobře a udělení titulu mělo na město hned několik pozitivních dopadů. Město by však mělo pokračovat v nastavené aktivitě a účastnit se dalších projektů, jinak pozitivní dopady titulu během několika let vymizí.

Dopady programu EHMK na město Plzeň

- Výborná propagace a atraktivní mediální obraz města
- Zvýšení návštěvnosti
- Nárůst přenocování o téměř jednu třetinu
- Významné oživení kulturního potenciálu města
- Zvýšené investice do kultury a cestovního ruchu – např. výstavba DEPO2015, Nové divadlo či rekonstrukce Loosových interiérů
- Zvýšené příjmy z cestovního ruchu a vliv na návštěvnost v dalších letech

Plzeň 2015 v číslech



Útrata návštěvníků
v souvislosti s EHMK

- Cca. 50 % utratili Plzeňané
- Cca. 30 % utratili návštěvníci ostatních českých měst
- Cca. 20 % utratili návštěvníci ze zahraničí

Nejúspěšnější akce programu EHMK

- Slavnosti svobody
- Bavorské kulturní dny
- Průvod obřích loutek
- Festival světla
- Festival barokní kultury: 9 týdnů baroka
- Pilsner Fest
- Kulturní akce konané v DEPO2015



Zdroj: plzen2015.cz



Nabídka cestovního ruchu

Nabídka cestovního ruchu Plzně

Nabídka primárního potenciálu cestovního ruchu je v Plzni atraktivní. Město disponuje historickým a kulturním dědictvím, pestrou nabídkou kulturních zařízení a akcí. Zároveň zde nalezneme i mnoho turistických atrakcí pro děti, které rozšiřují nabídku vyžití a mají potenciál zvyšovat návštěvnost města Plzně.



Náměstí Republiky a katedrála sv. Bartoloměje

- Hlavní plzeňské náměstí je od roku 1989 společně s okolní historickou zástavbou součástí Městské památkové rezervace (MPR). Na náměstí se přímo nachází několik muzeí, galerií a dalších cenných historických památek (např. radnice, morový sloup, tři moderní kašny).



Zdroj: Plzeň-TURISMUS



Pivovar Plzeňský Prazdroj

- Nejnavštěvovanější turistická atrakce ve městě s bohatou historií sahající až do roku 1842.
- Nabízí několik turistických atrakcí – např. prohlídku pivovaru Pilsner Urquell, prohlídku pivovaru Gambrinus, Pivovarské muzeum včetně jeho dalšího prohlídkového okruhu - Plzeňského historické podzemí.



Zdroj: prazdrojvisit.cz



Techmania Science Center a 3D planetárium

- Představuje moderní formu cestovního ruchu, která je propojením industriální tradice města a zároveň představuje atraktivní formu neformálního vzdělávání.
- Nabízí stálé a krátkodobé výstavy i putovní interaktivní expozice zaměřené nejen na fyziku, astronomii, chemii nebo biologii.



Zdroj: Plzeň-TURISMUS

Další významné atraktivity

- | | | |
|-----------------------------------|-----------------------|----------------------------------|
| • Velká a Stará synagoga | • Muzeum loutek | • DEPO2015 |
| • Národopisné muzeum Plzeňska | • Muzeum strašidel | • Zoologická a botanická zahrada |
| • Muzeum církevního umění | • Západočeská galerie | • Sadový okruh |
| • Západočeské muzeum – hl. budova | • DinoPark | • Meditační zahrada |

Nabídka cestovního ruchu Plzně

Následující tři atraktivita cestovního ruchu (Loosovy interiéry, Patton Memorial Pilsen a prohlídky města) jsou provozovány přímo **příspěvkovou organizací Plzeň – TURISMUS** a je jím z tohoto důvodu věnována zvláštní pozornost. Všechny tři atraktivita mají značný potenciál rozvoje.



Loosovy interiéry

- **Loosovy interiéry** jako nová atraktivita cestovního ruchu s významným potenciálem do budoucna byly pro veřejnost zpřístupněny v roce 2015.
- Jedná se celkem o 5 z osmi dochovaných bytových interiérů, které byly vytvořeny v době první republiky.
- Patří mezi významná díla evropské architektury 20. století a architektonické skvosty města.
- V současné době lze projít tři komentované prohlídkové trasy, které představují čtyři jednotlivé bytové interiéry a osudy jejich majitelů z řad plzeňské židovské komunity."
- V roce 2015 navštívilo tyto interiéry přes 11 000 lidí.



Zdroj: plzen.eu



Patton Memorial Pilsen

- Muzeum **Patton Memorial Pilsen** bylo otevřeno v roce 2005 u příležitosti 60. výročí osvobození města Plzně americkou armádou.
- Stálá expozice mapuje postup a pobyt americké armády v roce 1945, dále pak poválečnou hospodářskou pomoc UNRRA naší zemi a období totalitního režimu v letech 1948-1989.
- Památník ročně navštíví zhruba 3 000 až 3 500 návštěvníků, budoucí potenciál je však mnohem vyšší.



Zdroj: patton-memorial.cz



Prohlídky města

- Placená služba Turistického informačního centra města Plzně.
- Rozmanité a široké portfolio tras zahrnující nejzajímavější památky Plzně a různá témata vhodné pro široké cílové skupiny. Velmi oblíbené jsou v poslední době také tematické kostýmované prohlídky města.
- V roce 2015 zorganizovalo plzeňské infocentrum přes 1 000 komentovaných prohlídek pro více než 25 tisíc klientů (80% z nich v němčině).



Zdroj: plzen.eu

Nabídka kulturních a společenských akcí v Plzni

Plzeň disponuje širokou nabídkou kulturních a společenských akcí, kterých se každoročně ve městě koná několik desítek. Do našeho výběru byly vybrány nejvýznamnější každoročně se opakující akce s nejvyšší návštěvností a tradicí.



Slavnosti svobody

- Jedna z nejtradičnějších a nejnavštěvovanějších každoročních akcí města Plzně.
- Plzeň si jako jediné z velkých měst v Česku každoročně připomíná osvobození americkou armádou v květnu 1945. Několikadenní oslavy zahrnují bohatý kulturní program a řadu vojensko-historických akcí.
- V roce 2017 navštívilo akci zhruba 90 000 lidí.



Zdroj: slavnostisvobody.cz



Pilsner Fest

- Každoroční oslavy uvaření první várky piva Pilsner Urquell vždy první říjnový týden v roce.
- Nabízí bohatý program doplněný o hudební přehlídku přímo v areálu pivovaru.
- V roce 2016 přilákal Pilsner Fest kolem 50 000 návštěvníků.



Zdroj: pilsnerfest.cz



Metalfest Open Air Plzeň

- Vícedenní, hojně navštěvovaný a mezinárodně uznávaný metalový festival.
- Oblíbený především pro svou kvalitní hudební dramaturgii mnoha žánrů metalu, ale i pro jeho jedinečné přírodní prostředí a dobré spojení s městem.
- Akce se koná v plzeňském amfiteátru, který v roce 2015 prošel kompletní rekonstrukcí.
- V době konání festivalu je ve městě akutní nedostatek ubytovacích možností.



Zdroj: Plzeň-TURISMUS

Další významné akce

- | | | | |
|--------------------------------|------------------------------------|---------------------------------|-----------------------------|
| • Mezinárodní festival Divadlo | • Plzeňské oslavy vzniku republiky | • Historický víkend a MFF CIOFF | • Vánoční trhy |
| • Smetanovské dny | • Noc s operou | • Finále Plzeň | • Festival světla Blik blik |

Infrastruktura pro cestovní ruch Plzně

Pro využití primárního potenciálu jsou důležitou součástí realizační předpoklady cestovního ruchu, jejíž klíčovou součástí je infrastruktura cestovního ruchu. Ta zahrnuje ubytovací zařízení, dopravní infrastrukturu a doprovodnou infrastrukturu (sportovní zařízení, turistická informační centra, kulturní nebo společenská zařízení).

Ubytovací a kongresová zařízení

- Na území města Plzně bylo v roce 2016 evidováno 66 hromadných ubytovacích zařízení s celkovou kapacitou 2 600 pokojů a 5 400 lůžek.
- Hromadná ubytovací zařízení musí disponovat na rozdíl od individuálních ubytovacích zařízeních alespoň 5 pokoji a 10 lůžky a patří k nim hotely, penzióny, turistické ubytovny, chatové osady, kempy a ostatní.
- Nabídka sdíleného ubytování prostřednictvím serverů Booking, Airbnb, HomeAway a dalších v posledních letech v Plzni významně vzrostla. Síť Airbnb nabízela 150 možností ubytování.
- Některá HUZ disponují rovněž kongresovými sály, celková kapacita kongresových prostor v Plzni je přes 4 000 delegátů.

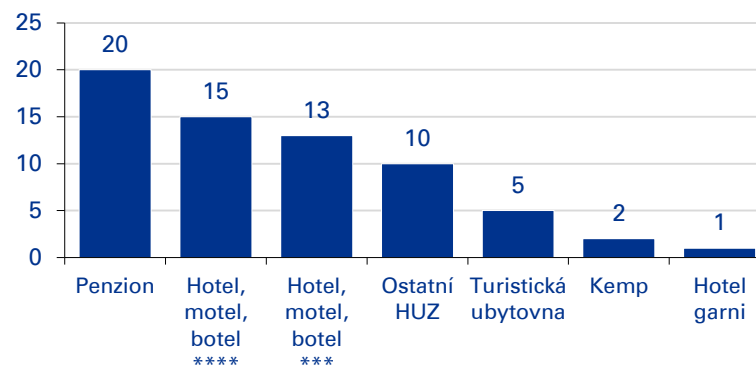
Dopravní infrastruktura

- Plzeň disponuje propracovaným systémem městské veřejné dopravy. Mezi pozitiva Plzně patří rovněž výborné napojení na silniční síť ČR. (dálnice D5) a dobré autobusové a vlakové spojení s ostatními městy ČR.
- Důležitým aktuálním projektem je přesun autobusového terminálu pro meziměstské linky k hlavnímu vlakovému nádraží a vybudování nového moderního dopravního uzlu s atraktivními obchodními prostory.

Obchodní a doplňková infrastruktura cestovního ruchu

- Atraktivitu pro cestovní ruch doplňuje nabídka maloobchodních služeb a další obchodní infrastruktura, která se zejména v centru stává monofunkční. Příležitostí je realizace projektu obchodní čtvrti v lokalitě Americká – Sirková.
- Město průběžně zkvalitňuje drobnou doplňkovou infrastrukturu cestovního ruchu, např. půjčovny kol, stojany na kola, úschovny zavazadel atd.

Počet zařízení HUZ v Plzni dle kategorie



Zdroj: ČSÚ



Zdroj: pmdp.cz

Infrastruktura pro cestovní ruch Plzně

Mezi doprovodnou infrastrukturu města Plzně lze zařadit její informační centrum a sportovní, kulturní a společenská zařízení.

Turistické informační centrum (TIC)

- Hlavní TIC se nachází přímo na centrálním náměstí Republiky vedle renesanční budovy radnice a je provozováno příspěvkovou organizací Plzeň – TURISMUS.
- TIC poskytuje řadu bezplatných i placených služeb. Bezplatně poskytuje např. informace o městě Plzni, přehled ubytovacích zařízení či možnostech kulturního, společenského či sportovního vyžití v celém regionu. Mezi placené služby patří prohlídky města s průvodcem, prodej suvenýrů, map apod.
- Na náměstí Republiky se dále nachází Regionální infocentrum Plzeňského kraje, které slouží k prezentaci Plzeňského kraje a Bavorska, ale prostor k vlastní prezentaci zde dostávají také obce.

Kulturní a společenská zařízení

- Západočeská metropole nabízí milovníkům umění i dobré zábavy po celý rok mnoho příležitostí k nevšedním zážitkům při návštěvách divadel, galerií či nejrůznějších akcí.
- Plzeň je známá také tradicí loutkářství (Muzeum loutek, Divadlo Alfa), bohatý je také kulturní.
- V Plzni je možno navštívit více než desítku muzeí a prohlídkových objektů, čtyři kulturní domy, tři kina a několik divadel, např. Divadlo J. K. Tyla a Divadlo Alfa.
- Do nabídky rovněž spadají plzeňské kluby, k neznámějším patří Zach's Pub, Buena Vista nebo Anděl Music Club.

Sportovní zařízení

- V současnosti lze v Plzni najít více než tři stovky sportovišť. Návštěvníci mohou zejména využít Škoda Sport Park, Škodaland a sportovní areál ve Štruncových sadech (in-liny, skateparky, hřiště atd.).
- Vedle mnohých sportovišť jednotlivých sportovních klubů lze využít kvalitní zázemí ve třech celoročně volně přístupných (bezplatných) multifunkčních areálech.
- Mezi nejnavštěvovanější sportoviště patří Bazén Slovany s více než 500 tis. převážně místními návštěvníky ročně. Vhodným doplněním infrastruktury je však vybudování wellness centra a aquaparku.
- V dostupnosti Plzně se nachází i kvalitní golfová hřiště např. Greensgate Golf & Leisure Resort, PilsnerGolf Resort Hořehledy a další.



Zdroj: visitplzen.eu



Zdroj: visitplzen.eu



Zdroj: wikipedia.org

Nabídka cestovního ruchu v okolí Plzně

Přirozená destinace cestovního ruchu není pouze město Plzeň, ale také jeho bezprostřední okolí, ve kterém se nachází významné především barokní památky a industriální zajímavosti. Vytvořením společné **komplexní nabídky aktivit a zážitků** se zvýší konkurenceschopnost a atraktivitu města pro návštěvníky. Do nabídky byly zařazeny nejzajímavější destinace v maximální vzdálenosti od předměstí Plzně 35 kilometrů.



Nabídka cestovního ruchu v okolí Plzně

Starý Plzenec

- Starý Plzenec se nachází 9 km jižně od Plzně v údolí řeky Úslavy.
- Jde o nejstarší písemně doložené místo Plzeňska – první písemná zmínka se datuje k roku 976.
- Hradiště na Hůrce patří mezi národní kulturní památky.
- Mezi nejvýznamnější pamětihodnosti patří rotunda svatého Petra a Pavla.



Klášter Kladruby

- Klášter Kladruby je národní kulturní památka, která se nachází 30 kilometrů západně od Plzně a leží na řece Úhlavce.
- Klášter byl založen roku 1115 knížetem Vladislavem I. a byl po staletí významným náboženským, hospodářským a kulturním činitelem v celé oblasti.
- V současnosti v majetku českého státu s atraktivním potenciálem pro cestovní ruch.



Plasy

- Město Plasy se nachází 20 kilometrů severně od Plzně, v údolí řeky Střely.
- Dominantou je klášterní konvent – národní kulturní památka, pohřební kaple v kostelíku sv. Václava (hrobka Metternichů) a pivovar.
- Nachází se zde centrum stavitelského dědictví v bývalém pivovaru.



Zřícenina hradu Radyně

- Rozsáhlá zřícenina původně gotického strážního hradu na vrcholu kopce Radyně mezi Plzní a Starým Plzencem.
- Hrad založen roku 1356 Karlem IV. k ochraně hranic a kupeckých stezek do Bavorska. Po roce 1521 byl opuštěn.
- Věž je upravena jako rozhledna s výhledem po celé Plzeňské kotlině.
- Součástí je nově otevřené infocentrum a restaurace.

Mariánská Týnice

- Mariánská Týnice leží zhruba 35 kilometrů severně od Plzně.
- Nachází se zde národní kulturní památka Poutní areál Kostela Zvěstování Panny Marie.
- V objektu barokního kostela a bývalého probošství (podle J. B. Santiniho Aichla) z 18. století je umístěno Muzeum a galerie severního Plzeňska.

Zámek Kozel

- Zámek Kozel je národní kulturní památka, která se nachází na jih od Plzně.
- Původně lovecký zámek v klasicistním slohu, postavený v letech 1784 – 1789.
- Zámek byl budován jako venkovské sídlo šlechty.
- Součástí je také udržovaný zámecký park.

Nabídka cestovního ruchu v okolí Plzně

Zámek Nebílovy

- Kulturní památka Zámek Nebílovy se nachází 16 km jižně od Plzně.
- Barokní zámek byl postaven na začátku 18. století plzeňským stavitelem Jakobem Augustonem a jeho architektonická forma vídeňského paláce je v českých zemích zcela ojedinělá.
- Výjimečné jsou i interiéry, které zdobí malby Antonína Tuvory.



Dobřív

- Národní kulturní památka vodní hamr Dobřív je ojedinělou památkou svého druhu, 30 km od Plzně.
- V Dobřívě se vyrábělo železo od počátku 14. století s prvotními výhněmi na výrobu železa z rud.
- Původně se v hamru zpracovávalo surové železo, později se zde vyrábělo těžké kované nářadí.



Kaolinové doly

- Kaolinový hlubinný důl v Nevřeni, vzdálené 15 km od Plzně, je raritou, neboť se tato surovina obvykle těží z povrchových lomů.
- V nevřeňském dole se kaolin těžil 27 let, od roku 1870. Používal se na výrobu hrubšího porcelánu, umyvadel nebo šamotových cihel.
- Nyní se zde nachází centrum Caolinum. Další kaolinové doly jsou v okolí Horní Břízy.



Bohemia Sekt

- Bohemia Sekt, s.r.o. se nachází ve Starém Plzenci, vzdáleném 9 km od Plzně.
- V prostorách dnešního sklepa sektu a vín byl kdysi pivovar, který tam místní obyvatelé v roce 1873 založili.
- Rekonstrukce sklepů pro výrobu šumivých vín začala v roce 1943 a o dva roky později již dozrával první sekt pojmenovaný Black Widow, Černá vdova.

Dobřany

- Dobřany se nachází 12 km jižně od Plzně na řece Radbuze, historické centrum je městskou památkovou zónou (MPZ).
- K zajímavým atraktivitám patří kostel sv. Mikuláše, kostel svatého Víta, kamenný most přes Radbuze, historická budova radnice a měšťanské domy na Masarykově náměstí.
- Naučná stezka Lesopark Martinská stěna.

Vodní nádrž Hracholusky

- Vodní nádrž vznikla 20 km západně od Plzně vybudováním sypané hráze a zaplavením řeky.
- Na březích přehrady o rozloze 490 ha se nachází několik kempů, a okolí přehrady vybízí jak procházkám, tak výletům na kole.
- Dvacetikilometrová projížďka na parníku Plzeň trvá 1,5 hodiny.

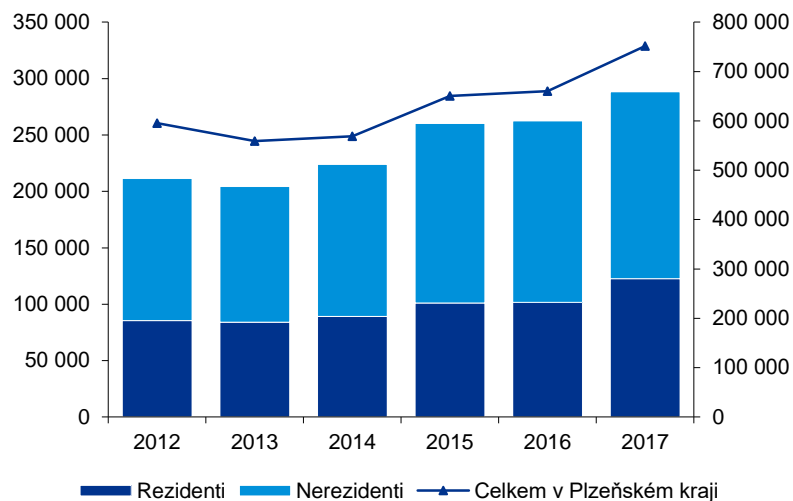


Poptávka cestovního ruchu

Poptávka cestovního ruchu Plzně

Analýza poptávky cestovního ruchu Plzně zahrnuje analýzu návštěvnosti hromadných ubytovacích zařízení (HUZ) na základě statistických dat ČSÚ doplněnou o monitoring anonymizovaných signalizačních dat mobilních operátorů.

Návštěvnost HUZ v Plzni mezi lety 2012-2017

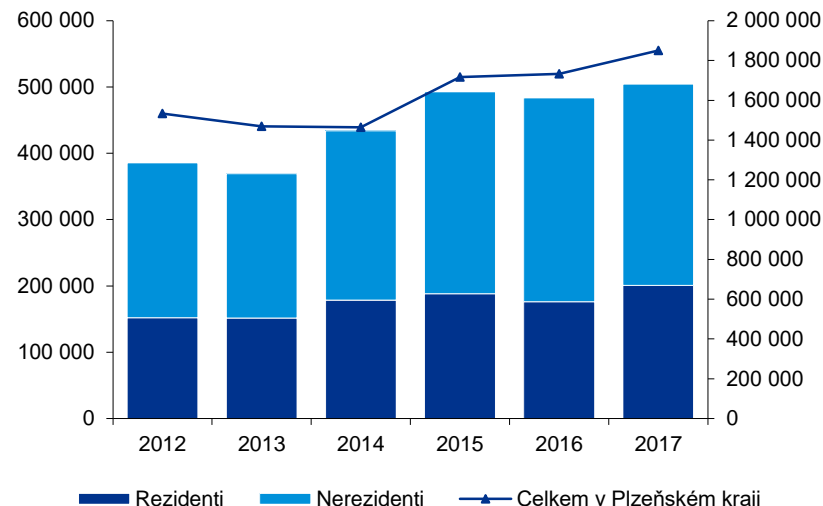


Zdroj: ČSÚ

Pokles návštěvnosti HUZ v Plzni v roce 2013 byl dán především doznívajícími dopady světové hospodářské krize. Největší nárůst návštěvnosti, a to o 16 %, nastal v roce 2015, kdy bylo město vyhlášeno Evropským hlavním městem kultury. Růst návštěvnosti však nadále roste, což potvrdily roky 2016 a 2017.

Mezi hosty převažují zahraniční hosté, kteří tvoří necelých 60 % všech hostů. Jejich podíl na celkovém počtu za posledních pět let nepatrně klesl.

Počet přenocování v HUZ v Plzni mezi lety 2012-2017



Zdroj: ČSÚ

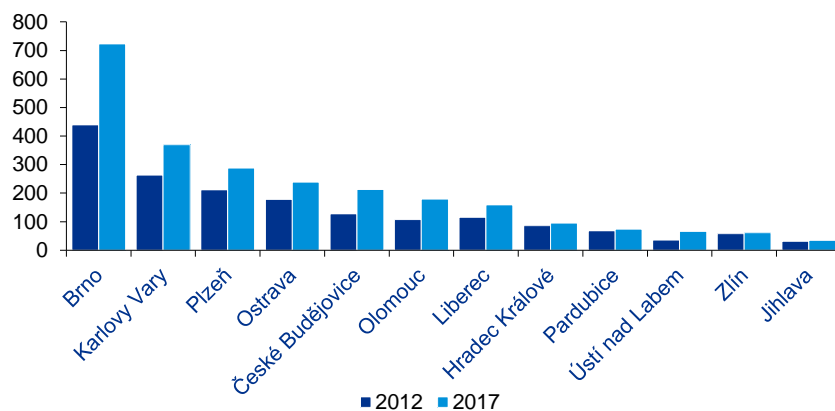
Počet přenocování v HUZ v Plzni prakticky koreluje s vývojem návštěvnosti HUZ. Pouze v roce 2016 došlo k poklesu přenocování přes mírný růst návštěvnosti, z čehož vyplývá, že hosté HUZ v roce 2016 mírně zkrátili délku pobytu.

Jedním z důvodů poklesu je ukončení programu Evropské hlavní město kultury. Nabídka kulturních a společenských akcí poklesla a hosté proto neměli důvod zůstat ve městě stejně dlouhou dobu. Podíl zahraničních hostů na počtu přenocování je podobný jako u návštěvnosti, a to zhruba 60 %.

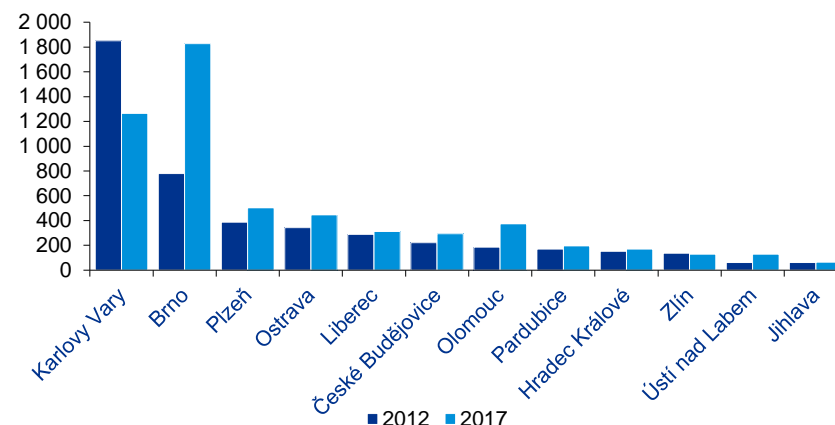
Poptávka cestovního ruchu Plzně

Z porovnání krajských měst byla vyřazena Praha, která v počtu přenocování a návštěvnosti HUZ výsoce převyšuje hodnoty ostatních krajských měst. V porovnání s ostatními krajskými městy se řadí návštěvnost Plzně v absolutních číslech k nejvyšším hodnotám a v pořadí návštěvnosti a v počtu přenocování se pravidelně umísťuje shodně na třetím místě.

Návštěvnost HUZ (v tis.) v krajských městech ČR v letech 2012 a 2017



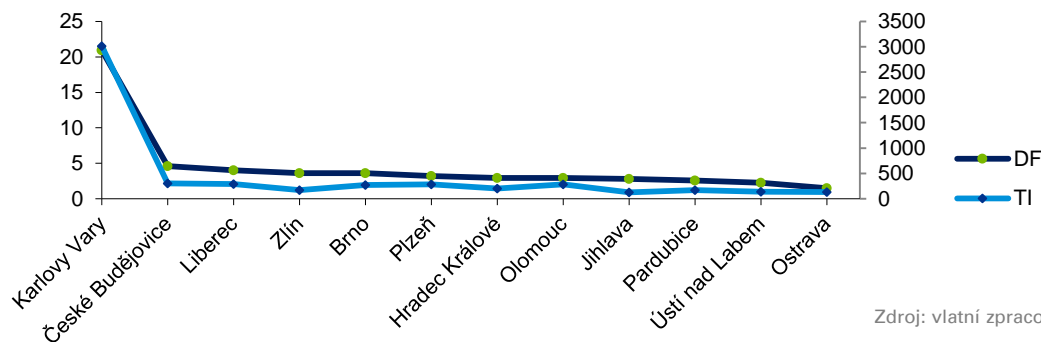
Počet přenocování v HUZ (v tis.) v krajských městech ČR v letech 2012 a 2017



Zdroj: ČSÚ

Zdroj: ČSÚ

Porovnání intenzity cestovního ruchu Plzně s ostatními krajskými městy



Zdroj: vlatní zpracování

Zatížení cestovním ruchem se mimo Karlovy Vary ve všech krajských městech pohybuje na velmi nízké úrovni. Podle Defertovy funkce (DF – poměr mezi lůžky a počtem obyvatel) řadí destinace mezi území s téměř žádnou turistickou aktivitou.

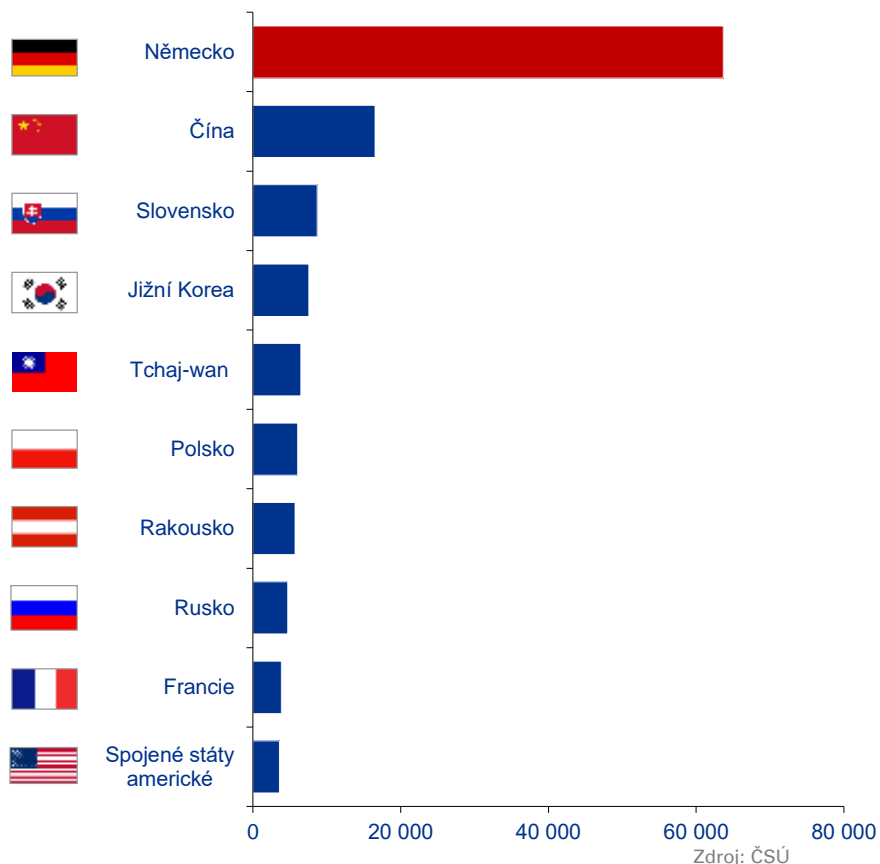
Hodnoty turistické intenzity (TI - poměr mezi počtem přenocování a počtem obyvatel) jsou na podobné úrovni.

Rozdíly mezi krajskými městy jsou však nevýznamné.

Poptávka cestovního ruchu Plzně

Počet zahraničních hostů se od roku 2013 zvýšil o jednu třetinu. Největší nárůst zaznamenalo město v roce 2015 v souvislosti s vyhlášením Plzně Evropským hlavním městem kultury, kdy počet zahraničních hostů oproti předchozímu roku vzrostl o téměř 18 %. Nejdůležitějším zahraničním zdrojovým trhem je Německo, ze kterého dorazila necelá polovina z celkového počtu zahraničních hostů.

TOP 10 zdrojových zahraničních destinací pro Plzeň za rok 2017



- Podíl Německa jako zdrojové země s největším počtem hostů města Plzně v roce 2017 dosáhl 38,4 % (oproti roku 2013 se podíl zvýšil o 5 p. b.)
- Výrazný nárůst počtu hostů z Číny, který v roce 2017 činil 16 541, což je oproti roku 2016 nárůst o 46 % a oproti roku 2013 téměř 4 x více.
- Silný propad počtu hostů z Ruska, od roku 2013 do roku 2017 klesl počet ruských hostů na úroveň 33% jejich počtu v roce 2013. Rok 2017 však znamenal mírné oživení.
- Podíl zahraničních hostů ze sousedních zemí České republiky tvoří 50 % ze všech zahraničních hostů (oproti roku 2013 se podíl zvýšil o 5,0 p. b. / o 29 426 hostů více).

Poptávka cestovního ruchu Plzně

Návštěvnost kraje je možné demonstrovat také na návštěvnosti konkrétních turistických cílů a atraktivit. Mezi dlouhodobě nejnavštěvovanější turistické atrakce ve městě patří pivovar Plzeňského Prazdroje. Z každoročně se opakujících kulturních a společenských akcí patří mezi nejsledovanější Slavnosti svobody a Pilsner Fest.

Nejnavštěvovanější turistické cíle a atraktivity za rok 2016

Pořadí	Název cíle	Návštěvnost v roce 2016 (v tis.)
1.	Pivovary a expozice Plzeňského Prazdroje	644,0
2.	Zoologická a botanická zahrada města Plzně	441,4
3.	Techmania Science Center	220,8
4.	DinoPark	183,9
5.	Katedrála sv. Bartoloměje	75,3

Zdroj: CzechTourism

Nejnavštěvovanější kulturní a společenské akce

Slavnosti svobody

Kolem 50 000 návštěvníků



Zdroj: slavnostisvobody.cz

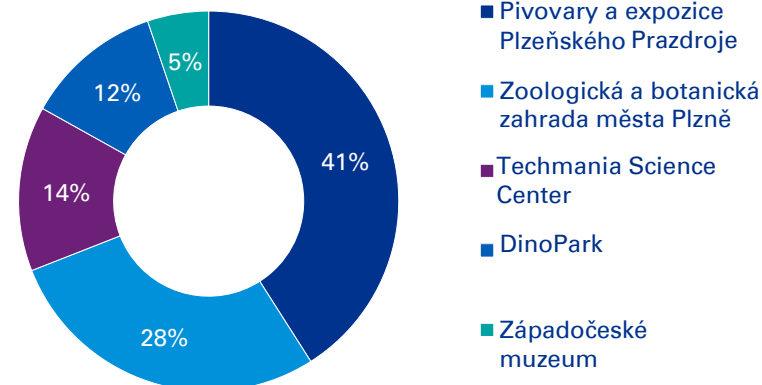
Pilsner Fest

Kolem 50 000 návštěvníků



Zdroj: pilsnerfest.cz

Podíl z celkové návštěvnosti pěti nejnavštěvovanějších turistických cílů Plzně



Poptávka cestovního ruchu Plzně

Monitoring anonymizovaných signalizačních dat mobilních operátorů přináší ucelnější pohled na strukturu návštěvníků města Plzně, jelikož zohledňuje i návštěvníky, kteří navštíví město pouze na jeden den či pro přespání využívají i jiných možností než kapacit HUZ. Předmětem analýzy jsou jednodenní návštěvníci a turisté. **Získaná data jsou za rok 2017.**

Jednodenní návštěvníci

Jednodenní návštěvník navštíví dané místo minimálně jednou bez přespání (1 osobonávštěva). Doba pobytu v daném místě musí být delší než 3 hodiny.

Celkem výletníků

2 309 718

Celkem osobonávštěv

4 562 288

Turista

Turista stráví noc v daném místě minimálně jednou (1 turistoden)

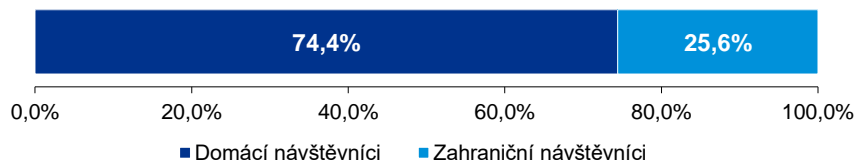
Celkem turistů

543 330

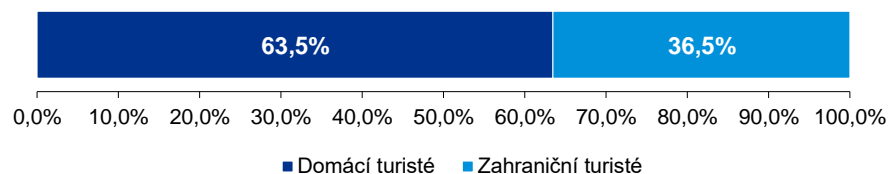
Celkem turistodnů

1 611 161

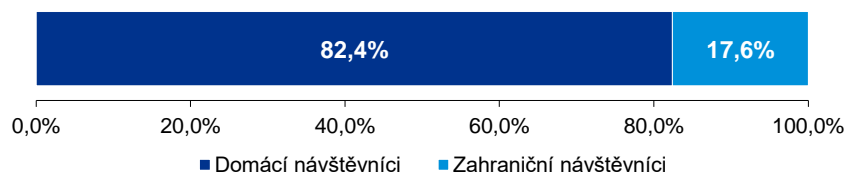
Struktura jednodenních návštěvníků podle národnosti



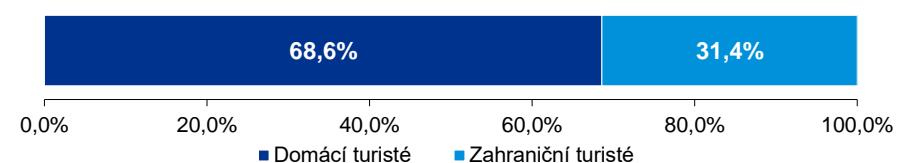
Struktura turistů podle národnosti



Struktura osobonávštěv podle národnosti



Struktura turistodnů podle národnosti



Zdroj: CE-Traffic

Poptávka cestovního ruchu Plzně – výdaje návštěvníků

Podle agentury STEM/MARK, která provedla v roce 2017 analýzu šetření výdajů, vyplývá, že návštěvníci v průměru utratí 2 175 Kč na osobu a den pobytu. Útrata zahraničních návštěvníků je vyšší – více utrácejí za všechny položky s výjimkou zboží. Nejvyšší rozdíl je v nákladech za ubytování a dopravu a nákladů za zájezd na klíč.

Výdaje u jednodenních návštěvníků jsou vyšší než u vícedenních – zdá se, že tito návštěvníci chtějí stihnout více aktivit v jeden den oproti vícedenním návštěvníkům, kteří výdaje v čase více rozkládají.



Všichni respondenti, kteří uvedli svou útratu [údaje v %]

	Částka (Kč)	Podíl na celkové útratě (%)
Zájezd na klíč	400	18
Stravování	280	13
Ubytování vč. snídaně, penze	210	10
Doprava	456	21
Vstupné	209	10
Zboží	573	26
Ostatní služby	40	2
Jiné výdaje	7	0
Celkem	2 175	100

Zdroj: STEM/MARK

Přínosy z cestovního ruchu destinace Plzeň (pouze město)

Stávající význam turismu je kalkulován s využitím metodiky společnosti KPMG Česká republika s využitím dat návštěvnosti Českého statistického úřadu v HUZ, geolokačních dat společnosti CE-Traffic a šetření výdajů společnosti STEM/MARK. Získané údaje byly validovány a expertně upraveny pro výpočet přínosů.

Kalkulované přínosy z vícedenních návštěvníků

	Návštěvnost turisté – odhad (v mil. turistodnů)	Spotřeba (mil. Kč)	Přínosy (v mil. Kč)	z toho státní rozpočet (střední hodnota) (v mil. Kč)	Zaměstnanost (FTE)
Domácí turisté	1,0 - 1,2	550 - 740	230 - 300	215	465 - 675
Zahraniční turisté	0,4 - 0,5	680 - 880	280 - 360	260	570 - 800
Celkem	1,4 - 1,7	1 230 - 1 620	510 - 660	475	1 030 - 1 475

Kalkulované přínosy z jednodenních návštěvníků

	Jednodenní návštěvnost – odhad (v mil. výletodnů)	Spotřeba (mil. Kč)	Přínosy (v mil. Kč)	z toho státní rozpočet (střední hodnota) (v mil. Kč)	Zaměstnanost (FTE)
Domácí jednodenní	1,5 - 1,8	1 030 - 1 320	420 - 540	395	855 - 1 200
Zahraniční jednodenní	0,5 - 0,7	860 - 1 240	350 - 510	350	715 - 1 130
Celkem	2,0 - 2,5	1 890 - 2 560	770 - 1 050	745	1 570 - 2 330

Kalkulované přínosy z celkové návštěvnosti

	Celková návštěvnost – odhad (v mil. návštěvodnů)	Spotřeba (mil. Kč)	Přínosy (v mil. Kč)	z toho státní rozpočet (střední hodnota) (v mil. Kč)	Zaměstnanost (FTE)
CELKEM - návštěvnost	3,4 - 4,2	3 120 - 4 180	<u>1 280 - 1 710</u>	1 220	<u>2 600 - 3 805</u>

Zdroj: vlastní zpracování KPMG ve spolupráci se CE-Traffic



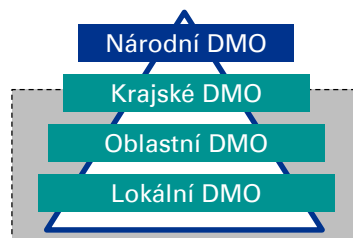
System řízení cestovního ruchu

System řízení cestovního ruchu – Kategorizace DMO

Ministerstvo pro místní rozvoj ČR ve spolupráci s agenturou CzechTourism připravuje projekt kategorizace a certifikace organizací destinačního managementu. Kategorizace byla vytvořena za účelem certifikace organizací destinačního managementu. Hlavním cílem je zkvalitnit výkon a efektivitu činností v oblasti destinačního managementu v České republice a přispět ke zvýšení kvality a efektivity realizovaných marketingových aktivit na domácím a zahraničním trhu, a to prostřednictvím vytvoření pravidel pro činnost organizací destinačního managementu. Projekt by měl v dohledné době vstoupit do své pilotní fáze.

Hierarchie organizací destinačního managementu a jejich typická působnost v území

Pro účely této kategorizace jsou pro organizace destinačního managementu definovány následující kategorie, které vycházejí především z územní působnosti, charakteru a zaměření těchto společností:



Předmětem certifikace v rámci normy jsou všechny kategorie organizací destinačního managementu vyjma národní DMO

Kategorie organizace destinačního managementu	Typická úroveň působnosti
Lokální DMO	obec, město, mikroregion (svazek obcí) - místní destinace
Oblastní DMO	kulturně nebo geograficky vymezené území
Krajská DMO	Kraj - krajská destinace
Národní DMO	Stát – destinace Česká republika

Požadavky Kategorizace na kategorie organizací destinačního managementu jsou definovány ve 4 tematických oblastech. Tyto požadavky jsou stanoveny zejména s ohledem na rozdílné výchozí podmínky pro činnost organizací destinačního managementu a jejich působení v území tak, aby dle této Kategorizace mohly získat certifikaci organizace destinačního managementu s různými předpoklady, které skutečně efektivně přispívají k rozvoji destinačního managementu v České republice. Jejich výsledkem bude logická a funkční struktura pokrývající území ČR.

Proces certifikace

Kategorizace je v kompetenci agentury CzechTourism, která zajišťuje kompletní proces certifikace. Certifikaci mohou získat pouze vymezené kategorie organizací destinačního managementu vyjma kategorie Národní DMO. Pro kategorii Národní DMO stanovuje požadavky na činnost Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. Agentura CzechTourism přijme žádosti, zpracovává je a připravuje k projednání v certifikační komisi. Po splnění všech podmínek vztahujících se k certifikaci bude žadateli zaslán certifikát, kterým je oprávněn se po dobu jeho platnosti prokazovat. Platnost certifikátu je stanovena na období 1 roku od data rozhodnutí o certifikaci DMO.

Kategorizace DMO nezavazuje k finanční podpoře poskytnuté z národních/krajských zdrojů na podporu činnosti certifikovaných DMO.

System řízení cestovního ruchu v Plzni

V roce 2013 zřídilo město Plzeň příspěvkovou organizaci **Plzeň – TURISMUS**, jejímž hlavním zaměřením a úkolem je marketing a management destinace Plzeň a vybraných atraktivit v okolí. Funguje jako platforma pro spolupráci a sama provozuje Turistické informační centrum města Plzně, Patton Memorial Pilsen a prohlídky Loosových interiérů. Plzeň – TURISMUS je strategickým partnerem nejen v oblasti cestovního ruchu, ale koordinuje i aktivity ostatních poskytovatelů služeb v destinaci. Organizace je postavena na třech pilířích – poskytuje veřejné služby a rozvíjí a propaguje destinaci.

Služby veřejnosti



- Provozování turistického informačního centra.
- Výroba turistických informačních materiálů.
- Zajišťuje informační stánky pro návštěvníky na významných akcích města.

Rozvoj destinace



- Koncepce a koordinace aktivit v oblasti cestovního ruchu.
- Provoz a rozvoj produktů (Loosovy interiéry, Patton Memorial Pilsen a prohlídky města).
- Spolupráce s turistickými cíli a partnery.
- Monitoring návštěvnosti, statistiky CR.

Marketing



- Propagace Plzně jako atraktivní turistické destinace Prezentace na veletrzích CR v Česku i v zahraničí.
- Organizace press tripů a fam tripů.
- Online prezentace prostřednictvím turistického portálu, newsletteru a sociálních sítí.
- Spravuje turistický portál www.visitplzen.eu.

Základní údaje o organizaci Plzeň - TURISMUS

Vznik	2013
Právní forma	Příspěvková organizace
Rozpočet v tis. Kč	17 584
Příspěvek města v tis. Kč (2017)	13 407
Počet zaměstnanců	15

Visit  Plzeň



System řízení cestovního ruchu - komparace

V České republice je zatím minimum městských organizací, které se podobně jako Plzeň – TURISMUS zaměřují na propagaci města a cestovního ruchu. Tyto instituce přitom mohou výrazně posílit cestovní ruch a zatraktivnit památky v dané destinaci. Kromě Plzně je rozvoj cestovního ruchu z krajských měst řízen pouze v Karlových Varech, Ostravě, Praze a Brně.

KARLOVY VARY



Karlovy VARY°

INFOCENTRUM MĚSTA Karlovy Vary

- Obecně prospěšná společnost založena v roce 2001.
- Provozují dvě informační centra.
- Mezi hlavní činnosti patří aktivity podporující CR města (např. sběr a podávání informací o městě a jeho propagace).
- Dále nabízí doplňkové služby jako například průvodcovské služby, prodej suvenýrů nebo zprostředkování ubytování.

PRAHA



Prague City Tourism

Prague City Tourism

- Od roku 2018 akciová společnost transformovaná z příspěvkové organizace města založené jako Pražská informační služba v roce 1958.
- Provozuje celkem 5 informačních center.
- Mezi hlavní činnosti patří propagace a marketingová podpora CR v Praze (ta je financována převážně z výnosů ze vstupného na Staroměstskou radnici).
- Mezi nejdůležitější doplňkové služby patří prodej zboží, který pokrývá téměř 90% výnosů.

OSTRAVA



OSTRAVAINFO!!!
OPZNAKOVÉ INFORMACE O OSTRAVĚ

Ostravský informační servis

- Společnost s ručením omezeným založena v roce 2006.
- Provozuje celkem 6 informačních center.
- Mezi hlavní činnosti patří poskytování informací o Ostravě a okolí v oblasti kultury, dopravy, ubytování, stravování, cestovního ruchu a ostatních služeb.
- Dále zajišťuje průvodcovskou činnost, předprodej vstupenek na kulturní a sportovní akce, směnárenskou činnost nebo prodej suvenýrů.

BRNO



TIC BRNO ↓

TIC BRNO

- Příspěvková organizace zajišťující činnost spojenou s turistickým ruchem od roku 2001.
- Provozuje 6 informačních center, průvodcovské služby, turistický minibus a stará se o významné kulturní památky Brna a okolí.
- Pořádá kulturní a společenské akce, iniciuje a rozvíjí partnerství s kulturními a vzdělávacími organizacemi, zástupci státní správy i s podnikatelskými subjekty.

System řízení cestovního ruchu - komparace

Z pohledu Plzně je nejdůležitější porovnat fungování městských organizací cestovního ruchu s Karlovými Vary a Ostravou. Praha a Brno jsou do komparace uvedeny pouze pro ilustraci, jelikož hodnoty jejich rozpočtů, příspěvků od města či počtu hostů několikanásobně přesahují hodnoty zbylých tří měst a jsou tak téměř neporovnatelné.

Nejviditelnějším rozdílem je rozlišná právní forma organizace ve všech třech městech. Všechny tři organizace jsou závislé na příspěvku od města, který ve všech případech tvoří přes 50 % celkového rozpočtu. Nejvíce prostředků z vlastní činnosti produkuje Ostravský informační servis vzhledem k možnosti prodeje vstupenek, a to zhruba 45 % z celkových výnosů. Všechny organizace v roce 2016 dosáhly kladného hospodářského výsledku.

Sledovaný ukazatel (2016)	Plzeň - TURISMUS	INFOCENTRUM MĚSTA Karlovy Vary	Ostravský informační servis	Prague City Tourism	TIC BRNO
Vznik	2014	2001	2006	1958	2001
Právní forma	Příspěvková organizace	Obecně prospěšná společnost	Společnost s ručením omezeným	Příspěvková organizace	Příspěvková organizace
Rozpočet v tis. Kč	17 584	23 285	20 873	193 091	138 845
Příspěvek města v tis. Kč	13 407	17 148	11 323	38 507	47 478
Počet zaměstnanců	15	15	42	60	102
Počet turistických infocenter	1	2	6	5	6
Počet hostů	262 000	320 000	211 000	7 070 000	590 000
Počet obyvatel města	189 000	88 000	323 000	1 280 000	378 000

System řízení cestovního ruchu - komparace

Organizace Karlových Varů a Ostravy nabízí základní služby jako poskytování informací či komentované prohlídky. Plzeň – TURISMUS kromě těchto služeb provozuje i další turistické atrakce (např. Loosovy interiéry a Patton Memorial Pilsen). Ty však prozatím generují větší náklady než příjmy a jsou jedním z důvodů velmi nízkého pokrytí celkových nákladů vlastními výnosy. V současné době organizace kryje necelou pětinu celkových nákladů. Zajímavým příkladem je Prague City Tourism, který vlastními výnosy kryje více než 90 % celkových nákladů, a to především díky výběru vstupného na Staroměstskou radnici a provozování ticketingu.

Mzdové náklady jsou po službách druhým největším nákladem. Celkově tvoří více než třetinu všech nákladů. Na jednoho hosta disponuje Plzeň – TURISMUS nejmenším rozpočtem ze zmíněných tří organizací a zároveň od města získává v přepočtu na jednoho hosta nejmenší příspěvek.

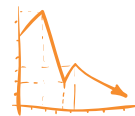
Sledovaný ukazatel	Plzeň - TURISMUS	INFOCENTRUM MĚSTA Karlovy Vary	Ostravský informační servis	Prague City Tourism	TIC BRNO
Rozpočet v tis. Kč	17 584	23 285	20 873	193 091	138 845
Příspěvek města v tis. Kč	13 407	17 148	11 323	38 507	47 478
Počet hostů	262 000	320 000	211 000	7 070 000	590 000
Podíl vlastních výnosů na krytí celkových nákladů v %	18,1 %	23,9 %	42,9 %	90,1 %	63,4 %
Podíl mzdových nákladů na celkových nákladech v %	35,2 %	20,7 %	42,2 %	13,8 %	20,4 %
Příspěvek města na 1 hosta	51 Kč	54 Kč	54 Kč	5 Kč	80 Kč
Rozpočet na 1 hosta	67 Kč	73 Kč	99 Kč	27 Kč	235 Kč
Počet hostů na 1 zaměstnance	17 500	21 300	5 000	117 883	5 800



SWOT analýzy

SWOT analýza - analýza nabídky a jejich předpokladů

- Světoznámá tradice pivovarnictví v Plzni
- Industriální město s areály bývalých Škodových závodů, pivovaru Plzeňský Prazdroj
- Strategická poloha města v dosahu Prahy a významných německých měst jako významného zdrojového trhu CR
- Velmi dobrá dostupnost prostřednictvím silniční a železniční dopravy včetně dobré dostupnosti mezinárodního letiště v Praze
- Architektura 1. pol. 20 století – od secese po modernu a funkcionalismus
- Pestrá nabídka služeb cestovního ruchu včetně nabídky kulturních a společenských akcí
- Kvalitní příměstský rekreačně-turistický potenciál
- Koncentrace atraktivit na malé ploše v centru, dobrá dostupnost Plzeňského Prazdroje



S

Silné stránky

W

Slabé stránky

Příležitosti

O

Ohrožení

T

- Nedostatečné propojení města s nabídkou v okolí
- Nepřístupný areál Škoda – nevyužití značky pro vybudování vhodné zážitkové atraktivity
- Chybějící a nenavazující úseky cyklotras a cyklostezek jak v centru Plzně, tak v přílehlém okolí
- Nedostačující a nekvalitní veřejná infrastruktura (např. nekvalitní veřejné toalety, navigace atd.)
- Nedostatečná kapacita střední cenové úrovně ubytování (chybí penziony), omezená nabídka pro vybrané segmenty návštěvníků (např. rodiny s dětmi)
- Nízké využití a neuchopení tématu sportovních úspěchů Plzně (fotbal, hokej)
- Dlouhodobě chybí aquapark a infrastruktura pro wellness
- Chybí krytá plocha pro pořádání akcí
- Nevyužitý potenciál řek a nábřeží

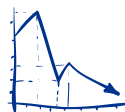
- Využití pozitivních dopadů z projektu Plzeň – Evropské hlavní město kultury 2015 pro rozvoj kulturního turismu
- Rozvoj industriálního turismu jako vhodné formy městského CR
- Využití výhodné geografické polohy ve vztahu k Praze a blízkým zahraničním zdrojovým trhům
- Větší zapojení nabídky okrajových částí destinace
- Využití fenoménu českého loutkářství jako nehmotného dědictví UNESCO s vazbou na Plzeň
- Zlepšení infrastruktury města také pro cestovní ruch (např. dopravní terminál u hl. nádraží, bývalá budova Inwestu)
- Vybudování aquaparku a wellness centra
- Využití nejsilnějších stránek a mezinárodních témat k vybudování zážitkových expozic - Patton, Škoda
- Využití netradičních objektů pro CR - stadion Viktorie industriální objekty
- Podpora aktivit maloobchodního managementu v centru města
- Vybudování náplavky a revitalizace řek jako kvalitního prostředí pro širokou veřejnost



- Omezená podpora veřejné správy klíčových investičním projektům, např. budova galerie, aquapark (wellness)
- Vysoká závislost turismu na tradici pivovarnictví
- Stagnující kvalita zejména doprovodné infrastruktury cestovního ruchu (toalety, parkoviště)
- Zhoršení poměru cena/výkon za služby cestovního ruchu
- Zkracování délky pobytu a zvyšující se podíl jednodenní návštěvnosti
- Zhoršení bezpečnostní situace v regionu
- Nevyužití levných ubytovacích kapacit pro CR

SWOT analýza - management destinace Plzeň

- Zřízení organizace Plzeň – TURISMUS, jejímž primárním úkolem je management destinace Plzeň a je hlavním partnerem při zajišťování a koordinaci služeb cestovního ruchu
- Trvale dobrá kvalita turistického informačního centra ve vztahu k zákazníkům, školený personál komunikující dvěma a více jazyky a široké portfolio služeb
- Klíčoví poskytovatelé služeb přistupují k tématu cestovního ruchu s vyšším zájmem
- Zajištění servisu pro služby cestovního ruchu z veřejných prostředků (tiskoviny, propagace na akcích – veletrhy apod.)



Silné stránky



Slabé stránky

- Absence platformy pro komunikaci a spolupráci mezi partnery a organizací Plzeň – TURISMUS
- Nedostatečná spolupráce subjektů v rámci kraje
- Chybějící sdružování klíčových subjektů soukromého sektoru v Plzni
- Chybí sdružování finančních prostředků na projektové aktivity cestovního ruchu
- Problematika veřejné podpory
- Kvalita poskytovaných služeb cestovního ruchu stále zaostává za západními standardy.
- Nedostatek kvalitních lidských zdrojů ve službách cestovního ruchu
- Špatné plánování akcí bez ohledu na využití v cestovním ruchu

- Nastavení spolupráce mezi organizací Plzeň – TURISMUS s okolními oblastními/lokálními organizacemi destinačního managementu
- Certifikace Plzeň – TURISMUS nebo obdobné organizace jako lokální/oblastní DMO
- Využití přínosů z cestovního ruchu pro rozvoj destinace (zaměstnanost, daňová výtěžnost) pro rezidenty města
- Zapojení příslušných subjektů soukromého sektoru do destinační spolupráce
- Zlepšení spolupráce s okolními městy a poskytovateli služeb
- Zavedení inovací do sběru dat
- Podpora dalšího profesního vzdělávání v turismu a tvorby/využívání programů kvality

Příležitosti



Ohrožení



- Pouze formální naplňování strategických dokumentů a dalších koncepčních dokumentů cestovního ruchu
- Nenaplnění požadavků Kategorizace DMO a nezískání certifikace
- Dlouhodobě přetrvávající řízení cestovního ruchu zaměřující se pouze na lokální atraktivity v Plzni
- Závislost činnosti organizace Plzeň - TURISMUS z velké části na veřejných zdrojích
- Nízká míra spolupráce podnikatelských subjektů mezi sebou a s Plzeň - TURISMUS
- Snížení spokojenosti návštěvníků
- Nedostatek kvalifikovaných pracovníků ve službách cestovního ruchu a vysoký nárůst mezd
- Nekontrolovaný rozvoj sdílené ekonomiky, zejména Airbnb, Couchsurfing a s tím spojené diskriminační podmínky podnikání pro hotely

SWOT analýza - marketing destinace Plzeň

- Dlouhodobě budované povědomí o značce Pilsner Urquell ve spojení s Plzní na tuzemském a zahraničním trhu
- Medializace Plzně jako Evropského města kultury 2015 především v zahraničí
- Kvalitní jednotný vizuální styl města Plzně - značka (logo, logotyp, styl, atd.)
- Ekonomicky a marketingově silné společnosti jako leadeři v marketingu destinace
- Atraktivita s mezinárodním potenciálem a způsob jejich prezentace např. Loosovy interiéry, industriál, Velká synagoga, téma osvobození Plzně



S

W

Silné stránky

Slabé stránky

- Chybí společná rozvojová strategie cestovního ruchu včetně systému produktů cestovního ruchu
- Marketingové aktivity nejsou vzájemně koordinovány
- Celková nejednotnost naplňování stanovené strategie
- Chybějící výzkum na zmapování image města
- Finanční prostředky vynakládané na marketingové aktivity nejsou v rámci města koordinovány a nedochází ke sdružování prostředků
- Přetrvávající sezónnost cestovního ruchu

- Vytvoření marketingové strategie a systému produktů ve vazbě na nabídku cestovního ruchu Plzně v okolí
- Zaměření na silný industriální odkaz Plzně
- Možnost využití tradičních plzeňských značek pro marketing cestovního ruchu
- Aktivní spolupráce a koordinace marketingových aktivit mezi klíčovými subjekty turismu v Plzni a okolí
- Využívání moderních komunikačních marketingových nástrojů (internet, responsivní web, sociální sítě, partnerský marketing, ambassador program atd.)
- Posílení pozice webu visitplzen/visitpilsen ve vyhledávačích
- Zaměření se na tradiční cílové skupiny, domácí návštěvníky, silný trh Bavorska a perspektivní trhy (asijské země)

Příležitosti

Ohrožení

O

T



- Ztráta prestiže Plzně jako města piva a pivovarnictví
- Formální naplňování marketingové strategie a nízká míra uplatňování principu destinačního marketingu
- Neochota/obava některých subjektů cestovního ruchu v Plzni navázat spolupráci
- Realizace marketingových aktivit bez vazby na segmentaci cestovního ruchu
- Rostoucí nabídka a propagace konkurenčních městských destinací v ČR a zahraničí s kvalitní nabídkou a řízením destinace
- Nedostatek finančních prostředků na marketing cestovního ruchu

Klíčové závěry analytické části Strategie

Analýza cestovního ruchu v Plzni přinesla tyto hlavní závěry:

- Důležitými determinanty rozvoje cestovního ruchu v Plzni je stejně jako v jiných městských destinacích bezpečnost, orientace na zážitky, poznávání místní kultury, gastronomie a autentického prostředí destinace.
- Intenzita cestovního ruchu (počet přenocování vs. počet obyvatel) je ve městě relativně nízká, což představuje s ohledem na zajímavou nabídku významnou příležitost do budoucna. Cestovní ruch se tak může významněji podílet na ekonomice města.
- Plzeň disponuje širokou nabídkou zejména kulturně – historických atraktivit cestovního ruchu a zajímavou nabídkou kulturních, společenských a sportovních akcí a má potenciál a kvalitní předpoklady pro další rozvoj cestovního ruchu ve městě a jeho okolí.
- Nejnavštěvovanější atraktivitou cestovního ruchu v Plzni je pivovar Plzeňského Prazdroje, na kterém závisí cestovní ruch celého města
- Počet hostů a přenocování v posledních několika letech roste, k čemuž výrazně pomohlo vyhlášení Plzně Evropským hlavním městem kultury v roce 2015. Zvyšující se návštěvnost zároveň vede k růstu ekonomických efektů z cestovního ruchu.
- Podmínky pro rozvoj cestovního ruchu nebyly dlouhodobě nastaveny optimálně, důsledkem toho je nízká míra koordinace aktivit.
- Příležitostí je rozvoj městského turismu se zaměřením na industriální a kulturní turismus, pro které má město a okolí vhodné předpoklady.
- Významnou změnou je stávající snaha města zkvalitnit podmínky pro uplatnění destinačního managementu a marketingu, jejímž výsledkem bylo založení organizace Plzeň – TURISMUS.

Klíčové formy městského turismu (potenciál pro produktovou nabídku)

- Kulturní turismus
- Industriální turismus *(ve spolupráci s okolím)*
- Cestovní ruch spojený s pivem a pivovarnickou tradicí
- Aktivní cestovní *(ve spolupráci s okolím)*
- Konferenční a incentivní cestovní ruch
- Paměťový turismus

Na základě zjištění z analytické části byly definovány tyto klíčové problémy cestovního ruchu v Plzni:

1

Vysoký podíl jednodenní návštěvnosti města

Příčiny:

- Blízkost Prahy
- Vysoké ceny ubytování
- Chybějící produktové balíčky
- Přetrvávající nedostatky v kvalitě služeb
- Transzit, zastávka na cestě

2

Nedostatečná spolupráce a koordinace cestovního ruchu

Příčiny:

- Nesystematická komunikace mezi všemi aktéry cestovního ruchu
- Nekoordinované financování marketingu cestovního ruchu
- Současné řízení cestovního ruchu zaměřující se především na místní aktivity
- Chybějící společná strategie rozvoje cestovního ruchu



Hlavním důsledkem těchto problémů je nedostatečné využití stávajícího potenciálu cestovního ruchu města a dochází tak ke snižování ekonomických efektů z cestovního ruchu. Návrhová část se na tyto klíčové problémy zaměří.

Seznam zkratek

ATIC ČR	Asociace turistických informačních center ČR	KÚPK	Krajský úřad Plzeňského kraje
AVE	Advertising Value Equivalent	MD	Ministerstvo dopravy
B2B	Business to Business	MICE	Meetings and incentives
CzT	Česká centrála cestovního ruchu CzechTourism	NNO	Nestátní nezisková organizace
ČNB	Česká národní banka	OECD	Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj
ČR (CZ)	Česká republika	PMDP	Plzeňské městské dopravní podniky a.s.
ČSKS	Český systém kvality služeb	TIC	Turistické informační centrum
ČSÚ	Český statistický úřad	TSA	Satelitní účet cestovního ruchu (Tourism Satellite Account)
DMO	Organizace destinačního managementu	UNWTO	Světová organizace cestovního ruchu (United Nations World Tourism Organisation)
EHMK	Evropské hlavní město kultury	USP	Unique Selling Proposition (jedinečný prodejní předpoklad)
HDP	Hrubý domácí produkt		
HUZ	Hromadná ubytovací zařízení		
CHKO	Chráněná krajinná oblast		



Kontaktní osoba:

Zdeněk Tůma
Partner

KPMG Česká republika, s.r.o.

Tel +420 222 123 390
e-mail: ztuma@kpmg.cz

kpmg.com/socialmedia



kpmg.com/app



© 2018 KPMG Česká republika, s.r.o., a Czech limited liability company and a member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative, a Swiss entity. All rights reserved.

The KPMG name and logo are registered trademarks or trademarks of KPMG International.

The information contained herein is of a general nature and is not intended to address the circumstances of any particular individual or entity. Although we endeavor to provide accurate and timely information, there can be no guarantee that such information is accurate as of the date it is received or that it will continue to be accurate in the future. No one should act on such information without appropriate professional advice after a thorough examination of the particular situation.