

SETKÁNÍ AKTÉRŮ CESTOVNÍHO RUCHU

DESTINACE PLZEŇ

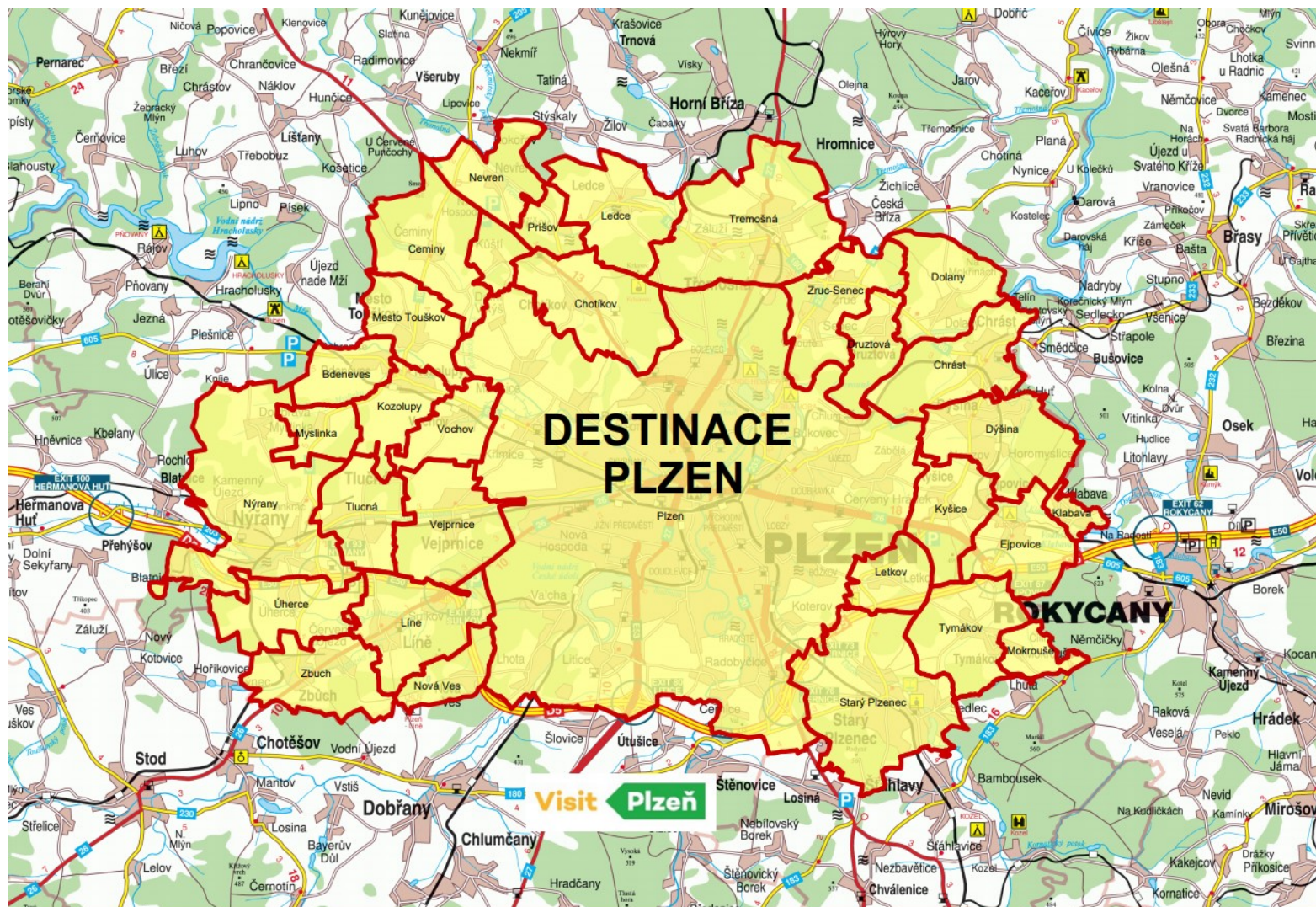


REKORDNÍ ROK 2019

Příjezdy a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních					Zdroj: ČSÚ	
	Počet hostů	Nerezidenti	Rezidenti	Počet přenocování	Nerezidenti	Rezidenti
Plzeň 2019	330 227	188 362	141 865	549 248	325 542	223 706
index 2019/2018	106,0%	104,7%	107,7%	103,4%	102,4%	104,8%

Návštěvnost vybraných turistických cílů v Plzni a okolí				Turistické informační centrum Plzeň	
Plzeňský Prazdroj	836 611	DJKT	181 585	Návštěvnost TIC Plzeň	111 351 osob
ZOO	504 984	Hrad Radyně	27 647	Prohlídky pro skupiny	500 prohlídek pro 11 496 osob
DEPO2015	215 000	Bohemia Sect	10 029	Prohlídky pro jednotlivce	93 prohlídek pro 998 osob
DinoPark	193 629	Důl v Nevřeni	9 241	Meziroční nárůst	o 30 % návštěvníků více
Techmania SC	183 291	Airpark Zruč	5 000		

OBLASTNÍ DESTINACE PLZEŇ

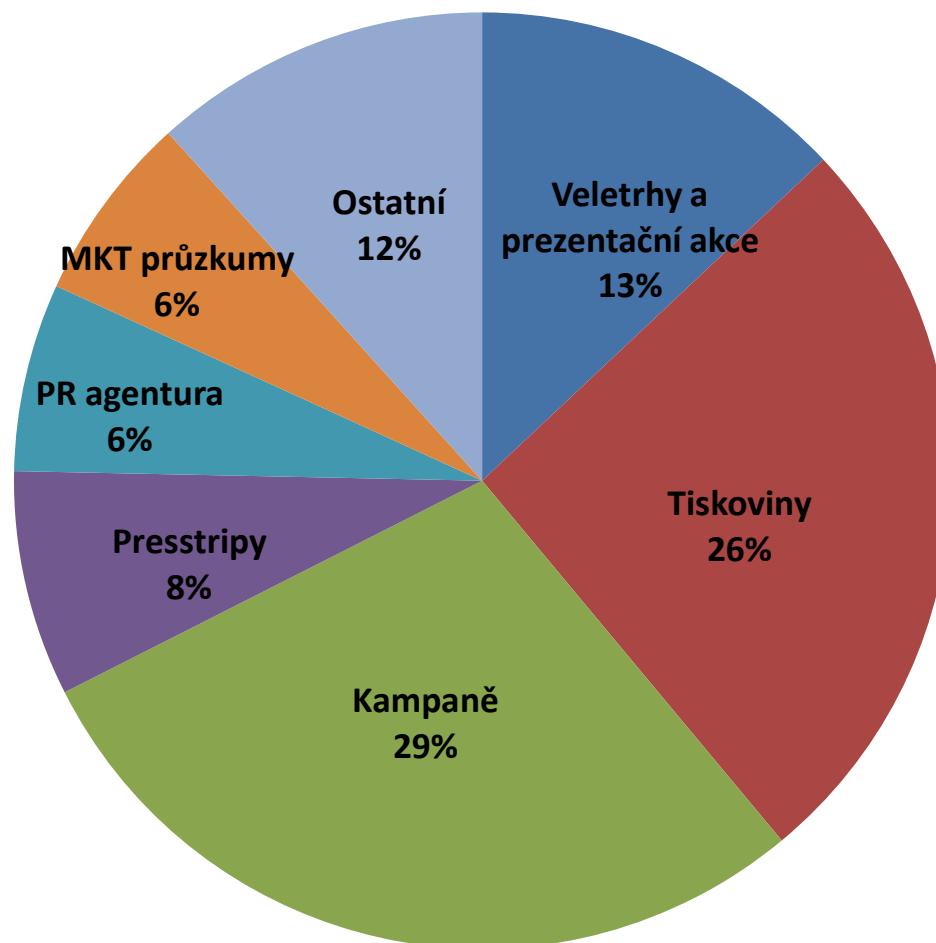


Rozšiřování nabídky destinace

- **rozložení akcí v sezoně** (Treffpunkt, BLIK BLIK..)
- **nové expozice a** turisticky atraktivní místa (Patton Memorial Pilsen, rekonstrukce náplavky)
- rozšiřování nabídky **v okolí města** – důl v Nevřeni
- nový rozvojový směr – **industriální turismus**



MARKETINGOVÝ ROZPOČET = 4 MILIONY KČ



VYBRANÉ MARKETINGOVÉ AKTIVITY

Nový web www.visitplzen.eu

Fotobanka

- externí fotobanka pro všechny partnery k dispozici na http://bit.ly/visitplzen_fotobanka

Presstripy

- kolem 25 akcí pro 90 novinářů a influencerů z celého světa
- přes 90 % našich nákladů tvoří ubytování a stravování v destinaci

př. Stuttgarter Zeitung

- press trip z roku 2014, článek publikován v roce 2019
- podle údajů CzT AVE 55 000 eur



Der Platz der Republik in Pilsen glänzt mit einem goldenen Brunnen. Foto: Stephan Brünjes

TSCHECHIEN

Pilsen statt Prag

Nein, eine XXL-Burg wie den Hradšchin haben die Pilsener nicht, dafür aber einen XXL-Marktplatz: gute Stube? Glatte Untertreibung! Eher ein Open-Air-Ballsaal mit 193 mal 139 Metern, eingerahmt von farbenfrohen Treppengiebel-Fassaden und Bürger-Palais, quasi den VIP-Logen der Stadt, ist der Platz der Republik, wie er korrekt heißt.

Hier begann Pilsens Biertradition – mit einer Überschwemmung. Wütend über die miese Plörre hiesiger Brauer kippen Bürger 36 Fässer aus. Der Magistrat versteht ihren Groll, holt einen gleichnamigen bayerischen Biertüftler. Johannes Groll erfindet 1842 das Pils und beschert der Stadt ihr Gerstensaft-Image – bis heute. Weshalb es in den Läden auch so naheliegende Souvenirs gibt wie Bier-Handcreme, Bier-After-shave und Bier-Shampoo.

Unbedingt im Alfa oder einem der

anderen Pilsener Puppenspielhäuser vorbeischaun, in denen gewitzte Theaterleute ihre Stücke inszenieren. Oder selbst Hand anlegen an Handpuppen, Marionetten und sogenannten Mannequins – die größten, bis zu lebensgroßen Puppen. 300 von ihnen, von fingerklein bis lebensgroß, hängen ständig nur ab – an Haken im Marionettenmuseum, auf Besucher wartend, die sie auf kleiner Bühne ausprobieren. STEPHAN BRÜNJES

Info

Anreise

Per Auto über die A 6 Richtung tschechische Grenze, von wo dann die A 5 nach Pilsen führt.

Unterkunft

Das Hotel Rous imponiert durch Feldstein-Optik und Geschichte: Besitzer war einst ein irrer Textilhändler und Bordellbetreiber. Doppelzimmer ab ca. 86 Euro, www.hotelrous.cz.

Allgemeine Informationen

www.pilsen.eu,
www.czechtourism.com/de



Honest Guide v Plzni

- aktuálně **140 000 zhlédnutí** na YouTube

Famtripy

- největší **China Visitors Summit**, přes 100 zástupců CK

Tiskoviny

- průměrný roční náklad 320 000 ks letáků, map a brožur
- přes **100 distribučních míst v Plzni a okolí**
- pravidelná distribuce v Bavorsku
- infocentra, turistické cíle, hotely, prezentační akce



VYBRANÉ KOMERČNÍ SLUŽBY

Prohlídky města – program v Plzni na klíč

- Pro skupiny CK
- Pro firmy a malé skupiny
- Pro školy

Základní nabídka – **B:B katalog 2020/21**

Nová kolekce suvenýrů

- Dárkové předměty v **jednotném designu**

Eurobankovka - nejúspěšnější suvenýr

- bankovka k výročí 17. 11. 2019, Plzeň - katedrála
- bankovka **k 75. výročí osvobození Plzně** americkou armádou



VICE 2020 A ZÁKLADNÍ MARKETINGOVÉ PRINCIPY

DESTINACE PLZEŇ – LEADER MĚSTSKÉHO CESTOVNÍHO RUCHU V ČESKÝCH REGIONECH

Základní marketingová východiska:

- **orientace na sousedy** – okolní kraje, Německo (Bavorsko)
- **podmínky pro opakovanou návštěvnost a protažení sezóny**
 - využití potenciálu kultury a sportu
 - tradiční historické zázemí města
 - širší centrum i nabídka v okolí jako novinky v cestovním ruchu
 - důraz na kvalitu služeb
- **využití slavných značek a osobností** – díky nim je Plzeň známá ve světě
- **výchozí i cílové místo k výletům** – využití skvělé polohy a dopravní dostupnosti
- **nové a bonitní trhy** - oslovení konkrétních cílových skupin
- **pokračování spolupráce s CzT** - i v novém systému tzv. balíčků

HLAVNÍ KOMUNIKAČNÍ TÉMATA

1) To nejlepší z Plzně (50 % rozpočtu na kampaně)

Prvónávštěvníci

- pivovarnictví a centrum

Opakované návštěvy a rodiny s dětmi

- zábava + aktivní nabídka turistických cílů, sportu a kultury
- blízké okolí - St. Plzenec, Radyně a Nevřeň
- presstripy a PR, on-line, domácí i zahraniční trhy, prezentační akce

2) Významná témata s mezinárodním přesahem (25% rozpočtu na kampaně)

75. výročí osvobození Plzně a Rok Adolfa Loose (150. výročí narození)

- zahraniční i domácí trhy
- prezentační akce a speciální programy, PR, on-line

3) Industriální téma (25% rozpočtu na kampaně)

Konference Industry Open - ambice vybudovat celostátní akci

Festival Industry Open a stezka Industry Open – základ pro produkt CR

- nabídka zejména pro místní obyvatele, rodiny s dětmi a školy, ale i pro znalce...
- regionální média, platformy pro odborníky, on-line

ROZVOJ DESTINACE – ROZŠÍŘENÍ NABÍDKY

Letošní novinky

- otevření nového TIC na nádraží (podzim 2020)
- minipivovar Proud (v areálu Plzeňského Prazdroje)

Stezka industriálního turismu

- základní krok k produktu CR

Památky v rekonstrukci

- katedrála sv. Bartoloměje (Velikonoce 2021)
- Velká synagoga (prosinec 2021)
- Semlerova rezidence (konec roku 2021)

IROP 2021 – 2027

- kulturní dědictví a CR (industriální CR)



PARTNERSTVÍ

Partnerství jako základ spolupráce v každé turistické destinaci

Partnerské smlouvy či deklarace s turistickými cíli, obcemi a institucemi

- ke konci roku 2019 cca 30 partnerských smluv
- navázání partnerství s privátní sférou

DMO (Plzeň – TURISMUS)

- vytváření platformy pro komunikaci a spolupráci
- marketing destinace
- informační servis (TIC, tiskoviny)

Partneři

- poskytování zpětné vazby
- zvyšování kvality služeb (včetně vzdělávání)
- prezentace loga destinace

Náš cíl v roce 2021 – **Setkání partnerů v cestovním ruchu**

Děkujeme za pozornost

Zuzana Koubíková
Kristina Štěpánová
Plzeň - TURISMUS