

# Program rozvoje cestovního ruchu města Brna 2021 — 2025

Manažerské shrnutí

**Zadavatel**

Statutární město Brno  
Dominikánské nám. 196/1, 602 00 Brno

**Zpracovatel**

Koncepto, reklamní agentura s.r.o., Pavel Pichler

**Odborná spolupráce**

Burian Consulting

**Fotografie**

město Brno, Pavel Gabzdyl, Michal Jenčo

# Použité zkratky a pojmy

|                            |  |
|----------------------------|--|
| 3K                         | Komunikace – Kooperace – Koordinace  |
| ACR                        | Aktivní cestovní ruch  |
| AirBnB                     | Webová platforma, která propojuje soukromé majitele volných nemovitostí se zájemci ze strany turistů |
| B2B                        | Vztah mezi obchodními společnostmi   |
| B2C                        | Vztah mezi obchodní společností a koncovým zákazníkem  |
| BKOM                       | Brněnské komunikace a.s.   |
| Bleisure                   | Kombinace pracovního a volnočasového cestování   |
| Brand essence              | Jádro a podstata značky, která udává jednotný směr značky  |
| Brand book                 | Definuje základní prvky vizuální komunikace  |
| Brnopas                    | Turistická karta Brnopas   |
| BVV                        | Veletřhy Brno  |
| CCRJM                      | Centrála cestovního ruchu – Jižní Morava z. s. p. o.   |
| CR                         | Cestovní ruch  |
| CzT                        | Czechtourism   |
| DCR                        | Domácí cestovní ruch   |
| DMO                        | Organizace destinačního managementu  |
| Fam trip                   | Organizovaná návštěva touroperátorů, cestovních kanceláří, event agentur                             |
| HUZ                        | Hromadná ubytovací zařízení  |
| Intenzita cestovního ruchu | Poměr přenocování turistů na počet obyvatel dané lokality  |
| JMK                        | Jihomoravský kraj  |
| KMCR                       | Kancelář marketingu a cestovního ruchu Magistrátu města Brna   |
| KORDIS                     | Koordinátor integrovaného dopravního systému Jihomoravského kraje                                    |
| KPI                        | Key performance indicator = ukazatel výkonnosti  |
| MCB                        | Moravia Convention Bureau (součást CCRJM)  |
| Medical tourism            | Medicínský cestovní ruch, cestování za zdravím   |
| MICE                       | Meeting, incentives, conventions, exhibitions  |

|                |   |
|----------------|---|
| MIS            | Marketingový informační systém  |
| MMB            | Magistrát města Brna  |
| MMR            | Ministerstvo pro místní rozvoj  |
| MS             | Marketingová strategie  |
| OCR KÚ JMK     | Oddělení cestovního ruchu Krajského úřadu Jihomoravského kraje  |
| ORR KÚ JMK     | Odbor regionálního rozvoje Krajského úřadu Jihomoravského kraje   |
| Outgoing       | Odjezdy našich občanů do zahraničí  |
| PARO           | Odbor participace Magistrátu města Brna   |
| PCR / Incoming | Příjezdový cestovní ruch  |
| PRCR           | Program rozvoje cestovního ruchu  |
| Press trip     | Organizovaná návštěva novinářů  |
| Program        | Program rozvoje cestovního ruchu  |
| Shuttle        | Typ přepravy, vytvářející pravidelná spojení s vysokou frekvencí mezi dvěma místy (např. město – letiště)     |
| SMB            | Statutární město Brno   |
| SMM            | Strategie destinačního marketingu a managementu   |
| SOCR           | Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR  |
| SWOT           | S=Strengths (Silné stránky), W=Weaknesses (Slabé stránky), O=Opportunities (Příležitosti), T=Threats (Hrozby) |
| TIC BRNO / TIC | Turistické informační centrum Brno  |
| Touroperátor   | Cestovní agentura / cestovní kancelář   |
| Východiska     | Východiska pro tvorbu Programu rozvoje cestovního ruchu města Brna 2021-2025                                  |
| Zásady         | Zásady vztahu orgánů statutárního města Brna k příspěvkovým organizacím                                       |

# Úvod

Program rozvoje cestovního ruchu města Brna (dále jen *Program*) navazuje na cíle a aktivity realizované v rámci předchozího období tzn. v letech 2016–2020, během kterého se povedlo stanovené hlavní cíle nejen splnit, ale v mnoha ohledech i významně překonat.

Po letech strmého růstu globálního cestovního ruchu, spojeného s enormním poklesem cen letenek a popularitou ubytovacích a dopravních platforem, však došlo v roce 2020 k bezprecedentnímu pádu celého odvětví v důsledku pandemie COVID-19. A nejen to. Uzavřela se také více než padesátiletá tradice motocyklové Velké ceny České republiky, změnami v důsledku pandemie je ohrožena existence BVV.

V době vzniku tohoto *Programu* proto s jistotou víme jediné. Cestovní ruch a navazující ekonomická odvětví v segmentu služeb projdou radikální proměnou. Celá společnost nyní stojí na křižovatce a cestu, kterou se vydáme, je mimořádně obtížné předvídat. Proto *Program* tentokrát neobsahuje marketingovou strategii, neboť konkrétní kroky budeme muset, s ohledem na dynamický vývoj vnějších faktorů, korigovat mnohem častěji, než je interval pěti let jeho platnosti. *Brno má však našlápnuto!* V období 2016–2020 se téměř z ničeho povedlo vybudovat „NĚCO“. Brno se mezi turistickými destinacemi stalo fenoménem.

Současně jsme svědky dynamického rozvoje Brna. V průběhu příštích let dojde k dokončení řady důležitých infrastrukturních staveb a jejich okolí se začne postupně měnit do podoby živého a atraktivního města. Autobusové nádraží *Zvonařka* spojí tramvaj s dopravním uzlem u hlavního nádraží, zmizí OD Tesco s přilehlým nevábnyím okolím. Připravuje se sto let diskutovaná výstavba nového hlavního nádraží, které bude součástí městské čtvrti nové generace – čtvrti *Trnitá*. Bude dokončena dostavba velkého městského okruhu v oblasti *Pisárek a Žabovřesk*. Začnou rozsáhlé práce v okolí *Tomkova náměstí*, proměnou již postupně prochází rozsáhlý areál

bývalé Zbrojovky. Zasloužené proměny se dočkají i nábřeží brněnských řek Svatky a Svitavy, z nichž se v rámci realizace nezbytných protipovodňových opatření stanou příjemná místa pro rekreaci a odpočinek nejen Brňanů.

Brno se v průběhu minulých let stalo nepřehlédnutelným centrem výzkumu a vývoje, a podnikání a inovací nejen v rámci České republiky. Někteří dokonce hovoří o „Silicon Valley střední Evropy“. Daří se zde rozvíjet specifické obory, jako je výroba elektronových mikroskopů, dále řadě IT oborů vč. vývoje bezpečnostního software a herního či vesmírného průmyslu. Vnímáme také intenzivní růst segmentu Medical Tourism v celé Evropě, což je odvětví, ve kterém začíná mít Brno také velmi dobrý zvuk.

Post-pandemické období bude neopakovatelnou příležitostí nastartovat spolupráci mezi subjekty v cestovním ruchu, rozprodit komunikaci mezi samosprávou města a soukromými podnikateli, zhodnotit investice do infrastruktury, zefektivnit procesy řízení destinační oblasti, a především v maximální míře navázat na úspěchy dosažené v předchozích letech. Období let 2021–2025 tedy bude pětiletkou příležitostí, jaké se hned tak nebudou opakovat.

Cílem autorů *Programu* bylo vytvořit *Program*, který bude v první řadě realizovatelný a zejména bude udávat smysluplný směr dalšího rozvoje cestovního ruchu nejen na území Brna, ale také v přímo navazující oblasti Brněnska a regionu jižní Moravy.

V obtížných dobách je spolupráce osvědčenou strategií přežití a prosperity. Děkujeme proto za aktivní zapojení do tvorby *Programu* všem dotčeným subjektům a přejeme jim otevřenou mysl, kreativitu a nadhled při realizaci společně stanovených cílů.

# Vize rozvoje cestovního ruchu města Brna

## Hlavní myšlenky vycházející z analytické části:

- CR se v kompletní podobě nevrátí do stavu roku 2019, návštěvnická struktura a chování se změní.
- Brno si chce uchovat jedinečnost a svébytnost, které dosáhlo. Avšak současně se musí stát skutečným hlavním městem kraje, které návštěvníka „unáší a hýčká“. Vše musí hladce plynout.
- Brno nechce růst množstvím. Současně je ale po pandemii COVID-19 každý host vítaný. Díky změně ve struktuře cestovního ruchu je cílem zaměřeni se mimo definované oblasti i na široké spektrum návštěvníků, které je hlavním segmentem pro partnery. Partneři se zapojením mohou výrazně pomoci.
- Proto Brno musí mobilizovat rezervy a najít nové vazby ve městě i mimo něj.
- Konečným cílem je systematické řízení cestovního ruchu (destinační management a marketing), včetně jeho finančního posílení namísto realizace okamžitých nápadů: ad hoc „promo kampaní“ a akcí.
- Podrobnosti, jak na to, budou součástí *Strategie destinačního managementu a marketingu*.

## Vize Programu 2021–2025:

**„Město Brno je v roce 2025 vnímáno mezi tuzemskými a zahraničními návštěvníky a nově definovanými cílovými skupinami jako živé a duchem mladé město s autentickou atmosférou, unikátní architekturou a bohatou kulturní nabídkou. Atraktivní a energické centrum města je hýčkaným srdcem metropole, jež překvapuje širokou paletou kvalitních zážitků připravovaných společně se svými partnery a Brno jako takové je vyhledávanou základnou pro výlety do blízkého okolí i celé jižní Moravy.“**

# Strategické cíle 2021–2025

## Strategický cíl 1

Mobilizace vnitřních rezerv jako odpověď na výzvy spojené s restartem cestovního ruchu po pandemii COVID-19 a jako odpověď na aktivity konkurence.

## Strategický cíl 2

Upevnění pozice Brna v cestovním ruchu jako stylové destinace se špičkovou kulturní nabídkou, se záměrem získat významný podíl v nových návštěvnických segmentech a cílem stát se skutečnou vstupní branou pro všechny návštěvníky jižní Moravy.

## Strategický cíl 3

Eliminace překážek rozvoje cestovního ruchu, které znesnadňují konzumaci služeb cestovního ruchu a brzdí využití existujícího potenciálu.



# Strategické cíle, priority, aktivity

K naplnění hlavních strategických cílů přispívá realizace jednotlivých aktivit, které jsou členěny do prioritních oblastí. Jednotlivé aktivity a jejich návaznost na prioritní oblasti a strategické cíle jsou zaneseny do přehledné tabulky vedle.

| č.   | Strategické cíle                            | č.                               | Prioritní oblasti                    | Aktivity  |
|--|---|----------------------------------|--------------------------------------|---|
| 1  | Mobilizace vnitřních rezerv                 | 1                                | Řízení a management CR               | Zavedení řídicí role KMCR a výkonné role TIC BRNO                     |
|  |   |                                  |                                      | Nastavení DMO Brněnsko jako subjektu destinačního managementu         |
|  |   |                                  |                                      | Nastavení MCB jako výkonného subjektu segmentů MICE a Medical Tourism |
|  |   |                                  |                                      | Analýza změny právní formy a struktury TIC BRNO                       |
|  |   | 2                                | Posílení financování CR              | Analýza systému výběru místních poplatků z pobytu                     |
|  |   |                                  |                                      | Monitorování místních poplatků z pobytu                               |
|  |   | 3                                | Systematické měření KPI              | Monitorování výkonu TIC BRNO (vnitřní KPI)                            |
| Monitorování výkonu destinace (vnější KPI) |   |                                  |                                      |   |
| 4  | 3K  | Zavedení 3K rady                 |                                      |   |
| 2  | Upevnění postavení Brna v cestovním ruchu   | 1                                | Destinační management a marketing    | Realizace Strategie destinačního managementu a marketingu (SMM)       |
|  |   |                                  |                                      | Zefektivnění práce s kartou Brnopas a časopisem KAM                   |
|  |   | 2                                | Destinační značka                    | Nastavení práce s destinační značkou                                  |
|  |   |                                  |                                      | 3   |
|  |   | Příprava a realizace produktů CR |                                      |   |
| 3  | Eliminace překážek rozvoje cestovního ruchu | 1                                | Orientační systém CR                 | Vytvoření a instalace komplexního navigačního a orientačního systému  |
|  |   |                                  |                                      | 2   |
|  |   | 3                                | Průzkum potenciálu infrastruktury CR | Realizace expertní studie Brněnská přehrada                           |
| Realizace expertní studie BVV              |   |                                  |                                      |   |

# Strategický cíl 1: Mobilizace vnitřních rezerv

## Priorita 1: Řízení a management CR

### Aktivita: Zavedení řídicí role KMCR a výkonné role TIC BRNO

|                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| <b>Plánované činnosti</b>         | Analýza právního stavu a možnost úpravy existujících/nových dokumentů – zejména Zásad a s nimi spojené procesy a aktivity vedoucí k definování rolí, pravomocí a implementací Zásad. |
| <b>Časové a finanční možnosti</b> | Aktualizace Zásad do 31. 12. 2021 / financováno z vlastních zdrojů.  |
| <b>Monitoring/zodpovědnost</b>    | Vedoucí KMCR.  |
| <b>Indikátor</b>                  | Aktualizace Zásad.   |
| <b>Frekvence hodnocení</b>        | Jednorázově k 31. 12. 2021.  |

### Aktivita: Nastavení DMO Brněnsko jako subjektu destinačního managementu

|                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| <b>Plánované činnosti</b>         | Zpracování Strategie destinačního managementu jako součásti Strategie destinačního managementu a marketingu (SMM). Až do případné certifikace jiného subjektu pro Brno a okolí pověřit oficiální destinační organizací DMO Brněnsko jako oficiální subjekt, aplikující destinační management na oblast města Brna v souvislosti s komerčními produkty a s oblastmi, které TIC BRNO ze své podstaty nemůže vykonávat, a finančně a personálně jej posílit. |
| <b>Časové a finanční možnosti</b> | Viz SMM / financováno z vlastních zdrojů.   |
| <b>Monitoring/zodpovědnost</b>    | Vedoucí KMCR, předseda DMO Brněnsko.  |
| <b>Indikátor</b>                  | Existence právně závazného dokumentu mezi městem Brnem a Brněnsko, z.s., pověřující DMO Brněnsko realizací destinačního managementu na území města Brna, vykonávaného v souvislosti s komerčními produkty a s oblastmi, které TIC BRNO ze své podstaty nemůže vykonávat, resp. zpracovaná a implementovaná Strategie destinačního managementu jako součást Strategie destinačního managementu a marketingu (SMM).   |
| <b>Frekvence hodnocení</b>        | Jednorázově do 30. 6. 2022.   |



## Aktivita: Nastavení MCB jako výkonného subjektu segmentů MICE a Medical Tourism

|                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| <b>Plánované činnosti</b>         | Stabilní a dostatečné financování rozpočtu MCB a stálá kontrola výsledků činnosti MCB (strategii MCB zpracovává CCRJM).                |
| <b>Časové a finanční možnosti</b> | Rozpočet MCB je v roce 2021 posílen o 3 mil. Kč (1,5 mil. Kč pro rok 2021 a 1,5 mil. Kč na rok 2022) / financováno z vlastních zdrojů. |
| <b>Monitoring/zodpovědnost</b>    | Vedoucí KMCR.  |
| <b>Indikátor</b>                  | Existence dokumentu (rozpočtu) prokazujícího finanční posílení rozpočtu MCB.   |
| <b>Frekvence hodnocení</b>        | Průběžně 3. čtvrtletí / každý rok v návaznosti na tvorbu rozpočtu města Brna.  |

## Aktivita: Analýza změny právní formy a struktury TIC BRNO

|                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| <b>Plánované činnosti</b>         | Analýza změny právní formy a struktury TIC Brno v návaznosti na potřeby řízení cestovního ruchu (destinační management) a provozování komerčních aktivit. |
| <b>Časové a finanční možnosti</b> | Do 30. 6. 2022.   |
| <b>Monitoring/zodpovědnost</b>    | Vedoucí KMCR.   |
| <b>Indikátor</b>                  | Zpracovaný dokument – analýza.  |
| <b>Frekvence hodnocení</b>        | Jednorázově k 30. 6. 2022.  |

## Priorita 2: Posílení financování CR

### Aktivita: Analýza systému výběru místních poplatků z pobytu

|                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| <b>Plánované činnosti</b>         | KMCR, ve spolupráci s městskými částmi, vypracuje analytickou zprávu s nadefinováním systémových změn, vedoucích k nastavení správných odvodů poplatků. |
| <b>Časové a finanční možnosti</b> | Ve druhém pololetí let 2020 a 2021 se poplatky z pobytu nevybírají. Analýza za rok 2019 k 31. 3. 2022 / financováno z vlastních zdrojů.                 |
| <b>Monitoring/zodpovědnost</b>    | Vedoucí KMCR.   |
| <b>Indikátor</b>                  | Zpracovaný dokument.  |
| <b>Frekvence hodnocení</b>        | Jednorázově k 31. 3. 2022 (analýza za rok 2019). Každoročně 2. čtvrtletí roku za předchozí rok (dle dat ČSÚ).   |

### Aktivita: Monitorování místních poplatků z pobytu

|                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| <b>Plánované činnosti</b>         | Provéřit nezbytné úkony za účelem monitorování poplatků a nastavení podmínek pro zapojení do projektu E-turista. |
| <b>Časové a finanční možnosti</b> | Systém zprovozněn do 31. 12. 2022 / financováno z vlastních zdrojů.  |
| <b>Monitoring/zodpovědnost</b>    | Vedoucí KMCR.  |
| <b>Indikátor</b>                  | Nastavení systému monitorování a napojení na projekt E-turista (projekt MMR, CzT), viz Příloha č. 2.             |
| <b>Frekvence hodnocení</b>        | Každoročně 2. čtvrtletí, 31. 12. 2022 kontrola zavedení systému.   |

## Priorita 3: Systematické měření KPI

### Aktivita: Monitorování výkonu TIC BRNO (vnitřní KPI)

|                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| <b>Plánované činnosti</b>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Příprava a realizace marketingových kampaní destinační značky Brno True Story, sledování stanovených indikátorů, pravidelný „reporting“.</li> <li>• Aktivní participace na práci 3K rady (marketingové a produktové) a realizace úkolů vyplývajících ze závěrů 3K rady.</li> <li>• Produkce vlastních akcí podle ročního prováděcího plánu.</li> <li>• Příprava, realizace a marketing produktů cestovního ruchu se zapojením dalších komerčních i nekomerčních subjektů v návaznosti na marketingovou strategii.</li> </ul> |
| <b>Časové a finanční možnosti</b> | Financováno z vlastních zdrojů.   |
| <b>Monitoring/zodpovědnost</b>    | Vedoucí KMCR / ředitel/ředitelka TIC BRNO.  |
| <b>Indikátor</b>                  | Plnění ročního akčního plánu.   |
| <b>Frekvence hodnocení</b>        | K 30. 4. za předchozí rok.  |

### Aktivita: Monitorování výkonu destinace (vnější KPI)

|                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| <b>Plánované činnosti</b>         | Nastavení pravidelného harmonogramu „monitoringu“ a zadávání jednotlivých výzkumů a zpracování dat, pravidelné vyhodnocování a k tomu odpovídající změny v aktivitách.   |
| <b>Časové a finanční možnosti</b> | Každoročně dle harmonogramu / financováno z vlastních zdrojů.  |
| <b>Monitoring/zodpovědnost</b>    | Vedoucí KMCR.  |
| <b>Indikátor</b>                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sestava dat mobilních operátorů.</li> <li>• Sestava ČSÚ – příjezdy a přenocování v HUZ.</li> <li>• Sestava Intenzita cestovního ruchu města Brna.</li> <li>• Sestava sociologická šetření.</li> <li>• Sestava dat z turistických cílů města a provozů TIC BRNO ve spolupráci s CCRJM.</li> <li>• Monitorování AirBnB (ve spolupráci s PARO MMB).</li> </ul> |
| <b>Frekvence hodnocení</b>        | Vždy 2. čtvrtletí za předchozí rok (po zveřejnění dat ČSÚ). Harmonogram „monitoringu“ na příští rok k 30. 11. příslušného roku.  |

## Priorita 4: 3K

### Aktivita: Zavedení 3K rady

|                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| <b>Plánované činnosti</b>         | Ustanovení 3K rady a následná pravidelná koordinace a kooperace přípravy společných produktů s „incomingovým“ (posílení ACR) a celostátním (posílení DCR) potenciálem. Dále hledání cesty ke koordinovanému uvádění těchto produktů na trh. A to v návaznosti na rytmus businessu cestovního ruchu. |
| <b>Časové a finanční možnosti</b> | Vznik do 31. 12. 2022 / financováno z vlastních zdrojů.   |
| <b>Monitoring/zodpovědnost</b>    | Ředitel/ředitelka CCRJM, ředitel/ředitelka TIC, vedoucí KMCR.   |
| <b>Indikátor</b>                  | Jednání 3K rady.  |
| <b>Frekvence hodnocení</b>        | Vždy k 31. 12. příslušného roku.  |



# Strategický cíl 2: Upevnění postavení Brna v cestovním ruchu

## Priorita 1: Destinační management a marketing

### Aktivita: Realizace Strategie destinačního managementu a marketingu (SMM)

|                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| <b>Plánované činnosti</b>         | Vypracování Strategie marketingu a managementu (SMM) města Brna v koordinaci Brněnska, CCRJM a TIC Brno. Strategie stanoví na základě relevantních dat zdrojové trhy (ČR i zahraničí). Dále pak jasně identifikuje produktovou linii ve vztahu ke značkám města a relevantní distribuční cesty a vhodné partnery (komerční i nekomerční) a časový plán. |
| <b>Časové a finanční možnosti</b> | Tvorba strategie do 31. 3. 2022 / financováno z vlastních zdrojů.   |
| <b>Monitoring/zodpovědnost</b>    | Vedoucí KMCR ve spolupráci s TIC, schválení Radou města Brna.   |
| <b>Indikátor</b>                  | Zpracovaný dokument + pravidelná aktualizace.   |
| <b>Frekvence hodnocení</b>        | Jednorázově 31. 3. 2022 a pravidelná aktualizace 12/22 a následující roky.  |

### Aktivita: Zefektivnění práce s kartou Brnepas a časopisem KAM

|                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| <b>Plánované činnosti</b>         | Navázání spolupráce s dalšími subjekty, nastavení procesů získávání a „monitoring“ dat z karty <i>Brnepas</i> a nastavení financování. Připravit <i>Brnepas</i> na případné dotační tituly na podporu městské turistiky. Je nastaven obecně funkční obchodní model karty <i>Brnepas</i> , který vychází z podobných zahraničních modelů, ve kterých se aktéři podílejí na chodu karty. V případě časopisu KAM je jeho obsah relevantní cílovým skupinám a jde o funkční marketingový nástroj, distribuovaný mimo Brno. |
| <b>Časové a finanční možnosti</b> | Vlastní zdroje/ rozpočet TIC BRNO/ dotace. Připravit <i>Brnepas</i> na případné dotační programy do 30. 10. 2021 (dle harmonogramu MMR).   |
| <b>Monitoring/zodpovědnost</b>    | Ředitel/ředitelka TIC BRNO.  |
| <b>Indikátor</b>                  | Počet distribuovaných ks, objem využití u jednotlivých zapojených subjektů ve vztahu k celkovému počtu hostů a počtu přenocování / zavedená distribuce časopisu KAM mimo Brno v adekvátním počtu a to dle marketingové strategie.  |
| <b>Frekvence hodnocení</b>        | Vždy k 31. 12. příslušného roku a k 31. 3. za předchozí rok.   |

## Priorita 2: Destinační značka

### Aktivita: Nastavení práce s destinační značkou

|                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| <b>Plánované činnosti</b>         | Tvorba komplexního manuálu práce s destinační značkou, včetně informací a obligatorních podmínek použití pro externí subjekty, včetně analýzy minulé komunikace a využití destinační značky a používání dalších (destinačních) značek pro cestovní ruch. |
| <b>Časové a finanční možnosti</b> | K 31. 3. 2022 (manuál) / financováno z vlastních zdrojů.   |
| <b>Monitoring/zodpovědnost</b>    | Vedoucí KMCR.  |
| <b>Indikátor</b>                  | Existence manuálu značky/značek a s ním spojená pravidelná kontrola výstupů.   |
| <b>Frekvence hodnocení</b>        | Manuál jednorázově k 31. 3. 2022. Kontrola výstupů vždy k 31. 12. příslušného roku.  |



## Priorita 3: Produkty CR

### Aktivita: Poskytování informací pro široké spektrum návštěvníků

|                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| <b>Plánované činnosti</b>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Stanovení, které existující služby a produkty jsou určeny pro výběrový segment a které pro široké spektrum návštěvníků (online i offline).</li> <li>• Stanovení, které služby a produkty pro široké spektrum návštěvníků chybí.</li> <li>• Dále je nezbytné chybějící produkty doplnit (například tištěné informace o dopravě v Brně) – činnost bude realizována v rámci přípravy SMM.</li> <li>• Chybějící služby, činnosti a produkty doplnit.</li> </ul> |
| <b>Časové a finanční možnosti</b> | K 31. 3. 2022 / financováno z vlastních zdrojů.  |
| <b>Monitoring/zodpovědnost</b>    | Ředitel/ředitelka TIC BRNO, předpokládaná spolupráce DPMB a KORDIS.  |
| <b>Indikátor</b>                  | Optimalizace webu pro široké spektrum návštěvníků (doplnění, rozšíření, úprava konverzních cílů / měření), série „printových“ (offline) informačních materiálů včetně přehledných dopravních informací.  |
| <b>Frekvence hodnocení</b>        | Jednorázově k 31. 3. 2022, průběžně vždy před hlavní turistickou sezónou.  |

### Aktivita: Příprava a realizace produktů CR

|                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| <b>Plánované činnosti</b>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Témata a produkty s celostátním a „incomingovým“ potenciálem. Tyto produkty budou sloužit jako „vlajková loď Brna“, jako přímý důvod k cestě do Brna.</li> <li>• Témata a produkty primárně pro existující návštěvníky Brna.</li> <li>• Témata a nabídky primárně pro rezidenty.</li> <li>• Aktivity primárně budující image města.</li> </ul> |
| <b>Časové a finanční možnosti</b> | Po zavedení 3K rady / financováno z vlastních zdrojů.   |
| <b>Monitoring/zodpovědnost</b>    | Ředitel/ředitelka TIC BRNO, předpokládaná spolupráce Brněnsko, CCRJM.   |
| <b>Indikátor</b>                  | Samotný vznik produktů.   |
| <b>Frekvence hodnocení</b>        | Podle harmonogramu 3K rady.   |

# Strategický cíl 3: Eliminace překážek rozvoje cestovního ruchu

## Priorita 1: Orientační systém CR

### Aktivita: Vytvoření a instalace komplexního navigačního a orientačního systému

|                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| <b>Plánované činnosti</b>         | Aktuální analýza v oblasti dopravní „infografiky“ ve městě (kde budou umístěny jaké informace – za Brno i za kraj, tj. vlakové i autobusové nádraží, zastávky, letiště, návštěvní cíle atp.). Dále vydávání tištěných informací o dopravě ve městě v dostatečném množství a zajištění systematické distribuce do hotelů a infocenter (spolupráce s DPMB a KORDIS). |
| <b>Časové a finanční možnosti</b> | Dokumentace aktuálního stavu k 30. 6. 2022 / financováno z vlastních zdrojů  |
| <b>Monitoring/zodpovědnost</b>    | Vedoucí KMCR , ředitel/ředitelka TIC BRNO. Spolupráce s Kanceláří architekta města, Odborem dopravy, BKOM aj.  |
| <b>Indikátor</b>                  | Zpracovaný dokument aktuálního stavu.  |
| <b>Frekvence hodnocení</b>        | Jednorázově (dokument) 30. 6. 2022. Dále pak v ročních intervalech (revize, obnova).   |





## Priorita 2: Vstupní brány města

### Aktivita: Nastavení pracovní skupiny Vstupní brány města

|                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| <b>Plánované činnosti</b>         | Existence stálé pracovní skupiny s politickou gescí, která navrhne a implementuje udržitelný způsob kultivace veřejného prostoru vstupních bran. |
| <b>Časové a finanční možnosti</b> | Financováno z vlastních zdrojů.  |
| <b>Monitoring/zodpovědnost</b>    | Vedoucí KMCR, ředitel/ředitelka TIC BRNO. Spolupráce s odbory MMB a dalšími subjekty.  |
| <b>Indikátor</b>                  | Realizace jednání pracovní skupiny.  |
| <b>Frekvence hodnocení</b>        | Vždy k 31. 12. za příslušný rok.   |



## Priorita 3: Průzkum potenciálu infrastruktury CR

### Aktivita: Realizace expertní studie Brněnská přehrada a studie BVV

|                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| <b>Plánované činnosti</b>         | Vytvoření uceleného dokumentu/studie k tématu Brněnská přehrada / areál BVV z hlediska cestovního ruchu.<br>Zapojení KMCR do příslušných pracovních skupin. |
| <b>Časové a finanční možnosti</b> | Vznik do 31. 12. 2022 / 30. 6. 2023 / financováno z vlastních zdrojů.   |
| <b>Monitoring/zodpovědnost</b>    | KMCR ve spojení s ostatními odbory. PS Brněnská přehrada již byla ustanovena (zástupce KMCR), první setkání červenec 2021.                                  |
| <b>Indikátor</b>                  | Existence studie k tématu Brněnská přehrada / areál BVV. Fungující pracovní skupiny.  |
| <b>Frekvence hodnocení</b>        | Průběžně (fungování PS). Jednorázově do 31. 12. 2022 (studie Přehrada). Jednorázově do 30. 6. 2023 (studie BVV).  |



# Pár slov na závěr...

Manažerské shrnutí, které jste právě dočetli nebo alespoň prolistovali, vám přehledně a jednoduše představilo velké téma, které je zpracováno v *Programu*.

Našimi cíli bylo, nejenom v reakci na aktuální situaci v souvislosti s pandemií COVID-19, která celosvětově již druhý rok negativně dopadá na cestovní ruch, upevnění postavení Brna v cestovním ruchu a eliminace překážek jeho rozvoje. V neposlední řadě také navržení řešení, pro stávající nesystémovosti v organizaci cestovního ruchu ve městě Brně a to v návaznosti na jeho zázemí, region i národní úroveň. Cílem *Programu* je tedy také zefektivnění práce organizací, které se zabývají rozvojem cestovního ruchu, destinačním managementem a marketingem, a které v tomto pracují „pro Brno“, tak aby přínos plynoucí z tohoto odvětví byl pro město, jeho obyvatele a podnikatele, co možná nejvyšší.

V cestovním ruchu se chceme vrátit tam, kde bylo Brno v roce 2019. Už od roku 2015 návštěvnost města každým rokem rostla, v roce 2019 k nám přijelo více jak 850 tis. hostů, kteří zde dohromady strávili přes 1,5 mil. nocí. V areálu výstaviště se konaly desítky akcí, hotely byly z velké části obsazeny business klientelou a konferenčními návštěvníky, pro které nebylo potřeba v takové míře chystat volnočasovou nabídku či pobídkové slevové akce. V srpnu během Grand Prix silničních motocyklů, stejně jako v září v době Mezinárodního strojírenského veletrhu, byla v Brně doslova „hlava na hlavě“, s plnými ubytovacími zařízeními a restauracemi, kde převažovali zahraniční návštěvníci. A co je nejdůležitější, o Brně se mluvilo nejen doma, ale i v zahraničí jako o městě s unikátní architekturou, živým centrem a místem se skvělými bary a kavárnami.

V roce 2020 se ale situace radikálně změnila a to, co jsme vždy považovali za samozřejmost, je nyní pryč. V minulém roce poklesl počet hostů v hromadných ubytovacích zařízeních celkově o více jak

60 % (ve srovnání s rokem 2019). Přičemž propad zahraničních turistů byl obrovský, o více jak 75 %, domácích turistů přijelo loni téměř o polovinu méně než v roce 2019. V Brně také kleslo množství konferencí a kongresů, a to zhruba o 70 %, pokles konferenčních a kongresových návštěvníků je stejně velký (navíc v těchto číslech nejsou započítány akce na brněnském výstavišti).

Ztratili jsme jistotu, zda ubytovací kapacity budou opět vytíženy, výstaviště ožije lidmi a v restauracích, barech i v ulicích potkáme nejenom místní. Je třeba zmínit, že obyvatelům města, studentům, pracujícím i expatům, patří velký dík za podporu lokálních podniků a navštěvování turistických cílů a kulturních akcí. S vědomím, že výpadek zahraniční a business klientely se nám zřejmě nepodaří plně kompenzovat, jsme získali jistotu, že do konce roku 2025 musí dojít ke změnám – např. propracovaná volnočasová nabídka a její napojení na ubytovací zařízení, efektivně fungující marketingové nástroje (např. turistická karta *Brnopas*), zaměření se na cílovou skupinu rodin s dětmi (zejména v hlavní sezóně), zajištění konkurenceschopnosti Brna v oblasti MICE a změny v systému organizace cestovního ruchu. Změně struktury návštěvníků se přizpůsobuje i naše strategie, ovšem zároveň se snahou zachovat Brnu specifickou formu komunikace, ze které vyzařuje autentická atmosféra, specifická a unikátnost města, ať už v architektuře, kultuře či gastronomii.

V Kanceláři marketingu a cestovního ruchu jsme na *Programu* pracovali spolu s partnery a realizátorskou firmou Koncepto od začátku února 2021, tedy v nelehké době nejen pro všechny turisty a profesní návštěvníky, ale pro všechny obyvatele města Brna, jižní Moravy a České republiky. Osobní setkání partnerů, hlavních aktérů v cestovním ruchu, v rámci pracovních skupin, se nemohla uskutečnit. Poté, co proběhly online a později i živé diskuse, podrobné hloubkové rozhovory, konzultace se zpracovatelem a další šetření, byl nový *Pro-*

gram v červenci 2021 dokončen. Při tom se vycházelo z analyticko-eva-  
luačního dokumentu *Východiska pro tvorbu Programu rozvoje cestovního  
ruchu města Brna 2021 až 2025*, který pro Brno minulý rok v září zpra-  
coval Institut turismu agentury CzechTourism. Souběžně vznikaly a stále  
vznikají i strategické dokumenty na úrovni ČR a zejména JMK – výstupy  
a závěry byly rovněž v *Programu* použity.

Tímto děkujeme organizacím, které se na cestovním ruchu v Brně  
nějakým způsobem podílejí – TIC BRNO, Centrála cestovního ruchu –  
jižní Morava, Moravia Convention Bureau, DMO Brněnsko, Krajský úřad  
JMK, Veletrhy Brno za podklady a cenné připomínky. Děkujeme brněn-  
ským turistickým cílům a hotelům za jejich participaci, hodnotné názory  
a zkušenosti.

Děkujeme zpracovateli, firmě Koncepto, s. r. o., Pavlu Pichlerovi  
z Travelbakers a Michalu Burianovi za zpracování celého dokumentu, všech-  
ny podnětné diskuse a konzultace a také trpělivost. Věříme, že veškerý čas  
a energie věnovaná práci na nové strategii bude následně dobře zúčtena  
a podaří se naplnění stanovených cílů. My v Kanceláři marketingu a ces-  
tovního ruchu pro to uděláme maximum!

Mohlo by se zdát, že naše práce s dokončením a schválením dokumen-  
tu také končí. Nicméně je to právě naopak, nyní teprve začínáme! Společně  
s partnery budeme pracovat na tom, aby byl *Program* naplněn. Uvědomu-  
jeme si, že pro úspěšný rozvoj cestovního ruchu je nejdůležitější spolupráce  
na všech úrovních, proto naše první kroky povedou tímto směrem.

Držte nám palce!

#### **Kancelář marketingu a cestovního ruchu**

Program rozvoje cestovního ruchu města Brna 2021–2025 byl schválen  
Radou města Brna na R8/165. schůzi dne 18. 8. 2021.





# Přílohy

## Příloha č. 1

### Postup přípravy Programu

V rámci získávání relevantních dat a údajů byly provedeny strukturované a polostrukturované rozhovory s níže uvedenými subjekty.

- Centrála cestovního ruchu jižní Moravy (2 osoby)
- Destinační společnost Brněnsko (2 osoby)
- Hotel Avanti (1 osoba)
- Hotel Barcelo (2 osoby)
- Hotel International (1 osoba)
- Hotel Passage (1 osoba)
- Hvězdárna a planetárium Brno (1 osoba)
- KMCR (4 osoby)
- Moravia Convention Bureau (1 osoba)
- Moravská galerie v Brně (1 osoba)
- Odbor regionálního rozvoje Jihomoravského kraje (2 osoby)
- Quality hotel Brno (2 osoby)
- TIC BRNO (3 osoby)
- Uvolněná členka zastupitelstva pro oblast marketingu a cestovního ruchu – Kristýna Černá
- VIDA! science centrum (1 osoba)
- Vila Tugendhat (1 osoba)
- Zoo Brno (1 osoba)

V rámci získání věrohodného obrazu o stavu a úrovni informačního, navigačního a orientačního online a offline systému bylo provedeno v rozmezí 3/2021– 6/2021:

- Terénní šetření u autobusového nádraží Grand – pozorování / dotazování / testování QR kódu u mapy.
- Terénní šetření Brno hlavní nádraží – dotazování / testování QR kódu u mapy / pozorování hlavního toku.
- Terénní šetření v UAN Zvonařka – dotazování na informacích / pozorování hlavního toku.
- Terénní šetření a dotazování v hotelech – Avanti/Grand/Vista/International/Cosmopolitan/Barceló/Passage.

## Příloha č. 2

# E-turista

Hlavním cílem projektu je propojení datových toků mezi třemi separátními registry – UbyPort cizinecké policie, DANTE WEB ČSÚ a neexistujícím registrem pro výběr místních poplatků z pobytu. Realizátorem projektu je MMR a CzT ve spolupráci s dalšími subjekty.

V rámci projektu dojde k vytvoření systému pro registraci hostů ubytovacích zařízení (vč. případného legislativního prostředí), generujícího „real time“ informace o počtech a složení domácích i zahraničních turistů, fungující zároveň i jako rozhraní pro platbu místních poplatků z pobytu a odesílání povinných hlášení cizinecké policii (tj. 3 moduly – statistika, hlášení cizinecké policii, a platební rozhraní pro platbu místních poplatků z pobytu).

Projekt je v přípravě od roku 2020. V roce 2021 započalo testování projektového záměru v území destinací východní Krkonoše a Český Krumlov. Na základě výsledků testování bude připravena zadávací dokumentace pro realizaci pilotní fáze projektu. Během této fáze dojde k vytvoření centrálního registru (technického řešení), včetně zajištění konektivity a kompatibility s dalšími registry a informačními systémy. Následně bude zahájen pilotní provoz na dobrovolné bázi (otestování kompatibility systému, technická podpora v pilotní fázi, školení uživatelů, informační kampaň (než vstoupí legislativní úprava v platnost). Paralelně bude probíhat analýza potřebnosti legislativní reformy, umožňující plnou implementaci tohoto systému v ČR a zároveň dodržení plnění souvisejících závazků vůči Evropské komisi v oblasti předávání statistických dat o ubytovacích zařízeních a jejich návštěvnosti.

Bude-li mezi příslušnými resorty, do jejichž kompetence patří dotčené právní předpisy (zákon o místních poplatcích, zákon o pobytu cizinců, zákon o statistické službě atd.) shoda, předpokládá se zahájení legislativního procesu přibližně v říjnu 2022. Harmonogram realizace projektu E-turista se bude průběžně zpřesňovat na základě aktuálního postupu vyjednávání mezi resorty.

**B | R | N | O**

srpen 2021