

Název bodu jednání:

[>>>Záměr založit agenturu destinačního managementu Brdy<<<]

Předkládá: Rada města**Zpracovala:** Bc. Zuzana Kučerová, vedoucí odboru kancelář města**Projednáno:** 1) v RM Příbram dne 13.06.2016, usn. č. 605/2016

Text usnesení:

Rada města

I. bere na vědomí

1. informaci o možnosti založení destinační agentury;
2. informaci o zájmu příspěvkové organizace Ministerstva pro místní rozvoj CzechTourismu a Vojenských lesů a statků ČR, s. p. podílet se finančně na založení destinační agentury Brdy.

II. ukládá OVV zařadit tento materiál do programu zasedání zastupitelstva města dne 27.06.2016.

2) v ZM Příbram dne 27.06.2016

Text usnesení:

Usnesení nebylo přijato:

ZM I. schvaluje záměr založit agenturu destinačního managementu Brdy.

- II. ukládá radě města připravit podklady pro schválení založení agentury destinačního managementu Brdy.

Hlasování: pro 11, proti 1, zdrž. 6, nehlasoval 1. Návrh nebyl přijat.

Napsala: Bc. Zuzana Kučerová**Návrhy na usnesení:**

[>>>ZM

I. schvaluje – neschvaluje

záměr založit agenturu destinačního managementu Brdy.

II. ukládá – neukládá

radě města připravit podklady pro schválení založení agentury destinačního managementu Brdy.<<<]

Důvodová zpráva:

Návrh založit destinační agenturu Brdy byl zastupiteli projednáván v červnu 2016, a nebylo přijato usnesení. Materiál byl doplněn o bližší informace a je nyní předkládán členům ZM k novému projednání.

Vyhlášením CHKO Brdy se otevřela otázka rozvoje této nové turistické destinace, která má velký potenciál návštěvnosti a těší se velkému zájmu veřejnosti. Řešení nabízí agentura destinačního managementu Brdy (ADM Brdy).

Agentury destinačního managementu vytvářejí ve vzájemné dohodě obce v regionu, podnikatelé v cestovním ruchu a organizace, které mají s tímto oborem co do činění. Je tedy důležité, aby se jednotlivé subjekty chovaly spíše jako spojenci a rovnocenní partneři, než jako konkurence. Jen to může zajistit vytvoření ucelené nabídky produktu cestovního ruchu. Je daleko efektivnější propagovat oblast jako harmonický celek, než jako separovaná střediska.

Agentury destinačního managementu jsou zpravidla zakládány jako neziskové organizace, které případný hospodářský výsledek použijí na další rozvoj. Tyto agentury jsou zaměřené pouze na cestovní ruch – na jeho rozvoj, podporu a na rozumnou a vzájemně prospěšnou koordinaci aktivit.

K vykonávání své činnosti čerpají finanční prostředky především z členských příspěvků, fondů EU, příspěvků od orgánu krajské samosprávy a veřejné správy, v tomto případě z Ministerstva pro místní

rozvoj. Vzhledem k letitým zkušenostem s fungováním agentur destinačního managementu podporuje Ministerstvo pro místní rozvoj a jeho servisní organizace pro cestovní ruch – Czech Tourism jejich vznik i samotný provoz významnou měrou.

1. Hlavní důvody pro založení agentury destinačního managementu Brdy

- 1.1 Brdy představují otevírající se desítky let zapovězené území s krásnou přírodou. Najdeme tu nejen krásné lesy, vodní nádrže a rybníky, lovecké zámečky, ale i působivé cílové plochy s nádhernou přírodou a rozhledy, prvorepublikové i německé pevnosti a bunkry, pozůstatky vysídlených a zničených vesnic i bývalý sklad atomových hlavic.
- 1.2 Brdy leží na dohled od hlavních komunikací – dálnic D5 a D4 a jsou dostupné z Prahy a Plzně.
- 1.3 Brdy se těší velkému zájmu veřejnosti, která může po téměř 90 letech začít znovu objevovat jejich krásu.
- 1.4 Na druhou stranu je potřeba rozvoj cestovního ruchu řešit koncepčně a organizovaně také z toho důvodu, aby současná živelnost v objevování donedávna zakázaného území nezpůsobila více škody než užitku.
- 1.5 Pro návštěvníky nejsou připravené turistické produkty, jako jsou cykloturistika, pěší turistika či sportovní a kulturní akce.
- 1.6 Není vybudována potřebná infrastruktura, kterou představují záchytná parkoviště, ubytovací a stravovací kapacity, značení tras a doprava.
- 1.7 Prezentace je nedostatečná a nepřehledná. Chybí turistické informace, mapy, průvodce i přehledné webové stránky.
- 1.8 Úlohou CHKO Brdy je uchování chráněné krajinné oblasti a obnova jejího přírodního prostředí a naopak mezi její úkoly nepatří rozvoj cestovního ruchu v Brdech. V současné době je správa CHKO Brdy doslova zahlcená dotazy týkající se výletů do Brd.
- 1.9 Agentura může být příležitostí pro rozvoj cestovního ruchu jednotlivých subjektů zúčastněných v ADM Brdy, a to i pro naše město. Příbram je nejen největší a nejvýznamnější město v celém brdském regionu, ale také nejsnáze dostupná osobní i hromadnou dopravou. Město nabízí širokou nabídku služeb. Na svém území se může pochlubit atraktivními turistickými cíli – Svatou Horou, Hornickým muzeem Příbram, Zámečkem-Ernestinem, rekreačním areálem i kulturním programem.

2. Hlavní úlohy agentury destinačního managementu

- 2.1 Podílí se ve spolupráci s kraji na vytváření koncepce cestovního ruchu regionu.
- 2.2 Koordinuje spolupráci subjektů cestovního ruchu z veřejného i soukromého sektoru v rámci regionu.
- 2.3 Vytváří „značku“, podílí se na posilování image regionu, na jeho prezentaci a propagaci.
- 2.4 Zajišťuje čerpání financí z národních i evropských fondů.
- 2.5 Sleduje rozvoj cestovního ruchu a jeho dopad na region.
- 2.6 Koordinuje a usměrňuje vytváření turistické infrastruktury (podílí se na vytváření turistických cest, informačních systémů a cyklotras).
- 2.7 Zabezpečuje optimalizaci vlivu cestovního ruchu na region v zájmu zajištění udržitelné rovnováhy mezi ekonomickým užitkem a vlivem na životní prostředí.
- 2.8 Koordinuje činnosti turistických informačních center.
- 2.9 Shromažďuje informace o turistickém potenciálu regionu, zajišťuje jejich průběžnou aktualizaci a jejich zpracování pro jednotlivé cílové skupiny uživatelů, a to všemi žádanými formami.

Cílem vzniku agentury destinačního managementu je vytvořit z Brd turistickou destinaci.

3. Hlavní přínosy agentury destinačního managementu

- 3.1 Vytvoření jednotné koncepce cestovního ruchu pro celý region.
- 3.2 Jednodušší přístup k financování rozvoje cestovního ruchu v regionu.
- 3.3 Vytvoření „značky“ regionu.
- 3.4 Spojení subjektů, které mají zájem o spolupráci na rozvoji cestovního ruchu regionu.

4. Přípravovaný program Ministerstva pro místní rozvoj pro rozvoj cestovního ruchu v regionech

Nosnou funkcí připravovaného programu Ministerstva pro místní rozvoj (MMR) je vytvoření alternativy dosud nepřijatého zákona o cestovním ruchu. Cílem je nastavení koncepční státní podpory, která bude sledovat plnění veřejné investice do dlouhodobé spolupráce MMR s regiony (kraje a agentury destinačního managementu).

Pro účast v programu bude podmínkou registrace agentur destinačního managementu u MMR. V počáteční fázi budou podmínky registrace jednoduché (např. certifikace Českého systému kvality služeb a doložení marketingové strategie destinace). O podporu na realizaci marketingových aktivit budou moci žádat pouze certifikované agentury destinačního managementu.

Druhým cílem programu je jeho regionalizace. Cca 80 % přidělených financí bude rozděleno mezi jednotlivé kraje s tím, že výše příspěvku na jeden kraj se bude odvíjet od výše podpory cestovního ruchu vynaložené daným krajem. Tedy pokud kraj podporuje z vlastních prostředků cestovní ruch ve výši 15 mil. Kč, výše alokace národního dotačního titulu určená pro kraj bude činit také 15 mil. Kč. Vždy bude zachován princip 1:1. Do podpory cestovního ruchu ze strany MMR budou započítány finanční prostředky vynaložené krajem na podporu oblastních agentur destinačního managementu (na marketingové aktivity a náklady na provoz). Předpokladem je, že na území kraje bude působit max. 5 certifikovaných oblastních/lokálních agentur destinačního managementu.

Alokace nového národního dotačního titulu pro rok 2016 činí 300 mil. Kč. Při zpracování rozpočtového výhledu na roky 2017–2018, MMR uvedlo požadavek na nový národní dotační titul opět ve výši 300 mil. Kč/rok.

Navrhovaný přehled ministerstvem podporovaných aktivit na regionální úrovni:

- Podpora vybudování/rekonstrukce atraktivit regionu a doprovodné infrastruktury (např. rozvoj infrastruktury pro aktivní turistiku, pro nepřízeň počasí, budování/modernizace expozice, interaktivní expozice);
- Přizpůsobení infrastruktury cestovního ruchu specifickým cílovým skupinám (bezbariérový přístup, zaměření např. na seniory, hendikepované, rodiny s dětmi);
- Modernizace stávajících kempů;
- Monitoring návštěvníků (např. pořízení sčítačů na sledování návštěvnosti regionu);
- Navigační a informační systémy pro účastníky cestovního ruchu;
- Podpora úpravy lyžařských běžeckých tratí;
- Podpora ski/cyklo busů.

Cílem MMR je podpořit udržitelný rozvoj všech regionálních destinací cestovního ruchu na území ČR.

5. Činnosti vedoucí k založení agentury destinačního managementu Brdy v dílčích krocích

- 5.1 Projednání záměru založení a účasti v Zastupitelstvu města Příbram.
- 5.2 Příprava potenciálního regionu - vymezení potenciálního území pro činnost ADM a vymezení potenciálních zakládajících členů ADM (města, obce).
- 5.3 Vymezení předmětu činnosti, poslání, rámcové náplně činnosti, právní formy, řízení, orgánů a financování ADM.
- 5.4 Příprava prezentace pro potenciální členy ADM.
- 5.5 Osobní jednání a prezentace založení ADM se zástupci potenciálních měst, obcí a CHKO Brdy.
- 5.6 Prezentace založení ADM na ustavující konferenci zástupců všech potenciálních členů.
- 5.7 Odborný výklad stanov a fungování formy ADM dle Občanského zákoníku.
- 5.8 Právní kroky vedoucí k založení ADM a registrace do příslušného rejstříku.

6. Financování procesu založení agentury destinačního managementu Brdy

Příspěvková organizace Ministerstva pro místní rozvoj CzechTourism a Vojenské lesy a statky ČR, s. p., projeví zájem podílet se finančně na založení destinační agentury Brdy. Financování činností vedoucích k založení ADM Brdy je rozpočtováno na 150.000 Kč:

- Bod 5.2 – 5.4 – částku 50.000,- Kč bez DPH přislíbil uhradit Czech Tourism;
- Bod 5.5 – 5.6 – částku 50.000,- Kč bez DPH přislíbil uhradit Czech Tourism;
- Bod 5.7 – 5.8 – částku 50.000,- Kč bez DPH přislíbily uhradit Vojenské lesy a statky ČR, s. p.

V této fázi nebude město Příbram vynakládat žádné finanční prostředky, nicméně na meziobecní spolupráci v oblasti cestovního ruchu v ORP je v rozpočtu města vyčleněno pro rok 2016 210.000,- Kč.

7. Fungující agentury destinačního managementu

Můžeme zmínit např. turistickou oblast Toulavu, Lipensko, České Švýcarsko, Český Krumlov, Beskydy-Valašsko, Opavské Slezsko a Poodří.

8. Praktické zkušenosti s fungováním agentury destinačního managementu Toulava, o. p. s.

Toulava je oficiální turistická oblast mezi Prahou a Šumavou. Rozprostírá se od Sedlčanska po Soběslavsko, od Milevska po Mladovožicko a v širokém okolí města Tábor, které je jejím centrem.

Agentura destinačního managementu Toulava vznikla v roce 2012 spontánně z iniciativy především MAS a podnikatelských subjektů (hlavním představitelem byl Monínek, s. r. o.). Postupně se připojila jednotlivá města a sdružení obcí. Hlavními městy oblasti jsou Tábor, Sedlčany a Bechyně.

ADM Toulava je obecně prospěšnou společností. Rozhodujícím orgánem je správní rada, která má 12 členů. Správní rada se schází 2x za rok. ADM Toulava má 20 členů, přičemž dále nabízí speciální členství pro podnikatele v projektu zážitkové karty „Toulavka“. V tomto projektu je již registrováno 50 členů. Členský příspěvek pro právnickou osobu činí 3.000,- Kč/1 rok, pro fyzickou osobu 1.500,- Kč/1 rok.

Hlavními úkoly ADM Toulava jsou především marketingová podpora členů, projekt zážitkové karty „Toulavka“ a jednotná propagace regionu.

Na počátku roku 2016 byla zřízena kancelář se dvěma pracovníky, jejíž provoz je financován z příspěvků Jihočeského a Středočeského kraje. Rozpočet ADM Toulava činí 1.000.000,- Kč/1 rok.

Cestovní ruch může regionu přinést významný ekonomický potenciál. Vedle pozitivního efektu s sebou nese i možný negativní vliv na životní prostředí a tradice. V destinaci také působí celá řada poskytovatelů turistických aktivit, jejichž služby se často překrývají, anebo postrádají další návaznost. Proto se jeví centralizace řízení cestovního ruchu ve formě agentury destinačního managementu Brdy jako efektivní řešení.