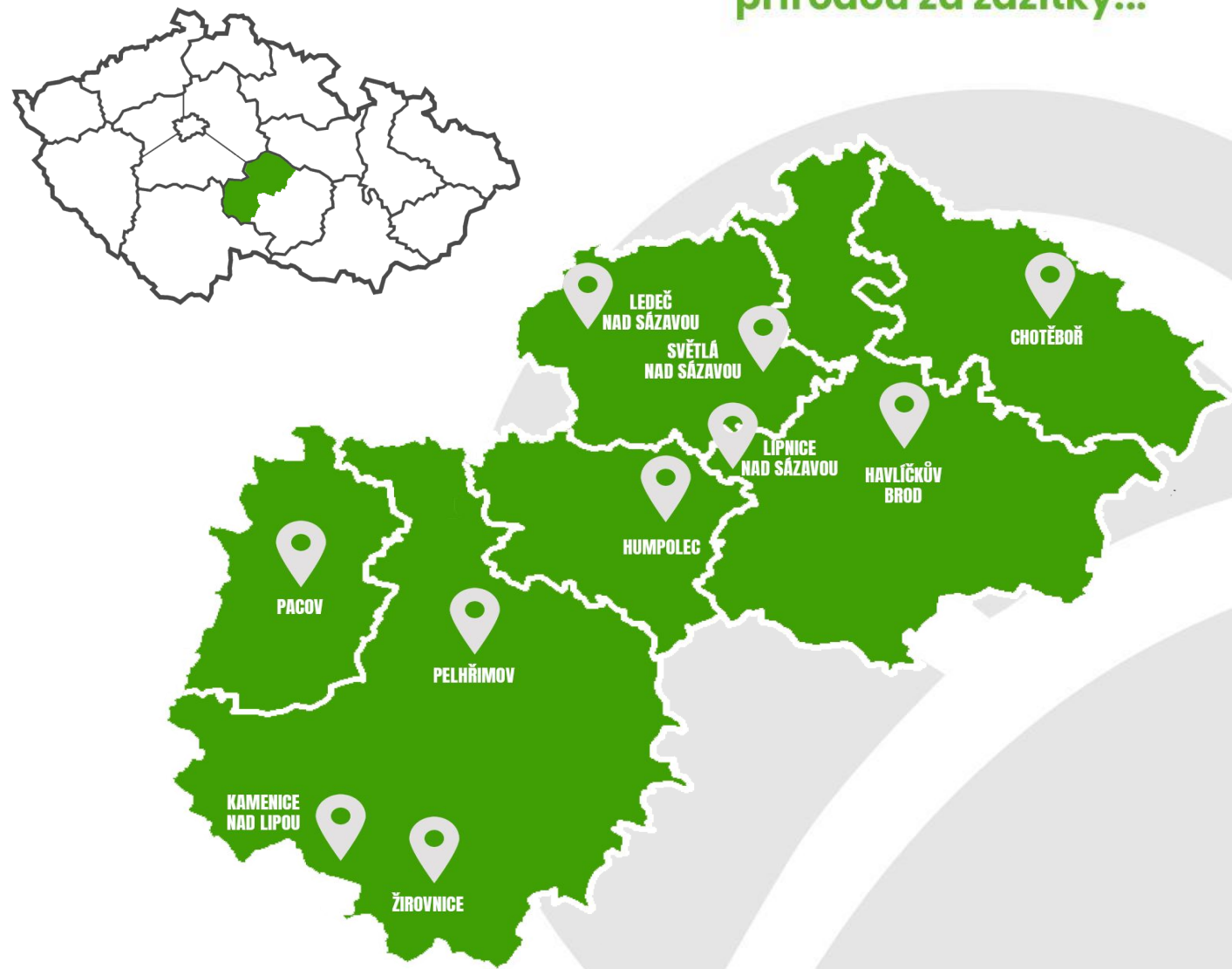


MARKETINGOVÝ A KOMUNIKAČNÍ PLÁN 2026

VYSOČINA WEST

Působnost na území během roku 2026

- Havlíčkův Brod
- Humpolec
- Chotěboř
- Pacov
- Pelhřimov
- Světlá nad Sázavou



ÚVOD

Marketingové aktivity Vysočiny West, z.s. pro rok 2026 navazují na STRATEGICKÝ DOKUMENT na období 2025-2030.

Marketingové aktivity jsou aktuálně voleny dle situace v cestovním ruchu a reflektují nejaktuálnější trendy, témata a směřování na základě výzkumů a šetření.

Stěžejní komunikační a marketingová témata vychází z témat stanovených krajskou centrálou cestovního ruchu Vysočina Tourism, které byly vyhlášeny a společně konzultovány na pravidelných setkáních 3K platformy krajské a oblastních DMO v říjnu 2025. Na konferenci Vysočina Vysočině v lednu 2026 byl také přiblížen časový plán jednotlivých kampaní.

Na základě vyhlášených témat agenturou Czech tourism a Vysočina tourism a po setkáních s partnery ve Vysočina West byly naplánovány marketingové aktivity pro rok 2026.

AKTUÁLNÍ SITUACE

- Destinace Vysočina West působí v sektoru cestovního ruchu aktivně od ledna 2022 a pracuje na území v oblasti severozápadní Vysočiny (bývalé okresy Pelhřimovsko a Havlíčkobrodsko).
- Destinace se také díky vyššímu marketingového rozpočtu a intenzivnějšímu množství kampaní dostává více do povědomí veřejnosti. Potenciální návštěvníci vnímají destinaci spíše jako cíl pro jednodenní návštěvy. Počet jednodenních návštěvníků se zvyšuje. Počet přenocování v roce 2025 nepatrně klesl. (o 1%)
- Destinace se stále potýká se ztíženými podmínkami po zdravotní, logistické, ekonomické a ekologické krizi posledních let (2020 - 2023)
- K obnově značení turistických stezek, průjezdnosti cyklistických tras a další turistické infrastruktury dochází pozvolna a tento proces potrvá ještě řadu let. Drobní podnikatelé a provozovatelé menších gastro provozů obnovují podniky jen zcela výjimečně nebo pouze krátkodobě přes hlavní turistickou sezónu.

KONKURENCE

Vnitřní konkurence

- Vysoká konkurence přímo uvnitř Kraje Vysočina díky sousedním oblastním destinacím s památkami Unesco nebo s dlouhodobou tradicí turismu. U sousední destinace hraje konkurenční roli také delší návštěvnická sezóna (např. Žďárské vrchy). V současné době je Kraj Vysočina rozdělen do 5 certifikovaných oblastních destinací s podobným cílením na skupiny návštěvníků, s podobnými tématy a turistickou nabídkou.
- Hlavním úkolem DMO Vysočina West je i nadále snaha odlišit se nabídkou v rámci kraje a necílit plošně. Důležitým úkolem je také rozvíjet produkty cestovního ruchu destinace a cílit na zahraniční trhy (Německo, Slovensko, Polsko)

Vnější konkurence

- Hlavní vnější konkurenci představují sousední tradiční turistické regiony – Jižní Čechy na západě a Střední Čechy na severu, které disponují dlouhodobě rozvinutou turistickou nabídkou a silnější ekonomickou podporou destinací. Destinace je často využívána pouze jako tranzitní území s krátkodobými návštěvami. Dochází k odlivu ubytovaných návštěvníků zejména do oblastí Toulava a Česká Kanada. Na severu je přímým konkurentem DMO Kutnohorsko-Kolínsko, přičemž okrajové části destinace slouží jako výchozí body pro jednodenní výlety do okolních krajů.

SWOT ANALÝZA - 1. část

Silné stránky (S)	Slabé stránky (W)
S.1 Diverzita destinace, atraktivita krajiny	W.1 Nízký rozpočet na marketingové aktivity destinace
S.2 Rostoucí nabídka netradičního ubytování - glamping	W.2 Málo ubytovacích kapacit nabízejících komplexní služby pro pobyty, služby pro cykloturisty atd.
S.3 Existence atraktivit využitelných pro cestovní ruch (přírodní a kulturní památky atd.)	W.3 Sezónní charakter nabídky cestovního ruchu (krátká sezóna)
S.4 Hustá síť značených tras pro pěší, cyklisty, lyžaře i jezdce na koních	W.4 Nedostatečná kvalita služeb zejména ubytovacích a stravovacích
S.5 Dostatečná kapacita pro pořádání malých a středních akcí MICE	W.5 Nedostatečné pokrytí doprovodnou infrastrukturou a službami cestovního ruchu
S.6 Hustá síť TIC poměrně vhodně rozložených v území oblasti	W.6 Špatný technický stav regionální dopravní infrastruktury a nedostatečná dopravní dostupnost některých míst v oblasti s nabídkou CR prostředky VHD
S.7 Koncepční řešení cestovního ruchu v oblasti prostřednictvím strategického dokumentu, realizace aktivit v souladu s opatřeními, které vychází ze strategie cestovního ruchu	W.7 Nedostatečné využití potenciálu atraktivit spojených s osobnostmi a rodáky oblasti (Mahler, Santini, Hašek atd.)
S.8 Používání prakticky všech běžných propagačních nástrojů včetně moderních nástrojů	W.8 Nedostatečné využití potenciálu venkovské turistiky a agroturistiky
S.9 Rostoucí kvalita gastronomie - především kavárenská nabídka	W.9 Existence atraktivit (i potenciálních), které zatím nejsou dostatečně využívány v cestovním ruchu
S.10 Existence DMO Vysočina West, z.s, pro větší komunikaci, spolupráci a koordinaci v sektoru cestovního ruchu	W.10 Nedostupnost některých turistických cílů a služeb pro znevýhodněné skupiny osob
S. 11 Existence DMO - pro sběr a vyhodnocování dat	W.11 Nedostatečná jazyková vybavenost – značení v AJ atd.
	W.12 Nerovnoměrná dostupnost kvalitních propagačních materiálů v oblasti
	W.13 Obtížnost měření a vyhodnocování účinnosti marketingových kampaní v oblasti cestovního ruchu

SWOT ANALÝZA - 2. část

Příležitosti (O)	Hrozby (T)
O.1 Rostoucí zájem o typ turistiky - slow tourism Centrální poloha a dobrá dopravní dostupnost v rámci České republiky	T.1 Škrtnutí dotací v oblasti infrastruktury cestovního ruchu a rozvoje turist. informačních center
O.2 Rostoucí poptávka po sportovních a volnočasových aktivitách	T.2 Náročnost údržby některých památek a atraktivit
O.3 Rostoucí zájem obyvatel ČR o trávení dovolené v tuzemsku	T.3 Nezájem návštěvníků o turistické cíle bez doprovodných aktivit a infrastruktury cestovního ruchu
O.4 Zvyšující se poptávka v oblasti MICE (malé a střední akce)	T.4 Vliv klimatických změn na možnost poskytnout sezónní nabídku, např. běžky, lyže, vodáctví
O.5 Spolupráce s krajskou organizací Vysočina Tourism a národní organizací CzechTourism	T.5 Zvyšující se nároky návštěvníků na kvalitu poskytovaných služeb
O.6 Rozvoj spolupráce a propojení nabídky a propagace cestovního ruchu s okolními turistickými oblastmi a regiony	T.6 Převažující počet návštěvníků na jeden den (bez přenocování) a s tím související nižší útrata v destinaci
O.7 Využití marketingových témat agentur Vysočina Tourism, CzechTourism	T.7 Chybějící národní legislativa cestovního ruchu a úprava závazných legislativních norem s dopadem na oblast cestovního ruchu

CÍL

- Prezentovat severozápadní Vysočinu (Pelhřimovsko a Havlíčkobrodsko) jako jednotnou destinaci pro dovolenou s pestrou nabídkou turistických atraktivit, vysokou koncentrací hradů, zámků a kulturních památek a zároveň jako ideální oblast pro aktivní pobyt v rozmanité přírodě.
- Zakořenit v rezidentech a turistech tuto oblast jako celek a jako cílovou destinaci k dovolené – ne pouze tranzitní oblast nebo výchozí oblast do sousedních krajů, oblastí.
- Nabídnout návštěvníkům v oblasti mimo společná témata na Vysočině také odlišnou komunikaci a nabídku specifickou pro Vysočina West
- Invenzivně zviditelňovat INDIVIDUALITU OBLASTI
 - Zaměření na SLOW TOURISM - zklidnění, návrat k tradicím
 - Rozvíjet příběhy destinace - osobnosti
 - Netradiční typy ubytování – stodoly, mlýny, lesní domky, trafostanice, přírodní resorty
 - Rozvinutá kavárenská kultura
 - Největší koncentrace hradů, zámků a kulturních památek na Vysočině
 - Nejrozmanitější příroda k trávení aktivní dovolené od vodáctví, horolezectví, pěší turistiku, k cyklistice až po lyžování

CÍLOVÉ SKUPINY

Na základě dostupných analýz a dále dle pozorování a dotazování na turistických cílech a v turistických informačních centrech, stejně jako po společných jednáních s partnery destinace a po vyhodnocení pracovního týmu Vysočiny West se budeme nadále v produktech a kampaních zaměřovat na následující cílové skupiny:

Cílení dle věku návštěvníků

- Rodiny se staršími dětmi: dospělí 25-50 let, děti +6 let a teens
- Aktivní páry 55+ (opuštěné hnízdo)
- Aktivní senioři (prarodiče s vnoučaty)

Geografické cílení

- Turisté – obyvatelé ČR, cílení především na Praha, Středočeský, Pardubický kraj a Jihomoravský kraj
- Výletníci – obyvatelé Vysočiny, + výletníci oblasti podél hranice Kraje Vysočina (Vysočina + vzdálenost 30 min. autem)
- Rezidenti – obyvatelé Vysočiny West (cca 160 000)
- Slovensko a Bavorsko – nové cílení na zahraniční sousedy

Komunikace v on-line prostředí

Sociální sítě

Destinace je velmi aktivní na sociálních sítích. Aktuálně vede FB profil Vysočina West a IG profil Vysočina West.

Počet příspěvku týdně je min. 5 příspěvků. + reels

Počet sledujících na FB aktuálně: 4 000 (cíl 2026: 5000) na IG aktuálně: 2 000 (cíl 2026 3000)

Během roku bude spuštěno minimálně 10 placených kampaní dle tematického plánu. V roce 2026 se více zaměříme na natáčení videí.

Webové stránky

Webové stránky www.vysocinawest.cz byly spuštěny v květnu 2022. V roce 2023 byla návštěvnost stránek 28 000, v roce 2024 se zvýšila na 40 000 návštěvníků a v roce 2025 na 48 000 návštěvníků. Webové stránky budou v roce 2026 průběžně doplňovány o články z destinace a rozhovory s osobnostmi. Webové stránky destinace budou dále odkazovat na e-shop dárkových poukazů partnerů destinace.

Komunikace v off-line prostředí

Tištěné materiály

Z tištěných materiálů vydá destinace v roce 2026 letní turistické noviny a dále letní a zimní přehled kulturně-turistických akcí. Dále budou vydány a doplněny tištěné materiály k několika produktům cestovního ruchu v destinaci. Během jara bude aktualizovaná a rozšířená image brožura destinace.

Tištěné materiály využijeme na veletrzích a dále budou distribuovány do všech TIC v oblasti, k ubytovatelům a do kaváren v oblasti.

Citylight (indoor x outdoor)

Před letní sezonou využijeme Citylight plochy v metro PRAHA. B1 rámy přímo ve vagoněch Metra C v Praze – (16 B1 ploch na dva měsíce květen-červen 2026).

Merchandising / podpora brandu

V roce 2026 budou pořízeny drobné destinační merchandisingové předměty, dále nové roll upy, oválný promo stolek

Kontaktní akce

Terénní školení pro pracovníky destinace

VW plánuje v roce 2026 opět ve spolupráci s Vysočina tourism dvě terénní školení po novinkách v destinaci. První 14.4. 2026 - exkurze po novinkách na Ledčsku. V říjnu 2026 exkurzi po novinkách Pacovska a Kamenice nad Lipou.

Školení je určené především pro pracovníky ze všech TIC v oblasti Vysočina West, dále krajské koordinátory, pro průvodce a novináře.

Pracovníci se tak osobně seznámí s novými místy, prohlídkovými okruhy atd. V minulosti se školení osvědčila. Pracovníci zažité informace lépe předají návštěvníkům destinace a navíc má školení přesah do profesního sblížení destinace.

Press tripy / Média

V roce 2026 máme naplánované 2 natáčení s týmem Toulavé kamery. V srpnu 2026 bude probíhat natáčení na hradě Kámen. Na začátek podzimu je požádáno o natáčení naučné stezky 13 orlích per v Ledči nad Sázavou a dále putovní natáčení: Technické památky na Želivce

Ve spolupráci s Vysočina tourism budeme pokračovat v doprovodu a prezentaci oblasti příchozím novinářům a delegacím.

Důležitou součástí spolupráce s Vysočina tourism je také práce s influencery, ve které budeme nadále intenzivně pokračovat. V roce 2026 uvítá destinace několik plánovaných press tripů: Tady Smírovi (influenceři) a novináře z Rakouska a Německa

Veletrhy

V roce 2026 se tým Vysočiny West osobně zúčastní 2 zahraničních veletrhů a minimálně 3 tuzemských akcí cestovního ruchu. (např: Ferienmesse Wien - leden 2026, Holiday world Praha - březen 2026, Gastrofestival Habry, Hračkobraní, Prázdniny v Telči - srpen 2026, Knižní veletrh Havlíčkův Brod - říjen 2026)

Produkty cestovního ruchu

Hlavním úkolem bude v roce 2026 je nadále zviditelňovat a rozvíjet již existující produkty cestovního ruchu destinace, které prošly v roce 2024 a 2025 potřebnými úpravami. V roce 2026 budeme nově komunikovat produkt: InstaTrip Vysočinou West a rozvíjet a propagovat produkt: E-shop dárkových voucherů destinace. Aktuální produkty cestovního ruchu jsou rozmanité a propojují celou oblast, partnery v oblasti a zviditelní území. Navíc většina produktů je celoroční. Produkty mají zajistit, aby návštěvníci co nejdéle zůstávali přímo v destinaci Vysočina West.

Hlavní produkty CR Vysočiny West pro rok 2026:

- **Putování za kávou** (Sbírej kávová razítka se šálkem, navštiv alespoň 6 kaváren z 15 a zařaď se do soutěže o víkendový pobyt).
- **Putování za výhledy** (Navštiv alespoň 6 vyhlídek z 15, pořizuj fotografie – sdílej získej dárek pro radost).
- **Benefit Card** (25 výhod v kombinaci zvýhodněné vstupy na památky, výhody v kavárnách, u ubytovatelů či v půjčovnách).
- **Trojlistky architektury** (Interaktivní průvodce architekturou městy Vysočiny West plný otázek, úkolů, pracovního listu a animované mapky + drobná odměna)
- **Rozvoj produktu INSTRA TRIP** destinací
- **Spuštění e-shopu s dárkovými vouchery**

Produkty cestovního ruchu destinace Turistické noviny 2026



Turistické noviny jsou stěžejním a velmi oblíbeným prostředkem komunikace s koncovým zákazníkem a současně také s partnery destinace. Vychází 1x ročně na hlavní turistickou sezónu.

- Plánovaná distribuce konec dubna 2026
- K tisku: 13 000 ks
- Rozsah: 12 stran

- Distribuční místa v destinaci:

TIC ve Vysočina West a TIC v sousedních oblastech, distribuce na turistické cíle v destinaci, k ubytovatelům v destinaci a v nejbližším okolí, distribuce do kaváren a gastronomických provozů v oblasti.

Nově: distribuce do městských knihoven a atrií nemocnic. Dále také do vestibulů vlakových nádraží v destinaci

Kulturní přehledy destinace

Legiovník

26. 8. – 31. 8. Havlíčkův Brod
Chotěbořské námko
29. 8. Chotěboř

Hrané prohlídky

30. 8. – 31. 8. klášter Želiv
Havlíčkobrodské kulturní léto
každou středu a neděli, Havlíčkův Brod

ZÁŘÍ 2025

Arakain a Absolut Deafers

6. 9. Chotěboř

Humpolecké vínobraní

6. 9. Humpolec

Pelhřimovské dožínky

6. 9. Pelhřimov

Rozloučení s létem

6. 9. Pacov

MM ČR v motokrosu junior

6. 9. Pacov

Želivská pouť

12. – 14. 9. Želiv

Oslavy 800 let města Pelhřimova

12. – 14. 9. Pelhřimov

Folková Lípnice

12. – 14. 9. Lípnice nad Sázavou

Festival jídla a pití 2025

13. 9. Chotěboř

Jiří a Dominika Hoškovi

14. 9. synagoga Nová Cerekev

Vienna Tuning Times

20. 9. Pacov

Zahájení otevř. ateliérů

20. 9. Havlíčkův Brod

Vínobraní a pivobraní

27. 9. klášter Želiv

Svatováclavská pouť

27. – 28. 9. Světla nad Sázavou

Pouťový koncert

27. 9. Světla nad Sázavou

Kulturní přehled Vysočina West



ŘÍJEN 2025

Pacovská pouť

4. – 5. 10. Pacov

Marek Vašut

9. 10. Ledec nad Sázavou

Dny otevřených ateliérů

4. 10. Sklářská huť Jakub Tasic

Řemeslný trh

10. 10. Chotěboř

Knížní veletrh

10. – 11. 10. Havlíčkův Brod

Katapult tour 50 let (1975–2025)

10. 10. Pelhřimov

Dechovky 21. století

10. 10. Žirovnice

Lotrando a Zubejda

11. 10. Světla nad Sázavou

Podzimní MINI jarmark

12. 10. Pelhřimov

4 Rockeři s operní pěvkyní

30. 10. Chotěboř

ČERVEN – ŘÍJEN 2025



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR



VYSOČINA
WEST

TURISTICKÁ
OBLAST

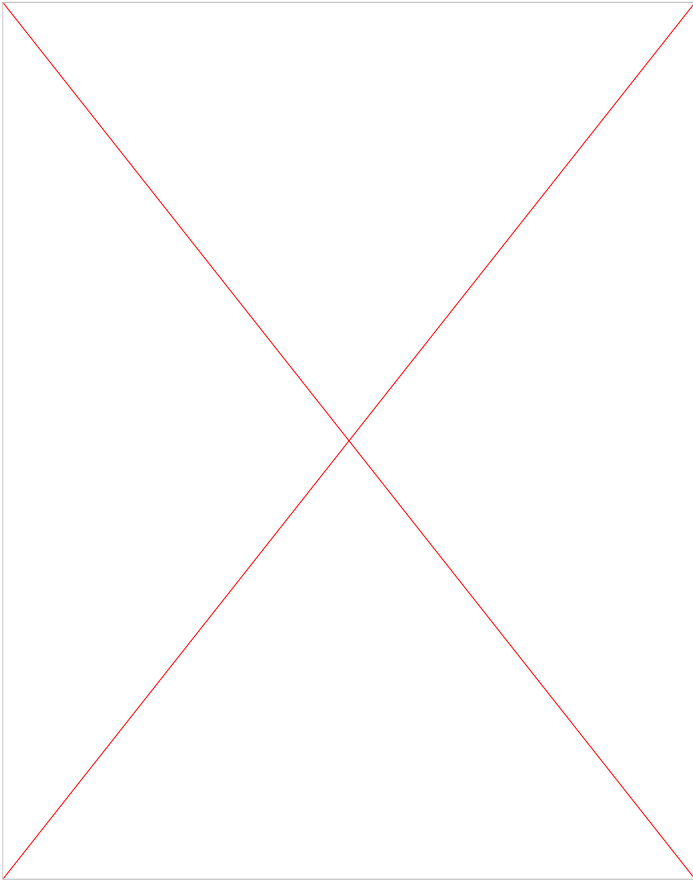


Akce
najdete
pod QR
kódem

Tento přehled vznikl v rámci projektu "Zvýšení povědomí o turistické oblasti Vysočina West" a byl realizován za příspěví prostředků státního rozpočtu České republiky.

- Letní a zimní přehled
- Distribuce 2x ročně
- Náklad (10 tis. ks a 5 tis. ks)
- Doručení: Turistické cíle, kavárny, ubytovatelé, TIC)
- Zimní verze (TIC a gastro podniky)

Produkty cestovního ruchu destinace Instra trip destinací 2026



- Rozvoj produktu Instra trip Vysočinou West
- Prezentace na Instragramu Vysočiny West (jaro, léto 2026)
- Cílení na generaci Z

Produkty cestovního ruchu destinace BENEFIT CARD 2026

Aktuální vizuál:



Také v roce 2026 pokračujeme s nabídkou BENEFIT CARD u ubytovatelů v destinaci. Je určena návštěvníkům destinace, kteří u nás tráví 1 a více přenocování. Produkt nabízí 25 výhod v destinaci.

- Distribuce – konec dubna 2026
- Distribuce k ubytovatelům v oblasti, do kaváren
- Distribuce na veletrzích cestovního ruchu
- K tisku: 10 000 ks
- Platnost do konce roku 2027

Produkty cestovního ruchu destinace Putování za kávou



**Dejte si něco dobrého alespoň v šesti
vybraných kavárnách a zapojte se
do kávového putování.**

Sesbírejte potřebná razítka a odevzdejte vyplněný materiál do jakéhokoli turistického informačního centra v destinaci Vysočina West. Odevzdáním materiálu do 30. listopadu se zapojíte do soutěže o hodnotnou odměnu, kterou každý rok darujeme jednomu vybranému šťastlivci.

Objevujte vymazlené kavárny v severozápadní Vysočině a zkuste své štěstí!

INFORMACE NA WEBU



MAPA KAVÁREN



www.vysocinawest.cz
Vysočina West
vysocina_west

 **MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR**

Tento produkt vznikl v rámci projektu "Zvýšení povědomí o turistické oblasti Vysočina West" a byl realizován za přispění prostředků státního rozpočtu České republiky.

 **VYSOČINA
WEST** | TURISTICKÁ
OBLAST

PUTOVÁNÍ ZA KÁVOU

OBJEVUJTE VYMAZLENÉ KAVÁRNY
V DESTINACI VYSOČINA WEST

Také v dalších letech budeme pokračovat s nabídkou produktu: Putování za kávou

- V každé z vybraných kaváren obdrží návštěvník za objednávku speciální šálkové razítko do razítkovacího pole. Tištěný materiál po naplnění alespoň 6 razítka návštěvník odevzdá v jakémkoliv turistickém informačním centru v destinaci. (zapojena jsou všechna TIC v destinaci)
- Jedna z kavárenských vizitek se splněnými podmínkami bude oceněna výhrou.

Produkty cestovního ruchu destinace Putování za kávou



Zdolejte alespoň šest vybraných
vrcholů, věží nebo rozhleden
a objevte nové pohledy
na severozápadní Vysočinu.

Vyfoťte se na vrcholu s nápisem
aktuálního roku. Vložte všechny
uložené fotografie do jednoho
příspěvku na své sociální síti
(Facebook nebo Instagram),
označte účet Vysočina West,
přidejte **#vysocinasnahledem**.

Tímto krokem se zapojíte do výzvy
PUTOVÁNÍ ZA VÝHLEDY a získáte
výletnický dárek.

INFORMACE NA WEBU



MAPA VÝHLÍDEK



www.vysocinawest.cz

[Vysočina West](#)

[vysocina_west](#)



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR

Tento produkt vznikl v rámci projektu "Zvyšování povědomí o turistické oblasti Vysočina West" a byl realizován za přispění prostředků státního rozpočtu České republiky.



TURISTICKÁ
OBLAST

PUTOVÁNÍ ZA VÝHLEDY

OBJEVUJTE NOVÉ POHLEDY
NA DESTINACI VYSOČINA WEST

www.vysocinawest.cz

- V roce 2024 prošel aktualizací také produkt Vysočina West nadhledem. Změny proběhly, jak v grafickém zpracování, tak ve znění a v pravidlech naplňování produktu. Došlo k rozšíření nabídky vyhlídkových míst a zjednodušení pravidel naplnění produktu.
- Putování za výhledy láká k navštívení vyhlídek, rozhleden a věží v destinaci.
- Nabízí výběr z několika míst napříč oblastí a odměňuje při zdolání alespoň 6 z nich.
- Odměnou za zdolání alespoň 6 vybraných míst a sdílení fotografií na sociálních sítích je multifunkční šátek.

Putování za výhledy - náhled vnitřní strany vizuálu

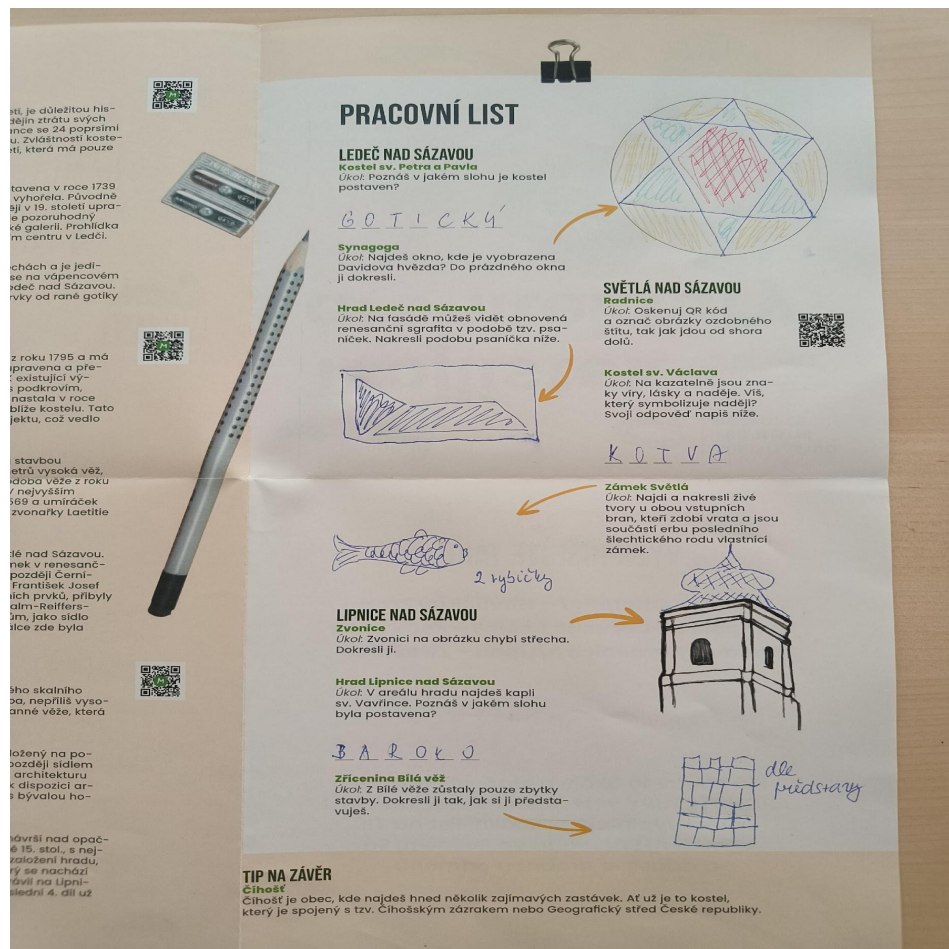


Produkty cestovního ruchu destinace **přírodou za zážitky...** Trojlístky architektury



- V roce 2025 proběhlo uvedení nového produktu mezi veřejnost
- Produkt cílí na rodiny s dětmi a na seniory s vnoučaty, či na školní skupiny
- 4 tištěné materiály přibližující architekturu vždy 3 měst v destinaci
- Interaktivní představení architektury, malovaná mapa, pracovní list, zábava, edukace

Trojlístky architektury - náhledy vizuálu



Produkty cestovního ruchu destinace e-shop s dárkovými vouchery partnerů destinace

- v roce 2026 spustíme e-shop s dárkovými vouchery partnerů destinace
- přístup na e-shop bude z hlavních stránek destinace:
www.vysocinawest.cz
- během roku spustíme několik upoutávek a online kampaní směřujících k návštěvě e-shopu

PR aktivity

- V roce 2026 budou probíhat PR aktivity v online prostředí a v několika tištěných médiích s tematikou cestování (iDnes Vysočina, Kam, Moon Prague, Kam po Česku) dle aktuální cenové nabídky
- PR komunikace s tiskovými mluvčími měst v destinaci a regionálními deníky probíhá průběžně a pravidelně min. 2x měsíčně
- V roce 2026 rozešle destinace Vysočina West minimálně 10 tiskových zpráv týkajících se novinek v destinaci, sběru dat nebo produktů v destinaci.

Položkový rozpočet na marketingové aktivity 2026

POLOŽKOVÝ ROZPOČET NA MARKETINGOVÉ AKTIVITY, KOMUNIKACI, ŠKOLENÍ, EDUKACI PRO ROK 2026

Položky rozpočtu	Částka
ONLINE	
na sociálních sítích	140000
PPC kampaně	50000
Videa, spolupráce s influencery	200000
Nákup fotografií do fotobanky Vysočiny West	40000
Webové stránky - newslettery - správa newsletter	20000
OFFLINE	
Turistické noviny	70 000
Kulturní přehledy destinace (letní a adventní)	30000
Průvodce destinací CZ, AJ, NJ verze	150000
Dotisky a aktualizace dosavadních letáků	50000
Indoor/Outdoor - metro Praha, citylight plochy	80000
KOMUNIKACE, EDUKACE	
Veletrhy, promo akce, drobný merchandising	50 000
Školení, setkání partnerů	50 000
Komunikace s partnery	20000
Volná položka na projekty	50000
CELKEM:	1 000 000
V případě navýšení plánovaného příspěvku Kraje Vysočina ze 150 000 na 350 000 bude marketingový rozpočet v průběhu roku navýšen o dalších 200 000 Kč	(+200 000)

KONTAKTY

KANCELÁŘ VYSOČINY WEST

Vysočina West, z.s.třída Legií 1115, 393 01 Pelhřimov

Bc. Nela Štěpánková - manažer destinace

- tel.: +420 778 767 990

Mgr. Ludmila Krátká - referent destinace

- tel.: +420 774 553 998

Kristýna Dubská, DiS. - online marketing

- tel.: +420 739 927 564

- e-mail.: kancelar@vysocinawest.cz, info@vysocinawest.cz, koodinatorwest@gmail.com

- web.: www.vysocinawest.cz

- FB, IG @vysocinawest