

JIHOČESKÁ CENTRÁLA CESTOVNÍHO RUCHU ♥ MARKETINGOVÝ PLÁN PRO ROK 2023

- Značka Jižní Čechy se díky vysokému potenciálu cestovního ruchu stejnojmenné destinace stala výjimečným brandem v České republice. Rok 2023 je součástí stabilizačního postcovidového období vyplývající ze strategického dokumentu Koncepce rozvoje cestovního ruchu Jihočeského kraje pro období 2021–2030, v zaměření pokračuje v činnostech předchozích let a soustředí se především na oživení cestovního ruchu v destinaci.
- Svou činností Jihočeská centrála cestovního ruchu podporuje zvyšování povědomí o jižních Čechách a jejich jedinečnosti, cílí na zvýšení návštěvnosti včetně prodloužení počtu nocí zde strávených, rozšíření sezony do dalších měsíců, oslovení turistů z domácího i zahraničního cestovního trhu a jejich rozprostření dále do území mimo hlavní atraktivitu. Podílí se na vytváření trvale udržitelného regionu s důrazem na kvalitu služeb, podporuje projekty a spolupráci v rámci press a fam tripů.
- Se zvýšeným důrazem na spolupráci se soukromou i veřejnou správou, školami, podnikateli, partnerskými subjekty a destinačními společnostmi Jihočeská centrála cestovního ruchu iniciuje zvýšení zájmu o pracovní zařazení ve službách, zvýšení kvality poskytovaných služeb v cestovním ruchu, zajištění podpory segmentu cestovního ruchu, tvorba inovativních produktů a lepší zařazení studentů a zaměstnanců ve službách CR.
- Rok 2023 podpoří také oblast MICE turistiky (Meetings, Incentives, Conferences, Events), a to prostřednictvím rozšíření nabídky vícedenních firemních zážitkových balíčků pro kongresovou a pobídkovou turistiku, aktivní oslovení firem, organizací, obcí a spolků.



Obsah:

1. MARKETING – JIŽNÍ ČECHY OPRAVDOVÁ LÁSKA	strana 3
a. Marketingové téma.....	strana 3
b. Marketingové cíle.....	strana 4
c. Cílové skupiny a jejich hlavní témata.....	strana 5
d. Projekty.....	strana 5
e. Marketingové aktivity.....	strana 6
f. Rozpočet MARKETING.....	strana 7
2. DOMÁCÍ CESTOVNÍ RUCH	strana 8
a. Základní údaje.....	strana 8
b. Marketingové aktivity.....	strana 10
c. Projekty.....	strana 11
d. Jihočeská filmová kancelář.....	strana 11
e. Vzdělávání, workshopy, meetingy.....	strana 13
f. Rozpočet DCR.....	strana 13
3. ZAHRANIČNÍ CESTOVNÍ RUCH	strana 14
a. Základní údaje.....	strana 14
b. Marketingové aktivity.....	strana 14
c. Projekty.....	strana 16
d. Rozpočet ZCR.....	strana 16
4. SOUHRN PLÁNOVANÝCH VELETRHŮ A EVENTŮ PRO ROK 2023	strana 17
5. ANALYTIKA – DATA A ANALÝZY	strana 18
a. Základní údaje.....	strana 18
b. Analýzy.....	strana 18
c. Rozpočet.....	strana 19
6. SOUTH BOHEMIA CONVENTION BUREAU	strana 20
7. SHRNUTÍ – STRATEGIE 2023	strana 21



I. MARKETING – JIŽNÍ ČECHY OPRAVDOVÁ LÁSKA

a. Marketingové téma

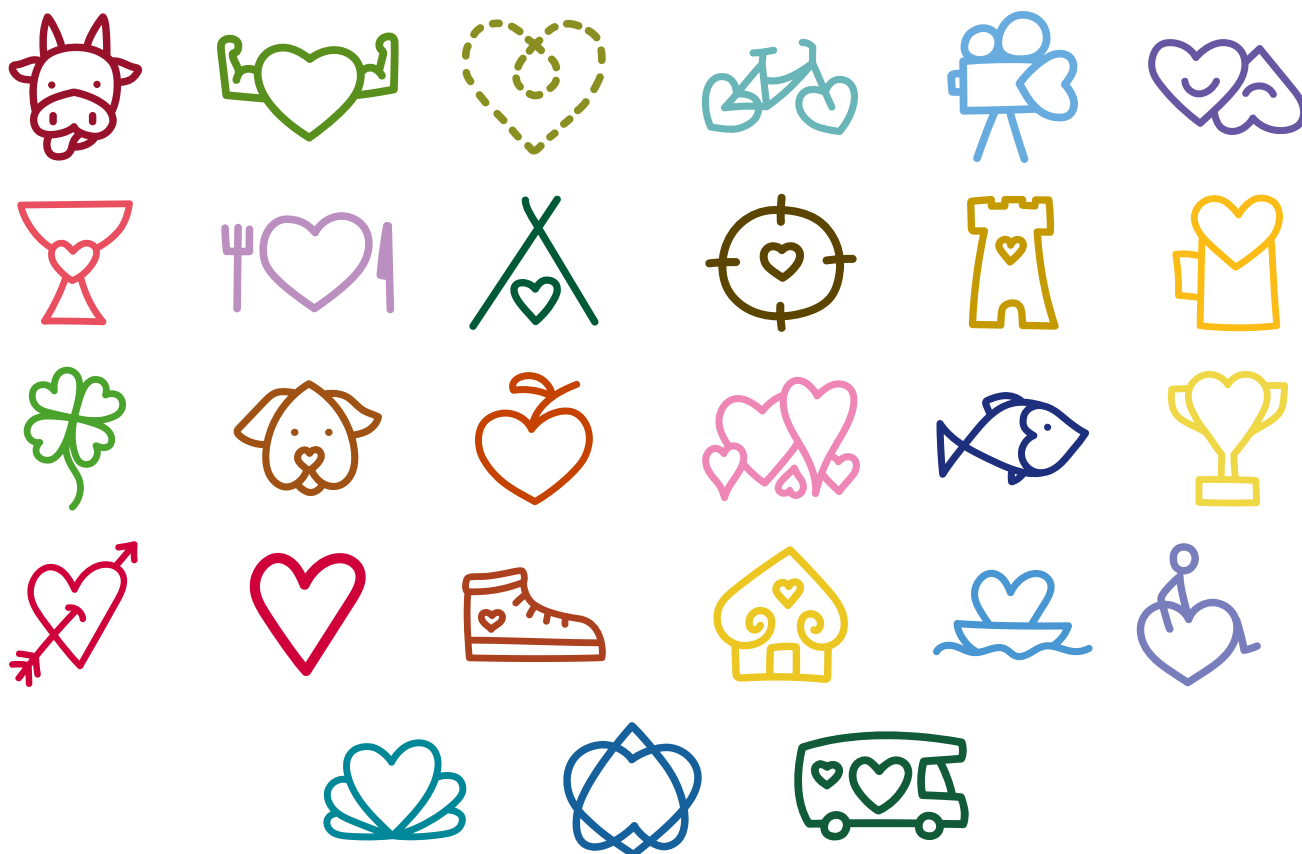
Stabilizační období se zaměřuje na oživení cestovního ruchu po covidových letech, které zasáhly všechny služby napojené na cestovní ruch. Díky zvýšeným potřebám turistů na celkové ozdravení, zvýšenou potřebu klidu, odpočinku a trávení více času v přírodě se nabídka zaměřuje především na využití jedinečného potenciálu jižních Čech z hlediska čistoty přírody a ovzduší, množství lesů, řek, rybníků, nížin i kopců, které jsou jako stvořené k naplnění právě požadavků ohledně fyzického i psychického zdraví.

V roce 2023 marketingové téma kromě tradiční sezonní nabídky propojuje přednostně komunikační témata spojená s VODOU. Vodáctví, voroplavba, rybolov, rybníky, pivovarnictví – pivní turistika, ale také lázeňství a wellness – jižní Čechy léčí, camping a glamping nebo prameny a studánky.

Sjednocujícím prvkem celého téma je srdce, které je zakomponováno také do piktogramů, které představují jednotlivé produkty cestovního ruchu.



Sjednocujícím prvkem celého téma Jižní Čechy opravdová láska je již čtvrtým rokem srdce, které je zakomponováno také do piktogramů, které představují jednotlivé produkty cestovního ruchu.



b. Marketingové cíle

• B2C

- Prezentace regionu jako atraktivní a bezpečné destinace
- Posílení komunikace a zlepšení vztahů s veřejností

• B2B

- Posílení komunikace s důrazem na jihočeské podnikatele, destinační společnosti a partnery

Krátkodobé cíle:

- Snaha o obnovu turismu po pandemii a energetické krizi
- Vytváření nových produktů v souladu s preferencemi návštěvníků
- Péče o již vytvořené produkty

Dlouhodobé cíle:

- Prodloužení doby pobytu návštěvníků v regionu
- Rozšíření sezóny do dalších měsíců
- Rozproštění turistů dále do území mimo hlavní atraktivity
- Trvale udržitelné cestování s důrazem na kvalitu služeb
- Upřednostnění kvality před kvantitou
- Snaha o získávání návštěvníků, kteří se budou opakovaně vracet do regionu
- Zvyšování povědomí o značce Jižní Čechy
- Ve spolupráci s vysokými školami, vyššími odbornými školami, vzdělávacími institucemi, profesními organizacemi, podnikateli a Jihočeskou hospodářskou komorou vytvořit systém opakovaného vzdělávání, zefektivnění praxí studentů a propojení podnikatelů a škol z oboru cestovního ruchu.
- Využití potenciálu a kreativity studentů, studentské praxe, soutěže se zapojením studentů. Vše s cílem jejich lepšího zařazení ve službách cestovního ruchu po absolvování studia.
- Vybudování image regionu jako ideální destinace pro MICE turistiku



c. Cílové skupiny a jejich hlavní témata

CÍLOVÁ SKUPINA	TÉMA	KOMUNIKAČNÍ MIX
EXTERNÍ		
Rodiny s dětmi	Camping/Glamping, Vodáctví, Rybářství, Poutní místa, Pěší, Cyklo, Filmová turistika, Pohodový venkov, Regionální produkty, Kultura	Online, Outdoor, Print kampaně, TV/radio, Brožury, PR články, Tiskové zprávy, Veletrhy, Eventy
Požitekáři, Mileniálové, LGBT	Camping/Glamping, Vodáctví, Gastro, Pivní stezky, Regionální produkty, Pěší, Cyklo, Kultura, Svatby, Filmová turistika	Online, Outdoor, Print kampaně, TV/radio
Aktivní, Sportovci, Dobrodruzi	Camping/Glamping, Vodáctví, Rybářství, Pěší, Cyklo, Pivní stezky, Wellness, Ferraty, Regionální produkty, Kultura, Svatby, Filmová turistika	PR články, Tiskové zprávy, Veletrhy, Eventy, Online, Outdoor, Print kampaně, TV/radio
55+	Relax, Wellness, Rybářství, Památky, Pohodový venkov, Perla JČ, Tradice, Kultura, Obnova slibu	Brožury, PR články, Tiskové zprávy, Veletrhy, Eventy, Online, Outdoor, Print kampaně, TV/radio
MICE, Svatby	Wellness, Pivní stezky, Památky, Opravdová historická města, Perla JČ, Kultura, Zážitek balíčky	PR články, Eventy, Online, Print kampaně, Aktivní oslovení
INTERNÍ		
Podnikatelé v CR, partneři TO	Podpora segmentu, tvorba inovativních produktů a lepší zařazení zaměstnanců ve službách CR Zapojení partnerů TO a využití jejich možností	Sdílení informací přes Turistické oblasti, vedení DM, produktový manažer. Newsletter, PR články, Tiskové zprávy, Online, Veletrhy, Eventy
Studenti, SŠ a VŠ	Zapojením studentů do praxe, využití jejich potenciálu a kreativity, zvýšení jejich zájmu o odvětví	Praxe na JCCR, Propojení škol, Podpora studentských akcí, Online a outdoor kampaně, PR články, Eventy

d. Projekty

- Jihočeská filmová kancelář
- Řeka Vltava
- Projekt Venkovské památky
- Projekt NPPCR Marketingové aktivity
- Projekt Zážiteková inscenace na Zlaté stezce – připravovaný
- Projekt Gotická cesta – připravovaný
- Projekt Brückner - Smetana – Dunaj – Vltava - připravovaný



e. Marketingové aktivity

• On-line

Sociální sítě

- FB + IG Jižní Čechy
- FB + IG visitsouthbohemia
- FB + IG südböhmen
- FB + IG Zlatá stezka
- FB + IG Jihočeská filmová kancelář
- Youtube Jižní Čechy

Online kampaně

- FB, IG, YT Jižní Čechy včetně cizojazyčných profilů
- minimálně 4 online kampaně plus mimořádné kampaně s ohledem na aktuální situaci
- propagace mimo hlavní sezonu a méně vytížených lokalit

Výroba nových produktových videí

- 5 videí s celoročními záběry rozhleden, vyhlídek a vyhlídkových věží
- Videá natáčena napříč všemi turistickými oblastmi
 - TO NEJ z turistické oblasti
 - 9 Reels videí na IG JČ

Vlastní webové portály

jiznicechy.cz

jccr.cz

suedboehmen.at, suedboehmen.info

sitelektokol.cz

vltava-reka.cz

sbc.b.cz

travelcon.cz travelfest.cz

zlatoustezkou.cz

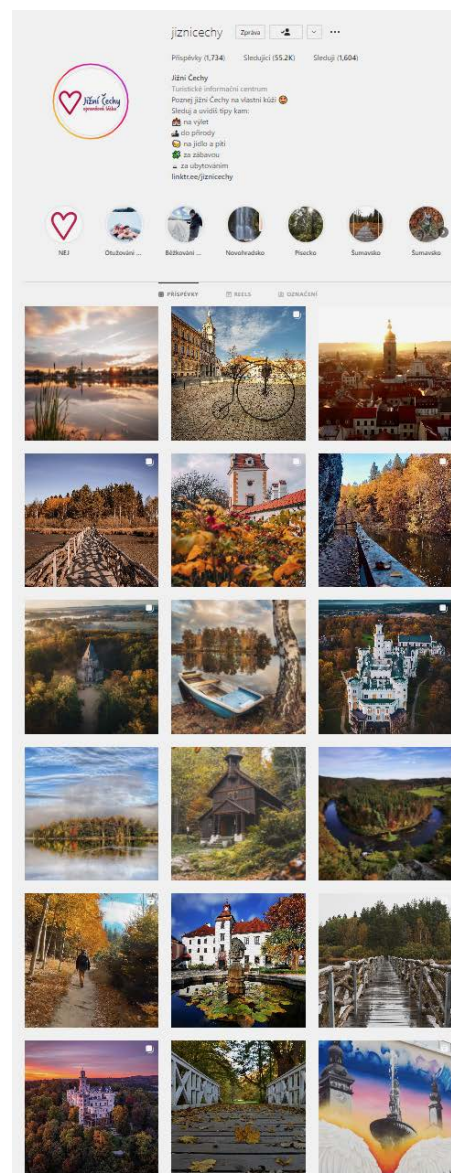
czechypoludniowe.pl

jiznicechyfilm.cz, jcfk.cz

jiznicechyopravdovalaska.cz,

dunaj-vltava.cz

jihoceskehipostezky.cz



• Outdoor

- Billboardy, plakáty
- CLV plochy, rámečky v metru a MHD, citylighty
- Brand stánků, vystavovatelských stolků, vlajek, Roll-up
- Mapový informační systém na 145 mapách v jihočeském kraji –soubor velkoplošných mapových a informačních panelů, umístěných na turisticky frekventovaných místech celého regionu jižní Čechy.

• Print

- Vlastní tiskové zprávy a tiskové konference
- Placené PR články
- Dotisk stávajících brožur, tisk nových brožur, jazykové mutace stávajících brožur

• Radio/TV

- Regionální TV – brandové videa formou pozvánek do jižních Čech v regionálních TV ve vybraných krajích ČR
- Česká televize – Toulavá kamera – 10 pořadů z jižních Čech. Díly rozdělené do jednotlivých destinačních oblastí se zaměřením na to NEJ z každé oblasti
- Country radio, Netrolife radio – Podcasty NEJ z jižních Čech, pozvánky aj.

• Propagační předměty

- Propagační předměty jako nejvíce tolerovaný způsob reklamy šíří povědomí o značce a zajišťují přísun nových klientů. Logo se tak dostává mezi další potenciální zákazníky a reklama se dále zdarma rozšiřuje.
- V příštím roce se návštěvníci jižních Čech, obchodní partneři i spolupracující instituce mohou těšit na deštníky, hrnečky, multinabíječky, voděodolná pouzdra na mobil, stojánky na mobil, plánovací kalendář, ale také například na pexeso pro děti s rozhlednami v jižních Čechách, a jiné.

• Jihočeská fotobanka Photopick

- Objednávka atraktivních instagramových fotografií napříč všemi oblastmi jižních Čech
- Aktualizace a doplnění nových fotografií podle aktuálních potřeb, z press tripů, od influencerů apod.
- Údržba a správné označení stávajících fotografií

• Aktualizace stávajícího webu jiznicechy.cz včetně jazykových mutací**• Chatbot na webu jiznicechy.cz**

- Chatbot (chatovací robot) jako počítačový program vytvořený za účelem automatizované komunikace. Odpovídá návštěvníkům stránky na dotazy na základě předem nadefinovaného scénáře, případně s přihlédnutím ke kontextu situace.
- Aplikace zajišťuje chatování s lidmi i mimo otevírací dobu informačního centra, zjišťuje například informace o otevírací době, možnosti parkování, dává tipy na výlety a pomáhá s výběrem dovolené.

f. Rozpočet MARKETING

Celkový rozpočet Marketing: **3 144 000 Kč**

Zodpovědná osoba za Marketing: **Ing. Jana Píchová**

2. DOMÁCÍ CESTOVNÍ RUCH

a. Základní údaje

Podíl domácích návštěvníků na cestovním ruchu ČR

OBDOBÍ	CELKEM NÁVŠTĚVNÍKŮ	PODÍL DOMÁCÍCH NÁVŠTĚVNÍKŮ	PODÍL V %
2017	1 561 802	1 027 470	64 %
2018	1 726 991	1 083 463	63 %
2019	1 787 952	1 151 746	66 %
2020	1 120 104	975 174	87 %
2021	1 116 295	1 005 691	90 %

Profil typického návštěvníka jižních Čech

- rodiny s dětmi, páry, bezdětné skupiny přátel, senioři s vnoučaty nebo ve skupině
- věk 27–55 let
- důvod návštěvy: rekreace, aktivní turistika - cykloturistika, vodáctví, sporty, pěší turistika v kombinaci s poznávacím a kulturním CR (hrady, zámky, muzea, divadlo, festivaly a další)

Převažující cílové trhy

- Střední Čechy
- Hlavní město Praha

Dlouhodobé cíle

- snaha o obnovu turismu po pandemii a energetické krizi
- produkty vznikající přirozeně zdola na popud turistických oblastí
- podpora: venkovská turistika, projekt Vltava řeka, aktivní turistika, karavaning, Jihočeská filmová kancelář
- zvyšování povědomí o řízení CR, resp. destinačního managementu v jižních Čechách (JCCR, turistické oblasti)
- spojení aktivní turistiky v přírodě s návštěvou kulturních a technických památek, zapojení kempů, cykloturistiky a vodácké turistiky



Turistické oblasti

• Celkem 9 turistických oblastí, pokrytí 100% území regionu:

- › **Budějovicko** – produktový manažer Mgr. Tomáš Polanský
- › **Česká Kanada** – produktová manažerka Bc. Kateřina Brůžková
- › **Český Krumlov region** – produktová manažerka Zdeňka Chaloupková
- › **Lipensko** – produktový manažer Mgr. Pavel Pechoušek
- › **Novohradsko-Doudlebsko** – produktový manažer Mgr. Michal Jarolímek
- › **Písecko-Blatensko-Strakonicko-Doudlebsko** – produktový manažer Martin Slavík
- › **Šumavsko** – produktová manažerka Ing. Marie Korousová
- › **Toulava** – produktový manažer Ing. Jan Sochor
- › **Třeboňsko** – produktová manažerka Bc. Barbora Bicková

Vize a směr:

produkty vznikají přirozeně zdola, oddělení je pouze sjednocuje a promuje produkty na regionální a národní úrovni.



b. Marketingové aktivity

• Print, press

- vlastní tiskové zprávy (minimálně 10), případně tiskové konference
- PR články
- obecné: Drbna, MF Dnes, Deník, BUDlive, Blesk, časopis Týden
- specializované: COT, Všudybyl, Kam po Česku, TTG, 5+2, LUI magazín

• On-line

- on-line kampaně
- web – www.jiznicechy.cz
- sociální sítě – facebook Jižní Čechy, instagram Jižní Čechy, YouTube Jižní Čechy
- Sklik.cz, novinky.cz, aktualne.cz, idnes.cz
- oživení a znovupoužití natočených pořadů a videí

• Outdoor

- billboardy, plakáty
- CLV, rámečky v metru a MHD, citylighty

• TV

- ČT – Toulavá kamera – série pořadů z jižních Čech a turistických oblastí
- nahodilé reportáže z jižních Čech – ČT, Nova, CNN Prima News, JTV, JČ1, JČ2

• Rádia

- Country rádio, Netro Life rádio, další stanice s celorepublikovým zásahem



• Veletrhy

Holiday World Praha	březen	vlastní expozice
Gastrofest JARO	duben	vlastní expozice
ITEP Plzeň	září	vlastní expozice
FOR BIKES	březen	společná expozice s Nadací Jihočeské cyklostezky

• Další promo akce

Barevná devítka Praha	srpen
Země Živitelka, Slavnosti vína, Pivní slavnosti a další akce	v průběhu roku
Travelcon	duben
Filmový festival Plzeň	září
Filmový festival Karlovy Vary	červen/červenec

• Press a fam tripy

- spolufinancování press a fam tripů organizovaných turistickými oblastmi

c. Projekty

• Jihočeská filmová kancelář

- více v bodě **d. Jihočeská filmová kancelář**

• Řeka Vltava

- webové stránky: vltava-reka.cz

- správa profilů na sociálních sítích @rekavltavacz

d. Jihočeská filmová kancelář

Regionální filmová kancelář Jihočeského kraje je nezávislým prostředníkem mezi filmaři, lokálními úřady a institucemi. Aktivně pracuje na zlepšení podmínek pro natáčení na regionální úrovni.

• Činnost

- Poskytnutí asistence na partnerské bázi audiovizuálním společností, které se zabývají produkcí filmů, dokumentů, televizních pořadů a dalších audiovizuálních děl
- Propagace jihočeského kraje jako atraktivní a vstřícné filmové destinace pro přilákání filmových tvůrců za účelem využití region pro natáčení, ubytování a dalších poskytovaných služeb.
- Spolupráce s Czech Film Commission (Česká filmová komise):
 - slouží domácím i zahraničním filmařům jako komplexní zdroj informací o českém audiovizuálním průmyslu



- pomáhá regionům a městům v České republice s propagací a marketingem regionu jako filmové lokace
- informuje o zahraničních natáčeních
- poskytuje podporu při komunikaci s filmaři
- nabízí konzultace při zakládání regionálních filmových kanceláří
- pomáhá při propagaci prostřednictvím webu filmcommission.cz, Facebooku a Instagramu

- Webový portál jiznicechyfilm.cz

- Facebook a Instagram Jihočeská filmová kancelář

• Cíle

- oslovení provozovatelů a majitelů lokací, a to především ty s napojením na veřejný rozpočet na úrovni obecní, krajské nebo národní

- online dostupný registr pro zájemce s nabídkou své lokace filmovému štábu

- využití destinačních manažerů a jejich znalostí o dané oblasti při sběru kontaktů dodavatelů, oslovení správců a majitelů lokací

- Cílové trhy: ČR, Evropa, USA

• Veletrhy, eventy, festivaly

Location tour

Profesně zaměřený fam trip po lokacích pro lokační skauty a lokační manažery, lokační agentury, producenty a další kreativní a produkční profese z filmové branže. Location tour je spoluorganizovaná Czech Film Commission.

Online setkání s Czech Film Commission

1x měsíčně, online setkání všech regionálních filmových kanceláří s národní kanceláří Czech Film Commission. Sdílení informací a zkušeností, setkávání se zástupci filmařských profesí, aktuální informace o změnách v zákonu o audiovizí.

Filmové festivaly

• Filmový festival Plzeň, 22.–25. 9. 2023

Setkání s ostatními filmovými kancelářemi s Czech Film Commission, producenty atd.

• Filmový festival v Karlových Varech, 30. 6.–8. 7. 2023

Prezentace Jihočeského kraje producentům (i mezinárodní účast)

• Veletrh FOCUS v Londýně

Jediný profesně zaměřený veletrh na mezinárodní úrovni v Evropě s účastí zahraničních producentů, lokačních skautů a manažerů. Prezentace ve spolupráci s Czech Film Commission za účelem propagace film-friendly lokací jednotlivých zemí a regionů.



e. Vzdělávání, workshopy, meetingy

- Pravidelné setkávání s manažery turistických oblastí (1x za 14 dní)
- Účast DCR alespoň na 3 odborných seminářích, konferencích či setkáních cestovního ruchu
- Pravidelné setkávání s manažery turistických oblastí & vedením turistických oblastí & partnery, členy, hosty TO - 4x ročně:
 - Duben 2023 – při Travelconu/Travelfestu
 - Červen 2023 – výjezdní zasedání v některé TO
 - Listopad 2023 – při Gastrofestu podzim
 - 4. setkání dle potřeby

f. Rozpočet DCR

Celkový rozpočet DCR: **2 720 000 Kč**

Zodpovědné osoby za oddělení Domácí cestovní ruch:

Ing. Tereza Procházková – vedoucí oddělení DCR

Ing. Marie Chadimová – pracovník pro DCR

Bc. Hana Kabashi – pracovník pro DCR, Jihočeská filmová kancelář



3. ZAHRANIČNÍ CESTOVNÍ RUCH

a. Základní údaje

Dlouhodobé cíle

- rozvíjení marketingových aktivit a kampaní cílených v zahraničí
- téma roku přenášíme i do zahraničních kampaní
- rozproštění návštěvníků do území, kromě hlavních atraktivit, hlavně blízkým trhům lze prezentovat i méně známé cíle nebo tvořit specializované nabídky
- rozproštění návštěvníků v čase mimo hlavní sezónu (jaro a podzim)
- spolupráce s CzechTourism
- spolupráce se všemi prostředníky Zahraničních zastoupení

Cílové trhy

- Rakousko
- Německo
- Polsko
- Slovensko
- Slovinsko
- Maďarsko

Ve spolupráci se Zahraničním zastoupením – účast novinářů, bloggerů, cestovních kancelářů:

- Nizozemí
- Skandinávie
- Jižní Korea
- Itálie
- Francie
- Británie
- Španělsky mluvící země
- USA a Kanada

b. Marketingové aktivity

- **Press** - InnSide, dle aktuálních nabídek během roku

- **On-line**

- sociální sítě – Facebook a Instagram Zlatá stezka
- bloggeři, influenceři
- spolupráce se ZZ na online aktivitách
- webový portál www.jiznicechy.cz v jazykových mutacích německé, anglické, francouzské, španělské, maďarské a polské
- na německou mutaci webu přesměrovány i domény www.suedboehmen.info a www.suedboehmen.at
- na polskou mutaci je přesměrována doména www.czechypoludniowe.pl



• Kampaně

- pokračování on-line kampaně Objevte krásy jižních Čech především v Německu a Rakousku a v příhraničních regionech Polska
- kampaň „Vzpomínky nestárnou“, zaměření především na příhraniční regiony Německa a na camping/caravanning
- kampaň advent/zima v jižních Čechách

• Veletrhy

ITF Bratislava	únor	Slovensko
f.re.e Mnichov	únor	Německo
Ferien Messe Vídeň	březen	Rakousko
T & C Lipsko	listopad	Německo

• Eventy / Konference

Argus Bike	duben	Rakousko
Travelcon	duben	ČR
Canaletto	srpen	Německo

• Press a fam tripy – Highlights i tematické z jižních Čech

- Rakousko
- Německo
- Polsko
- Nizozemí
- Skandinávie
- Plus další země dle aktuální nabídky zahraničních zastoupení



c. Projekty

• **Projekt Venkovské památky** - pokračování promoaktivit v rámci udržitelnosti projektu

• **Projekt NPPCR Marketingové aktivity**

- Travelcon
- Online mediální kampaň – Česká republika, Německo, Rakousko
- Průzkum návštěvnosti
- Nákup fotografií a výroba videí
- Chatbot
- Tisk cyklomap
- Toulavá kamera

• **Projekt Zážiteková inscenace na Zlaté stezce – připravovaný**

Zapojení partneri: JCCR, Plzeňský kraj, Živý kraj – Destinační agentura pro Karlovarský kraj, Tourismusverband Ostbayern (TVO)

Cíl projektu: Propojení stávající páteřní trasy přeshraniční Zlaté stezky a její rozšíření do Karlovarského kraje. Zajištění kvality stávající cestní sítě Zlaté stezky a její zatraktivnění pro návštěvníky a turisty.

• **Projekt Gotická cesta – připravovaný**

Zapojení partneri – v jednání: JCCR, JČU, RERA – regionální rozvojová agentura jižních Čech, Biskupství českobudějovické, Tourismusverband, Mühlviertler Alm, Johannes Kepler Universität Linz).

Cíl projektu: vytvoření a propagace tzv. přeshraniční Gotické cesty.

• **Projekt Brückner - Smetana – Dunaj – Vltava - připravovaný**

Zapojení partneri – v jednání: Jihočeský kraj, JCCR, Oberösterreich Tourismus, Tourismusverband Linz.

Cíl projektu: propojení přeshraničních regionů prostřednictvím hudby, divadla a výtvarného umění, Podpora kultury a vzdělávání mladých lidí na obou stranách hranice, Společná propagace obou regionů.

d. Rozpočet ZCR

Celkový rozpočet ZCR: **2 000 000 Kč**

Zodpovědné osoby za oddělení Zahraniční cestovní ruch:

Bc. Ondřej Flemr – vedoucí oddělení

Ing. Eva Borsányi – pracovník pro zahraniční cestovní trh, hlavní projektová manažerka

Mgr. Pavla Drunecká – pracovník pro zahraniční pracovní trh



4. SOUHRN PLÁNOVANÝCH VELETRHŮ A EVENTŮ PRO ROK 2023

Plán veletrhů a eventů – Jižní Čechy 2023

Veletrhy			
Název	Termín	Místo	Odpovědné odd.
ITF SlovakiaTour Bratislava	únor	Slovensko	ZCR
f.re.e Mnichov	únor	Německo	ZCR
Holiday World Praha	březen	ČR	DCR
FOR BIKES Praha	březen	ČR	DCR + Nadace jihočeské cyklostezky
Ferien Messe Vídeň	březen	Rakousko	ZCR
Barevná devítka Praha	srpen	ČR	DCR
ITEP Plzeň	září	ČR	DCR
T & C Lipsko	listopad	Německo	ZCR
Eventy / Konference / Akce			
Název	Termín	Místo	Odpovědné odd.
Argus Bike	Duben	Rakousko	ZCR
Travelcon	duben	ČR	DCR + ZCR
Gastrofest	jaro	ČR	DCR
Filmový festival Karlovy Vary	červen / červenec	ČR	DCR
Canalitto	srpen	Německo	ZCR
Země Živitelka	září	ČR	DCR
Filmový festival Plzeň	září	ČR	



5. ANALYTIKA – DATA A ANALÝZY

a. Základní údaje

Analytická činnost

- Analýza cestovního ruchu v jižních Čechách a příprava podkladů pro další plánování aktivit JCCR
- Pravidelný sběr a vyhodnocování dat z oblasti cestovního ruchu
- Příprava reportů návštěvnosti a kapacit HUZ a turistických cílů jižních Čech
- Sledování návštěvnosti webů JCCR a sociálních sítí
- Práce se sofistikovaným analytickým nástrojem GAS
- Spolupráce s jednotlivými turistickými oblastmi JČ
- Příprava a realizace výroční zprávy JCCR, příprava podkladů ke koncepci cestovního ruchu jihočeského kraje

Partneři pro poskytování dat

- Agentura CzechTourism (tourdata.cz)
- Český statistický úřad
- Jihočeský kraj
- Ostatní spolupráce v rámci zadávaných analýz u soukromých subjektů (většinou na základě výběrových řízení)
- Turistické oblasti

b. Analýzy

b.1. Plánované a pravidelné

- **Analýza návštěvnosti HUZ** – pravidelný čtvrtletní report zpracovaný na základě údajů ČSÚ - počet hostů, počet přenocování, průměrná doba přenocování (nocí).
- **Analýza kapacit HUZ** – roční přehled počtu zařízení HUZ, počet pokojů a lůžek, využití pokojů. Data ČSÚ.
- **Satelitní účet** – spotřeba (výdaje) cestovního ruchu (CR), podíl CR na HDP, zaměstnanost v CR. Data uveřejňuje ČSÚ, s dvouletým zpožděním. Data vykazují ekonomický význam CR v národním měřítku.
- **Návštěvnost turistických cílů** - Projekt CzechTourism ve spolupráci s krajskými DMO (JCCR za jihočeský kraj). Sběr dat provádí turistické oblasti a díky těmto datům je sledována návštěvnost významných turistických cílů.
- **Kapacita turistických cílů** (Ukazatele nejvyšších priorit DMO) – databáze turistických cílů v jižních Čechách. Spolupráce CzechTourism, JCCR a TO jižních Čech.
- **Aktuální obsazenost a její predikce, ceny ubytování** – zveřejňuje CzechTourism, interpretace dat za jihočeský kraj.
- **Tracking domácího a příjezdového CR (terénní průzkum realizovaný CzT)** – interpretace dat za jihočeský kraj.



- **Monitor ministerstva financí** – Místní poplatky z pobytu – roční sledování výběru místních poplatků z pobytu.
- **Měření online prostředí** – Web, Facebook, Instagram – Google Analytics, Google Search Console, Google Tag Manager. Interpretace online prostředí v systému GAS (Good Analytical System)
- **Měření hospodářského přínosu marketingových aktivit**

b.2. Nepravidelné, realizované podle možností rozpočtu nebo dotačních titulů

- **Mobilní data operátorů** – poslední analýza v roce 2019. Tuto analýzu zpracovává některá ze soukromých firem. Realizace je závislá na rozpočtu JCCR.
- **Behaviorální analýzy**
- **Profilování návštěvníka v Jihočeském kraji** (realizaci měla na starost JČU v ČB, od roku 2020 nerealizuje)
- **Vlastní terénní průzkum** – náhrada Trackingem CzT. Potenciální analýza agentury STEM MARK pro Jihočeský kraj.

c. Rozpočet

Celkový rozpočet: **1 015 000 Kč**

Zodpovědná osoba za analytické oddělení: **Ing. Michal Šindelář**



6. SOUTH BOHEMIA CONVENTION BUREAU

a. Základní údaje

Činnost

- South Bohemia Convention Bureau usiluje o promo destinace v oblasti Meetings, Incentives, Conventions and Events (dále jen MICE). Zaměřuje se především na firemní klientelu, potažmo státní organizace a zastupitele.
- Spolupráce s agenturou Czech Tourism a krajskými DMO na celonárodní úrovni
- Marketingová podpora obchodní činnosti jednotlivých turistických oblastí jižních Čech a subjektů v nich působících v oblasti MICE.

Dílčí cíle

- Monitoring a zhodnocení potenciálu destinace Jižní Čechy v oblasti MICE
- Vytvoření vhodné nabídky pro korporátní klientelu ve všech devíti turistických oblastech v jižních Čechách.
- Pravidelné kampaně na atraktivní témata vhodná pro firemní akce a teambuildingy
- Obnova [webu sbcb.cz](http://webu.sbcb.cz), který představuje klíčový přehled konferenčních kapacit a aktivit vhodných pro MICE v jižních Čechách.
- Podpora obchodní činnosti v oblasti MICE v jednotlivých turistických oblastech

Hlavní témata 2023

- Voda, plavby, adrenalin na vodě, rafty
- Pivo a gastronomie v jižních Čechách
- Vánoční akce a večírky

Vyhodnocení

Efektivitu činnosti SBCB v roce 2023 budeme sledovat prostřednictvím následujících měření:

- Měření dosahu kampaní
- Měření objemu obchodní činnosti
- Měření návštěvnosti HUZ mimo hlavní sezónu

Zodpovědná osoba za South Bohemia Convention Bureau: **Ing. Alena Šimková**



7. SHRNUÍ – STRATEGIE 2023





© 2022
Jihočeská centrála cestovního ruchu

Foto: JCCR