



JIHOČESKÁ CENTRÁLA CESTOVNÍHO RUCHU ♥ MARKETINGOVÝ PLÁN PRO ROK 2024



OBSAH:

PROFIL ORGANIZACE JCCR	strana 3
AKTIVITY JCCR	strana 3
CÍLE 2024	strana 3
1. MARKETING – JIŽNÍ ČECHY OPRAVDOVÁ LÁSKA	strana 4
a. Marketingové téma.....	strana 4
b. Marketingové cíle.....	strana 6
c. Cílové skupiny a jejich hlavní témata.....	strana 7
d. Marketingový mix.....	strana 8
e. Partnerské spolupráce 2024.....	strana 9
2. DOMÁCÍ CESTOVNÍ RUCH	strana 10
a. Základní údaje.....	strana 10
b. Cíle DCR.....	strana 12
c. Marketingové aktivity.....	strana 13
d. Vzdělávání, workshopy, meetingy.....	strana 14
3. ZAHRANIČNÍ CESTOVNÍ RUCH	strana 15
a. Základní údaje.....	strana 15
b. Cíle ZCR.....	strana 16
c. Marketingové aktivity.....	strana 16
d. Projekty.....	strana 18
4. SOUHRN PLÁNOVANÝCH VELETRHŮ A EVENTŮ DCR + ZCR + JFK + MICE 2024	strana 19
5. SOUTH BOHEMIA CONVENTION BUREAU	strana 20
a. Činnost.....	strana 20
b. Cíle.....	strana 20
c. Marketingové aktivity.....	strana 21
6. JIŽNÍ ČECHY FILM OFFICE	strana 22
a. Základní údaje a činnost.....	strana 22
b. Cíle.....	strana 22
c. Marketingové aktivity.....	strana 23
7. ANALYTIKA A VYHODNOCOVÁNÍ	strana 24
a. Základní údaje.....	strana 24
b. Analýzy.....	strana 24
8. SHRNUTÍ – STRATEGIE 2024	strana 26

PROFIL ORGANIZACE JCCR

Jihočeská centrála cestovního ruchu (JCCR) je organizace zřízená Jihočeským krajem k výkonu funkce destinačního managementu pro region jižní Čechy.

JCCR hraje významnou úlohu v koordinaci a řízení cestovního ruchu v celém kraji. Především vytváří podporu domácího a příjezdového cestovního ruchu a vykonává funkci krajského destinačního managementu pro destinaci Jižní Čechy.

Má za úkol vytvářet, řídit, koordinovat a rozvíjet atraktivní turistickou nabídku regionu a následně ji prezentovat na domácím i zahraničním trhu pod značkou

Jižní Čechy

AKTIVITY JCCR

- provoz Informačního systému cestovního ruchu Jihočeského kraje (www.jiznicechy.cz)
- koordinace činností turistických oblastí na území Jihočeského kraje, spolupráce s městy a obcemi, infocentry a subjekty cestovního ruchu z veřejného i soukromého sektoru
- tvorba produktů a produktových linií cestovního ruchu
- ediční činnost (image materiál jižních Čech, přehledy kulturních, sportovních a společenských akcí, katalog turistických produktů, informační materiály k turistickým produktům apod.)
- prezentace jižních Čech na vybraných výstavách a veletrzích cestovního ruchu
- spolupráce s podnikateli v oblasti cestovního ruchu
- spolupráce s agenturou CzechTourism (koordinátor pro turistický region Jižní Čechy) včetně jejich zahraničních zastoupení
- spolupracuje a komunikuje se zahraničními partnery při tvorbě a realizaci přeshraničních projektů.
- realizace projektů zaměřených na rozvoj cestovního ruchu v regionu a prezentaci regionu jako turisticky atraktivní destinace

CÍLE 2024

- Značka Jižní Čechy díky vysokému potenciálu cestovního ruchu stejnojmenné destinace zůstává výjimečným brandem v České republice. Cíle navazují na úkoly vyplývající ze strategického dokumentu Konceptce rozvoje cestovního ruchu Jihočeského kraje pro období 2021 – 2030, v zaměření pokračuje v činnostech předchozích let a soustředí se především na udržení a posílení cestovního ruchu v destinaci.
- Svou činností JCCR 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 JCCR 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.
- Rozšiřuje nabídku v oblasti kongresové turistiky MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Events), a to prostřednictvím vícedenních firemních zážitkových balíčků pro skupinovou a pobídkovou turistiku, komplexního zajištění eventů a pobytových možností, spolupracuje s podnikateli, firmami a hotely. Aktivní oslovení firem, organizací, obcí a spolků.
- Prostřednictvím Jihočeské filmové kanceláře aktivně pracuje na zlepšení podmínek pro natáčení na regionální úrovni. Je nezávislým prostředníkem mezi filmaři, lokálními úřady a institucemi a svou činností zajišťuje další rozvoj cestovního ruchu mezi filmaři a filmovými štáby na území Jihočeského kraje.

I. MARKETING – JIŽNÍ ČECHY OPRAVDOVÁ LÁSKA

a. Marketingové téma

Na základě důrazu priorit turistů na zdravý životní styl, zvýšenou potřebu aktivního 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. Ty jsou jako stvořené k naplnění právě požadavků pro spojení fyzické aktivity a příjemného zážitku prostřednictvím stále rostoucího počtu kilometrů pěších a cyklistických tras. Rok 2024 bude posledním s marketingovým claimem **Jižní Čechy opravdová láska** reprezentovat vřelost, opravdovost a pozitivní emoce jihočeského regionu a věříme, že přesně to si z našeho kraje návštěvníci odvezou.

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.

Hlavní komunikační témata 2024

V roce 2024 marketingové téma kromě tradiční sezonní nabídky propojuje přednostně témata spojená se stezkami všeho druhu:

- pěší stezky, dálkové pěší trasy
- cyklostezky, elektrokola,
- pivní stezky,
- běžecké trasy,
- poutní cesty,
- trasy pro motorkáře,
- poznávací balíčky,
- filmová turistika,
- gastro turistika,
- trasy pro kočárky a vozičkáře,
- ferratové stezky,
- vodáctví, řeka Vltava, námořní plavba

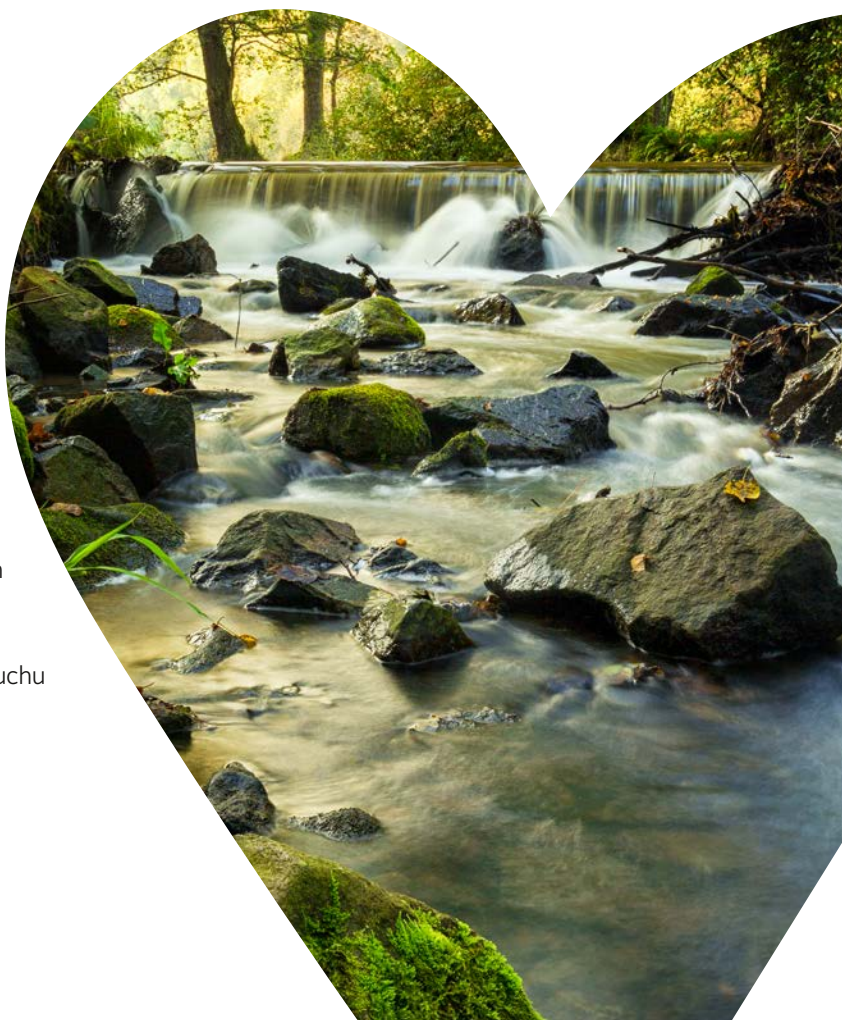
Prioritní téma:

• Aktivní odpočinek se zaměřením na pěší turistiku:

- Zlatá stezka
- Stezka údolím Lužnice,
- Stezka České Kanady a další
- 33 tipů na denní výlety po jižních Čechách
- naučné stezky
- poutní stezky
- Šumavsko pro tuláky (11 pěších tras)

• Aktivní odpočinek se zaměřením na cykloturistiku:

- cyklotrasy - Vltavská, Lužnická, Otavská, EV13 Stezka železné opony
- cykloturistika – rodinná, horská, silniční, etapová, adrenalinová
- Elektrokola včetně podpory vybudování elektropůjčoven a dobíjecích míst
- Šumavsko pro tuláky (10 cyklotras)
- Cyklobusy, Cyklovlaky v rámci udržitelnosti cestovního ruchu

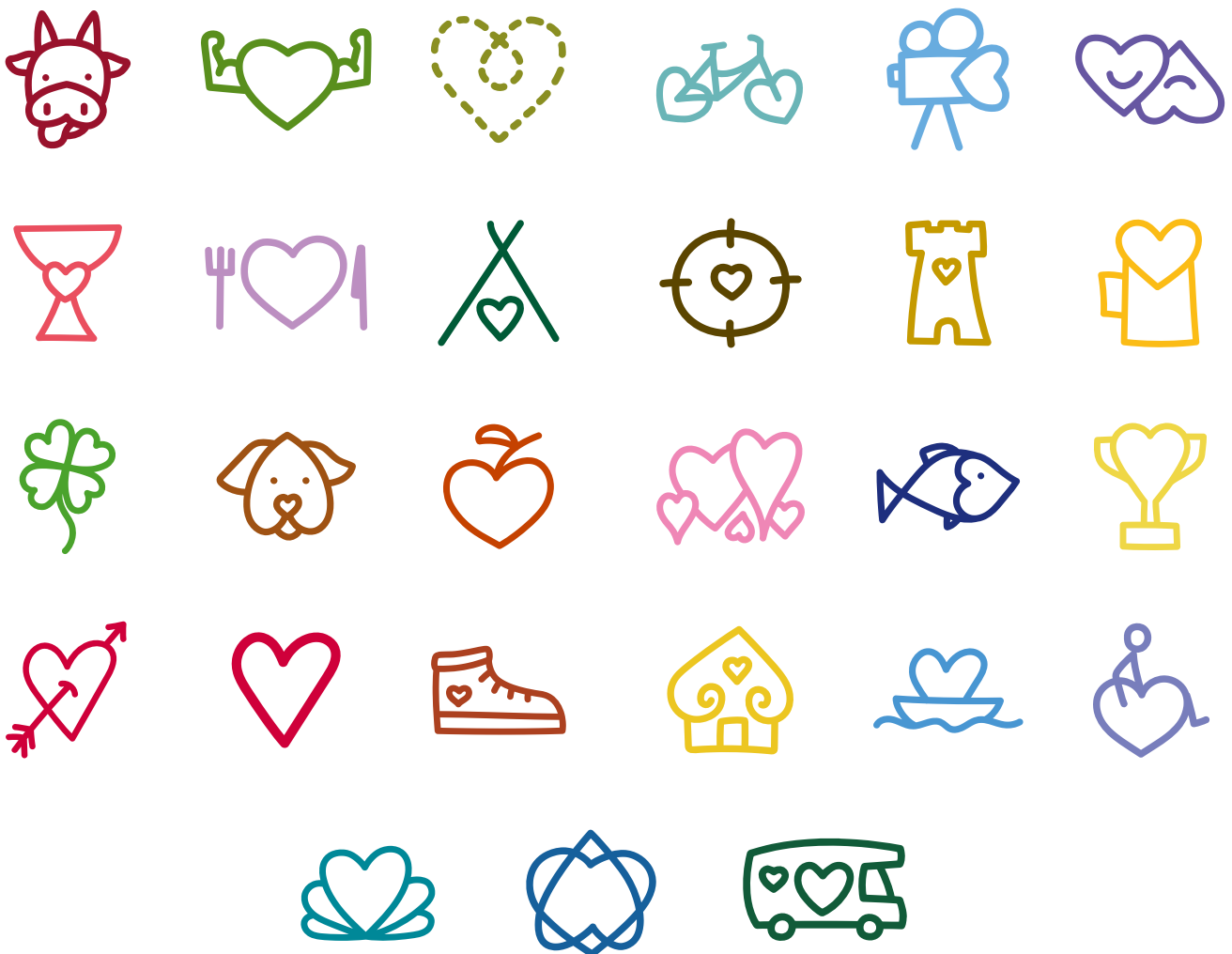


Sjednocujícím prvkem celého téma Jižní Čechy opravdová láska je již pátým rokem srdce, které je zakomponováno také do piktogramů, které představují jednotlivé produkty cestovního ruchu.



Jižní Čechy

opravdová láska



b. Marketingové cíle

• B2C

- Presentace regionu jako atraktivní a bezpečné destinace
- Jižní Čechy jako místo, kam se turisté rádi vracejí a odvázejí si nezapomenutelné zážitky
- Udržení důvěrného pouta s veřejností a silné PR prezentace

• B2B

- Posílení komunikace a předávání know-how s důrazem na jihočeské podnikatele, destinační společnosti a partnery
- Další rozšiřování spolupráce s médii

Krátkodobé cíle:

- Aktualizace turistické nabídky na základě ročních období, domácích i zahraničních vnějších vlivů, trendů a preferencí návštěvníků
- Vytváření nových produktů
- Péče o již vytvořené produkty

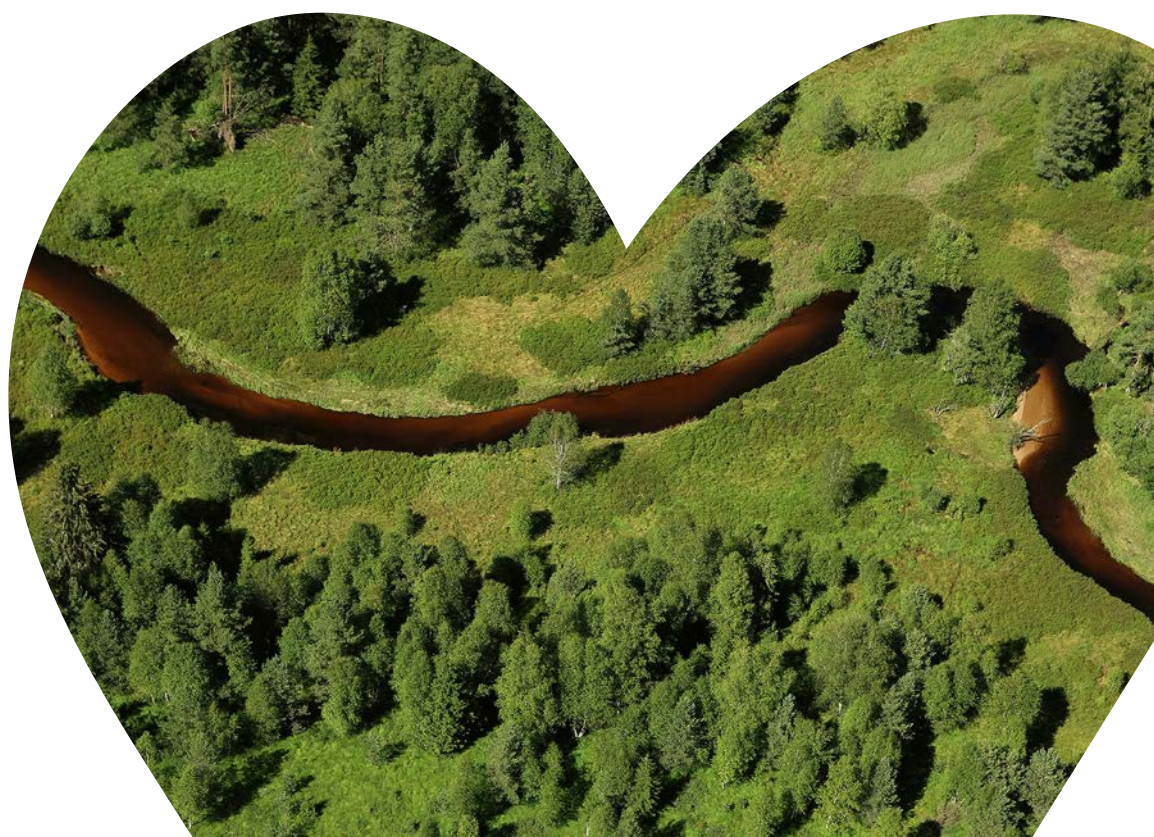
Dlouhodobé cíle:

- Prodlužování 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 studentů, studentské praxe, soutěže se zapojením studentů, využití potenciálu a kreativity s cílem lepšího zařazení studentů ve službách ČR
- Vybudování image regionu jako ideální destinace pro kongresovou a skupinovou turistiku
- 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	Pěší a cyklo trasy, Elektrokola, Kočárky a vozíčkáři, poutní cesty, poznávací balíčky, Filmová turistika, Gastro turistika, Karavanning, Vodáctví, Rybářství, Pohodový venkov, Regionální produkty, Kultura	Online, Outdoor, Print kampaně, TV/radio, Brožury, PR články, Tiskové zprávy, Veletrhy, Eventy
Požitekáři, Mileniálové	Gastro, Pivní stezky, Pěší, Cyklo, Kultura, Filmová turistika, Poznávací balíčky, Camping & Glamping, Karavanning, Vodáctví	Online, Outdoor, Print kampaně, TV/radio
Aktivní, Sportovci, Dobrodruzi	Vodáctví, Pěší, Běžecské trasy, Cyklo, Elektrokola, Gastro, Pivní stezky, Ferraty, Trasy pro motorkáře, Regionální produkty, Kultura, Filmová turistika, Camping/Glamping, Rybářství, Wellness	PR články, Tiskové zprávy, Veletrhy, Eventy, Online, Outdoor, Print kampaně, TV/radio
55+	Pěší stezky, Elektrokola, Poutní cesty, Relax, Wellness, Rybářství, Památky, Pohodový venkov, Perla JČ, Tradice, Kultura, Karavanning	Brožury, PR články, Tiskové zprávy, Veletrhy, Eventy, Online, Outdoor, Print kampaně, TV/radio
MICE, kongresová turistika	Zážitkové balíčky, Wellness, Gastro + Pivní stezky, Pěší a Cyklo, Elektrokola, Památky, Opravdová historická města, Perla JČ, Kultura	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 a u partnerských subjektů, Propojení škol, Podpora studentských akcí, Online a outdoor kampaně, PR články, Eventy



d. Marketingový mix

• On-line

Sociální sítě

- FB + IG Jižní Čechy,
- FB + IG Visitsouthbohemia
- FB + IG Südböhmen
- FB Zlatá stezka, Řeka Vltava
- FB + IG Jihočeská filmová kancelář
- Youtube Jižní Čechy
- LinkedIn
- Pinterest

Využití influencerů a známých osobností

- Influenceri jako významný nástroj pro online komunikaci na sociálních sítích. Využití síly jejich profilů a mediálního vlivu
- Influencer tripy, 6x5 z jižních Čech, spoty, videa, pozvánky, reels, příspěvky apod.

Online kampaně

- FB, IG, YT Jižní Čechy včetně cizojazyčných profilů
- minimálně 4 online kampaně zaměřené na domácí i zahraniční turisty + mimořádné kampaně s ohledem na aktuální situaci
- propagace zaměřená především mimo hlavní sezonu a méně vytěžených lokalit

Výroba nových produktových videí

- Produktová videa zaměřená na pěší a cykloturistiku. Videá natáčena napříč všemi turistickými oblastmi
- Promo video - Přijďte žít do jižních Čech
- 9 Reels videí na IG JČ

Vlastní webové portály

jiznicechy.cz

jccr.cz

suedboehmen.at, suedboehmen.info

sielektrokol.cz

vltava-reka.cz

sbc.b.cz

travelcon.cz, travelfest.cz

zlatoustezkou.cz

czechypoludniowe.pl

jiznicechfilm.cz, jcfk.cz

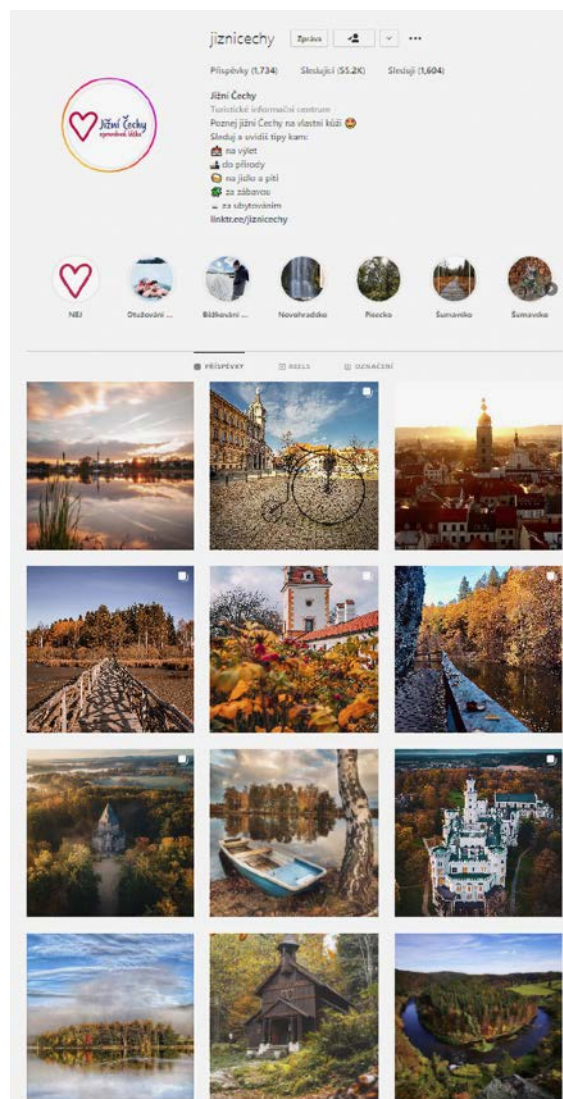
jiznicechyopravdovalaska.cz,

dunaj-vltava.cz

jihoceskehipostezky.cz

• Outdoor

- Veletrhy, Eventy,
- Press a Fam tripy
- Billboardy, LED Billboardy
- CLV plochy, rámečky v metru a MHD, citylighty
- Brand stánků, vystavovatelských stolků, vlajek, Roll-up
- Propagace kraje prostřednictvím mapového informačního systému na 145 mapách v jihočeském kraji –soubor velkoplošných mapových a informačních panelů, umístěných na turisticky frekventovaných místech celého regionu jižní Čechy.



• Press/Print

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

• TV**Regionální TV**

- brandové videa formou pozvánek do jižních Čech v regionálních TV ve vybraných krajích ČR
- JTV – reportáže z každé destinační oblasti zaměřené na propagaci teambuildingové turistiky v jižních Čechách.
- JTV – Novinky v JCCR, video pozvánky

Česká televize

- Toulavá kamera – 10 pořadů z jižních Čech. Díly rozdělené do jednotlivých destinačních oblastí se zaměřením na to NEJ z každé oblasti

TV Nova, TV Prima

- Pořady s návštěvou jižních Čech, propagace kraje

• Rádio**Celostátní**

- Country radio, rádio Blaník – pozvánky na aktuální akce, novinky, NEJ z jižních Čech

Lokální

- NetroLife radio – 2x Podcasty NEJ z jižních Čech + Novinky z kraje, 6x Spot - pozvánka do kraje

• Propagační předměty

- Propagační předměty jako nejvíce tolerovaný způsob reklamy šířící povědomí o značce a zajišťující přísun nových klientů.
- Logo se tak dostává mezi další potenciální zákazníky a reklama se dále zdarma rozšiřuje.
- S logem se dostává na předměty i QR kód pro rychlejší a snadnější přístup na web jiznicechy.cz.

• Jihočeská fotobanka Photopick

- aktualizace a doplnění nových fotografií podle aktuálních potřeb, z press tripů, od influencerů apod.
- údržba a správné označení stávajících fotografií

e. Partnerské spolupráce 2024

• Jikord**• Mezinárodní hudební festival Český Krumlov****• České dráhy****• Run czech****• Olympiáda dětí a mládeže****• EHMK****• Zřizované organizace Jihočeským krajem****• Letiště ČB****• Festival Voda moře oceány**

Odpovědná osoba za Marketing:

Ing. Jana Píchová

2. DOMÁCÍ CESTOVNÍ RUCH

a. Základní údaje

Podíl domácích návštěvníků na cestovním ruchu v Jihočeském kraji

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 %
2022	1 468 426	1 179 825	80 %
2023*	1 419 118	1 075 703	76 %

* údaje za 1-3 čtvrtletí roku 2023

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, pěší turistika v kombinaci s poznávacím a kulturním CR (hrady, zámky, muzea, divadlo, festivaly a další), aktivní turistika – cykloturistika, vodáctví, sporty



foto: Petr Zikmund

Turistické oblasti

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

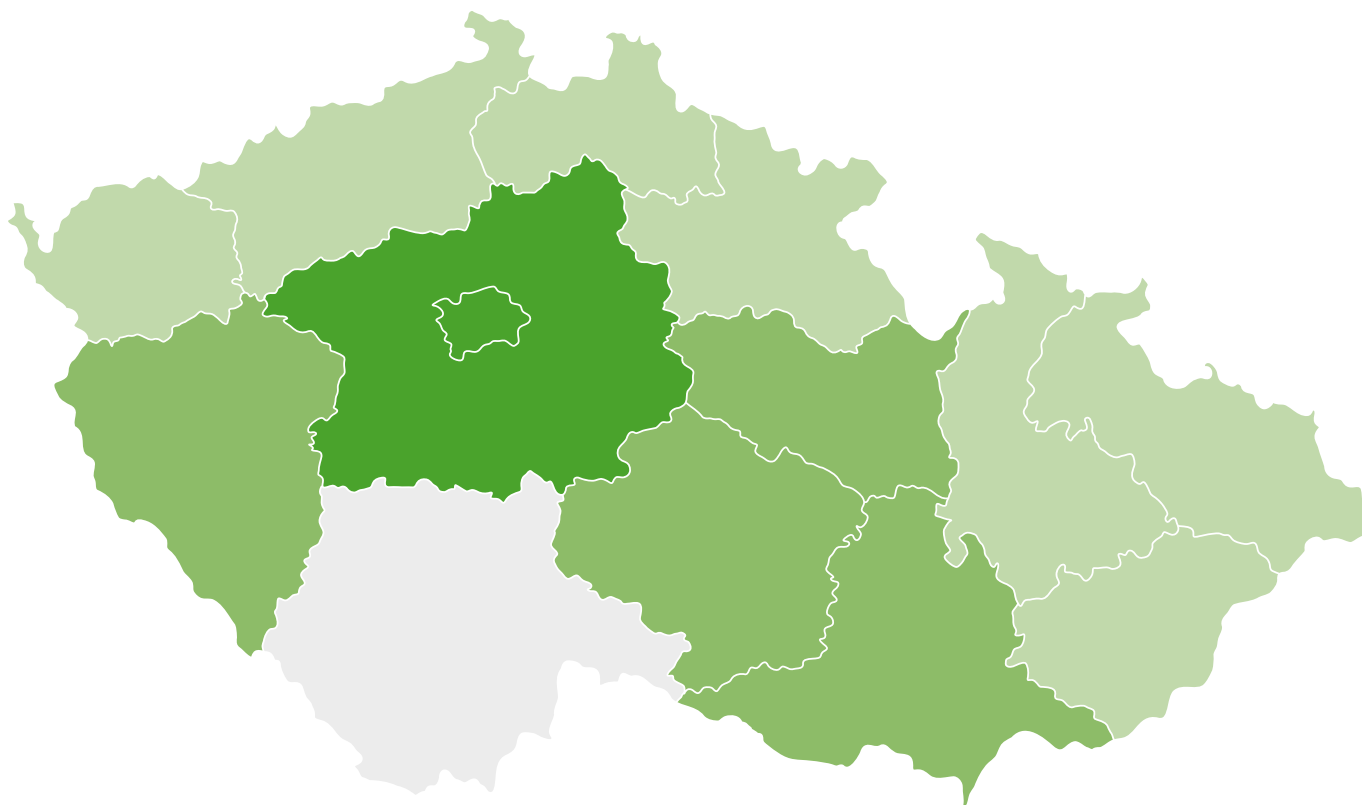
- › **Budějovicko** – produktový manažer Mgr. Tomáš Polanský
- › **Česká Kanada** – produktová manažerka Ing. Miluše Zdražilová
- › **Český Krumlov region** – produktová manažerka Zdeňka Chaloupková
- › **Lipensko** – produktový manažer Mgr. Pavel Pechoušek
- › **Novohradsko-Doudlebsko** – produktový 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. Cíle DCR



Prioritní cílové trhy

- 1 Střední Čechy
- 2 Hlavní město Praha

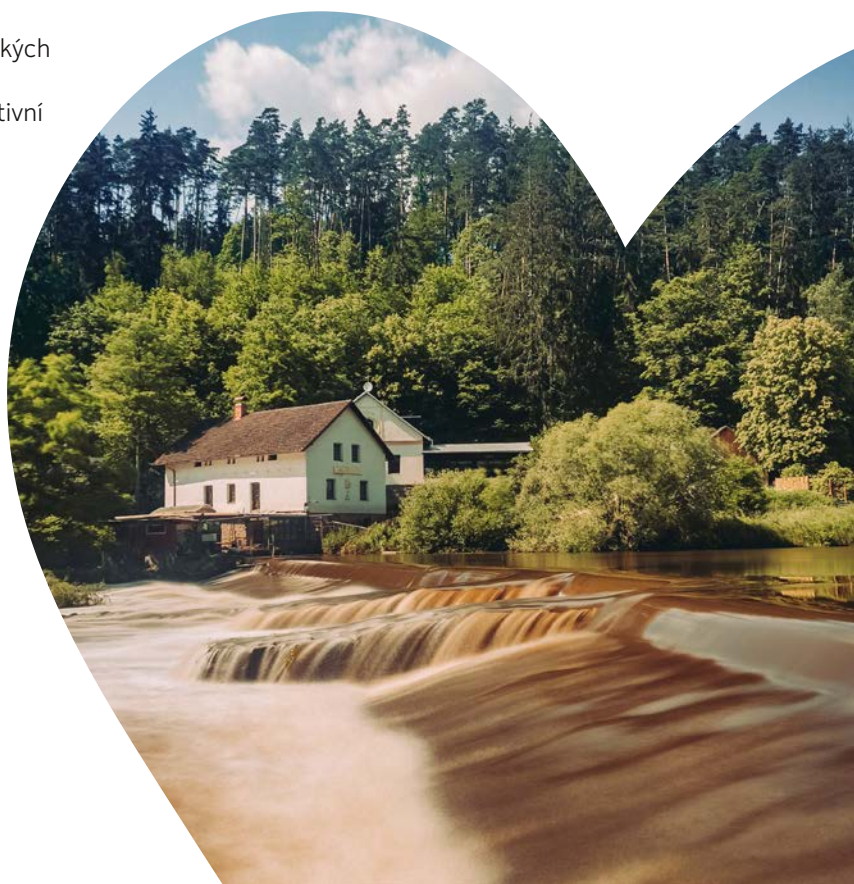
Sekundární cílové trhy

- 3 Jižní Morava
- 4 Kraj Vysočina
- 5 Plzeňský kraj, Pardubický kraj

- 6 Olomoucký kraj, Zlínský, Moravskoslezský, Karlovarský, Ústecký, Liberecký, Královéhradecký kraj

Dlouhodobé cíle:

- produkty vznikající přirozeně zdola na popud turistických oblastí
- podpora: venkovská turistika, projekt Vltava řeka, aktivní turistika (pěší a cyklo), karavanning
- 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



c. Marketingové aktivity

• Print, press

- vlastní tiskové zprávy (minimálně 10), případně tiskové konference
- PR články
- obecné – MF Dnes, Deník, Blesk
- specializované – COT, Všudybyl, Kam po Česku, TTG, 5+2, Epoque
- tisk vodácké mapy řeky Otava
- trhací mapa Pivní stezky

• On-line

- on-line kampaně
- web – www.jiznicechy.cz
- sociální sítě – facebook Jižní Čechy, instagram Jižní Čechy, YouTube Jižní Čechy, LinkedIn, Pinterest
- Drbna, Sklik.cz, seznam.cz, novinky.cz, aktualne.cz, idnes.cz
- oživení a znovupoužití natočených pořadů a videí
- Vltava řeka
 - správa webových stránek: vltava-reka.cz
 - správa profilů na sociálních sítích @rekavltava
 - vytvoření přehledu vodáckých kempů i na jiných významných jihočeských řekách (Otava, Lužnice)

• Outdoor

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

• TV

- ČT – Toulavá kamera – série pozvánek z jižních Čech a turistických oblastí
- Cyklodálky
- JTV – tematické reportáže
- nahodilé reportáže z jižních Čech – ČT, Nova, CNN Prima News, JTV, CNN Prima news

• Rádia

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

• Veletřhy

Holiday World Praha	březen 2024	vlastní expozice
FOR BIKES	březen 2024	společná expozice s Nadací Jihočeské cyklostezky
ITEP Plzeň	září 2024	expozice Zlatá stezka

• Další promo akce

- Barevná devítka Praha
- Země Živitelka
- Barvám neutčeš, Zahájení cyklo sezony, a další

• Press a fam tripy

- spolufinancování press a fam tripů organizovaných turistickými oblastmi

• 6x5 z jižních Čech

- spolupráce s digitálními tvůrci
- souvislá kampaň na podporu mimo sezony

d. Vzdělávání, workshopy, meetingy

• Travelcon

- V roce 2024 proběhne již 8. ročník konference Travelcon, která je největší odbornou konferencí cestovního ruchu v České republice.
- Cílem je připravit komerční i nekomerční subjekty na nadcházející sezonu, seznámit je s aktuálními trendy turismu a inspirovat je k dalším krokům v jejich podnikání. Konference chce tak přispět k celkovému zlepšení kvality služeb v regionu. Zároveň je zde velký prostor pro setkávání odborníků z oboru cestovního ruchu.
- Již podruhé v řadě se bude konat v Národním Pavilonu Z na Výstavišti České Budějovice. Očekává se 400+ účastníků, 30+ přednášejících, 10+ přednáškových bloků, 4+workshopů.
- Úzká spolupráce mezi krajskými a městskými organizacemi v podobě různých výhod pro významné akce v destinaci (vstupy zdarma do krajem zřizovaných organizací a MHD zdarma).

• Pravidelné setkávání s manažery turistických oblastí & vedením turistických oblastí & partnery, členy, hosty TO - 4x ročně:

- duben 2024 – při Travelconu
- září 2024 – při festivalu Voda, moře, oceány
- podzim 2024 – v rámci RSK
- další dle potřeby

• Setkání jihočeských turistických informačních center – jaro a podzim 2024

• Účast DCR alespoň na 3 odborných seminářích, konferencích či setkáních cestovního ruchu

• Pravidelné setkávání s manažery turistických oblastí (1x za 14 dní)

Odpovědné osoby za oddělení Domácí cestovní ruch:

Ing. Tereza Procházková – vedoucí oddělení DCR

Ing. Marie Chadimová – pracovník pro DCR, Travelcon

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

Ing. Andrea Maxová – pracovník pro DCR



3. ZAHRANIČNÍ CESTOVNÍ RUCH

a. Základní údaje

Podíl zahraničních návštěvníků na cestovním ruchu v Jihočeském kraji

OBDOBÍ	CELKEM NÁVŠTĚVNÍKŮ	PODÍL ZAHRANIČNÍCH NÁVŠTĚVNÍKŮ	PODÍL V %
2017	1 561 802	534 332	36 %
2018	1 726 991	643 528	37 %
2019	1 787 952	636 206	34 %
2020	1 120 104	144 930	13 %
2021	1 116 295	110 604	10 %
2022	1 468 426	288 601	20 %
2023*	1 419 118	343 415	24 %

* údaje za 1-3 čtvrtletí roku 2023

Podíl zahraničních návštěvníků na cestovním ruchu v Jihočeském kraji

2023	ZEMĚ	POČET HOSTŮ
	Německo	92 964
	Rakousko	41 825
	Slovensko	34 210

2022	ZEMĚ	POČET HOSTŮ
	Německo	32 606
	Rakousko	39 951
Slovensko	34 210	

2021	ZEMĚ	POČET HOSTŮ
	Německo	30 814
	Slovensko	18 849
Rakousko	15 393	

2020	ZEMĚ	POČET HOSTŮ
	Německo	38 591
	Slovensko	16 550
Rakousko	15 946	

2019	ZEMĚ	POČET HOSTŮ
	Čína	155 586
	Německo	89 688
Tchaj-wan	62 776	

b. Cíle ZCR

Cílové trhy

Blízké trhy:

- Rakousko
- Německo
- Slovensko
- Polsko

Vzdálené trhy:

- Nizozemí/Belgie
- Skandinávie
- Velká Británie
- Itálie
- Francie
- Maďarsko
- Pobaltí
- Španělsko
- USA/Kanada
- Mexiko
- Argentina
- Jižní Korea

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 Zahraničními zastoupeními CzechTourism a jejich partnery

c. Marketingové aktivity

• Kampaně 2024

• Tématem naší hlavní online kampaně cílené na Německo, Rakousko a Polsko bude „Příběh jihočeské vody“ se čtyřmi tématy:

- Tradice se snoubí s přítomností (Voroplavba (UNESCO), Mlýny a hamry, Rybníkářství, Vodní díla)
- Aktivní dovolená – pohyb a zábava (Jachting, Vodáctví, Pěší trasy, Lodní doprava)
- Kulinářské zážitky (Ryby, Pivo, Káva)
- Síla živlu (Prameny, Studánky, Lázeňství)

Toto téma bude zohledněno i v rámci webu www.jiznicechy.cz, budou upraveny jazykové mutace němčina a polština.

• Další promoaktivity se budou v návaznosti na MKT téma CzechTourism pro roky 2024 a 2025 „Aktivní odpočinek a relax“ zaměřovat na pěší turistiku a cykloturistiku:

- dálkově pěší trasy (Zlatá stezka, Stezka údolím Lužnice, Stezka České Kanady a další), máme zpracovaných 33 tipů na denní výlety po jižních Čechách.
- páteřní cyklotrasy (Vltavská, Lužnická, Otavská, EV13 Stezka železné opony); na příští rok připravujeme nové produkty zaměřené na cykloturistiku – rodinná, horská, silniční, etapová (viz páteřní trasy) a adrenalinová; elektrokola

Dále pak na volnočasové aktivity na vodě a golf.

• Kampaň advent/zima v jižních Čechách

• Press/Print

- InnSide (Bavorsko),
- SME (Slovensko),
- různá zahraniční periodika – spolupráce se ZZ, dle aktuálních nabídek během roku
- tisk nových cyklistických map



• On-line

- sociální sítě – Facebook a Instagram – Südbömen, Visit South Bohemia Region
- sociální sítě projektu Zlatá stezka – Facebook a Instagram
- bloggeři, influenceři
- spolupráce se ZZ na online aktivitách
- Webový portál www.jiznicechy.cz v jazykových mutacích německé, anglické, francouzské, španělské, maďarské, polské a italské
- na německou mutaci webu přesměrovány i domény www.suedboehmen.info a www.suedboehmen.at
- na anglickou mutaci přesměrována doména www.southbohemia.eu
- na polskou mutaci je přesměrována doména www.czechypoludniowe.pl

• Press a fam tripy

Organizujeme především ve spolupráci se zahraničními zastoupeními CzechTourism – účast novinářů, bloggerů, zástupců touroperatorů a cestovních kanceláří. Press a fam tripy jsou tematicky zaměřené na to nejlepší z jižních Čech a jsou navázané na témata našich kampaní a promoaktivit. Účastníci jsou především ze zemí hlavních cílových trhů.

• Veletrhy

Reisemesse Drážďany	leden	Německo
f.re.e Mnichov	únor	Německo
Ferien Messe Vídeň	březen	Rakousko
ITF Slovakiaitour	duben	Slovensko
T & C Lipsko	listopad	Německo

• Eventy / Konference

Argus Bike	duben	Rakousko
Travelcon	duben	ČR
Canaletto	srpen	Německo



d. Projekty

• Projekt NPPCRR Marketingové aktivity JCCR

- online mediální kampaň – Česká republika, Německo, Rakousko, Polsko

• Projekt Kulturní dědictví na Zlaté stezce – připravovaný

Zapojení partneri: JCCR, Plzeňský kraj, 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: JCCR, Jihočeská univerzita, RERA – regionální rozvojová agentura jižních Čech, Biskupství českobudějovické, Alšova jihočeská galerie, Tourismusverband Mühlviertler Alm, Leopoldschlag, Kefermarkt.

Cíl projektu: Vytvoření a propagace tzv. přeshraniční Gotické cesty (gotické objekty, především církevní památky).

• Projekt Brückner – Smetana – Dunaj – Vltava – připravovaný

Zapojení partneri – v jednání: JCCR, Jihočeský kraj, Jč filharmonie, Jč knihovna, EHMK ČB, Oberösterreich Tourismus, Tourismusverband Linz, OÖ Theater und Orchester GmbH, Brucknerhaus Linz, Amt der oberöstr. Landesregierung.

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.

• Projekt Přeshraniční cyklotrasa Vysočina – jižní Čechy – Dolní Rakousko – připravovaný

Cíl projektu: Propojení regionů cyklostezkou vedoucí z Jihlavy přes Telč, Dačice, Slavonice do Dolního Rakouska k řece Dunaj, napojení na cyklostezku podél Dunaje. Projekt bude zahrnovat i výstavbu infrastruktury.

• Projekty Zlatá stezka, Příroda a kultura na Zeleném pásu (EV 13), Venkovské památky, Památky žijí

- pokračování promoaktivit v rámci udržitelnosti projektů

Odpovědné 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

Ing. Alena Šimková – pracovník pro zahraniční cestovní ruch, South Bohemia Convention Bureau



4. SOUHRN PLÁNOVANÝCH VELETRHŮ A EVENTŮ DCR + ZCR + JFK + MICE 2024

Veletrhy			
Název	Termín	Místo	Odpovědné odd.
Reisenmesse	Leden	Německo	ZCR
ITF Slovakiatour Bratislava	duben	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
ITEP Plzeň	září	ČR	DCR
T & C Lipsko	listopad	Německo	ZCR
Eventy / Konference / Akce			
Název	Termín	Místo	Odpovědné odd.
EventFest	Duben	ČR	MICE
Argus Bike	Duben	Rakousko	ZCR
Travelcon	duben	ČR	DCR + ZCR
Pochod Praha Prčice (jihočeská část)	Květen	ČR	DCR
Barvám neutčeš	Červen	ČR	DCR
Filmový festival Karlovy Vary	Červen/červenec	ČR	JFK
Barevná devítka Praha	Srpen	ČR	DCR
Canaletto	srpen	Německo	ZCR
Podnikatelská konference Byzon	Září	ČR	MICE
Země Živitelka	září	ČR	DCR + MICE
Filmový festival Plzeň	září	ČR	JFK
APA & Setkání filmových kanceláří	Listopad	ČR	JFK

5. SOUTH BOHEMIA CONVENTION BUREAU



**South Bohemia
CONVENTION BUREAU**

a. Činnost

- South Bohemia Convention Bureau propaguje destinaci jihočeského kraje 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
- cílovou klientelou pro jižní Čechy je převážně český trh a příhraničí

b. Cíle

South Bohemia Convention Bureau si pro rok 2024 klade za cíl vyzdvihnout význam odvětví MICE pro cestovní ruch pomocí těchto základních pilířů:

1. Vzdělávání subjektů CR v odvětví MICE

- organizace minimálně jednoho odborného MICE semináře pro subjekty cestovního ruchu, které mají potenciál pro firemní klientelu
- vzdělávací a setkávací konference cestovního ruchu Travelcon
- organizace studijní cesty do Slovinska za účelem inspirace ze zahraničí

2. Monitoring subjektů v Jihočeském kraji s potenciálem pro MICE

- průběžné monitorování subjektů cestovního ruchu, atraktivit a zážitků vhodných pro MICE klientelu
- výstupy ukládány na web sbcb.cz, který prezentuje kompletní přehled MICE subjektů a aktivit v Jihočeském kraji

3. Organizace MICE tripů pro firemní klientelu a eventové agentury

- Nejeefektivnější prezentace regionu, kdy zástupce firmy či eventové agentury pozná region na vlastní kůži. Program utvořený na míru firemní klientele a eventovým organizacím dosahuje největší návratnosti této klientely.
- účast na festivalech a eventech, kde se soustřeďují eventové agentury a podnikatelé

4. Spolupráce na obchodní činnosti v oblasti MICE v jednotlivých turistických oblastech jihočeského kraje



c. Marketingové aktivity

Hlavní témata 2024:

- pěší, cyklo stezky
- zážitkové balíčky
- pivo a gastronomie v jižních Čechách
- vánoční akce a večírky

• Kampaně

- minimálně 3 bannerové kampaně na incentivní (zážitkové) programy v jižních Čechách, které budou prezentovat pestrou nabídku teambuildingových programů pro firmy v jižních Čechách

• Eventy

- EventFest v Praze
- podnikatelská konference Byzon
- setkání s partnery na výstavě Země Živitelka

• Online

- Seznam.cz, Idnes.cz, Novinky.cz
- sociální sítě – Facebook a Instagram – sbcb.cz v české a anglické mutaci, jiznicechy
- spolupráce se CzechTourism na online aktivitách

• Press

- časopis Komora, COT

• TV

- JTV – reportáže z jednotlivých destinačních oblastí o potenciálu MICE turistiky

Odpovědná osoba za South Bohemia Convention Bureau:

Ing. Alena Šimková

South Bohemia Convention Bureau

Průč Janův Dvůr | Masarykova Valtice | Interní programy | O nás | Kontakt

Jižní Čechy, region pro vaše akce a zážitky

Načtené business | Výzva incentivní program

SOUTH BOHEMIA CONVENTION BUREAU

South Bohemia Convention Bureau poskytuje organizacím odbornou podporu, ubytovací kapacitu a službu při plánování a realizaci konferencí, kongresů a incentivních akcí v Jihočeském kraji.

72	56 825	7	2
konferenčních místností	ubytovacích kapacit a počet míst	mezinárodních destinací	patřících UNESCO



6. JIŽNÍ ČECHY FILM OFFICE



a. Základní údaje a činnost

- regionální filmová kancelář Jihočeského kraje je nezávislým prostředníkem mezi filmaři, lokálními úřady a institucemi
- aktivně pracuje na zlepšení podmínek pro natáčení na regionální úrovni
- poskytuje asistenci na partnerské bázi audiovizuálním produkčním společnostem, které se zabývají produkcí filmů, dokumentů, televizních pořadů a dalších audiovizuálních děl
- spolupracuje s **Czech Film Commission** (Česká filmová komise), která propaguje Českou republiku jako atraktivní filmovou destinaci a slouží nejen zahraničním filmařům jako komplexní zdroj informací o českém audiovizuálním průmyslu
- pomoc s marketingem regionu jako filmové lokace a při propagaci prostřednictvím webu filmcommission.cz, Facebooku a Instagramu
- informace o zahraničních natáčeních
- podpora při komunikaci s filmaři

b. Cíle

Cílové trhy:



Dlouhodobé cíle:

- propagace Jihočeského kraje jako atraktivní a vstřícné filmové destinace
- rozšiřování povědomí o filmové kanceláři u odborné i široké veřejnosti
- zvýšení zájmu filmových produkcí o Jihočeský kraj
- oslovení dalších provozovatelů a majitelů lokací. Hlavní je nabízet lokace, z jejichž pronájmu putují peníze do veřejných rozpočtů, ať už na úrovni obecní, krajské nebo národní
- prezentace nových a méně známých lokací
- aktivní posílení komunikace s podnikateli Jihočeského kraje v rámci filmového průmyslu, a to jak prostřednictvím využívání jejich lokalit pro natáčení, tak i skrze poskytování klíčových služeb pro filmové produkce
- komunikační strategie zaměřena na posilování a rozvoj stávajících partnerství s odborníky z filmového průmyslu, identifikace a vytváření nových příležitostí pro synergickou spolupráci
- harmonizace vztahů mezi místními komunitami a filmovými štáby. To představuje efektivní veřejnou komunikaci vedoucí k vzájemnému porozumění a rozvíjení přátelských vazeb
- využití destinačních manažerů a jejich znalostí o dané oblasti při sběru kontaktů dodavatelů, oslovení správců a majitelů lokací

c. Marketingové aktivity

• Online

- Facebook a Instagram Jižní Čechy Film Office
- webový portál jiznicechyfilm.cz

• Eventy, festivaly

- Location tour

Jde o 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.

- Filmový festival Plzeň, konec září 2024

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

- Filmový festival v Karlových Varech, 28. 6. – 6. 7. 2024

- APA & Setkání filmových kanceláří, 1.ročník

Prezentace Jihočeského kraje producentům (i mezinárodní účast).

Odpovědná osoba za Jihočeskou filmovou kancelář:

Bc. Hana Kabashi



7. ANALYTIKA A VYHODNOCOVÁNÍ

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

Zdroje dat

- GAS (Good Analytical System)
 - analyticko-marketingový nástroj na sledování dat v oblasti cestovního ruchu v Jihočeském kraji.
 - pomáhá sledovat dosahy jednotlivých marketingových kampaní
 - sleduje návštěvnosti online prostředí (webů JCCR, sociálních sítí – Facebook, Instagram, YouTube, Pinterest)
 - sbírá data z Českého statistického úřadu (kapacity a návštěvnost HUZ), z Ministerstva financí (Poplatek z pobytu), hodnocení subjektů (Tripadvisor, Booking, Google Place, firmy.cz, facebook)... to vše na úrovni obcí, jednotlivých turistických oblastí i Jihočeského kraje
 - možnost sledování mediálního obsahu v online médiích
- 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 (noci).
- **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

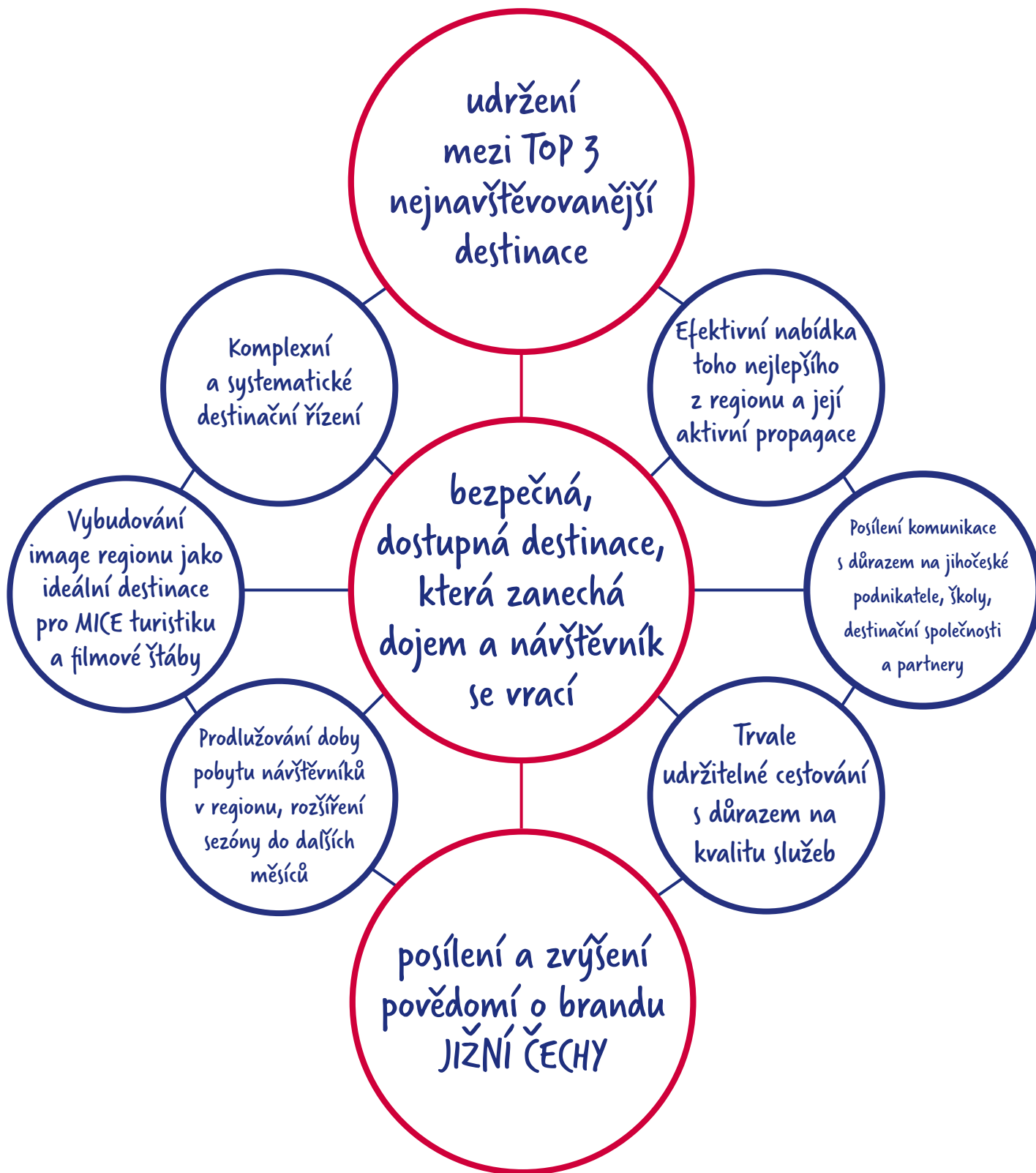
- **Mobilní data operátorů** – poslední analýza v roce 2019. Tuto analýzu zpracovává některá ze soukromých firem. Realizace je závislá na rozpočtu JCCR. V tento okamžik je možná spíše participace na celorepublikové analýze, v závislosti na národní centrále cestovního ruchu CzechTourism.
- **Behaviorální analýzy** – neplánujeme
- **Analýza Potenciálu cestovního ruchu v Jihočeském kraji** – spolupráce s Jihočeským krajem.
- **Vlastní terénní průzkum** – samostatně JCCR nerealizuje, využívá kontinuálního sběru dat v rámci sledování „Tracking DCR a PCR“ od agentury CzechTourism.

Odpovědná osoba za analytické oddělení:

Ing. Michal Šindelář



8. SHRNUÍ – STRATEGIE 2024





© 2023
Jihočeská centrála cestovního ruchu

Foto: JCCR