



ČESKÝ KRUMLOV

SVĚTOVÉ DĚDICTVÍ UNESCO

# Plán podpory rozvoje cestovního ruchu 2017



Českokrumlovský rozvojový fond, spol. s r.o.

Český Krumlov Tourism

náměstí Svornosti 2

381 01 Český Krumlov

[www.b2b.ckrumlov.info](http://www.b2b.ckrumlov.info)



ČESKÝ KRUMLOV  
TOURISM

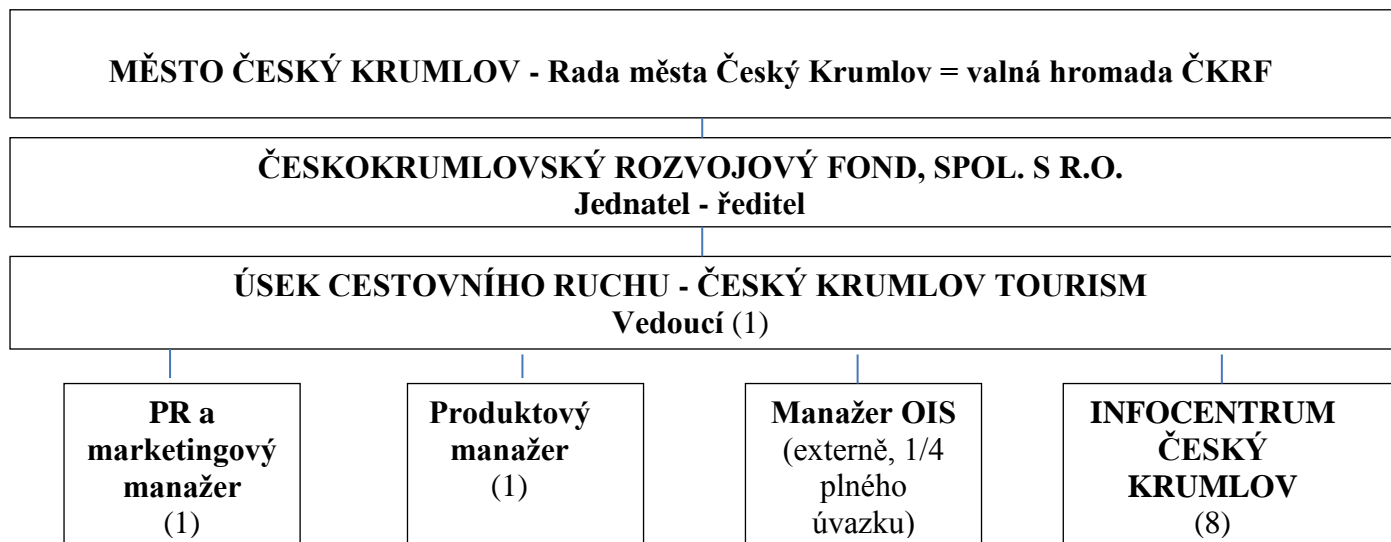
## **OBSAH**

<b>ORGANIZACE CESTOVNÍHO RUCHU V RÁMCI ČKRF</b>	<b>3</b>
<b>VÝCHOZÍ PŘEDPOKLADY, ZÁKLADNÍ DATA A FAKTA</b>	<b>4</b>
<b>CÍLE V OBLASTI CESTOVNÍHO RUCHU</b>	<b>8</b>
<b>PLÁN MARKETINGOVÝCH AKTIVIT 2017</b>	<b>13</b>
<b>KLÍČOVÁ TÉMATA KOMUNIKACE</b>	<b>13</b>
<b>PRODUKTY, PODPORA PRODEJE</b>	<b>14</b>
<b>INTERNET – WEBOVÝ PORTÁL <a href="http://www.ckrumlov.info">www.ckrumlov.info</a></b>	<b>15</b>
<b>ELEKTRONICKÁ MÉDIA</b>	<b>15</b>
<b>PR A KOMUNIKACE, E-MARKETING</b>	<b>16</b>
<b>EDICE – TIŠTĚNÁ MÉDIA</b>	<b>16</b>
<b>VELETRHY, WORKSHOPY, PREZENTACE</b>	<b>17</b>
<b>PARTNERSTVÍ</b>	<b>17</b>
<b>KLÍČOVÍ PARTNEŘI ČESKÝ KRUMLOV TOURISM</b>	<b>20</b>
<b>FINANCOVÁNÍ</b>	<b>21</b>
<b>ČESKÝ KRUMLOV TOURISM – KONTAKTY</b>	<b>22</b>

# ORGANIZACE CESTOVNÍHO RUCHU V RÁMCI ČESKOKRUMLOVSKÉHO ROZVOJOVÉHO FONDU

## ČESKÝ KRUMLOV TOURISM

Českokrumlovský rozvojový fond, spol. s r.o. (ČKRF) byl založen roku 1991 jako obchodní společnost ve stoprocentním vlastnictví města Český Krumlov. Pro naplnění oblasti činnosti „koordinace, podpora a rozvoj cestovního ruchu“ je v rámci ČKRF zřízen a provozován **úsek cestovního ruchu – Český Krumlov Tourism**. Činnost Český Krumlov Tourism je naplňována prostřednictvím 11ti pracovníků.



### VIZE

**ČESKÝ KRUMLOV TOURISM** provozovaný v rámci ČKRF je **výkonnou a respektovanou oficiální turistickou autoritou města Český Krumlov**. Poskytuje „pod jednou střešou“ **kvalitní ucelený servis pro návštěvníky destinace, obyvatele města a své partnery**. **Úzce spolupracuje** s partnery na místní, regionální, celostátní i zahraniční úrovni. Společnými aktivitami přispívá k tomu, aby Český Krumlov zůstal vyhledávanou turistickou destinací s akcentem na cílovou turistickou klientelu, prodlužování a navýšení počtu pobytů a zapojování širší nabídky města a blízkého okolí do návštěvnických programů. Systematicky se podílí na **řízení trvale udržitelného rozvoje cestovního ruchu** s ohledem na unikátní hodnotu historického dědictví města Český Krumlov, je **klíčovou součástí destinačního managementu Český Krumlov**.

### POSLÁNÍ

- **Zajistit kvalitní turistický servis pro návštěvníky Českého Krumlova.**
- **Být výkonnou a respektovanou marketingovou, servisní a obchodní organizací pro partnery na místní, regionální, celostátní i zahraniční úrovni.**
- **Spoluvytvářet a naplňovat oficiální marketingovou a komunikační strategii destinace Český Krumlov. Být servisní organizací destinačního managementu Český Krumlov, podílet se na řízení a rozvoji trvale udržitelného rozvoje cestovního ruchu ve městě (prostřednictvím naplňování systému kontinuálního sběru, sledování a vyhodnocování dat).**

## FINANCOVÁNÍ

- **z rozpočtu ČKRF** - v plném rozsahu provoz IC, dále financování nákladů a výdajů, které splňují podmínku daňově uznatelných nákladů (= náklady vynaložené pro zajištění a udržení příjmů ČKRF);
- **z obchodní činnosti úseku** – na základě obchodních dohod a smluv;
- **z rozpočtu města Český Krumlov** – na základě smluv město-ČKRF financování marketingových aktivit a částečně činnost OIS, na základě dohody město-ČKRF-Městské divadlo financování propagace akcí projektu „Českokrumlovské slavnosti“;
- **z grantových programů a z finanční podpory partnerů.**

## PARTNEŘI/KLIENTI

- **návštěvníci destinace, občané města Český Krumlov;**
- **subjekty cestovního ruchu a kultury působící na území destinace;**
- **instituce a autority působící v oblasti cestovního ruchu na úrovni místní, regionální, celostátní i zahraniční;**
- **odborná veřejnost** (vzdělávací instituce, profesní a zájmová sdružení apod.);
- **obchodní klienti** (touroperátoři, CK/CA, autobusoví dopravci, PCO, DMC apod.)
- **média** (republiková i zahraniční odborná a veřejnoprávní).

Marketingové aktivity jsou zaměřeny na následující subjekty:

- Obyvatelé města a regionu s potenciálem stát se návštěvníky využívajícími tur. nabídku a služby
- Návštěvníci/turisté
- Obchodní partneři/touroperátoři

## VÝCHOZÍ PŘEDPOKLADY, ZÁKLADNÍ DATA A FAKTA<sup>1</sup>

### TRH PRÁCE CESTOVNÍHO RUCHU, ZAMĚSTNANOST

V Českém Krumlově je aktuálně evidováno **3 062 aktivních podnikatelských subjektů**. Z tohoto počtu vykazuje **594 podnikatelských subjektů** některou z kategorií CZ NACE definovanou pod **sektor cestovního ruchu, což je 19 %**. Jako vedlejší podnikatelskou činnost v sektoru cestovního ruchu vykazuje 13 % subjektů. Město Český Krumlov vykazuje nejvyšší zastoupení podniků s převažující aktivitou v oboru ubytování, stravování a pohostinství z celkového počtu podnikatelských subjektů – krajský průměr je 7,1 %, v rámci města Český Krumlov je to 13,6 %.

	Hlavní činnost	Vedlejší činnost
Celkem podnikatelských subjektů (všechny kategorie CZ NACE)	3 062	4 897
Počet podnikatelských subjektů podnikajících v cestovním ruchu	594	662
Podíl podnikatelských subjektů v cestovním ruchu	19 %	13 %

<sup>1</sup> Zdroj: Strategie cestovního ruchu Českého Krumlova, draft březen 2017, zpracovatel KPMG Česká republika, s.r.o.

Podle analýzy KPMG přesahuje spotřeba návštěvníků Českého Krumlova každý rok až 2–2,4mld. Kč – dopad takové spotřeby (včetně její multiplikace) pro veřejné rozpočty prostřednictvím daňových výnosů je každoročně až 0,7 – 0,9 mld. Kč. Tato spotřeba implikuje zaměstnanost přímo v obci (po odečtení dojíždějících pracovníků) ve výši **2500 –2800 tis. plných pracovních úvazků (v kumulaci)**<sup>2</sup>. Dle Analýzy přínosů cestovního ruchu v Českém Krumlově zpracované Vysokou školou hotelovou v Praze v roce 2015 dosahuje **počet osob zaměstnaných díky turismu 3 699**. Tato hodnota zohledňuje také částečné úvazky a šedou ekonomiku.

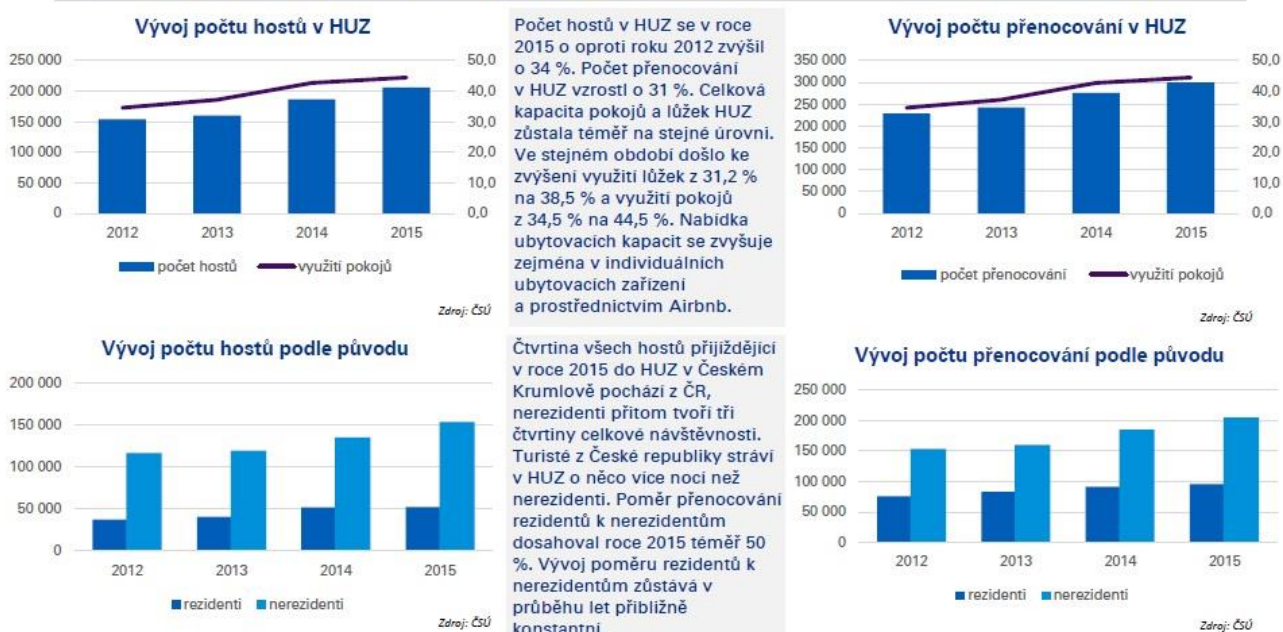
V přeneseném významu (pomocí přepočtu na počet osobodni) lze indikovat, že v uvedených oblastech zaměstnanosti zabezpečuje cestovní ruch v Českém Krumlově až 40 % pracovních míst (s přihlédnutím k faktu, že návštěvníci vytěží infrastrukturu města i služby mnohem významněji než rezidenti).

3

## HOSTÉ V HROMADNÝCH UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍCH

### Analýza poptávky cestovního ruchu v Českém Krumlově

Počet hostů a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních (HUZ) neustále roste. Při stabilním počtu pokojů a lůžek v HUZ dochází k nárůstu využití lůžek a pokojů. V roce 2015 strávilo minimálně jednu noc v HUZ v Českém Krumlově 208 tisíc hostů a při celkovém počtu 300 tisíc přenocování. Turisté tak preferují krátké pobyty.



<sup>2</sup> \*2 500 – 2 800 tis. kumulovaných plných pracovních úvazků – počet osob pracujících v zaměstnání spjatým s cestovním ruchem je vyšší (příklad dva zaměstnanci mohou tvořit jeden kumulovaný pracovní úvazek, pokud jejich služby odeberají z poloviny rezidenti a z poloviny návštěvníci).

<sup>3</sup> \*\*osobodni je den strávený osobou v určitém místě (příklad: 2 turisté, kteří stráví v obci dva dny (resp. jednu noc) – realizují čtyři osobodny)

# Rámcová analýza příjezdového cestovního ruchu v Českém Krumlově

Počet hostů v HUZ	
Top 6 v roce 2016	
Tchaj-wan	30 981
Čína	24 031
Japonsko	13 097
USA	13 011
Jižní Korea	10 168
Ostatní asijské země	13 097

Počet hostů v HUZ	
Top 6 v roce 2016 z Evropy	
Německo	9 598
Rakousko	9 492
Slovensko	4 157
Maďarsko	3 841
Rusko	2 638

Počet přenocování v HUZ	
Top 6 v roce 2016	
Tchaj-wan	32 664
Čína	27 172
Německo	18 558
USA	17 084
Japonsko	14 253
Ostatní asijské země	14 186

Počet přenocování v HUZ	
Top 6 v roce 2016 z Evropy	
Německo	18 558
Rakousko	14 200
Slovensko	7 907
Maďarsko	6 780
Rusko	3 517



Počet hostů (2015)
7 500 a více
3 000 – 7 499
1 001 – 2 999
0 – 1 000

Země s největším nárůstem příjezdů mezi lety 2012 – 2015:

- Čína
- USA
- Jižní Korea
- Tchaj-wan
- Slovensko
- Rakousko

Zdroj: ČSÚ



Počet přenocování (2012)
15 000 a více
9 000 – 14 999
3 000 – 8 999
0 – 2 999

Země s poklesem nebo konstantním počtem příjezdů mezi lety 2012 – 2015:

- Ukrajina
- Rusko
- Nizozemsko
- Francie

Zdroj: ČSÚ

## PŘÍJMY DO ROZPOČTU MĚSTA ČESKÝ KRUMLOV SPOJENÉ S TURISMEM

### Stávající příjmy Českého Krumlova spojené s turismem

- Cestovní ruch tvoří prostřednictvím spotřeby návštěvníků významný příjem do ekonomiky České republiky. Přínos cestovního ruchu pro ekonomiku samotných obcí, kde je cestovní ruch realizován, lze pak odvozovat na základě rozpočtového určení daní (RUD).
- Existují však i výnosové položky, které jsou příjmem města. V současnosti získává Český Krumlov příjmy buď přímo do rozpočtu města nebo do rozpočtu Českokrumlovského rozvojového fondu (ČKRPF).



**Roční bilance výnosů související s turismem pro město Český Krumlov** (odhad na základě dat z let 2013 – 2015)

#### Rozpočet města Český Krumlov

Výnosové položky				
Položka	Výnosy celkem	Z toho turismus	Náklady na turismus	Bilance
Poplatek za lázeňský a rekreační pobyt	4,7	4,7	-0,1	4,6
Poplatek z ubytovací kapacity	1,8	1,8	-0,1	1,7
Poplatek za užívání veřejného prostranství	3,8	1,9	-0,1	1,8
Daň z nemovitosti	17,7	6,2	-0,2	6,0
Nájemné parkoviště ČKRPF	6,1	6,8	-1,0	4,8
Příjmy ze zón placeného stání (CKRF)	2,5	1,3	-0,7	0,6
Ostatní výnosy	2,3	2,3	-	2,3
<b>Celkem</b>	<b>38,9</b>	<b>23,9</b>	<b>-2,2</b>	<b>21,7</b>

Nákladové položky	
Položka	Náklady na turismus
Dotace na podporu CR (ČKRPF)	-1,5
Dotace městských slavností	-1,0
Dotace kultura - MHF, ESAC	-1,2
Zvýšené náklady na úklid, odpady	-5,0
Činnost městské policie (P-V)	-4,9
Ostatní náklady MÚ	-1,0
<b>Celkem</b>	<b>-14,8</b>

#### Rozpočet ČKRPF

Výnosové/nákladové položky				
Položka	Výnosy celkem	Z toho turismus	Náklady na turismus	Bilance
středisko cestovní ruch	10,6	10,6	13,7	-3,1
středisko parking	18,8	18,8	16,9	2,9
středisko správa nemovitosti	20,9	16,7	9,2	6,5
středisko Muzeum Seidel	1,5	1,5	3,0	-1,5
<b>Celkem</b>	<b>51,8</b>	<b>46,6</b>	<b>-41,8</b>	<b>4,8</b>

Vliv cestovního ruchu na rozvoj města má od roku 1990 zásadní význam. Významně přispěl k obnově a celkovému zvelebení města včetně nemovitého majetku v soukromém vlastnictví. Dopad na příjmy rozpočtu města však není zdaleka tak vysoký. Pokud se má podíl města na rozvoji cestovního ruchu zvyšovat, musí být přímé příjmy do rozpočtu mnohem vyšší.

Celková bilance Českého Krumlova

cca + 12 mil Kč ročně

## DALŠÍ STATISTICKÉ ÚDAJE<sup>4</sup>

- Městský úřad Český Krumlov eviduje ve městě více než **4 700 lůžek** sloužících turistům k přechodnému **ubytování, stravovací zařízení** disponují více než **8 500 místy k sezení**.
- Celkový počet **osobních automobilů**, zaparkovaných na parkovištích ve správě ČKRF **vzrostl** oproti roku 2015 o **10%**.
- Celkový počet **návštěvníků Infocentra Český Krumlov** byl necelých **240 000**, což odpovídá několikaletému průměru.
- **OIS = [www.ckrumlov.info](http://www.ckrumlov.info) (statistika Google Analytics)**
  - o Počet stažených stran (Zobrazení stránek): 6 219 083 (obdoba roku 2015)
  - o Počet návštěv dle Google Analytics: 1 999 034 (obdoba roku 2015)
  - o Počet stránek na 1 návštěvu: 3,11, průměrná doba návštěvy 2:16 (obdoba roku 2015)
  - o Zvýšení návštěvnosti je z Rakouska cca o 8,2% a Slovenska cca o 7%, zhruba stejná návštěvnost je z ČR, USA, Maďarska, mírný pokles Velká Británie, Tchaj-wan (4-7%), výraznější pokles Rusko, Španělsko cca 25%
  - o Výrazné zvýšení návštěvnosti z mobilních zařízení na úkor desktopů a tabletů cca o 30%, což odpovídá téměř 1/5 (20%) všech návštěv
  - o Návštěvníci: 61,6% ženy, 38,4% muži, nejpočetnější je věková kategorie 25-34 let cca 28%, poté 35-44 let cca 21% a 45-54 cca 16%. Věková kategorie 18-24% je cca 14%
  - o Výrazné zvýšení příchodu návštěv ze sociálních sítí cca o 25% - nejvíce Facebook (nárůst o 47%, který činí více než 92% přístupů ze sociálních sítí), druhým je Naver s cca 2,8% přístupů, zde výrazný pokles cca 26%), ostatní sociální sítě jsou téměř zanedbatelné (např. Twitter a další pod 1%)
  - o Nejvíce návštěv přichází z vyhledávačů více než 900 tis, ale stále je výrazný počet i přímých návštěvníků více než 600 tis.
  - o Cca 2 měsíční reklamní kampaň na vyhledávači Google.com, realizovaná koncem roku 2016 přinesla více než 4260 návštěv, nejvíce na stránky Festivalu vína 2529 a Český Krumlov Card cca 950 (CZ) a přes 700 (DE/EN)
  - o Opatření v infrastruktuře přinesly cca 10% zrychlení načítání stránek a snížení odezvy serveru cca o 28%
  - o Vlastní vyhledávání na webových stránkách využilo cca 0,98% návštěvníků, nejčastěji hledané výrazy: parkování, divadlo, otáčivé hlediště, registr vozidel, matrika, zámek, městské divadlo, územní plán, webová kamera, advent

---

<sup>4</sup> K 31. 12. 2016 (zdroj: interní sběr statistických dat prostřednictvím ČKRF a MÚ ČK)

## CÍLE V OBLASTI CESTOVNÍHO RUCHU 5

### GLOBALNÍ CÍL 2022

Globálním cílem Strategie je do roku 2022 posílení atraktivity Českého Krumlova prostřednictvím zachování jeho autenticity a vytváření kvalitních turistických produktů jako základu konkurenceschopné destinace cestovního ruchu s vysokou hodnotou značky (Brandu) pro návštěvníky.

Dosažení strategického cíle bude sledováno (v porovnání s hodnotami za r. 2014) :

- Snížením sezonních rozdílů v návštěvnosti Českého Krumlova zvýšením čistého využití lůžek o 15%
- Zvýšením průměrné doby pobytu turistů o 20% v hromadných ubytovacích zařízeních
- Zvýšení pozitivní bilance městského rozpočtu generované z cestovního ruchu o 250 % očištěných o inflaci

### Strategické cíle

**SC 1.1.** Zachování mimořádného přírodního a kulturního odkazu a genia loci Českého Krumlova jako základu skutečně autentické nabídky cestovního ruchu

**SC 1.2.** Kultivace základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu včetně účinného řešení dopravy v Českém Krumlově a okolí

**SC 2.1.** Vytvoření a uplatňování funkčního modelu řízení a financování cestovního ruchu v Českém Krumlově a okolí založeném na principu destinačního managementu

**SC 2.2** - Zvýšení kvality poskytovaných služeb v Českém Krumlově a okolí na všech úrovních nabídky cestovního ruchu

**SC 3.1.** Zvýšení účinnosti marketingu Českého Krumlova na trhu prostřednictvím tvorby produktů cestovního ruchu s vysokou přidanou hodnotou pro návštěvníky

**SC 3.2.** - Budování vysoké hodnoty vnímání značky (Brandu) Českého Krumlova návštěvníky uplatňováním principů destinačního marketingu

## PRIORITY A OPATŘENÍ PRO ROZVOJ CESTOVNÍHO RUCHU

### Priority Strategie do roku 2022 s výhledem do roku 2030

#### Priorita 1

Podpora nabídky cestovního ruchu

**Opatření 1.1** - Péče o přírodní a kulturní předpoklady rozvoje cestovního ruchu a jejich udržitelné využívání v Českém Krumlově

**Opatření 1.2** – Budování nových a zkvalitnění stávajících prvků infrastruktury a služeb pro cestovní ruch v Českém Krumlově

**Opatření 1.3** – Zlepšení dostupnosti a zkvalitnění dopravní infrastruktury pro cestovní ruch v Českém Krumlově

#### Priorita 2

Destinační management (Management destinace)

**Opatření 2.1** - Inovace organizační struktury řízení destinace a její uplatňování v Českém Krumlově

**Opatření 2.2** - Podpora rozvoje lidských zdrojů a zvyšování kvality služeb v cestovním ruchu v Českém Krumlově

**Opatření 2.3** - Vytvoření systému sběru a sledování statistických dat o výkonech cestovního ruchu a marketingových informací v Českém Krumlově

#### Priorita 3

Destinační marketing (Marketingová strategie)

**Opatření 3.1** - Tvorba produktů cestovního ruchu Českého Krumlova

**Opatření 3.2** - Strategie značky Český Krumlov

**Opatření 3.3** - Komunikační strategie cestovního ruchu Českého Krumlova

<sup>5</sup> Zdroj: Strategie cestovního ruchu Českého Krumlova, draft březen 2017, zpracovatel KPMG Česká republika, s.r.o.



## PRIORITA 1: PODPORA NABÍDKY CESTOVNÍHO RUCHU<sup>6</sup>

Odpovědnost za naplňování první priority má především město Český Krumlov, **priorita váže na další hlavní aktuální a připravované koncepční dokumenty města:** Strategický plán města Český Krumlov / Územní plán Českého Krumlova / Management plán pro historické centrum Českého Krumlova / Management plán Národní kulturní památka zámek Český Krumlov / Strategie dopravy města Český Krumlov.

Český Krumlov Tourism/DMO ČR působí v rámci naplňování této strategie především jako konzultační/poradní orgán.

## PRIORITA 2: DESTINAČNÍ MANAGEMENT<sup>7</sup>

### ZALOŽENÍ DMO ČR

**CÍL 2017: VYTVOŘENÍ PLNOHODNOTNÉ A PLNĚ FUNKČNÍ ORGANIZACE DESTINAČNÍHO MANAGEMENTU/DESTINAČNÍ SPOLEČNOSTI PROSTŘEDNICTVÍM AKTIVNÍHO A PLNOHODNOTNÉHO ZAPOJENÍ VEŘEJNÉ I SOUKROMÉ SFÉRY**

Současnému vývoji turismu v Českém Krumlově již nastavený model řízení neodpovídá. Stagnace v některých oblastech, problémy spojené s rozvojem masového turismu a budoucí příležitosti, **vyžaduje inovaci stávajícího modelu řízení vytvořením moderní organizace destinačního managementu (DMO).** Hlavním smyslem založení DMO by především mělo být vytvoření podmínek pro efektivnější uplatňování spolupráce, zkvalitňování nabídky a celkové zefektivnění marketingu destinace. **Nový model řízení také umožní lépe řešit hlavní slabé stránky stavu destinace** (negativní postoj rezidentů k cestovnímu ruchu, přetížené historické centrum včetně ztráty autenticity, sezonnost, zkracující se doba pobytu turistů a proměnlivá kvalita služeb). **Platforma DMO rovněž umožní snazší navazování spolupráce s okolními destinacemi a atraktivitami a rychlejší zavádění inovací do řízení destinace.**

**Prioritou roku 2017 je založit novou destinační společnost/DMO ČR.** Jako vhodná právní forma, uvedená v Implementační části Strategie je **spolek**. Vznikne tak platforma úzké kooperace a koordinace mezi veřejným a soukromým sektorem (jejich zástupci se stanou členy spolku). Strategie uvádí jako **vhodnou územní působnost město Český Krumlov + blízký region** (vybrané obce).

**Cílem roku 2017 je zvolit vhodnou organizační strukturu a způsob financování.** DMO ČR musí být založena na **více zdrojovém financování:** členské příspěvky, vlastní činnost, rozvojový fond turismu, evropské prostředky, dotace MMR/CzechTourism, dotace JČ kraje/JCCR.

---

<sup>6</sup> Více info viz Strategie cestovního ruchu Českého Krumlova, draft březen 2017, zpracovatel KPMG Česká republika, s.r.o., str. 35 – 39 a Implementační část Strategie, draft březen 2017, str. 3

<sup>7</sup> Více info viz Strategie cestovního ruchu Českého Krumlova, draft březen 2017, zpracovatel KPMG Česká republika, s.r.o., str. 40 – 44 a Implementační část Strategie, draft březen 2017, str. 4 – 12 (rámcové návrhy org. struktury, zdrojů a způsobů financování)

### AKTIVITY 2017:

Jednání ohledně vzniku nové společnosti budou probíhat kontinuálně v úzké koordinaci zástupců města ČK, ČKRF a zástupců vybraných obcí na straně veřejné sféry a především Sdružení cestovního ruchu Český Krumlov na straně soukromé sféry.

**Zodpovídá:** vedoucí Český Krumlov Tourism

### LIDSKÉ ZDROJE A ZVYŠOVÁNÍ KVALITY SLUŽEB

Dlouhodobý úkol cca do roku 2020, odpovědnost za naplňování má především město Český Krumlov ve spolupráci s DMO ČK, ČKRF a okolními obcemi (především oblast Lipensko). Dlouhodobý nedostatek odborných pracovníků v cestovním ruchu v Českém Krumlově by měl být řešen **vznikem odborné vzdělávací instituce se zaměřením na hotelnictví, gastronomii a cestovní ruch**. Dále Strategie navrhuje **zavádění produktových certifikací a širší zapojování subjektů do národních certifikačních systémů**.

Úkolem nové DMO ČK je rovněž podílení se na realizaci **školení/seminářů/workshopů** pro odbornou i laickou veřejnost.

### AKTIVITY 2017:

- Ve spolupráci se Sdružením průvodců Český Krumlov realizace **moderované debaty o kulturních zvyklostech návštěvníků Krumlova „KRUMLOVCULTURE.CZ“ 18. 3. 2017** pro širokou veřejnost s cílem představit 5 národností prostřednictvím rodilých mluvčích, zástupců americké, čínské, italské, ruské a senegalské národnosti
- Ve spolupráci se Sdružením cestovního ruchu Český Krumlov realizace **školení Cenotvorba v ubytovacích službách v Českém Krumlově 23. 3. 2017** pro majitele/provozovatele ubytovacích zařízení v Českém Krumlově
- **Duben 2017: prezentace Strategie rozvoje cestovního ruchu Českého Krumlova** pro laickou i odbornou veřejnost, diskuse
- **Servis Český Krumlov Tourism při zavádění nových produktů/nové atraktivity na trh („produktová školení“)** – ve spolupráci s provozovatelem atraktivity organizace speciální prohlídky pro zainteresovanou veřejnost z ČK s cílem poznat novou destinační nabídku

Další aktivity roku 2017 budou odvislé od vzniku nové společnosti.

**Zodpovídá:** vedoucí Český Krumlov Tourism

### SBĚR A SLEDOVÁNÍ STATISTICKÝCH DAT O VÝKONECH DESTINACE

#### CÍL 2017: ZAVEDENÍ SYSTÉMU SBĚRU A SLEDOVÁNÍ STATISTICKÝCH DAT A MARKETINGOVÝCH ŠETŘENÍ

Jedná se o jednu ze stěžejních činností současného Český Krumlov Tourism, potažmo nově vzniklé DMO ČK. Strategie doporučuje zavedení systému, tj. **kontinuální sledování a vyhodnocování 21 doporučených indikátorů a nastavení systému využívání marketingových šetření**. Pravidelně musí být vyhodnocováno rovněž **naplňování Strategie** dle zvolených metrik.

Zavedení plnohodnotného systému bude odvislé od vzniku nové společnosti, s čímž souvisí personální posílení současného Český Krumlov Tourism o pracovníka, zodpovědného za oblast statistik a analýz.

## PRIORITA 3: DESTINAČNÍ MARKETING<sup>8</sup>

### CÍLOVÉ TRHY 2017<sup>9</sup>

**TOP trhy** (priorita 1) = trhy majoritního zájmu, na které budou zaměřeny vlastní nástroje marketingové komunikace v roce 2017 (viz dále) - zaměření na individuální klientelu

- **Česká republika / Německo / Rakousko / Slovensko / Maďarsko**
  - o **Region ČR, Lipno, ČB, „Evropský region Dunaj – Vltava“** (Horní Rakousko, Dolní Bavorsko, JČ, ZČ) – segment návštěvníků ze vzdálenosti cca do 150 km, který realizuje krátkodobé pobyty, ale do destinace se vrací a účastní se především nabídky akcí

**Rozvinuté trhy<sup>10</sup>** (priorita 2) = potenciální zájmové trhy z hlediska vlastních marketingových aktivit v dalších letech, marketingové aktivity v roce 2017 realizovány v kooperaci s agenturou CzechTourism – zahraničními zastoupeními (na základě marketingového plánu CzT 2017), Jihočeskou centrálou cestovního ruchu a v úzké součinnosti s místními průvodci, kteří se na uvedené trhy specializují

- **Polsko, Benelux, Francie, Itálie, Španělsko, Rusko, Spojené království, USA, Kanada**

**Perspektivní trhy<sup>10</sup>** (priorita 3) = trhy minoritního zájmu z hlediska vlastních marketingových aktivit, v případě asijských zemí je předpokládána zvýšená spolupráce se zahraničními zastoupeními agentury CzechTourism – především Čína, Jižní Korea, Japonsko, Hong Kong, Tchaj-wan vzhledem k zaměření CzT na tyto trhy jako na nově rozvíjející se, mezi cílovými destinacemi v ČR pro uvedené trhy uveden Český Krumlov. V případě marketingových aktivit v dalších letech je cílem zaměření se na kvalitní bonitní klientelu z těchto trhů.

- **asijské země, Latinská Amerika, Austrálie**

### NÁVRH CÍLOVÝCH TRHŮ KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE DMO ČR DLE STRATEGIE CR

Cílové trhy komunikační strategie DMO Českokrumlovsko - rozdělení dle významu pro turismus Českého Krumlova



**Hlavní TOP trhy** (Česká republika, Německo (Bavorsko, ostatní), Rakousko (Horní Rakousko, ostatní), Slovensko, Maďarsko, Polsko)

- Marketingové aktivity realizovány napřímo novou DMO Českokrumlovsko
- Využívána je synergie spolupráce s JCCR a CzechTourism díky provázání produktů Českého Krumlova na systém produktů CzechTourism
- Nejvyšší potenciál opakovatelnosti návštěv, výše spotřeby a počtu přenocování – viz analýza poptávky



**Perspektivní trhy** (USA a Kanada, Asijské země, Latinská Amerika, Austrálie)

- Pro marketingové aktivity je využita především agentura CzechTourism a její síť zahraničních zastoupení
- Ve spolupráci s JCCR je ovlivňován způsob prezentace značky Český Krumlov na těchto trzích, využívána synergie spolupráce a vyhodnocovány dopady na hodnotu značky



**Rozvinuté trhy** (Benelux, Francie, Itálie, Španělsko, Rusko, Velká Británie)

- Marketingové aktivity realizovány zprostředkovaně JCCR a CzechTourism ve spolupráci s DMO – využívána je síť zahraničních zastoupení
- DMO aktivně ovlivňuje zejména způsob prezentace značky Český Krumlov na těchto trzích, využívána je synergie spolupráce a vyhodnocuje dopady na hodnotu značky



<sup>8</sup> Více info viz Strategie cestovního ruchu Českého Krumlova, draft březen 2017, zpracovatel KPMG Česká republika, s.r.o., str. 45 – 65 a Implementační část Strategie, draft březen 2017, str. 18

<sup>9</sup> Klasifikace trhů, uváděná agenturou CzechTourism

<sup>10</sup> Z důvodu omezených finančních i personálních zdrojů nejsou v roce 2017 plánovány výraznější marketingové aktivity na uvedených trzích, samozřejmě je ovšem poskytnutí kvalitního komplexního turistického servisu v místě (poskytnutí průvodcovského servisu v daném jazyce, distribuce vybraných edičních titulů (propagační materiály, tištěné průvodce, mapy apod.) ve více světových jazycích apod.)

## TVORBA PRODUKTŮ CESTOVNÍHO RUCHU

### CÍL 2017: ZAVEDENÍ NOVÉHO SYSTÉMU PRODUKTŮ CESTOVNÍHO RUCHU, VYCHÁZEJÍCÍHO Z ANALÝZY POTENCIÁLU DESTINACE ČESKÉHO KRUMLOVA

Základem všech ve Strategii definovaných produktů je **orientace na zážitek**, propojení na národní značku (národní/tematické produkty) a komerční a obchodní zaměření umožňující jejich rozvoj na základě dlouhodobé spolupráce.

**Hlavním nositelem inovovaného systému produktů je nově založená DMO ČR.**

#### Návrh systému produktů cestovního ruchu v Českém Krumlově a jejich vazba na národní produkty agentury CzechTourism



### STRATEGIE ZNAČKY ČESKÝ KRUMLOV

**Hodnota značky musí i nadále vycházet z klíčové nabídky destinace a být odrazem její věrohodnosti (autenticity).** K posunu tedy musí dojít zejména ve způsobu jejího vnímání, a to z relativně levné a dostupné destinace na destinaci s atraktivním produktem s vysokou přidanou hodnotou pro návštěvníky, kterou je možné nabízet za vyšší cenu. **Hodnotu značky ale není možné zvýšit pouhým zvýšením ceny produktu.** Je nutné zároveň významně zkvalitnit nabídku cestovního ruchu a zvýšit kvalitu poskytovaných služeb. Nové produktové portfolio a vhodně zvolené nástroje komunikační strategie dále mohou hodnotu a vnímání značky Českého Krumlova zvýšit.

**Stanovit požadovanou hodnotu a způsob vnímání značky Českého Krumlova na zdrojových trzích cestovního ruchu by mělo být úkolem nově vzniklé DMO ČR ve spolupráci s renomovanou PR agenturou.**

## KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE CESTOVNÍHO RUCHU ČESKÉHO KRUMLOVA

### CÍL 2017: NA ZÁKLADĚ DOPORUČENÍ STRATEGIE CESTOVNÍHO RUCHU VE SPOLUPRÁCI S RENOMOVANOU PR AGENTUROU:

- rozpracování detailního obsahu produktového portfolia cestovního ruchu, využití archetypální segmentace klientely CzechTourismu pro komunikační strategii CR v ČR
- vznik moderní karty hosta/návštěvníka Českokrumlovska ve vazbě na Lipensko
- inovace oficiálního informačního systému Českého Krumlova jako moderní webové prezentace
- inovace mobilní aplikace Českého Krumlova
- aktivní využívání sociálních sítí (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube) pro marketingové aktivity
- partnerství - zintenzivnění spolupráce v oblasti destinačního marketingu (komunikační strategie) Českokrumlovska a Lipenska, využití možností spolupráce s Jihočeskou centrálou cestovního ruchu a CzechTourism

## PLÁN MARKETINGOVÝCH AKTIVIT 2017

### KLÍČOVÁ TÉMATA KOMUNIKACE

#### Komunikace především v rámci výše uvedených produktových linií:

- Český Krumlov - památka UNESCO v proměnách historie
- Český Krumlov město festivalů a kulturních akcí
- Český Krumlov město relaxace, lásky a pohody
- Český Krumlov místo pro aktivní dovolenou
- Český Krumlov Business & MICE

#### KLÁŠTERY ČESKÝ KRUMLOV

[www.klasteryck.cz](http://www.klasteryck.cz)

Kláštery Český Krumlov nabízí celoroční provoz jak formou stálých expozic, tak jednorázových aktivit/akcí v průběhu celého roku. Cílovým návštěvníkem jsou především rodiny s dětmi a školní kolektivy, cílový trh ČR.

#### ZA SLAVNOSTMI A FESTIVALY – aktuální programy TOP akcí 2017

[www.ckrumlov.info/kulturnitipy](http://www.ckrumlov.info/kulturnitipy)

**Festival komorní hudby** (23. 6. - 2. 7. 2017) / **Mezinárodní hudební festival Český Krumlov** (14. 7. - 5. 8. 2017) / **Festival barokních umění** (15. - 17. 9. 2017) / **Otáčivé hlediště** (7. 6. – 9. 9. 2017) / **Krumlovské podzimní recitály** (28. 10. – 25. 11. 2017) / **Festival vína** (27. 10. – 30. 11. 2017). V rámci projektu Českokrumlovské slavnosti se budou konat tradiční akce **Kouzelný Krumlov** (30. 4. – 1. 5. 2017), **Slavnosti pětিলisté růže** (16. – 18. 6. 2017), **Svatováclavské slavnosti** (28. 9. – 1. 10. 2017), **Advent a Vánoce v Českém Krumlově** (1. 12. 2017 – 6. 1. 2018).

## ČESKÝ KRUMLOV AKTIVNÍ

[www.ckrumlov.info/kulturnitipy](http://www.ckrumlov.info/kulturnitipy)

**VLTAVA = USP** (Unique Selling Propositions) Českého Krumlova, unikátní produkt, který hraje významnou roli v cestovním ruchu Českého Krumlova. Český Krumlov patří mezi vyhledávané cíle specifického cílového segmentu vodáků. Vrcholem vodácké sezóny je **Krumlovský vodácký maraton** (13. – 14. 10. 2017). Nedotčená okolní krajina vybízí ke strávení dovolené v pohybu i v dalších formách aktivního pohybu. Vyvrcholením tradičních sportovních aktivit budou sportovní akce mezinárodního významu **Bohemian Gran Fondo** (říjen 2017) a **Rallye Český Krumlov** (19. – 20. 5. 2017).

## ČESKÝ KRUMLOV CARD

[www.ckrumlov.cz/card](http://www.ckrumlov.cz/card)

Jeden z nástrojů podpory prodeje destinace, motivační nástroj k prodloužení pobytu návštěvníka – cílem roku 2017 a let následujících je vytvořit plnohodnotnou moderní kartu hosta/návštěvníka

### PRODUKTY, PODPORA PRODEJE

#### NÁVŠTĚVNÍCI/TURISTÉ (B2C) – FIT

- **ČESKÝ KRUMLOV CARD – jeden z nástrojů podpory prodeje destinace, motivační nástroj k prodloužení pobytu návštěvníka**

**CÍL 2017+:** postupná transformace současné podoby na moderní kartu hosta/návštěvníka  
Českokrumlovska ve vazbě na Lipensko

#### AKTIVITY 2017:

- Intenzivní propagace na **TOP trzích** (koncentrace na e-marketing – vyhledávače Seznam, Google; sociální sítě – Facebook; inzerce v médiích)

- **POBYTOVÉ BALÍČKY – FIT**

**CÍL 2017+:** inovace současného systému tvorby a prodeje destinačních pobytových balíčků = kombinované programy pro individuální klienty s konkrétním obsahem, cenou, možnostmi koupě

**Varianta 1: Společná destinační nabídka**, jednotná pro všechna zapojená ubytovací zařízení + další služby, které nabízí dané ubytovací zařízení navíc = různá konečná cena balíčku (inspirace viz [https://www.graztourismus.at/en/hotels-apartments/graz-packages/weekend-3-2\\_pu-7127](https://www.graztourismus.at/en/hotels-apartments/graz-packages/weekend-3-2_pu-7127) (víkendové balíčky 3 noci za cenu 2) – realizace v závislosti na zájmu ubytovacích zařízení

**Varianta 2: Individuální nabídka partnerských subjektů** = rezervace/prodej balíčků jednotlivých ubytovacích zařízení dle jejich individuální nabídky – nejen prostřednictvím samotných ubytovacích zařízení, ale i prostřednictvím [www.ckrumlov.info](http://www.ckrumlov.info) a s využitím dalších nástrojů marketingové komunikace níže – inspirace viz <http://www.linztourismus.at/essen-und-schlafen/packages/hotelpackages/>

#### AKTIVITY 2017:

- Realizace pobytových balíčků na webových stránkách [www.ckrumlov.info](http://www.ckrumlov.info) + prezentace na **TOP trzích** s využitím marketingových nástrojů uvedených dále

- **Rakouský trh:** Pokračování spolupráce s pracovní skupinou **Tourismusverband Linz + Blue Danube Airport Linz + Eurotours International** - příprava přeshraničních pobytových programů pro individuální klienty a skupiny, které budou distribuovány a prodávány prostřednictvím zavedených distribučních kanálů těchto partnerů.

## OBCHODNÍ PARTNEŘI/TOUOPERÁTOŘI (B2B – GROUP/MICE)

### AKTIVITY 2017:

- **Tvorba speciálních webových stránek pro segment M.I.C.E. a GROUP** v rámci [www.ckrumlov.info](http://www.ckrumlov.info)
- **Zasílání pravidelného newsletteru o aktuální turistické nabídce**, o aktuálním produktovém portfoliu destinace (ČJ NJ, AJ / 2x ročně – jaro 2017 aktuální sezóna, podzim 2017 novinky 2018) – spolupráce především se zahraničními zastoupeními agentury CzechTourism
- Organizace **fam tripů ve spolupráci s CzechTourism a Jihočeskou centrálou cestovního ruchu** (předpokládaný počet cca 10 fam tripů), organizace **fam tripů na základě individuální poptávky**
- Spolupráce s touroperátory a CK na základě poptaného zájmu o obchodní spolupráci = poradenství, turistický servis, příprava programů apod. pro destinaci Český Krumlov a území v okruhu do cca 40 km.

**Zodpovídá:** produktový manažer, marketingový manažer

### **INTERNET – volnočasový/turistický webový portál [www.ckrumlov.info](http://www.ckrumlov.info)**

### AKTIVITY 2017:

- **Spuštění nového volnočasového/turistického webového portálu [www.ckrumlov.info](http://www.ckrumlov.info) s responsivním designem**, který bude odpovídat současnému stupni vývoje a očekávání návštěvníků webu a bude oddělen od prezentace pro občana – zaměřený na komunikaci B2C i B2B (tvorba sekcí MICE, GROUP, PARTNERS, PRESS); jazykové mutace ČJ, NJ, AJ
- **Optimalizace využití vyhledávačů** (Seznam, Google), intenzivní využívání vyhledávačů pro **cílený e-marketing vybraných akcí/produktů** (sklikové kampaně apod.)

**Zodpovídá:** manažer OIS, PR a marketingový manažer, vedoucí Český Krumlov Tourism

## ELEKTRONICKÁ MÉDIA

### AKTIVITY 2017:

- Doplnění současné podoby Audioguide (elektronický průvodce městem Český Krumlov – poskytováno v Infocentru na náměstí Svornosti) – nabídka **aplikací pro chytré telefony a tablety**, které jsou nabízené zdarma ke stažení - aktuálně v podobě od společnosti DARUMA ([www.daruma.cz](http://www.daruma.cz)) a SMARTGUIDE ([www.smartguide.cz](http://www.smartguide.cz))
- **Mobilní aplikace** – aktualizace v současnosti využívané aplikace „[Mobilní průvodce Českým Krumlovem](#)“ (off-line verze)
- **Tvorba inovativních produktů, nabízených prostřednictvím mobilní aplikace** – nabídka speciální mobilní aplikace vytvořené pro ČK/speciální autentický příběh/forma hry apod. – např.: **GEOFUN**

**Zodpovídá:** manažer OIS, vedoucí IC, PR a marketingový manažer

## PR A KOMUNIKACE, E-MARKETING

### AKTIVITY 2017:

- Spolupráce s PR agenturou na návrhu **komunikační strategie destinace Český Krumlov** na základě podkladů Strategie cestovního ruchu ČR
- **Tvorba sekce PRESS** v rámci [www.ckrumlov.info](http://www.ckrumlov.info)
- **PR ČR trh: celoroční mediální spolupráce** s vybranými médii – společností MAFRA (turistické přílohy MF Dnes – Jižní Čechy, Střední Čechy + Praha) a RADIO UNITED SERVICES s.r.o. (Radio Image Program – Radio IMPULS jih (odvysílání minimálně 360 x 30 sec. spotů / rok na Rádiu Impuls jih + další mediální spolupráce v rádiích Beat, Country Rádio a Kiss Jižní Čechy)
- **Organizace tiskových konferencí** - říjen 2016 České Budějovice - Festival vína)
- **PR TOP trhy + ve spolupráci se ZZ CzT další trhy: tiskové zprávy a infoservis** (TZ o novinkách a akcích roku 2017, říjen/listopad 2017 - Festival vína, distribuce TZ na městské slavnosti) + **distribuce tiskových zpráv partnerů, zajišťující vlastní aktivity v oblasti PR a komunikace, spolupráce s NPÚ**
- **E-komunikace - Mailforum** – pravidelné informace (aktuální, krátkodobé) o dění v destinaci
- **Press tripy** – organizace **ve spolupráci s CzechTourism a Jihočeskou centrálou cestovního ruchu** (předpokládaný počet cca 30 press tripů), organizace **press tripů na základě individuální poptávky** – koncentrace na TOP trhy, ale pro CzT servis pro novináře z dalších trhů
- **Inzerce** - koncentrace na cílové TOP trhy a klíčová témata komunikace 2017
- **Fotobanka destinace** – v návaznosti na přípravu nových tiskovin a prezentace na internetu aktualizace a rozšíření stávající fotobanky destinace – fotobanka k dispozici rovněž pro partnery
- **Sociální síť** (koncentrace na facebook, instagram – volnočasové prezentace)

**Zodpovídá:** PR a marketingový manažer

## EDICE – TIŠTĚNÁ MÉDIA

### NÁVŠTĚVNÍCI/TURISTÉ (B2C)

- Aktualizace **IMAGE propagačního materiálu „Vítejte v Českém Krumlově“** (ČJ, NJ, AJ mutace zvlášť, náklad 5 tis ks každá mutace) – distribuce především mimo ČR (první seznámení se s místem, upoutání pozornosti, koncentrace na fotografie)
- Aktualizace **„Nabídka aktivit pro volný čas“** (ČJ, NJ, AJ mutace zvlášť, náklad 10 tis. ks každá mutace) – koncentrace na procházkové okruhy městem vyznačené v mapě, stručný popis turistických atraktivit doplněných fotografiemi - distribuce především v ČR (motivace ke strávení delšího pobytu)
- Aktualizace **„trhací mapy“ ČR + region** (ČJ, NJ, AJ mutace dohromady, náklad 1.500 bloků po 100 ks, další mutace v tištěné podobě předmětem jednání dle potřeb v destinaci)
- Leták **„Kulturní tipy 2017/2018“** (ČJ, NJ, AJ mutace zvlášť, náklad 7 tis. ks každá mutace)
- Aktualizace tiskovin **projektu ČR CARD** (ČJ, NJ, AJ mutace dohromady)

Všechny výše uvedené tiskoviny jsou zpřístupněny ve formátu PDF na [www.ckrumlov.info](http://www.ckrumlov.info)

**Zodpovídá:** PR a marketingový manažer



## VELETRHY, WORKSHOPY, PREZENTACE

- **Prezentace na vlastním výstavním infopultu na následujících veletrzích** ve spolupráci a s finanční spoluúčastí vybraných partnerů:
  - **Ferienmesse Wien** 12. – 15. 1. 2017 expozice CzechTourism
  - **Slovakiatour Bratislava** 26. 1. – 29. 1. 2017 expozice Jihočeského kraje - *účast se zástupcem Hotely Český Krumlov*
  - **F.RE.E. Mnichov** 22. – 26. 2. 2017 expozice CzechTourism
- **Prezentace na následujících odborných workshopech:**
  - **IMEX Frankfurt nad Mohanem** - expozice CzechTourism (*spoluúčast s Jihočeskou centrálou cestovního ruchu – v jednání*)

Český Krumlov bude dále prezentován prostřednictvím Jihočeské centrály cestovního ruchu prospektovým servisem na zahraničním veletrhu TC Lipsko, ITB Berlín a domácích veletrzích a výstavách cestovního ruchu (viz marketingový plán JCCR 2017)

**Zodpovídá:** PR a marketingový manažer

## PARTNERSTVÍ

### SPOLUPRÁCE SE SDRUŽENÍMI V OBLASTI CESTOVNÍHO RUCHU A KULTURY PŮSOBÍCÍMI NA ÚZEMÍ DESTINACE

- **Sdružení cestovního ruchu Český Krumlov, z.s.**
  - Příprava vzniku nové destinační společnosti DMO ČR
  - Spolupráce při organizaci akcí Krumlovský masopust, Festival vína Český Krumlov a Českokrumlovský advent a Vánoce (Sdružení realizátorem adventního trhu)
  - Spolupráce při naplňování Plánu podpory rozvoje cestovního ruchu 2017
  - Spolupráce při organizaci školení Cenotvorba v ubytovacích službách v Českém Krumlově 23. 3. 2017 pro majitele/provozovatele ubytovacích zařízení v Českém Krumlově
- **Sdružení průvodců Český Krumlov**
  - Příprava vzniku nové destinační společnosti DMO ČR
  - Spolupráce při realizaci moderované debaty KRUMLOVCULTURE.CZ
  - Spolupráce při naplňování Plánu podpory rozvoje cestovního ruchu 2017
  - Spolupráce při organizaci moderované debaty o kulturních zvyklostech návštěvníků Krumlova „KRUMLOVCULTURE.CZ“ 18. 3. 2017 pro širokou veřejnost
  - Spolupráce při informativní kampani k realizaci kontrol průvodcovské činnosti ze strany Obecního živnostenského úřadu Městského úřadu v Českém Krumlově
  - Spolupráce při organizaci press a fam tripů – nabízena speciální cena za prohlídku
- **Občanské sdružení Půjčovny lodí a kempy na Vltavě**
  - Příprava vzniku nové destinační společnosti DMO ČR
  - Spolupráce při naplňování Plánu podpory rozvoje cestovního ruchu 2017

# MARKETINGOVÁ PODPORA A OBCHODNÍ SPOLUPRÁCE S INDIVIDUÁLNÍMI SUBJEKTY CESTOVNÍHO RUCHU A KULTURY V DESTINACI

Realizováno na základě platných obchodních a partnerských podmínek – viz

[www.ckrumlov.cz/sluzby2017](http://www.ckrumlov.cz/sluzby2017)

- prezentace na **webových stránkách města** v oblasti turistické/volnočasové [www.ckrumlov.info](http://www.ckrumlov.info)
- servis prostřednictvím **Infocentra Český Krumlov** (bezplatný informační servis pro návštěvníky destinace, zprostředkování a zobchodování služeb cestovního ruchu na základě potvrzené roční spolupráce, prezentace na plochách v interiéru a exteriéru – distribuce letáků, plakáty, velkoplošné TV, zpracování a realizace kombinovaných programů na zakázku prostřednictvím cestovní kanceláře)
- prezentace v rámci **dalších aktivit Český Krumlov Tourism** uvedených výše (edice, veletrhy, projekty podpory prodeje, PR a komunikace atd.)

**Zodpovídá:** PR a marketingový manažer, manažer OIS, produktový manažer, vedoucí IC

## PODÍL NA ORGANIZACI VYBRANÝCH AKCÍ, JEJICH MARKETINGOVÁ A PR PODPORA

- Akce, pořádané ve spolupráci s městem Český Krumlov a Městským divadlem Český Krumlov
  - **Projekt Českokrumlovské slavnosti<sup>11</sup>**
    - Kouzelný Krumlov 30. 4. – 1. 5. 2017
    - Slavnosti pětilisté růže 16. – 18. 6. 2017
    - Svatováclavské slavnosti 28. 9. – 1. 10. 2017
    - Advent & Vánoce v Českém Krumlově 1. 12. 2017 – 6. 1. 2018
  - **Ples města Český Krumlov 11. 2. 2017**
- Akce, pořádané ve spolupráci se Sdružením cestovního ruchu Český Krumlov
  - **Krumlovský Masopust 25. – 28. 2. 2017** - spoluorganizátor: Sdružení cestovního ruchu Český Krumlov, ZUŠ ČK; ČKRF partnerem akce
  - **Festival vína Český Krumlov 27. 10. – 30. 11. 2017**
  - **Advent & Vánoce v Českém Krumlově 1. 12. 2017 – 6. 1. 2018** – Sdružení realizátorem adventního trhu

**Zodpovídá:** PR a marketingový manažer

---

<sup>11</sup> ČKRF = spoluorganizátor akcí, spolupráce na realizaci akce na základě Dohody o spolupráci při pořádání Českokrumlovských slavností, uzavřené dne 17.7.2012 mezi městem Český Krumlov, ČKRF a Městským divadlem Český Krumlov.

## PARTNERSTVÍ V REGIONU

- Spolupráce v oblasti marketingové s organizacemi destinačního managementu na Lipně (Lipensko s.r.o., Turistický spolek Lipensko) – prezentace ČK v časopise Lipensko, spolupráce na organizaci press a fam tripů aj. – zintenzivnění spolupráce

**Zodpovídá:** vedoucí úseku cestovního ruchu, PR a marketingový manažer

## PLÁNOVANÉ ATIVITY V KOOPERACI S JIHOČESKOU CENTRÁLOU CESTOVNÍHO RUCHU<sup>12</sup>

- **Komunikační téma 2017 = Jižní Čechy pohodové** – celoroční marketingová a komunikační kampaň s možností zapojení individuální turistické nabídky destinací v jižních Čechách
- **Spolupráce na produktových liniích**, schválených v Koncepci rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji 2015 – 2020 (rodinná dovolená, aktivní dovolená, památky a kultura, gastronomie, lázně a wellness, venkovská turistika, kongresová turistika MICE, tematické produkty)
- **Účast v kolegiu cestovního ruchu Jihočeského kraje**
- Účast na společné **veletržní expozici** realizované JCCR v Bratislavě, prospektový servis na ostatních veletržích s účastí JCCR
- Spolupráce při tvorbě **turistického informačního portálu jižních Čech (ISCR)** [www.jiznicechy.cz](http://www.jiznicechy.cz) a prezentace na **JČ facebooku**
- **Spolupráce na aktivitách v rámci marketingové komunikace dle Marketingového plánu JCCR 2017** (press a fam tripy – především ve spolupráci s CzechTourism, tiskové zprávy, tiskové konference, inzerce, ediční činnost atd.)
- **SOUTH BOHEMIA CONVENTION BUREAU** – prezentace a propagace nabídky MICE segmentu Český Krumlov – spolupráce při aktualizaci elektronického katalogu, v jednání společná účast na workshopu IMEX ve Frankfurtu nad Mohanem, aktivní účast při realizaci workshopů, seminářů, fam a press tripů (termíny a účast v jednání)

## PLÁNOVANÉ ATIVITY V KOOPERACI S AGENTUROU CZECHTOURISM<sup>13</sup>

- Úzká kooperace se zahraničními zastoupeními v oblasti organizace press a fam tripů, předpokládaná spolupráce na cca 30 press tripech a 10 fam tripech dle poptávky zahraničních zastoupení CzechTourism (zajištění servisu v místě – viz PR a komunikace výše)
- Účast na společné veletržní expozici realizované agenturou CzechTourism (viz výše)
- Spolupráce v rámci produktových linií agentury CzechTourism pro destinaci Česká republika (viz produkty výše)

**Zodpovídá:** vedoucí úseku cestovního ruchu, PR a marketingový manažer

<sup>12</sup> Viz Marketingový plán JCCR 2017

<sup>13</sup> Viz Marketingový plán agentury CzechTourism 2017

## KLÍČOVÍ PARTNEŘI ČESKÝ KRUMLOV TOURISM

### **Na místní úrovni:**

Sdružení cestovního ruchu v Českém Krumlově

Sdružení průvodců Český Krumlov

Občanské sdružení Půjčovny lodí a kempy na Vltavě

Individuální subjekty cestovního ruchu a kultury působící na území destinace:

- poskytovatelé turistických služeb
- provozovatelé turistických atraktivit a památkových objektů
- provozovatelé kulturních, sportovních, volnočasových zařízení
- organizátoři kulturních, společenských, sportovních akcí

### **Na regionální úrovni:**

- Jižní Čechy - Jihočeská centrála cestovního ruchu, Krajský úřad Jihočeského kraje
- Národní památkový ústav – Územní památková správa v Českých Budějovicích
- Turistické autority významných turistických destinací širšího regionu JČ (Lipensko, České Budějovice, Hluboká nad Vltavou, Tábor, Písek, Jindřichův Hradec, Třeboň aj.)

### **Na republikové úrovni:**

- Agentura CzechTourism

### **Na zahraniční úrovni:**

- Turistické instituce, autority, obchodní partneři regionu „Evropský region Dunaj – Vltava“ (koncentrace na Horní Rakousko, Dolní Bavorsko)
- Zahraniční zastoupení agentury CzechTourism

## FINANCOVÁNÍ

### ROZPOČET MĚSTA ČESKÝ KRUMLOV

<b>Dotace na podporu rozvoje cestovního ruchu destinace Český Krumlov – marketingové aktivity</b>	<b>Alokovaná částka v Kč (s DPH)</b>
Produkty, podpora prodeje, Český Krumlov CARD	400.000,-* / 280.000,-**
PR a komunikace, e-marketing	500.000,-* / 350.000,-**
Edice, tiskoviny	420.000,-* / 294.000,-**
Veletrhy, workshopy, prezentace	100.000,-* / 70.000,-**
Financování vlastní spoluúčasti grantových příležitostí	80.000,-* / 56.000,-**
Mzdové náklady ***	450.000,-
<b>Celkem</b>	<b>1.500.000,-</b>
<b>Propagace, marketingový a PR servis pro 4 slavnosti města</b>	<b>370.000,-</b>
<b>Podíl na správě a rozvoji OIS</b>	<b>350.000,-</b>

\* Částka uvedená v žádosti o dotaci na podporu rozvoje cestovního ruchu destinace Český Krumlov (vč. mzdových nákladů na realizaci dané aktivity)

\*\*Zbývající částka bez mzdových nákladů na realizaci dané aktivity

\*\*\*Z dotace na podporu rozvoje cestovního ruchu destinace Český Krumlov je přispíváno rovněž na mzdové náklady PR a marketingového manažera Český Krumlov Tourism v hodnotě cca 450.000,- Kč

### GRANTOVÉ PROGRAMY

- Podána žádost do grantového programu JČ kraje - dotační program: Jižní Čechy pohodové, opatření 1: Podpora eventů v rámci Jižních Čech Pohodových, název projektu: Svatomartinské hodování v rámci Festivalu vína Český Krumlov
- Podána žádost do grantového programu JČ kraje - dotační program: Podpora cestovního ruchu, opatření 2: Produkty CR, název projektu: Tvorba produktů destinace Český Krumlov

**Zodpovídá:** vedoucí úseku cestovního ruchu

## ČESKÝ KRUMLOV TOURISM - KONTAKTY

### **PR & marketingová manažerka, pověřená vedením úseku CR:**

Ing. Eva Vaněčková

Tel.: 380 704 629

E-mail: [marketing@ckrumlov.info](mailto:marketing@ckrumlov.info)

### **PR & marketingová manažerka:**

Andrea Kintzlová

Tel.: 380 704 628

E-mail: [tourism@ckrumlov.info](mailto:tourism@ckrumlov.info)

### **Produktový manažer:**

Daniel Kintzl

Tel.: 380 704 633

E-mail: [incoming@ckrumlov.info](mailto:incoming@ckrumlov.info)

### **Manažer OIS (externí výpomoc):**

Ing. Tibor Horváth

Tel.: 380 704 614

E-mail: [ois@ckrumlov.info](mailto:ois@ckrumlov.info)

## **INFOCENTRUM ČESKÝ KRUMLOV**

### **Vedoucí Infocentra Český Krumlov**

Michaela Picková

Tel.: 380 704 623

E-mail: [office@ckrumlov.info](mailto:office@ckrumlov.info)

### **Referenti cestovního ruchu**

Zuzana Marková

Tel.: 380 704 621

E-mail: [tickets@ckrumlov.info](mailto:tickets@ckrumlov.info)

David Sedláček

Tel.: 380 704 622

E-mail: [info1@ckrumlov.info](mailto:info1@ckrumlov.info)

Milena Charvátová

Tel.: 380 704 622

E-mail: [info@ckrumlov.info](mailto:info@ckrumlov.info)

Petra Hároniková

Tel.: 380 704 622

E-mail: [info2@ckrumlov.info](mailto:info2@ckrumlov.info)

Tereza Bolinová

Tel.: 380 704 622

E-mail: [info3@ckrumlov.info](mailto:info3@ckrumlov.info)

### **Referenti prodeje zboží**

Monika Korytarová, Ivona Gallistlová

Tel.: 380 704 624, E-mail: [shop@ckrumlov.info](mailto:shop@ckrumlov.info)