

**VYSOČINA TOURISM,
příspěvková organizace**

VÝROČNÍ ZPRÁVA 2022



Úvod

Cestovní ruch byl v roce 2022 ve značné míře ovlivněn geopolitickou situací na Ukrajině a následnými regresemi celého světa vůči agresorovi. Tento fakt měl i reální dopad na cestovní ruch v následujících měsících nejen s ohledem na příjezdový cestovní ruch, ale i na domácí cestovní ruch. Vysoká míra inflace, ekonomická nejistota a dlouhodobý tlak na podnikatele v cestovním ruchu si v roce 2022 vybírá svou daň. Podpora vzniku destinačního managementu jako nástroje řízení cestovního ruchu v Kraji Vysočina byla jedním z hlavních témat v tomto roce. Na Vysočině vznikly další dvě oblastní destinační kanceláře, a to Vysočina West, z. s. a Kraj pod Javořicí z. s. Postupně se začalo naplňovat nastavení spolupráce a synergií mezi všemi destinačními společnostmi. Významný posun jsme udělali i v komunikaci a spolupráci s podnikateli na území Vysočiny. Naše organizace prošla restrukturalizací, do aktivit organizace byla důrazněji zakomponována online komunikace a práce s ročními tématy byla vyměněna za práci s tématy definující destinaci Vysočina. Přestože změny byly rychlé a náročné, ukázalo se, že směr, který jsme si s novým týmem stanovili, byl správný, což se ukázalo na výsledcích již v první polovině roku, kdy se Vysočina vrátila na předkovidová čísla. Na konci roku 2022 zaznamenala Vysočina v počtu hostů oproti roku 2019 nárůst o 6,85 %. Počet přenocování vzrostl o 7,16 % a průměrná doba pobytu se oproti roku 2019 také zvýšila na 3,41 %.

Ráda bych poděkovala všem partnerům, podnikatelům a oblastním destinačním společnostem za spolupráci a hledání společných cest rozvoje.

Na závěr mi dovoluje poděkovat za práci všem svým kolegům z Vysočina Tourism. Bez jejich nasazení a chutě posouvat cestovní ruch dál bychom změn nedosáhli.

Ol'ga Königová
ředitelka Vysočina Tourism,



Obsah

Profil organizace	4
Předmět činnosti	5
Organizační struktura	6
Certifikace v rámci kategorizace DMO	7
Přehled strategických cílů a opatření k 31. 12. 2022	8
3K platforma	9
Destinační nástroje komunikace Vysočina Tourism	10
Tematický rok 2022	11
Projekty Vysočina Tourism - hlavní témata roku 2022	12
Další komunikační témata	17
Digitalizace v cestovním ruchu	20
Projekt Venkovské památky	22
Školení, semináře a workshopy	26
Ocenění	33
Finanční hospodaření Vysočina Tourism	34
Strategické úkoly pro rok 2023	37



Foto: Nové Město na Moravě



Profil organizace:

Organizace Vysočina Tourism je příspěvkovou organizací Kraje Vysočina, která hraje významnou roli v koordinaci a řízení cestovního ruchu v celém regionu.

Její hlavním úkolem je podpora domácího a příjezdového cestovního ruchu a zajišťování činností destinačního managementu pro Kraj Vysočina.

Vytváří, řídí, koordinuje a rozvíjí atraktivní turistickou nabídku regionu a následně ji prezentuje na domácím i zahraničním trhu.



Předmětem činnosti je:

- řízení a organizování analytické činnosti
- koordinace spolupráce subjektů cestovního ruchu z veřejného i soukromého sektoru
- komunikace s obchodními partnery a turisty za region Vysočina včetně návštěvnického managementu
- propagace a prezentace regionu Vysočina na celonárodním a zahraničním trhu
- shromažďování informací o turistickém potenciálu regionu Vysočina, zajišťování jejich průběžné aktualizace a jejich zpracovávání pro jednotlivé cílové skupiny uživatelů
- koordinace činnosti turistických informačních center na území Kraje Vysočina
- propagace a koordinace certifikací služeb na území Kraje Vysočina
- výběr, zpracování a řízení regionálních turistických produktů

Hlavní činnost Vysočina Tourism vychází ze schválené Strategie rozvoje cestovního ruchu Kraje Vysočina 2017-2025.



Organizační struktura:

Ředitelka

Olga Königová

Strategický marketing a obchod

Bc. Pavla Hladečková

Konferenční turistika a marketing

Bc. Simona Kratochvílová

Filmová kancelář a marketing

Bc. Kristýna Křištofová

Správa sociálních sítí

Petra Vince

Administrativa

Pavλίna Hartmanová

PR specialista

Martina Strnadová

Marketing

Ing. Michal Plaček

Certifikace v rámci kategorizace DMO

Vysočina Tourism získala ke dni 14. 6. 2022 certifikát v národní kategorii organizací destinačního managementu. Tento certifikát je platný po dobu 3 let. Nicméně v rámci naší práce pokračujeme s kroky, které směřují k tomu, abychom certifikaci obhájili i pro další období. Během roku 2022 se podařilo na území Kraje Vysočina zformovat dvě nové destinační společnosti - Vysočina West a Kraj pod Javořicí, které se v roce 2023 budou snažit získat certifikát v národní kategorii organizací destinačního managementu.



Třebíčsko – moravská Vysočina

Destinační společnost v roce 2022 získala dotaci od MMR, která pomohla její území zviditelnit, zvýšit zájem a počet turistů i jejich přenocování. V roce 2022 se destinace soustředila na redesign webu, za který získali ocenění.



Koruna Vysočiny

Destinační společnost poprvé za svoji existenci získala dotaci od MMR, která pomohla její území zviditelnit a realizovat projekty vypsané v dotační žádosti. Destinace i v roce 2022 pokračuje v rozšiřování členské základny a v současné době má 36 členů. V prosinci 2022 získává destinace certifikát v národní kategorii organizačního destinačního managementu s platností **na tři roky**.



Vysočina West

Oblastní destinační společnost Vysočina West, z. s. vznikla 20. 11. 2021. Západní část Vysočiny o sobě dává prvními střípky vědět jako o komplexním místě pro trávení dovolené, spouští webové stránky, vychází historicky první turistické noviny a na ubytované v oblasti čeká balíček výhod v podobě Benefit Card.



Kraj pod Javořicí

Oblastní destinační společnost Kraj pod Javořicí, z. s. vznikla 2. 8. 2022. Od svého vzniku se jí podařilo vytvořit si vlastní vizuální koncepci, vytvořit nové webové stránky, navázat partnerství v území a vybrat si nového manažera destinační společnosti.



Přehled strategických cílů a opatření k 31. 12. 2022

1. Posílení značky Vysočina

- komunikace, která dokáže pružně reagovat na aktuální dění a trendy
- zaměření na celoroční komunikaci
- podpora produktů destinačních společností
- posilování nástrojů ke zlepšení kvality služeb v cestovním ruchu
 - organizace workshopů a kurzů nejen pro zaměstnance

2. Stabilizace systémů řízení cestovního ruchu v Kraji Vysočina

- profesionalizace DMO
- hledání možností podpory financování DMO
- podpora vzniku nových DMO v kraji
- krizový management pro oblast cestovního ruchu

3. Restrukturalizace organizace a nové směřování



3K platforma

3K platforma je funkční platforma vhodná pro kooperaci, koordinaci a komunikaci subjektů cestovního ruchu v destinaci za účelem podpory rozvoje cestovního ruchu, v rámci které dochází k výměně informací nezbytných pro koordinaci aktivit cestovního ruchu. Naše destinace si za tímto účelem zřídila několik pracovních skupin, které se pravidelně setkávají.

Rada pro strategii cestovního ruchu v Kraji Vysočina

- 18. ledna 2022
- 26. října 2022

Setkání se zástupci subjektů působících v cestovním ruchu na Vysočině

- pravidelné setkávání a průběžná komunikace s certifikovanými DMO Kraje Vysočina
- setkávání a průběžná komunikace s potenciálními a formujícími se DMO - konzultace ohledně vzniku DMO
- Podzimní škola NSZM Jihlava 9. – 11. listopadu 2022
- Setkání majitelů a správců hradů a zámků v Kraji Vysočina 25. května 2022 s podtitulem „Svatební cestovní ruch“

Setkání partnerů a podnikatelů v cestovním ruchu

- **duben 2022** - setkání pracovní skupiny CHKO cestovní ruch Dům přírody Žďárských vrchů
- **červen 2022** - setkání partnerů v cestovním ruchu v Koruně Vysočiny
- **červen 2022** - setkání oblastních DMO a podnikatelů: představení projektu eTurista - seznámení se se zákonem o cestovním ruchu - propojení portálu Kudy z nudy
- **srpen 2022** - setkání partnerů a podnikatelů v Jihlavě. Důvodem setkání bylo představení marketingového a komunikačního plánu Vysočina Tourism na rok 2023 s předstihem, aby partneři mohli zareagovat a společně jsme vytěžili ze synergie co nejvíce.
- **říjen 2022** - setkání destinačních společností a podnikatelů v Jihlavě. Obsahem bylo zhodnocení hlavní turistické sezóny v roce 2022.
- **Setkání krajských koordinátorů a Czechtourism:** 21. - 22. 3. a 7. - 8. 9. 2022

Listopad: Setkání partnerů působících v cestovním ruchu v DMO Třebíčsko – moravská Vysočina 28. 11. 2022 v Třebíči.

Konference: Kultura a udržitelný cestovní ruch – šance pro příhraniční region 3. 11. 2022

Více informací k plnění 3K platformy:

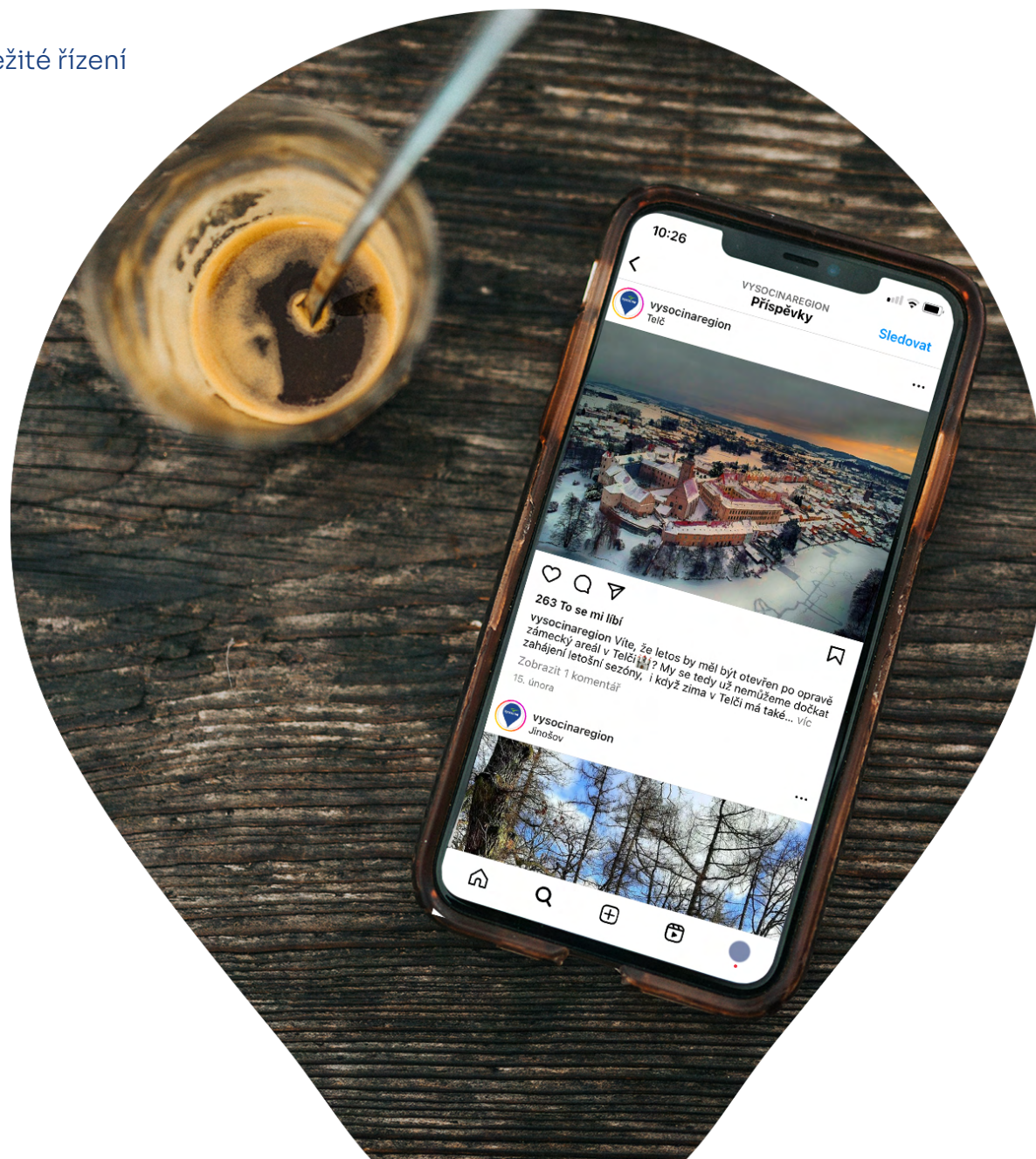
www.vysocinatourism.cz/cinnost-vysocina-tourism/informace-pr-partnery/sit-partneru-vysocina-tourism



Destinační nástroje komunikace Vysočina Tourism

V rámci vykonávání práce destinační agentury je důležité řízení informačních toků. Využíváme k tomu nástroje:

- Osobní setkání
- Exkurze
- Pracovní kulaté stoly
- Emailová a telefonická komunikace
- Profesionální sociální síť LinkedIn
- Facebookový profil Vysočina Tourism



Tematický rok 2022

I v roce 2022 jsme pro hlavní komunikace Vysočina Tourism použili slogan Vychutnej si přítomnost na Vysočině, který jsme upravovali dle kampaní, např. Vychutnej si přítomnost na koni, Vychutnej si přítomnost na kole apod. Tento claim budeme používat i v nadcházejícím roce 2023. Jedním z našich cílů je tvořit komunikaci, která je dlouhodobá a stabilní, a díky tomu pro turisty lépe zapamatovatelná.

Cílem kampaně bylo představit Vysočinu jako:

- pohodový a bezpečný region
- místo s mnoha možnostmi aktivního trávení volného času
- region s čistou přírodou v neobjevené části České republiky

V rámci roku 2022 jsme pod hlavním sloganem připravili komunikaci cílenou tak, aby ukázala širokou nabídku aktivit, které lze v Kraji Vysočina nalézt. Turistům jsme například připravili přehlednou nabídku netradičního ubytování, jehož nabídka na Vysočině je v rámci ČR unikátní. Dále jsme představili komunikaci cílenou na cykloturistiku, pěší výlety a památky. V poslední řadě jsme i v roce 2022 navázali na komunikaci kampaně Vysočině Dětem a propagovali Cestovatelský deník.

V komunikaci jsme se také zaměřili na gastronomii, která v posledních letech zažívá velmi problematické roky. Na jaře a na podzim jsme připravili kampaň s názvem Ochutnej Vysočinu. Oblíbené pěší výlety jsme spojili s tipy na dobré jídlo v rámci daných tras.

Na konec roku jsme stejně jako v roce 2021 připravili kampaň s názvem Daruj Vysočinu. Cílem této komunikace bylo představit regionální produkty Kraje Vysočina. Seznam produktů jsme aktualizovali a doplnili o nové produkty, které z rukou pana hejtmána získali ocenění Regionální produkt.

Samostatnými projekty, které jsme v roce 2022 spustili, byly projekty s názvy Svatba na Vysočině a Školní výlety. Cílové skupiny těchto komunikačních linek jsou patrné již z jejich názvů a jsou připravené tak, abychom v této komunikaci mohli pokračovat dalších několik let a vždy přinášet něco nového.



Projekty Vysočina Tourism – hlavní témata roku 2022

Brandová kampaň – Vychutnej si přítomnost na Vysočině

Cílem této kampaně byla propagace Kraje Vysočina jako místa ideálního na strávení dovolené. Kampaň byla komunikována po celé České republice a Slovensku.

V rámci kampaně jsme chtěli představit památky, které na Vysočině turisté mohou najít. Komunikovali jsme památky UNESCO, pro které byl rok 2022 velmi důležitým rokem (Telč si připomněla výročí zápisu na seznam UNESCO a Zelená hora, resp. kostel slavil 300 let od vysvěcení). Mezi další komunikované památky patřil například hrad Lipnice, hrad Kámen a hrad Roštejn.

V rámci kampaně jsme také reagovali na zájem turistů o návštěvu zřícenin.

Online komunikace

Kampaň jsme realizovali na sociálních sítích (Facebook a Instagram). Formou dvou PR článků na portálu prozeny.cz a nativní inzerce na Seznamu. Dále jsme využili inzerce na portálu idos.cz, která cílila na vybrané kraje (Středočeský, Jihočeský a Jihomoravský kraj).

Výsledky CZ

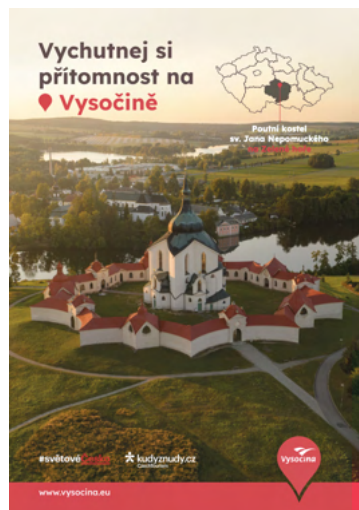
Kanál/Formát	Dosah	Zobrazení
Facebook a Instagram	1 359 948	5 590 690

Výsledky SK

Kanál/Formát	Dosah	Zobrazení
Facebook a Instagram	1 079 183	5 025 374

Offline komunikace

Kampaň byla zároveň vedena i offline formou, a to prostřednictvím inzerce v dopravním prostředku (metro) a celou řadou článků v magazínech jako Appetit, Moje země, Turista. V rámci Slovenska jsme realizovali inzerci v tištěném deníku SME.



Celkové výsledky:

Kampaň zaznamenala celkem **10 937 návštěv**.

Průměrná doba na stránce byla **1:16**.

V průměru jedna návštěva prošla **2,2 stránek**.



Brandová kampaň – Netradiční ubytování

Hlavní claim jsme využili i v kampani, kde jsme turistům představili netradiční ubytování, které lze na Vysočině nalézt. Na webu vysocina.eu jsme aktualizovali nabídku tohoto typu ubytování a na jarní/letní měsíce jsme připravili komunikaci pro sociální sítě. Kampaň reagovala na vzrůstající zájem o toto ubytování a na informaci, že CZT začíná kraj Vysočinu vnímat jako ráj tohoto typu ubytování.

Online komunikace

Pro komunikaci jsme zvolili pouze sociální sítě, a to Facebook a Instagram.

Kanál/Formát	Dosah	Zobrazení
Facebook a Instagram	97 319	205 466

Výsledky kampaně

Kampaň zaznamenala celkem **4 395 návštěv**.

Průměrná doba na stránce byla **2:82**.

V průměru jedna návštěva prošla **3,19 stránek**.



Školní výlety na Vysočině

V roce 2022 jsme na webu vysocina.eu dali dohromady ucelenou nabídku pro školy, která je rozdělena do 5 základních částí:

- edukační programy
- školní výlety
- školy v přírodě
Iyžařské školy
- ubytování pro školy

Jedná se o projekt, kterému se chce Vysočina Tourism věnovat několik dalších let. Chceme pomáhat učitelům z celé republiky v plánování jejich školních výletů, na našich stránkách proto najdou vše, co Kraj Vysočina nabízí a zároveň jsme jim jako Vysočina Tourism plně k dispozici v případě jejich otázek.

Online komunikace

Pro komunikaci jsme znovu zvolili především sociální sítě, a to a to Facebook a Instagram. Tentokrát jsme ovšem pro kampaň zvolili cílení na učitele a ředitele škol pro které je sdělení primárně určeno.

Kanál/Formát	Dosah	Zobrazení
Facebook a Instagram	717 220	1 715 754

Výsledky kampaně:

Kampaň zaznamenala celkem 2 525 návštěv.

Průměrná doba na stránce byla 1:36.

V průměru jedna návštěva prošla 3,80 stránky.



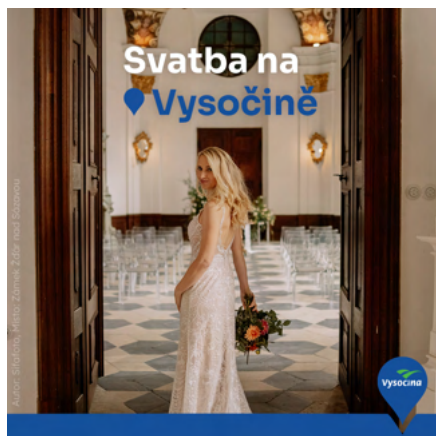


Svatba na Vysočině

V roce 2022 jsme odstartovali komunikaci zaměřenou na Svatby. Jedná se o téma, ve kterém chceme pokračovat i v nadcházejících letech a postupně ho rozvíjet.

V rámci svateb jsme se rozhodli rozdělit web na tyto části:

- venkovská svatba
- svatba na zámku
- církevní svatba
- netradiční svatba
- svatební koordinátoři
- dodavatelé



V roce 2022 jsme pro komunikaci také založili nový účet na sociální síti Pinterest, kde představujeme jednotlivá místa a pracujeme s reklamou. Dále v rámci reklamy jsme zvolili sociální síť Facebook a Instagram, kde reklama dosahovala těchto výsledků:

Výsledky:

Kanál/Formát	Dosah	Zobrazení
Facebook a Instagram	2 943 680	1 469 315

Svatební trip

Na podzim roku 2022 jsme realizovali svatební trip po třech vybraných místech, která jsme ukázali 10 svatebním koordinátorům z celé České republiky. Tato akce zaznamenala obrovský úspěch, a proto jsme se rozhodli ji znovu zopakovat.

Daší komunikační témata

Vysočina Dětem

Kampaň navázala na komunikaci z roku 2021. Kampaň stavěla na Cestovatelském deníku a na soutěžích s ním spojených.

Kanál/Formát	Dosah	Zobrazení
Facebook a Instagram	850 175	3 251 086



Ochutnej Vysočinu

Cílem této kampaně byla propagace gastronomie v kraji ve spojení s turistickými cíli. Výlety byly tvořeny ve spolupráci s jednotlivými destinacemi. Každá destinace mohla poslat 3 tipy na gastro podniky a s nimi spojené turistické cíle.

Kanál/Formát	Dosah	Zobrazení
Facebook - reach	880 473	2 700 142
Facebook - traffic	137 243	363 359





Na podzim za kulturou

Vzhledem k úbytku turistů, kterým trpí kulturní zařízení, jsme připravili kampaň zaměřenou právě na podporu kulturních subjektů na Vysočině.

Kanál/Formát	Dosah	Zobrazení
Facebook a Instagram	404 772	1 000 059



MICE

V roce 2022 jsme spustili první kampaň cílenou na B2B klientelu. Jako komunikační kanál jsme zvolili Facebook a Instagram.

Kanál/Formát	Dosah	Zobrazení
Facebook a Instagram	540 962	1 006 540



Advent

Vzhledem k velkolepé výzdobě Třebíče a Světlé nad Sázavou jsme kampaň vizuálně postavili na těchto dvou městech. Kampaň nám běžela na sociálních sítích a prostřednictvím PR článků na Seznamu. Inzerci na sociálních sítích jsme rozšířili i na Slovensko.

Česko:

Kanál/Formát	Dosah	Zobrazení
Facebook a Instagram	643 877	1 462 515

Slovensko:

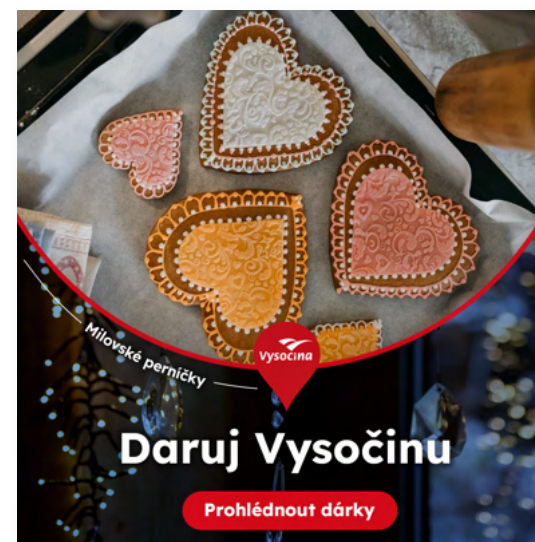
Kanál/Formát	Dosah	Zobrazení
Facebook a Instagram	347 105	754 083



Regionální produkty

Stejně jako v roce 2021 jsme i pro poslední týdny roku 2022 připravili komunikaci, která představila regionální produkty z Vysočiny jako krásné dárky pod stromeček.

Kanál/Formát	Dosah	Zobrazení
Facebook a Instagram	640 766	1 260 874





Digitalizace v cestovním ruchu

Název projektu: Spolupráce institucí na Vysočině a v Horním Rakousku při podpoře zvyšování kvalifikace v oblasti digitalizace v kulturním cestovním ruchu („Digitalizace v cestovním ruchu“)/ Zusammenarbeit der Institutionen in Vysočina und Oberösterreich bei der Unterstützung der Qualifizierungserhöhung („Digitalisierung im Tourismus“)

Zkratka projektu: Digitalizace v cestovním ruchu/ Digitalisierung im Tourismus

Číslo projektu: ATCZ217

Lead partner: Vysoká škola polytechnická Jihlava www.vspj.cz

Partneři projektu:

- Johannes Kepler Universität Linz www.jku.at
- Vysočina Tourism, p. o. www.vysocinatourism.cz
- Verbund OÖ. Museen www.oemuseen.at

Program: Program INTERREG V-A Rakousko – Česká republika

Cíl projektu: Cílem projektu je vytvoření nové aktivní sítě veřejných institucí v oblasti digitalizace a přispění ke zlepšení spolupráce mezi vzdělávacími institucemi a poskytovateli veřejných služeb v oblasti kulturního cestovního ruchu v regionech Vysočina a Horní Rakousko.

Území: Projekt je realizován na území regionu Kraj Vysočina, Mühlviertel, Innerviortel, Linz-Wels a Steyr-Kirchdorf v Rakousku.

Doba trvání: 1. 1. 2020 – 30. 11. 2022



Rozpočet Vysočina Tourism 497 058 Kč, z toho:

- 85 % podpora z fondů EU 422 501 Kč
- 10 % vlastní zdroje příspěvkové organizace 49 706 Kč
- 5 % státní zdroje (státní rozpočet) 24 853 Kč



Projekt Venkovské památky

Název projektu: Kulturní a přírodní památky – šance pro obnovu přeshraničního cestovního ruchu po ukončení pandemie koronaviru

Zkratka projektu: Venkovské památky / Ländliche Denkmäler

Číslo projektu: ATCZ249

Lead partner: Jihočeská Silva Nortica www.silvanortica.com

Partneři projektu:

- Vysočina Tourism, p. o. www.vysocinatourism.cz
- Jihočeská centrála cestovního ruchu, p. o. www.jccr.cz
- Universität für Weiterbildung Krems, www.donau-uni.ac.at
- Zukunftsraum Thayaland www.thayaland.at
- Mühlviertel Marken GmbH www.muehlviertel.at

Program: Interreg V-A Rakousko – Česká republika, prioritní osa 2

Cíl projektu:

1. Podpora propagace malých venkovských památek ve společném regionu.
2. Podpora přeshraničního cestovního ruchu po pandemii COVID19.
3. Srovnávací analýza venkovských památek v Rakousku a České republice.
4. Vznik 15 center společné přeshraniční turistické nabídky (kulturní a přírodní památky).
5. Společná propagační opatření nově vytvořených center nabídky.



Území: Projekt je realizován na území regionů Jihočeský kraj, Kraj Vysočina, Waldviertel v Dolním Rakousku a Mühlviertel v Horním Rakousku.

Cílem projektu je obnova přeshraničního cestovního ruchu v Jihočeském kraji, Kraji Vysočina a v příhraničí Horního a Dolního Rakouska po ukončení pandemie koronaviru a zvýšení návštěvnosti malých venkovských památek.

Celkem: 125 800 EUR, z toho:

- 85 % příspěvek EFRR: 106 930 EUR
- 5 % státní rozpočet ČR: 6 290 EUR
- 10 % vlastní podíl: 12 580 EUR

Doba trvání: 01.07.2020 - 31.12.2022

Financování Vysočina Tourism, příspěvková organizace v rámci projektu Venkovské památky

Web: www.venkovskepamatky.cz

Shrnutí online kampaně: Během kampaně odběhlo v rámci RTB Česko 500 000 impresí. Bannery zaznamenaly 4 666 kliknutí a celkové CTR činilo nadprůměrných 0,93 %. V rámci kampaně RTB Rakousko odběhlo 1 000 000 impresí a bannery zaznamenaly 3 000 kliknutí a průměrné CTR 0,28 %.

Na webu Drbna.cz odběhlo 2 000 000 impresí a bannery zde zaznamenaly 2 772 kliknutí a CTR 0,14 %.

Nejúspěšnější banner v RTB Česko byl 300x250 s CTR 1,09 % a v RTB Rakousko z pohledu počtu impresí banner 300x600 s CTR 0,35 %. Z pohledu celkových čísel vidíme, že jsme oslovili velice relevantní počet uživatelů.

Kampaň	Objednané impresie	Imprese	Prokliky	CTR
RTB - prospecting	500 000	500 000	4 666	0,93 %

Shrnutí offline kampaně:

Printové inzerce: Mladá Fronta DNES Praha - 12. 8.

Lidové noviny - 6. 8.

Příloha Víkend DNES - 27.-28. 8.





Mezinárodní konference Aktuální problémy cestovního ruchu

Termín na přelomu února a března je od roku 2006 na VŠPJ věnován mezinárodní konferenci **Aktuální problémy cestovního ruchu**. Spolu s **Katedrou cestovního ruchu VŠPJ** konferenci pořádá krajská příspěvková organizace **Vysočina Tourism**.

Cílem konferencí je vytvořit podmínky pro mezinárodní setkání odborníků z praxe a akademické sféry. Konference poskytuje prostor k prezentacím výzkumů s orientací na praxi a k diskusi nad aktuálními problémy cestovního ruchu.

Výstupem konferencí je recenzovaný sborník příspěvků. Sborníky z mezinárodní konference Aktuální problémy cestovního ruchu 2014–2018 jsou evidovány na Web of Science a v databázi EBSCO.

Téma roku 2022 – Krizová řešení pro cestovní ruch
<https://kcr.vspj.cz/uvod/internacionalizace/mezinarodni-konference>

Veletrhy a prezentace cestovního ruchu

- Holiday World Praha - 18.-20. 3. 2022
- For Bikes Praha - 25.-27. 3. 2022
- Velká pardubická - 9. 10. 2022
- Prezentace novinek pro ZZ CZT 26. 4. 2022
- v online prostoru

Sběr dat a profil návštěvníka

- V roce 2022 jsme ve spolupráci s oblastními destinačními společnostmi a partnery v Kraji Vysočina realizovali sběr dat o profilu návštěvníka, na základě kterého připravíme další marketingovou strategii destinace Vysočina. Více informací: www.vysocinatourism.cz/novinky/623-profil-navstevnika-vysociny

Vysočina Convention Bureau a Filmová kancelář Vysočina

- Na webu jsme aktualizovali informace o jednotlivých zapojených subjektech.
- vV listopadu a prosinci jsme realizovali první online kampaň zaměřenou na MICE.
- Web jsme rozšířili o sekci Svatby na Vysočině, které se stalo jedním z hlavních témat naší komunikace v roce 2022 a pokračujeme v něm i nadále.

Outdoorová kampaň v Praze ve spolupráci s CzechTourism

- V roce 2022 došlo ke změně dodavatele reklamních ploch pro outdoorovou reklamu. Letos byly využity reklamní plochy přímo ve vagónech metra v Praze.





Školení, semináře a workshopy

- Agentura CzechTourism udělala 13. 4. 2022 online školení pro zaměstnance Vysočina Tourism na téma Optimalizace pro vyhledávače (SEO), což je soubor strategií a taktik ke zvýšení dohledatelnosti v online prostředí. Celé online školení řídili lektoři Kristián Smith a Michal Schneider z CzechTourism, kteří seznámili zaměstnance Vysočina Tourism s problematikou SEO.
- Pod vedením CzechTourism proběhl 27. 4. 2022 online workshop pro zaměstnance Vysočina Tourism na téma Google Tag Manager, který slouží jako nástroj pro správu měřících a reklamních skriptů na webu. Lektoři Kristián Smith a Michal Schneider z CzechTourism během online školení seznámili zaměstnance Vysočina Tourism s prací s Google Tag Managerem.
- Dne 6. 5. 2022 se uskutečnilo na půdě Krajského úřadu školení na téma Produkty cestovního ruchu na Vysočině. Školitel Mgr. Ondřej Špaček dal ve své prezentaci důraz na důležitost cestovního ruchu jako odvětví, na které je třeba se zaměřit a rozvíjet ho na všech úrovních.
- Ve středu 18. 5. 2022 na Krajském úřadě Kraje Vysočina seznámila lektorka Pavla Hladečková pracovníky TIC se správou sociálních sítí. Školení proběhlo v rámci projektu Venkovské památky, který je spolufinancován Evropskou unií.
- Seminář, vedený lektorkou Martinou Kuchárikovou, přiblížil účastníkům základní principy copywritingu a poskytl vhled do problematiky SEO copywritingu. Seminář se uskutečnil v rámci projektu ATCZ249 „Kulturní a přírodní památky – šance pro obnovu přeshraničního cestovního ruchu po ukončení pandemie koronaviru“.

- V červnu a září 2022 proběhly dva na sebe navazující semináře pro pracovníky TIC na téma Infocentrum jako nedílná součást destinačního managementu. První část s podnázvem Systém řízení pro úspěšnou sezónu se konala 21. 6. 2022. Druhá část s podnázvem Cíle a jejich vyhodnocení v rámci systému se uskutečnila 13. 9. 2022. Lektorem obou školení byl Jaromír Polášek. Školení se konalo za spolupráce s A.T.I.C. ČR.
- Školení pro naše partnery na téma copywriting se uskutečnilo 7. 10. 2022. Páteční dopoledne a odpoledne bylo věnováno této nové disciplíně, bez které se marketing neobejde. Lektorka školení Mgr. Martina Kucháriková byla svěle připravena a odvedla výbornou práci při prezentaci školení. Školení se konalo za spolupráce s A.T.I.C. ČR.
- Dne 1. 7. 2022 se v Jihlavě uskutečnil seminář Muzeum a cestovní ruch zaměřený na nástroje digitalizace. Zúčastnilo se ho na 30 zástupců z řad kulturních organizací z Kraje Vysočina a Horního Rakouska. Seminář uspořádala Vysočina Tourism spolu s Vysokou školou polytechnickou Jihlava v rámci projektu ATCZ217 Spolupráce institucí na Vysočině a v Horním Rakousku při podpoře zvyšování kvalifikace v oblasti digitalizace v kulturním cestovním ruchu.
- 16. 12. 2022 se konalo školení Naplánujte interpretaci, která (z)mění svět. Lektorkou byla Bárbara Dvořáková.





Presstripy

- Ředitelé zahraničních zastoupení agentury Czechtourism 9. – 10. 9. 2022
- Trip pro novináře v rámci projektu Venkovské památky 20. 9. 2022
- Svatební trip 12. – 13. 10. 2022
- Fam a press trip Taiwan a Japonsko 15. – 16. 9. 2022
- Press trip Slovensko 13. – 14. 4. 2022 novinář Historické revue
- Press trip pro německé novináře 12. – 13. 10. 2022

Exkurze

- V rámci projektu Venkovské památky jsme uspořádali exkurzi pro pracovníky TIC do destinace Vysočina West, a to 10. 11. 2022

Newsletter

- V roce 2022 jsme pro rozesílání turistického newsletteru začali využívat nový nástroj - Mailchimp a stanovili periodicitu odesílání na jednou za měsíc.
- Průměrná míra otevření newsletteru činila 29 %.



Spolupráce s influencery

- **Havlíčkobrodsko - Kamča Linda**
Spolupráce v podobě vlogu zaznamenala celkem 12 000 zhlédnutí na YouTube. Další propagace Vysočiny pak probíhala přes Instagram influencerky.
- **Třebíčsko - moravská Vysočina - Dva tátové**
Jejich vlog na YouTube zaznamenal celkem 20 000 zhlédnutí
- **Koruna Vysočiny - Jmenuji se Peťa**
Vlog této influencerky zaznamenal celkem 16 000 zhlédnutí
- **Vysočina West - Michal Tetrů**
Zde byla spolupráce spojena s propagací na Instagramu fotografa a pořízením minimálně 40 fotografií. Celkový počet fotografií dohodu značně přesáhl, celkem bylo obdrženo více než 120 fotografií.
- **Kraj pod Javořicí - Kamča Linda**
Spolupráce si kladla za cíl představit Telč jako ideální místo na podzimní dovolenou. Pro spolupráci byla zvolena stejná influencerka jako v létě pro Havlíčkobrodsko.
Její vlog zaznamenal celkem 9 000 zhlédnutí, další komunikace pak probíhala na Instagramu.



Spolupráce s médii

Printová reklama

- Inzerce tisk **Vltava Labe Media**
- Lifestyle **Kreativ** - Ochutnej Vysočinu
- **National Geographic** - Vysočina dětem
- Inzerce **Kam po Česku**
- Inzerce tisk **SME**
- **Apetit**
- Časopis **Moje země**
- **Turista**
- **Inspirace grilování** - květen + listopad
- **Apetit**
- **Moje země** - Ochutnej Vysočinu (4 strany)
- **Mladá Fronta DNES Praha**
- **Lidové noviny**
- **Příloha Víkend DNES**

TV

- Skryté skvosty 24. 3. 2022
- Technické památky 25. 5. 2022
- Toulavá kamera: dlouhodobá spolupráce v rámci propagace kraje a jeho území
- Zelená hora, Budišov, Hrad Kámen, Bednář Vrtěna



Web

Na web se daří přivádět relevantnější návštěvnost než v předešlých letech. Pokles návštěv a uživatelů je zapříčiněn novou legislativou ke cookie liště, kterou jsme na web implementovali ihned na začátku roku 2022.

● Webová prezentace Vysočina Tourism

- Webová prezentace Vysočina Tourism

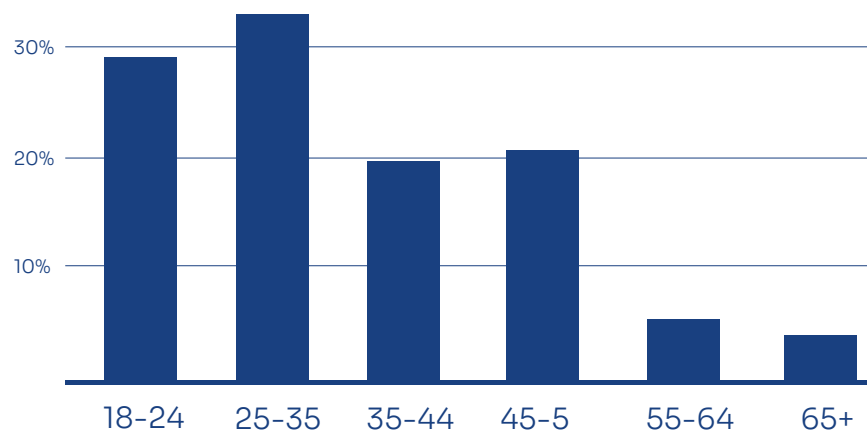
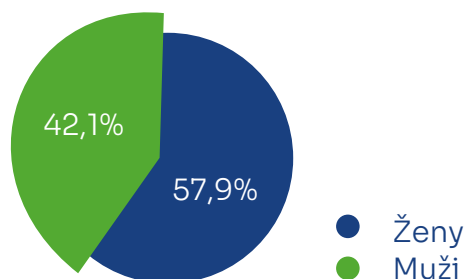
	2019	2020	2021	2022
Návštevy stránek	115 718	240 916	319 890	987 170
Uživatelé	86 709	180 423	244 932	679 119
Míra okamžitého opuštění	64,98%	72,75%	70,63%	45,51%
Průměrná doba návštěvy	2:12 min	1:41 min	1:51 min	3:20 min

● Návštěvnost webových stránek:

- www.vysocina-konference.cz/cs

	2019	2020	2021	2022
Návštevy stránek	1 854	21 406	3 053	12 054

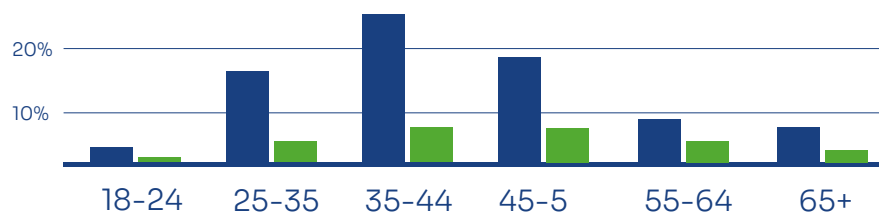
1. 1. 2022 - 31. 12. 2022





Facebook

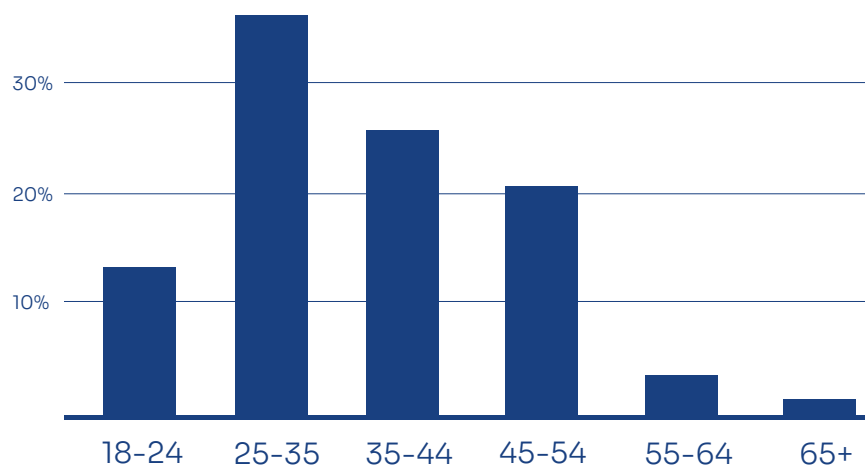
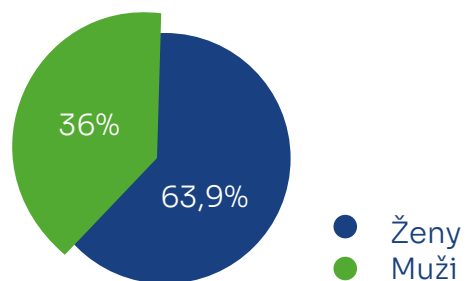
	2019	2020	2021	2022
Počet fanoušků	4 118	5 378	6 963	13 450



Instagram

	2019	2020	2021	2022
Počet fanoušků	1 592	2 646	4 480	6 219

1. 1. 2022 - 31. 12. 2022



Ocenění

- KAM na letní dovolenou/pěší a cyklo: [3. místo Kraj Vysočina 2081 b.](#)
- KAM na zimní dovolenou: [2. místo Kraj Vysočina 2251 b.](#)
- KAM na výlet s dětmi: [2. místo Kraj Vysočina 1934 b.](#)
- KAM na koně/koňské stezky: [1. místo Kraj Vysočina 2459 b.](#)
- KAM za zážitkem/adrenalinem: [2. místo Kraj Vysočina 1743 b.](#)
- Projekt Vysočina dětem získal cenu v kategorii **Nejlepší jednotná kampaň Velké ceny cestovního ruchu.**



Finanční hospodaření Vysočina Tourism

Vysočina Tourism, příspěvková organizace

Číslo plánu: FP-28263693-2023-0004

			skutečnost minulého roku			plán letošního roku (2022)			procenta letošní / minulý	rozdíl letošní / minulý
			HČ	DČ	celkem	HČ	DČ	celkem	celkem	celkem
SU	AU	název	tis. Kč	tis. Kč	tis. Kč	tis. Kč	tis. Kč	tis. Kč	%	+ / -
5		Náklady	14 364	165	14 529	16 075	314	16 389	112,80%	1 859
50		Spotřebovatelné nákupy	1 526	9	1 534	379	0	379	24,70%	-1 155
501		Spotřeba materiálu	1 526	0	1 525	379	0	379	24,84%	-1 147
502		Spotřeba energie	0	0	0	0	0	0		
	031	Voda a stočné	0	0	0	0	0	0		
	032	Pára a teplo	0	0	0	0	0	0		
	033	Plyn	0	0	0	0	0	0		
	034	Elektrická energie	0	0	0	0	0	0		
518		Ostatní služby	0	0	0	0	0	0		
504		Prodané zboží	0	9	9	0	0	0		-9
51		Služby	7 428	89	7 517	7 699	247	7 946	105,69%	428
511		Opravy a udržování	85	0	85	85	0	85	99,95%	-0
503		Spotřeba jiných neskladovatelných dodávek	0	0	0	0	0	0		
	031	Nájemné	7	0	7	0	0	0		
	0311	Nájemné nemovitostí kromě pozemků	0	0	0	0	0	0		
	0312	Nájemné pozemků	0	0	0	0	0	0		
	0313	Nájemné HW (kopírky, tiskárny)	0	0	0	0	0	0		
	0314	Nájemné - ostatní	0	0	0	0	0	0		
	036	Úklid - dodavatelsky	174	0	174	0	0	0		-174
	037	Praní a opravy prádla dodavatelsky	0	0	0	0	0	0		
	039	Odpady včetně kontejnerů	0	0	0	0	0	0		
	040	Servis a revize	389	0	389	200	0	200	51,46%	-189
	041	Ostraha, vrátnice	0	0	0	0	0	0		
	044	Služby v oblasti BOZP a PO	0	0	0	0	0	0		

			skutečnost minulého roku			plán letošního roku (2022)			procenta letošní / minulý	rozdíl letošní / minulý
			HČ	DČ	celkem	HČ	DČ	celkem	celkem	celkem
SU	AU	název	tis. Kč	tis. Kč	tis. Kč	tis. Kč	tis. Kč	tis. Kč	%	+ / -
	045	Právní služby	156	0	156	192	0	192	123,08%	36
	046	Poradenská činnost - daňová, účetní atd.	0	0	0	0	0	0		
	047	Náklady na vedení mzdového účetnictví a personalistiku	126	0	126	102	0	102	80,83%	-24
	048	Náklady na vedení účetnictví	0	0	0	0	0	0		
	049	Náklady na softwarové služby - údržba, support, maitenance, užívání a upgrade	241	0	241	230	0	230	95,50%	-11
	054	Údržba areálu dodavatelů	0	0	0	0	0	0		
52		Osobní náklady	4 648	67	4 715	6 728	67	6 795	144,13%	2 080
521		Mzdové náklady	3 315	49	3 364	4 862	50	4 912	146%	1 548
	031	Mzdové náklady kromě OON	2 471	27	2 498	4 161	50	4 211	168,56%	1 713
	034	OON - dohody o provedení práce a dohody o pracovní činnosti	722	22	744	701	0	701	94,21%	-43
524		Zákonné sociální pojištění	1 068	17	1 085	1 678	17	1 695	156,29%	610
525		Jiné sociální pojištění	10	0	10	0	0	0		-10
527		Zákonné sociální náklady	255	1	256	188	0	188	73,56%	-68
528		Jiné sociální náklady	0	0	0	0	0	0		
53		Daně a poplatky	4	0	4	21	0	21	583,33%	17
54		Ostatní náklady	3	0	3	0	0	0		-3
55		Odpisy, rezervy a opravné položky	755	0	755	1 248	0	1 248	165,40%	493
551		Odpisy dlouhodobého majetku	63	0	63	63	0	63	99,76%	0
558		Náklady z drobného dlouhodobého majetku	128	0	128	57	0	57	44,66%	-71
56		Finanční náklady	389	0	1	0	0	0		-1
59		Daň z příjmů	1	0	0	0	0	0		
6		Výnosy	14 762	216	14 978	14 837	0	15 261	101,89%	283
60		Výnosy z vlastních výkonů a zboží	159	207	366	211	0	635	173,46%	269
601		Výnosy z prodeje vlastních výrobků	0	0	0	0	0	0		
602		Výnosy z prodeje služeb -	159	170	329	211	0	571	173,47%	242
603		Výnosy z pronájmu	0	0	0	0	0	0		
604		Výnosy z prodaného zboží	0	37	37	1	0	64	173,39%	27
64		Ostatní výnosy	389	9	104	95	0	95	91,15%	-9
646		Výnosy z prodeje DHM	1	0	90	0	0	0		-90



			skutečnost minulého roku			plán letošního roku (2022)			procenta letošní / minulý	rozdíl letošní / minulý
			HČ	DČ	celkem	HČ	DČ	celkem	celkem	celkem
SU	AU	název	tis. Kč	tis. Kč	tis. Kč	tis. Kč	tis. Kč	tis. Kč	%	+ / -
648		Čerpání fondů	2	0	2	10	0	10	485,43%	8
66		Finanční výnosy	8	0	8	0	0	0		-8
67		Výnosy z transferů	14 499	0	14 499	14 531		14 531	100,22%	32
672		Výnosy vybraných místních vládních institucí z transferů	14 499	0	14 499	14 531		14 531	100,22%	32
	031	Výnosy územních rozpočtů z transferů - zřizovatel	11 550	0	11 550	14 479		14 479	125,36%	2 929
	032	Výnosy územních rozpočtů z transferů - ostatní ÚSC	0	0	0	0		0		
	033	Výnosy územních rozpočtů z transferů - státní rozpočet, státní fondy ap. - průtok přes rozpočet zřizovatele	0	0	0	0		0		
	034	Výnosy územních rozpočtů z transferů - státní rozpočet, státní fondy ap. - přímý tok od poskytovatele na PO	0	0	0	0		0		
Hospodářský výsledek			397	51	449	-1 238	110	-1 128	-251,35%	-1 577

Zhodnocení stanovených cílů za rok 2022

- Podpora vzniku oblastních DMO – V roce 2022 na území Kraje Vysočina vznikly nové dvě oblastní destinační společnosti Vysočina West, z. s. a Kraj pod Javořicí, z. s. Naše organizace se aktivně podílela na šíření osvěty a nutnosti řízení cestovního ruchu na oblastní úrovni.
- Nastavení plánu financování certifikovaných oblastních DMO – V roce 2022 jsme aktivně vstupovali do jednání ohledně podpory zákona o cestovním ruchu, který by pomohl řešit nedostatečné financování certifikovaných oblastních společností. V rámci spolupráce naší organizace s certifikovanými destinacemi jsme uzavřeli obchodní smlouvu o nákupu služeb.
- Zvýšení návštěvnosti oproti roku 2021 o 10 % - Meziroční změna v % se zvýšila o 45 %.
- Pokračování ve sběru dat v rámci spolupráce s oblastními DMO – Tento bod se podařilo splnit ve spolupráci s destinacemi a výsledky sběru jsou k dispozici zde: <https://www.vysocinatourism.cz/novinky/632-profil-navstevnika-vysociny>.

- Nastavení nástroje na vyhodnocování kampaní a aktivit Vysočina Tourism – Na naše webové stránky a sociální sítě jsme nastavili nástroje, které nám vyhodnocují naše kampaně. Výsledky je možné vidět pak v rámci výroční zprávy, kde je zřejmé, že naše aktivity měříme a vyhodnocujeme.
- Nastavení větší míry spolupráce s podnikateli – Celoroční práce, návštěvy podnikatelů, společná propagace Vysočiny a společné kulaté stoly s podnikateli jsou důkazem aktivního přístupu k podnikatelům v území.
- Nastavení efektivní spolupráce s nově vznikajícími i stávajícími DMO – Pravidelné setkávání s manažery a ředitelky organizace, společná exkurze pro pracovníky DMO spolupráce při tvorbě obsahu na sociálních sítích, představení marketingového plánu na následující rok se šestiměsíčním předstihem tak, aby oblastní DMO měly dostatek času připravit své plány v návaznosti na aktivity a podporu ze strany Vysočina Tourism.
- Nová koncepce filmové kanceláře – V průběhu roku 2022 jsme přijali na DPČ novou kolegyni, která postupně přebírá práci filmové kanceláře. Analyzovali jsme si aktuální potřebu a požadavky na činnost kanceláře.
- Rozvoj infrastruktury cestovního ruchu – Vysočina Tourism spolupracuje při přípravě dotačních titulů Fondu Vysočiny na úseku cestovního ruchu.
- Změna organizační struktury s ohledem na personální změny v organizaci – Změna organizační struktury je zřejmá a je zveřejněna i ve výroční zprávě.

Strategické úkoly pro rok 2023

- Podpora a rozvoj oblastních DMO
- Rozšíření počtu partnerů o 50 %
- Navýšení počtu příjezdů o 3 %
- Prodloužení průměrné délky pobytu o 2 %
- Navýšení počtu odběratelů newsletteru
- Sběr dat v území
- Prohloubení spolupráce se všemi oblastními DMO v Kraji Vysočina
- Rozvoj produktu Svatby na Vysočině, produktu Školy
- Intenzivní spolupráce se ZZ agentury CzechTourism
- Spolupráce s externí PR agenturou a intenzivní forma propagace destinace Vysočina
- Znovuotevření filmové kanceláře a mapování příležitostí
- Technologický a designový upgrade webů
- Realizace projektu „Marketingové aktivity a zefektivnění propagace destinace Vysočina v roce 2023“



Vysocina
Tourism

The logo features a stylized white graphic of three curved lines above the text. The word "Vysocina" is in a bold, sans-serif font, and "Tourism" is in a smaller, italicized sans-serif font below it.