

VÝROČNÍ ZPRÁVA 2023

VYSOČINA TOURISM
příspěvková organizace


Vysocina
Tourism


Vysocina

Úvod

Ekonomický výkon České republiky v roce 2023 pořád nepřekonal předpandemickou úroveň. Hrubý domácí produkt poklesl a inflace v Česku vzrostla, což mělo za následek snižování spotřeby domácností a snižování reálných příjmů domácností. Pokračující konflikt na Ukrajině a celosvětová ekonomická situace na hranici recese měli reálný dopad i na příjezdový domácí cestovní ruch. Aktuální ekonomická situace měla vliv i na průměrnou útratu návštěvníka. Situace se propsala i do nákupních zvyklostí při výběru dovolené. Turisté vyhledávali výhodné ekonomické balíčky, nespotřebovali exkluzivní zboží v míře jako v letech minulých.

Destinace Vysočina byla v letošním roce téměř celá pokrytá oblastními destinačními společnostmi, se kterými velmi úzce spolupracovala na základě podepsaných smlouvách o partnerství. Spolupráci jsme nastartovali také s krajským městem Jihlava. Aktivace podnikatelského sektoru v území se postupně více a více rozvíjí a společně vznikly projekty, jejichž cílem byla podpora brandu Vysočina, což jsme podpořili i vytvořením jednotného vizuálního stylu destinace Vysočina.

Organizační a personální změny v organizaci přetrvávaly i v roce 2023. Organizace měla v průměru o 1,75 úvazku podstav. Přesto že i tento rok byl plný změn, organizace se začátkem roku kompletně přestěhovala do nových prostor, byl rychlý a náročný, potvrdilo se, že směr, který jsme si koncem roku 2021 nastavili byl správný. V roce 2023 jsme definovali Vysočinu jako destinaci venkovskou, což definuje její samotnou podstatu. Celková návštěvnost Vysočiny po době covidové má vzrůstající tendenci. Na konci roku 2023 Vysočina zaznamenala v počtu hostů oproti roku 2022 nárůst o 6,48 %. Počet přenocování vzrostl o 3,29 %. Průměrná doba pobytu se snížila z 3,41 na 3,34 dní.

Ráda bych poděkovala všem partnerům, podnikatelům a oblastním destinačním společnostem za spolupráci a hledání společných cest rozvoje. Na závěr mi dovoluji poděkovat za práci všem svým kolegům z Vysočina Tourism, bez jejich nasazení a chuť posouvat cestovní ruch bychom změn nedosáhli.

Olga 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. 2023	8
3K platforma	10
Destinační nástroje komunikace Vysočina Tourism	12
Tematický rok 2023	13
Projekty Vysočina Tourism - hlavní témata roku 2023	14
Další komunikační témata	20
Posílení budování značky destinace Vysočina	25
Školení, semináře a workshopy	29
Spolupráce s médii	32
Ocenění	38
Finanční hospodaření Vysočina Tourism	39
Strategické úkoly pro rok 2024	42





Profil organizace:

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

Jejím 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.



Foto: m-ARK Místo: Telč

VYSOČINA TOURISM

Organizační struktura:



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.

Na konci roku 2023 požádala oblastní destinační společnost Vysočina West o certifikaci. Kraj pod Javořicí se bude snažit získat certifikát v národní kategorii organizací destinačního managementu v roce 2024.



Třebíčsko – moravská Vysočina

Destinační společnost v roce 2023 opětovně získala dotaci od MMR, která pomohla její území zviditelnit, zvýšit zájem a počet turistů i jejich přenocování. Hlavním tématem roku 2023 bylo Ochutnejte Třebíčsko.



Koruna Vysočiny

Destinační společnost v roce 2023 opět získala od MMR dotaci, která pomohla její území zviditelnit a realizovat projekty vypsané v dotační žádosti. Destinace i v roce 2023 pokračuje v rozšiřování členské základny a v současné době má 39 členů. V roce 2023 vytvořila nový produkt v cestovním ruchu „Putování po městech Koruny Vysočiny“. Významný krok zaznamenala i z hlediska počtu úvazků pracujících, pracujících pro destinaci. V současné době rozšířila svůj tým o jednoho zaměstnance.



Vysočina West

Destinace Vysočina West se v roce 2023 rozšířila o území Havlíčkovobrodská. Současně spustili společné produkty: Kavárenskou vizitku, Vysočina s nadhledem a Benefit Card. Navázala intenzivnější spolupráci se soukromým sektorem. Aktuálně má 37 členů ze soukromého sektoru.



Kraj pod Javořicí

Aktivity oblastní destinační společnosti Kraj pod Javořicí, z.s. v roce 2023 vedly zejména k stabilizaci destinace, navázání partnerství v regionu a rozšíření členské základny. Destinační společnost vytvořila svoje první propagační materiály, provedla aktualizaci webu a začala sledovat výkonnostní ukazatele destinace.

Přehled strategických cílů a opatření k 31. 12. 2023

1. Posílení značky Vysočina

- komunikace, která dokáže pružně reagovat na aktuální dění a trendy
- zaměření na celoroční komunikaci
- podpora produktů destinačních společností
- rozšíření partnerské sítě z řad podnikatelů v cestovním ruchu
- posilování nástrojů ke zlepšení kvality služeb v cestovním ruchu
 - organizace workshopů a kurzů nejen pro zaměstnance
 - exkurze pro pracovníky TIC, DMO a podnikatele v území

2. Rozvoj aktivit Vysočina Convention Bureau

- Aktivní propojování nabídky a poptávky v rámci konferenční turistiky

3. Znovuotevření kanceláře Vysočina Film Office

4. Stabilizace systémů řízení cestovního ruchu v Kraji Vysočina







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

- 10. 5. 2023
- 11. 9. 2023

Setkání se zástupci subjektů působících v cestovním ruchu na Vysočině

- pravidelná setkávání a průběžná komunikace s certifikovanými DMO Kraje Vysočina
- poradenství ohledně řízení cestovního ruchu na oblastní úrovni, podpora při získání certifikace
- setkání partnerů, podnikatelů a pracovníků v cestovním ruchu v Polné 24. 1. 2023
- setkání zástupců zemědělství a agroturistiky v Hrotovicích 2. 3. 2023
- setkání majitelů a správců hradů a zámků v Kraji Vysočina 18. 5. 2023 s podtitulem: „Filmový průmysl jako příležitost pro cestovní ruch“
- setkání se zástupci diecéze Brno na téma: „Církevní turistika na Vysočině v Brně“ 11. 7. 2023
- setkání s partnery v rámci projektu Cisterciácká krajina ve Žďáře nad Sázavou 16. 9. 2023

Setkání partnerů a podnikatelů v cestovním ruchu

Březen 2023 – setkání partnerů v cestovním ruchu v Koruny Vysočiny

Květen 2023 – setkání pracovníků TIC v Jihlavě

– setkání s KČT Vysočina s podtitulem: „Pěšky pro zdraví aneb Modernizace pěších turistických tras“

Červen 2023 – setkání partnerů a podnikatelů v rámci Vysočina Convention Bureau s podtitulem: „Směřování konferenční turistiky na Vysočině“

– setkání marketingových pracovníků příspěvkových organizací Kraje Vysočina z oblasti kultury a památkové péče

Říjen 2023 – setkání partnerů a podnikatelů v rámci Vysočina Convention Bureau, které proběhlo hned po školení pro partnery na téma: „Co je to MICE“

– terénní exkurze pro podnikatele na území Vysočina West

– setkání marketingových pracovníků příspěvkových organizací Kraje Vysočina z oblasti kultury a památkové péče – 2. 10. 2023

Listopad 2023 – setkání pracovníků TIC v Jihlavě

– setkání partnerů působících v cestovním ruchu v DMO Třebíčsko – moravská Vysočina 20. 11. 2022 v Dalešicích

Setkání partnerů a podnikatelů v cestovním ruchu

- Pravidelné pracovní schůzky s oblastními destinačními společnostmi probíhají každé dva měsíce.

V roce 2023 proběhly v těchto měsících: leden, březen, květen, červenec, září, říjen, listopad

Březen: 17. mezinárodní konference AKTUÁLNÍ PROBLÉMY CESTOVNÍHO RUCHU

Březen: Fórum cestovního ruchu 15. 3. 2023, Praha

Setkání krajských koordinátorů a CzechTourism

- 22.-23. 3. a 18.-19. 9. 2023

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
- Profesní sociální síť LinkedIn
- Facebookový profil Vysočina Tourism
- Destinační newsletter
- Web - vysocinatourism.cz



Tematický rok 2023

I v roce 2023 jsme pro hlavní komunikaci 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 2024. Jedním z našich cílů je tvořit komunikaci, která je dlouhodobá a stabilní a díky tomu byla pro turisty lépe zapamatovatelná. K tomu patří i vizuální komunikace, kterou jsme v roce 2023 postavili zcela nově, sjednotili všechny výstupy a začali jednotně komunikovat brand Vysočina.

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
- venkovský region

V rámci roku 2023 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, památky, venkov. Nevynechali jsme ani celoroční komunikaci na děti.

Na základě analýzy turistického potenciálu jsme v roce 2023 zvolili hlavním komunikačním tématem venkov, který zcela identifikuje náš region a tím mu dává i konkurenční výhodu.

V poslední řadě jsme se v komunikaci zaměřili na gastronomii, která v posledních letech zažívá velmi problematické roky. Velký důraz byl kladen na podporu regionálních produktů, které potrhují jedinečnost Vysočiny

Samostatnými projekty, které jsme v roce 2023 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. V roce 2023 jsme začali aktivně představovat možnosti konferenční turistiky a incentivy.



Projekty Vysočina Tourism – hlavní témata roku 2023

Brandová kampaň – Vychutnej si přítomnost na Vysočině

Cílem této kampaně byla propagace Kraje Vysočina jako brandu, který je dlouhodobě stabilní, čitelný a dává jasně najevo svou značku. Kampaň byla komunikována po celé České republice a Slovensku. V rámci kampaně jsme představili památky, které na Vysočině turisté mohou najít. Komunikovali jsme památky UNESCO, pro které byl rok 2023 velmi důležitým rokem (Třebíč si připomněla výročí zápisu na seznam UNESCO a v roce 2023 uplynulo 300 let od úmrtí významného architekta Jana Blažeje Santiniho–Aichla či 140 let od narození Jaroslava Haška. Mezi další komunikované památky patřil například hrad Lipnice, zámek Červená Řečice, zámek ve Světlé nad Sázavou či nově otevřená Galerie na Milovské huti. V rámci kampaně jsme také reagovali na zájem turistů o návštěvu zřícenin.

Online komunikace

Kampaň jsme realizovali na sociálních sítích (Facebook a Instagram). Prostřednictvím portálu Seznam jsme pracovali s inzercí na homepage – nativní inzerce i skysquare a na Novinky.cz – skysquare.

Dále jsme využili inzerci na portálu idos.cz, která cílila na vybrané kraje (Středočeský, Jihočeský a Jihomoravský kraj).

Výsledky CZ

Kanál/Formát	Dosah	Zobrazení	Rozpočet
Facebook a Instagram	1 086 202	4 378 531	85.000

Výsledky SK

Kanál/Formát	Dosah	Zobrazení	Rozpočet
Facebook a Instagram	684 596	2 926 534	59.164

Výsledky NJ

Kanál/Formát	Dosah	Zobrazení	Rozpočet
Facebook a Instagram	422 260	931 235	39.543

Offline komunikace

Kampaň byla zároveň vedena i offline formou, a to prostřednictvím inzerce v lifestyleových magazínech v Čechách i na Slovensku.

Důležitým článkem marketingového mixu byla také intenzivní spolupráce s relací Toulavá kamera, díky které Vysočina dostává jasné obrysy a zvuché jméno v rámci České republiky.



Celkové výsledky:

Vychutnej si přítomnost na Vysočině – CZ, SK, NJ

- celkové návštěvy
- průměrná doba na stránce
- průměrný počet stránek

	Dosah	Aktivní uživatelé	Průměrní doba trvání relace	Zobrazení na uživatele
DE památky	420 037	680	27s	2,4
SK památky	650 186	1 992	55s	3,48
CZ památky	1 004 168	6 265	1m 27s	5,39



Brandová kampaň – Venkov na Vysočině

Venkov je téma, kterému se bude Vysočina dlouhodobě věnovat v rámci svého pozicování na trhu. Stali jsme se tak první region v České republice, který se na venkov zaměřuje a navazuje tak na aktivity agentury CzechTourism. Pro turisty jsme připravili kompletní nabídku týkající se turismu spojeného s venkovem.

V průběhu roku jsme spustili marketingovou kampaň na budování značky Venkov na Vysočině. V následujících letech se budeme tomuto témtu věnovat a rozvíjet ho společně se Svazem venkovské turistiky a agenturou CzechTourism.

Online komunikace

Kromě standardní komunikace na sociálních sítích, koordinované spolu s oblastními destinačními společnostmi, jsme připravili placené kampaně v Čechách i na Slovensku na sociálních sítích či vyhledávačích.

Výsledky CZ

Kanál/Formát	Dosah	Zobrazení	Rozpočet
Facebook a Instagram	1 078 521	4 178 737	106 000

Výsledky SK

Kanál/Formát	Dosah	Zobrazení	Rozpočet
Facebook a Instagram	736 541	3 131 341	59 496

Výsledky DE

Kanál/Formát	Dosah	Zobrazení	Rozpočet
Facebook a Instagram	445 565	887 833	46 108



Online komunikace

Kampaň byla současně vedena i formou offline, a to prostřednictvím inzerce v dopravním prostředku (metro) a řadou PR článků v celorepublikových magazínech.

	Dosah	Aktivní uživatelé	Průměrní doba trvání relace	Zobrazení na uživatele
DE památky	442 496	586	38s	3,21
SK památky	671 997	3 068	53s	3,77
CZ památky	947 101	7 936	1m 01s	5,2



Školní výlety na Vysočině

V roce 2023 jsme navázali spolupráci s dalšími subjekty a tím rozšířili samotnou nabídku. Důležité byly aktivní pre-sales aktivity formou nabídkových e-mailů či placenou reklamu na sociálních sítích.

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

Vytvořili jsme samostatnou mikrosite <https://skolnivyletynavysocine.cz>

Kanál/Formát	Dosah	Zobrazení	Rozpočet
Facebook a Instagram	301 988	1 410 286	78 136

Offline komunikace a kontaktní kampaně

V roce 2023 jsme se posunuli z online prostoru do printového prostoru a do kontaktních kampaní. Připravili jsme letáky a projekt představili na různých vzdělávacích akcích určených pro pedagogy i studenty. Prostřednictvím spolupráce s odborem školství Kraje Vysočina a řediteli základních a středních škol jsme vytvořili projekt Vysočina sobě.

	Dosah	Aktivní uživatelé	Průměrná doba trvání relace	Zobrazení na uživatele
CZ Školy (konec ledna až březen, srpen až polovina září)	211 536	260	1m 01s	4,16



Svatba na Vysočině

V roce 2023 jsme navázali na úspěšnou komunikaci zaměřenou na svatby. Jedná se o téma, které budeme rozvíjet i v nadcházejících letech a které bylo pozitivně kvitováno nejen ze strany podnikatelů, ale také agentury CzechTourism. Opět jsme vytvořili samostatnou mikro stránku www.vysocinasvatba.cz

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

- venkovská svatba
- svatba na zámku
- svatba v kostele
- svatba v hotelu
- netradiční svatba
- svatební koordinátoři
- dodavatelé

V roce 2023 pokračujeme v komunikaci prostřednictvím účtu na sociální síti Pinterest, kde představujeme jednotlivá místa a pracujeme s reklamou.

Dále jsme v rámci reklamy zvolili sociální síť Facebook a Instagram, kde reklama dosahovala těchto výsledků:

Výsledky:

Kanál/Formát	Dosah	Zobrazení	Rozpočet
Facebook a Instagram	684 596	2 926 534	59.164

Svatební trip

Na jaře roku 2023 jsme realizovali svatební trip po třech vybraných místech, která jsme ukázali 12 svatebním koordinátorům z celé České republiky. Tato akce zaznamenala obrovský úspěch, a proto jsme se rozhodli v ní pokračovat. Trip jsme zahájili seminářem „Svatební workshop určený pro svatební a eventové koordinátory“ v počtu 30 koordinátorů.





Další kampaně

Vysočina dětem

V roce 2023 jsme kampaň i téma připravili tak, aby se více cílilo na věk dítěte, s čím souvisí i následně potřeby návštěvníka.

Kanál/Formát	Dosah	Zobrazení	Rozpočet
Facebook a Instagram	685 505	2 740 485	59 179,07



Jarní prázdniny

Cílem kampaně bylo představit rodičům ucelenou nabídku míst, kam mohou vzít své děti na jarní prázdniny ať už jsou milovníky lyžování nebo hledají spíše indoor aktivity. Kampaň startovala 26. 1. a končila 17. 3. 2023, záměrně byla navržena tak, aby v maximální míře pokryla celou dobu jarních prázdnin.

Kanál/Formát	Dosah	Zobrazení	Rozpočet
Facebook a Instagram	561 856	1 618 356	34 600



Karty výhod – podpora produktů DMO

Cílem této kampaně byla podpora oblastních destinačních společností a jejich produktů a zejména posílení slabší turistické sezóny – podzim.

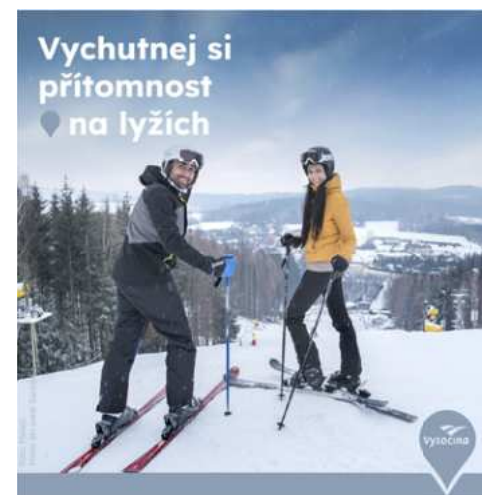
Kanál/Formát	Dosah	Zobrazení	Rozpočet
Facebook a Instagram	317 841	1 012 200	23 836



Vychutnej si přítomnost na lyžích

Cílem kampaně bylo pomoci jednotlivým střediskům s propagací v nelehké době. Kampaň byla pozastavována a znovu spouštěna na základě aktuálních podmínek. Kampaň startovala 3. 1. a končila 15. 3. 2023, v průběhu byla ale dle počasí kampaň pozastavovaná. Pro kampaň byly zvoleny celkem 2 sady pohyblivých bannerů.

Kanál/Formát	Dosah	Zobrazení	Rozpočet
Facebook a Instagram	2 060 781	3 805 646	80 900



Výsledky celkem

- Kampaň zaznamenala celkem **1 779 návštěv**.
- Průměrná doba na stránce byla **1:13**.
- V průměru jedna návštěva prošla **3,02 stránky**.



MICE

V roce 2023 jsme podpořili konferenční turistiku v průběhu roku dvakrát. Na konci roku jsme měli spuštěnou kampaň na podporu vánočních večírků. Jako komunikační kanál jsme zvolili Facebook a Instagram. Kromě online kampaní jsme aktivně pracovali také s placenou inzercí v ekonomických časopisech.

Výsledky – Vánoční večírky

Kanál/Formát	Dosah	Zobrazení	Rozpočet
Facebook a Instagram	257 994	477 523	14 897

Výsledky – Vánoční večírky

Kanál/Formát	Dosah	Zobrazení	Rozpočet
Facebook a Instagram	312 172	487 132	15 000



Výsledky – Vánoční večírky

- Celkové návštěvy: 521
- Doba na stránce: 38 s
- Průměrný počet stránek: 2,03

Výsledky – MICE konference

- Celkové návštěvy: 925
- Průměrná doba na stránce: 46 s
- Průměrný počet stránek: 2,19

Advent

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

Kanál/Formát	Dosah	Zobrazení	Rozpočet
Facebook a Instagram	573 239	1 014 794	24 000



Vysočina vlakem

Kampaní Vysočinou vlakem jsme cílili na nový trend nejen v cestovním ruchu. Představili jsme místa, kam se lidé i z druhé strany republiky mohou docela jednoduše dostat vlakem, a přinesli jsme tipy v podobě detailního itineráře, kam se vydat na výlet, kde se dobře najíst a kde se ubytovat podle cestovatelských preferencí.

Kanál/Formát	Dosah	Zobrazení	Rozpočet
Facebook a Instagram	401 877	948 101	20 000



Regionální produkty

Stejně jako v roce 2022 jsme i pro poslední týdny roku 2023 připravili komunikaci, která představila regionální produkty z Vysočiny jako krásné dárky pro stromeček.

Kanál/Formát	Dosah	Zobrazení	Rozpočet
Facebook a Instagram	1 652 077	5 103 279	91 000





Vychutnej si přítomnost na kole

Cílem kampaně bylo představení Vysočiny jako ideální destinaci pro dovolenou na kole. Rozhodli jsme se s kampaní cílit i na Slovensko.

Výsledky CZ

Kanál/Formát	Dosah	Zobrazení	Rozpočet
Facebook a Instagram	1 098 853	3 798 307	69 870

Výsledky SK

Kanál/Formát	Dosah	Zobrazení	Rozpočet
Facebook a Instagram	687 997	3 028 090	59 732



Posílení budování značky destinace Vysočina

Název projektu: Marketingové aktivity a zefektivnění propagace destinace Vysočina v roce 2023

Program: Ministerstvo pro místní rozvoj – Národní program rozvoje cestovního ruchu v regionech, podprogram Marketingové aktivity v cestovním ruchu.

Financování projektu: vlastní zdroje příspěvkové organizace

Cíl projektu: Efektivním marketingem a propagací turistické destinace Vysočina zvýšit povědomí o nabídce cestovního ruchu v regionu

Plnění:

- jednotný vizuální komunikační manuál
- grafické zpracování nových a aktualizace stávajících brožur a propagačních materiálů v souladu s jednotným manuálem

Území: destinace Vysočina

Doba trvání: březen – listopad 2023

Rozpočet: 1 001 864 Kč





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 2023 – HISTORIE JAKO SOUČÁST PRODUKTŮ CESTOVNÍHO RUCHU
<https://kcr.vspj.cz/uvod/archiv/konference/aktualni-problemy-cestovniho-ruchu-2023>

Veletrhy a prezentace cestovního ruchu

- Setkání partnerů, podnikatelů a aktérů v cestovním ruchu na Vysočině – 24. ledna 2023 v Polné
- SP Biatlonu Nové Město na Moravě 2.–5. 3. 2023
- For Bikes Praha – 24.–26. 3. 2023
- Kolo pro život – série cyklo závodů po celé České republice
- Czechia Travel Trade Day, Brno – 24.–25. 4. 2023
- Světový pohár horských kol, Nové Město na Moravě – 12.–14. 5. 2023
- Bavorská zemská zahrada Německo – 17. 6. 2023
- Historická slavnost Barchan, Jemnice – 16.–18. 6. 2023
- Hračkobraní, Kamenice nad Lipou – 12.–16. 7. 2023
- Prázdniny v Telči, Telč – 28. 7. – 13. 8. 2023
- Země živitelka, České Budějovice – 24.–29. 8. 2023
- Velká Pardubická – 8. 10. 2023
- Fórum cestovního ruchu na Vysočině

Sběr dat a profil návštěvníka

- V roce 2023 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: <https://www.vysocinatourism.cz/novinky/816-profil-navstevnika--vysociny-cesta-k-lepsimu-rozvoji-cestovniho-ruchu>

Vysočina Convention Bureau

- Na konci roku 2023 vznikl zcela nový web, jehož UX je přizpůsobená novým požadavkům a trendům.
- Proběhla změna organizační struktury, jejíž součástí je jedna pracovní pozice vyčleněná jako manažer Vysočina Conventio Bureau.
- V průběhu roku jsme realizovali 3 kulaté stoly s podnikateli na téma spolupráce v rámci konferenční turistiky.
- V roce 2023 jsme opět měli spuštěné placené kampaně na sociálních sítích a inzerovali v ekonomických časopisech.

Filmová kancelář Vysočina

- V průběhu roku jsme se snažili o stabilizaci kanceláře a hledání nové manažerky.
- Začali jsme s aktualizací lokací v rámci Vysočiny.
- Proběhl press day s Odznakem Vysočiny.
- Navštívili jsme několik filmových festivalů.

Odoorová kampaň v Praze

- V roce 2023 jsme pokračovali v úspěšné billboardové kampani v Praze, kde hlavní komunikační téma bylo Venkov na Vysočině.





Tisková konference v Bratislavě

- 13. dubna 2023 jsme připravili společně s panem hrabětem Constantinem Kinským a partnery podnikateli ucelenou prezentaci Vysočiny v Bratislavě
- Po tiskové konferenci následoval press trip novinářů ze Slovenska, kteří zmiňované perly Vysočiny navštívili

Na vlastní nohy Vysočinou

- Na podporu cestovního ruchu na Vysočině jsme ve spolupráci s Hit rádiem Vysočina připravili 10denní výzvu pro moderátory z rádia
- V průběhu těchto dní se vysílalo přímo z území v mobilním studiu a do vstupů byli přizváni představitelé turistických cílů
- Pořad ukázal kouzlo Vysočiny v přímém přenosu

Jednotný vizuální komunikační manuál

- Z důvodu sjednocení komunikačního vizuálního trendu pro všechny platformy jsme připravili manuál společné komunikace v online prostoru
- <https://www.vysocinatourism.cz/pro-media/jednotny-vizualni-styl>

Školení, semináře a workshopy

- Jak nadchnout návštěvníky? Aneb trendy a výzvy v interpretaci místního dědictví - 26. 1. 2023
- Workshop Každý prodává, psychologie obchodu - 2. 2. 2023
- Canva – Práce s online grafickým programem - 7. 2. 2023
- Akce, slavnosti, festivaly. Jak uspořádat kvalitní a soběstačnou akci nebo festival - 13. 3. 2023
- Time management v CR. Jak rozdělit práci, metody, aplikace, jak vyhodnocovat a prioritizovat - 15. 5. 2023
- Vyhodnocení a použití UPS - 12. 7. 2023
- Data a jejich užití - 10. 10. 2023
- Data a jejich interpretace - 20. 11. 2023
- Syllabusy webinarů - 05. 10. 2023
- MICE data (online) - 28. 3. 2023
- Cyklisté vítáni na dálkových trasách a Eurovelo – 4. 12. 2023
- Creativní brand building – 29. 9. 2023





Presstripy

- Press trip s CzechTourism „Cestování za osobnostmi“ - 3.-4. 12. 2023
- Press trip pro italské touroperátory - 18. 2. 2023
- Press trip Central News Agency z Tchaj-wanu - 10.-14. 9. 2023
- MICE trip Tchaj-wan - 17.-18. 11. 2023
- Svatební trip 9.-10. 5. 2023
- Tchaj-wanská televize 2.-4. 8. 2023

Exkurze

Z důvodu potřeby setkávání se naší organizace s partnery přímo v území, jsme v roce 2023 nastartovali externí exkurze pro manažery DMO a pracovníky TIC. Exkurze se rozdělily do 4 dní v průběhu roku, tak aby se každý den představila jedna destinace.

Newsletter

První polovina roku 2023 - míra otevření 26 % (od konce roku 2022 jsme sledovali postupné snižování této metriky) všech newsletterů. Ovšem z důvodů zpoplatnění nástroje a jeho horší uživatelské přívětivosti jsme se rozhodli od druhé poloviny roku 2023 využívat na rozesílku nový nástroj - SmartEmailing. Rozesíláme dva druhy newsletteru. Jeden je turistický a jeden destinační. Cílem destinačního newsletteru je pravidelná informovanost partnerů od dění na Vysočina Tourism. Průměrná míra otevření turistického newsletteru od poloviny roku 2023 činí 25 %. Průměrná míra otevření destinačního newsletteru od poloviny roku 2023 činí 18 %.

Nutné dodat, že původní stará databáze byla odstraněna a začaly se sbírat nové kontakty, abychom databázi aktualizovali.



Tiskoviny

V roce 2023 jsme získali finanční prostředky z dotace z MMR a vytvořili jsme tak 4 zcela nové brožury již podle nového vizuálního stylu. Nově vzniklé brožury: Vysočinou s dětmi, Vysočinou na koni, To nejlepší z památek Vysočiny, Putování barokní Vysočinou.

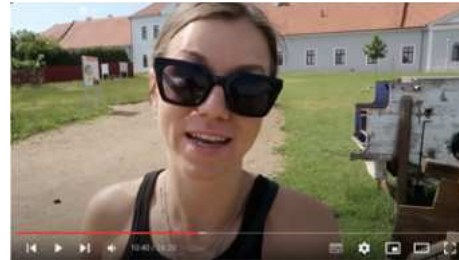
Spolupráce s influencery

Vysočina dětem – Kamča Linda

Cílem dlouhodobé spolupráce s touto influencerkou je ukázat, že Andreásek roste s Vysočinou, respektive Vysočina je destinace vhodná pro rodiny s dětmi v každém věku. Tato rodina ukazuje, co vše a v jakém věku je možné na Vysočině navštívit.

Spolupráce v podobě vlogu zaznamenaly celkem 10 834.00 zhlédnutí na Youtube. Další propagace Vysočiny pak probíhala přes Instagram influencerky.

<https://www.youtube.com/watch?v=UxOMzlvptBY&list=UULFXd5O6irUVo-aGN4XKbGcHw&index=20>



Novou formou spolupráce s oblastními destinačními společnostmi jsme podpořili konkrétní potřeby v území. Partneři dostali maximální rozpočet, kterým je naše organizace podpoří a dle svého uvážení si vybrali influencera/fotografa. Cílem je reflektovat požadavky v území a podpořit jejich projekty. Výstupy pak byly označovány společnými # a odkazy na náš profil i partnera.

- Třebíčsko – moravská Vysočina – David Vančišin
- Koruna Vysočiny – Lukáš Doležal
- Vysočina West – Michal Petrů
- Brána Jihlavy – Lucie Svobodová

Spolupráce s médii

Printová reklama

Celkem 103 mediálních výstupů (**30 tisk, 83 online**)

- Forbes,
- Marianne
- Vlasta
- Men and Women (příloha Metra)
- Chvilka pro tebe
- Svět ženy
- Blesk pro ženy
- Doma (příloha MF Dnes)
- Překvapení
- Krásný nový rok
- Čas pro hvězdy
- aktualne.cz, novinky.cz, idnes.cz, prima.living.cz, prozeny.cz, zena-in.cz, czechcrunch.cz, Ekonom

TV

- Chutné Česko 20. 9. 2023
- Příběhy starých hospod 11. 1. 2023
- Toulavá kamera: dlouhodobá spolupráce v rámci propagace kraje a jeho území
- Prima Česko
- Dobré ráno Brno



Web

Čísla jsou jen do konce června 2023. V té době došlo k přechodu na nové měření od Googlu. Tento nový systém některé metriky, které jsme doted' sledovali, zrušil. Zároveň pro výpočet návštěvnosti se používá jiný vzorec než ve starých Google Analytics.

● Webová prezentace Vysočina Tourism

- Webová prezentace Vysočina Tourism

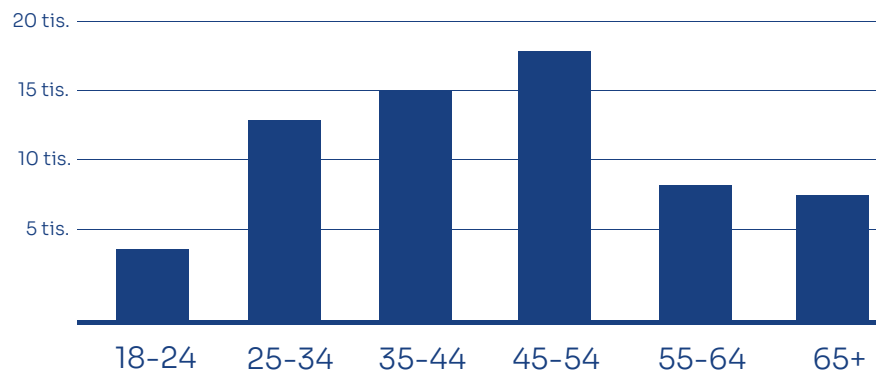
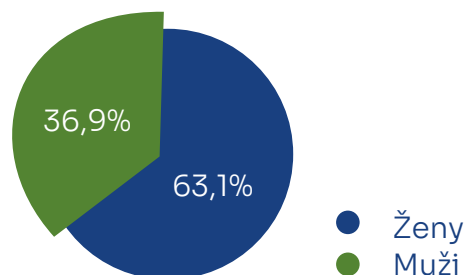
	2019	2020	2021	2022	2023
Návštěvy stránek	115 718	240 916	319 890	987 170	94 157
Uživatelé	86 709	180 423	244 932	679 119	64 364
Míra okamžitého opuštění	64,98%	72,75%	70,63%	45,51%	59,2%
Průměrná doba návštěvy	2:12 min	1:41 min	1:51 min	3:20 min	2:22 min

● Návštěvnost webových stránek:

- www.vysocina-konference.cz/cs

	2019	2020	2021	2022	2023
Návštěvy stránek	1 854	21 406	3 053	12 054	10 182

1. 1. 2022 - 30. 6. 2023

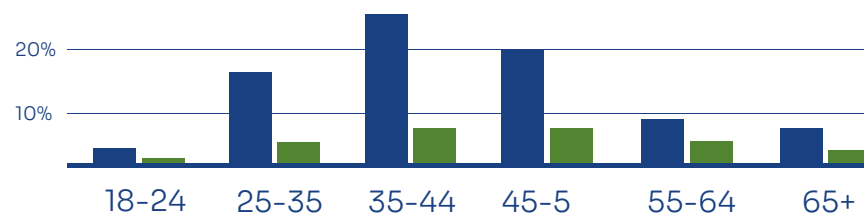
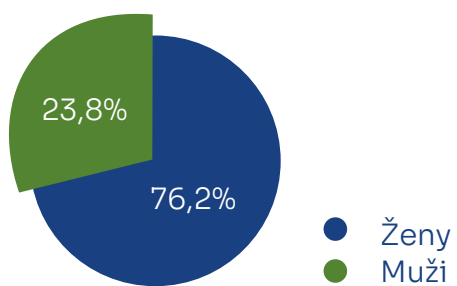


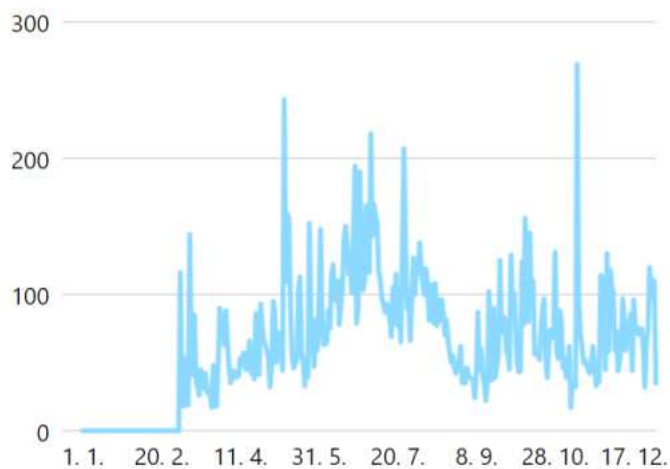


Facebook

	2019	2020	2021	2022	2023
Počet fanoušků	4 118	5 378	6 963	13 450	17 939

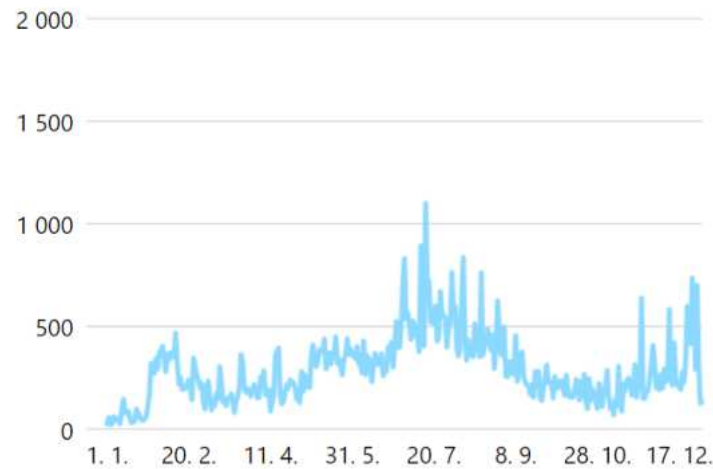
1. 1. 2023 - 31. 12. 2023





FB návštěvnost v roce 2022:

23,4 tisíc (o 155,3 % více než v roce 2021)



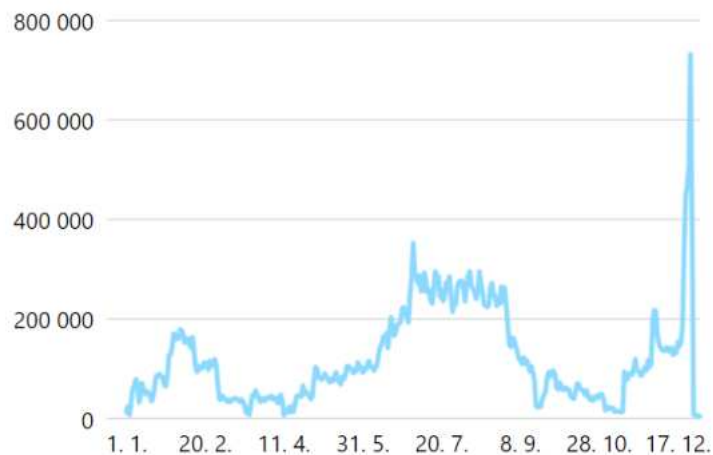
FB návštěvnost v roce 2023:

105,6 tisíc (o 351,4 % více než v roce 2022)



FB dosah v roce 2022:

4,4 milionu (o 452 % více než v roce 2021)



FB dosah v roce 2023:

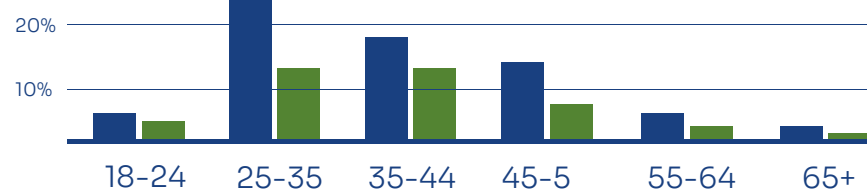
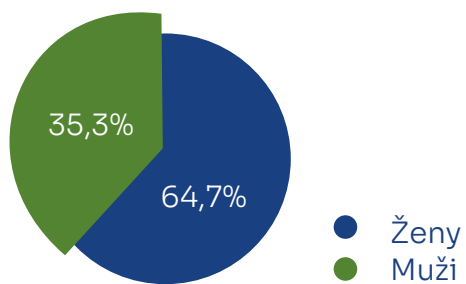
4,8 milionu (o 10,2 % více než v roce 2022)

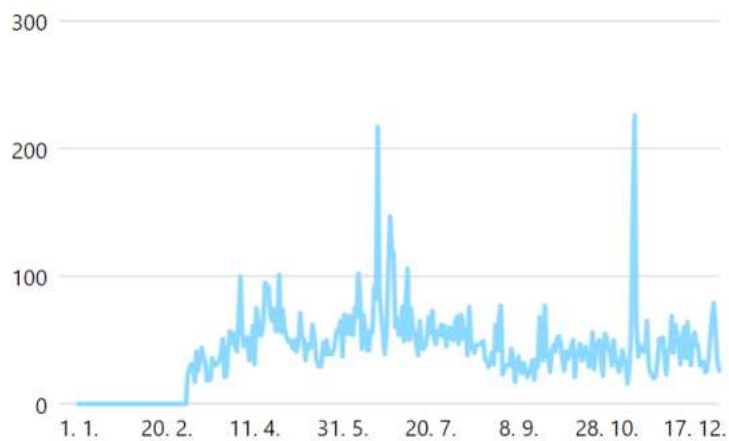


Instagram

	2019	2020	2021	2022	2023
Počet fanoušků	1 592	2 646	4 480	6 241	7 654

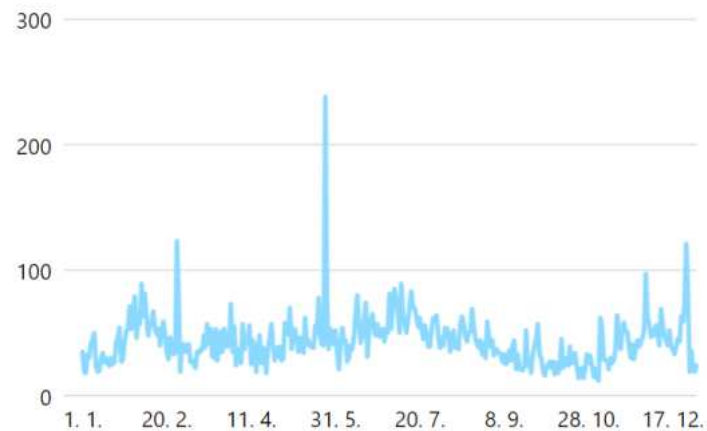
1. 1. 2022 - 31. 12. 2022





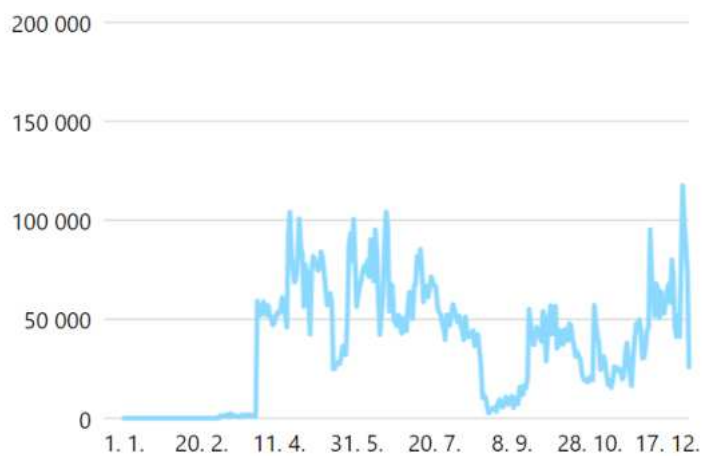
IG návštěvnost v roce 2022:

15,0 tisíc



IG návštěvnost v roce 2023:

16,0 tisíc (o 6,4 % více než v roce 2022)



IG dosah v roce 2022:

1,9 milionu



IG dosah v roce 2023:

2,2 milionu (o 15,3 % více než v roce 2022)



Ocenění

- KAM na letní dovolenou/pěší a cyklo: **3. Kraj Vysočina** (3020 b.)
- KAM na zimní dovolenou: **1. Kraj Vysočina** (3146 b.)
- KAM na výlet s dětmi: **3. Kraj Vysočina** (2858 b.)
- KAM na koně/koňské stezky: **1. Kraj Vysočina** (3513 b.)
- KAM za zážitkem/adrenalinem: **1. Kraj Vysočina** (2635 b.)
- KAM za folklorem a tradicemi: **3. Kraj Vysočina** (2246 b.)

Spolupráce a partnerství

- Smlouva o partnerství s destinační společností Koruna Vysočiny, z. s.
- Smlouva o partnerství s destinační společností Třebíčsko – moravská Vysočina
- Prohlášení o partnerství CHKO Žďárské vrchy
- Prohlášení o partnerství KČT
- Smlouva o spolupráci a zajištění služeb s Vysočina West, z. s.
- Smlouva o spolupráci a zajištění služeb s Kraj pod Javořicí, z. s.
- Smlouva o spolupráci a zajištění služeb s Brána Jihlavy, z. s.
- Spolupráce s Vysokou školou polytechnickou Jihlava

Certifikace organizací destinačního managementu

- Certifikát jsme získali na tři roky dne 14. 6. 2023.

Finanční hospodaření Vysočina Tourism

Vysočina Tourism, příspěvková organizace

Číslo plánu: FP-28263693-2024-0002

			skutečnost minulého roku			plán letošního roku (2024)			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	16 136	177	16 313	16 064	314	16 378	100,40 %	65
50		Spotřebovatelné nákupy	567	1	568	379	0	379	66,78 %	-189
501		Spotřeba materiálu	567	0	567	379	0	379	66,90 %	-188
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		
503		Spotřeba jiných neskladovatelných dodávek	0	0	0	0	0	0		
504		Prodané zboží	0	1	1	0	0	0		-1
51		Služby	8 558	170	8 727	8 992	247	9 239	105,86 %	512
511		Opravy a udržování	80	0	80	85	0	85	105,79 %	5
518		Ostatní služby	0	0	0	0	0	0		
	031	Nájemné	25	0	25	62	0	62	251,22 %	37
	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	6	0	6	0	0	0		-6
	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	378	0	378	214	0	214	56,62 %	-164
	041	Ostraha, vrátnice	0	0	0	0	0	0		
	044	Služby v oblasti BOZP a PO	0	0	0	4	0	4		



			skutečnost minulého roku			plán letošního roku (2024)			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	192	0	192	192	0	192	100,00 %	0
	046	Poradenská činnost - daňová, účetní atd.	0	0	0	0	0	0		
	047	Náklady na vedení mzdového účetnictví a personalistiku	126	0	126	110	0	110	86,96 %	-16
	048	Náklady na vedení účetnictví	0	0	0	0	0	0		
	049	Náklady na softwarové služby - údržba, support, maintenance, užívání a upgrade	536	0	536	730	0	730	136,12 %	194
	054	Údržba areálu dodavatelsky	0	0	0	0	0	0		
52		Osobní náklady	5 773	6	5 779	6 530	67	6 597	114,15 %	818
521		Mzdové náklady	4 132	5	4 137	4 682	50	4 732	114,39 %	595
	031	Mzdové náklady kromě OON	3 466	2	3 469	3 981	50	4 031	116,21 %	562
	034	OON - dohody o provedení práce a dohody o pracovní činnosti	662	2	664	701	0	701	105,56 %	37
524		Zákonné sociální pojištění	1 376	2	1 378	1 623	17	1 640	119,05 %	262
525		Jiné sociální pojištění	17	0	17	0	0	0		-17
527		Zákonné sociální náklady	247	0	247	225	0	225	90,92 %	-22
528		Jiné sociální náklady	0	0	0	0	0	0		
53		Daně a poplatky	3	0	3	3	0	3	114,50 %	0
54		Ostatní náklady	2	0	2	0	0	0		-2
55		Odpisy, rezervy a opravné položky	1 232	0	1 232	160	0	160	12,99 %	-1 072
551		Odpisy dlouhodobého majetku	63	0	63	103	0	103	163,16 %	40
558		Náklady z drobného dlouhodobého majetku	41	0	41	57	0	57	138,86 %	16
56		Finanční náklady	2	0	2	0	0	0		-2
59		Daň z příjmů	0	0	0	0	0	0		
6		Výnosy	15 604	188	15 792	18 852	424	19 276	122,06 %	3 484
60		Výnosy z vlastních výkonů a zboží	144	187	331	211	424	635	191,82 %	304
601		Výnosy z prodeje vlastních výrobků	0	0	0	0	0	0		
602		Výnosy z prodeje služeb	144	179	323	211	360	571	176,89 %	248
603		Výnosy z pronájmu	0	0	0	0	0	0		
604		Výnosy z prodaného zboží	0	8	8	0	64	64	776,70 %	56
64		Ostatní výnosy	26	1	27	95	0	95	352,50 %	68
646		Výnosy z prodeje DHM	26	0	26	0	0	0		-26

			skutečnost minulého roku			plán letošního roku (2024)			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	0	0	0	10	0	10		
66		Finanční výnosy	0	0	0	2 898	0	2 898		
67		Výnosy z transferů	15 434	0	15 434	15 648		15 648	101,39 %	214
672		Výnosy vybraných místních vládních institucí z transferů	15 434	0	15 434	15 434		15 648	101,39 %	214
	031	Výnosy územních rozpočtů z transferů - zřizovatel	15 159	0	15 159	15 629		15 629	103,10 %	470
	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	158	0	158	0		0		-158
	034	Výnosy územních rozpočtů z transferů - státní rozpočet, státní fondy ap. - přímý tok od poskytovatele na PO	-31	0	-31	0		0		
Hospodářský výsledek			-531	11	-520	2 788	110	2 898	-556,96 %	3 418

Zhodnocení stanovených cílů za rok 2023

- Podpora a rozvoj oblastních DMO je jednou z nejdůležitějších činností naší organizace. V roce 2023 jsme velmi úzce spolupracovali s dalšími dvěma destinačními společnostmi, a to na základě smlouvy o partnerství a také smlouvy o nákupu služeb. Podařilo se nám zlepšit vzájemné vztahy i zefektivnit spolupráci.
- V tomto roce jsme dávali velký důraz na vytváření partnerství zejména s podnikateli, a to prostřednictvím zajímavých projektů. O tom, že se nám povedlo naplnit svůj cíl, svědčí i fakt, že setkání partnerů v Polné se zúčastnilo kolem 88 partnerů z řad podnikatelů a pracovníků v cestovním ruchu. V tomto roce jsme zaznamenali nárůst počtu příjezdů oproti roku 2019 o 13 % a oproti roku 2022 jsme zaznamenali nárůst o 6,48 %.

- Stanovený cíl prodloužení průměrné délky pobytu o 2 % jsme nenaplnili. Průměrná délka se naopak snížila. Na obhajobu je nutné říct, že celková délka pobytu v ČR se snížila a pokles zaznamenaly všechny kraje. Abychom tento trend snižování průměrné doby zastavili, soustředíme se na tento ukazatel i v roce 2024 a stanovíme si ho jako prioritní cíl.
- Navýšení počtu odběratelů newsletteru o 50 % se nám podařilo splnit. V roce 2023 byl počet odběratelů turistického newsletteru navýšen o 90 %, tj. o 1729 odběratelů.
- Byl realizován sběr dat v území na základě spolupráce s partnery v území.
- Došlo k prohloubení spolupráce se všemi oblastními DMO v Kraji Vysočina a vytvoření vzájemné synergie zejména ve stanovení společných cílů.
- Realizovali jsme pre-sales aktivity v rámci Vysočina Convention Bureau a projektu pro školy.
- Intenzivně jsme spolupracovali se ZZ agentury CzechTourism.
- Spolupracovali jsme s externí PR agenturou a intenzivně propagovali destinaci Vysočina.
- Došlo k podpoře audiovizuální tvorby prostřednictvím Vysočina Film Office.
- Technologicky a designově jsme upradovali weby.
- Byl realizován projekt „Marketingové aktivity a zefektivnění propagace destinace Vysočina v roce 2024“.

Strategické úkoly pro rok 2024

- Podpora a rozvoj oblastních DMO
- Rozšíření počtu partnerů o 50 %
- Navýšení počtu příjezdů o 5 %
- Navýšení počtu příjezdů zahraničních turistů
- Udržení průměrné délky pobytu, jako tomu bylo v roce 2023
- Navýšení počtu odběratelů newsletteru o 100 %
- Sběr dat v území
- Prohloubení spolupráce se všemi oblastními DMO v Kraji Vysočina
- Aktivní pre-sales v rámci Vysočina Convention Bureau
- 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
- Vytvoření datové základny a sledování výkonnosti destinace
- Realizace projektu „Marketingové aktivity a zefektivnění propagace destinace Vysočina v roce 2024“

Měřitelné úkoly pro rok 2024

- Rozšíření partnerů o 50 %
- Zvýšení počtu příjezdů o 5 %
- Navýšení počtu zahraničních turistů o 10 %
- Navýšení délky pobytu
- Navýšení počtu odběratelů turistického newsletteru o 100 %
- Posbírat celkem 2000 dotazníků
- Pre-sales VCB oslovit 1000 kontaktů
- Pre-sales školní výlety oslovit 500 škol
- Realizace 10 zahraniční tripů
- Počet mediálních výstupů 110
- Podpora audiovizuální tvorby na Vysočině v celkové částce 1 000 000,- Kč z rozpočtu VT
- Technologický upgrade 1 webu



Vysocina
Tourism



Vysocina