



Středočeská centrála  
cestovního ruchu

# **SETKÁNÍ S OBLASTNÍMI ORGANIZACEMI DESTINAČNÍHO MANAGEMENTU, JEJICH ČLENY A PARTNERY**

22. ledna 2025

Ohlédnutí za rokem 2024







**1 088 691**

hosté celkem 1Q-3Q 2024  
z toho rezidenti 857 006 a nerezidenti 231 685

**2 508 772**

počet přenocování, s průměrným počtem přenocování 2,3  
z toho rezidenti 1 987 925 a nerezidenti 520 847

**Německo, Slovensko, Polsko a Rakousko**

hlavní zdrojové trhy, mimo Českou republiku

**Více než 100 novinářů z 20 zemí světa**

účast na press tripech

**35 tiskových zpráv a 35,3 mil. AVE**

vyčíslení hodnoty mediálního pokrytí



**24 427**

návštěvnost TIC v poměru 4 145 rezidenti a 20 282 nerezidenti

**4,9 mil. Kč**

investice kraje do modernizace informačního centra

**25,1 mil.**

dosah 4 destinačních facebookových profilů (CZ, EN, DE, PL)

**1,7 mil.**

dosah Instagramu @visitcentralbohemia

**204 457**

aktivních uživatelů destinačního webu se zapojením 1 min 20 s.





## **14 tis.**

aktivních uživatelů webu Pustit k vodě, s průměrnou dobou zapojení 1 minuta a 22 s.

## **1,8 mil.**

dosah na produktovém facebookovém profilu Pustit k vodě

## **324 tis.**

dosah Instagramu @pustitkvode

## **2 tis.**

aktivních uživatelů webu Střední Čechy Convention Bureau, s průměrnou dobou zapojení 1 minuta a 49 s.

## **9,2 tis.**

aktivních uživatelů korporátního webu SCCR, s průměrnou dobou zapojení 1 minuta a 6 s.

# Hlavní komunikační téma 2024-2025



## Aktivní turismus, lázeňství a wellness

- Představení středních Čech jako destinace v pohybu, ale i místa pro zasloužený odpočinek
- Důraz na kvalitní gastronomii, lázeňské a wellness možnosti, **sportovní vyžití, kulturní akce, netradiční ubytování**
- Akcent na **pobyt v přírodě a na venkově** doplněn o **aktivní trávení dovolené** ve městech
- Atraktivní téma pro všechny cílové skupiny a věkové kategorie, tj. každý si najde to svoje
- Výhoda středních Čech v rozmanitosti a šíři nabídky aktivní turistiky
- Navázání na hlavní komunikační téma CzechTourism pro roky 2024–25



# Jak téma komunikujeme



## **Pustit k vodě**

Nový produkt středních Čech zaměřený na aktivity na vodě i okolo ní, v roce 2025 rozšíření o EN mutaci webu



## **Konkrétní cíle, služby a zážitky**

Uveřejňování prověřených tipů ve spolupráci s oblastními DMO



## **Aktivní turistika pro zahraniční klientelu**

Výběr vhodných aktivit, dostatečně atraktivních a především připravených na zahraniční klientelu, propagace ve spolupráci se zahraničními zastoupeními CzechTourism



## **Aktivní turistika pro domácího turistu**

Ve spolupráci s oblastními DMO, tipy i na prověřené lokální zážitky, využití tuzemských médií





# Dílčí komunikační témata

pro roky 2024-2025, která navazují na hlavní komunikační linku a doplňují komplexní nabídku



## Cestování po středních Čechách veřejnou hromadnou dopravou (VHD)

- Zdůraznění snadné dostupnosti středních Čech VHD
- Praha jako hlavní zdrojový trh
- Uspřádání plánování výletu
- Plnění podepsaného memoranda mezi IDSK a PID
- Návaznost na kampaň Utečte z města a podporu udržitelného rozvoje ČR



## TOP aktivity, cíle a akce

- Akcent na největší a nejnavštěvovanější místa/akce
- Využití pro vzdálenější kraje ČR a sousední státy
- Nutná spolupráce s DMO a pořadateli konkrétních akcí



## Cestovní ruch šetrný nejen k životnímu prostředí

- Navázání na kampaň Utečte z města
- Zaměření na pobyt v přírodě a na venkově
- Významná součást hlavního komunikačního tématu
- Důraz na cestování veřejnou dopravou



# Cílové skupiny B2C



## Lidé cestující bez dětí

- Aktivní lidé ve věku cca. 35–54 let, vysokoškolsky vzdělaní, vyšší střední třída (bonitní klientela), mají informační přehled, jsou zcestovalí a hlavním zdrojem informací je internet.
- Na dovolené, kterou si organizují sami, hledají především poznávání a aktivní odpočinek s cílem dopřát si a nešetřit. Nejčastěji cestují s partnerem, rodinou nebo přáteli.



## Rodiny s dětmi



## Bleisure (obchodní cesta spojená s dovolenou)



## Aktivní senioři

- Movitější turisté ve věku cca. 55+ let, pro něž není cestování o počtu navštívených míst.
- Vyhledávají spíše opravdovost zážitku a prožitku. Vybírají si nevšední, autentické destinace, které nabízejí neobyčejné zážitky.



## Zralí mileniálové

- Zpravidla solidně zajištění mladí lidé ve věku cca. 26–34 let se zájmem o cestování, moderní technologie, hudbu, návštěvy barů a hospod, festivalů a trendy akcí.
- Cílem cestování je užít si a bavit se.

Zdroj: Institut turismu





**Marketingové kampaně**



# Pustit k vodě: rozvoj produktu a kampaň 2025

- do května rozšíření obsahu na webu v návaznosti na *Program 2025 pro poskytování dotací na podporu rozvoje destinačních managementů Středočeského kraje z rozpočtu Středočeského kraje*
- dvoutříměsíční jarní OOH kampaň v hl. m. Praha a dalších významných českých a moravských městech v průběhu 5-6/2025
  - billboardy
  - CLV v prostorách vlakových nádraží ve velkých městech
  - metro rámy
  - rámy v příměstských vlacích linky S
  - table trays ve vlacích linek Pendolino
- bannerová, video a vyhledávací reklama od spuštění OOH kampaně až (minimálně) do konce srpna
- spolupráce s content creatory (tvůrci obsahu) - představení jednotlivých vodáckých úseků, výletů, aktivit a cílů pomocí reels
- spuštění anglické jazykové mutace na sezónu 2025 (tzn. nejpozději od 5/2025)

# OOH kampaň v Polsku a na Slovensku

- čekáme na konkrétní cenové nabídky obdobných formátů pro optimalizaci kampaní.
- podpora povědomí o značce střední Čechy na polském a slovenském trhu a podpora příjezdového cestovního ruchu z těchto zemí.

- **slovenská část kampaně:**

- nákup DOOH ploch od dopravce Slovak Lines - bratislavské autobusové nádraží Nivy a přilehlé obchodní centrum (denní provoz: 1 100 autobusů na vnitrostátních a mezinárodních linkách)
- MegaLED a 12xCLV pro minutový spot
- polep skříněk v úschovně zavazadel (40 m<sup>2</sup>) - vyhrazen pouze jednomu klientovi.

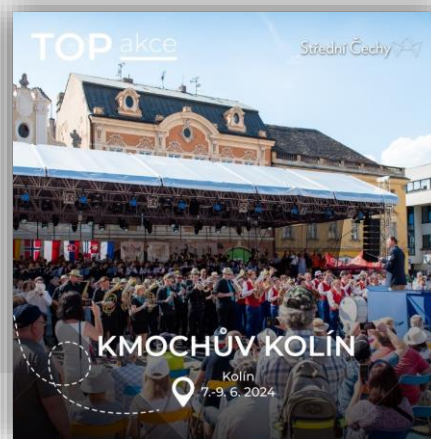
- **polská část kampaně:**

- pronájem DOOH ploch na varšavském letišti Fredericka Chopina, v prostorách bezpečnostní kontroly a odbavení v odletové hale.
- plochy budou pronajaty v průběhu měsíce června (předpoklad).
- v loňském roce během června letiště odbavilo zhruba 1 000 000 cestujících v odletové hale a stejný počet pak na příletech.



# #TOPakce

- na základě seznamu projektů, podpořených v rámci dotačního programu KÚSK na podporu kulturních, sportovních a společenských akcí
  - mini-kampaň na sociálních sítích
  - zajištění propagačních materiálů
  - možnost bezplatného umístění reprezentačního stánku SCCR na akci
- za rok 2024 SCCR navíc podpořila více než 40 akcí s (nad)regionálním významem s online dosahem na some více než 1,1 mil. uživatelů



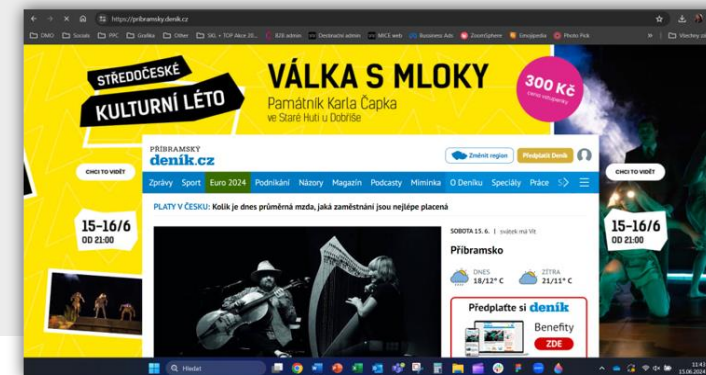
# Středočeské kulturní léto



- další z dlouhodobých projektů Středočeského kraje
- případný rok 2025 přinese 5. ročník SKL
- iniciace vzniku pracovní skupiny v čele s tiskovým oddělením KÚSK
- SCCR pravidelně zajišťuje:
  - grafický návrh vizuálů pro celý ročník a přizpůsobení potřebám jednotlivým p.o. KUL
  - komunikaci v online i offline prostoru, všemi kanály SCCR
  - správu webu [www.stredoceskekulturnileto.cz](http://www.stredoceskekulturnileto.cz)
  - nastavení reklam, jejich vyhodnocování a optimalizace
  - komunikaci s příspěvkovými organizacemi stran programu
- program sestavují konkrétní p.o. KUL, pod záštitou dotačního titulu KÚSK
- cílem SCCR je "pouze" marketingová podpora akcí a brandu SKL

A banner for the Středočeské kulturní léto. It features a yellow background with a black banner at the top that says 'STŘEDOČESKÉ KULTURNÍ LÉTO KVĚTEN - ZÁŘÍ 2024'. To the right, it says 'Zámek Nížbor Ústav archeologické památkové péče středních Čech'. Below this is a table of events.

22. 8. 2024 Slunovrat	16. 8. 2024 Herky
24. 8. 2024 Čajový dýchánek	28. 8. 2024 Škola žen
9. 8. 2024 Rajtaraj	1. 9. 2024 Bratrstvo kočičí pracky





# Cobrandingová kampaň ve spolupráci s CzechTourism

- kampaň s názvem „Dobrodružství za hranicí Prahy“ bude realizována ve spolupráci s CzechTourism.
- kampaň je naplánována na dva podzimní měsíce (předpokladem září-říjen, případně říjen-listopad)
- cílovou skupinou kampaně jsou rodiny s dětmi, aktivní singles a osoby s "prázdným hnízdem", kteří hledají nové zážitky
- kampaň si klade za cíl podpořit cestování v mimosezóně a rozprostřít návštěvníky i na podzimní a zimní měsíce
- zahraniční obdoba kampaně Utečte z města
- průběh na zahraničních sociálních profilech SCCR, zaměřuje se na atraktivní aktivity a zážitky v regionu a využívá vizuální storytelling k zobrazení přírodních krás a kulturních zážitků.

*Pozn. V rámci této kampaně v roce 2024 se podařilo oslovit více uživatelů než tomu bylo v minulých letech.*

*Celkem bylo osloveno 1 898 453 unikátních uživatelů v rámci všech zemí, s průměrnou frekvencí 2,98 a celkovým zobrazením reklam 5 657 220.*

# Utečte z města: podzimní kampaň 2025

- dlouhodobá komunikační linka, započatá v roce 2023
- rozvoj landing page [www.utectezmesta.cz](http://www.utectezmesta.cz)
- masivní online kampaň podpořená vybranými doplňkovými plochami
  - billboardy
  - CLV v prostorách vlakových nádraží velkých měst
  - metro rámy
  - rámy v příměstských vlacích linky S
  - table trays ve vlacích linek Pendolino
  - OOH reklama na prostředcích pražské městské hromadné dopravy
  - případné další rozšíření o prostory např. prostory na autobusovém nádraží, letišti Praha, v nákupních centrech, apod.



# Hudební místa na základě memoranda Středočeského kraje

- vznik tištěné mapy hudebních míst středních Čech v základních jazykových mutacích: CZ, EN, DE, PL
- uspořádání press tripu ve spolupráci s CzechTourism
- mini-kampaň v online prostředí
  - komunikace nejen míst spojených s hudebními velikány, ale i osudy hudebníků nebo konkrétní kulturní/společenské akce
  - hlavními metrikami some kampaně dosah (reach) a engagement (zapojení uživatelů)
- prostor v inzerci SCCR





# Stálé kampaně na podporu brandu destinace Střední Čechy / SCCR

---

- Destinace Střední Čechy
- Aktivity a povědomí o činnostech Středočeské centrály cestovního ruchu
- Střední Čechy Convention Bureau
- Obchod s regionálními produkty a turistické informační centrum
- Střední Čechy filmová kancelář
- Rozšíření Prague Visitor Pass o Kutnou Horu v rámci pilotního projektu a následně dle výsledků pilotu případně o další území středních Čech



**Další aktivity SCCR**





# Obchod s regionálními produkty a TIC

- Otevírací doba TIC: 10:00-18:00
- Otevírací doba obchodu: 10:30-20:30
- Pro uzavření spolupráce je klíčové splnění následujících tří podmínek:
  1. **Komisní prodej** - produkty nenakupujeme na sklad, s dodavatelem vždy uzavíráme komisionářskou smlouvu
  2. **Trvanlivost a podmínky skladování** - zboží s krátkou trvanlivostí, které musí být uchováváno v lednici, u nás nemá místo.
  3. **Lokálnost** - do prodeje přijímáme pouze výrobky vznikající na území středních Čech.
- V současnosti výrobky a produkty od více než 20 partnerů
- Možnost spolupráce uvedená na [korporátních webových stránkách](https://www.sccr.cz)





# Press a Fam Tripy Influencer Tripy

- Příprava a realizace na základě spolupráce s jednotlivými DMO (včetně jejich členů a partnerů) a kooperace se zahraničními zastoupeními CzechTourism (i pražskou pobočkou CzT)
- **Připravované aktivity na rok 2025**
  - MICE trip (Střední Čechy Convention Bureau)
  - Lokační tour (Střední Čechy filmová kancelář)
  - Press tripy zaměřené na aktivní turistiku (Pustit k vodě aj.)
  - Fam trip na podporu IWINTEC 2025
  - Hudební tematika
  - Hrady a zámky
  - Cestování veřejnou dopravou



# Tuzemské a zahraniční veletrhy cestovního ruchu

- Středočeská centrála cestovního ruchu se pravidelně účastní tuzemských i zahraničních veletrhů a akcí s B2B i B2C zaměřením

Zahraníční veletrhy	Datum konání	Tuzemské veletrhy	Datum konání
Reisemesse Dresden	31.1. – 2. 2. 2025	Dovolená Ostrava	21. -22. 3. 2025
F.RE.E. München	19. – 23. 2. 2025	Holiday World + For Bikes	14. – 16. 3. 2025
Fiets en Wandelbeurs Utrecht	14. – 16. 2. 2025	Regiony Lysá n. Labem	duben 2025
Ferienmesse Wien	16. – 19.3. 2025	ITEP Plzeň	září 2025
MTT Wroclaw	21 .– 23. 3. 2025		
W Stronę Słońca	květen 2025		
Tour Salon, Poznaň	říjen		
Touristik & Caravaning Leipzig	listopad 2025		
Piknik nad Odrou, Štětín	bude upřesněno		
ITF Slovakiaitour Bratislava	bude upřesněno		

# Tuzemské a zahraniční veletrhy cestovního ruchu

- Holiday World 2025 v termínu 14.-16. 3. 2025
- Obdobný koncept jako v roce 2024 – tzn. prostor pro všech 10 DMO a příspěvkové organizace KUL
- Kontaktní osoba: **Mgr. Eva Richterová**  
[eva.richterova@sccr.cz](mailto:eva.richterova@sccr.cz)





# Střední Čechy Convention Bureau

- Pokračování v tradičních akcích a spolupráci s partnery
- Workshopy a odborná setkání
  - Pořádání workshopů pro DMO, partnery a Czech Convention Bureau, zaměřené na prezentaci regionů a sdílení unikátních prodejních bodů
- Organizace networkingových událostí pro eventové agentury
- Pravidelná komunikace a zpětná vazba od partnerů
- Průběžná aktualizace webového obsahu a databází
- Marketing a PR aktivity
  - publikace PR článků, inzerce, příspěvky na LinkedIn a distribuce newsletterů s aktuálními informacemi.
- Spolupráce na regionální úrovni
  - výjezdy do regionů a sdílení TOP aktivit s Czech Convention Bureau.

- **Středočeské fórum cestovního ruchu 2025**
  - v plánu je 3. ročník
  - putovní fórum – hledáme nové místo až pro 200 lidí

*VÍTE O NĚJAKÉM TAKOVÉM MÍSTĚ,  
NEBO JEJ SAMI PROVOZUJETE?*

- Kontaktní osoba:  
**Mgr. Marta Dohnalová - [marta.dohnalova@sccr.cz](mailto:marta.dohnalova@sccr.cz)**

# Střední Čechy filmová kancelář

---

## Základní činnosti, ve kterých budeme v roce 2025 aktivně pokračovat

- Podpora filmového průmyslu v regionu
- Zprostředkování lokací pro natáčení
- Podpora domácích i zahraničních produkcí
- Koordinace natáčení a logistická podpora
- Budování databáze lokací a služeb
- Spolupráce s Czech Film Commission
- Networking a akce pro filmové profesionály
- Marketing a PR aktivity
- Spolupráce s DMO

## Filmové festivaly s účastí SCCR

- NEFENEFI
- Karlovy Vary International Film Festival
- Noir Film Festival
- Finále Plzeň
- Serial Killer
- Mezinárodní festival dokumentárních filmů Ji.hlava

# Střední Čechy filmová kancelář

---

## Příprava rozhovorů k filmům

- Kateřina Barker – Chalupáři
- Jaromír Kubů – Noc na Karlštejně
- Dan Pánek – Neporazitelní
- a další.

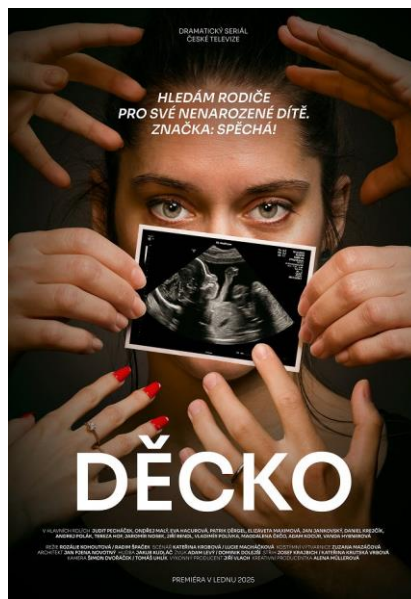
## Filmové projekty pro rok 2025

- Večerka
- Zahrádkáři
- Seriál Zákony vlka 3
- Seriál Pod hladinou 2
- Teorie tygra 2



# Střední Čechy filmová kancelář

## Propagace a prezentace realizovaných projektů



Kontaktní osoba:  
Ing. Martina Kuncová -  
[martina.kuncova@strednicechyfil](mailto:martina.kuncova@strednicechyfilm.cz)  
[m.cz](http://m.cz)



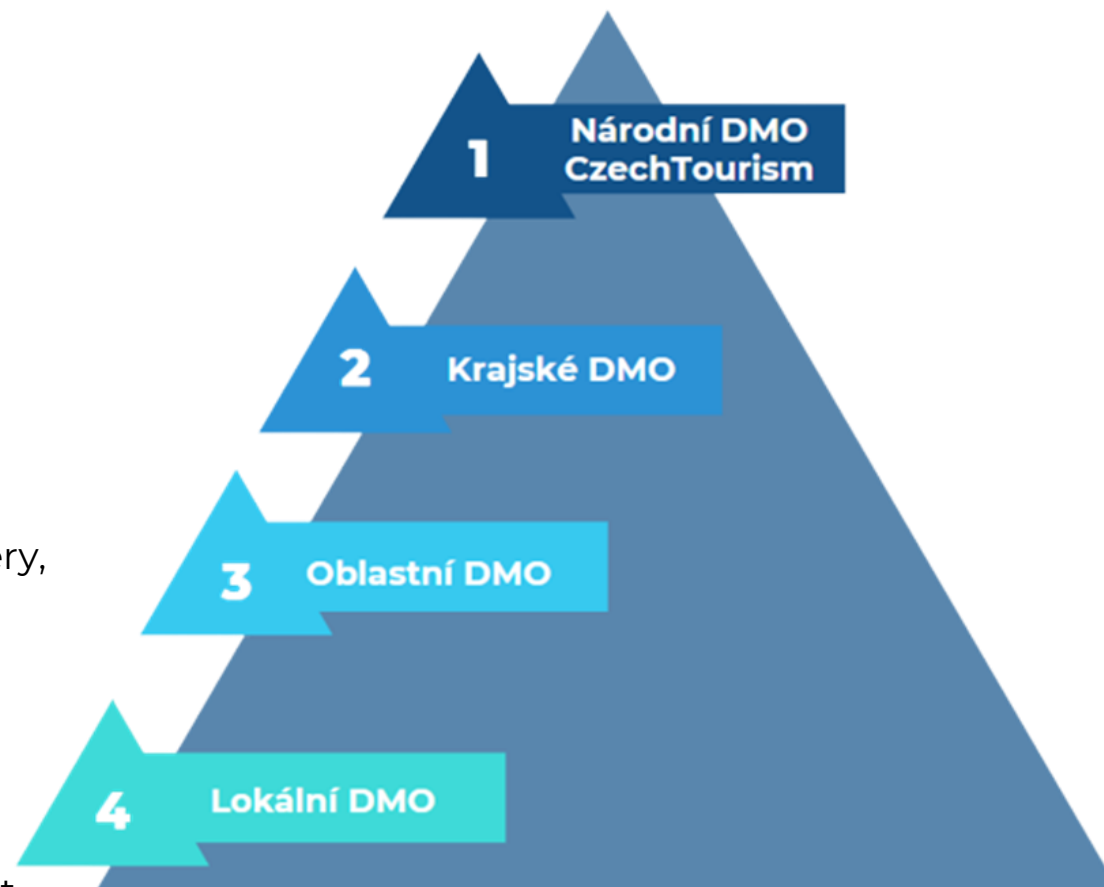




**Organizace destinačního managementu**

# Spolupráce s DMO je absolutně klíčová

- Přehledný a jednotný tok informací
- Sběr novinek od partnerů v území
- Sdílený kalendář akcí s destinačním webem Střední Čechy  
(Berounsko, Brdy a Podbrdsko, Kladensko Slánsko, Kraj blanických rytířů, Posázaví, Kutnohorsko a Kolínsko)
- Podněty na sociální sítě
- [Vzdělávací akce](#) nejen pro DMO, ale i pro jejich členy, partnery, včetně p.o. KUL
  - 15. 1. Školení Jak na sítě s Eliškou Vyhnánkovou
  - 6. 2. Školení Jak na akce, slavnosti, festivaly s Pavlem Pichlerem z Travelbakers
  - 27. 3. školení Jak na obsah pro SOME s Michelle Loskoot



Zdroj: SCCR 2024



# Mapa certifikovaných organizací destinačního managementu

- Mapa k dispozici online [ZDE](#)
- K 10. 12. 2024 je na území středních Čech certifikováno celkem 10 DMO, tj. všechny oblastní DMO
- Aktuálně na území aktivně nepracuje žádná lokální DMO
- Posledním souvislým nepokrytým územím je oblast Rakovnícka



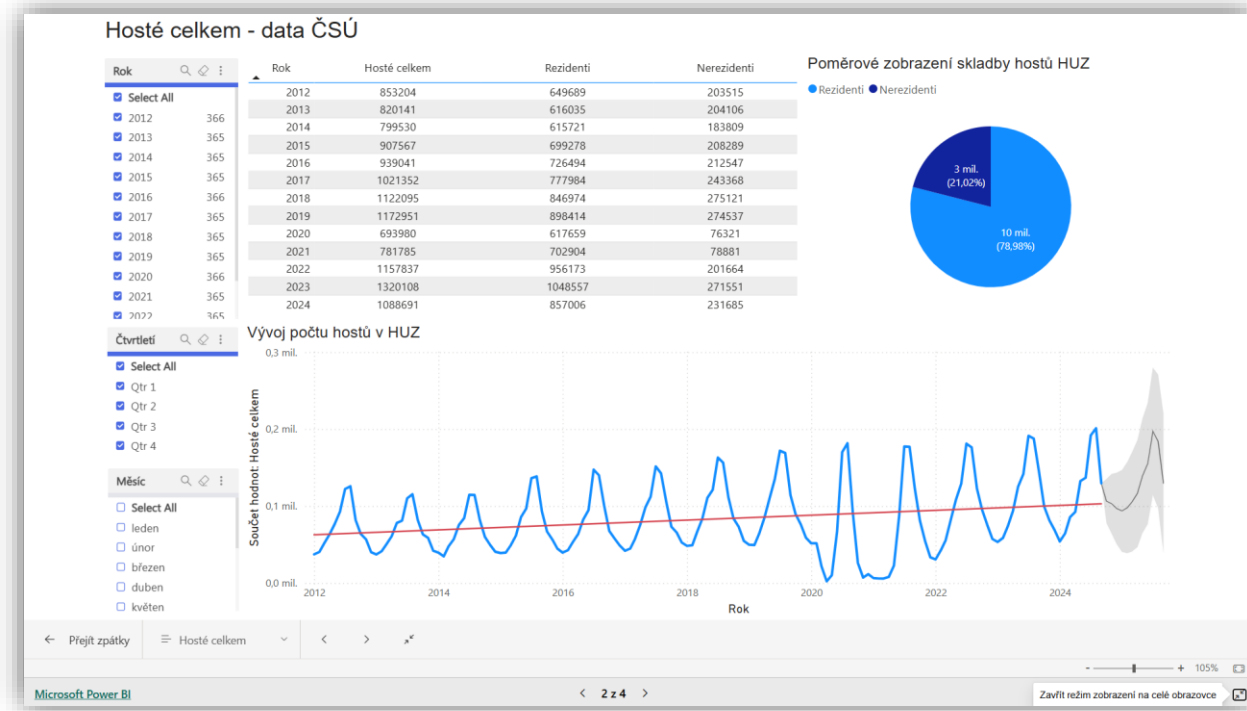
Zdroj: SCCR 2024

# Řízení destinace a podpora regionů/podnikatelů

Cíl	Kategorizace DMO	Networking	Školení odborné veřejnosti			Spokojenost stakeholderů
Indikátor	počet (re)certifikovaných oblastních DMO	počet setkání s partnery a dalšími subjekty CR	počet proškolených osob	počet uspořádaných školení za rok	počet konferencí / fór	celkové hodnocení kvality činnosti SCCR
Cílová hodnota	10	20	150 osob	4	1	velmi dobrá až výborná

# Analytika – sběr dat, jejich vyhodnocování a vizualizace

- Iniciujeme vlastní výzkumy, jejichž základní vizualizace postupně zveřejňujeme na webu [www.sccr.cz](http://www.sccr.cz)
- V roce 2024 jsme v Power BI vizualizovali **návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení a analýzu návštěvnosti z GSM dat** (data mobilních operátorů), zpracovali jsme také **analýzu území Rakovnícka**, kde není zřízena DMO
- Postupně ve spolupráci s DMO a vysokými školami a CzT realizujeme **analýzu ubytovacích kapacit jednotlivých turistických oblastí. Výstupy k dispozici členské základně daných DMO a pro naši interní potřebu.**
- Ve spolupráci s **Disway z. s.** mapujeme území z **hlediska přístupnosti pro handicapované**
- Aktuálně pracujeme na vizualizaci **vodní turistiky na území středních Čech**
- V roce 2025 plánujeme vizualizovat **dotazníková šetření** z loňského roku, která proběhla na vybraných turistických cílech.







**DĚKUJEME  
ZA VAŠI POZORNOST**

