

CzechTourism

CzechTourism a spolupráce

Kreativní řešení: tematické barokní okruhy

Výchozí zadání pro kreativitu

- **KREATIVNÍ IDEA**

Česko – země příběhů: příběhy barokní krajiny a jejích stavitelů

- **EXPLIKACE**

V roce 2015 jsme do centra postavili romantické storytellers, v roce 2016 je vysíláme poznávat karlovská místa a v roce 2017 s nimi doputujeme do barokní krajiny. Stále s positioningem Česka jako země romantických příběhů budeme objevovat skvosty barokní architektury, poznáme jejich geniální stavitele, ochutnáme pohodlí a luxus života aristokracie a ztišíme se ve výstavních bazilikách. Chrám pro nás neznamená jen stavbu (ať církevní, nebo profánní), ale i přírodní dílo (chrám přírody), vždyť fenomén kulturní krajiny a baroko k sobě patří.

-

Baroko představíme tematicky

- **Best of baroko – top památky, UNESCO, zejména vzdálené trhy**
- **Barokní zahrady**
- **Baroko po vlastní ose: pěšky nebo na kole (agroturistika)**
- **Mystické baroko (církevní památky)**
- **Nejkrásnější barokní zámky (hudba a divadlo)**
- **Barokní géniové**
- **Gastronomie a tradice**
- **Zrod moderního lázeňství**
- **Neobjevené barokní skvosty – málo známé barokní skvosty, zejména DCR**

Za největšími barokními skvosty – best of baroko (Praha, Kutná Hora, Český Krumlov, Olomouc, Kroměříž, Mikulov)

Nejkrásnější barokní zahrady a parky – Praha (Palácové + Vrtbovská zahrada), Dobříš/Jemniště, Český Krumlov, Duchcov, Kroměříž

Ve stopách barokních géniů – stavitelé (Santini, Dientzenhofer), Hudba na zámcích (Jaroměřice, Kroměříž, Roudnice u Litoměřic, Český Krumlov)

Neobjevené barokní skvosty – putování za méně známými, ale přesto cennými barokními památkami. Duchcov, Kladruby, Krásný Dvůr, Libochovice, Manětín, Plasy...

Fenomén barokní krajiny po vlastní ose nebo na kole – Moravské vinařské stezky, poutní cesty a aleje.

Baroko mystické – od legendy Sv. Jana Nepomuckého po Jezulátko, kostely a kláštery, poutní cesty, Kuks.

Gastronomie a tradice – barokní pivovary, pivovarské sklepy, hostince s tradicí a poctivou kuchyní. Selské baroko. Holašovice, Soběslavská Blata, Zbudovská Blata)

JAK VYPRÁVĚT PŘÍBĚH BAROKA

Přiblížit nejvýznamnější památky...



...ukázat nejkrásnější zámky...



...představit, jak se jeho
vlivem změnila krajina...



44–52



...i okolí šlechtických sídel...

...vyprávět příběhy
jeho významných
osobností...



...ukázat jeho málo známé rysy...



86–94

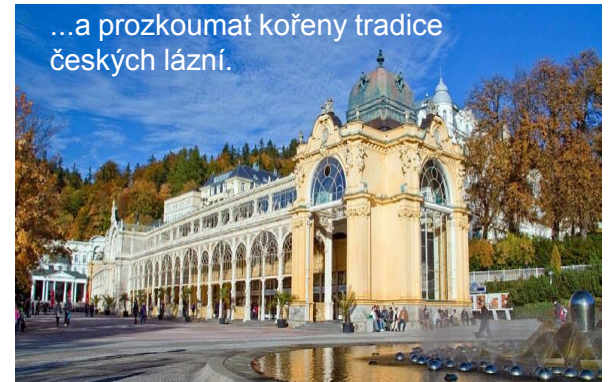


...nahlédnout do toho, čemu lidé věřili...

...a jak vypadaly jejich běžné životy...



...a prozkoumat kořeny tradice
českých lázní.



Ukázka zpracovaného tematického okruhu
„manuálu baroka“ ve struktuře:
příběh, destinace, produkty, eventy

Okruh: TO NEJLEPŠÍ Z
BAROKA

Doba zázraků

Po jedné z nejhorších válek v dějinách se Evropa nadechuje k novému životu. Snad nikde jinde neprobíhá tak čilý stavební rozvoj jako v Čechách. Novou tvář dostávají města, venkovské usedlosti i krajina.

Nejvýznamnější památky českého baroka zahrnují nádherně zdobené kostely, monumentální zámky a paláce, zahrady plné barevných květů, jedinečná sochařská díla i vzácně dochované divadlo. Mimořádně bohatou epochu baroka dodnes připomíná řada slavností a hudebních či divadelních festivalů.

To nejlepší z baroka v přehledu



PRAHA



KUTNÁ HORA



KUKS



OLOMOUC



KROMĚŘÍŽ

To nejlepší z baroka v přehledu



BAROKO PRAHA / ZÁZRAČ NÁOBNOVA

Po vydrancování švédskými vojsky zažívá Praha mimořádný stavební rozvoj. Baroko jí vtiskne úplně novou tvář.



Švédy poničený Karlův most ozdobí nové sochy.

Po Praze vyrostou desítky nových kostelů. Ten nejkrásnější postaví na Malé Straně Kryštof Dientzenhofer.

ČESKÉ LIDOVÉ TRADICE



Jižní Čechy jsou nejen ideálním místem pro poznávání lidových tradic a řemesel. Už od středověku jsou vyhlášenou rybářskou oblastí, za ochutnání stojí ale i další speciality české kuchyně.



Produkty / eventy / aktivita



PRAHA

Putování za Santinim; Pražský okruh; Valdštejnský okruh

Bohemian Carnevale; Pražské jaro;
Svatojánské slavnosti Navalís; Letní slavnosti
staré hudby

výstavy; památky; koncerty v barokních kostelech
piknik v zahradě Kuksu; turistika do lesa s Braunovými sochami; agroturistika východní Čechy



KUTNÁ HORA

Mezinárodní hudební festival; Kutnohorské
léto; Divadelní festival Kutná Hora

tradiční kuchyně v místních hospůdkách;
návštěva galerie; prohlídka kostnice



KUKS

prohlídky Hospitalu Kuks, kostela a
zahrady

Theatrum Kuks; Zahradnické trhy v Kuksu; Hudební
léto Kuks; Běhy Královédvorskem; Adventní trhy na
Kuksu; Vinobraní na Kuksu

Produkty / eventy / aktivita



OLMOUC

Putování za Santinim

Olomoucké barokní slavnosti; Olomoucké vánoční a velikonoční trhy

tradiční hanácká kuchyně (Ochutnejte Hanou)



KROMĚŘÍŽ

Putování za Santinim (Moravský okruh)

Dožínky Zlínského kraje; festival Hortus Magicus

piknik v zahradě; návštěva zámecké galerie s Tizianem; hledání pokladu biskupa Bruna



VALTICE / MIKULOV

Moravské vinařské stezky; Putování za Santinim

Koncertní cyklus Henckeovy barokní varhany; Mezinárodní letní škola staré hudby; Moravský Parnas Johanna Georga Gettnera; Mariánská pouť na Svatý kopeček

degustace vín, vinobraní, dovolená na kole

Produkty / eventy / aktivita



ZELENÁ HORA

Umění baroka ze sbírek Národní galerie v Praze; prohlídková trasa Po stopách Santiniho

XXI. Mezinárodní hudební festival 13 měst; Koncerty v barokních sálech zámku Žďár nad Sázavou; Klášterní noc na zámku Žďár nad Sázavou

koncerty; turistika na Vysočině



ČESKÝ KRUMLOV

Festival barokních umění Český Krumlov

vodácká turistika na Vltavě; divadlo s otáčivým hledištěm



HOLAŠOVICE

cyklotrasa Barokní Libějovicko-Lomeckou krajinou.

Selské slavnosti; Kubatovy slavnosti

cykloturistika mezi rybníky; gastroturistika – tradiční kuchyně; poznávání lidových tradic

Marketingové kampaně

Česko – země romantických příběhů

Incoming

DCR

Barokní krajina a její stavitelé

Barokní krajina a její stavitelé

Highlighty
(UNESCO atd.)

Snow and Fun

Neobjevená místa,
krajina

Snow and Fun

Kampaň Česko – příběhy barokní krajiny 2017

- **MARKETINGOVÝ CÍL**
Zvýšení počtu turistů v destinacích - zvýšení regionálního rozptylu, nárůst příjmů z CR
- **KOMUNIKAČNÍ CÍL**
Zvýšení povědomí o regionálních produktech
- **MEDIÁLNÍ CÍLE**
- KPIs: počet konverzí – nákup heritage card, dále stažení mobilní aplikace, itinerářů, v případě partnerských kampaní rezervace ubytování/dopravy, nákup destinačních karet
- **POSITIONING**
Česko – země romantických příběhů
- **TRHY**
Dle rozdělení a dostupného rozpočtu
- **CÍLOVÁ SKUPINA**
Požitkáři

Témata plánovaných kampaní:

2016 – Karel IV., Snow&Fun, (gastronomie)

2017 – Baroko (gastronomie / regionální potravina)

2018 – Příběh 20.století, vznik ČSR – ČSSR – ČSFR – ČR

2019 - ...30let poté..., industriální přestavby, design, moderní architektura,
nové pojetí tradic...

Produktový obsah

Rok 2017: koncentrace na kvalitativní cíle

S ohledem na stávající růstovou dynamikou (rekordní výsledky roku 2015) se chceme zaměřit více na kvalitativní parametry, a to zejména na:

Regionální distribuci

vytáhnout zahraniční turisty za hranice Prahy

Prodloužení délky pobytu

vytvořit alternativu k dosavadním citybreaks.

Rozšířit a zkvalitnit nabídku České

najít a propagovat unikátní místa v celé ČR

Česko není jedinou zemí, které je asociováno s jednou silnou destinací/typem dovolené (ČR – Praha, Chorvatsko – „plážová dovolená“).

Vytvoření nových asociací – v našem případě přidání nových míst na mapu – je dlouhodobá mise.

Tento cíl žádá intenzivní spolupráci nejen napříč CZT (HQ a zahraniční zastoupení), ale i s regiony, profesními asociacemi a odborníky.

Výstupem naší práce bude na míru vytvořený **obsah inspirativních cest/itinerářů po Česku**, které mohou zahraniční pobočky nabízet svým B2B partnerům, v další fázi pak i B2C. Začneme s barokem a náš must-see list se bude každý rok rozšiřovat o nové cesty navazující na aktuální téma.

Sales Guide Austria
2015/16

A guide to unique Austrian experiences.
www.austria.info/uk_b2b

 Austria
active
and alive

Excursion ideas

1. Chamonix Massif, Mont Blanc and Lake Geneva
2. Chamonix Massif, Mont Blanc and Lake Geneva
3. Lake Geneva and Lake Lucerne
4. Lake Geneva and Lake Lucerne
5. Lake Geneva and Lake Lucerne
6. Lake Geneva and Lake Lucerne
7. Lake Geneva and Lake Lucerne
8. Lake Geneva and Lake Lucerne

Discover Switzerland (popular itineraries)

- 3-day tour**
From Lucerne via Interlaken to Zermatt, the journey begins at Lake Lucerne and takes you across the Jungfrau Region to the Matterhorn.
- 5-day tour**
From Interlaken to Gstaad, starting at Lake Geneva, the tour leads via the Jungfrau Region and the Matterhorn to St. Moritz and ends in sunny Ticino.
- 10-day tour**
See all the famous sites, including some secret tips: discover three landscapes and several sites on the comprehensive Swiss tour.

Legend:

- Grand Tour of Switzerland (by car)
- Grand Train Tour of Switzerland (by train)

Map, Switzerland Travel, 2010

Jak na to? Harmonogram kroků: sezona 2016

Zahraniční zastoupení (ZZ): dodat seznam
TOP míst z pohledu trhu



B2B: komunikovat téma s regiony a B2B
sektorem v ČR, získat zpětnou vazbu a
podklady



ZZ a B2B: navrhnout regionální/tematické
itineráře doporučených míst



DMC – prověřit funkčnost/prodejnost daných
itinerářů



Marketing – zpracovat obsah pro edici,
promítnout do kreativy kampaní



Press a fam – navázat tripky na navržené cesty



Zahraniční zastoupení – prosadit nový obsah

Vize 2017+

Hlavní body marketingového plánu 2017+

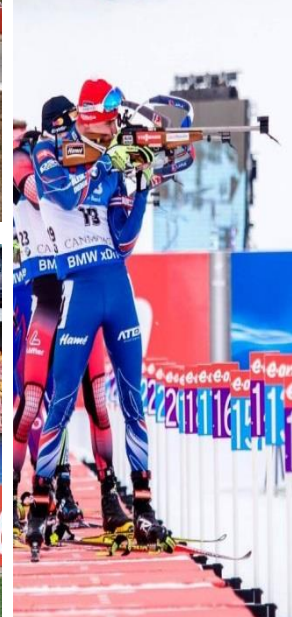
1. **Co-branding** – důraz na roli CZT v jednotném brandingu ČR v zahraničí (konzultace, tvorba obsahu na míru)
2. **PR příležitosti** – důslednější využívání eventů, sportovních úspěchů, filmových projektů
3. **Důraz na vlastní media** – rozvoj kmenových webů, intenzivní komunikace v sociálních médiích
4. **Partnerský marketing, B2B** – kontinuální spolupráce s regiony, profesními asociacemi
5. **Mezinárodní spolupráce** – aktivní hráč ve V4, ETC

Co-branding: Letiště Kbely, branding prostoru pro návštěvníky

- **Vizualizace**



Co-branding: významné sportovní eventy 2015



Komunikační téma 2018: příběhy 20. století

**Příběhy moderní architektury a
českých značek.
Připomínáme si 100. výročí založení
Československa.**

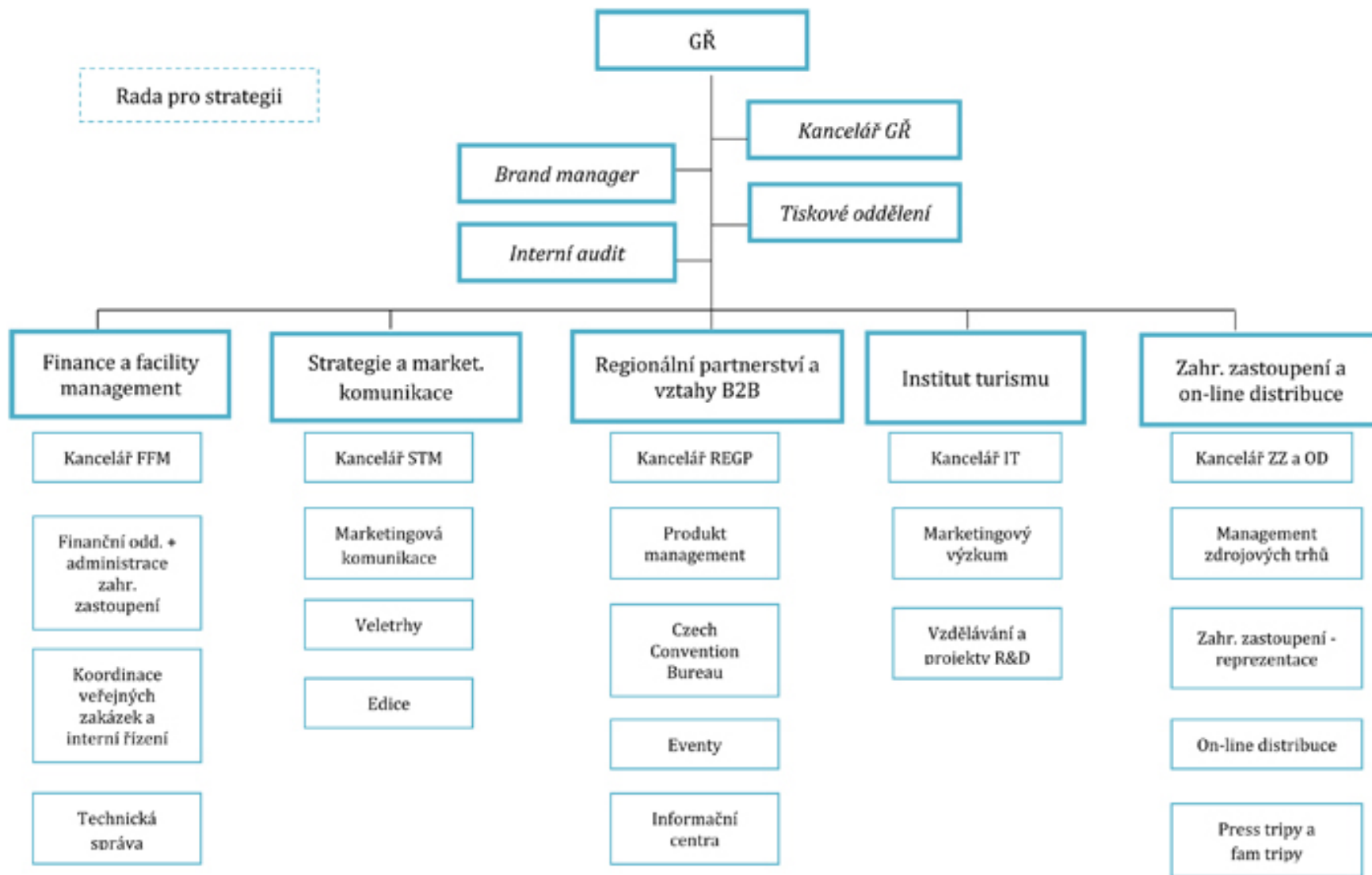
Komunikační téma 2019: příběhy současnosti



Příběhy změn a vizí.
Připomínáme si 30. výročí sametové
revoluce.

Organizační struktura

Organizační struktura



Odbor REGP a B2B

- Produkt management
- Event management
- CzechConvention Bureau
- Turistická informační centra

Strategické směřování CzT do podpory produktů cestovního ruchu!!!

Základní produktové linky CzT:

- | | |
|-------------------|---|
| Kulturní: | <ul style="list-style-type: none">- hrady, zámky, památky, UNESCO- tradice, zvyky, regionální záležitosti, hudební festivaly- gastro, vinné + pivní stezky, food festivaly, regionální potraviny... |
| Aktivní turismus: | <ul style="list-style-type: none">- cyklo, lyže, golf, turistika (agro, hipo, bio...)- motorismus, |
| Medical – Spa: | <ul style="list-style-type: none">- „jednoduchá“ chirurgie, stomatologie, plastika- veškeré produkty lázeňství |

Oddělení CzechConvention bureau

Role Czech Convention Bureau:

- zásadní důraz klade na jednotnou propagaci České republiky coby atraktivní MICE destinace
- efektivní koordinace marketingových aktivit v oblasti kongresového a incentivního turismu
- cílovou skupinou jsou organizátoři akcí z řad asociací a z řad korporátní klientely na domácím a zahraničním trh.
- činnost CzCB je založena na spolupráci jednotlivých regionálních convention kanceláří

Společné marketingové aktivity:

- spolupráce v rámci FAM a PRESS tripů
- společné zacílení na klíčová média
- jednotná prezentace na veletrzích a workshopech
- kampaně kandidatur
- společné prezentace
- jednotná corporate identity – logo CzCB
- společný web <http://www.czechconvention.com/>

Role regionálních convention bureaux

- marketingová propagace regionu jako ideální kongresové a incentivní destinace
- podílení se na marketingovém plánu Czech Convention Bureau
- spolupráce s Czech Convention Bureau je na bázi partnerství
- zaměření na marketing a prodej svého regionu a získávání nových MICE akcí
- komunikace s podnikateli, kteří působí na území regionu
- kooperace, výměna zkušeností a společné prezentace v rámci platformy Czech Convention Bureau

Czech Convention Bureau je otevřená instituce - do projektu mohou vstoupit regiony, města případně jiné právnické osoby, které budou pověřeny krajem.

Hlavní úkol:

- koordinace a organizace jednorázových akcí s cílem podpořit cestovní ruch a posílit značku Česká republika

Výzva k podání žádostí o příspěvek:

- od 15. 9. 2015 zveřejněn formuláře na webu CzT, **uzávěrka proběhla 15. 10. 2015**
- nový formulář, uživatelsky příjemnější – možnosti uložení, tisku...
- k dispozici podrobný manuál k vyplnění
- nezáleží na právní formě žadatele
- není třeba spolufinancování
- vyhodnocení v 11/2015 – dle možností rozpočtu

POZOR: Jediná možnost jak získat pro rok 2016 příspěvek na pořádání akcí !!!

Oddělení Turistická informační centra

Hlavní úkol:

- poskytování objektivních dat a relevantních informací návštěvníkům ČR

Další úkoly:

- spolupráce s ATIC na kontrole kvality a úrovně nabízených služeb
- certifikace jednotlivých TIC
- distribuce národních materiálů

Provoz poboček CzT:

- Staroměstské náměstí
- Vinohradská 46

Partnerská spolupráce - významné kulturní a společenské eventy

• Oddělení eventů

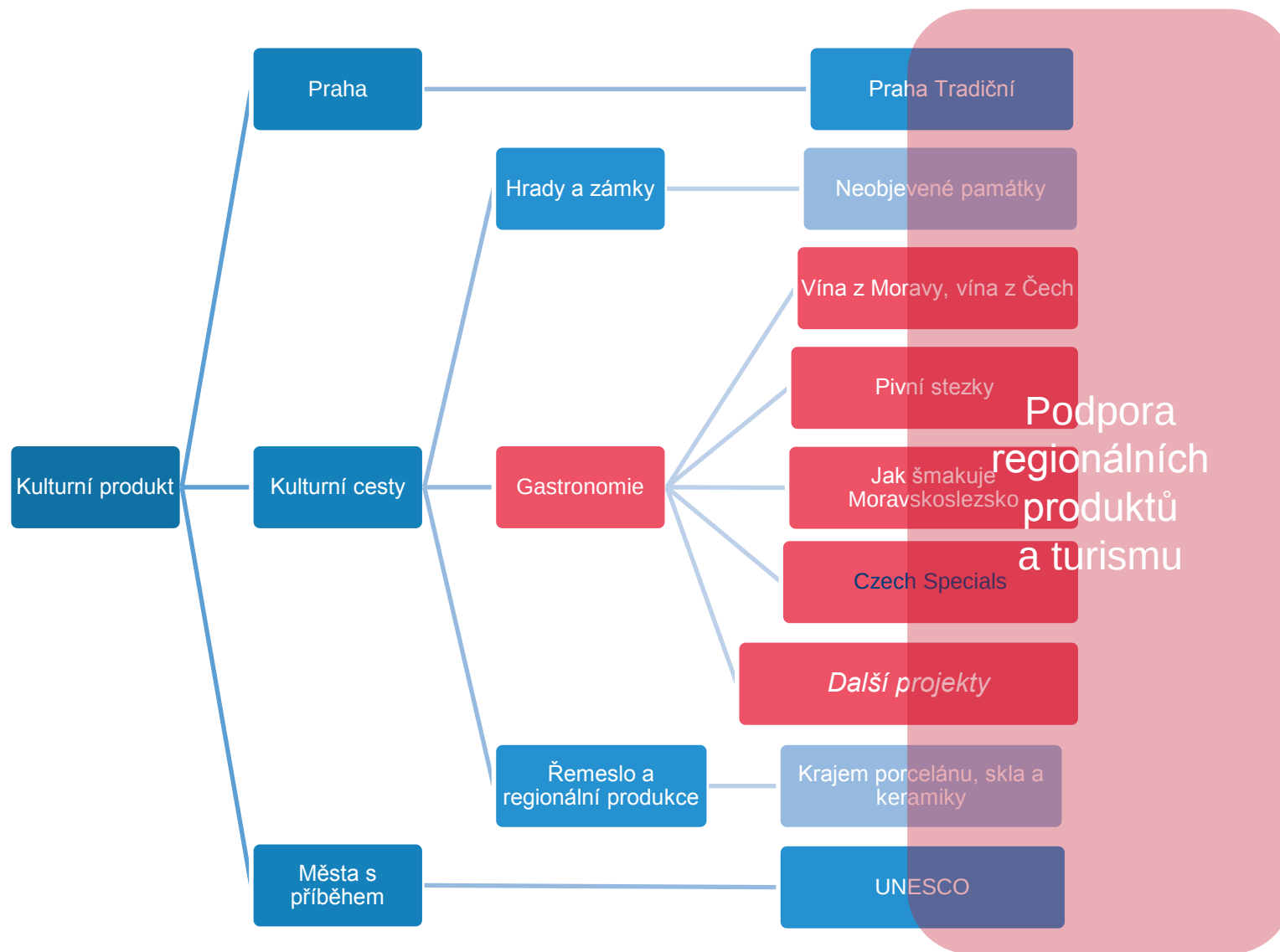
- partnersky spolupracuje s významnými kulturními, sportovními nebo gastronomickými eventy,
- které mají potenciál zvýšit domácí i incomingový cestovní ruch
- agenda oddělení eventů zahrnuje partnerskou spolupráci ve smyslu finanční participace
- na eventy, ale i nefinanční mediální spolupráci na propagaci eventy prostřednictvím online
- kanálů a mediálních partnerství agentury CzechTourism

• Postup přijímání žádostí o partnerství s agenturou CzechTourism

- uchazeči o partnerství žádají o partnerskou spolupráci prostřednictvím online formuláře, který je každoročně spuštěn na webu www.czechtourism.cz v průběhu září a října
- cílem agentury CzechTourism je transparentnost posuzování jednotlivých žádostí díky jasně stanoveným kritériím, která jsou stejná pro všechny žadatele.
- kritéria formuláře zohledňují např. návštěvnost akce, unikátnost či tradici daného eventy, hodnotu mediální prezentace značky ČR, počet domácích i zahraničních návštěvníků atd.
- **Hodnocení:**
 - uchazeči hodnocení zahrnuje automatické vyhodnocení pořadí dle nastavených kritérií, zhodnocení přínosu pro regiony, plán partnerských eventů podléhá finálnímu schválení Ministerstvem pro místní rozvoj

Gastronomie v koncepci produktů ČR

Koncept gastronomického produktu



Podpora
regionálních
produktů
a turismu

Projekt „Podpora regionálních produktů a turismu“

- Synergické spojení regionálních produktů CR
 - Regionální gastronomie a turismus
 - Zážitek CR
 - Gastronomie, umění, speciální lokace a silné příběhy
 - Regionální výrobci a jejich produkty
-
- Pracovní skupina
 - Mini kampaň
 - Fotoprodukce
 - Press a Fam Trip
 - Propagace v zahraničí

Výhled 2016+

Aktivity v oblasti gastronomie 2016+

- Podpora regionálních produktů a turismu
- Kuchařské Road Show – Hodování za císaře Karla IV.
 - Příprava manuálu středověké gastronomie
- Podpora gastronomických festivalů
- Propojení s regionálními značkami
- Czech Specials
 - Rozvoj značky
 - Podpora v rámci udržitelnosti





www.czechtourism.cz