



ČESKÝ KRUMLOV

SVĚTOVÉ DĚDICTVÍ UNESCO

Plán podpory rozvoje cestovního ruchu 2019



Českokrumlovský rozvojový fond, spol. s r.o.

Český Krumlov Tourism

náměstí Svornosti 2

381 01 Český Krumlov

www.ckrumlov.info



ČESKÝ KRUMLOV
TOURISM

OBSAH

ORGANIZACE CESTOVNÍHO RUCHU V RÁMCI ČKRF	3
CÍLE V OBLASTI CESTOVNÍHO RUCHU	4
PRIORITY A OPATŘENÍ PRO ROZVOJ CESTOVNÍHO RUCHU	5
PLÁN MARKETINGOVÝCH AKTIVIT 2019	9
KLÍČOVÁ TÉMATA KOMUNIKACE	9
PRODUKTY, PODPORA PRODEJE	10
E-MARKETING	11
ELEKTRONICKÁ MÉDIA	11
PR A KOMUNIKACE	11
EDICE – TIŠTĚNÁ MÉDIA	12
VELETRHY, WORKSHOPY, PREZENTACE	12
PARTNERSTVÍ	12
KLÍČOVÍ PARTNEŘI ČESKÝ KRUMLOV TOURISM	15
FINANCOVÁNÍ	16
ČESKÝ KRUMLOV TOURISM – KONTAKTY	17

ORGANIZACE CESTOVNÍHO RUCHU V RÁMCI ČESKOKRUMLOVSKÉHO ROZVOJOVÉHO FONDU

ČESKÝ KRUMLOV TOURISM

Českokrumlovský rozvojový fond, spol. s r.o. (ČKRF) byl založen roku 1991 jako obchodní společnost ve stoprocentním vlastnictví města Český Krumlov. Pro naplnění oblasti činnosti „koordinace, podpora a rozvoj cestovního ruchu“ je v rámci ČKRF zřízen a provozován **úsek cestovního ruchu – Český Krumlov Tourism**. Činnost Český Krumlov Tourism je naplňována prostřednictvím 11 pracovníků. S ohledem na rostoucí objemy tržeb a s tím souvisejících výkonů úseku cestovního ruchu - Český Krumlov je od ledna 2019 v rámci organizační struktury úseku nově vyčleněno středisko incoming servis. V průběhu roku 2019 je v plánu dokončení procesu transformace stávajícího destinačního managementu do nové společnosti DMO a s tím související organizační změny v rámci úseku cestovního ruchu - Český Krumlov Tourism. Cílem této institucionalizace procesů, které v rámci destinačního managementu v Českém Krumlově probíhají, je aktivní zapojení subjektů podnikajících v cestovním ruchu a okolních obcí do managementu destinace.

VIZE

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

POSLÁNÍ

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

FINANCOVÁNÍ

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

PARTNEŘI/KLIENTI

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

Marketingové aktivity jsou zaměřeny na následující subjekty:

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

CÍLE V OBLASTI CESTOVNÍHO RUCHU ¹

GLOBÁLNÍ CÍL 2022

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

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

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

Strategické cíle

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

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

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

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

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

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

¹ Zdroj: Strategie cestovního ruchu Českého Krumlova, červen 2017, zpracovatel KPMG Česká republika, s.r.o.

PRIORITY A OPATŘENÍ PRO ROZVOJ CESTOVNÍHO RUCHU



PRIORITA 1: PODPORA NABÍDKY CESTOVNÍHO RUCHU²

Odpovědnost za naplňování první priority má především město Český Krumlov, **priorita se váže na další koncepční dokumenty města** (Strategický plán města Český Krumlov / Územní plán Českého Krumlova / Management plán pro historické centrum Českého Krumlova / Management plán Národní kulturní památka zámek Český Krumlov / Strategie dopravy města Český Krumlov). Český Krumlov Tourism / nový DMO působí v rámci naplňování této priority především jako konzultační / poradní orgán.

PRIORITA 2: DESTINAČNÍ MANAGEMENT³

ZALOŽENÍ NOVÉHO DMO

CÍL 2019: DOKONČIT PROCES VYTVOŘENÍ PLNOHODNOTNÉ A PLNĚ FUNKČNÍ ORGANIZACE DESTINAČNÍHO MANAGEMENTU OBLASTI

Zřízení moderního DMO je definováno jako jedna z priorit v aktuální Strategii rozvoje cestovního ruchu Českého Krumlova, klíčovém koncepčním dokumentu pro rozvoj cestovního ruchu v Českém Krumlově, která byla zpracována renomovanou poradenskou firmou KPMG. V současnosti jsou funkce DMO zajišťovány Českokrumlovským rozvojovým fondem (ČKRF) prostřednictvím úseku cestovního ruchu - „Český Krumlov Tourism“, který již dnes plní tuto roli pro celý region Českokrumlovsko.

² Více info viz Strategie cestovního ruchu Českého Krumlova, červen 2017, zpracovatel KPMG Česká republika, s.r.o., str. 35 – 39 a Implementační část Strategie, červen 2017, str. 3

³ Více info viz Strategie cestovního ruchu Českého Krumlova, červen 2017, zpracovatel KPMG Česká republika, s.r.o., str. 40 – 44 a Implementační část Strategie, červen 2017, str. 4 – 13

V roce 2016 byl na území Jihočeského kraje v návaznosti na schválenou Strategii cestovního ruchu Jihočeského kraje zaveden systém podpory turistických oblastí a jejich organizací destinačního managementu. Během let 2016-2017 pak vznikly na celém území Jihočeského kraje postupně turistické oblasti. Českokrumlovsko dnes zůstává jediným „bílým místem“ na mapě turistických oblastí Jihočeského kraje.

Cílem v rámci priority 2 je vytvoření turistické oblasti Českokrumlovska stojící na již existujících vazbách a propojeních, které mají silný budoucí rozvojový potenciál a jsou i přirozeně integrované ve velmi funkční celek, turistickou oblast opírající se o dvě velmi silné globální značky - Jižní Čechy a Český Krumlov. Nově vzniklá platforma bude otevřená vstupu subjektů privátního sektoru. Pro založení a následné zajištění fungování turistické oblasti dle pravidel Jihočeské centrály cestovního ruchu (JCCR), která vyplývají ze schválené strategie cestovního ruchu Jihočeského kraje, je nezbytné pro správu turistické oblasti založit organizaci, která bude vykonávat funkce tzv. destinačního managementu (DMO).

AKTIVITY 2019:

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

LIDSKÉ ZDROJE A ZVYŠOVÁNÍ KVALITY SLUŽEB

Jde o dlouhodobý úkol, kdy odpovědnost za naplňování má především město Český Krumlov ve spolupráci s novým DMO, ČKRF a okolními obcemi. Dlouhodobý nedostatek odborných pracovníků v cestovním ruchu v Českém Krumlově by měl být řešen **vznikem odborné vzdělávací instituce se zaměřením na hotelnictví, gastronomii a cestovní ruch**. Dále Strategie navrhuje **zavádění produktových certifikací a širší zapojování subjektů do národních certifikačních systémů**. Úkolem nového DMO je rovněž podílení se na realizaci **školení / seminářů / workshopů** pro odbornou i laickou veřejnost.

AKTIVITY 2019:

- Ve spolupráci se Sdružením průvodců Český Krumlov realizovat **workshop** pro širokou veřejnost
- Ve spolupráci se Sdružením cestovního ruchu Český Krumlov realizovat **workshop** pro majitele / provozovatele ubytovacích zařízení v Českém Krumlově
- **Servis při zavádění nových produktů / nové atraktivity na trh („produktová školení“)** – ve spolupráci s provozovatelem atraktivity organizace zajistit speciální prohlídky pro zainteresovanou veřejnost z ČK s cílem poznat novou destinační nabídku
- Další aktivity roku 2019 budou odvislé od vzniku nové společnosti DMO

SBĚR A SLEDOVÁNÍ STATISTICKÝCH DAT O VÝKONECH DESTINACE

CÍL 2019: ZAVEDENÍ SYSTÉMU SBĚRU A SLEDOVÁNÍ STATISTICKÝCH DAT A MARKETINGOVÝCH ŠETŘENÍ

Jedná se o jednu ze stěžejních činností nově vzniklého DMO. Strategie doporučuje zavedení systému, tj. **kontinuální sledování a vyhodnocování 21 doporučených indikátorů a nastavení systému využívání**

marketingových šetření. Pravidelně musí být vyhodnocováno rovněž **naplňování Strategie** dle zvolených metrik.

AKTIVITY 2019:

Zavedení plnohodnotného systému sběru a sledování statistických dat bude odvislé od vzniku nové společnosti DMO, a to zejména z důvodu nutného personálního posílení o pracovníka, zodpovědného za oblast statistik a analýz.

PRIORITA 3: DESTINAČNÍ MARKETING⁴

CÍLOVÉ TRHY 2019⁵

TOP TRHY (PRIORITA 1)

- **Česká republika / Německo / Rakousko / Slovensko / Maďarsko**
- **Region Český Krumlov, Lipno, České Budějovice, „Evropský region Dunaj – Vltava“ / Horní Rakousko, Dolní Bavorsko, Jižní Čechy, Západní Čechy – segment návštěvníků ze vzdálenosti cca do 150 km, který realizuje krátkodobé pobyty, ale do destinace se vrací a účastní se především nabídky kulturních akcí**

Jde o trhy majoritního zájmu, na které budou v roce 2019 zaměřeny vlastní nástroje marketingové komunikace - zaměření na individuální klientelu.

ROZVINUTÉ TRHY⁶ (PRIORITA 2)

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

Jde o potenciální zájmové trhy z hlediska vlastních marketingových aktivit v dalších letech. Marketingové aktivity v roce 2019 budou realizovány v kooperaci s agenturou CzechTourism a jejími zahraničními zastoupeními na základě marketingového plánu CzT 2019, Jihočeskou centrálou cestovního ruchu a v úzké součinnosti s místními průvodci, kteří se na uvedené trhy specializují

PERSPEKTIVNÍ TRHY (PRIORITA 3)

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

Jde o trhy minoritního zájmu z hlediska vlastních marketingových aktivit. V případě asijských zemí se pro rok 2019 předpokládá zvýšení zájmu o spolupráci ze strany zahraničních zastoupení agentury CzechTourism, především Číny, Jižní Koreje, Japonska, Hong Kongu a Tchaj-wanu vzhledem k zaměření CzT na tyto trhy jako na nově se rozvíjející, kdy mezi cílovými destinacemi v rámci České republiky pro uvedené trhy je uveden Český Krumlov. V případě marketingových aktivit je cílem zaměření se na kvalitní bonitní klientelu z těchto trhů.

⁴ Více info viz Strategie cestovního ruchu Českého Krumlova, červen 2017, zpracovatel KPMG Česká republika, s.r.o., str. 45 – 65

⁵ Klasifikace trhů, uváděná agenturou CzechTourism

⁶ Z důvodu omezených finančních i personálních zdrojů nejsou v roce 2019 plánovány výraznější marketingové aktivity na uvedených trzích, samozřejmě je ovšem poskytnutí kvalitního komplexního turistického servisu v místě (poskytnutí průvodcovského servisu v daném jazyce, distribuce vybraných edičních titulů - propagační materiály, tištěné průvodce, mapy apod. - ve více světových jazycích apod.)

TVORBA PRODUKTŮ CESTOVNÍHO RUCHU

CÍL 2019: TVORBA NOVÝCH PRODUKTŮ CESTOVNÍHO RUCHU, VYCHÁZEJÍCÍHO Z ANALÝZY POTENCIÁLU DESTINACE ČESKÉHO KRUMLOVA

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

Hlavním nositelem inovovaného systému produktů je nově založený DMO.

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



STRATEGIE ZNAČKY ČESKÝ KRUMLOV

CÍL 2019: DESTINACE ČESKÝ KRUMLOV JE VNÍMÁNA JAKO DESTINACE S ATRAKTIVNÍM PRODUKTEM S VYSOKOU PŘIDANOU HODNOTOU PRO NÁVŠTĚVNÍKY

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

AKTIVITY 2019:

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

KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE CESTOVNÍHO RUCHU ČESKÉHO KRUMLOVA

CÍL 2019: NA ZÁKLADĚ DOPORUČENÍ STRATEGIE CESTOVNÍHO RUCHU VE SPOLUPRÁCI S RENOMOVANOU PR AGENTUROU:

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

AKTIVITY 2019:

Vytvoření komunikační strategie cestovního ruchu Českého Krumlova bude odvislé od vzniku nové společnosti DMO.

PLÁN MARKETINGOVÝCH AKTIVIT 2019

KLÍČOVÁ TÉMATA KOMUNIKACE

KOMUNIKACE V RÁMCI PRODUKTOVÝCH LINIÍ

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

KOMUNIKACE TOP AKCÍ

Krumlovský Masopust (2. 3. - 5. 3. 2019) / **Velikonoce v Českém Krumlově** (18. 4. - 22. 4. 2019) / **Kouzelný Krumlov** (26. 4. - 1. 5. 2019) / **Otáčivé hlediště** (5. 6. - 8. 9. 2019) / **Slavnosti pětileté růže** (21. 6. - 23. 6. 2019) / **Festival komorní hudby** (28. 6. - 7. 7. 2019) / **Mezinárodní hudební festival Český Krumlov** (19. 7. - 10. 8. 2019) / **Festival barokních umění** (20. 9. - 22. 9. 2019) / **Svatováclavské slavnosti** (27. 9. - 29. 9. 2019) / **Krumlovský vodácký maraton** (11. 10. - 12. 10. 2019) / **Festival vína Český Krumlov** (25. 10. - 30. 11. 2019) / **Krumlovské podzimní recitály** (2. 11. - 30. 11. 2019) / **Advent a Vánoce v Českém Krumlově** (29. 11. 2019 - 6. 1. 2020).

V rámci aktivní dovolené pak sportovní akce mezinárodního významu **Rallye Český Krumlov** (17. 5. - 18. 5. 2019).

KOMUNIKACE ČESKÝ KRUMLOV CARD

Jeden z nástrojů podpory prodeje destinace, motivační nástroj k prodloužení pobytu návštěvníka – cílem roku 2019 a let následujících je vytvořit plnohodnotnou moderní kartu hosta / návštěvníka.

KOMUNIKACE NOVÝCH PRODUKTŮ DESTINACE

Bude odvislé od vzniku nových produktů v průběhu roku 2019.

PRODUKTY, PODPORA PRODEJE

NÁVŠTĚVNÍCI/TURISTÉ (B2C) – FIT

- ČESKÝ KRUMLOV CARD

AKTIVITY 2019:

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

- POBYTOVÉ BALÍČKY – FIT

CÍL 2019+: Inovace současného systému tvorby a prodeje destinačních pobytových balíčků = kombinované programy pro individuální klienty s konkrétním obsahem, cenou a možností koupě

Varianta 1: Společná destinační nabídka, jednotná pro všechna zapojená ubytovací zařízení + další služby, které nabízí dané ubytovací zařízení navíc = různá konečná cena balíčku (inspirace viz <https://www.graztourismus.at/en/hotels-apartments/graz-packages>)

Varianta 2: Prezentace individuální nabídky partnerských subjektů = rezervace / prodej balíčků jednotlivých ubytovacích zařízení dle jejich individuální nabídky nejen prostřednictvím samotných ubytovacích zařízení, ale i prostřednictvím www.ckrumlov.info a s využitím dalších nástrojů marketingové komunikace níže

AKTIVITY 2019:

- Realizace bude odvislá od vzniku nové společnosti DMO a s tím souvisejícího personálního posílení a od zájmu ubytovacích zařízení
- Propagace na **TOP trzích** (inzerce v médiích, vyšší koncentrace na e-marketing – vyhledávače Seznam, Google; sociální sítě – Facebook, Instagram)

OBCHODNÍ PARTNEŘI/TOUROPERÁTOŘI (B2B – GROUP/MICE)

AKTIVITY 2019:

- Tvorba **speciálních webových stránek pro segment M.I.C.E. a GROUP** na www.ckrumlov.info
- Zasílání **pravidelného newsletteru** o aktuální turistické nabídce, o aktuálním produktovém portfoliu destinace
- Organizace **fam tripů** na základě individuální poptávky a ve spolupráci s CzechTourism a Jihočeskou centrálou cestovního ruchu

- Spolupráce s **touropérateory** a **cestovními kanceláři** na základě poptaného zájmu o obchodní spolupráci = poradenství, turistický servis, příprava programů apod. pro destinaci Český Krumlov a území v okruhu do cca 40 km.
- Realizace bude odvislá od vzniku nové společnosti DMO a s tím souvisejícího personálního posílení

E-MARKETING

AKTIVITY 2019:

- Dokončení **nového volnočasového / turistického webového portálu** www.ckrumlov.info s **responsivním designem**, který odpovídá současnému stupni vývoje a očekávání návštěvníků webu – zaměřením na komunikaci B2C a B2B (tvorba sekcí MICE, GROUP, PARTNERS, PRESS); jazykové mutace ČJ, NJ, AJ
- Realizace bude odvislá od vzniku nové společnosti DMO a s tím souvisejícího personálního posílení

ELEKTRONICKÁ MÉDIA

AKTIVITY 2019:

- Aktualizace **mobilní aplikace „Mobilní průvodce Českým Krumlovem“** (off-line verze)
- Tvorba **inovativních produktů, nabízených prostřednictvím mobilní aplikace** – nabídka speciální mobilní aplikace vytvořené pro ČK a okolí / speciální autentický příběh / forma hry apod. – např.: SKRYTÉ PŘÍBĚHY, GEOFUN
- Realizace bude odvislá od vzniku nové společnosti DMO a s tím souvisejícího personálního posílení

PR A KOMUNIKACE

AKTIVITY 2019:

- **Celoroční mediální spolupráce** s vybranými médii – společností MAFRA (turistické přílohy MF Dnes – Jižní Čechy, Střední Čechy + Praha) a společností MEDIA CLUB (Radio Image Program na rádiu IMPULS a další mediální spolupráce s rádiem Beat, Country Rádio a Kiss Jižní Čechy)
- **Tiskové zprávy a infoservis + distribuce tiskových zpráv partnerů**
- **E-komunikace:**
 - Zasílání **pravidelného newsletteru** o aktuálním dění v destinaci
 - Cílený **e-marketing vybraných akcí / produktů** - sklikové kampaně apod.
 - Tvorba **speciální sekce PRESS** v rámci www.ckrumlov.info
 - **Sociální sítě** - vyšší koncentrace na facebook, instagram, google+
- **Press tripy** – organizace na základě individuální poptávky a ve spolupráci s CzechTourism a Jihočeskou centrálou cestovního ruchu
- **Inzerce** - koncentrace na klíčová témata komunikace 2019 a nové produkty
- **Fotobanka destinace** – v návaznosti na přípravu nových tiskovin a nových webových stránek a v návaznosti na tvorbu nových produktů

EDICE – TIŠTĚNÁ MÉDIA

AKTIVITY 2019:

- **Katalog Český Krumlov - město mnoha tváří** (ČJ, NJ, AJ) – distribuce především mimo ČK (první seznámení se s místem, upoutání pozornosti, koncentrace na fotografie)
- **Leták Nabídka aktivit pro volný čas** (ČJ, NJ, AJ, RJ) – stručný popis turistických atraktivit doplněných fotografiemi - distribuce především v ČK (motivace ke strávení delšího pobytu v místě)
- **Trhací mapa ČK** (evropská a asijská mutace)
- **Trhací mapa region ČK** (ČJ, NJ, AJ)
- **Leták „Kulturní tipy 2019/2020“** (ČJ, NJ, AJ)
- **Tiskoviny ČK CARD** (ČJ, NJ, AJ)

VELETRHY, WORKSHOPY, PREZENTACE

AKTIVITY 2019:

- **Prezentace na F.RE.E. Mnichov** 20. - 24. 2. 2019 - v rámci jihočeské sekce v expozici CzechTourism
- **Prezentace na akci Jižní Čechy hostem v Linci** 16. - 18. 5. 2019
- **Český Krumlov bude dále prezentován prostřednictvím Jihočeské centrály cestovního ruchu** prospektovým servisem na zahraničním veletrhu Ferienmesse Wien, Slovakiatour Bratislava, ITB Berlín, IMEX Frankfurt nad Mohanem a domácích veletrzích a výstavách cestovního ruchu (viz marketingový plán JCCR 2019) a ve spolupráci se zahraničními zastoupeními CzT na vybraných zahraničních výstavách cestovního ruchu menšího rozsahu (Rakousko, Německo)

PARTNERSTVÍ

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

SDRUŽENÍ CESTOVNÍHO RUCHU ČESKÝ KRUMLOV, Z.S.

- Příprava vzniku nové destinační společnosti DMO
- Spolupráce při organizaci akcí Krumlovský masopust, Oslavy osvobození, Festival vína Český Krumlov a Českokrumlovský advent a Vánoce (SCRČK je organizátorem Vánočního trhu)
- Spolupráce při naplňování Plánu podpory rozvoje cestovního ruchu 2019
- Spolupráce při organizaci workshopů pro majitele / provozovatele ubytovacích zařízení v Českém Krumlově
- Spolupráce při organizaci press a fam tripů

SDRUŽENÍ PRŮVODCŮ ČESKÝ KRUMLOV

- Příprava vzniku nové destinační společnosti DMO
- Spolupráce při organizaci workshopu pro širokou veřejnost
- Spolupráce při naplňování Plánu podpory rozvoje cestovního ruchu 2019

- Spolupráce při informativní kampani k realizaci kontrol průvodcovské činnosti ze strany Obecního živnostenského úřadu Městského úřadu v Českém Krumlově
- Spolupráce při organizaci press a fam tripů

OBČANSKÉ SDRUŽENÍ PŮJČOVNY LODÍ A KEMPY NA VLTAVĚ

- Příprava vzniku nové destinační společnosti DMO
- Spolupráce při naplňování Plánu podpory rozvoje cestovního ruchu 2019
- Spolupráce na projektu Vltava etapa 1, organizovaného Jihočeskou centrálou cestovního ruchu
- Spolupráce při organizaci press a fam tripů

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

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

MARKETINGOVÁ A PR PODPORA VYBRANÝCH AKCÍ

- **AKCE, POŘÁDANÉ VE SPOLUPRÁCI S MĚSTEM ČESKÝ KRUMLOV A MĚSTSKÝM DIVADLEM ČESKÝ KRUMLOV**
 - **Projekt Českokrumlovské slavnosti⁷** - Kouzelný Krumlov / Slavnosti pětilisté růže / Svatováclavské slavnosti / Advent & Vánoce v Českém Krumlově
- **AKCE, POŘÁDANÉ VE SPOLUPRÁCI SE SDRUŽENÍM CESTOVNÍHO RUCHU ČESKÝ KRUMLOV**
 - **Krumlovský Masopust** - spoluorganizátoré: Sdružení cestovního ruchu Český Krumlov a ZUŠ ČK; ČKRF partnerem akce
 - **Festival vína Český Krumlov** - spoluorganizátoré: Sdružení cestovního ruchu Český Krumlov a ČKRF
 - **Vánoční trhy v rámci Advent & Vánoce v Českém Krumlově** – SCRČK organizátorem vánočního trhu

⁷ ČKRF = spoluorganizátor akcí, spolupráce na realizaci akce na základě Dohody o spolupráci při pořádání Českokrumlovských slavností, uzavřené dne 17.7.2012 mezi městem Český Krumlov, ČKRF a Městským divadlem Český Krumlov.

PARTNERSTVÍ V REGIONU

- Spolupráce s organizacemi destinačního managementu na Lipně (Lipensko s.r.o., Turistický spolek Lipenska) – spolupráce na organizaci press a fam tripů, společná destinační nabídka
- Spolupráce s okolními obcemi - spolupráce na organizaci press a fam tripů, společná destinační nabídka
- Bude odvislé od vzniku nové společnosti DMO a s tím souvisejícím personálním posílením

PLÁNOVANÉ ATIVITY V KOOPERACI S JIHOČESKOU CENTRÁLOU CESTOVNÍHO RUCHU⁸

- **Spolupráce na produktových liniích**, schválených v Koncepti rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji 2015 – 2020 (rodinná dovolená, aktivní dovolená, památky a kultura, gastronomie, lázně a wellness, venkovská turistika, kongresová turistika MICE, tematické produkty)
- **Spolupráce na projektu Vltava etapa 1** - uspořádání press tripu, spolupráce na zpracování tištěných materiálů, webové prezentace, atd.
- **Účast v kolegiu cestovního ruchu Jihočeského kraje**
- Účast na společné **veletržní expozici** realizované JCCR na **F.RE.E. Mnichov**, prospektový servis na ostatních veletržích s účastí JCCR
- Prezentace na **turistickém informačním portálu jižních Čech www.jiznicechy.cz** a **facebooku jižních Čech www.facebook.com/jiznicechy**
- **Spolupráce na aktivitách v rámci marketingové komunikace dle Marketingového plánu JCCR 2019** (press a fam tripy, tiskové zprávy, tiskové konference, inzerce, ediční činnost atd.)
- **SOUTH BOHEMIA CONVENTION BUREAU** – prezentace a propagace nabídky MICE segmentu Český Krumlov – spolupráce při aktualizaci elektronického katalogu, aktivní účast při realizaci workshopů, seminářů, fam a press tripů

PLÁNOVANÉ ATIVITY V KOOPERACI S AGENTUROU CZECHTOURISM⁹

- Úzká kooperace se zahraničními zastoupeními agentury CzechTourism zejména v oblasti organizace press a fam tripů
- Prospektový servis na ostatních veletržích s účastí CzechTourism
- Spolupráce na produktových liniích agentury CzechTourism pro destinaci Česká republika
- Spolupráce na **Czech Travel Trade Day 8. - 9. 4. 2019** České Budějovice - spolupráce při zajištění fam tripu, atd.

⁸ Viz Marketingový plán JCCR 2019

⁹ Viz Marketingový plán agentury CzechTourism 2019

KLÍČOVÍ PARTNEŘI ČESKÝ KRUMLOV TOURISM

Na místní úrovni:

Sdružení cestovního ruchu v Českém Krumlově

Sdružení průvodců Český Krumlov

Občanské sdružení Půjčovny lodí a kempy na Vltavě

Individuální subjekty cestovního ruchu a kultury působící na území destinace:

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

Na regionální úrovni:

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

Na republikové úrovni:

- Agentura CzechTourism

Na zahraniční úrovni:

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

FINANCOVÁNÍ

ROZPOČET MĚSTA ČESKÝ KRUMLOV

	Alokovaná částka v Kč (s DPH)
Dotace na podporu rozvoje cestovního ruchu destinace Český Krumlov	1.870.000,-* / 1.420.000,-**
<i>Produkty, podpora prodeje, Český Krumlov CARD</i>	<i>400.000,-* / 250.000,-**</i>
<i>PR a komunikace, e-marketing</i>	<i>500.000,-* / 340.000,-**</i>
<i>Edice, tiskoviny</i>	<i>420.000,-* / 340.000,-**</i>
<i>Veletrhy, workshopy, prezentace</i>	<i>70.000,-* / 60.000,-**</i>
<i>Propagace, marketingový a PR servis pro čtyři městské slavnosti (Kouzelný Krumlov, Slavnosti pětilisté růže, Svatováclavské slavnosti, Advent&Vánoce)</i>	<i>480.000,-* / 430.000,-**</i>
<i>Mzdové náklady</i>	<i>450.000,-***</i>
Podíl na správě a rozvoji OIS	350.000,-

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

** Částka bez mzdových nákladů na realizaci dané aktivity

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

ČESKÝ KRUMLOV TOURISM - KONTAKTY

Pověřená vedoucí Český Krumlov tourism, PR & marketingová manažerka:

Ing. Eva Vaněčková

Tel.: 380 704 629

E-mail: marketing@ckrumlov.info

Marketingová manažerka:

Andrea Kintzlová

Tel.: 380 704 628

E-mail: tourism@ckrumlov.info

Produktový manažer:

Daniel Kintzl

Tel.: 380 704 633

E-mail: incoming@ckrumlov.info

INFOCENTRUM ČESKÝ KRUMLOV

Vedoucí Infocentra Český Krumlov

Zuzana Marková

Tel.: 380 704 623

E-mail: office@ckrumlov.info

Referenti cestovního ruchu

Eva Holečková

Tel.: 380 704 621

E-mail: tickets@ckrumlov.info

Magdalena Bednářová

Tel.: 380 704 622

E-mail: info1@ckrumlov.info

Milena Charvátová

Tel.: 380 704 622

E-mail: info@ckrumlov.info

Petra Hároniková

Tel.: 380 704 622

E-mail: info2@ckrumlov.info

Tereza Bolinová

Tel.: 380 704 623

E-mail: info3@ckrumlov.info

Referenti prodeje zboží

Monika Korytarová, Ivona Gallistlová

Tel.: 380 704 624, E-mail: shop@ckrumlov.info