

Zahájení turistické sezóny 2014

Rostislav Vondruška

21. 3. 2014

CzechTourism

Ohlédnutí 2012/2013



7,3 mil. zahraničních turistů Nejvíce v historii ČR
Rebranding a vizuální styl Bronz PIAF
Redesign KudyzNudy Nominace Czech Grand Design
Czech Convention Bureau 7/2013 poprvé více než 1 mil. návštěvníků/měsíc
Best Convention Bureau Award

Výsledky marketingových kampaní 2013

I. KAMPAŇ ZEMĚ PŘÍBĚHŮ NA CNN A SVĚTOVÝCH TV

II.

Přání navštívit ČR - +23%

Pravděpodobnost návštěvy ČR + 55%

Nárůst návštěvnosti: USA +5%, RU +10%, CHI +12%

II. KAMPAŇ ZEMĚ PŘÍBĚHŮ - INCOMING

Předpokládaný přínos: 107 mil. Kč – Shortlist internet Effectiveness Award

Nárůst návštěvnosti: PL +4.3%, SK + 3.3%, AT +4.1.%

III. KAMPAŇ ZEMĚ PŘÍBĚHŮ DCR

Motivuje k cestování po ČR – většinu respondentů

Zásah – více než 6 mil.lidí

Cíle 2014

AVE (zahraničí)

Ekvivalent reklamní plochy,
hodnota inzertního prostoru (v Kč)

více než 490 milionů Kč

PŘÍJEM Z ČR

Odhadované výdaje
zahraničních turistů v ČR (v Kč)

více než 70 miliard Kč

(výpočet za předpokladu konstantní průměrné
doby pobytu a výdajů podle roku 2012,
zdroj: ČSÚ, STEM/MARK, výpočet Institut Turismu)

POČET KONTAKTŮ

Oslovení cílové skupiny
marketingovými aktivitami agentury

více než 200 milionů

(odhad za předpokladu investice v hodnotě 300 mil. Kč)

CzechTourism

Predikce výdajů zahraničních turistů v ČR 2014



1% = cca 0,72 miliardy Kč
(výpočet za předpokladu konstantní průměrné
délky pobytu a výdajů podle roku 2012, zdroj:
ČSÚ, STEM/MARK, výpočet Institut turismu)

TOP TRHY

Rusko	29,5%	▲
Německo	13,8%	▲

STRATEGICKÉ TRHY

USA	7,3%	▲
Čína	2,6%	▲
Jižní Korea	2,2%	▲
Polsko	2,0%	-

KLASICKÉ TRHY

UK	4,5%	▼
Itálie	4,5%	▲
Skandinávie	4,3%	▲
Francie	3,8%	▲
Benelux	3,5%	▲
Španělsko	2,7%	▼
Slovensko	1,8%	▲

VÝZNAMNÉ TRHY BEZ ZZ

Izrael	2,9%	▲
Japonsko	2,4%	▲
Austrálie	1,4%	▲
Rakousko	1,1%	▲
Turecko	1,1%	▲

Marketingový rozpočet dle trhů 2014



TOP TRHY (20 – 25 % rozpočtu)

Rusko	10-15%
Německo	10%

STRATEGICKÉ TRHY (25 – 27% rozpočtu)

USA	7-8%
Čína	7-8%
Polsko	6%
Jižní Korea	5%

KLASICKÉ TRHY (24 – 26% rozpočtu)

Lat. Amerika	5%
UK	4-5%
Skandinávie	4%
Francie	3%
Benelux	2-3%
Itálie	2%
Španělsko	2%
Slovensko	2%

VÝZNAMNÉ TRHY BEZ ZZ (8% rozpočtu)

Japonsko	2%
Izrael	1%
Austrálie	1%
Rakousko	1%
Turecko	1%

Kompletní přehled komunikovaných produktů cestovního ruchu 2014

Cesty za poznáním	Cesty krajinou	Cesty pro zdraví	MICE
Praha	Letní cesty	České lázně	Kongresy
Města s příběhem (UNESCO apod.)	Zimní cesty	Zdravě a zodpovědně (zdravý životní styl)	
Kulturní krajina	Na plný plyn (motorsport)	Medicínský turismus	
Cesty s příběhem (spirituální turismus)			
Kulturní cesty (tematické cesty)			

Komunikační témata – Incoming

Produkt		Destinace	Příběh
Cesty za poznáním	Praha	Praha	Příběh města romantiky, designu a luxusu.
	Města s příběhem	Plzeň Český Krumlov Litomyšl	Příběh piva Příběhy renesančních měst UNESCO: hudba, spiritualita, architektura
Cesty krajinou	Letní cesty	České Švýcarsko - Český ráj - Adršpach - České středohoří	Příběhy skalních měst
		Jižní Morava	Příběh pěstování vína
	Zimní cesty	Snow & Fun	Zážitky na sněhu: dostupné pro celou rodinu
Cesty pro zdraví	České lázně	Karlovy Vary Mariánské Lázně	Příběh královské péče

Komunikační témata – Domácí cestovní ruch

Produkt		Destinace	Příběh
Cesty za poznáním	Města s příběhem	Český Krumlov Brno Olomouc	Příběh pohádkového města Příběh funkcionalistického města Příběh adventního města
	Kulturní krajina	Česká Kanada - Slavonice	Příběh renesančního města
Cesty krajinou	Letní cesty	Broumovsko - Adršpach a Teplické skály	Příběhy skalních měst benediktini, labyrinty, odpočinek
		České středohoří - Litoměřicko	Příběhy „viničních tratí“: sopky, vinařské stezky, víno
	Zimní cesty	Jesenicko - Rychlebské hory	Příběhy jedné cesty: adrenalin, wellness, zážitek
		Krkonoše Krušné hory, Jáchymov	Příběhy horských bud, příběhy lidí na horách Spa and Mountains
Cesty pro zdraví	České lázně	Střední Čechy - Mcely, Zbiroh, Kotěra, Liběchov, Chateau St. Havel	Příběhy zámecké péče: wellness, lázně

Kreativní a komunikační strategie

Východiska

Země příběhů se stává DNA značky Česká republika

2012

Místo, kde ostatní prožili svůj příběh

2013

Místa, která mají svůj příběh

2014

Místa, kde tvoříme svůj příběh

Posun z místa pro návštěvu do místa inspirace a poznání

Česko, země příběhů: země, kde mohu prožít svůj vlastní úžasný příběh

Cíl

Inspirovat k návštěvě

Komunikační styl

Autenticita, emoce, lehkost (úsměvnost)

CzechTourism

Ukázky komunikace



Czech Republic
Land of Stories

**Pozor, to není sen!
To je pravá česká pohádka!**

Romantické uličky a zákoutí, kavárny a středověké krémy. A na skále unikátní hradní a zámecký komplex, který patří k nejvýznamnějším památkám střední Evropy. Vítejte v pohádce. Český Krumlov je český šperk, zapsaný na seznamu UNESCO. A bude skúšet i vám!

www.czechtourism.com

Český Krumlov

INTERVENČNÍ
PROGRAM

EVROPSKÁ UNIE
EVROPEJSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
EVROPSKÝ FOND PRO MÍSTNÍ ROZVOJ

MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR



Czech Republic
Land of Stories

**Upozornění ze srdce Evropy:
I vám se zvýší tep!**

Navštívit Prahu znamená prožít se dějinami a nedýchnout ležáky. Je majestátní, podmanivá a romantická. Jeccuměsta, která se připomenete fotografiemi. Praha zůstane ve vašem srdci.

www.czechtourism.com

Prague

INTERVENČNÍ
PROGRAM

EVROPSKÁ UNIE
EVROPEJSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
EVROPSKÝ FOND PRO MÍSTNÍ ROZVOJ

MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR

Ukázky komunikace



Czech Republic
Land of Stories

**Prosíme nerušit!
Vstupujete do ráje.**

Vstupte do fantastické skalní říše, která nemá v Evropě obdoby! Příroda si zahrála na geniálního sochaře – z pískovce vytvořila dílo, na které budete hledět s úžasem i pokorou.

www.czechtourism.com

České Švýcarsko

INTERROVÁNÝ
OPERAČNÍ
PROGRAM

EVROPSKÁ UNIE
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
ŘÁDCE PRO NÁR ROZVOJ

MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR



Czech Republic
Land of Stories

**Pozor! Silný genius loci
a skvělé víno!**

Příběh jižní Moravy je intenzivní a silný jako víno, které se zde pěstuje. Svěho času byla tato úrodná země bitevním polem Napoleonovy armády, dnes je tichou oázu malebné přírody, která zve k procházkám. Hluboké lesy, stříbrné řeky a stráně s vinohrady zalitými sluncem. Dáte si bílé, nebo červené?

www.czechtourism.com

Jižní Morava

INTERROVÁNÝ
OPERAČNÍ
PROGRAM

EVROPSKÁ UNIE
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
ŘÁDCE PRO NÁR ROZVOJ

MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR

Ukázky komunikace – TV spoty





Ing. Rostislav Vondruška

generální ředitel

ČCCR - CzechTourism, Vinohradská 46, 120 41 Praha 2

www.czechtourism.cz

CzechTourism