



# Výroční zpráva 2025

Jihočeská centrála  
cestovního ruchu 



Jižní Čechy

South Bohemia  
Convention Bureau

### Kontaktní informace:

JCCR

**Jihočeská centrála cestovního ruchu**  
Příspěvková organizace Jihočeského kraje  
U Zimního stadionu 1952/2  
370 01 České Budějovice  
IČ: 720 53 127  
DIČ: CZ 720 53 127

### Korespondenční adresa:

B. Němcové 1824/8  
370 01 České Budějovice  
tel.: +420 387 201 283  
e-mail: info@jccr.cz  
[www.jccr.cz](http://www.jccr.cz)  
[www.jiznicechy.cz](http://www.jiznicechy.cz)

### Zřizovatel:

Jihočeský kraj

**Jihočeský kraj**  
U Zimního stadionu 1952/2  
370 76 České Budějovice  
IČ: 708 90 650

# Obsah

<b>ÚVODNÍ SLOVO</b> .....	4	<b>VLASTNÍ AKTIVITY JCCR</b> .....	36
<b>PROFIL ORGANIZACE</b> .....	5	South Bohemia Convention Bureau .....	36
<b>ORGANIZAČNÍ STRUKTURA A SÍDLO ORGANIZACE</b> .....	6	Regionální filmová kancelář Jihočeského kraje .....	37
<b>FACT SHEET – CESTOVNÍ RUCH V JIŽNÍCH ČECHÁCH 2025</b> .....	8	Spolupráce s agenturou Czech Tourism .....	41
<b>CERTIFIKACE A RECERTIFIKACE JCCR</b> .....	10	Spolupráce s asociací RDA .....	42
<b>KONCEPCE ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU V JIHOČESKÉM KRAJI 2021–2030</b> .....	10	<b>VELETRHY A PREZENTACE CESTOVNÍHO RUCHU</b> .....	44
<b>TURISTICKÉ OBLASTI A SYSTÉM ŘÍZENÍ CR V JIHOČESKÉM KRAJI</b> .....	12	Domácí veletrhy cestovního ruchu .....	44
3K platforma.....	20	Zahraniční veletrhy cestovního ruchu a další prezentace .....	44
<b>TRHY CESTOVNÍHO RUCHU</b> .....	21	Další významné akce a prezentace .....	45
Oddělení pro domácí cestovní ruch.....	21	Semináře, školení a workshopy.....	45
Oddělení pro zahraniční cestovní ruch.....	21	<b>MARKETINGOVÉ MATERIÁLY A PUBLIC RELATIONS</b> .....	46
<b>TEMATICKÝ ROK 2025</b> .....	22	Marketingové materiály 2025 .....	46
<b>PROJEKTY JCCR</b> .....	24	Fam a Press tripy 2025 .....	48
Projekt Kultura a příroda na zeleném pásu .....	24	Marketingové aktivity 2025.....	50
Projekt Kulturní dědictví na Zlaté stezce .....	25	Další marketingové aktivity .....	53
Projekt Venkovské památky .....	26	<b>WEBOVÁ PREZENTACE JCCR</b> .....	56
Projekt Zlatá stezka.....	27	Turistický portál <a href="http://www.jiznicechy.cz">www.jiznicechy.cz</a> .....	56
Projekt Kultura a příroda na zeleném pásu .....	28	Facebook.....	57
Projekt Památky žijí .....	29	Instagram.....	59
Projekt Podpora činnosti Jihočeské centrály cestovního ruchu.....	30	YouTube .....	59
Projekt Podpora marketingových aktivit v JČ .....	31	LinkedIn .....	59
Projekt Marketingové aktivity JCCR .....	32	<b>OCENĚNÍ 2025</b> .....	60
Projekt Podpora marketingových aktivit v jižních Čechách .....	33	<b>SPOLUPRÁCE A PARTNERSTVÍ</b> .....	61
Projekt Marketingové aktivity v Jižních Čechách .....	34	<b>FINANČNÍ HOSPODAŘENÍ JCCR</b> .....	62
Připravované přeshraniční projekty .....	35	Rozpočet a výsledek hospodaření za rok 2025 .....	62
		Náklady a výnosy v roce 2025.....	63



## ÚVODNÍ SLOVO

Jižní Čechy dlouhodobě patří mezi top destinace českých turistů. Každoročně do regionu zavítají zhruba tři čtvrtiny domácích návštěvníků, což potvrzuje jeho významnou pozici na turistické mapě ČR. V oblasti zahraničních návštěvníků evidujeme stabilní meziroční nárůst o 5 až 10 %. Nejpočetnější klientelou nadále zůstává Německo a Rakousko, ale v posledních letech rostou i počty návštěvníků z Polska a Maďarska. Postupně se vrací i asijská klientela.

V roce 2025 dosáhly aktivity Jihočeské centrály cestovního ruchu komplexní úrovně, kdy nabídka pokrývá veškeré segmenty cestovního ruchu – od kulturních zážitků, přes aktivní dovolenou, až po wellness pobyty. Jižní Čechy tak dnes nabízejí ucelenou škálu možností pro každého návštěvníka.

I nadále zůstává prioritou posilování návštěvníků ze sousedních zemí. Pokud jde o domácí klientelu, klademe větší důraz na skupinovou a kongresovou turistiku.

Ukazuje se, jak klíčovou roli hraje pořádání velkých akcí, jako je Země živitelka, advent či mistrovských turnajů či sportovních eventů. Právě tyto akce dokáží dlouhodobě zaplnit kapacity ubytovacích zařízení a posílit celkový zájem o region.



**Mgr. Petr Soukup**

ředitel Jihočeské centrály cestovního ruchu

## PROFIL ORGANIZACE

Jihočeská centrála cestovního ruchu je příspěvkovou organizací Jihočeského kraje, která hraje významnou úlohu v koordinaci a řízení cestovního ruchu v celém kraji. Především vytváří podporu domácího a příjezdového cestovního ruchu a vykonává funkci krajského destinačního managementu pro destinaci jižní Čechy. Má za úkol vytvářet, řídit, koordinovat a rozvíjet atraktivní turistickou nabídku regionu a následně ji prezentovat na domácím i zahraničním trhu.

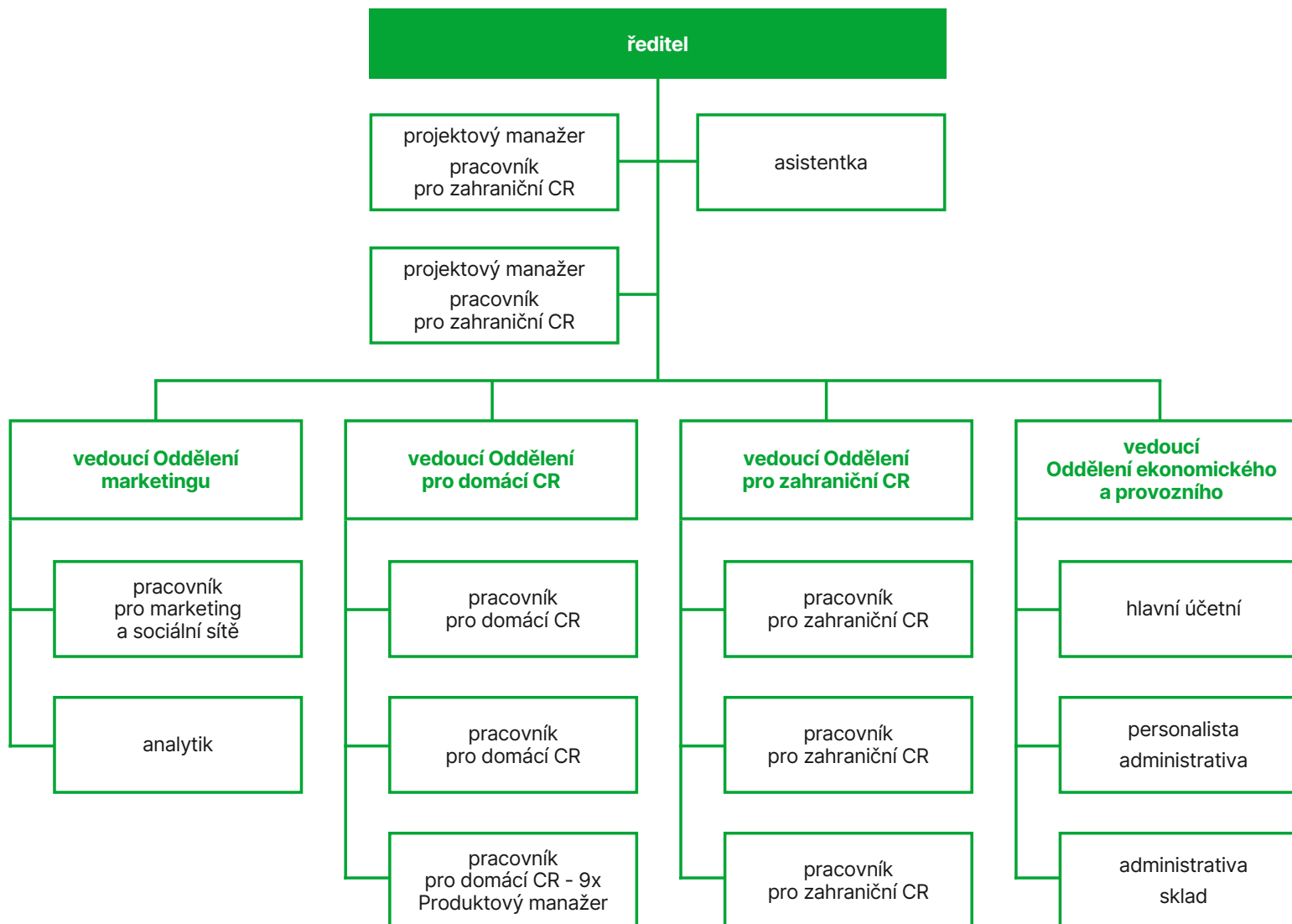
### Předmětem činnosti organizace je:

- výkon krajské destinační společnosti ve vazbě na turistický region jižní Čechy
- koordinace a metodické vedení turistických oblastí na území Jihočeského kraje
- komunikace se Svazem měst a obcí Jihočeského kraje a „Euroregiony“, s jednotlivými obcemi a městy v oblasti cestovního ruchu
- spolupráce v rámci aktivit subjektů cestovního ruchu z veřejného i soukromého sektoru, komunikace s obchodními partnery a turisty za region, včetně návštěvnického managementu
- komunikace a spolupráce s agenturou CzechTourism vč. jejich zahraničních zastoupení
- spolupráce na činnosti turistických informačních center na území kraje
- organizace konferencí a odborných seminářů přispívajících k rozvoji cestovního ruchu v Jihočeském kraji, vzdělávání v oblasti cestovního ruchu
- organizace jednání pracovních skupin složených z odborníků a pracovníků v oblasti cestovního ruchu
- PR aktivity – prezentace jižních Čech v tuzemsku i zahraničí prostřednictvím vymezených témat (výstavy, veletrhy, média) směrem k laické i odborné veřejnosti
- organizace famtripů, tj. motivačních cest pro zástupce cestovních kanceláří a agentur, presstripů pro zástupce médií a pro odbornou veřejnost, organizace studijních cest pro odborníky v cestovním ruchu
- shromažďování informací o turistickém potenciálu regionu, zajišťování jejich průběžné aktualizace a jejich zpracovávání pro jednotlivé cílové skupiny uživatelů
- tvorba produktových linií, které povedou ke zviditelnění destinace jižní Čechy, včetně sledování a vyhodnocení zpětných vazeb
- ediční činnost – vydávání tištěných propagačních materiálů obecných či tematicky zaměřených s přihlédnutím k předem vymezeným a doporučeným okruhům, které stanovuje odbor kanceláře hejtmana Krajského úřadu Jihočeského kraje, vzhledem k celkové strategii, cílovým trhům, nebo ročnímu období
- provoz Informačního Systému Cestovního Ruchu Jihočeského kraje na [www.jiznicechy.cz](http://www.jiznicechy.cz)
- příprava a realizace projektů pro získávání prostředků z grantových, dotačních a jiných programů na rozvoj cestovního ruchu
- komunikace a spolupráce se zahraničními partnery v oblasti cestovního ruchu, zejména při tvorbě a realizaci přeshraničních projektů
- získávání statistických a analytických dat potřebných pro efektivní rozvoj cestovního ruchu v regionu

V roce 2025 vycházela hlavní činnost JCCR především ze schválené [Koncepce rozvoje cestovního ruchu Jihočeského kraje 2021–2030](#).

# ORGANIZAČNÍ STRUKTURA A SÍDLO ORGANIZACE

Schéma organizačního řádu JCCR v roce 2025





# FACT SHEET

## CESTOVNÍ RUCH V JIŽNÍCH ČECHÁCH 2025

### 1,81 mil.

ubytovaných hostů v HUZ

Meziroční změna  
2024/2025:

+  
3,5%

### 4,64 mil.

přenocování (nocí) v HUZ

Meziroční změna  
2024/2025:

+  
0,8%

### 2. místo

podle **počtu přenocování**  
domácích návštěvníků v HUZ  
v mezikrajském srovnání

### 69,3 %

podíl domácích hostů na celkovém  
počtu ubytovaných v HUZ

### 2,57 noci

je průměrný počet přenocování  
na 1 hosta v HUZ

### 7,8 % meziroční nárůst

počtu zahraničních hostů

### Německo

obsadilo 1. příčku podle počtu  
hostů (133,5 tis.) i počtu  
přenocování (cca 327,5 tis. nocí)

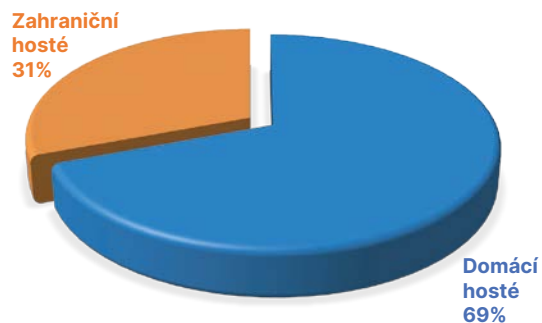
### Nizozemci

pobývají v HUZ nejdéle  
(v průměru 4,3 přenocování)

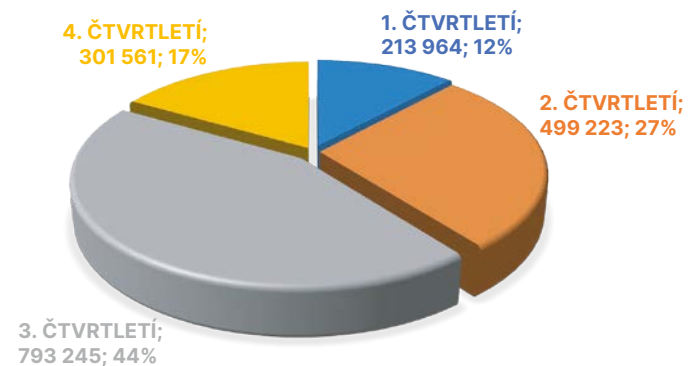


Zdroj dat: ČSÚ a CzechTourism

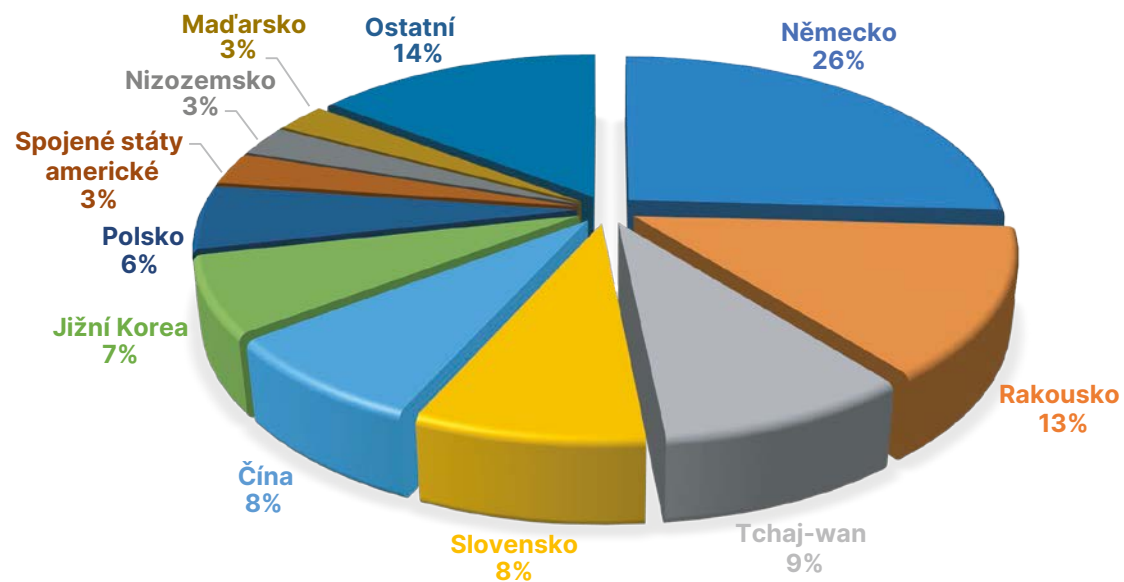
Domáci a zahraniční hosté v HUZ Jihočeského kraje za rok 2025



Počet hostů podle čtvrtletí roku 2025



Zahraníční hosté v HUZ Jihočeského kraje za rok 2025



# CERTIFIKACE A RECERTIFIKACE JCCR

## NÁRODNÍ KATEGORIZACE DMO

Jihočeská centrála cestovního ruchu získala v rámci recertifikace dne 14. 6. 2022 certifikát v národní kategorizaci organizací destinačního managementu, který je platný po dobu tří let. V roce 2025 bylo proto nutné požádat o jeho obnovení na další tříleté období.

JCCR podala žádost o recertifikaci dne 6. 6. 2025. Certifikační komise o ní rozhodovala na svém zasedání dne 15. 9. 2025, kde schválila udělení certifikace na další tři roky, a to do 14. 9. 2028. Organizace dosáhla výsledku 99 ze 100 bodů a certifikace byla udělena s doporučením bez výhrad.

## KONCEPCE ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU V JIHOČESKÉM KRAJI 2021–2030

Strategický materiál z dílny Jihočeské centrály cestovního ruchu (JCCR), jehož příprava trvala téměř dva roky a odehrávala se v podmínkách koronavirové pandemie, by měl být součástí restartu celého odvětví v regionu. Koncepce vznikala v průběhu let 2020–2021 v návaznosti na původní strategický dokument platný pro roky 2015–2020 a v Zastupitelstvu Jihočeského kraje získala silnou politickou podporu. Nová krajská koncepce rozvoje cestovního ruchu je ve všech prioritních oblastech plně v souladu s Konceptí státní politiky cestovního ruchu ČR 2021–2030.

Schválená koncepce obsahuje čtyři základní strategické cíle: Posílení konkurenceschopnosti značky Jižní Čechy. Stabilizaci systému řízení cestovního ruchu v Jihočeském kraji. Konsolidaci hospodářského přínosu cestovního ruchu pro Jihočeský kraj a efektivní investice do infrastruktury cestovního ruchu a nových IT a Smart trendů.

Od srpna roku 2024 byla stanovena pro koncepci odpovědná osoba Ing. Matěj Pejsar, jehož úkolem je dohled nad řádným plněním koncepce, neboť na jejím naplňování se podílí mimo zaměstnance JCCR celá řada subjektů, od destinačních společností také partneři jako například Jihočeská hospodářská komora, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, JIKORD atd.

Ke konci roku 2025 byla dokončena střednědobá evaluace Koncepce rozvoje cestovního ruchu Jihočeského kraje 2021–2030, na které Jihočeská centrála cestovního ruchu začala pracovat již na konci roku 2024. Cílem evaluace bylo zhodnotit dosavadní naplňování strategických a operačních cílů koncepce, identifikovat opatření, která již neodpovídají aktuálním podmínkám nebo potřebám území, a navrhnout úpravy pro efektivní pokračování v dalších letech její realizace.

## SMART AŽ JSOU JIŽNÍ ČECHY CHYTRÉ!

**S** → STABILNÍ v systému řízení a financování, službami kvalitní a profesionální

**M** → MĚŘITELNÉ ve smyslu hospodářského přínosu oboru cestovního ruchu

**A** → ATMOSFÉROU přátelské, pohostinné, bezpečné

**R** → ROZMANITÉ v přírodních a kulturních památkách, v nabídce cestovního ruchu

**T** → TECHNOLOGICKY rozvinuté, inovativní

Na základě získaných podkladů byly identifikovány aktivity, které je vhodné upravit, aktualizovat nebo případně z koncepce vyškrtnout, a zároveň byly formulovány návrhy na doplnění nových témat reflektujících aktuální trendy v cestovním ruchu. Mezi tyto oblasti patří zejména využití digitálních technologií a umělé inteligence v cestovním ruchu, rozvoj filmového turismu prostřednictvím filmové kanceláře, posílení moderních marketingových nástrojů včetně influencer marketingu nebo další rozvoj infrastruktury a produktů cestovního ruchu. Evaluace zároveň potvrdila význam dlouhodobých priorit, jako je posilování značky Jižní Čechy, rozvoj destinačního managementu nebo podpora udržitelného cestovního ruchu.

### Mezi nově přidána témata a aktivity patří např.

- Filmová kancelář
- Evropské hlavní město kultury 2028
- MICE (kongresová turistika)
- Vltavská cyklistická cesta
- Influencer marketing
- Využití nástrojů umělé inteligence
- Digitální interpretace přírodního a kulturního dědictví
- Propagace integrovaného dopravního systému Jihočeského kraje pro účely cestovního ruchu
- Podpora systematické spolupráce mezi DMO a dalšími klíčovými subjekty regionálního rozvoje

Výstupem evaluace je aktualizace stávající koncepce, která má přispět k efektivnějšímu řízení a rozvoji cestovního ruchu v Jihočeském kraji ve zbytku prováděcího období.



# TURISTICKÉ OBLASTI A SYSTÉM ŘÍZENÍ CR V JIHOČESKÉM KRAJI

Rozdělení Jihočeského kraje na turistické oblasti bylo dáno Konceptí rozvoje cestovního ruchu Jihočeského kraje 2015–2020 a je dále zakotveno i v nové Koncepti rozvoje cestovního ruchu 2021–2030.

**V současné době se na území kraje nachází 9 turistických oblastí, které pokrývají celé jeho území.**



Činnosti jednotlivých DMO jsou pravidelně zveřejňovány v newsletterech JCCR, a to ve čtvrtletních intervalech.





## Budějovicko

**Destinační společnost:** Českobudějovicko-Hlubocko z.s.

**Produktový manažer (personální podpora):** Sabrina Frömlová  
Ing. Simona Hrnečková

- Hlavní marketingové kampaně v roce 2025: Velikonoce, Prodloužený víkend a BudKarta, Stezka Vltavy, Pivní stezka, Kávová stezka a kávový týden, Svatomartinská husa, Advent na Budějovicku, Sportovní zážitky, Průvodce cyklo, moto, pěší a DogFriendly.
- Byl připraven nový strategický dokument reflektující jihočeskou koncepci rozvoje cestovního ruchu – Strategie rozvoje cestovního ruchu destinace Budějovicko 2026-2030.
- Bylo vytvořeno 19 moderovaných videí, 28 videosekvencí short formátu, 11 kampaňových videí a do centrální fotobanky bylo nahráno 431 nových fotografií. Dosah online kampaní na našich platformách s označením #budejovicko: 15 264 569. Odesláno bylo 12 tiskových zpráv, které byly publikovány a vydány byly 4 PR články.
- Obchodní tým osobně nebo telefonicky oslovil 2 781 potenciálních klientů v segmentu MICE, vytvořili jsme 9 prezentačních materiálů pro B2B komunikaci a do destinace přivedli napřímo 14 akcí.
- V roce 2025 bylo řešeno 18 investičních projektů, které mají velký potenciál rozšířit nabídku cestovního ruchu v destinaci a být pozitivním ekonomickým přínosem.
- Destinační společnost absolvovala v rámci organizací destinačního managementu recertifikaci u agentury CzechTourism s hodnocením 97 bodů ze 100.



## Česká Kanada

**Destinační společnost:** Destinační management Česká Kanada z.s.

**Produktový manažer (personální podpora):** Kateřina Svobodová

- V roce 2025 byla navázána spolupráce se spisovatelem Michalem Vieweghem, který napsal svoji poslední knihu Obyčejná laskavost, Neobyčejná nestoudnost, kdy děj druhé novely se odehrává u skalního útvaru Dáblova prdel, který se nachází v naší turistické oblasti Česká Kanada.
- Ve středu 16. 4. 2025 proběhlo v refektáři Muzea fotografie a moderních obrazových médií setkání partnerů spolku Destinační management Česká Kanada.
- Na oficiální zahájení sezony v turistické oblasti Česká Kanada uspořádal Destinační management Česká Kanada s podporou Jihočeského kraje v sobotu 26. dubna 2025 už pátou etapu turistického výšlapu nazvaného Kanadský tulák - pochod Českou Kanadou. Účastníci výšlapu se vypravili po asi 17 kilometrech dlouhé páté etapě Stezky Českou Kanadou ze Starého Města pod Landštejnem přes hrad Landštejn, Bison Ranch Rožnov až k rybníku Zvůle do areálu Chatové osady Zvůle. Zúčastnilo se 1371 účastníků.
- Rok 2025 je prvním a zásadním rokem implementace nové marketingové strategie destinace Česká Kanada. Aktivity jsou rozloženy do jednotlivých měsíců s důrazem na postupné budování komunikačních kanálů, spuštění PPC a PR kampaní, aktivaci partnerství a tvorbu atraktivního multimediálního obsahu.
- V letních měsících byla ve spolupráci s JTV natočena image videa z oblasti na téma Města v pohybu, Hrady a zámky a Stezka Českou Kanadou. Proběhlo také natáčení pořadu TV NOVA na téma cyklostezky, kde byli zapojeni i partneři naší destinace. Byl aktualizovaný průvodce pro kluky a holky – Putování Českou Kanadou.

- V sobotu 11. října 2025 se uskutečnila již šestá etapa populárního pochodu Kanadský tulák, který je součástí projektu Stezka Českou Kanadou. Téměř dvanáctikilometrová trasa vedla od chatového areálu u rybníka Zvůle do Českého Rudolce a nabídla účastníkům nezapomenutelný zážitek z krásy jihočeské přírody. Trasu plnou přírodních a kulturních zajímavostí si prošlo 1459 tuláků.
- Ve dnech 23.–25. 10. 2025 se Turistická oblast Česká Kanada prezentovala se samotným stánkem na veletrhu cestovního ruchu ITEP v Plzni a v listopadu se produktová manažerka zúčastnila Akademie destinačního managementu v Pardubicích.



## český krumlov region

### Český Krumlov region

**Destinační společnost:** DMO Český Krumlov Region, z.s.

**Produktový manažer (personální podpora):** Bc. Zdeňka Chaloupková

- V roce 2025 byla posílena struktura týmu o pozici výkonné ředitelky (Mgr. Petra Judová), což umožnilo stabilizaci řízení organizace a profesionalizaci vnitřních procesů.
- Pro návštěvníky turistické oblasti byl nadále vytvářen obsah prezentující jednotnou nabídku destinace – historické centrum, kulturní instituce, přírodní zajímavosti a tipy na procházky či výlety v rámci regionu. Materiály byly zpřístupněny na webovém portálu [www.ckrumlov.info](http://www.ckrumlov.info) a prostřednictvím sociálních sítí @ceskykrumlovofficial. V roce 2025 web zaznamenal 675 tisíc uživatelů a 2,4 milionu zobrazených stránek. Facebooková stránka měla 25 211 sledujících a Instagram 31 077, s výrazným nárůstem dosahu a zobrazení oproti předchozímu roku.
- V roce 2025 byla dokončena Koncepce udržitelného rozvoje cestovního ruchu ve vazbě na kulturu a sport pro město Český Krumlov a turistickou oblast Český Krumlov Region (2025–2032). Koncepce zahrnuje analytickou část (podrobnou i shrnující), návrhovou část, akční plán a výsledky dotazníkového šetření mezi místními občany a odbornou veřejností. Definuje čtyři strategické cíle: posílení kvality služeb a infrastruktury CR, rozvoj destinačního managementu, zvýšení profesionality marketingu a propojení cestovního ruchu s kulturou a sportem.
- Pokračovaly přípravy projektu turistická karta Krumlov+, zahrnující návrh vizuálu, webových stránek, copywriting, strategii zapojení služeb a marketingovou strategii. Zavedení produktu je plánováno na duben 2026.
- DMO dále rozvíjela marketing a koordinaci aktivit destinace ve spolupráci s Jihočeskou centrálou cestovního ruchu a agenturou CzechTourism, s cílem podporovat delší pobyty, mimosezónní cestování a rovnoměrnější rozložení návštěvnosti v rámci regionu.



# LIPENSKO

od Stožce po Rožmberk

## Lipensko

**Destinační společnost:** TS Lipenska z.s.

**Produktový manažer (personální podpora):** Jitka Labajová

- Rok 2025 byl pro Turistický spolek Lipenska rokem stabilizace a strategického přehodnocení. Po personálních změnách ve vedení destinace se role produktového managementu soustředila na analytickou práci, řízení klíčových aktivit, přípravu strategických dokumentů a posílení spolupráce s partnery na regionální i přeshraniční úrovni.
- Turistická oblast Lipensko zaznamenala v roce 2024 nárůst příjezdů o 11,12 % (347 447 příjezdů) a nárůst přenocování o 8,3 % (992 704 přenocování), což potvrzuje dlouhodobou atraktivitu destinace a zároveň klade vyšší nároky na produktové vedení a udržitelnost.
- TO se intenzivně podílela na tvorbě Strategie rozvoje turistické oblasti Lipensko ve spolupráci s ČVUT a zaštiťovali přípravu Marketingového plánu na rok 2026, který navazuje na strategii CzechTourism a JCCR. Plán se zaměřuje na rebranding destinace, rozvoj digitálních nástrojů a podporu celoroční turistiky.
- Cykloturistika – pokračovala systematická podpora projektu kolemkolem a přeshraniční spolupráce s Rakouskem a Bavorskem. V roce 2025 jsme profinancovali 3 image videa pro vybrané obce, která podporují celoroční propagaci cyklistiky.
- Gastroturistika – byla zahájena příprava nového produktu „Gastro zážitková stezka Lipenskem“, který propojuje regionální produkty, pivovary a autentické gastronomické zážitky.
- MICE segment – byla zahájena příprava propagace Lipenska v segmentu kongresové a eventové turistiky s cílem podpořit celoroční nabídku a přilákat bohatší klientelu mimo hlavní sezónu.
- byla zahájena spolupráce TS Lipenska s organizátory klíčových akcí: Kolem-kolem Fest (vlajková cyklistická akce s nadregionálním dosahem), Indian Riders Fest (specializovaná motoristická akce s mezinárodním přesahem), ČEZ Lipno Sport Festival (vícedenní sportovní akce pro rodiny s dětmi), Lipno Loped (zimní cyklistická akce podporující mimosezónní návštěvnost)
- V rámci přeshraniční spolupráce TO rozvíjela pokračující spolupráci s DMO Mühlviertel (Horní Rakousko) a partnery v Bavorsku, zejména v projektech kolemkolem a Velorama, které systematicky podporují přeshraniční cykloturistiku. Spolupráce pokračovala rovněž s Národním parkem Šumava se zaměřením na udržitelné formy turistiky a regulaci návštěvnosti.
- TO administrovala spolupráci s 12 členskými obcemi a více než 50 podnikatelskými subjekty zahrnujícími hotely, penziony, kempy, poskytovatele sportovních služeb, turistické atrakce (Stezka korunami stromů, Lipno Line, Cisterciácké opatství Vyšší Brod) a neziskové organizace.
- V roce 2025 se TO podílela na zavedení pravidelných kvartálních newsletterů „Infovinky“, které výrazně zlepšily komunikaci se stakeholdery a umožnily kvalifikovanější rozhodování na základě dat.
- TO se řídila realizací Marketingového plánu 2025: vydání magazínu Lipensko, pravidelnou propagaci na sociálních sítích, realizaci 7 tiskových zpráv, organizaci aktivit pro influencery ve spolupráci s JCCR, přípravu rebrandingu TS Lipenska a tvorbu nového webu destinace (realizace 2026)
- Rok 2025 byl rokem analytické práce a nastavení nových směrů. Kroky, které jsme podnikli, vytvoří solidní základ pro rozvoj turistické oblasti Lipensko jako moderní, udržitelné a mezinárodně konkurenceschopné destinace.



## Novohradsko-Doudlebsko

**Destinační společnost:** Novohradsko-Doudlebsko z.s.

**Produktový manažer (personální podpora):** Mgr. Michal Jarolímek

- DMO Novohradsko-Doudlebsko v roce 2025 rozvíjela všechny své tematické produkty. Pozornost soustředila především na produkt Příběhy železné opony, který obohatila o dvě venkovní únikové hry. Jedna je na hraničním přechodu Nové Hrady – Pyhrabruck a druhá v Cetvinách.
- Velmi intenzivní byly i aktivity spojené s podporou lokálních výrobců řemeslných, potravinových a uměleckých výrobků pod marketingovou značkou „Opravdu od nás“. Kromě již pravidelných účastí na více jak 20 slavnostech a trzích byl v květnu otevřen stálý obchod v Nových Hradech.
- V průběhu celého roku DMO pokračovala v údržbě drobného turistického mobiliáře a současně aktualizovala zpracovaný pasport tohoto mobiliáře.
- O aktivitách DMO pravidelně informovala na webu [www.novohradsko-doudlebsko.cz](http://www.novohradsko-doudlebsko.cz) a na facebookovém profilu (#novohradskodoudlebsko).
- Díky finanční podpoře Jihočeského kraje a Ministerstva pro místní rozvoj se kromě výše uvedených aktivit podařilo vydat Turistické noviny 2025, desková hra s motivem putování po turistické oblasti Novohradsko-Doudlebsko a skládací mapa s výčtem zajímavých turistických cílů.
- Podařilo se rovněž natočit celkem 35 krátkých videospotů pro produkt Stezka svatých a Stezka vody a samostatný 20minutový pořad o Římově a jeho poutním areálu.
- V roce 2025 činily náklady destinační společnosti 4 331 tis. Kč a výnosy 4 422 tis. Kč.



## Písecko-Blatensko-Strakonicko-Vodňansko

**Destinační společnost:** Píseckem s.r.o.

**Produktový manažer (personální podpora):** Martin Slavík

- Stěžejní marketingovou kampaní společnosti Píseckem, s.r.o. byla akce Sbírejte zážitky v jižních Čechách. Cílem bylo upozornit na výjimečnost a kompaktnost celé destinace Písecko-Blatensko-Strakonicko-Vodňansko; [Turistický časopis, léto 2025 - Píseckem.cz](https://www.piseckem.cz). Kampaň byla vedena hlavně on-line cestou včetně sociálních sítí. Hlavním tištěným médiem je časopis, který je distribuován v hlavní turistické sezóně.
- Byly rozvíjeny aktivity související s tzv. Píseckou kartou. Ta celoročně dává možnost strávit v destinaci řadu aktivit, které díky kartě jsou velmi výhodně; [Turistická karta Písecko – Blatensko – Strakonicko – Vodňansko](https://www.piseckem.cz).
- Společnost Píseckem, s.r.o. provozuje i turistický cíl, kterým je Písecká věž kostela. V roce 2025 došlo ke zvýšení návštěvnosti a také byla věž otevřena v rámci adventu 2025 jako vánoční cíl. Přímou uvnitř věže byl umístěn unikátní betlém.
- Více aktivit o činnosti naleznete: [Ke stažení - Píseckem.cz](https://www.piseckem.cz).

# ŠUMAVSKO

Turistická oblast

## Šumavsko

**Destinační společnost:** PRO Šumavsko z.s.

**Produktový manažer (personální podpora):** Ing. Marie Korousová

- 40999 - to je číslo roku 2024, značí počet stažení Šumavských podcastů.
- Spolek destinačního managementu PRO Šumavsko, z.s. v roce 2024 zřídilo vlastní aplikaci, uživatelé ji najdou na rozhraní aplikace Uneeqly a najdou zde unikátní obsah interaktivních stezek i audio průvodců. Krom toho oblíbený kalendář akcí a turistické cíle z celé turistické oblasti. Hlavním produktem roku bylo Šumavské bingo, ve kterém jsme soutěžili o pobyty na Šumavě a další hodnotné ceny. Návštěvníci měli na výběr z více jak 20 míst, kde mohli sbírat razítka, za získání alespoň 6 z nich a odevzdání karty na odběrných místech, byli automaticky zařazeni do slosování. Samozřejmě pokračujeme v natáčení oblíbených Šumavských podcastů, se kterými jsme v roce 2024 vstoupili do již páté sezony. Šumavské podcasty obohatila nová řada, jež navazuje na zábavní, edukativní videa s NP Šumava a vysvětluje problematiku daného dílu více do hloubky. Nově si podcasty můžete poslechnout také na Apple podcasts a Seznam podcasty.
- Právě videa s NP Šumava patřila k neúspěšnějším počínům DMO PRO Šumavsko, z.s., tahle unikátní spolupráce vytvořila 10 edukativních videí, které byly předány uživatelům sociálních sítí vtipnou formou.
- Díky spolupráci s JCCR bylo přivítáno v oblasti téměř deset influencerů a vytvořili tak unikátní obsah na sociální síť s obrovským zásahem.
- Bylo vydáno několik nových propagačních materiálů – dotisk oblíbených Šumavsko pro tuláky, nové cyklomapy Prachatice a okolí, nové trhací mapy oblasti a nové celkové brožury s informacemi z TO. Opět se natáčelo s Toulavou kamerou a Jihočeskou televizí, jejichž pořady se těší velkému zájmu.

Také byl natočen díl ze šumavského Zadova do pořadu TV Nova, Česko off-line. Uspořádali se dvě školení v cestovním ruchu a jedno Fórum cestovního ruchu, setkání subjektů v CR a turistických informačních center.

- TO je stále aktivní na sociálních sítích, najdete ji na Facebooku, Instagramu, YouTube a všech podcastových platformách. V roce 2024 taktéž vznikla nová Strategie rozvoje cestovního ruchu v turistické oblasti Šumavsko pro roky 2026–2030.





## Toulava

**Destinační společnost:** Toulava o.p.s.

**Produktový manažer (personální podpora):** Ing. Jan Sochor

- Nový produkt pro rodiny s dětmi TouLOVEkarta: Propojení více než 80 partnerů z řad památek, muzeí, zážitků, restaurací a ubytování. Produkt funguje na základě sběratelské karetní hry. Každé místo má svou jedinečnou kartu. Turisté karty sbírají – získají je pouze za zaplacení vstupného nebo jinou útratu na daném místě, získávají za ně odměny a následně s nimi mohou hrát hru. Karty jsou navíc edukativní. V rámci produktu vzniklo i 5 stezek pro rodiny s dětmi, kde lze plnit úkoly pomocí QR kódů a získat odměnu. Produkt využilo 3 000 uživatelů, kteří udělali přes 10 000 návštěv. K produktu bylo natočeno propagační video a probíhala kampaň.
- Stezky Toulavy: Síť dálkových pěších a cyklostezek, které tvoří hlavní marketingové téma regionu. V roce 2025 získala Toulava certifikaci Leading Quality Trails – Best of Europe pro Stezku údolím Lužnice Toulavou na další tři roky. Stezka se tak i nadále řadí mezi evropskou elitu. V rámci certifikace proběhla řada oprav mostků, přechodů... spolu s KČT vznikla sbírka na zničený ohoz u Bechyně. V květnu se v Táboře a Bechyni uskutečnilo setkání zástupců všech evropských tras s certifikací Leading Quality Trails. Na trase byly postaveny tři přístřešky s posezením. Na Stezkách do Prčice bylo instalováno 5 interaktivních soch. Proběhlo vyčištění neprůchodných úseků u Milevska. K oběma stezkám byl dotištěn propagační materiál a realizována propagační kampaň.



- Další produkty CR: V roce 2025 nabízela Toulava turistům – Poutní stezky (prodloužení do Soběslavi), Pivní stezku (zapojení nových minipivovarů), Orlík a Vltavské výhledy (produkt propaguje a spojuje podnikatele, zážitky a vodní dopravu v okolí Orlické přehrady – instalace map do kempů, aktualizace a propagace nabídky služeb na [www.toulava.cz/orlik](http://www.toulava.cz/orlik), tištěný informační materiál).
- Regionální produkty: V roce 2025 došlo k certifikaci dalších 4 výrobců značkou Toulava – regionální produkt na celkových 36. Podporovali jsme prodej produktů v e-shopu, propagace v adventu online adventní trhy, akce pro veřejnost Porta Aperta.
- Kampaně: V roce 2025 proběhla kampaň v pražském metru zaměřená na historická města Tábor a Bechyně, hru TouLOVEkarta, magická místa, výhledy a stezky. Probíhala intenzivní kampaň na sociálních sítích s důrazem na hlavní témata – stezky, rodiny s dětmi, úžasná Toulava – nej místa v regionu, která jsou jedinečná a zajímavá, akce zážitky u partnerů Toulavy, Vltava. Celkový dosah 12,1 milionu. Speciální kampaně proběhly na jaře a na podzim – zapojení sezónních nabídek, prázdniny. Proběhlo natáčení videí pro Toulavou kameru, TV Nova, ORF, influencer tripy a press.

# TŘEBOŇSKO

TURISTICKÁ OBLAST

## Třeboňsko

**Destinační společnost:** Turistická oblast Třeboňsko, z.s.

**Produktový manažer (personální podpora):** Bc. Barbora Bicková  
Lucie Kolářová

- V roce 2025 se Turistická oblast Třeboňsko opět zaměřila na rodiny s dětmi a s cílem ukázat turistům i méně známá místa. Hlavním lákadlem byla soutěž „Letní dobrodružství“, která propojila 12 lokalit regionu. Její herní brožura sloužila návštěvníkům také jako praktický průvodce. Nabídku jsme dále rozšířili o 9 tipů na jednodenní výlety kombinující různé dopravní prostředky. Novinkou v propagaci se staly také karty DUO, které zábavnou formou představují kulturu a osobnosti Třeboňska.
- Byla zpracována komplexní analýza profilu návštěvníka, která vychází ze sběru dat a poslouží jako klíčový podklad pro další rozvoj oblasti. V únoru byl spuštěn aktualizovaný web regiontrebonsko.cz a vydány oblíbené Turistické noviny v rozsahu 39 stran, distribuované zdarma. Viditelnost regionu byla podpořena také spoluprací s influencery a účastí v televizních reportážích.
- V neposlední řadě se TO věnovala vzdělávání a podpoře regionu. Byla založena a rozvíjena značka „TŘEBOŇSKO regionální produkt“, která místním výrobcům zajišťuje efektivní propagaci a odbyt. Pro pracovníky informačních center a členy spolku byly uspořádány praktické workshopy, přičemž byla rovněž spolupořádána celostátní konference Venkov 2025. Po celý rok TO aktivně spravovala sociální sítě a bylo dbáno na to, aby byl region vidět.





## 3K PLATFORMA

3K platforma je vhodná funkční platforma pro kooperaci, koordinaci a komunikaci subjektů cestovního ruchu v destinaci za účelem podpory rozvoje cestovního ruchu, v rámci níž dochází k výměně informací nezbytných pro koordinaci aktivit cestovního ruchu.

Jihočeská centrála cestovního ruchu si v rámci 3K platformy zvolila pravidelné setkání turistických oblastí Jihočeského kraje. Toto setkávání vyplývá i na základě uzavřeného smluvního vztahu mezi Jihočeskou centrálou cestovního ruchu a příslušnými organizacemi destinačního managementu.

Proto tato pravidelná setkávání považujeme za splnění požadavku řádné certifikace/recertifikace Jihočeské centrály cestovního ruchu v rámci Kategorizace DMO. Naším pravidelným setkáním turistických oblastí Jihočeského kraje dochází k naplnění principu komunikace, kooperace a koordinace, které jsou základem pro efektivní destinační spolupráci. Většina našich setkání turistických oblastí Jihočeského kraje má přidanou hodnotu v podobě vzdělávacích akcí – semináře, workshopu nebo projektového jednání, a to z důvodu efektivního naplnění časového prostoru, neboť na tato jednání se sjíždí zainteresované osoby z celého Jihočeského kraje.

### Přehled uskutečněných setkání turistických oblastí Jihočeského kraje v roce 2025:

#### 21. ledna 2025

- Společné setkání turistických oblastí a nové náměstkyně hejtmana pro cestovní ruch
- Místo: HOCH Špalíček, České Budějovice
- Počet zúčastněných osob: min. 22

#### 29. dubna 2025

- Společné setkání turistických informačních center a turistických oblastí Jihočeského kraje
- Místo: Hrad Strakonice
- Počet zúčastněných osob: min. 44

#### 8. září 2025

- Setkání turistických oblastí při filmovém festivalu Voda, moře, oceány
- Místo: Golf club, Hluboká nad Vltavou
- Počet zúčastněných osob: min. 22

Předběžné termíny setkání v roce 2026 jsou k dispozici na webu JCCR v sekci „Činnosti JCCR – 3K platforma“.

# TRHY CESTOVNÍHO RUCHU

Jihočeská centrála cestovního ruchu v rámci organizační struktury rozděluje pracovní skupiny podle zaměření jednotlivých trhů cestovního ruchu:

- Oddělení pro Domácí cestovní ruch
- Oddělení pro Zahraniční cestovní ruch

## ODDĚLENÍ PRO DOMÁCÍ CESTOVNÍ RUCH

**Vedoucí oddělení:** Ing. Tereza Procházková

Pracovní skupina pro domácí cestovní ruch má za cíl zvyšovat zájem českých turistů o region jako o místo pro trávení dovolené a o podnikání výletů po jižních Čechách. Významnou součástí činnosti oddělení je koordinace jednotlivých turistických oblastí jižních Čech, které jsou ve vztahu k JCCR zastoupeny především produktovými manažery.

**Náplň práce:** Komunikace, koordinace a kooperace s aktéry cestovního ruchu nejen na úrovni krajské, ale také na národní. Organizace regionálních akcí a eventů. Prezentace jižních Čech na tuzemských veletrzích a eventech. Organizace fam a press tripů pro české novináře, influencery a touroperátory. Tvorba a realizace produktů a projektů cestovního ruchu. Příprava a realizace marketingových kampaní na podporu produktů a projektů cestovního ruchu. Spolupráce s agenturou CzechTourism, ostatními DMO ČR a další aktivity.

## ODDĚLENÍ PRO ZAHRANIČNÍ CESTOVNÍ RUCH

**Vedoucí oddělení:** Bc. Ondřej Flemr (1/2025–2/2025), Ing. Alena Šimková (3/2025–12/2025)

Cílem skupiny pro blízké trhy je zviditelnění jižních Čech jako destinace cestovního ruchu v sousedních i vzdálenějších zemích. Mezi blízké trhy počítáme Rakousko, Německo, Slovensko, Polsko a Maďarsko.

Z vzdálenějších zemí se oddělení v roce 2025 soustředilo na Nizozemsko, Švédsko a Dánsko, Litvu, Španělsko, Itálii, Francii, Velkou Británii, USA a země jižní Ameriky.

**Náplň práce:** Marketingové aktivity na blízkých a vzdálených trzích, které zahrnují on-line kampaně (bannerové kampaně na webu, kampaně na sociálních) i kampaně v klasických médiích, především v tisku; pořádání FAM a PRESS tripů pro zahraniční novináře, tvůrce obsahu na sociální síť a touroperátory; prezentaci jižních Čech na veletrzích cestovního ruchu v zahraničí; přípravu marketingových materiálů na podporu cestovního ruchu, tvorbu projektů na podporu cestovního ruchu, spolupráci se zahraničními subjekty cestovního ruchu včetně přílehlých zahraničních destinačních oblastí; spolupráci s agenturou CzechTourism a jejími zahraničními zastoupeními.



## TEMATICKÝ ROK 2025



ce směrem k návštěvníkům, kteří stále častěji vyhledávají autentické zážitky, aktivní pohyb v přírodě a regeneraci mimo přetížená turistická centra.

Hlavní důraz byl v roce 2025 kladen na stezky všech typů, především pěší a cyklistické trasy. Podporujeme dálkové pěší trasy, tematické okruhy i poutní cesty, které propojují přírodní scenérie s duchovním a kulturním dědictvím regionu. Součástí komunikace byla rovněž prezentace studánek, pramenů, energetických a léčivých míst či wellness zařízení, která posilují vnímání jižních Čech jako destinace s ozdravným potenciálem.

V oblasti cykloturistiky navazujeme na úspěšnou komunikaci předchozích let a je dále prezentována hustá síť cyklostezek včetně podpory elektrokol a souvisejících služeb. Stezky vedoucí krajinou, kolem historických památek i vodních ploch, doplňujeme o tematické produkty, jako jsou pivní stezky, gastro trasy zaměřené na regionální produkty a biofarmy či filmová turistika.

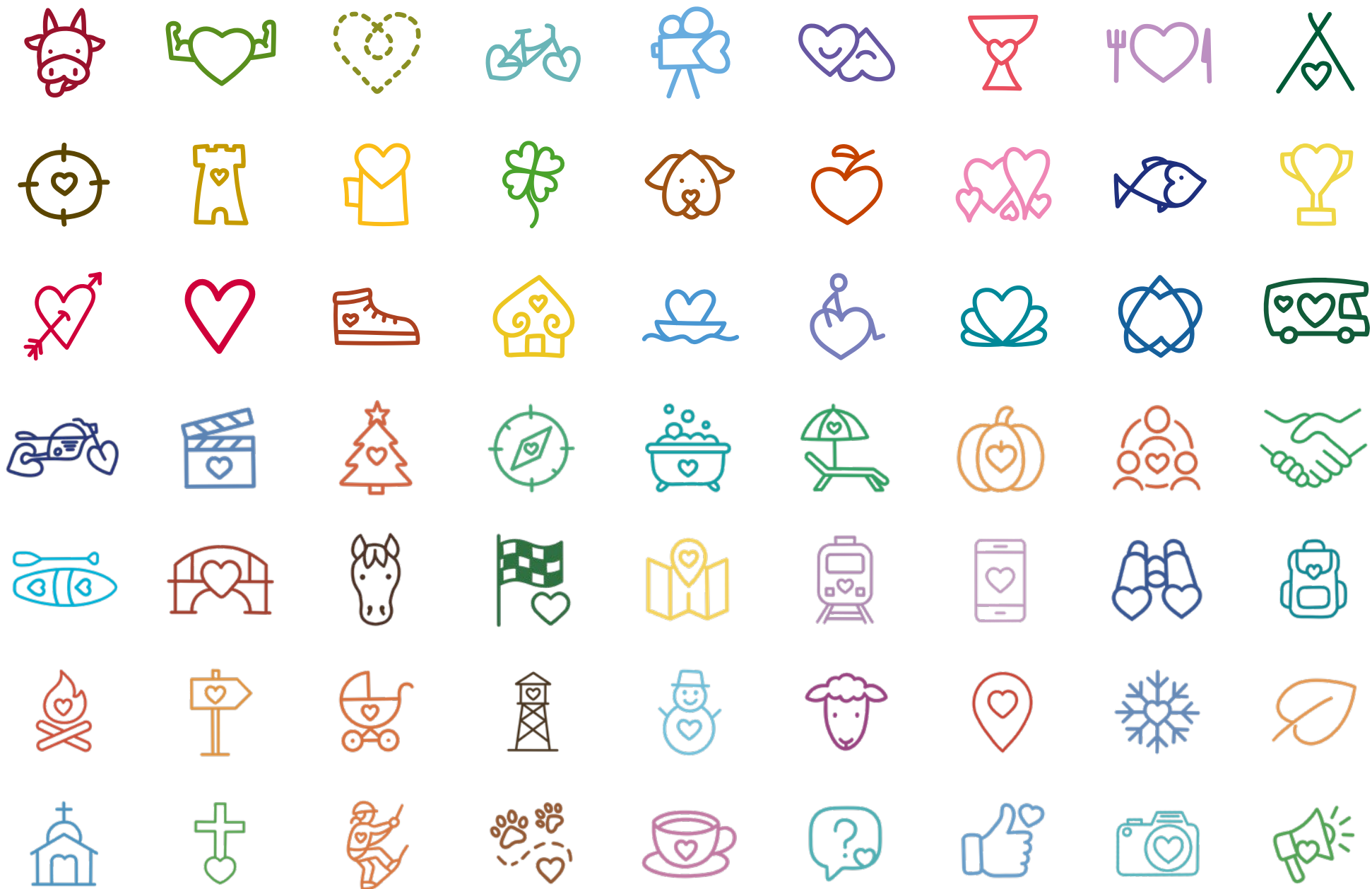
Marketingová komunikace zároveň reflektuje diverzifikaci cílových skupin. Zaměřuje se na běžecké trasy, trasy pro motorkáře, ferratové stezky, vodáctví včetně řeky Vltavy a zážitků spojených s „námořní“ plavbou, stejně jako na nabídku pro rodiny s dětmi, návštěvníky s omezenou mobilitou (trasy pro kočárky a vozíčkáře) či rostoucí segment karavaningu a karavanových stání. Důležitou roli hraje také zapojení influencerů a tzv. „insta places“, která podporují sdílení zážitků v online prostředí a přirozené šíření povědomí o regionu.

Téma potenciálu jižních Čech prostupuje všemi komunikačními kanály JCCR – webovou prezentací, sociálními sítěmi i tištěnými materiály. Cílem je systematicky budovat obraz regionu jako zdravé, přívětivé a inspirativní destinace, která nabízí široké možnosti aktivního i klidného trávení volného času v průběhu celého roku.

Rok 2025 staví marketingovou komunikaci Jihočeské centrály cestovního ruchu na tématu potenciálu jižních Čech jako regionu, který přirozeně propojuje klidnou i aktivní dovolenou se zdravým životním stylem, čistotou přírody a jedinečným mikroklimatem. Jižní Čechy jsou představovány jako místo, kde lze načerpat novou energii, posílit fyzické i duševní zdraví a strávit kvalitní čas v harmonii s krajinou.

Region je charakteristický rozmanitou krajinou nížin i kopců, rozsáhlými lesními komplexy, množstvím řek, rybníků a pramenů i příznivým ovzduším. Právě tento přírodní potenciál se stává klíčovým pilířem komunika-





## PROJEKTY JCCR



### PROJEKT KULTURA A PŘÍRODA NA ZELENÉM PÁSU

<b>Název projektu</b>	<b>Gotická stezka Mühlviertel – jižní Čechy (AT-CZ) (zkrácený název: Gotická stezka)</b>
<b>Označení projektu</b>	Program spolupráce INTERREG VI-A Rakousko – Česko 2021–2027
<b>Klíčová slova projektu</b>	Projekt se zaměřuje na zpřístupnění (především sakrální stavby) a propagaci kulturního dědictví gotického umění široké veřejnosti – odborné i laické. Projekt navazuje na stávající koncept Gotické cesty vzniklý v Horním Rakousku a snaží se tuto jednak oživit pomocí moderních technologií a zároveň ji rozšířit do jižních Čech. Projekt usiluje o komplexní rozvoj konceptu Gotické stezky do podoby uceleného turistického produktu ve formě přeshraniční turistické trasy, moderní udržitelné nabídky pro turisty podpořenou pestrou kulturní pobídkou.
<b>Doba trvání projektu</b>	od 1. 1. 2024 do 30. 6. 2027
<b>Vedoucí partner</b>	RERA
<b>Partneři projektu</b>	Jihočeská centrála cestovního ruchu, Biskupství českobudějovické, Alšova jihočeská galerie – čeští partneři, Tourismusverband Mühlviertler Alm Freistadt-rakouský partner
<b>Vedoucí projektu JCCR</b>	Mgr. Pavla Drunecká
<b>V roce 2025 se v rámci projektu realizovalo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vypsání a ukončená realizace výběrových řízení na propagační materiály k projektu a marketingové fotografie gotických staveb a prvků</li> <li>• Vypsání a počátek realizace výběrového řízení Digitalizace gotických památek a jejich prezentace</li> <li>• Setkání s projektovými partnery, prezentace projektu Gotická stezka na turistických tuzemských i přeshraničních konferencích</li> <li>• Podání monitorovacích zpráv a vypořádání připomínek kontrolního místa</li> </ul>



## PROJEKT KULTURNÍ DĚDICTVÍ NA ZLATÉ STEZCE

<b>Název projektu</b>	<b>Kulturní dědictví na Zlaté stezce</b>
<b>Označení projektu</b>	Program spolupráce INTERREG Bavorsko – Česko 2021-2027
<b>Klíčová slova projektu</b>	Rozvoj konceptu Zlaté stezky, specificky se zaměřením na společné kulturní dědictví a kulturní tradice. Stávající turistický produkt Zlaté stezky, fungující primárně jako síť pěších turistických tras, bude v rámci projektu turisticky rozvíjen s důrazem na uchování, zpřístupnění a prezentaci společného kulturního dědictví regionu.
<b>Doba trvání projektu</b>	od 1. 9. 2025 do 31. 8. 2028
<b>Vedoucí partner</b>	Prachatické muzeum
<b>Partneři projektu</b>	JCCR, Centrála cestovního ruchu Plzeňského kraje, Tourismusverband Ostbayern (TVO), Prachatické muzeum, Obec Mauth
<b>Vedoucí projektu JCCR</b>	Ing. Eva Borsányi
<b>V roce 2025 se v rámci projektu realizovalo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schválení projektové žádosti, vystavena Rámcová smlouva</li> <li>• Podání žádosti o dotaci z MMR – schválena, vydáno Rozhodnutí</li> <li>• Slavnostní zahájení projektu 4.12.2025 v Mauthu, Bavorsko</li> </ul>



## PROJEKT VENKOVSKÉ PAMÁTKY

<b>Název projektu</b>	<b>Kulturní a přírodní památky – šance pro obnovu přeshraničního cestovního ruchu po ukončení pandemie koronaviru (zkrácený název: Venkovské památky)</b>
<b>Označení projektu</b>	Program spolupráce INTERREG V-A Rakousko – ČR 2014–2020
<b>Klíčová slova projektu</b>	obnovení přeshraničního cestovního ruchu po ukončení pandemie koronaviru, zvýšení návštěvnosti na malých Venkovských památkách, motivace turistů k návštěvě venkova
<b>Doba trvání projektu</b>	od 1. 7. 2020 do 31. 12. 2022
<b>Vedoucí partner</b>	Jihočeská Silva Nortica
<b>Partneři projektu</b>	Jihočeská centrála cestovního ruchu, Vysočina Tourism, Universität für Weiterbildung Krems, Tourismusverband Mühlviertler Alm Freistadt, Zukunftsraum Thayaland
<b>Vedoucí projektu JCCR</b>	Mgr. Pavla Drunecká
<b>V roce 2025 se v rámci projektu realizovalo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zajištění udržitelnosti, prezentace projektu na veletrzích cestovního ruchu, prezentačních akcích a v tištěných a elektronických médiích.</li> </ul>



## PROJEKT ZLATÁ STEZKA

<b>Název projektu</b>	<b>Zlatá stezka – síť turistických cest na „Zelené střeše Evropy“, č. 88</b>
<b>Označení projektu</b>	Program přeshraniční spolupráce Česká republika – Svobodný stát Bavorsko Cíl EÚS 2014–2020
<b>Klíčová slova projektu</b>	mezinárodní pěší trasa v programu Interreg
<b>Doba trvání projektu</b>	8. 4. 2016 – 30. 6. 2019
<b>Vedoucí partner</b>	Tourismus Verband Ostbayern (Turistický spolek Východní Bavorsko)
<b>Partneři projektu</b>	Jihočeská centrála cestovního ruchu, Plzeňský kraj
<b>Vedoucí projektu JCCR</b>	Ing. Eva Borsányi
<b>Online prezentace projektu</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• web <a href="http://www.zlatoustezkou.cz">www.zlatoustezkou.cz</a> (3 jazykové mutace)</li> <li>• FB <a href="https://www.facebook.com/zlata.stezka">www.facebook.com/zlata.stezka</a></li> <li>• Instagram @zlata.stezka</li> <li>• YouTube Zlatá stezka</li> </ul>
<b>V roce 2025 se v rámci projektu realizovalo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zajištění udržitelnosti projektu</li> <li>• 6/2025 Zpráva o udržitelnosti č.5</li> <li>• údržba a aktualizace webových stránek projektu <a href="http://www.zlatoustezkou.cz">www.zlatoustezkou.cz</a></li> <li>• propagace projektu na veletrzích, prezentačních akcích, v tištěných a elektronických médiích</li> <li>• správa sociálních sítí Zlatá stezka: Facebook a Instagram</li> <li>• údržba značení, informačních tabulí a mobiliáře na Zlaté stezce</li> <li>• presstrip Zlatá stezka pro německá média 14. – 18. 5. 2025 ve spolupráci s CzT, Plzeňským krajem a TVO</li> </ul>



## PROJEKT KULTURA A PŘÍRODA NA ZELENÉM PÁSU

<b>Název projektu</b>	<b>Poznejte kulturní a přírodní dědictví příhraničního regionu na Evropském zeleném pásu podél Železné opony na kole</b>
<b>Označení projektu</b>	INTERREG Rakousko – Česká republika, dotační období 2014–2020
<b>Klíčová slova projektu</b>	cyklotrasa Eurovelo 13, přírodní a kulturní dědictví na Evropském zeleném pásu
<b>Doba trvání projektu</b>	od 1. 6. 2016 do 30. 9. 2019
<b>Vedoucí partner</b>	Weinviertel Tourismus GmbH
<b>Partneři projektu</b>	Destination Waldviertel GmbH, Jihomoravský kraj, Centrála cestovního ruchu – Jižní Morava z.s.p.o., Nadace Partnerství, Vysočina Tourism, Jihočeská centrála cestovního ruchu
<b>Vedoucí projektu JCCR</b>	Mgr. Pavla Drunecká
<b>V roce 2025 se v rámci projektu realizovalo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zajištění udržitelnosti projektu</li> <li>• údržba a aktualizace webových stránek projektu <a href="http://www.ev13.eu">www.ev13.eu</a></li> <li>• propagace projektu na veletrzích, prezentačních akcích, v tištěných a elektronických médiích</li> <li>• údržba značení, informačních tabulí a mobiliáře – inspekční cesty, zajištění nápravy v kooperaci se starosty obcí na trase EV13</li> </ul>



## PROJEKT PAMÁTKY ŽIJÍ

<b>Název projektu</b>	<b>Zlepšení přístupu a propagace kulturního dědictví v regionech Jižní Čechy – Vysočina – Waldviertel – Mühlviertel</b>
<b>Označení projektu</b>	ATCZ31 – Památky žijí – Denkmäler leben
<b>Klíčová slova projektu</b>	Hrady, zámky, kláštery a města s hradbami
<b>Doba trvání projektu</b>	1. 10. 2016 – 31. 12. 2019
<b>Vedoucí partner</b>	Jihočeská Silva Nortica
<b>Partneři projektu</b>	Jihočeská centrála cestovního ruchu, Waldviertel Destination, Vysočina Tourism, Mühlviertel Marken GmbH, Národní památkový ústav ČR
<b>Vedoucí projektu JCCR</b>	Ing. Klára Polášková, udržitelnost Ing. Eva Borsányi
<b>V roce 2025 se v rámci projektu realizovalo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zajištění udržitelnosti projektu</li> <li>• propagace projektu na veletrzích, prezentačních akcích, v tištěných a elektronických médiích</li> <li>• prezentace projektu v rámci udržitelnosti projektu na webu jiznicechy.cz a sociálních sítích – Facebook, Instagram jižní Čechy</li> </ul>



## PROJEKT PODPORA ČINNOSTI JIHOČESKÉ CENTRÁLY CESTOVNÍHO RUCHU

<b>Název projektu</b>	<b>Podpora činnosti Jihočeské centrály cestovního ruchu</b>
<b>Dotační program</b>	Podpora organizací destinačního managementu 2025+ (dotační program MMR)
<b>Klíčová slova projektu</b>	Projekt reaguje na potřebu posílení efektivního řízení cestovního ruchu v rámci destinace a zajištění udržitelného rozvoje turistického sektoru. Hlavním cílem je podpora činností destinačního managementu.
<b>Doba trvání projektu</b>	od 1. 1. 2025 do 31. 12. 2025
<b>Nositel projektu</b>	Jihočeská centrála cestovního ruchu
<b>Vedoucí projektu JCCR</b>	Ing. Eva Borsányi
<b>JCCR v rámci projektu realizovala v roce 2025</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• příprava projektu a podání žádosti o dotaci: 3/2025</li> <li>• schválení a realizace projektu</li> </ul>



## PROJEKT PODPORA MARKETINGOVÝCH AKTIVIT V JČ

<b>Název projektu</b>	<b>Podpora marketingových aktivit v JČ</b>
<b>Dotační program</b>	Národní program podpory CR v regionech, Podprogram Marketingové aktivity v CR, Dotační titul č. 1 – Marketingové aktivity na úrovni krajů
<b>Klíčová slova projektu</b>	rozvoj produktů, podpora udržitelného CR v JČ, zlepšení koordinace nabídky v jižních Čechách, zvýšení zájmu návštěvníků o jižní Čechy
<b>Doba trvání projektu</b>	od 2. 4. 2024 do 30. 11. 2025
<b>Nositel projektu</b>	Jihočeská centrála cestovního ruchu
<b>Vedoucí projektu JCCR</b>	Ing. Eva Borsányi
<b>JCCR v rámci projektu realizovala v roce 2025</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• on- line mediální kampaň neočekávané zážitky v jižních Čechách na domácím trhu a blízkých trzích</li> <li>• ukončení projektu, závěrečná zpráva o realizaci projektu 12/2025</li> </ul>



## PROJEKT MARKETINGOVÉ AKTIVITY JCCR

<b>Název projektu</b>	<b>Marketingové aktivity JCCR</b>
<b>Dotační program</b>	Národní program podpory CR v regionech, Podprogram Marketingové aktivity v CR, Dotační titul č. 1 – Marketingové aktivity na úrovni krajů
<b>Klíčová slova projektu</b>	rozvoj produktů, podpora udržitelného CR v JČ, zlepšení koordinace nabídky v jižních Čechách, zvýšení zájmu návštěvníků o jižní Čechy
<b>Doba trvání projektu</b>	od 16. 1. 2023 do 30. 11. 2024
<b>Nositel projektu</b>	Jihočeská centrála cestovního ruchu
<b>Vedoucí projektu JCCR</b>	Ing. Eva Borsányi
<b>JCCR v rámci projektu realizovala v roce 2025</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• udržitelnost projektu, distribuce vytvořených materiálů prostřednictvím jednotlivých turistických oblastí a TIC, prostřednictvím veletrhů a propagačních akcí</li> </ul>



## PROJEKT PODPORA MARKETINGOVÝCH AKTIVIT V JIŽNÍCH ČECHÁCH

<b>Název projektu</b>	<b>Podpora marketingových aktivit v jižních Čechách</b>
<b>Označení projektu</b>	Národní program podpory CR v regionech, Podprogram Marketingové aktivity v CR, Dotační titul č. 1 – Marketingové aktivity na úrovni krajů
<b>Klíčová slova projektu</b>	rozvoj produktů, podpora udržitelného CR v JČ, zlepšení koordinace nabídky v jižních Čechách, zvýšení zájmu návštěvníků o jižní Čechy
<b>Doba trvání projektu</b>	od 1. 9. 2020 do 31. 12. 2021
<b>Nositel projektu</b>	Jihočeská centrála cestovního ruchu
<b>Vedoucí projektu JCCR</b>	Ing. Eva Borsányi
<b>JCCR v rámci projektu realizovala v roce 2025</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zpráva o udržitelnosti projektu č.3: 1/2025</li> <li>• distribuce vytvořených materiálů prostřednictvím jednotlivých turistických oblastí a TIC, prostřednictvím veletrhů a propagačních akcí</li> <li>• údržba a aktualizace vytvořených jazykových mutací webu Jižní Čechy v polštině: <a href="http://www.jiznicechy.cz/pl">www.jiznicechy.cz/pl</a>, maďarštině: <a href="http://www.jiznicechy.cz/hu">www.jiznicechy.cz/hu</a>, španělštině: <a href="http://www.jiznicechy.cz/es">www.jiznicechy.cz/es</a> a francouzštině: <a href="http://www.jiznicechy.cz/fr">www.jiznicechy.cz/fr</a></li> </ul>



## PROJEKT MARKETINGOVÉ AKTIVITY V JIŽNÍCH ČECHÁCH

<b>Název projektu</b>	<b>Marketingové aktivity v jižních Čechách</b>
<b>Označení projektu</b>	Národní program podpory CR v regionech, Podprogram Marketingové aktivity v CR, Dotační titul č. 1 – Marketingové aktivity na úrovni krajů
<b>Klíčová slova projektu</b>	rozvoj produktů, podpora udržitelného CR v JČ, zlepšení koordinace nabídky v jižních Čechách, zvýšení zájmu návštěvníků o jižní Čechy
<b>Doba trvání projektu</b>	od 1. 11. 2021 do 31. 12. 2022
<b>Nositel projektu</b>	Jihočeská centrála cestovního ruchu
<b>Vedoucí projektu JCCR</b>	Ing. Eva Borsányi
<b>JCCR v rámci projektu realizovala v roce 2025</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zpráva o udržitelnosti projektu č.2: 1/2025</li> <li>• distribuce vytvořených materiálů prostřednictvím jednotlivých turistických oblastí a TIC, prostřednictvím veletrhů a propagačních akcí</li> </ul>

## PŘIPRAVOVANÉ PŘESHraniČNÍ PROJEKTY


### Program Interreg VI-A Rakousko-Česko 2021–2027

- Projekt Pontes Culturales (Kulturní mosty Horní Rakousko – jižní Čechy) – podána aktualizovaná žádost o dotaci 9/2025
- Projekt Via Silva Nortica (Přeshraniční cyklotrasa Vysočina – jižní Čechy – Dolní Rakousko) – podána žádost o dotaci 3/2025, projektová žádost schválena
- Projekt Cesta soli – Ausseerland - Horní Rakousko – jižní Čechy (koněspřežka)



# VLASTNÍ AKTIVITY JCCR

## SOUTH BOHEMIA CONVENTION BUREAU

<b>Program</b>	<b>South Bohemia Convention Bureau</b> 
<b>Hlavní organizátor</b>	Ministerstvo pro místní rozvoj prostřednictvím agentury CzechTourism
<b>Spoluorganizátoři za JČ</b>	Jihočeský kraj prostřednictvím JCCR
<b>Manažeři projektu za JCCR</b>	Ing. Alena Šimková
<b>Zaměření</b>	MICE turistika – kongresová, konferenční, firemní a incentivní turistika
<b>Náplň práce 2025</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Účast na měsíčních inspirativních on-line setkáních s krajskými Convention Bureaux a zastřešující organizací Czech Convention Bureau</li> <li>• Jarní zasedání krajských Convention Bureaux</li> <li>• Podzimní zasedání krajských Convention Bureaux</li> <li>• Regionální workshop pro firmy a eventové agentury</li> <li>• Prezentace na národních i mezinárodních akcích – Regionální workshopy v Praze, Czechia Travel Trade Day, FITUR Madrid</li> <li>• Aktualizace katalogu pro zahraniční MICE klientelu – Jižní Čechy – region pro Vaše akce a zážitky (mutace aj, čj, špj, it)</li> </ul>
<b>MICE tripy – motivační cesty pro firemní klientelu a eventové agentury</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 14. – 15. 5. 2025 MICE trip Český Krumlov region</li> </ul>
<b>Webová prezentace firemniakce-jiznicechy.cz (www.sbcb.cz)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Správa a průběžná aktualizace webu firemniakce-jiznicechy.cz</li> <li>• Tvorba incentivních programů pro firmy</li> </ul>
<b>Newslettery pro firmy</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ve spolupráci s Czech Convention Bureau</li> </ul>
<b>Kampaně</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seznam.cz + FB @jiznicechy – březen – dvoutýdenní bannerová kampaň – Nezapomenutelný teambuilding v jižních Čechách</li> <li>• Seznam.cz + FB @jiznicechy – září – dvoutýdenní bannerová kampaň – Nebeská party s výhledem v jižních Čechách</li> </ul>
<b>Inzerce</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Komora – inzerce v časopisu pro podnikatele České hospodářské komory</li> <li>• ICE – třístranná inzerce v časopise pro VIP a luxusní klientelu</li> </ul>



## REGIONÁLNÍ FILMOVÁ KANCELÁŘ JIHOČESKÉHO KRAJE

<b>Program</b>	<b>Jižní Čechy Film Office</b>
<b>Hlavní organizátor</b>	JCCR
<b>Spolupráce</b>	Státní fond audiovizí – Czech Film Commission, Jihočeský kraj – odbor kultury, Asociace producentů v audiovizí (APA)
<b>Filmový komisař</b>	Ing. Hana Kabashi
<b>Zaměření</b>	Jihočeská filmová kancelář je regionální institucí, která působí jako nezávislý prostředník mezi filmovými produkcemi, místními samosprávami a dalšími relevantními subjekty. Aktivně pracuje na zlepšení podmínek pro natáčení v Jihočeském kraji, podporuje komunikaci mezi filmaři a regionem a přispívá k propagaci kraje jako atraktivní filmové destinace. Filmová tvorba zároveň přináší významný ekonomický přínos pro region – především v podobě lokálních výdajů produkcí, využívání služeb a krátkodobého zaměstnávání místních obyvatel.
<b>Digitální nástroje a online komunikace</b>	V roce 2025 Jihočeská filmová kancelář rozšířila a posílila své digitální zázemí s cílem zvýšit konkurenceschopnost regionu a zpřístupnit informace o filmových lokacích a aktivitách kanceláře širší odborné veřejnosti.
	<b>Super Scout – profesionální katalog filmových lokací</b> Nově byla zahájena správa online katalogu SuperScout, cloudového nástroje pro systematickou evidenci a prezentaci filmových lokací v Jihočeském kraji. Platforma, která je využívána filmovými kanceláři po celém světě a byla vyvinuta ve spolupráci s lokačními scouty, umožňuje snadné sdílení databáze lokací s produkcemi a zajišťuje vysoký standard prezentace regionu na mezinárodní úrovni. Katalog je průběžně naplňován.

**Restrukturalizace webu Jihočeské filmové kanceláře**

V průběhu roku 2025 proběhla zásadní úprava struktury a obsahu webu [www.jiznicechyfilm.cz](http://www.jiznicechyfilm.cz), jejímž cílem bylo zlepšení orientace, doplnění nových tematických sekcí a profesionálnější prezentace služeb Jihočeské filmové kanceláře.

Součástí restrukturalizace bylo vytvoření nových tematických stránek, mezi které patřily například:

- sekce pro majitele lokací,
- sekce pro dodavatele filmových služeb,
- filmografie s přehledem realizovaných projektů v Jihočeském kraji,
- informace o dotačním titulu Jihočeského kraje.

Web byl v průběhu roku připravován a na konci prosince 2025 spuštěn. Jeho další rozvoj a doplňování obsahu je plánováno v následujících letech.

**Sociální sítě a cílená online komunikace**

Filmová kancelář aktivně využívá tři hlavní platformy podle cílových skupin:

- Instagram – zaměřen na prezentaci zákulisí natáčení, konferencí, location tours a dalších aktivit prostřednictvím videí a krátkých reels.
- Facebook – orientovaný na místní publikum; slouží ke komunikaci s rezidenty, vyhledávání lokací, dodavatelů nebo komparzu.
- LinkedIn – profesionální platforma pro navazování kontaktů s filmovými tvůrci a posilování odborné identity kanceláře v národní i mezinárodní síti.

**V roce 2025 bylo uskutečněno****Filmové festivaly:****Mezinárodní filmový festival Karlovy Vary (5.–9. 7. 2025)**

Jihočeská filmová kancelář se zúčastnila 59. ročníku MFF Karlovy Vary v rámci odborného prostoru Filmmakers Lounge, organizovaného Ministerstvem kultury ČR, Státním fondem kinematografie, Czech Film Commission a APA. Cílem účasti byla propagace Jihočeského kraje jako filmové lokace a představení dotačního programu na podporu audiovizuální tvorby.

Proběhlo přes 15 schůzek s producenty, z nichž 6 vedlo ke konkrétním poptávkám po natáčení v regionu. Kromě pracovních jednání se kancelář účastnila industry programu, networkingových večerů a setkání s ministrem kultury Martinem Baxou.

**Finále Plzeň, 26.–28. 9. 2025**

Účast na setkání regionálních filmových kanceláří se zaměřila na výměnu zkušeností v oblasti komunikace na sociálních sítích, spolupráce se streamovacími platformami a jednotné metodiky udržitelných filmových produkcí.

Součástí programu byly pitchingy a konzultace připravovaných projektů v rámci Czech Film Springboard, jednání s Czech Film Commission a návrhy na vytvoření databáze udržitelných lokací a služeb v regionech.

**Location tour, konference, veletrhy, natáčení:****15. 1. Rozhovor pro Český rozhlas (České Budějovice)**

Jihočeská filmová kancelář byla představena v živém vysílání Českého rozhlasu. Tématem byl přínos filmové tvorby pro region, konkrétní aktivity kanceláře a význam audiovizuální produkce pro Jihočeský kraj.

**29. 1. Premiéra filmu Holka od vedle (České Budějovice)**

Slavnostní uvedení filmu natáčeného v Jihočeském kraji za podpory kraje. Premiéra proběhla za účasti produkce, veřejnosti i médií.

**5. a 10. 3. Premiéra minisérie Král Šumavy II. (Praha, Husinec)**

Účast na premiérách druhé řady minisérie Král Šumavy. V Husinci vznikl video spot s hercem Oskarem Hesem, využitý k online propagaci regionu.

**16. 3. Návštěva natáčení studentského filmu (Česká Kanada)**

Monitoring natáčení snímku studentů FAMO v Písku. Pořízen videomateriál s Igorem Chmelou, následně využitý k propagaci kraje.

**3. 5. Návštěva natáčení pohádky České televize (Český Krumlov)**

Jihočeská filmová kancelář poskytla podporu při natáčení nové vánoční pohádky v historickém centru Českého Krumlova, a to formou spolupráce s lokační manažerkou při vyhledávání vhodných lokací, zajištění ubytování a zprostředkování kontaktů na místní dodavatele. Premiérové vysílání proběhlo dne 24. 12. 2025.

**23.–27. 5. Natáčení propagačního videa (celý Jihočeský kraj)**

Během pěti dnů bylo natočeno nové video pokrývající všech devět turistických oblastí kraje. Výstup slouží jako hlavní propagační materiál filmové kanceláře.

**19. 9. Návštěva natáčení filmu Srdce Aldorie (Písek)**

Účast na place fantasy filmu produkce HoneyProduction. Byl pořízen videospot s hercem Johnem Rhys-Daviesem a proběhly konzultace o dalších možných lokacích. Hlavní natáčení je plánováno na rok 2026.

**21. 9. Fantasy Day & Meet & Greet (Praha)**

Kontrola plnění smlouvy během doprovodné promo akce k filmu Srdce Aldorie. Jihočeský kraj byl výrazně prezentován prostřednictvím loga, spotu a dalších prvků.



### 1. 10. Prezentace činnosti Film Office pro Žilinský turistický kraj

Prezentace činnosti filmové kanceláře v rámci setkání se zástupci krajské organizace cestovního ruchu Žilinský turistický kraj a jejích partnerských subjektů během studijní infocesty do Jihočeského kraje. Setkání bylo zaměřeno na sdílení zkušeností v oblasti destinačního managementu, prezentaci aktivit DMO Český Krumlov a města Český Krumlov a na představení fungování Film Office v Jihočeském kraji, spolupráci s regiony a přenos zkušeností v oblasti podpory audiovizuální produkce, s jejímž systémovým pojetím se účastníci setkali poprvé.

### 18.–19. 11. Setkání regionálních filmových kanceláří a exkurze Barrandov Studios (Praha)

Účast na odborných panelech a schůzkách s producenty v rámci industry akce pořádané Czech Film Commission a APA. Součástí programu byla také exkurze do ateliérů Barrandov a návštěva natáčení mezinárodního seriálu pro Netflix. Diskutovány možnosti budoucí spolupráce a využití multiplikačního efektu natáčení pro regiony.

### 7.–10. 12. Konference FOCUS London 2024, 9.–12. 12. 2024

Účast na mezinárodním veletrhu a konferenci FOCUS London, jednom z nejvýznamnějších setkání filmových kanceláří a audiovizuálního průmyslu na světě, která se konala ve dnech 7.–10. prosince 2025 v Londýně. Česká republika byla na akci zastoupena dvěma regiony – Jihočeským krajem a Královéhradeckým krajem – v rámci společné expozice pod hlavičkou Czech Film Commission. Cílem účasti byla prezentace regionů jako atraktivních filmových lokací a navazování mezinárodních profesních kontaktů.

### Projekty natáčené v Jihočeském kraji:

- **Případ Strašidelného zámku**, pohádka, hrají: Oskar Hes,
- **Pichlé duše**, studentský film, studentský film, hrají: Igor Chmela
- **Houpačky**, film, hrají: Dagmar Havlová
- **Srdce Aldorie**, film, hlavní natáčení v roce 2026, hrají: John Rhys-Davies (předtáčky)
- **Dešťová hůl**, minisérie, hlavní natáčení v roce 2026, hrají: Kryštof Hádek, Jenovéfa Boková, Zuzana Bydžovská
- **Anežka: princezna i abatyš**, hrají: Eliška Křenková

### Klíčové ukazatele:

- Návštěvnost webu: **810**
- Počet sledujících FB: **307**
- Počet sledujících: IG: **209**
- Počet příspěvků FB+IG+IN: **51**
- Online dosah: **266 924**
- Počet poptávek: **11**
- Počet realizovaných projektů: **6**
- Počet lokací v databázi SuperScout: **40**
- Počet filmů ve filmografii – web: **5**
- Počet dodavatelů – web: **10**

## SPOLUPRÁCE S AGENTUROU CZECHTOURISM

**CzechTourism**

**#VisitCzechia**

JCCR zajišťuje krajského koordinátora, který se podílí na tvorbě řízení cestovního ruchu v ČR. Setkávání krajských koordinátorů probíhá 2x ročně fyzicky v Praze. Během roku probíhají každý měsíc další setkání online. Krajským koordinátorem za Jihočeský kraj je ředitel Jihočeské centrály cestovního ruchu Mgr. Petr Soukup, koordinaci aktivit za JCCR zastupuje Ing. Matěj Pejsar, komunikaci se zahraničními zastoupeními (ZZ) agentury CzechTourism zastupují Bc. Ondřej Flemr a Ing. Alena Šimková.

### Spolupráce s agenturou CzechTourism probíhá po celý rok:

- Průběžné zaslání informací z celého území Jihočeského kraje k dalšímu využití agentury CzechTourism
- Průběžné zaslání informací agentury CzechTourism do území Jihočeského kraje prostřednictvím DMO
- Poskytování článků, fotografií a videí k produktové nabídce DMO na různá témata
- Koordinace činností v oblasti – spolupráce při přípravě aktivit agentury CzechTourism a jejich zahraničních zastoupení, jako jsou press/fam/influencer tripy, incomingové a tuzemské kampaně, eventy; spolupráce při přípravě obsahů pro destinační/korporátní web a sociální sítě:
  - Kampaně s vizuály „Feel free to...“ – kampaň probíhající celý rok, příprava podkladů pro následující období.
  - Zahraniční adventní kampaně
  - Projekt Turistika beze stop ve spolupráci s E.ON
  - Účast na Czechia Travel Trade Day v Ostravě
  - Bradt Guide
- Spolupráce v rámci národního průvodce Michelin:
  - Vytipování restaurací
  - Poskytnutí audiovizuálního obsahu
  - Spolupráce při organizaci focení natáčení atd.
  - Příprava itinerářů
- Spolupráce při pořádání zahraničních press a influencer tripů, které se uskutečnily v roce 2025
- Spolupráce na marketingových aktivitách zahraničních zastoupení v jednotlivých zemích





## SPOLUPRÁCE S ASOCIACÍ RDA

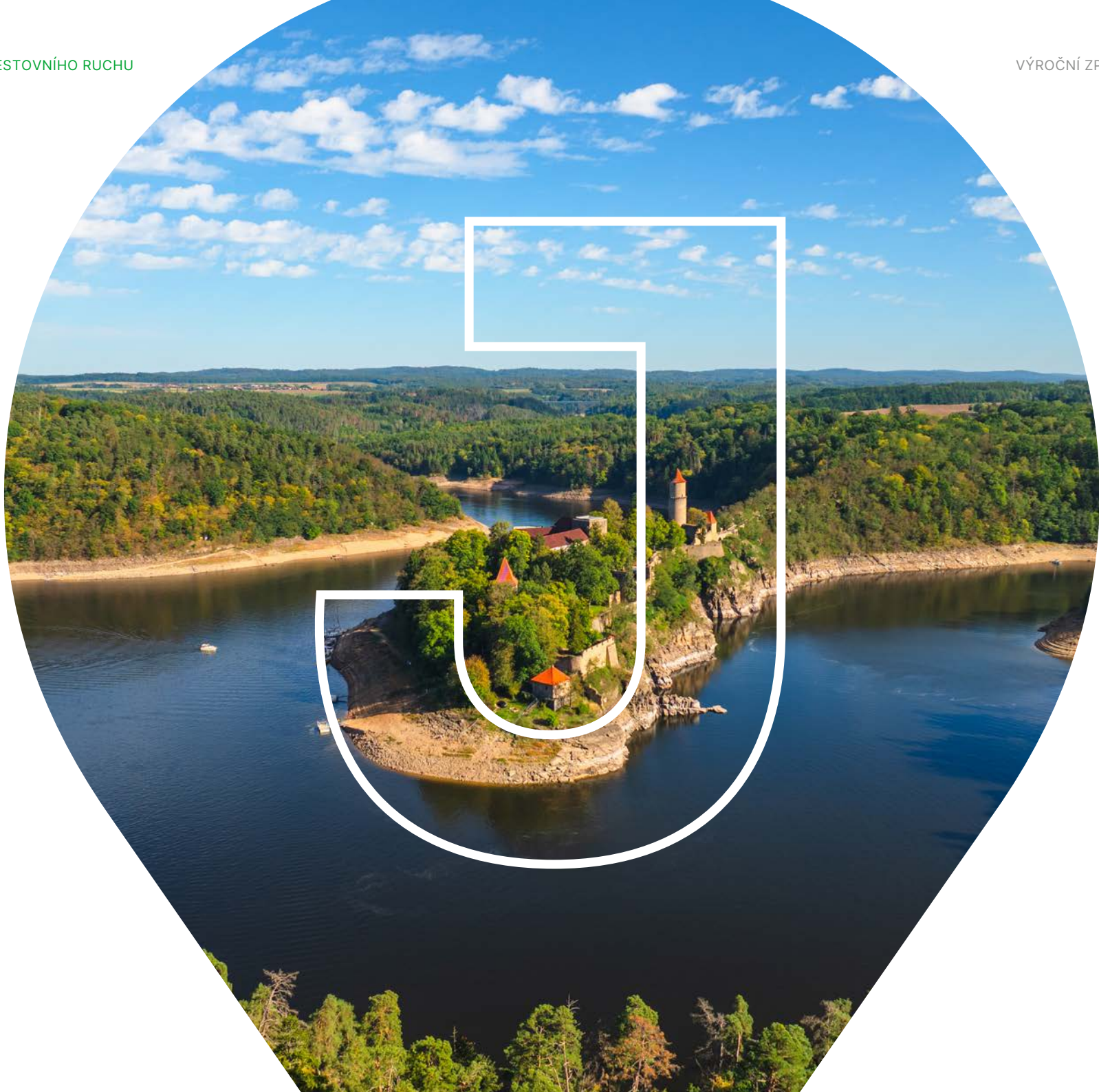
Na počátku roku 2025 byla navázána užší spolupráce s oborovou asociací evropských autobusových dopravců a cestovních kanceláří RDA. V rámci této spolupráce se JCCR podílelo na organizaci každoroční valné hromady RDA, která se uskutečnila 20.-22. října 2025 v Českých Budějovicích v hotelu Clarion. Jihočeskému regionu se v rámci této spolupráce v letech 2025 a 2026 dostává velký prostor k propagaci a otevírá se tak prostor k další spolupráci s cestovními kancelářemi a následnému rozšíření nabídky autobusových zájezdu právě do jižních Čech. V roce 2026 se JCCR také zúčastní veletrhu RDA Expo v Kolíně nad Rýnem s vlastním stánkem a za účasti partnerů z regionu.



INTERNATIONALER  
BUSTOURISTIK VERBAND

**RDA Internationaler Bustouristik Verband e. V.** je profesní sdružení pro skupinovou a autokarovou turistiku se sídlem v Kolíně nad Rýnem. Sdružení bylo založeno v roce 1951 ve Wiesbadenu. Sdružení má přibližně 3 000 přímých a firemních členů ze 70 odvětví ve 40 zemích. RDA působí v oblasti autokarové a skupinové turistiky již více než 60 let a představuje sdružení všech odvětví, která nabízejí služby spojené se skupinovou turistikou. Hlavním cílem sdružení je chránit současnost a budoucnost autokarové a autobusové turistiky a podporovat ekologicky šetrnou autokarovou a skupinovou turistiku.

Jedním z hlavních úkolů RDA je zastupovat různorodé zájmy svých členů na národní a mezinárodní úrovni vůči politice, podnikatelům, médiím a veřejnosti. Jako přední mezinárodní obchodní sdružení pro autokarovou a skupinovou turistiku v Evropě se RDA zasazuje o zlepšení rámcových podmínek pro celé odvětví.



# VELETRHY A PREZENTACE CESTOVNÍHO RUCHU

## Domácí veletrhy cestovního ruchu

Název	Místo	Termín
Motocykl	Praha	6. – 9. 3. 2025
For Bikes	Praha	14. – 16. 3. 2025
ITEP (Zlatá stezka a jižní Čechy)	Plzeň	23. – 25. 10. 2025

## Zahraniční veletrhy cestovního ruchu a další prezentace

Název	Místo	Termín
FITUR Madrid	Madrid (Španělsko)	22. – 26. 1. 2025
Reisemesse	Drážďany (Německo)	31. 1. – 2. 2. 2025
f.re.e. Mnichov	Mnichov (Německo)	20. – 24. 2. 2025
Fiets en Wandelbeurs	Utrecht (Nizozemsko)	14. – 16. 2. 2025
Ferien Messe	Vídeň (Rakousko)	16. – 19. 3. 2025
MTT	Wroclaw (Polsko)	21. – 23. 3. 2025
Argus Bike	Vídeň (Rakousko)	12. – 13. 4. 2025
Canaletto	Drážďany (Německo)	15. – 17. 8. 2025
Tour Salon	Poznaň (Polsko)	3. – 5. 10. 2025
Touristik & Caravaning	Lipsko (Německo)	19. – 23. 11. 2025
FOCUS London film	Londýn (Velká Británie)	8. – 9. 12. 2025



## Další významné akce a prezentace

Název	Místo	Termín
MS žen v ledním hokeji	České Budějovice	9. – 20. 4. 2025
Barvám neutečeš	České Budějovice	3. 5. 2025
Zahájení cyklistické sezóny	Třeboň	17. 5. 2025
Indian Riders Fest	Lipno nad Vltavou	19. – 22. 6. 2025
Den se Stibusem	Borovany	25. 6. 2025
Filmový festival Karlovy Vary	Karlovy Vary	4. 7. – 12. 7. 2025
L'Etape Tour de France	Prachatice	2. 8. 2025
Země Živitelka	České Budějovice	21. 8. – 26. 8. 2025
Letecký den	Hosín	30. – 31. 8. 2025
Barevná devítka	Praha	30. 8. 2025
Okolo jižních Čech	Jihočeský kraj (8 míst)	4. – 7. 9. 2025
Filmový festival Plzeň	Plzeň	26. 9. – 1. 10. 2025
RDA konference	České Budějovice	20. – 23. 10. 2025
APA & Setkání filmových kanceláří	Praha	18. – 19. 11. 2025

## Semináře, školení a workshopy

Název	Místo	Termín
Účast na exportních workshopech zahraničních zastoupení CzechTourism	On-line / prezenčně	celoročně
Školení CzechTourism v různých oblastech cestovního ruchu	On-line / prezenčně	celoročně
Školení influencer marketing	České Budějovice	21. 1. 2025
Enjoy the Event	Litomyšl	17. 3. 2025
Influcon	Praha	1. 10. 2025
Středočeské fórum cestovního ruchu	Voděrádky	4. 11. 2025
Canva – školení pro pokročilé	České Budějovice	24. – 25. 11. 2025



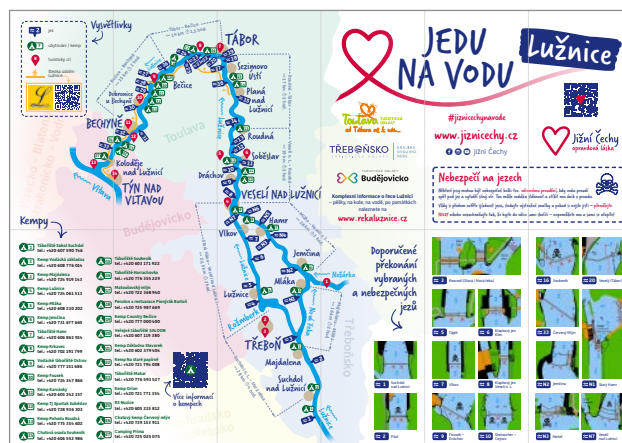
# MARKETINGOVÉ MATERIÁLY A PUBLIC RELATIONS

## MARKETINGOVÉ MATERIÁLY 2025

### Ediční činnost

- **Památky v jižních Čechách** – česká, německá a polská verze
- **Opravdová historická města v jižních Čechách** – německá verze
- **Opravdová historická města v jižních Čechách** – polská a španělská verze
- **Znovuzrozené památky v jižních Čechách** – česká verze
- **Jižní Čechy perla České republiky** – polská, španělská a nizozemská verze
- **Aktivní dovolená v jižních Čechách** – česká verze
- **Lázně a relaxace v jižních Čechách** – česká verze
- **Za pivem po jižních Čechách** – česká verze
- **Jižní Čechy z výšky** – česká verze
- **Přehledná mapa jižních Čech** – tříjazyčná verze (CZ/EN/DE)
- **Mapa jižních Čech** – polština (Aktywny wypoczynek)
- **Cyklomapa „Dálková cykloturistika“** – česká a německá verze

- **Cyklomapa „Horská cyklistika“** – česká a německá verze
- **Cyklomapa „Rodinná cyklistika“** – česká a německá verze
- **Cyklomapa „Silniční cyklistika“** – česká a německá verze
- **Cyklomapa „Zážitková cyklistika“** – česká a německá verze
- **Motoprůvodce** – česká a německá verze
- **Trhací brožury** – „Jméno, země, město“ + „Lodní bitva“ odkazující na jižní Čechy
- **Chlopňové desky** na formát A4



## Propagační předměty

V roce 2025 bylo objednáno několik druhů propagačních předmětů s logem Jižní Čechy opravdová láska a také s novým logem Jižní Čechy. Některé mají svůj originální QR kód směřující na vybranou záložku webu jiznicechy.cz.

### Předměty Jižní Čechy opravdová láska:

- Deštník malý skládací s nápisem „Prší? To neva!“
- Barevné lanyardy na krk a na klíče + lanyardy na mobil
- Barevné propisky
- Stojací stolní kalendář
- Stahovací batoh
- Sportovní nerez lahev
- Taška plátěná
- Samonafukovací polštářek
- Powerbanka
- Ponožky
- Zimní kulich
- Nabíjecí kabel
- Ohřívač rukou
- Korkové zrcátko
- Malý květináč s květinou
- Piknikový koš
- Mikro hadřík na brýle
- Clona na autosklo
- Pantofle
- Dětské: nafukovací míč, křídý, bublifuk, lapače míčků, puzzle, domino, piškorky, plyšová kráva

### Mistrovství světa v ženském ledním hokeji:

- Papírový kšilt
- Nafukovací fandidlo
- Nafukovací balonky

### Regionální předměty:

- Sušené maso jerky
- Ovocné pálenky Blatná
- Jablečný mošt
- Plechovkové pivo
- Med
- Bio marmelády



## FAM A PRESS TRIPY 2025

V roce 2025 byla realizována řada press a fam tripů. Tyto akce byly pořádány zpravidla ve spolupráci s CzechTourism nebo s některým z jejich zahraničních zastoupení. Cílem vždy bylo rozšíření povědomí o atraktivitách cestovního ruchu v jižních Čechách přes tuzemská i zahraniční média, influencers, zástupce CK/CA či jiné odborníky a firmy zabývající se oblastí cestovního ruchu. Spolupráce s CzechTourism zaručuje, že se k nám dostanou zástupci předních cestovních kanceláří, médií, respektive influencerů s dobrou sledovaností. Tato forma spolupráce je výhodná i poměrem ceny a výstupů ve srovnání s klasickou inzercí v tištěných a on-line médiích.



### Press a Fam tripy oddělení Zahraničního cestovního ruchu 2025

Název Fam / Press tripu	Cílová země	Termín
<b>Lottie Kunst</b>	Švédsko	23. – 26. 4. 2025
<b>Johnathan a Vivian</b>	Rakousko a Německo	2. – 5. 5. 2025
<b>Zlatá stezka</b>	Německo	14. – 18. 5. 2025
<b>Ik will meer reizen</b>	Holandsko	31. 5. – 5. 6. 2025
<b>Press trip Fijet</b>	Slovensko	5. – 7. 5. 2025
<b>Polští novináři</b>	Polsko	23. – 26. 6. 2025
<b>Lalajourneyx</b>	Německo	11. – 13. 7. 2025
<b>Linda Lime</b>	Rakousko a Německo	13. – 17. 7. 2025
<b>JT Adventure</b>	Rakousko a Německo	6. – 10. 8. 2025
<b>Take my heart everywhere</b>	Itálie + celá Evropa	26. – 30. 8. 2025
<b>But no matter the road is life</b>	Francie + celá Evropa	2. – 6. 9. 2025
<b>Fam trip CzT – izraelské CK</b>	Izrael	8. – 11. 9. 2025
<b>Press trip CzT – aktivní dovolená</b>	Rakousko, Švédsko, Norsko, Nizozemí, Británie, Indie	21. – 25. 9. 2025
<b>Fam trip CzT – Honeymoon</b>	Touroperátoři JV Asie	23. – 25. 9. 2025
<b>Melanie – aktivní dovolená</b>	Německo	6. – 10. 10. 2025
<b>Press trip CzT – ZZ Bratislava</b>	Slovensko	16. – 19. 10. 2025
<b>Hormigas del Mundo</b>	Španělsko, LA	22. – 23. 10. 2025
<b>Media trip Španělsko</b>	Španělsko, Portugalsko, Latinská Amerika	3. – 4. 12. 2025
<b>But no matter the road is life</b>	Francie + celá Evropa	30. 11. – 3. 12. 2025
<b>Traveler.reveal.art</b>	Francie	30. 11. – 3. 12. 2025



## Natáčení pořadu Genuskult(o)ur pro ORF

Ve spolupráci se ZZ Vídeň JCCR připravuje pořad Genuskult(o)ur. Půjde o pětidílný dokument o ČR, zaměřený na kulturu, gastronomii a památky, jeden díl bude věnovaný jižním Čechám. Na zářijovou část v Českém Krumlově, Holašovicích, Písku, Českých Budějovicích, Hluboké nad Vltavou a Táboře jsme v říjnu navázali natáčením na Šumavě, v Sudoměři, Rožmberku nad Vltavou, Vyším Brodě, Třeboni a okolí a v Jindřichově Hradci. Filmaři se vrátí i příští rok. V druhé polovině roku 2025 by se pak měl pořad objevit ve vysílání rakouské veřejnoprávní televize ORF 3 a v jejich videoarchivu. V jednání je i odvysílání na německých stanicích Arte a 3sat. Rakouským a německým divákům tak podrobně představí zajímavá místa ze všech koutů našeho regionu.



## MARKETINGOVÉ AKTIVITY 2025

### 6X5 Z JIŽNÍCH ČECH

Projekt 6x5 z jižních Čech se v roce 2025 vrátil již počtvrté – tentokrát v letním červencovém termínu, aby jeho dopady měly přímý vliv na hlavní turistickou sezónu. Šest influencerů a obsahových tvůrců během pěti dnů zažilo jižní Čechy z pohledu specifických cílových skupin. Cílem bylo představit region jako destinaci s rozmanitou nabídkou, která osloví různorodé typy cestovatelů – od rodin s dětmi přes dobrodružné páry až po milovníky přírody, gastronomie nebo cestování se psem.

#### Pro koho byl projekt?

Letošní koncept cílil na mladší i starší generace – především:

- **mladé cestovatele z generace Z**
- **táty s dětmi**
- **single cestovatele**
- **milovníky přírody**
- **rodiny s malými dětmi**
- **a gastronomadšence**

#### Kdo se zapojil?

Do projektu se zapojili tvůrci, kteří se svým obsahem dlouhodobě věnují cestování, přírodě, rodině nebo životnímu stylu:

**@horaysvet** – Adam a Káťa, dobrodruzi na Šumavě i v Novohradkách

**@tady\_smirovi** – rodinný profil s dětmi, kteří hledají zábavu, poznání i zvířátka

**@cestuj\_s\_veru** – Veronika, která spojuje toulky přírodou s gastro zastávkami a kulturou

**@sarah.horak** – mladá cestovatelka objevující jižní Čechy s nadšením pro historii, přírodu a zvířata

**@tataadvakluci a @honzaauer** – dva tátové na výpravě s dětmi za zážitky, adrenalinem i pohádkami

**@milanbezmapy** – zkušený travel blogger, který region představil ve své tvorbě jako ideální místo pro letní dovolenou

#### Jak to probíhalo?

Každý z účastníků měl připravený detailní itinerář, navržený ve spolupráci s destinationními společnostmi v regionu. Program byl sestaven tak, aby respektoval potřeby konkrétní cílové skupiny a ukazoval místa mimo hlavní davy – často šlo o méně známé atrakce, lokální podniky a zážitky, které v klasických průvodcích nenajdete. Každá destinace tak měla možnost ukázat to nejlepší ze své nabídky.

Díky vynikající spolupráci všech DMO v kraji, flexibility tvůrců i možnosti upravovat programy podle počasí, vznikla autentická prezentace Jihočeského kraje, která má trvalou hodnotu i po skončení kampaně.

#### Marketingové výstupy

Vzniklé plnění:

- 16x reels na IG, FB, TT a YT shorts
- 3x IG post
- 2x blogový článek
- víc než 100 fotek do fotobanky

Navíc:

- Během natáčení vzniklo 6 propagačních videí cílených dle typů cestovatelů
- Projekt zanechal důležitý přesah – od inspirace itineráři až po využití obsahu v dalších kampaních

#### Výsledky kampaně

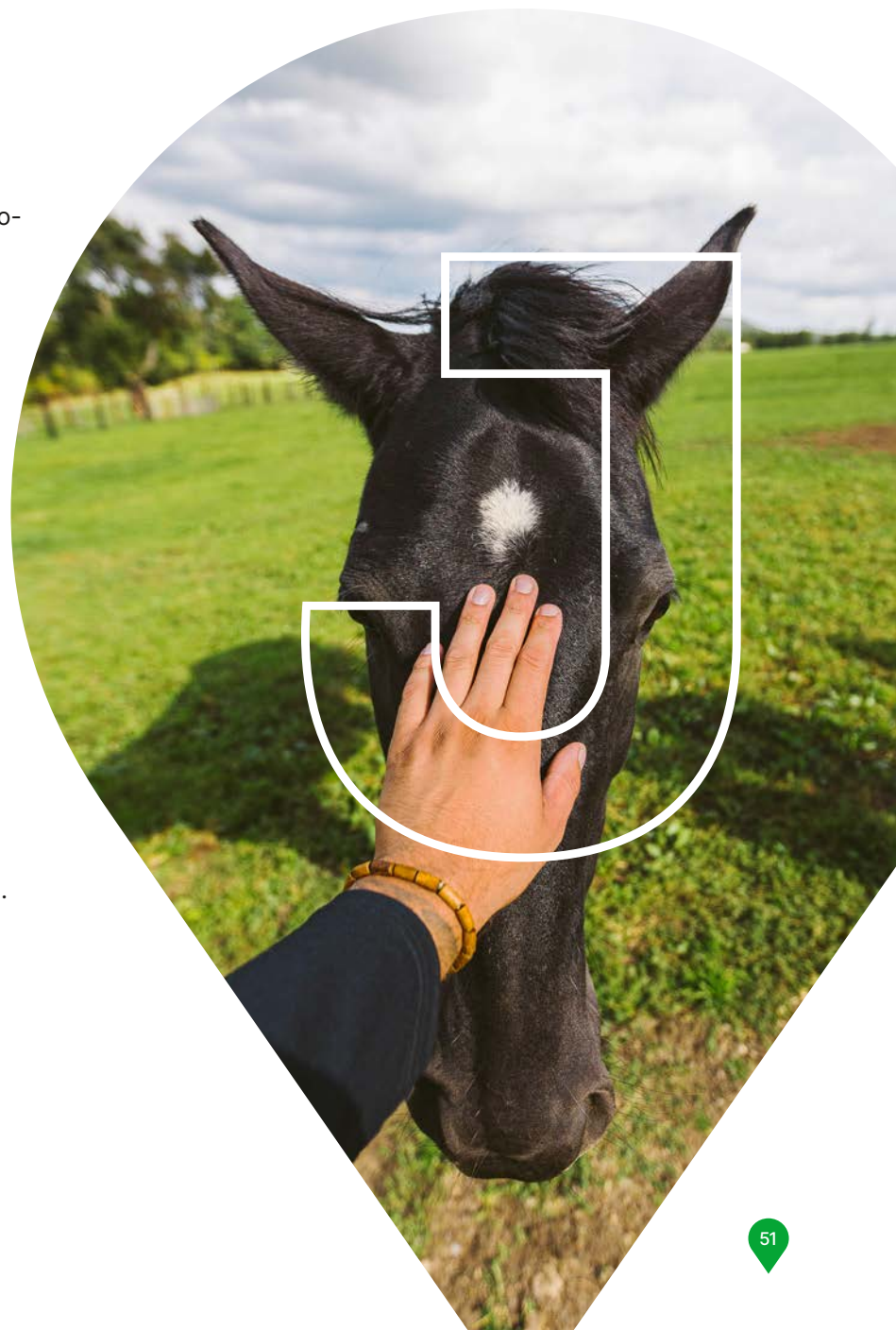
- **Dosažený zásah na sociálních sítích:** přes 11 milionu zobrazení
- **Uložení výběrů na profilu @jiznicechy** – inspirace dostupná dlouhodobě
- **Speciální sekce na webu [www.jiznicechy.cz](http://www.jiznicechy.cz)** – itineráře a tipy přehledně k dohledání
- **Aftermovie, fotografie a obsah** sloužící k dalšímu využití v kampaních JCCR a DMO

## INSTATRIPY CZ

V rámci individuálních i skupinových tripů:

- **LosMichalos** pro nás během jara připravil tipy na čtyři pěší výlety po kraji, **Pavel Kašák** zmapoval čtyři zajímavé in-linové trasy.
- **Začátkem června proběhl specializovaný press trip** zaměřený na aktivní dovolenou, kterého se zúčastnili čtyři influenceři s dosahem přes 1,5 milionu sledujících.
- Během léta jsme přivítali známého cyklistu **Majka na cestách**, jehož výstupy byly zaměřeny nejen na cyklo nabídku v regionu.
- V září proběhl tematický **press trip zaměřený na rozhledny**, v rámci kterého je představeno 10 originálních jihočeských rozhleden.
- **Honza Cestuje** navštívil např. **Český Krumlov, Olšinu** či přírodní lokality **České Kanady**,
- **Úžasná místa** připravila výstupy s důrazem na **rodinnou a dětskou nabídku** během podzimu, především na **Písecku a Budějovicku**,
- realizovali jsme **aktivně zaměřený trip** v oblasti **Lipenska** a okolí **Českého Krumlova**,
- přivítali jsme **kreativní duo Czech Vibes**, které prošlo **podzimní trasu Stezky Toulavy** – vznikl z toho jak vizuálně atraktivní obsah pro sociální sítě, tak i propagační materiál využitelný pro další komunikaci,
- a **adventní trhy a předvánoční atmosféru** testovali a zaznamenávali influenceři **Honza Brejla (@tataadvakluci)** a **Honza Auer**, oba se svými dětmi.

Všichni tvůrci sdíleli své zkušenosti na sociálních sítích formou příspěvků, stories i video obsahu.



## MARKETINGOVÁ KAMPAŇ: NEČEKANÉ ZÁŽITKY V JIŽNÍCH ČECHÁCH – AKTIVNÍ DOVOLENÁ

Hlavní marketingová kampaň pro rok 2025 byla zaměřena na aktivní trávení dovolené v jižních Čechách, která není jen o pohybu – je o zážitcích, které překvapí a zůstanou napořád. Každý den přináší něco nového – chvíli klidu v přírodě střídá adrenalinová výzva, pohodová jízda se mění v nečekané dobrodružství. Procházka se může proměnit v objevování tajemných zákoutí, cyklistický výlet v nečekané setkání s místními tradicemi a splutí řeky v napínavou vodní výzvu.

Vizuální zpracování kampaně bylo založeno na propojení kontrastů mezi nezáživnou aktivitou (např. městská šed', přelidněné ulice, pracovní stres) a aktivním vyžitím v jižních Čechách (procházka lesem, lezení na ferratě, jízda na kole, wellness apod.) Kampaň využívala moderní digitální marketing, sociální sítě, print, outdoor i zážitkovou turistiku k tomu, aby návštěvníky inspirovala k objevování krás regionu.

### Téma bylo rozděleno do 4 komunikačních linií:

- **Pěší turistika** – Jižní Čechy jsou rájem pro milovníky pěší turistiky – čekají zde stezky podél řek a rybníků, výstupy na vyhlídkové vrcholy i historické cesty spojující hrady a zámky. Ať už hledáte nenáročné výlety pro rodiny s dětmi nebo výzvy pro zdatné turisty, u nás si najde svou trasu každý! Nikdy nevíte, kam vás cesta zavede. Ráno ještě sedíte v kanceláři s šálkem kávy, ale večer už posloucháte praskání ohně a cítíte teplo plamenů na tváři. Jedním momentem se proplétáte úzkými uličkami starého města, jen abyste za chvíli stoupali po dřevěných schodech na vrchol rozhledny s výhledem na nekonečné lesy a rybníky. Jižní Čechy jsou krajem plným překvapení – stačí jen vykročit.
- **Cykloturistika** – Jižní Čechy jsou protkány stovkami kilometrů cyklotras vedoucích okouzující krajinou, kolem rybníků, hradů i malých a velkých vesniček s poutavými příběhy. Z rušného centra města se vydáte na klidnou cyklostezku lemovanou alejemi stromů. Ještě před chvílí jste čekali na zelenou na semaforu, a teď už svištíte po hrázi mezi rybníky, kde jediným zvukem je šum větru a zpěv ptáků. Na kole v Jižních Čechách zažijete nespočet proměn – stačí jen šlápnout do pedálů!
- **Adrenalin** – v jižních Čechách najdete pořádnou dávku dobrodružství. Zkusíte lezecké ferraty, lanová a jump centra, vyhlídkové lety balónem nebo jízdu z kopce na kole nebo koloběžkách. Pokud máte rádi rychlost, zkuste downhill

na Lipně nebo motokárové závody. Nechte se svézt na divokých vlnách nebo bobové dráze. Překonejte sami sebe a zažijte Jižní Čechy v akčnějším tempu! Ráno se držíte madla v přeplněném autobusu, odpoledne už svíráte lano na ferratě vysoko nad zemí. Ještě před chvílí jste stáli v dlouhé frontě v supermarketu, a teď se řítíte z kopce na kole. Dopoledne poklidně sedíte u počítače, odpoledne už balancujete na raftu uprostřed divoké řeky nebo si užíváte skoků ve wakeparku. volným pádem. U nás to není jen o klidné krajině, ale i o místech, kde můžete překonat sami sebe!

- **Voda** – Jižní Čechy jsou synonymem pro vodní zážitky – ať už se chcete projet na kánoji po Vltavě, vyzkoušet paddleboarding na Lipně nebo si užít relax u některého z nespočtu rybníků. Vydejte se na romantickou procházku kolem Schwarzenberském kanálu, projedte se na lodi na Lipně nebo na řece v Českých Budějovicích. Navštivte některý z bazénů a užijte si klidný den s dětmi nebo sami. Ať už hledáte klid nebo akční dobrodružství, voda u nás nabízí nekonečné možnosti. Ještě před chvílí jste pevně svírali volant v dopravní špičce, teď už držíte pádlo a klidně se necháváte unášet proudem řeky. Ráno jste spěchali mezi schůzkami v kanceláři, odpoledne už stojíte u pramene, kde se voda rodí v tichu lesa. Dopoledne vás pohlcuje shon města, večer se noříte do teplé vody bazénu a necháváte starosti odplout. Jednu chvíli čekáte ve frontě na kávu, za chvíli už sedíte u rybníka, sledujete vlnky a čekáte na ten správný záběr. Jižní Čechy jsou krajem vody – klidné, divoké, osvěžující i dobrodružné. Stačí jen skočit do vln!
- Landing page byl v nabídce Top v rámci webu jiznicechy.cz na české, německé a polské mutaci.
- Kampaň probíhala **od 1. 3. 2025 do 31. 10. 2025**
- Cílená lokalita: Česká republika, Německo, Rakousko, Nizozemsko, Polsko
- Média: bannerová kampaň formou RTB na webu, videa a bannery na sociálních sítích Facebook a Instagram, video kampaň v síti Google.
- Cílení: 80 % akvizice na zájem o cestování, starší 18 let, rodiny s dětmi, lidé starší 45 let a 20 % retargeting
- Projekt byl podpořen z programu Národní podpory cestovního ruchu v regionech.



## DALŠÍ MARKETINGOVÉ AKTIVITY

### Fotografie

- 200 ks fotografií ze všech destinačních oblastí jižních Čech na téma „Jižní Čechy opravdová láska“

### Video

#### Image videa Jižní Čechy Opravdová láska

- 1x video 180“, mutace CZ, EN, DE
- 9x video 60“ pro destinační oblasti
- 36x reels na sociální sítě (4 pro každou oblast)

### TV

- 1x JTV Host
- 7x JTV reportáže
- 18x JTV Nejlepší teambuilding v jižních Čechách
- TV Kurýr – Pozvánky – víkend na jihu
- ČT – 10x Toulavá kamera reportáž
- ČT – Reportáž pozvánka na jih Čech + hokejové mistrovství
- TV Nova – online rozhovor, pozvánka na jarní prázdniny
- Cyklodálky
- JTV podzimní reportáže pro oblasti

### Rádio

- Rádio Country – 2x Pozvánky v rádiu, aktivní dovolená, NEJ v jižních Čechách
- NETRoLife Rádio – 1x Pozvánka na aktivní dovolenou v JČ
- Rádio Faktor – 2x pozvánka: Indian riders, píseň Chill v JČ
- Český Rozhlas – 6x Pozvánky: Novinky v oblastech, Karavany, Jižní express, Statistiky a online kampaně, Advent, Tipy mezi svátky
- Rádio Blaník – 4x pozvánka: Indian riders fest, Regionální produkty, Svatomartinské hody, Zážitek balíčky pod stromeček + pozvánka do jižních Čech na rok 2026
- Rádio Evropa 2 + Frekvence 1 – 2x pozvánka na advent

**Tiskové zprávy, inzerce a PR články (print + online)**

JCCR v roce 2025 vydala celkem **25 tiskových zpráv a řadu příspěvků a PR článků**, které byly uveřejněny v řadě mediálních titulů:

- KAM po Česku
- RF Hobby
- Travel planet
- Barbar
- Karavanová stání
- Kariéra
- ICE magazín
- Cyklokros
- Klub českých turistů
- COT Media
- Epoque
- TTG
- MF Dnes
- Deník Vltava Labe Media
- Turistický průvodce, Vydavatelství MCU – inzerce na turistických mapách v JČ
- RunCzech Newsletter
- Klub českých turistů
- Blesk
- Marianne
- Koktejl
- MF Dnes
- Svět na dlani
- Magazín Stibus
- Vodní cesty a plavby
- Kniha Příběhy retro značek

**Online:**

- Seznam.cz
- Novinky.cz
- Marianne.cz
- Budějcká drbna
- Idos app
- Výletník
- tn.cz
- Idnes.cz
- Novinky.cz
- FB a IG Jižní Čechy
- FB a IG SouthBohemia + Südböhmen

**PR články:**

- Burda media – celoroční online inzerce (tematické články)
- brožura Karavanová stání v ČR
- Paseo – tematické pozvánky (online)
- RF HOBBY (print) – cyklo a advent
- Burda multibrandový článek online (babí léto)
- Deník západní Čechy
- KAM po Česku – advent
- Venkov a styl 2x print (aktivní pozvánka a zimní)



**Zahraniční tisk:**

<b>Innside</b>	PR článek – Venkovské památky – tipy	květen
<b>Innside</b>	PR článek – tipy hrady a zámky – Bellarie ČK, Vimperk, Rožmberk, J. Hradec	červen
<b>SME</b>	šestistránkový článek o JČ	červen
<b>Reise Magazin</b>	PR článek v příloze o cestování v denících Mittelbayerische Zeitung, Donaukurier a Passauer Neue Presse	květen
<b>Magazín Urlaub Dahoam</b>	PR článek o jižních Čechách a inzerát Holašovické slavnosti – příloha v denících mediální skupiny Attenkofer – Regensburg, Landshut, Straubing, Bavorský les, Mnichov	červenec
<b>Oberösterreichische Nachrichten</b>	PR článek o Holašovických slavnostech	červenec
<b>Magazín Wandern</b>	PR článek v příloze o pěší turistice – příloha v denících mediální skupiny Attenkofer – Regensburg, Landshut, Straubing, Bavorský les, Mnichov	září
<b>InnSide</b>	PR článek aktivní dovolená	září
<b>InnSide</b>	PR článek advent	prosinec

**Outdoor**

- LCD obrazovky v OC Flora Praha
- Balustráda v metru Praha
- Mapový informační systém v jižních Čechách
- Oboustranná plachta Přijďte žít
- Billboard TV Gimí
- LED obrazovka před Země živitelkou
- LED Billboardy v Praze advent

**Zahraniční CR**

- **Velká online kampaň** Česká republika, Německo, Rakousko, Nizozemsko, Polsko – Neočekávané zážitky v jižních Čechách – aktivní dovolená březen-říjen 2025; FB + IG display, RTB – CPC, CPT, YouTube (viz výše)
- **Menší kampaně na sociálních sítích**, které propagovaly vždy určité téma nebo důležitou událost – Velikonoce, Svatomartinská husa, Advent



# WEBOVÁ PREZENTACE JCCR

## Turistický portál [www.jiznicechy.cz](http://www.jiznicechy.cz)

Oficiální informační systém cestovního ruchu jižních Čech představuje základní nástroj pro informování návštěvníků regionu. Na webové stránky [jiznicechy.cz](http://jiznicechy.cz) směřuje většina online marketingových kampaní a je tak hlavním marketingovým nástrojem JCCR.

V průběhu roku 2025 došlo pouze k několika technickým aktualizacím, které ještě zlepšili orientaci na webu. Po obsahové stránce web prochází úpravami celoročně a nabídka se neustále rozrůstá.

V roce 2025 bylo největším technickým počinem nasazení AI chatbota – virtuální průvodkyně Aničku, který napomáhá s hledáním informací na portálu [jiznicechy.cz](http://jiznicechy.cz) a dalších ověřených webech. Chatbot dokáže komunikovat v několika jazykových mutacích, ke konci roku 2025 komunikuje bez problémů v češtině, němčině, angličtině, polštině a maďarštině. Výhledově je plánované i spuštění dalších jazyků a hlasové komunikace.

Na webu dále došlo k rozšíření nabídky tipů na ubytování, a to v rámci uznávané databáze ubytovacích zařízení Hotelstars Union.

Níže uvedená data návštěvnosti vycházejí z GA4, získaných prostřednictvím analytického systému GAS. Tato data je nutné brát pouze orientačně, a to z důvodu nemožného přesného zaznamenávání návštěvnosti kvůli ochraně soukromí (tzv. cookies lišta aj.).

Ukazatel	Hodnota, procento / rok
Návštěvy stránek	545 740
Uživatelé	401 881
Zobrazení stránky	1 002 380
Míra okamžitého opuštění	55,5 %
Průměrná doba na stránce	105 s

K návštěvě webu jižních Čech byla nejvíce využívána zařízení s operačním systémem Android (48,5 %), Windows (24,9 %) a iOS (18 %). Převažovalo organické vyhledávání (až 75,7 %).



## Internetové stránky [www.jccr.cz](http://www.jccr.cz)

Oficiální webové stránky Jihočeské centrály cestovního ruchu jsou určeny spíše pro odbornou veřejnost. Přinášejí informace o aktivitách a projektech Jihočeské centrály cestovního ruchu, aktuality, tiskové zprávy a popis činností či služeb. Mimo jiné je zde možné stažení všech informativních brožur a map vydané JCCR.

# FACEBOOK

## f Jižní Čechy (CZ)

Facebookový profil Jižní Čechy je klíčovým prvkem marketingové komunikace JCCR. Facebook je nadále nejsilnější sociální síť JCCR a směřuje na něj většina online kampaní, které odkazují převážně na obsah portálu jiznicechy.cz.

Ukazatel	Hodnota
Počet sledujících	121 898
Dosah (zobrazení)	34 227 511
Počet příspěvků	440
Angažovanost (počet interakcí)	780 422
Zobrazení stránky profilu	125 964
Zhlédnutí videí	3 047 490

**Jižní Čechy**  
Zveřejněno Sabinou Dominovou · 11. listopad 2025

Jižní Čechy na advent – kouzlo světylék, vůně a pohody... Zobrazit víc

**Jižní Čechy**  
Zveřejněno Sabinou Dominovou · 3. říjen 2025

Ano... Ano, je to Gimlí! Hollywoodská hvězda John Rhys-Davies, kterou znáte jako trpaslíka Gimlího z trilogie *Pán prstevní*, zavítala do jihočeského Písku. Herec t... Zobrazit víc

Propagujte tento příspěvek a zvětšíte svůj dosah u Jižní Čechy. **Propagovat**

4 tis. 66 219

**Jižní Čechy**  
sledující (122 tis.) • 241 sleduji

Příspěvky Informace Reels Fotky

**Úvodní informace**  
Oficiální prezentace destinace Jižní Čechy spravovaná Jihočeskou centrálou cestovního ruchu

Stránka · Cestovní průvodce  
B. Němcové 1824/8, Ceske Budejovice, Czech Republic  
387 201 283  
info@jccr.cz  
jiznicechy  
jiznicechy.cz  
Stále otevřeno  
Doporučuje 94 % (102 recenzí)

**Fotky** Zobrazit všechny fotky

**Jižní Čechy** 3 h  
Bison Ranch Rožnov u Českého Rudolce je fajn zastávka, když se touláte Českou Kanadou. A klidně z ní může být i celý víkend... nebo pohodový prázdninový týden. 🌲 🐃  
N... Zobrazit víc

Název	Datum zveřejnění	Zobrazení	Dosah	Dílci	Čistý počet interakcí	To se mi líbí a reakce	Komentáře	Sdílení
Jižní Čechy na advent – kouzlo světylék	11. 11. 2025	1 196 291 1 185 082 reklam	777 888 772 902 reklam	765 994	1 424 1 344 reklam	1 311 1 170 reklam	16 15 reklam	56 33 reklam
Ano... Ano, je to Gimlí! Hollywoodská hvězda John Rhys-Davies, kterou znáte jako trpaslíka Gimlího z trilogie Pán prstevní, zavítala do jihočeského Písku.	3. 10. 2025	730 447 567 398 reklam	565 847 460 193 reklam	505 583	4 537 845 reklam	4 082 796 reklam	66 14 reklam	231 33 reklam

# FACEBOOK

## f Visit South Bohemia region (EN)

Anglická verze Facebooku Jižní Čechy je velmi důležitým marketingovým nástrojem cílící na široké pole zahraničních návštěvníků.

Ukazatel	Hodnota
Počet sledujících	32 679
Dosah (zobrazení)	4 644 395
Počet příspěvků	78
Angažovanost (počet interakcí)	21 529
Zobrazení stránky profilu	9 910
Zhlédnutí videí	551 203

## f Südböhmen (DE)

Profil nejvíce navštěvují lidé z Německa a Rakouska. Německá jazyková mutace je tak nepostradatelným marketingovým nástrojem pro oslovení těchto zahraničních trhů.

Ukazatel	Hodnota
Počet sledujících	32 679
Dosah (zobrazení)	4 644 395
Počet příspěvků	76
Angažovanost (počet interakcí)	148 177
Zobrazení stránky profilu	6 222
Zhlédnutí videí	303 619

## f JCCR (CZ)

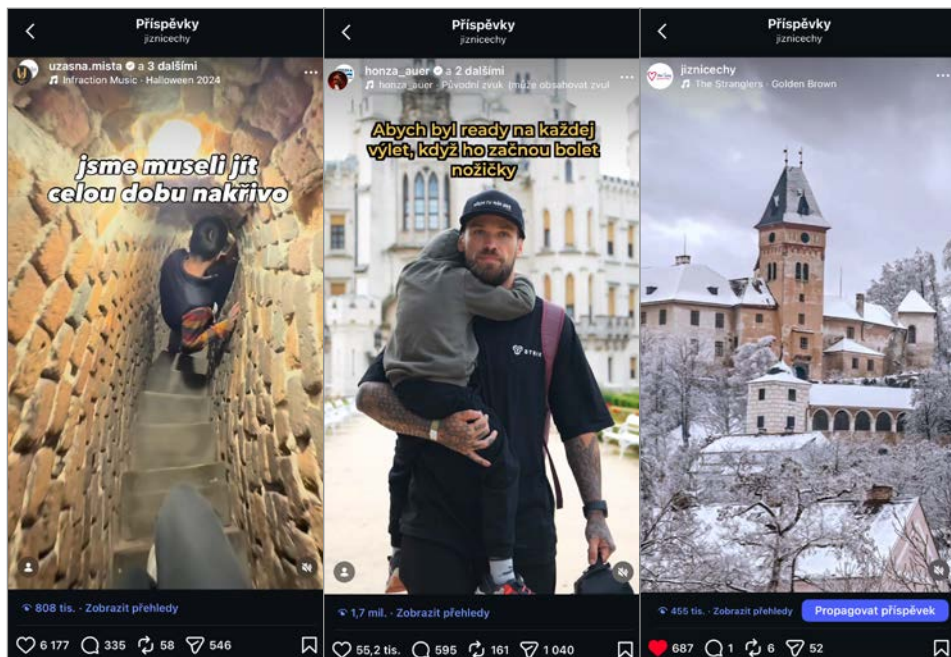
Tento facebookový profil má spíše informativní charakter o činnosti JCCR (novinky z produkce JCCR, informace o veletrzích, konferencích, seminářích apod.). Ke konci roku 2024 je evidováno přes 1 900 sledujících.

## INSTAGRAM

### 📷 Jižní Čechy (@jiznicechy)

Instagram Jižní Čechy v roce 2025 byl i nadále velmi populární, a to především v generaci od 25 do 34 let a 35–44 let, kteří tvoří téměř 60 % návštěvníků. Mezi sledujícími pak převažují ženy.

Ukazatel	Hodnota
Sledující	73 424
Počet příspěvků	82
Dosah	4 885 567
Zásah	2 531 163



## YOUTUBE

### 📺 Jižní Čechy

YouTube Jižní Čechy je též nepostradatelným marketingovým nástrojem JCCR, který oslovuje potenciální návštěvníky napříč širokou věkovou strukturou.

Ukazatel	Hodnota
Počet zhlédnutí	393 695
Odběratelé	1 735
Publikovaná videa	71
To se mi líbí	783
Sdílení	596
Doba sledování	360 947 min
Průměrná doba sledování	108,1 s

## LINKEDIN

Jihočeská centrála cestovního ruchu i v roce 2025 využívá profesní sociální síť LinkedIn, která slouží k prezentaci činnosti organizace a jejích cílů na poli cestovního ruchu, stejně jako k odborným diskusím a v neposlední řadě navazování kontaktů. Ke konci roku 2025 měla JCCR na této sociální síti 471 sledujících a za minulý rok bylo zveřejněno 46 příspěvků.

# OCENĚNÍ 2025

## Anketa KRAJ MÉHO SRDCE 2024

V rámci 13. ročníku ankety Kraj mého srdce Jihočeský kraj obsadil dvě bronzové příčky z osmi hodnocených tematických kategorií. Jihočeský kraj se umístil na 3. příčce v počtu přidělených hlasů ze všech krajů. Pořadatelem ankety je redakce KAM po Česku ve spolupráci s veletržní správou ABF, a. s., a pod záštitou Asociace krajů České republiky.

- **3. místo** v kategorii **KAM NA LETNÍ DOVOLENOU, PĚŠÍ A CYKLO**
- **3. místo** v kategorii **KAM NA VÝLETY S DĚTMI**

## Soutěž PROPAG 2025

10. dubna 2025 proběhla soutěžní přehlídka turistických propagačních materiálů.

- **1. místo** v kategorii **TRHACÍ MAPY**  
(Za pivem po jižních Čechách)
- **1. místo** v kategorii **PROPAGAČNÍ SPOT**  
(Neočekávané zážitky v jižních Čechách)
- **3. místo** v kategorii **REGIONÁLNÍ POTRAVINA**  
(Opravdové jihočeské pivo)



# SPOLUPRÁCE A PARTNERSTVÍ

JCCR je členem Asociace organizací cestovního ruchu (AOČR) a České unie cestovního ruchu.



## Partneři a memoranda:

- Prohlášení o partnerství s České Budějovice Vojtěcha Adalberta Lanny z.s. na projektu „Provoz informačních center InfoPointVltava.cz“
- Prohlášení o partnerství s České Budějovice Vojtěcha Adalberta Lanny z.s. na projektu „Stezka řeky Vltavy – informační portál a rezervace zážitků“
- Prohlášení o partnerství s České Budějovice Vojtěcha Adalberta Lanny z.s. na projektu „Turistické plavby na Malši“
- Prohlášení o partnerství s České Budějovice Vojtěcha Adalberta Lanny z.s. na projektu „Půjčovna šlapadel Malý jez“
- Prohlášení o partnerství s městem Nové Hrady pro účely projektu „společně pro národní přírodní památku Terčino údolí za účelem její revitalizace a zajištění dlouhodobé atraktivity pro její návštěvníky“
- Prohlášení o podpoře aktivit s A-stav Bohemia s.r.o. na realizaci turistických plaveb na Malši v historickém centru Českých Budějovic
- Dohoda o partnerství na produktech cestovního ruchu: Lodní linka České Budějovice – Hluboká nad Vltavou – Purkarec“
- Partnerská dohoda k projektu „Informační systém pro středověké památky v česko-bavorském příhraničí“
- Memorandum o spolupráci – Sdružení historických sídel Čech, Moravy, Slezska
- Memorandum o spolupráci – Asociace kempů České republiky
- Memorandum o spolupráci – Svaz venkovské turistiky a agroturistiky, z.s.
- Memorandum o spolupráci – Krajské sdružení NS MAS ČR Jihočeského kraje
- Memorandum o spolupráci mezi Jihočeským a Středočeským krajem
- Prohlášení o partnerství s JIKORD
- Prohlášení o partnerství s Mezinárodní hudební festival – vzájemná smlouva o partnerství
- Partner festivalu Empathic Filmfestival (2. ročník)
- Partner festivalu Voda, moře, oceány
- Spolupráce s Asociací kempování a karavaningu

## Spolupráce se školami a praxe:

- Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
- Vysoká škola technická a ekonomická v Českých Budějovicích
- Vysoká škola obchodní v Praze
- Západočeská univerzita v Plzni
- Vysoká škola polytechnická Jihlava
- Střední škola obchodní v Českých Budějovicích
- Střední škola a Vyšší odborná škola Cestovního Ruchu České Budějovice
- Obchodní akademie, Střední odborná škola a Střední odborné učiliště Třeboň

# FINANČNÍ HOSPODAŘENÍ JCCR

Jihočeská centrála cestovního ruchu je příspěvkovou organizací Jihočeského kraje, z jehož rozpočtu je převážně financována, a vztahují se na ni příslušná ustanovení zákona č. 250/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech územních rozpočtů.

## ROZPOČET A VÝSLEDEK HOSPODAŘENÍ ZA ROK 2025

Rozpočet Jihočeské centrály cestovního ruchu na rok 2025 byl schválen jako vyrovnaný, s celkovými výnosy a náklady ve výši 37 924 tis. Kč. Základním zdrojem financování organizace je provozní příspěvek zřizovatele, Jihočeského kraje, ve výši 37 800 tis. Kč. Zbývající část výnosů ve výši 124,0 tis. Kč tvoří rozpočtované zúčtování časového rozlišení transferů vztahujících se k odpisům dlouhodobého majetku.



### Rozpočet / skutečnost – rok 2025 (v tis. Kč)

Účtová skupina		Rozpočet	Skutečnost
<b>Náklady celkem</b>		<b>37 924,0</b>	<b>42 997,3</b>
50	Spotřebované nákupy	1 584,0	2 567,3
51	Služby	15 299,0	19 473,9
52	Osobní náklady	20 208,0	20 056,7
53	Daně a poplatky	16,0	9,5
54	Ostatní náklady	30,0	17,4
55	Odpisy, majetek, rezervy a opr. položky	756,0	861,3
56	Finanční náklady	31,0	11,2
57	Náklady na transfery	0,0	0,0
58	Náklady ze sdílených daní	0,0	0,0
59	Daň z příjmů	0,0	0,0
<b>Výnosy celkem</b>		<b>37 924,0</b>	<b>43 044,6</b>
60	Výnosy z vlastních výkonů a zboží	0,0	255,9
63	Výnosy z daní a poplatků	0,0	0,0
64	Ostatní výnosy	0,0	279,7
66	Finanční výnosy	0,0	119,6
67	Výnosy z transferů	37 924,0	42 389,5
68	Výnosy ze sdílených daní a poplatků	0,0	0,0
<b>Výsledek hospodaření</b>		<b>0,0</b>	<b>47,3</b>

Skutečné výnosy organizace v hodnoceném období činily 43 044,6 tis. Kč, skutečné náklady dosáhly výše 42 997,3 tis. Kč. Organizace tak dosáhla kladného výsledku hospodaření ve výši 47,3 tis. Kč. Tento výsledek byl ovlivněn zejména nižším čerpáním vybraných provozních nákladů v závěru účetního období, a to při plném zajištění všech činností organizace. Jedná se o náklady, jejichž skutečnou výši nelze v závěru roku přesně předvídat.

## Náklady a výnosy v roce 2025

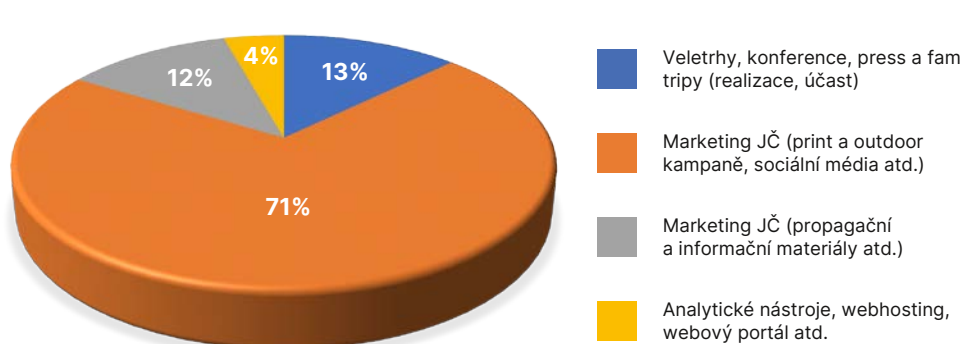
Náklady a výnosy byly ve srovnání se schváleným rozpočtem navýšeny především v důsledku získání dotací ze státního rozpočtu, konkrétně od Ministerstva pro místní rozvoj. Tyto prostředky byly poskytnuty jednak na realizaci aktivit zaměřených na podporu cestovního ruchu v rámci projektu „Podpora marketingových aktivit v JČ“, financovaného z Národního programu podpory cestovního ruchu v regionech, a dále v rámci projektu „Podpora činnosti Jihočeské centrály cestovního ruchu“, financovaného z programu Podpory organizací destinačního managementu 2025+.

Jedním z faktorů ovlivňujícím konečnou výši nákladů a výnosů byl také výdej materiálu pořízeného v předchozích letech pro účely publicity. Spotřeba tohoto materiálu byla finančně kryta prostřednictvím rozpouštění časového rozlišení v minulých letech přijatých prostředků.

### Přehled vybraných typů nákladů (mimo provozních)

Popis	v tis. Kč	% z celku
Veletrhy, konference, press a fam tripy (realizace, účast)	2 434,9	12,7
Marketing JČ (print a outdoor kampaně, sociální média atd.)	13 647,3	71,1
Marketing JČ (propagační a informační materiály atd.)	2 287,5	11,9
Analytické nástroje, webhosting, webový portál atd.	828,8	4,3
<b>Celkem</b>	<b>19 198,6</b>	<b>100,0</b>

### Podíl vybraných typů nákladů (mimo provozních)



Výnosy organizace byly v hodnoceném období tvořeny především provozním příspěvkem zřizovatele ve výši 37 800 tis. Kč. Část těchto prostředků byla v souladu s nastavenými postupy časově rozlišena. Současně byly do výnosů zahrnuty také prostředky z rozpouštění časového rozlišení provozního příspěvku přijatého v předchozích účetních obdobích, a to v návaznosti na spotřebu zásob pořízených z těchto zdrojů.

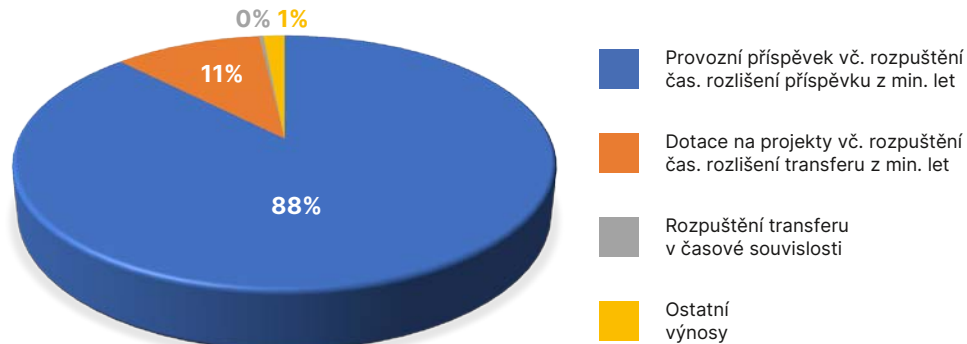
Výnosy z transferů dosáhly celkové výše 4 548,4 tis. Kč, přičemž tato částka zahrnuje rovněž zúčtování časového rozlišení dotací přijatých v minulých letech.

Ostatní výnosy z vlastní činnosti organizace byly využity výhradně k zajištění a plnění hlavních cílů a činností organizace v souladu se zřizovací listinou.

### Přehled výnosů

Popis	v tis. Kč	% z celku
Provozní příspěvek vč. rozpouštění čas. rozlišení příspěvku z minulých let	37 717,1	87,6
Dotace na projekty vč. rozpouštění čas. rozlišení transferu z minulých let	4 548,4	10,6
Rozpuštění transferu v časové souvislosti	124,0	0,3
Ostatní výnosy	655,1	1,5
<b>Celkem</b>	<b>43 044,6</b>	<b>100,0</b>

### Podíl výnosů





© 2026 Jihočeská centrála cestovního ruchu  
ISBN 978-80-88493-63-1

**JCCR** 