

JIHOČESKÁ CENTRÁLA CESTOVNÍHO RUCHU ♥ VÝROČNÍ ZPRÁVA 2021





OBSAH:

ÚVODNÍ SLOVO.....	4
PROFIL ORGANIZACE.....	5
ORGANIZAČNÍ STRUKTURA A SÍDLO ORGANIZACE.....	7
FACT SHEET - CESTOVNÍ RUCH V JIŽNÍCH ČECHÁCH 2021.....	8
CERTIFIKACE A RECERTIFIKACE JCCR.....	10
Národní kategorizace DMO.....	10
Český systém kvality služeb.....	10
KONCEPCE ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU V JIHOČESKÉM KRAJI 2021–2030.....	10
TURISTICKÉ OBLASTI A SYSTÉM ŘÍZENÍ CR V JIHOČESKÉM KRAJI.....	12
3K platforma.....	18
TRHY CESTOVNÍHO RUCHU.....	19
Domácí cestovní ruch.....	19
Zahraniční cestovní ruch – Blízké trhy.....	19
Zahraniční cestovní ruch – Vzdálené trhy.....	19
TEMATICKÝ ROK 2021.....	20
PROJEKTY JCCR.....	22
Projekt Venkovské památky.....	22
Projekt Zlatá stezka.....	23
Projekt Kultura a příroda na zeleném pásu.....	24

Projekt Památky žijí.....	25
Projekt Řeka Vltava.....	26
Projekt Síť elektrokol.....	27
Projekt Podpora marketingových aktivit JCCR.....	28
Projekt Marketingové aktivity JCCR.....	29
Projekt podpora marketingových aktivit v Jižních Čechách.....	30
Projekt marketingové aktivity v Jižních Čechách.....	31
VLASTNÍ AKTIVITY JCCR.....	32
Kampaň Dovolená v jižních Čechách.....	32
Travelcon 2021.....	33
South Bohemia Convention Bureau.....	34
Jihočeská Filmová kancelář.....	35
Projekt Hipostezky.....	36
Internetový obchod (E-SHOP).....	37
Spolupráce s agenturou Czech Tourism.....	38
Úklidová akce "#NEJSEMPRASE".....	39
Úklidová akce "Čištění Vltavy".....	39
VELETRHY A PREZENTACE CESTOVNÍHO RUCHU.....	40
Domácí veletrhy cestovního ruchu.....	40

Zahraniční veletrhy cestovního ruchu.....	40
Další významné akce a prezentace.....	41
Semináře, školení a workshopy.....	41
MARKETINGOVÉ MATERIÁLY A PUBLIC RELATIONS.....	42
Marketingové materiály 2021.....	42
Fam a Press tripy 2021.....	44
Prezentace regionu v zahraničních médiích.....	45
Spolupráce s médii 2021.....	46
WEBOVÁ PREZENTACE JCCR.....	48
Turistický portál.....	48
Facebook.....	49
Instagram.....	52
YouTube.....	53
Mobilní aplikace.....	53
Výdaje a celkový dosah za reklamní kampaně.....	53
OCENĚNÍ 2021.....	54
SPOLUPRÁCE A PARTNERSTVÍ.....	55
FINANČNÍ HOSPODAŘENÍ JCCR.....	56
Náklady, výnosy a výsledek hospodaření za rok 2021.....	56
Hodnocení rozpočtu / skutečnosti 2021.....	58

Kontaktní informace:



Jihočeská centrála cestovního ruchu
Příspěvková organizace Jihočeského kraje
U Zimního stadionu 1952/2
370 80 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
www.jiznicechy.cz



Jihočeský kraj

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

ÚVODNÍ SLOVO



Pokud byl rok 2020 v cestovním ruchu specifický, pak rok 2021 představoval pro Jihočeskou centrálu cestovního ruchu (JCCR) období doslova turbulentní. Centrála prošla historickými změnami, ať už hovoříme o naprosto zásadní úpravě rozpočtu, personálních změnách či změně počtu turistických oblastí. Doba covidová a navázaná opatření měla na cestovní ruch i služby v něm doslova fatální dopady, mnohdy se práce s rozpočtem odvíjela improvizčně, protože některé restrikce byly vyhlášovány doslova ze dne na den. Z tohoto úhlu pohledu se rozpočet roku 2021 jeví a bude jevit jako výjimečný dokument.

Výše rozpočtu roku 2021 je nicméně základem pro celou řadu projektů, které, jak doufáme, zapadnou i do nové situace a budou ku prospěchu jihočeských podnikatelů v cestovním ruchu.

Věříme, že je konečně možné aktivně začít s postupným plněním desítek a stovek strategických úkolů, které jsou součástí v září 2021 schválené Konceptce rozvoje cestovního ruchu Jihočeského kraje 2021–2030.

U zahraničních cílových skupin je zapotřebí pomyslně i fyzicky znovu otevřít hranice a zejména pro dojezdové vzdálenosti nabízet jak nové produkty, tak hledat i trhy doposud opomíjené, například Polsko. Na poli domácího cestovního ruchu čeká JCCR nejtěžší úkol, protože po měsících, kdy domácí turisté mohli přijíždět i v „zamčené“ republice, nyní přijde jejich zájem opět vyrazet na nová místa do dalších regionů.

Velmi děkuji celému týmu centrály za to, jak dokázal proplout peřejemi roku 2021 a těším se na každodenní práci ve snad již normálním světě.

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 hejtmána Krajského úřadu Jihočeského kraje, vzhledem k celkové strategii, cílovým trhům, nebo ročnímu období
- provoz Informačního Systému Cestovního Ruchu Jihočeského kraje na 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

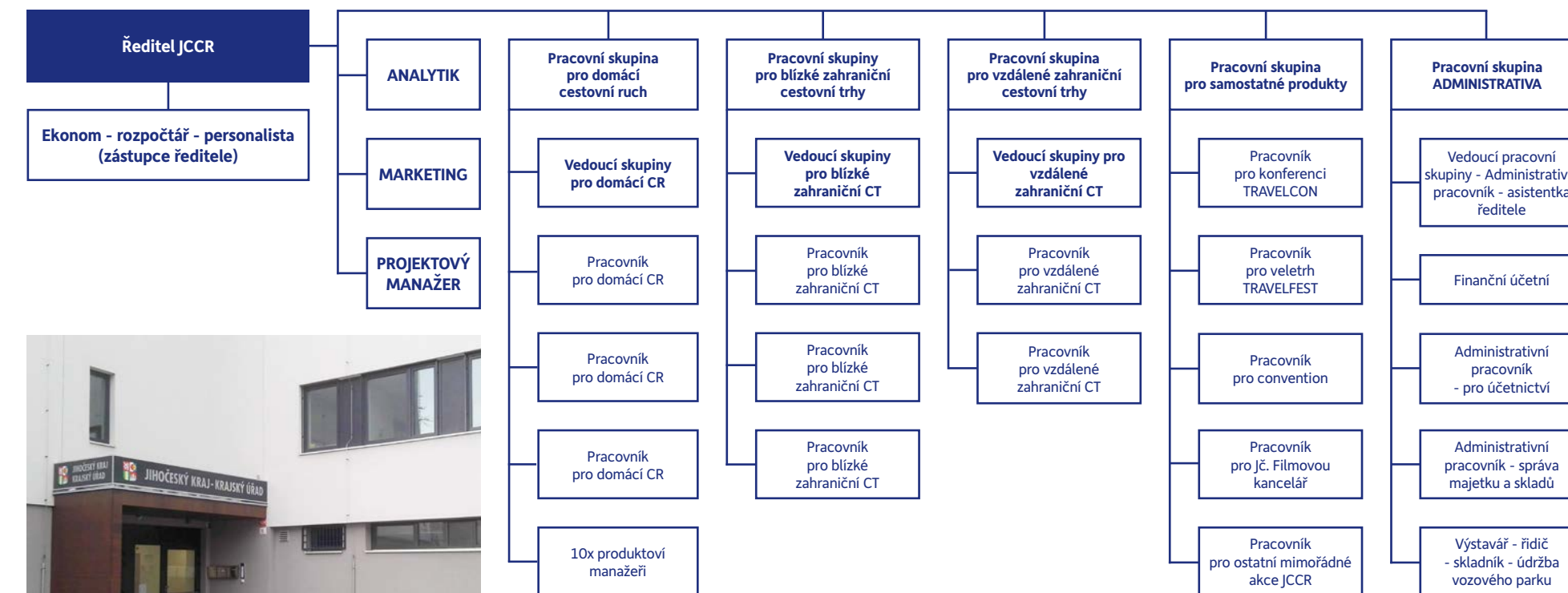
V roce 2021 vycházela hlavní činnost JCCR především z nově schválené **Koncepce rozvoje cestovního ruchu Jihočeského kraje 2021–2030**, která navazovala na koncepci z let 2015–2020.



ORGANIZAČNÍ STRUKTURA A SÍDLO ORGANIZACE

V roce 2021 byla po celý rok platná organizační struktura z února 2019. Bylo zrušeno pouze TIC Mercury.

Schéma struktury 2019–2021



FACT SHEET

CESTOVNÍ RUCH V JIŽNÍCH ČECHÁCH 2021

3. místo

podle počtu ubytovaných v HUZ
v mezikrajském srovnání

1,12 mil.

ubytovaných hostů v HUZ

1,01 mil.

z tuzemska

0,11 mil.

ze zahraničí

90 %

podíl domácích hostů na celkovém
počtu ubytovaných v HUZ

2. místo

podle počtu přenocování v HUZ
v mezikrajském srovnání

3,35 mil.

přenocování

3,10 mil.

z tuzemska

0,25 mil.

ze zahraničí

3,0

noci v průměru
na 1 hosta
v HUZ

4,0

dne
je průměrná
doba pobytu

71 %

hostů přijelo ve 3. čtvrtletí
(07–09)

30 %

se podíleli Němci na počtu
přenocování zahraničních hostů

Německo

obsadilo 1. příčku podle počtu
přenocování (cca 75 tis. nocí)

28 %

zahraničních hostů pocházelo
z Německa

Německo

obsadilo 1. příčku z ubytovaných
zahraničních hostů
(cca 31 tis. hostů)

Nizozemci

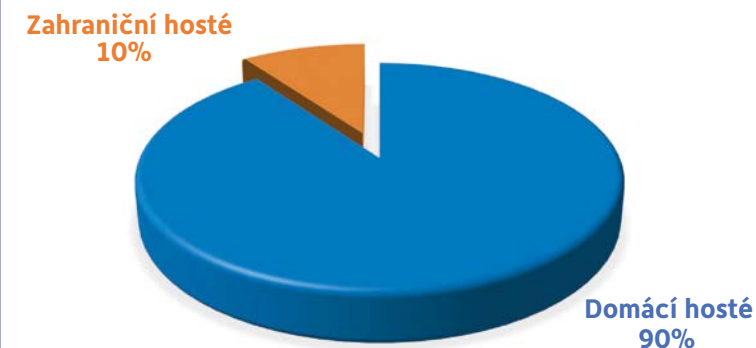
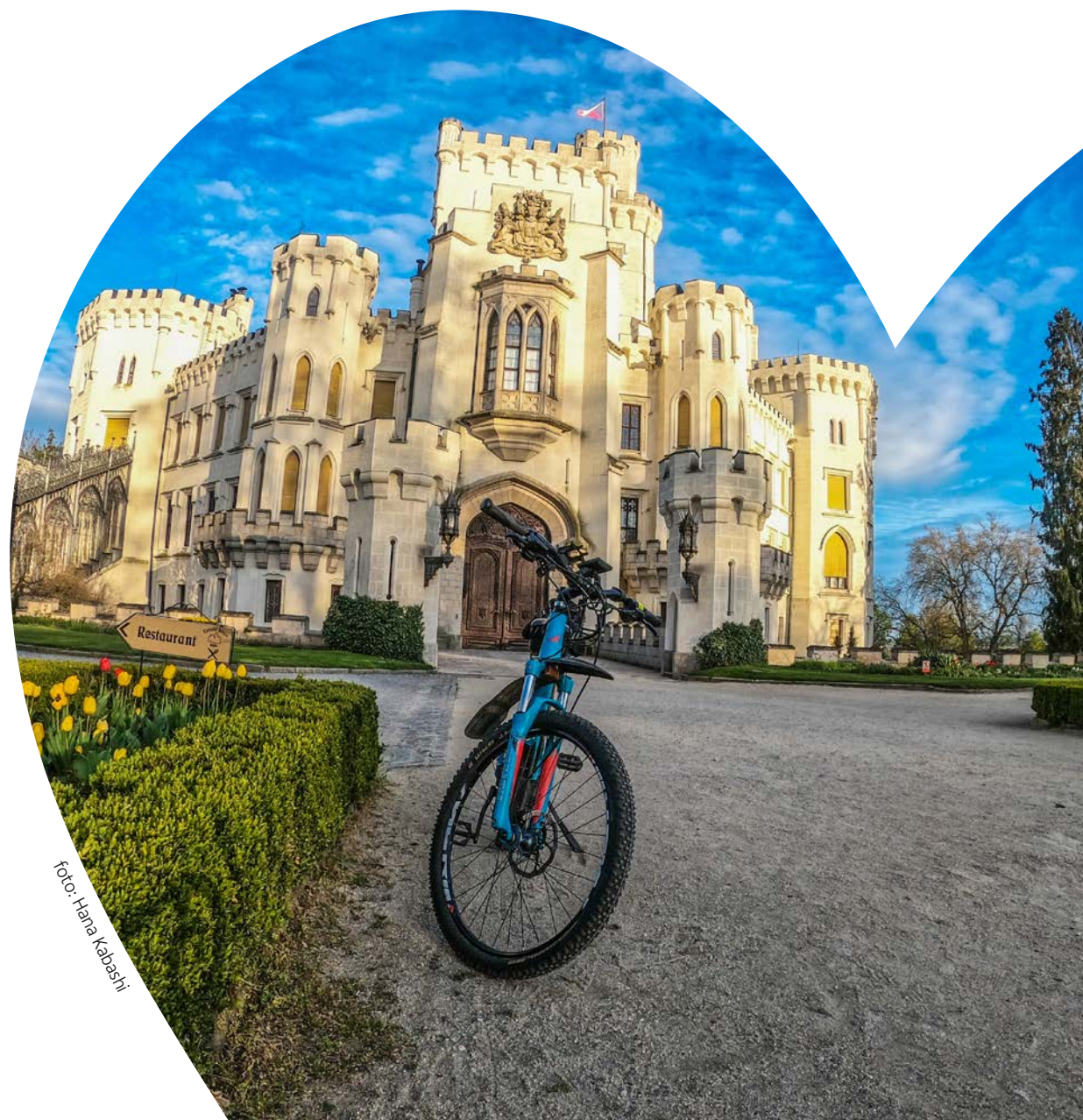
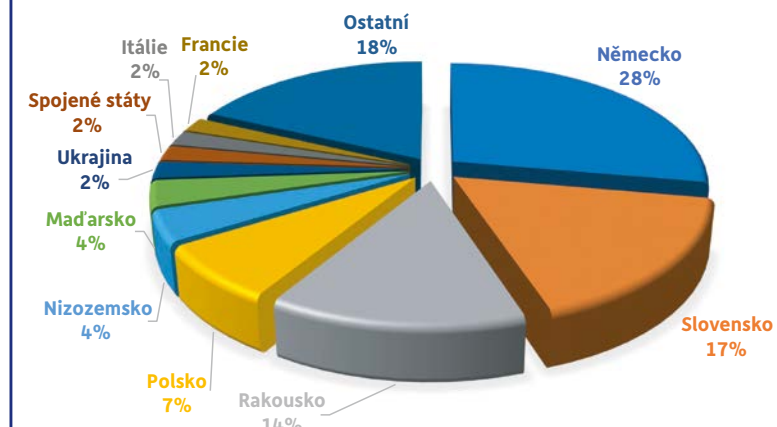
pobývají v HUZ nejdéle
(v prům. 4,62 přenocování)Domácí a zahraniční hosté v HUZ Jihočeského kraje
za rok 2021Zahraniční hosté v HUZ Jihočeského kraje
za rok 2021

foto: Hana Káňasová

CERTIFIKACE A RECERTIFIKACE JCCR

NÁRODNÍ KATEGORIZACE DMO

JCCR získala v rámci recertifikace ke dni 9. 3. 2021 certifikát v národní kategorizaci organizací destinačního managementu. Tento certifikát je platný do termínu vydání nového, avšak je stanoveno, že do jednoho roku musí žadatel podat žádost o recertifikaci. JCCR se po tuto dobu snažila implementovat nápravná, resp. rozvojová opatření, která jí byla doporučena hodnotící komisí.

ČESKÝ SYSTÉM KVALITY SLUŽEB

V letošním roce se JCCR neucházela o recertifikaci v rámci projektu ČSKS ani nepořádala žádná školení Trenérů kvality apod. Projekt ČSKS byl v polovině roku 2021 ze strany agentury CzechTourism zrušen.

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. Koncepte 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 koncepte rozvoje cestovního ruchu je ve všech prioritních oblastech plně v souladu s Konceptí státní politiky cestovního ruchu ČR 2021–2030.

Schválená koncepte 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.

SMART
AŽ JSOU JIŽNÍ ČECHY CHYTRÉ!

JIŽNÍ ČECHY 2030



STABILNÍ v systému řízení a financování, službami kvalitní a profesionální



MĚRITELNÉ ve smyslu hospodářského přínosu oboru cestovního ruchu



ATMOSFÉROU přátelské, pohostinné, bezpečné



ROZMANITÉ v přírodních a kulturních památkách, v nabídce cestovního ruchu



TECHNOLOGICKY rozvinuté, inovativní

Strategie cestovního ruchu reaguje také na koronavirovou pandemii

Pandemie sektor ochromila třeba tím, že hodně kvalifikovaných zaměstnanců sektor zcela opustilo a zpět se vrací jen část z nich, protože cestovní ruch se stává rizikovým a nestabilním odvětvím. To má pochopitelně vliv na kvalitu poskytovaných služeb, na kterou strategie reaguje různými opatřeními.

JCCR se tak bude například snažit různými marketingovými nástroji zpopularizovat práci v odvětví turismu, zintenzivnit spolupráci se školami, a to jak učňovskými, středními, tak vysokými, jejich podporou v propojování s podnikateli, zefektivněním praxí a podobně. Marketing se v prvních letech částečně odkloní od návštěvníka a zaměří se spíše dovnitř sektoru. Dojde k efektivnějšímu mapování investic do infrastruktury cestovního ruchu a na to bude navázána finanční podpora novými dotačními programy. Vzniknou nové komunikační platformy, aby kromě shromažďování podnětů a plánování aktivit docházelo i zajištění zpětné vazby, protože úspěchu může být dosaženo pouze ve spolupráci se všemi partnery.

Ve fázi příprav se k podobě koncepce měly možnost vyjádřit a vznést své připomínky desítky odborníků z odvětví cestovního ruchu. Ubytovatelé, hoteliéři, zástupci cestovních kanceláří, půjčoven sportovního či turistického vybavení a další. Do příprav byly zapojeny organizace destinačních managementů a jejich partneři, vysoké školy a školy oborově zaměřené, Sdružení cestovního ruchu Jihočeské hospodářské komory, Klub českých turistů, Nadace Jihočeské cyklostezky, příslušné odbory Krajského úřadu Jihočeského kraje, Komise pro cestovní ruch Rady Jihočeského kraje, místní akční skupiny a další subjekty. Doručené podněty připomínky byly vypořádány a zapracovány do finální podoby materiálu.

Jižní Čechy jsou pro každého druhým domovem

Cíle, jichž hodlá cestovní ruch v jižních Čechách na konci třetího desetiletí jednadvacátého století dosáhnout, shrnuje strategické motto a strategická vize rozvojové koncepce. Strategické motto je jakýmsi zjednodušeným významem obsahu celé vize, která by po uplynutí desetileté realizace měla zejména v návštěvníkovi evokovat pocit, že se v destinaci jižní Čechy cítí stejně dobře jako doma a rád se do ní vrací, stejně jako domů a zní: „Každý má dva domovy – svůj a jižní Čechy“.

Strategickou vizi pak naplňují slova: „Jižní Čechy jsou oblastí klidu a duševní pohody, kam se lidé rádi vrací za přátelskou atmosférou, kvalitními službami cestovního ruchu a rozmanitou přírodou. Jihočeši jsou profesionální, nabídka je originální a ohleduplná k přírodním zdrojům, marketing a způsoby komunikace s návštěvníkem jsou inovativní a smart. Na přírodní a kulturní památky bohaté jižní Čechy se tak stávají láskou na celý život...“

Finální verze Koncepte cestovního ruchu Jihočeského kraje 2021–2030, včetně příloh, je k dispozici na: <https://www.jccr.cz/jizni-cechy/koncepce-rozvoje-cestovniho-ruchu>.



foto: Filip Bláha

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 Jihočeského kraje.

Začátkem roku 2021 však JCCR na základě svěřeného úkolu od vedení kraje připravila podklad, na jehož základě došlo k eliminaci turistických oblastí z původního počtu 11 na 9. V podkladovém dokumentu jsme se zaměřili na zhodnocení **dvou základních parametrů – potenciálu turistické oblasti a výkonu destinační společnosti a produktového manažera** vzhledem k aktivitám a reprezentaci kraje.

Mezi **vstupní hodnocené parametry potenciálu cestovního ruchu** jsme vzali v úvahu veřejně dostupné údaje z Českého statistického úřadu:

- Výši vybraných poplatků za lázeňský nebo rekreační pobyt (průměr za posledních 5 let)
- Počet přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních (průměr za poslední 3 roky)
- Počet lůžek v hromadných ubytovacích zařízeních k dispozici (průměr za poslední 3 roky)
- Počet ubytovacích zařízení dle ČSÚ za rok 2019
- Počet atraktivit v turistické oblasti (zdroj: Ukazatele nejvyšších priorit dle zadání agentury Czech Tourism)

Podrobné údaje včetně výpočtů průměrných hodnot a bodového hodnocení (ve většině případů je bodově ohodnoceno pořadí, ve kterém se turistické oblasti umístily) je zpracováno v programu MS Excel, který tvoří přílohu této průvodní zprávy.

Vstupní hodnocené parametry výkonu destinační společnosti a produktového manažera ve vztahu k aktivitám a reprezentaci kraje jsme zpracovali na základě interních podkladů na Jihočeské centrále cestovního ruchu a rozdělili do následujících sekcí:

- **Management** (předmětem hodnocení je stabilita/fluktuace zaměstnanců na pozici produktového manažera způsobená často také nevhodným výběrem uchazeče často bez výběrového řízení a/nebo i nedostatečným vedením ze strany destinačního managementu)



- **Koncepce cestovního ruchu** (předmětem hodnocení je zapojení produktových manažerů do procesu přípravy koncepce, kde jejich úkolem bylo oslovit subjekty cestovního ruchu z turistické oblasti k aktivní účasti na workshopech a dotazníkovém šetření)
- **Reprezentace kraje** (předmětem hodnocení je míra zapojení a účasti turistických oblastí na akcích pořádaných a iniciovaných Jihočeským krajem)
- **Veletrhy** (předmětem hodnocení je účast turistických oblastí na veletrzích cestovního ruchu, kde se propagují v rámci destinace jižní Čechy)
- **Média** (předmětem hodnocení je četnost zapojení turistických oblastí do press a fam tripů realizovaných Jihočeskou centrálou cestovního ruchu jak pro vzdálené a blízké trhy ve spolupráci se zahraničními zastoupeními agentury Czech Tourism, tak i pro tuzemský trh realizovaný například prostřednictvím známých českých influencerů s velkými dosahy mezi uživateli sociálních sítí)
- **Covid-19** (předmětem hodnocení je počet zapojených ubytovatelů do kampaně Léto/Podzim v jižních Čechách, kde ubytovatele v území turistické oblasti do kampaně aktivizovali a smluvně zapojovali právě produktoví manažeři)

Na zadání kraje týkající se snížení počtu turistických oblastí z 11 na 9 bylo Jihočeskou centrálou cestovního ruchu provedeno hodnocení potenciálu cestovního ruchu turistických oblastí a výkonu práce destinačních společností a jejich produktových manažerů. S ohledem na výsledky hodnocení je nutné konstatovat, že podle výsledného pořadí se na posledních místech umístily turistické oblasti PodKletí a Prácheňsko.

Jihočeská centrála cestovního ruchu vyvinula maximální úsilí, aby i po odebrání certifikace a ukončení Smlouvy o spolupráci byla území obou turistických oblastí reprezentativně propagována v rámci jihočeských produktů a aby se území obou oblastí ideálně začlenila do některého/některých území sousedních turistických oblastí, přičemž představitelé destinačních společností Jihočeský venkov, z.s. a DS Prácheňsko, z.s. by mohli v této souvislosti s některým ze sousedních destinačních managementů fúzovat či se stát spolupracující součástí.

Nyní je tedy na území kraje 9 turistických oblastí.





**CESKA
NA
DA**

český
krumlov
region

Budějovicko

Destinační společnost: Českobudějovicko-Hlubocko z.s.

Produktový manažer (personální podpora): Mgr. Tomáš Polanský

- V roce 2021 absolvovala DMO recertifikaci organizací destinačního managementu, kde na národní úrovni získala maximální počet 100 bodů, čímž se zařadila mezi nejlepší destinace v České republice.
- DMO funguje na principu 5 hlavních pilířů: marketing, investice, vzdělávání, obchod a mediální obsah. Jako jeden z nezávadnějších pilířů dalšího rozvoje destinačního managementu viděla DMO v roce 2021 obchod a investice. V druhé polovině roku se povedlo vytvořit komplexní obchodní tým, který od srpna kontaktoval každý měsíc přes 100 subjektů s potenciálem kongresové turistiky (MICE). V oblasti investic rozjedнала přes 20 nových záměrů s potenciálem zlepšení cestovního ruchu v oblasti.
- Primárním produktem je Stezka Vltavy, která i v době pandemie zaznamenala nárůst návštěvnosti i rozvoj doprovodné infrastruktury na základě činnosti DMO jako je například dokončení přístavní hrany v Českých Budějovicích, nová mola na řece Vltavě, nová Ferrata Hluboká, rekultivace Karlova hrádku, prohrábka řeky k zachování plavebních hloubek.
- V oblasti marketingu byla jednou z nejúspěšnějších kampaní videa od Kluci z Prahy / Honest Guide, která doposud získala přes 500 000 zhlédnutí.

Česká Kanada

Destinační společnost: Destinační společnost Česká Kanada z.s.

Produktový manažer (personální podpora): Bc. Kateřina Brůžková

- DMO v roce 2021 znovu otevřelo turistickou sezonu tiskovou konferencí. Již druhým rokem letní sezonu obohatil produkt Dětská Kanada, který je určen pro rodiny s dětmi. Malí cestovatelé objevují Českou Kanadu formou hry, kdy děti sbírají razítka a za ta pak získávají odměnu.
- V roce 2021 byl vytvořen nový produkt – Stezka Českou Kanadou zaměřený na dálkovou pěší turistiku.
- Byl vytvořen zcela nový Marketingový plán pro rok 2022.
- V roce 2021 se uskutečnila tři školení pro partnery a členy.

Český Krumlov region

Destinační společnost: DMO Český Krumlov, z.s.

Produktový manažer (personální podpora): Miroslav Březina (do 9/2021), Bc. Zdeňka Chaloupková (od 10/2021 – současnost)

- Vedle obhájené krajské certifikace a postavení jedné z oficiálních turistických oblastí na území kraje se DMO Český Krumlov může od června 2021 pyšnit i certifikací národní.
- Spuštění nového turistického webu, resp. nové plně responzivní verze webu ckrumlov.info, který od července přináší místním i návštěvníkům aktuální informace.
- Turistické oblasti se podařilo navázat 9 nových spoluprací s okolními obcemi a došlo tak k rozšíření území oblasti.



Lipensko

Destinační společnost: TS Lipensko z.s.

Produktový manažer (personální podpora): Mgr. Pavel Pechoušek

- V roce 2021 se DMO intenzivně věnovala náboru nových členů, kterých má aktuálně více než 80.
- Vydala dvě čísla časopisu Lipensko, dále cyklomapu celé oblasti sahající od Stožce po Rožmberk a také katalog lipenských kempů.
- Každý měsíc vydáváme tiskovou zprávu na aktuální téma, která propaguje klíčové, lipenské téma v médiích.
- V březnu 2021 DMO zorganizovala otužileckou akci „Covide nezlob mě“, které se zúčastnily desítky tisíc lidí.

Novohradsko-Doudlebsko

Destinační společnost: Novohradsko-Doudlebsko z.s.

Produktový manažer (personální podpora): Mgr. Michal Jarolímek

- DMO Novohradsko-Doudlebsko se v roce 2021 soustředila na rozvoj produktu Po stopách železné opony tím, že shromáždila příběhy odehrávající se na česko-rakouské hranici ve 20. století a přenesla je pomocí destiček s QR kódy do míst, kde se tyto příběhy odehrály.
- Pokračovaly i aktivity spojené s podporou lokálních výrobců řemeslných, potravinových a uměleckých výrobků pod marketingovou značkou „Opravdu od nás“.
- V průběhu celého roku DMO mapovala stav drobného turistického mobiliáře a ve spolupráci s obcemi se podařilo část tohoto mobiliáře opravit a doplnit. O aktivitách DMO pravidelně informovala na webu 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 i reprezentativní publikaci „Doudlebsko-krajina venkova“ a „Turistické noviny 2021“, které byly distribuovány ke všem poskytovatelům služeb cestovního ruchu a do jednotlivých obcí turistické oblasti.
- V roce 2021 činil obrat destinační společnosti 1 503 tis. Kč, ale pozitivní je především to, že hospodářská činnost jako jeden ze zdrojů rozpočtu vykázala zisk 208 tis. Kč.

Písecko-Blatensko

Destinační společnost: Píseckem s.r.o.

Produktový manažer (personální podpora): Martin Slavík

- DMO se v roce 2021 rozrostla o plochu bývalé TO Prácheňsko. Tím tak byly dány úkoly i pro rok 2022 jako rozšíření produktů cestovního ruchu, analytické práce i nové finanční nastavení.
- Byla rozšířena fotobanka o více než 7000 fotek, vše dostupné na Mediabanka Píseckem (piseckem.cz).
- Byla zpracována analýza Orlické přehrady, která poslouží pro práci s mikroregionem přehrada Orlík.

ŠUMAVSKO

Turistická oblast

Šumavsko

Destinační společnost: PRO Šumavsko z.s.

Produktový manažer (personální podpora): Ing. Marie Korousová

- V lednu bylo vydáno historicky první číslo periodika Šumavských novin, které se těší velikému zájmu a oblibě. Za rok 2021 byla vydána tři čísla.
- DMO se stala součástí týmu při zpracovávání Strategie rozvoje cestovního ruchu města Prachatic, která byla vyhotovena na podzim roku 2021.
- Webové stránky oblasti prošly dalšími úpravami – na základě navázané spolupráce s turistickou oblastí Pošumaví byla vytvořena záložka, která je naplněna obsahem atraktivit právě z této turistické oblasti. Taktéž byla vytvořena záložka největších měst oblasti Prachatic, Vimperka a Volar, prozatím odkazující na jejich webové stránky a unikátní obsah pro město Prachatic.
- DMO pomáhala podnikatelským subjektům se zpracování žádostí v dotačních programech Covid.
- DMO zfinalizovala a vydala nové video k projektu Šumavsko pro tuláky.
- Do webu byla zapracována interaktivní mapa s turistickými cíli.
- Vznikl nový grafický vizuál pro prezentaci na prostředcích hromadné dopravy.
- DMO prošla procesem recertifikace spolku destinačního managementu PRO Šumavsko, z.s. v kategorizaci DMO na národní úrovni.
- Společně s Jihočeskou centrálou cestovního ruchu a dalšími turistickými oblastmi se DMO podílela na přípravě kampaně Dovolená v jižních Čechách.
- Byl vydán ucelený bedekr o Turistické oblasti Šumavsko.
- DMO spustilo projekt Šumavských podcastů, které jsou k poslechu na platformách Spotify a youradio talk a také na podcast.jiznicechy.cz.

Toulava

Destinační společnost: Toulava o.p.s.

Produktový manažer (personální podpora): Ing. Jan Sochor

- Rozvoj klíčových produktů – Stezky Toulavy – hloubková analýza a strategie rozvoje Stezky Lužnice, Stezek do Prčice a jejich financování.
- Vznik nových produktů – Pivní stezka (propojuje 8 minipivovarů) a Výlety pana Voka (tématické výlety v regionech Bechyňska a Soběslavska).
- Vytvoření digitálního systému prodeje turistických zážitků a regionálních produktů pomocí QR kódů.
- Zpracování analýzy potenciálu cestovního ruchu Orlické přehrady.



Třeboňsko

Destinační společnost: Turistická oblast Třeboňsko z.s.

Produktový manažer (personální podpora): Bc. Barbora Bicková

- DMO vydala tištěného původce k produktu „Po cyklotrase Lužnici“.
- Byl připraven nový produkt K rybníkům a pískovněm.
- Pro členy TO bylo uspořádáno školení „Nové metody v cestovním ruchu“.
- DMO se zaměřila na úpravu a rozšíření webových stránek, kde vznikl nový vyhledávač výletů a k němu i mobilní aplikace.



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 jakožto řádně certifikované krajské organizace destinačního managementu k 28. červnu 2018. 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 2021:

- **4. března 2021 od 14:00 hodin**
 - Setkání turistických oblastí ve věci eliminace počtu turistických oblastí
 - Místo: on-line prostřednictvím aplikace Zoom
 - Počet zúčastněných osob: min. 32
- **11. května 2021 od 13:00 hodin**
 - Setkání turistických oblastí ve věci Koncepce rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji 2021–2030
 - Místo: on-line prostřednictvím aplikace Zoom
 - Počet zúčastněných osob: min. 28
- **17. září 2021 od 9:00 hodin**
 - setkání turistických oblastí ve věci kandidatury města České Budějovice na EHMK 2028
 - Místo: Golf club, Hluboká nad Vltavou
 - Počet zúčastněných osob: 34
- **8. prosince 2021 od 13:00 hodin**
 - setkání turistických oblastí se seminářem k budování karavanových stání
 - Místo: on-line prostřednictvím aplikace Zoom
 - Počet zúčastněných osob: 55

Předběžné termíny setkání v roce 2022, pozvánky a zápisy z výše uvedených setkání 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:

- **Domácí cestovní ruch**
- **Zahraniční cestovní ruch – Blízké trhy**
- **Zahraniční cestovní ruch – Vzdálené trhy**

DOMÁCÍ CESTOVNÍ RUCH

Vedoucí oddělení: Ing. Klára Polášková

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. Tento cíl byl i v letošním roce plněn vládními nařízeními, s ohledem na současnou pandemii a rostoucí konkurenční boj mezi jednotlivými regiony ČR, velmi zásadní. 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 regionálního veletrhu a eventů. Prezentace jižních Čech na tuzemských veletrzích a eventech. Spolupráce s turistickými oblastmi a agenturou CzechTourism při organizaci fam a press tripů pro české novináře, influencery a touroperátory. Tvorba a realizace projektů cestovního ruchu. Spolupráce s turistickými oblastmi na tvorbě produktů a dále udržování, prohlubování a inovace dřívějších produktů. Příprava a realizace marketingových kampaní na podporu produktů a projektů cestovního ruchu. Spolupráce s agenturou CzechTourism, ostatními DMO ČR a dalšími aktivitami.

ZAHRANIČNÍ CESTOVNÍ RUCH – BLÍZKÉ TRHY

Vedoucí oddělení: Bc. Ondřej Flemr

Cílem skupiny pro blízké trhy je zviditelnění jižních Čech jako destinace cestovního ruchu v sousedních zemích. Skupina se orientuje především na země: Rakousko, Německo, Slovensko, Polsko a Maďarsko.

Náplň práce: organizace FAM a PRESS tripů pro zahraniční novináře a touroperátory, organizace veletrhů v sousedních zemích, prezentace jižních Čech na jiných veletrzích cestovního ruchu v sousedních zemích, příprava marketingových materiálů na podporu cestovního ruchu, tvorba projektů na podporu cestovního ruchu, spolupráce se zahraničními subjekty cestovního ruchu včetně přílehlých zahraničních destinačních oblastí, spolupráce s agenturou CzechTourism v rámci českých zahraničních zastoupení.

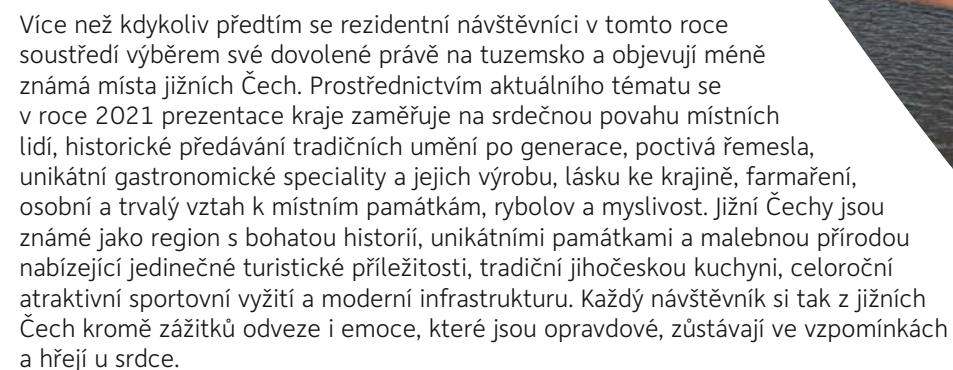
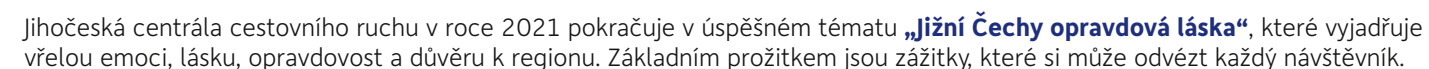
ZAHRANIČNÍ CESTOVNÍ RUCH – VZDÁLENÉ TRHY

Vedoucí oddělení: Mgr. Jaroslava Janečková

Cílem skupiny pro vzdálené trhy je zviditelnění jižních Čech jako destinace cestovního ruchu ve vzdálenějších zemích. Skupina se v roce 2021 soustředila především na země: Nizozemsko, Dánsko, Španělsko, Itálie, Francie, Velká Británie, Rusko, USA, Kanada, země jižní Ameriky, Japonsko, Čína, Jižní Korea.

Náplň práce: organizace FAM a PRESS tripů pro zahraniční novináře, tvůrce obsahu na sociální síti a touroperátory, prezentace jižních Čech na veletrzích cestovního ruchu ve světě, příprava marketingových materiálů na podporu cestovního ruchu, tvorba projektů na podporu cestovního ruchu, spolupráce se zahraničními subjekty cestovního ruchu včetně zahraničních destinačních oblastí, spolupráce s agenturou CzechTourism v rámci českých zahraničních zastoupení.

TEMATICKÝ ROK 2021



V tomto roce se také stalo tvářemi jižních Čech dvanáct vybraných osobností, podnikajících a tvořících v různých sférách a místech, rozdílného věku i zájmů. Někteří z nich už jsou v našem kraji i za jeho hranicemi populární, jiní jsou méně známi, ale všichni vědí, co chtějí. Spojuje je láska ke kraji, v němž bydlí, případně kam se pravidelně vrací. Z každé osobnosti vyzařuje opravdovost a láska k jižním Čechám a tento pocit přenášíme na každého návštěvníka Jihočeského kraje.

Téma tvoří základní pilíř marketingu JCCR. Je implementované v masce webu jižní Čechy (www.jiznicechy.cz/ opravdova-laska), Facebooku, Instagramu a všech nových tištěných brožur a materiálů JCCR.





PROJEKTY JCCR

Název projektu	Kulturní a přírodní památky – šance pro obnovu přeshraničního cestovního ruchu po ukončení pandemie koronaviru (zkrácený název: Venkovské památky, reg. č. ATCZ249)
Označení projektu	Program spolupráce INTERREG V-A Rakousko – ČR 2014–2020
Klíčová slova projektu	obnova přeshraničního cestovního ruchu po ukončení pandemie koronaviru, zvýšení návštěvnosti na malých venkovských památkách, motivace turistů k návštěvě venkova
Doba trvání projektu	1. 7. 2020–1. 12. 2022
Vedoucí partner	Jihočeská Silva Nortica
Partneři projektu	- Jihočeská centrála cestovního ruchu - Vysočina Tourism - Universität für Weiterbildung Krems - Tourismusverband Mühlviertler Alm Freistadt - Zukunftsraum Thayaland
Vedoucí projektu JCCR	Mgr. Pavla Drunecká
V roce 2021 se v rámci projektu realizovalo	- rozeslání dotazníků obcím a provozovatelům venkovských památek - vytipování center nabídek - zpracování monitorovací zprávy za 1. monitorovací období - vyhlášení výběrové řízení na propagační materiály k projektu – roll upy, pexeso, blok A4, flash disk, propiska, desky na smlouvy - vyhlášení výběrové řízení na pořízení fotografií vybraných venkovských památek - účast na odborných seminářích – online v Kremsu, prezenčně v Telči a v Rainbachu (AT) - účast na zahajovací konferenci k projektu 14.10.2021 v Holašovicích, příspěvek k jednomo z hlavních výstupu projektu za JCCR, a to výroba Geolo-kačních her

PROJEKT VENKOVSKÉ PAMÁTKY



PROJEKTY JCCR

Název projektu	Zlatá stezka – síť turistických cest na „Zelené střeše Evropy“, č. 88
Označení projektu	Program přeshraniční spolupráce Česká republika – Svobodný stát Bavorsko Cíl EÚS 2014–2020
Klíčová slova projektu	mezinárodní pěší trasa v programu Interreg
Doba trvání projektu	8. 4. 2016–30. 6. 2019
Vedoucí partner	Tourismus Verband Ostbayern (Turistický spolek Východní Bavorsko)
Partneři projektu	- Jihočeská centrála cestovního ruchu - Plzeňský kraj
Vedoucí projektu JCCR	Ing. Eva Borsányi
Online prezentace projektu	- web www.zlatoustezkou.cz (3 jazykové mutace) - FB www.facebook.com/zlata.stezka - Instagram @zlata.stezka - YouTube Zlatá stezka
V roce 2021 se v rámci projektu realizovalo	- zajištění udržitelnosti projektu 5/2021 Zpráva o udržitelnosti č.1 - údržba a aktualizace webových stránek projektu www.zlatoustezkou.cz - propagace projektu v tištěných a elektronických médiích - správa sociálních sítí Zlatá stezka: Facebook a Instagram (nově vytvořený profil) - údržba značení, informačních tabulí a mobiliáře na Zlaté stezce - ukončení cykloturistické sezóny „Z Volar na kole i pěšky“ 9. 10. 2021 ve Volarech, spolu s Nadací Jihočeské cyklostezky 7/2021–10/2021 monitoring návštěvnosti na Zlaté stezce – sčítače 10/2021 presstrip Zlatá stezka – novinář a fotograf Jan Hocek 6/2021–11/2021 zajištění sběru podkladů pro zpracování turistického průvodce Zlatá stezka – Bergverlag Rother

PROJEKT ZLATÁ STEZKA



PROJEKTY JCCR

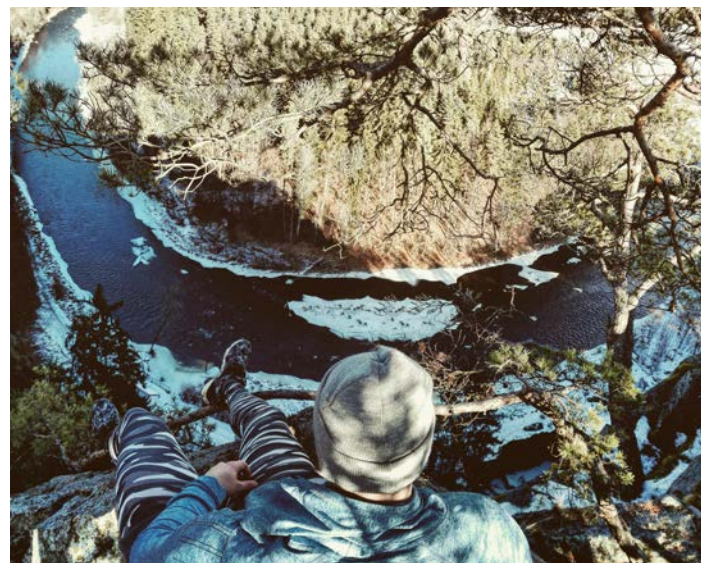
Název projektu	Poznejte kulturní a přírodní dědictví příhraničního regionu na Evropském zeleném pásu podél Železné opony na kole
Označení projektu	INTERREG Rakousko – Česká republika, dotační období 2014–2020
Klíčová slova projektu	cyklotrasa Eurovelo 13, přírodní a kulturní dědictví na Evropském zeleném pásu
Doba trvání projektu	od 1. 6. 2016 do 30. 9. 2019
Vedoucí partner	Weinviertel Tourismus GmbH
Partneři projektu	• Destination Waldviertel GmbH • Jihomoravský kraj • Centrála cestovního ruchu – Jižní Morava z.s.p.o. • Nadace Partnerství • Vysočina Tourism • Jihočeská centrála cestovního ruchu
Vedoucí projektu JCCR	Mgr. Pavla Drunecká
V roce 2021 se v rámci projektu realizovalo	• zajištění udržitelnosti projektu • údržba a aktualizace webových stránek projektu www.ev13.eu • propagace projektu v tištěných a elektronických médiích • údržba značení, informačních tabulí a mobiliáře • ocenění „Cyklotrasa roku 2020“ Gmünd – Bratislava: výsledky oznámeny 19. 2. 2021 na veletrhu Fiets en Wandelbeurs v Utrechtu • ukončení cykloturistické sezóny „Z Volar na kole i pěšky“ 9. 10. 2021 ve Volarech, spolu s nadací Jihočeské cyklostezky • Reportáž Kam na kole, televizní pořad, 29. a 30. 5. 2021, Reportáž v cyklistickém magazínu Cyklosalon.tv pro TV Prima a Prima Cool, trasa EV 13 na území jižních Čech a navazující cyklo okruh Dačicko

PROJEKT KULTURA A PŘÍRODA NA ZELENÉM PÁSU



PROJEKTY JCCR

Název projektu	Zlepšení přístupu a propagace kulturního dědictví v regionech Jižní Čechy – Vysočina – Waldviertel – Mühlviertel
Označení projektu	ATCZ31 – Památky žijí – Denkmäler leben
Klíčová slova projektu	Hrady, zámky, kláštery a města s hradbami
Doba trvání projektu	1. 10. 2016 – 31. 12. 2019
Vedoucí partner	Jihočeská Silva Nortica
Partneři projektu	• Jihočeská centrála cestovního ruchu • Waldviertel Destination • Vysočina Tourism • Mühlviertel Marken GmbH • Národní Památkový Ústav ČR
Vedoucí projektu JCCR	Ing. Klára Polášková
V roce 2021 bylo v rámci projektu realizováno	• projekt byl na straně českých partnerů v říjnu 2021 uzavřen závěrečným vyúčtováním (předložení závěrečné monitorovací zprávy č. 6, proplacení projektu) • zajištění udržitelnosti projektu • propagace projektu v tištěných a elektronických médiích • prezentace projektu v rámci udržitelnosti projektu na webu jiznicechy.cz a sociálních sítích – Facebook, Instagram jižní Čechy



PROJEKTY JCCR

Název projektu	Vltava
Označení projektu	Vltava etapa 1
Klíčová slova projektu	nadregionální produkt CR spojující Jihočeský a Středočeský kraj podél řeky Vltavy
Doba trvání projektu	od roku 2018
Vedoucí partner	Jihočeská centrála cestovního ruchu
Partneři projektu	- Jihočeský kraj prostřednictvím rozpočtu JCCR (50 %) - Středočeský kraj (50 %) – v roce 2020 přesunuty veškeré činnosti na JCCR
Vedoucí projektu JCCR	Ing. Marie Machalová do 10/2021; Bc. Hana Kabashi od 10/2021
	K obnovení aktivit projektu dojde v roce 2022 pod vedením Bc. Hany Kabashi

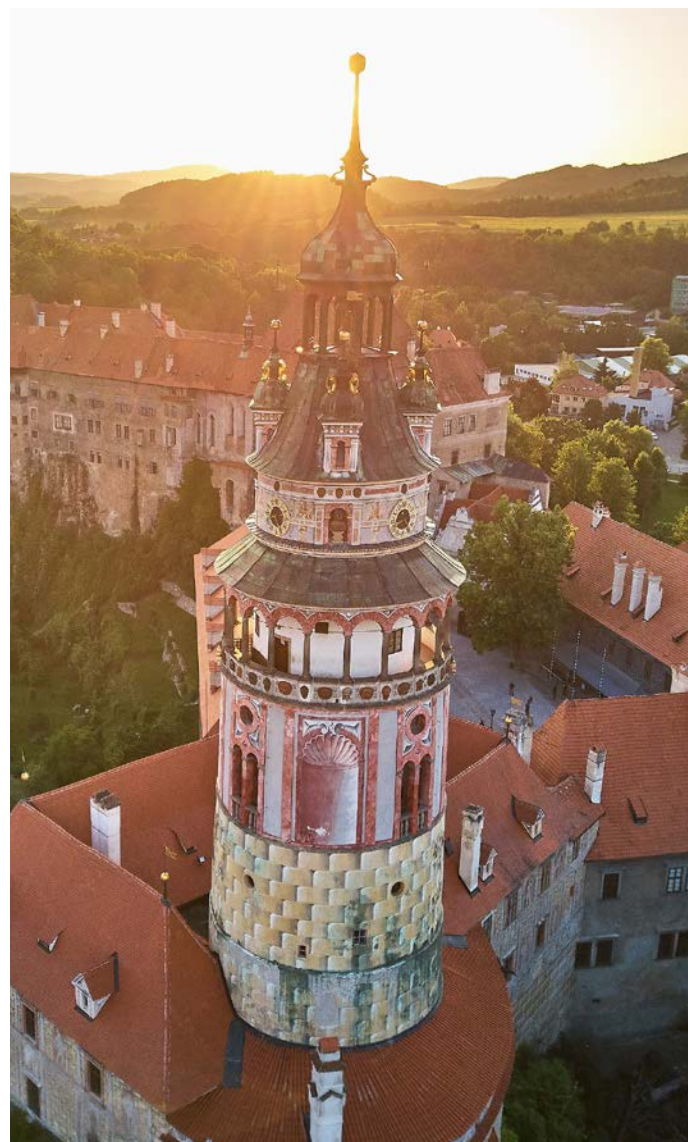


PROJEKT ŘEKA VLTAVA



PROJEKTY JCCR

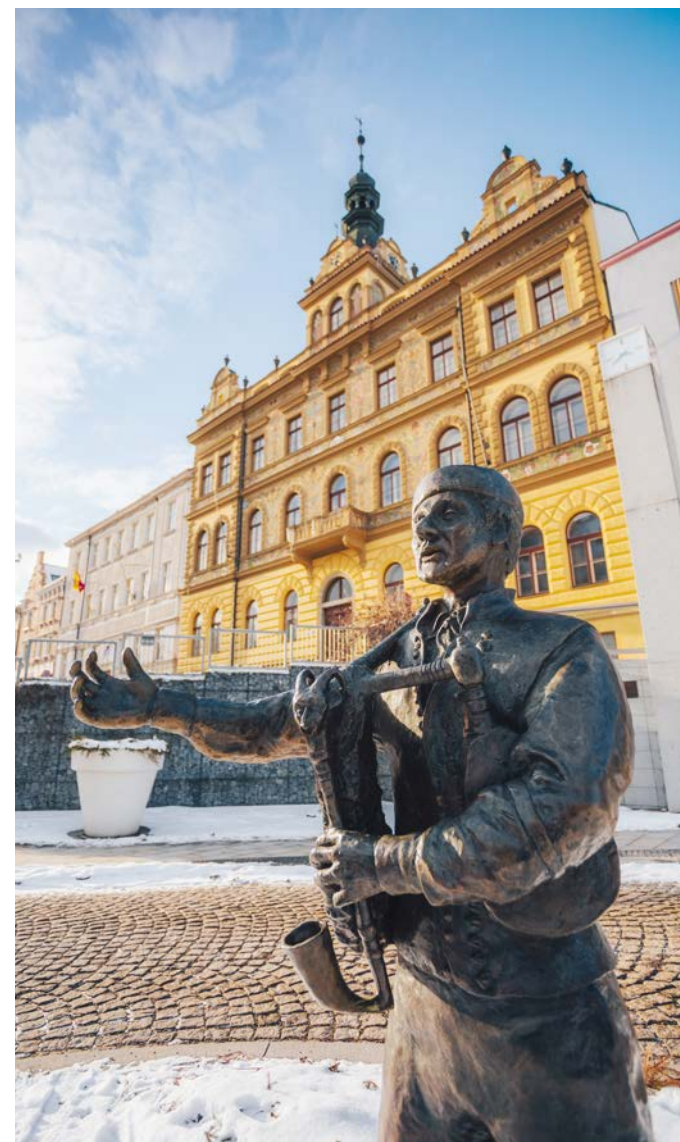
Název projektu	Elektrokola pro seniory (a nejen pro ně)																										
Označení projektu	Rozšíření sítě elektrokol v Jihočeském kraji																										
Klíčová slova projektu	senioři a handicapovaní spoluobčané, prodloužení turistické sezony, jízda na kole bez námahy																										
Doba trvání projektu	od roku 2015 do konce roku 2021																										
Vedoucí partner	Jihočeská centrála cestovního ruchu																										
Partneři projektu	jednotlivé obce s půjčovnami																										
Vedoucí projektu JCCR	Ing. Marie Machalová																										
V roce 2021 se v rámci projektu realizovalo	- úprava obsahu www.sitelektokol.cz - prodej elektrokol jednotlivým půjčovnám, které budou nadále poskytovat službu pronájmu: <table border="1"> <thead> <tr> <th>Půjčovna</th><th>Počet elektrokol</th></tr> </thead> <tbody> <tr><td>Bechyně</td><td>4</td></tr> <tr><td>Borovany</td><td>6</td></tr> <tr><td>Deštná</td><td>4</td></tr> <tr><td>Hluboká nad Vltavou</td><td>6</td></tr> <tr><td>Jindřichův Hradec</td><td>4</td></tr> <tr><td>Kaplice</td><td>2</td></tr> <tr><td>Nová Bystřice</td><td>3</td></tr> <tr><td>Nové Hradky</td><td>6</td></tr> <tr><td>Písek</td><td>2</td></tr> <tr><td>Suchdol nad Lužnicí</td><td>4</td></tr> <tr><td>Trhové Sviny</td><td>5</td></tr> <tr><td>Vodňany</td><td>4</td></tr> </tbody> </table> - projekt byl oficiálně ukončen, ale dále budou spravovány webové stránky www.sitelektokol.cz, kde budou poskytovány základní informace o jednotlivých půjčovnách	Půjčovna	Počet elektrokol	Bechyně	4	Borovany	6	Deštná	4	Hluboká nad Vltavou	6	Jindřichův Hradec	4	Kaplice	2	Nová Bystřice	3	Nové Hradky	6	Písek	2	Suchdol nad Lužnicí	4	Trhové Sviny	5	Vodňany	4
Půjčovna	Počet elektrokol																										
Bechyně	4																										
Borovany	6																										
Deštná	4																										
Hluboká nad Vltavou	6																										
Jindřichův Hradec	4																										
Kaplice	2																										
Nová Bystřice	3																										
Nové Hradky	6																										
Písek	2																										
Suchdol nad Lužnicí	4																										
Trhové Sviny	5																										
Vodňany	4																										



PROJEKTY JCCR

Název projektu	Podpora marketingových aktivit JCCR
Označení projektu	Národní program podpory CR v regionech, Podprogram Marketingové aktivity v CR, Dotační titul č. 1 – Marketingové aktivity na úrovni krajů
Klíčová slova projektu	rozvoj produktů, podpora udržitelného CR v JČ, zlepšení koordinace nabídky v jižních Čechách, zvýšení zájmu návštěvníků o jižní Čechy
Doba trvání projektu	od 1. 10. 2018 do 31. 12. 2019
Nositel projektu	Jihočeská centrála cestovního ruchu
Vedoucí projektu JCCR	Ing. Eva Borsányi
JCCR v rámci projektu realizovala v roce 2021	- zpráva o udržitelnosti projektu 1/2021 - distribuce vytvořených materiálů

PROJEKT PODPORA MARKETINGOVÝCH AKTIVIT JCCR



PROJEKTY JCCR

Název projektu	Marketingové aktivity JCCR
Označení projektu	Národní program podpory CR v regionech, Podprogram Rozvoj základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu, Dotační titul č. 1 – Marketingové aktivity na úrovni krajů
Klíčová slova projektu	rozvoj produktů, podpora udržitelného CR v JČ, zlepšení koordinace nabídky v jižních Čechách, zvýšení zájmu návštěvníků o jižní Čechy
Doba trvání projektu	od 1. 3. 2019 do 31. 12. 2020
Nositel projektu	Jihočeská centrála cestovního ruchu
Vedoucí projektu JCCR	Ing. Eva Borsányi
JCCR v rámci projektu realizovala v roce 2021	- závěrečná zpráva o realizaci projektu 1/2021 - distribuce vytvořených materiálů prostřednictvím jednotlivých turistických oblastí a TIC, omezeně i prostřednictvím veletrhů a propagačních akcí - v rámci ukončení projektu proběhly a byly dokončeny všechny plánované aktivity

PROJEKT MARKETINGOVÉ AKTIVITY JCCR





PROJEKTY JCCR

Název projektu	Podpora marketingových aktivit v jižních Čechách
Označení projektu	Národní program podpory CR v regionech, Podprogram Rozvoj základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu, Dotační titul č. 1 – Marketingové aktivity na úrovni krajů
Klíčová slova projektu	rozvoj produktů, podpora udržitelného CR v JČ, zlepšení koordinace nabídky v jižních Čechách, zvýšení zájmu návštěvníků o jižní Čechy
Doba trvání projektu	od 1. 9. 2020 do 31. 12. 2021
Nositel projektu	Jihočeská centrála cestovního ruchu
Vedoucí projektu JCCR	Ing. Eva Borsányi
JCCR v rámci projektu realizovala v roce 2021	• realizace projektových aktivit v průběhu r. 2021 • vytvoření a tisk brožury Jižní Čechy – Perla České republiky v jazykových mutacích polština, maďarština a holandština • vytvoření a tisk brožury Památky v jižních Čechách v jazykových mutacích polština, maďarština a holandština • vytvoření jazykových mutací webu Jižní Čechy v polštině: www.jiznicechy.cz/pl, maďarštině: www.jiznicechy.cz/hu, španělštině: www.jiznicechy.cz/es a francouzštině: www.jiznicechy.cz/fr • mediální kampaň Jižní Čechy opravdová láska v Polsku, Maďarsku a Nizozemí: bannerová kampaň formou RTB, Facebook kampaň včetně Instagramu, Video kampaň v síti Google • distribuce vytvořených materiálů prostřednictvím jednotlivých turistických oblastí a TIC • ukončení projektu 12/2021, proběhly a byly dokončeny všechny plánované aktivity

PROJEKT PODPORA MARKETINGOVÝCH AKTIVIT V JIŽNÍCH ČECHÁCH



PROJEKTY JCCR

Název projektu	Marketingové aktivity v jižních Čechách
Označení projektu	Národní program podpory CR v regionech, Podprogram Marketingové aktivity v CR, Dotační titul č. 1 – Marketingové aktivity na úrovni krajů
Klíčová slova projektu	rozvoj produktů, podpora udržitelného CR v JČ, zlepšení koordinace nabídky v jižních Čechách, zvýšení zájmu návštěvníků o jižní Čechy
Doba trvání projektu	od 1. 11. 2021 do 31. 12. 2022
Nositel projektu	Jihočeská centrála cestovního ruchu
Vedoucí projektu JCCR	Ing. Eva Borsányi
JCCR v rámci projektu realizovala v roce 2021	• příprava projektu • podání žádosti o dotaci 9/2021

PROJEKT MARKETINGOVÉ AKTIVITY V JIŽNÍCH ČECHÁCH



VLASTNÍ AKTIVITY JCCR KAMPAŇ DOVOLENÁ V JIŽNÍCH ČECHÁCH

V rámci podpory návštěvnosti regionu připravila JCCR podzimní kampaň na podporu prodloužení turistické sezóny od září do konce listopadu 2021. Její realizace byla schválena Radou kraje na jejím jednání dne 16. 09. 2021, usnesením č. 1003/2021/RK-24.

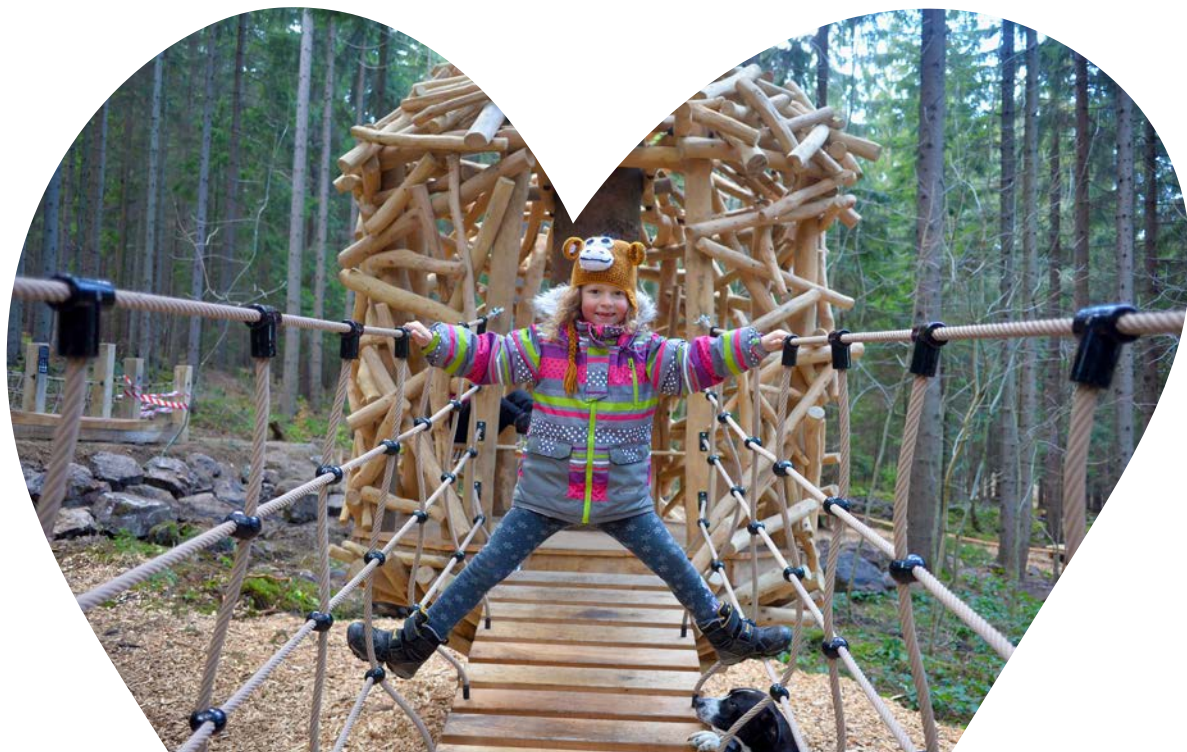
Součástí této kampaně byla, mimo jiné, motivační soutěž, v jejímž rámci bylo postupně propagováno celé území kraje prostřednictvím devíti turistických oblastí regionu. Návštěvníci, kteří se ubytovali v období září–listopad 2021 prostřednictvím portálu www.dovolenajiznicechy.cz, měli možnost získat finanční příspěvek Jihočeského kraje na uplatněný pobytový voucher ve výši max. 10.000 Kč. Všichni hosté, kteří v daném období realizovali své pobyty v jižních Čechách prostřednictvím výše uvedeného portálu, měli dále možnost se účastnit slosování o hlavní cenu v podobě týdenní dovolené v jižních Čechách v roce 2022 v hodnotě 20.000 Kč, v ubytovacím zařízení dle vlastního výběru.

Podzimní voucherová kampaň představovala procentuální slevu nebo bonus určený ubytovatelem. Konkrétní podmínky slevy / bonusu byly k dispozici na webové stránce projektu, přímo u karty ubytovacího zařízení. Program byl určen pro skupiny od 2 do 6 osob, s pobytem min. 2 noci a max. 7 nocí. O voucher bylo možné žádat opakovaně a platil i pro cizince. Podmínky voucherů byly částečně odlišné u turistické oblasti Budějovicko, která v rámci svého dotačního programu garantovala všem slevu 30 % (resp. max. 300 Kč /osoba / noc), a to až do konce prosince 2021.

Celkový počet zapojených ubytovacích zařízení	125
Celkový počet vystavených voucherů	275
Počet hostů	685
Průměrný počet nocí na uplatněných voucherech	3,47

Největší zájem zaznamenala turistická oblast Budějovicko, kde byl voucher uplatněn v 76 případech.

Komunikace s potenciálními návštěvníky probíhala především online – na webové stránce dovolenajiznicechy.cz, ostatních webech JCCR a jednotlivých turistických oblastí, sociálních sítích Facebook a Instagram, či vyhledávacích platformách (reklama Google Ads & Sklik).



VLASTNÍ AKTIVITY JCCR TRAVELCON 2021



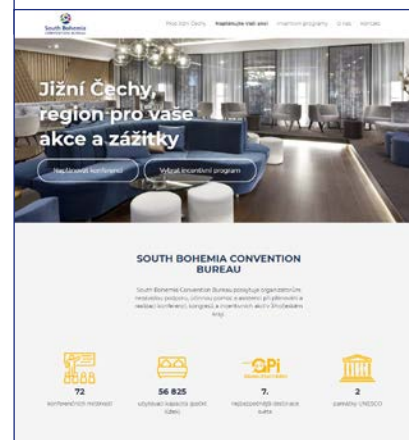
Datum	15.–16. 4. 2021
Formát	on-line konference
Místo vysílání	• DK Metropol České Budějovice (sál zelený a oranžový) • Mediální centrum Orbis (CzechTourism)
Hlavní organizátor	• Jihočeská centrála cestovního ruchu • Jihočeský kraj • turistická oblast Budějovicko
Hlavní partner	Agentura CzechTourism
Hlavní mediální partner	C.O.T. media
Realizační tým JCCR	Petra Nitrianská, Mgr. Jaroslava Janečková, Ing. Marie Machalová
Technická realizace	Borovka event
Zaměření	odborná konference cestovního ruchu má za cíl ukázat současné trendy cestovního ruchu a přispět k celkovému zlepšení kvality služeb v odvětví turismu
Zajímavosti	• 5. ročník • 2 dny, 2 paralelní sekce • konference byla kompletně on-line streamovaná • počet registrovaných účastníků: 600+ (subjekty cestovního ruchu, podnikatelé, DMO, partneři, blogeri, eventové agentury, studenti cestovního ruchu) • 50 přednášejících ve 3 studiích • 1 500+ zhlédnutí záznamu • moderátoři: Filip Horký, Vojen Smíšek • hlavní témata: zákon o cestovním ruchu, co dělat pro přežití v současné době, investiční příležitosti, dlouhodobý efekt pandemie na odvětví turismu

TRAVELCON



VLASTNÍ AKTIVITY JCCR

Program	Czech Convention Bureau
Hlavní organizátor	Ministerstvo pro místní rozvoj prostřednictvím agentury CzechTourism
Spoluorganizátoři za JČ	Jihočeský kraj prostřednictvím JCCR
Manažeři projektu za JCCR	• Ing. Klára Polášková • Mgr. Jaroslava Janečková • Bc. Ondřej Flemr
Zaměření	MICE turistika – kongresová, konferenční, firemní a incentivní turistika
V roce 2021 bylo uskutečněno	• Účast na on-line workshopech, prezentacích a školeních • Aktualizace a překlad webu www.sbcby.cz do angličtiny



Webová prezentace
www.sbcby.cz



Brožura SBCB

SOUTH BOHEMIA CONVENTION BUREAU

VLASTNÍ AKTIVITY JCCR

JIHOČESKÁ FILMOVÁ KANCELÁŘ

V rámci koordinace tohoto projektu se jedná téměř vždy o reakce na poptávky producentů či na poptávky od Czech Film Commission.



VLASTNÍ AKTIVITY JCCR

PROJEKT HIPOSTEZKY

Oddělení domácího cestovního ruchu ve spolupráci s analytikem JCCR a ve spolupráci se zástupci potenciálních hipostanic připravilo administrativní rozhraní pro veřejný web, který bude postaven na obchodní bázi a který bude předmětem jednání k projektu v roce 2022.

V rámci projektu dále probíhá komunikace se zástupci KČT o možném vyznačování nových a sběru dat o stávajících hipostezkách a hipotrasách.



VLASTNÍ AKTIVITY JCCR

Vedoucí projektu za JCCR



INTERNETOVÝ OBCHOD (E-SHOP)

Petra Jelínková

V souvislosti s aktuálním tématem Jižní Čechy opravdová láska zde byly postupně nabízeny i nové propagační materiály a turistické předměty JCCR. Zájemci zde za mimořádně příznivé ceny mohli objednávat trička, hrnečky, deštníky, klíčenky, roušky, plátěné tašky, propisky, papírové tašky, papírové desky, placky, odznaky, samolepky, pohlednice, mapy, průvodce, knihy, klobouky a další turistické a propagační materiály zaměřené na jižní Čechy.

Adresa e-shopu: <https://eshop.jiznicechy.cz>

Online nabídka zahrnuje materiály:

- Jihočeské centrály cestovního ruchu
- Certifikovaných turistických oblastí Jihočeského kraje
- Nadace Jihočeské cyklostezky

Nabídka je přehledně uspořádána do kategorií:

- Turistické materiály
- Knihy a časopisy
- Reklamní předměty
- Regionální produkty
- Předprodej vstupenek na vzdělávací konferenci Travelcon
- Elektrokola

Cílová skupina: Mezi hlavní zákazníky e-shopu patří návštěvníci regionu i místní obyvatelé, jihočeská turistická informační centra a různé podnikatelské subjekty, jako jsou například hotely, restaurace, cestovní kanceláře a agentury, provozovatelé atraktivit cestovního ruchu a podobně.

K začátku roku 2022 je e-shop pozastaven a nadále bude obsah přesměrován na web www.jccr.cz a www.jiznicechy.cz.

VLASTNÍ AKTIVITY JCCR

SPOLUPRÁCE S AGENTUROU CZECHTOURISM

Spolupráce s CzechTourism po celý rok, např.:

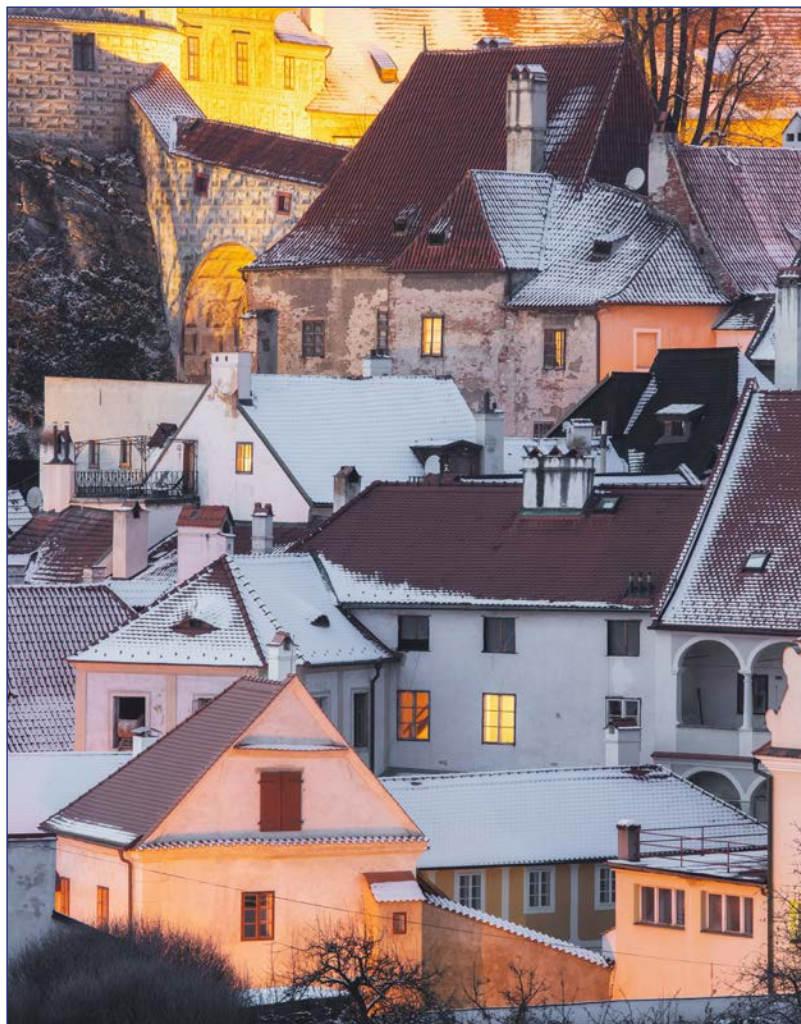
- průběžné zasílání informací z celého území k dalšímu využití agentury CzechTourism
- koordinace činností v oblasti – spolupráce při přípravě aktivity agentury CzechTourism a jejích zahraničních zastoupení jako jsou press/fam/influencer tripy, incomingové a tuzemské kampaně, eventy; spolupráce při přípravě obsahů pro destinační/korporátní web a sociální sítě
- JCCR zajišťuje krajského koordinátora, který se podílí na tvorbě řízení cestovního ruchu v ČR. Setkávání krajských koordinátorů probíhá 4x ročně. Krajským koordinátorem za Jihočeský kraj v roce 2021: Ing. Jaromír Polášek (do 6/2021) a Mgr. Petr Soukup (od 7/2021)

Marketingové aktivity:

- koordinaci marketingových aktivit za JCCR zastupuje Ing. Marie Machalová (od 4/2021)
- kampaň #světovéČesko 2021
 - podklady pro články
 - spolupráce na pořadu TV Nova – Loskuták na výletě
 - spolupráce na pořadech ÓČKO TV – Užít Česko a Mixxxer
 - spolupráce na kampani v rádiu Evropa 2 – soutěže

CzechTourism

#světovéČesko



VLASTNÍ AKTIVITY JCCR

ÚKLIDOVÁ AKCE „#NEJSEMPRASE“



JCCR je partnerem této iniciativy, která má lidem vysvětlit, jak se v přírodě chovat. V červenci se iniciátoři kampaně vypravili vyčistit frekventované turistické stezky kolem Vltavy mezi Loučovicemi a Vyším Brodem. K výzvě se přidali také zástupci Jihočeské centrály cestovního ruchu. Během dvanáctikilometrového pochodu pomohli účastníci úklidové akce Šumavě od 200 litrů volně odhozeného odpadu po nezkusných výletnicích.

www.nejsemprase.cz

ÚKLIDOVÁ AKCE „ČIŠTĚNÍ VLTAVY“



JCCR je partnerem Sdružení pro Vltavu, které každoročně pořádá akci Čištění Vltavy. Již podruhé se zúčastnili i zástupci JCCR.

Akce proběhla 11. září 2021, hlavním organizátorem akce byl spolek Sdružení pro Vltavu, z. s., ve spolupráci s Povodím Vltavy, s. p., Jihočeskou centrálou cestovního ruchu, spolkem Uklidme Česko, z. s., Českým svazem ochránců přírody a Spolkem Vltava, z. s., již 27. ročník Čištění Vltavy. Vyčištěn byl opět úsek řeky Vltavy z Vyššího Brodu do Boršova nad Vltavou dlouhý 70,7 km, který vodáci využívají nejvíce.

Vlastní **čištění** bylo zorganizováno z tábořiště v Novém Spolí u Českého Krumlova. Řeka Vltava byla rozdělena na **12 úseků**, každý byl čištěn po obou březích a v korytě řeky. Zúčastnilo se celkem **278 dobrovolníků**. Díky Povodí Vltavy byl průtok vody v řece snížen na minimum (6 m³/s) a bylo možno vyčistit i dno řeky. Celkem bylo naplněno přes **500 pytlů** převážně drobným odpadem.

VELETRHY A PREZENTACE CESTOVNÍHO RUCHU

Domácí veletrhy cestovního ruchu

NÁZEV	MÍSTO	TERMÍN
Holiday World & Region World	Praha	zrušeno

- plán byl účastnit se, ale zrušeno (opatření Covid-19)

Zahraniční veletrhy cestovního ruchu

NÁZEV	MÍSTO	TERMÍN
ITB Berlin NOW (on-line účast)	Berlín (Německo)	9.–12. 3. 2021
Ferien Messe (on-line účast)	Vídeň (Rakousko)	7.–8. 5. 2021
Touristik & Caravaning	Lipsko (Německo)	17.–21. 11. 2021
European Dog Show 2021	Budapešť (Maďarsko)	28.–31. 12. 2021



Další významné akce a prezentace

NÁZEV	MÍSTO	TERMÍN
Rallye South Bohemia Classic	Weitra (Rakousko)	11. 9. 2021
Městské slavnosti – Týden sousedů (ve spolupráci s OKPP)	Wunsiedel (Německo)	17.-19. 9. 2021
Canaletto (městské slavnosti)	Drážďany (Německo)	1.-3. 10. 2021
Z Volar na kole i pěšky – Ukončení cyklosezóny a turistické sezóny na Zlaté stezce (ve spolupráci s NJC)	Volary	9. 10. 2021
Barevná devítka	Praha	zrušeno
Gastrofest podzim	České Budějovice	zrušeno

Semináře, školení a workshopy

NÁZEV	MÍSTO	TERMÍN
Fórum cestovního ruchu	Praha	23. 11. 2021
Účast na exportních workshopech zahraničních zastoupení CzechTourism	On-line	celoročně
Školení CzechTourism v různých oblastech cestovního ruchu	On-line	celoročně



MARKETINGOVÉ MATERIÁLY A PUBLIC RELATIONS

Marketingové materiály 2021

Ediční činnost

- Vytvoření a tisk brožury Jižní Čechy – Perla České republiky v jazykových mutacích polština, maďarština a holandština
- Vytvoření a tisk brožury Památky v jižních Čechách v jazykových mutacích polština, maďarština a holandština
- Dotisk brožury Opravdový camping a glamping v jižních Čechách



FAM A PRESS TRIPY 2021

Na rok 2021 byla naplánována řada Press a Fam tripů. Bohužel v rámci opatření spojených s globální pandemií Covid-19 byla uskutečněna pouze dílčí část. V některých případech byla JCCR hlavním organizátorem, v jiných spoluorganizátorem. Cílem vždy bylo rozšíření povědomí o atraktivitách cestovního ruchu v jižních Čechách přes tuzemská i zahraniční média, influencery, zástupce CK/CA či jiné odborníky a firmy zabývající se oblastí cestovního ruchu.



Press a Fam tripy oddělení Domácího cestovního ruchu 2021

NÁZEV FAM / PRESS TRIPU	CÍLOVÁ ZEMĚ	TERMÍN
Jan Hocek – Zlatá stezka	ČR	23.–25. 10. 2021
B2B trip touroperátoři (kooperace s CzT)	ČR	24.–26. 11. 2021

Pozn.: Řada press a fam tripů byla realizovaná v rámci aktivit jednotlivých turistických oblastí (odpovídá za ně produktový manažer JCCR příslušné oblasti)

Press a Fam tripy oddělení Blízkých a Vzdálených zahraničních trhů 2021

NÁZEV FAM / PRESS TRIPU	CÍLOVÁ ZEMĚ	TERMÍN
Fam trip pro polské cestovní kanceláře	Polsko	5.–8. 7. 2021
Juhran – press trip řeka Vltava	Německo	9.–13. 7. 2021
Rettig – press trip karavaning Šumava	Německo	2.–7. 8. 2021
Press trip SaltaConnmigo	Španělsko	9.–13. 8. 2021
Polští bloggeři	Polsko	16.–20. 8. 2021
Liebenberger – kanoe na Vltavě - video	Rakousko/Německo	19.–21. 8. 2021
Press trip Motociclismo	Itálie	6.–12. 9. 2021
Cyklo press trip Stezka železné opony	Skandinávie a Benelux	14.–17. 9. 2021
Press trip Budgettraveller	Německo	27. 9. – 3. 10. 2021
Cyklo press trip Wielerflits	Nizozemí	29. 9. – 1. 10. 2021
Oldtimer magazin	Německo	4.–7. 10. 2021
Press trip Stezka údolím Lužnice	Nizozemí	4.–7. 10. 2021
Press trip pěší turistika	Benelux	7.–10. 10. 2021
Mega fam trip Mexiko	Mexiko	23.–24. 10. 2021
Fam trip FDM Travel	Dánsko	25.–26. 10. 2021
Press trip Planeta Juan	Latinská Amerika	13.–15. 11. 2021
Althaus – památky a města jižních Čech	Německo	21.–27. 11. 2021
Fam trip Jižní Korea	Jižní Korea	27.–28. 11. 2021
Influencer trip Jižní Korea	Jižní Korea	5.–7. 12. 2021
Press trip The Historian Traveller	Velká Británie	7.–9. 12. 2021

PREZENTACE REGIONU V ZAHRANIČNÍCH MÉDIÍCH

Tisk:

- SME (Slovensko) - PR článek, redakční článek, vydáno, 26. 6. 2021, památky, zajímavosti, tipy na dovolenou
- Innside – PR článek, vydáno 2. 7. 2021, pozvánka na památky
- Innside – PR článek, vydáno 3. 9. 2021, Aktivní turistika – Zlatá stezka, cykloturistika
- Innside – PR článek, vydáno 2. 12. 2021, Advent v jižních Čechách
- Meridian – PR článek, vydáno 10. 12. 2021, PR článek v časopisu společnosti Jídelní a lůžkové vozy, distribuováno v mezinárodních a vnitrostátních spojích ČD (CZ, SK, AT, DE, HU, PL, SWI), téma zimní dovolená v jižních Čechách
- Kreuz und Quer durch Tschechien, vydáno červen 2021, tipy na dovolenou v jižních Čechách

online:

- Online kampaň Polsko, Maďarsko, Nizozemí, Kampaň Objevte krásy jižních Čech, červen-říjen 2021, RTB, FB + IG display, CPC, CPT, OutStream, YouTube
- FB kampaň Rakousko, Německo, profil Südböhmen, Kampaň Objevte krásy jižních Čech, 10. 6. – 31. 10. 2021, sponzoring příspěvků a reklamní bannery
- On-line soutěže se ZZ Slovensko, 2x soutěž na IG profilu CzT Slovensko, září 2021, 2x on-line soutěž o pobyt v jižních Čechách

Natočení reklamního spotu Zážitky nestárnou, pro kampaň 2022, video 30 a 60 sekund, ve spolupráci s FAMO Písek

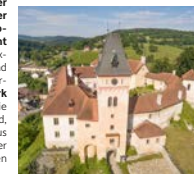
Spotová kampaň ve vybraných prodejnách Tesco na Slovensku od 15.–30. 3. 2021.

HALLO NACHBARN!
WIR KÖNNEN EUREN BESUCH
IN SÜDBÖHMEN KAUM ERWARTEN

Erleben Sie die sommerliche Atmosphäre der historischen Städte und Kleinstädte und entdecken Sie die uralte Schönheit der südböhmischen Burgen, Schlösser und Klöster. „In Südböhmen Denkmäler leben.“

Schloss Vimperk

Ende Mai wurde die **Sanierung und Erneuerung des Oberen Schlosses** in der Stadt Vimperk (dt. Winterberg) abgeschlossen. Die neue **Schlossbesichtigungsrout**e wird die Besucher mit dem **Adelsgeschlecht der Novohrader von Kolowrat (Novohradský z Kolovrat)** bekannt machen. Die modernisierten Expositionen zum Buchdruck und der Glasherstellung im neu eröffneten **Museum von Vimperk** wurden durch Räume ergänzt, die dem Goldenen Steig, der Jagd, dem Sport und dem Tourismus sowie dem Böhmerwald und der Stadt Vimperk in der bildenden Kunst gewidmet sind.



Schloss Jindřichův Hradec

Für Familien mit Kindern im Alter von 3 bis 8 Jahren hat das Schloss Jindřichův Hradec (dt. Neuhaus) eine Neuigkeit in Form einer **Besichtigungsrout**e für Kinder „Jindřichův Hradec durch die Augen der Czerin-Kinder“ vorbereitet, die die Besichtigung einer der erhaltenen Adelsuiten des Schlosses mit einem Esszimmer, dem Elternschlafzimmer, aber auch mit einem Klassenzimmer und einem Kinderzimmer aus der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts umfasst. Ab August findet in der Schlossgalerie die **Ausstellung „Kronjuwelen zum Greifen nah“** statt.



Kloster Zlatá Koruna

Neu werden spezielle **Touren für Familien mit Kindern mit dem Abt des Klosters Zlatá Koruna (dt. Goldenkron)** angeboten. Auch ein Raum mit Mönchstouren wird zu sehen sein. Die Besichtigungsrout



Burg Nové Hradky

Die Burg Nové Hradky (dt. Burg Gratzen) wird eine neue Besichtigungsrout

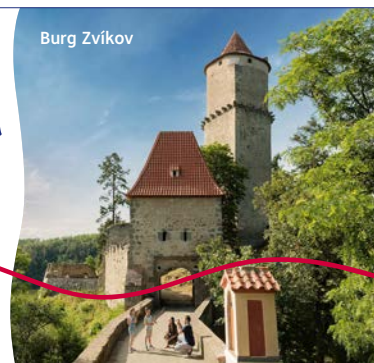


www.jiznicechy.cz/de
Südböhmen

Entdecken
Sie die Schönheiten
von Südböhmen

#VisitCzechRepublic

Südböhmen
wahre Liebe



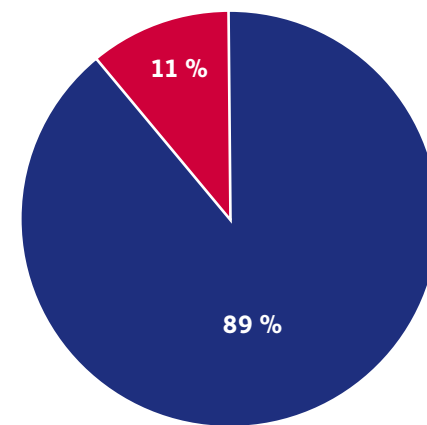
SPOLUPRÁCE S MÉDIÍ 2021

JCCR v roce 2021 vyprodukovala celkem **40 tiskových zpráv**, které byly uveřejněny v řadě mediálních titulů. Tiskové zprávy jsou uveřejňovány již v drtivé většině v on-line prostředí (internet), a to z 89 % oproti tiskové verzi médií.

Tiskové zprávy, které zaujaly nejvyšší počet mediálních titulů:

1. Podzimní pobyt na jihu Čech může být dovolenou zdarma / **39 titulů (září)**
2. Podzim je ideálním obdobím k výstupům na vrcholky Novohradských hor / **36 titulů (říjen)**
3. Jižní Čechy jsou opět na špici zájmu turistů / **34 titulů (srpen)**
4. Orlické přehradě je letos šedesát let / **27 titulů (červen)**
5. Podzimní Písecko - Blatensko chytí každého za srdce / **26 titulů (září)**

- **GRP (kumulovaná sledovanost v populaci)** JCCR činí 348 bodů, což představuje dosah přes **29 milionů lidí**. Cílovou skupinou je pro tento ukazatel věková hranice „všichni 15+“ (osoby starší 15 let)
- **AVE (ekvivalentní hodnota inzerce nebo také ekvivalent reklamní plochy)** – celková hodnota AVE za rok 2021 byla **7 839 498 Kč**. Jedná se o částku, kterou JCCR ušetřila. Skutečným nákladem je pouze cena za tiskové zprávy.



♥ Internet (455)

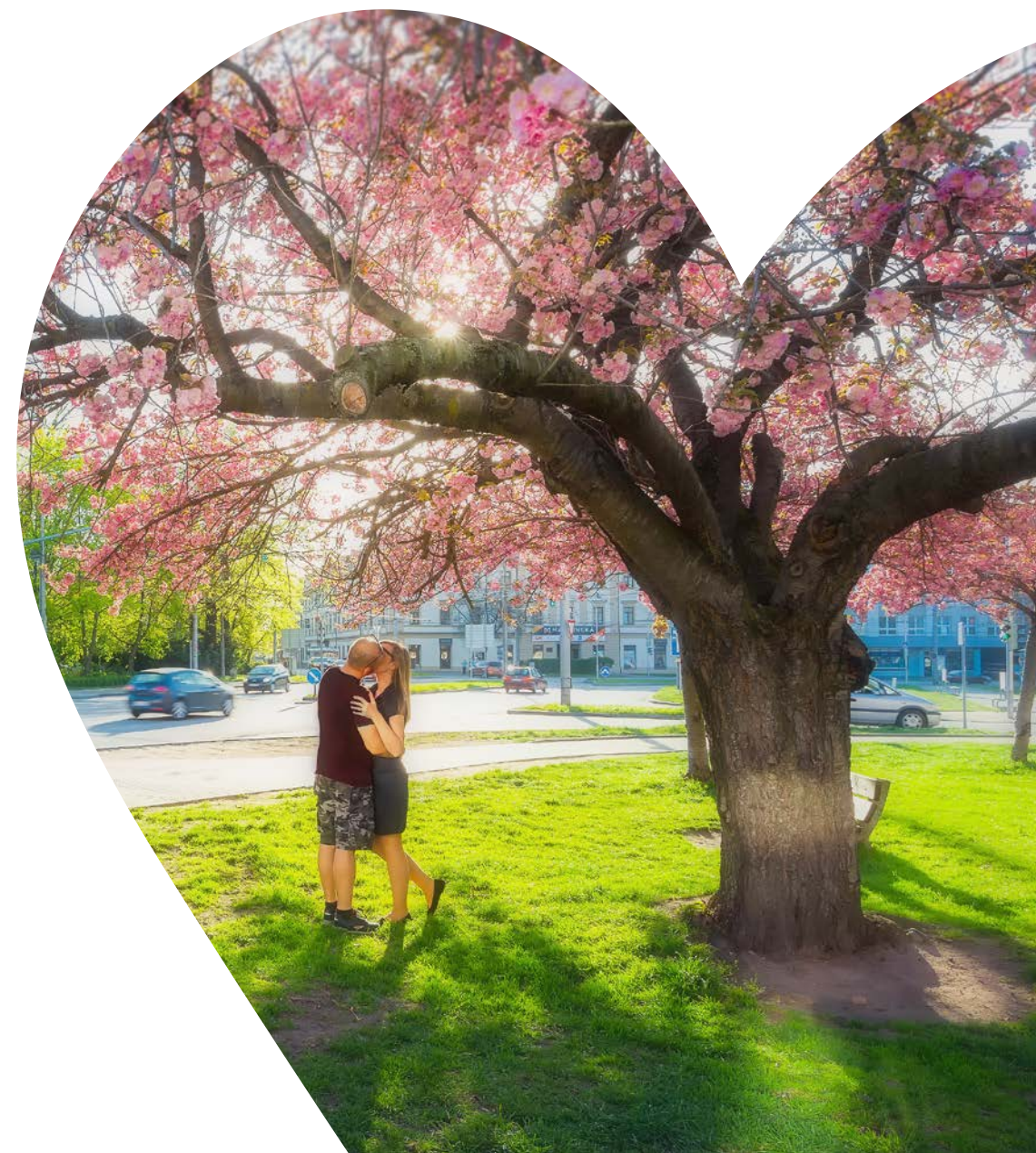
♥ Tisk (54)



• spolupráce s magazíny:

- KAM po Česku
- Všudybyl
- BudLive
- Barbar
- TTG
- COT Media
- Mediální skupina Mafra – Mladá fronta Dnes, 5+2
- Deník Vltava Labe Media
- Vydavatelství MCU – Turistický průvodce, inzerce na turistických mapách v JČ
- CNC center – časopisy Blesk pro ženy, Aha pro ženy, Maminka, Bydlení
- In Publishing – Magazín ICE
- RF Hobby – Top 100 destinací v ČR
- Magazín LUI
- INNSIDE (německý magazín)
- SME (Slovenský deník)
- The Gap Year Travel Guide (inzerce v anglickém jazyce)
- Viajar pelo Mundo (inzerce v brazilském cestovatelském magazínu)

- spolupráce se zpravodajským internetovým portálem Budějcká drbna
- spolupráce s MERIDI – Jihočeská regionální televize Jižní Čechy
- kampaň na světelných obrazovkách v Čechách a na Moravě
- kampaň Sklik (www.seznam.cz)
- cityLight vitríny v Praze



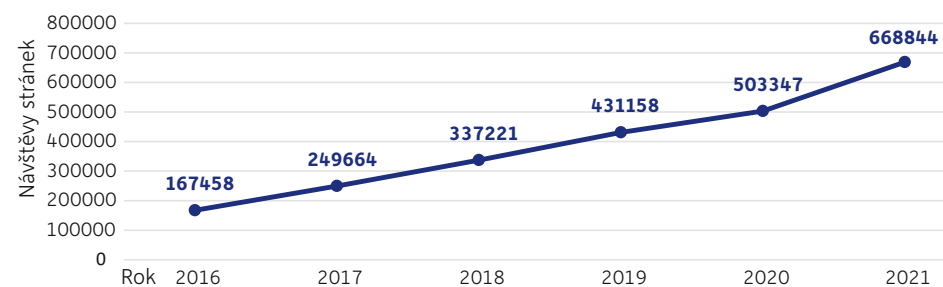
WEBOVÁ PREZENTACE JCCR

Turistický portál www.jiznicechy.cz

Oficiální informační systém cestovního ruchu jižních Čech slouží jako základní nástroj pro informování návštěvníků regionu. V roce 2021 se i přes nepříznivou situaci v souvislosti s pandemií Covid-19 podařilo udržet meziroční vzrůstající zájem o tento web a oproti roku 2019 i 2020 návštěvnost stále narůstala – oproti roku 2020 téměř o 33 %. Vysoká návštěvnost byla podpořena především reklamními kampaněmi, odkazujícími na tento web. V roce 2022 je plánována modernizace stávajícího vzhledu stránek.

UKAZATEL	HODNOTA, PROCENTO	POZNÁMKA
Návštěvy stránek	668 844	meziroční navýšení o 32,9 %
Uživatelé	586 042	meziroční navýšení o 25,7 %
Podíl nových návštěv / vracejících se	77,4 % / 22,6 %	meziroční navýšení vracejících se o 0,9 %
Míra okamžitého opuštění	82,4 %	meziroční navýšení o 10 %
Průměrná doba návštěvy	145,6 s	meziroční navýšení o 48,6 sekund

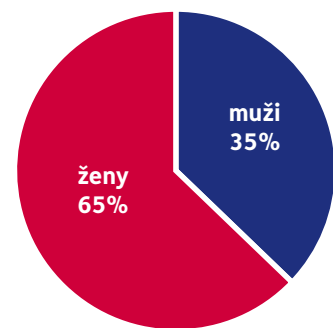
Vývoj návštěv webových stránek 2016–2021



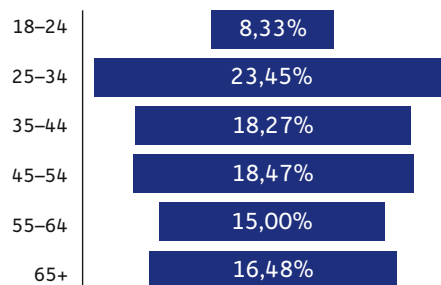
Návštěvnost webu podle pohlaví, věkové kategorie a lokality

Návštěvnost stránek dle pohlaví a věku návštěvníka se oproti minulému roku změnila jen nepatrně. Z níže uvedeného srovnání vyplývá, že mezi návštěvníky stránek převažují ženy. Z pohledu věku byl o stránky největší zájem, stejně jako v roce 2020, mezi věkovou skupinou od 25 do 34 let. V tomto věkovém rozmezí se pohybovalo přes 23 % návštěvníků stránek. Z hlediska zemí byly webové stránky nejvíce vyhledávány v tuzemsku, a to z téměř 47 %, což je oproti roku 2020 výrazný pokles. Tento fakt je dán především masivní internetovou kampaní na sousední zemi. Velký zájem návštěvníků vzbudil web jižních Čech v Polsku (21,5 %), Nizozemsku (15 %) a Maďarsku (12 %).

Návštěvnost webu podle pohlaví v roce 2021



Návštěvnost webu podle věku v roce 2020



Používané zařízení pro vyhledávání na webu

Nejčastěji využívaným zdrojovým zařízením pro vyhledávání na webu jižních Čech byl opět mobilní telefon (52,5 %). Stolní počítač nebo notebook využilo 43,3 % návštěvníků a tablety či jiné zařízení 4,2 %). Potvrdil se tedy trend z minulého roku, že weboví návštěvníci využívají k vyhledávání již více mobilní telefony než počítače.

Internetové stránky www.jccr.cz

Oficiální web Jihočeské centrály cestovního ruchu je určen spíše pro odbornou veřejnost. Přináší informace o aktivitách a projektech Jihočeské centrály cestovního ruchu, aktuality, tiskové zprávy a popis činností či služeb.

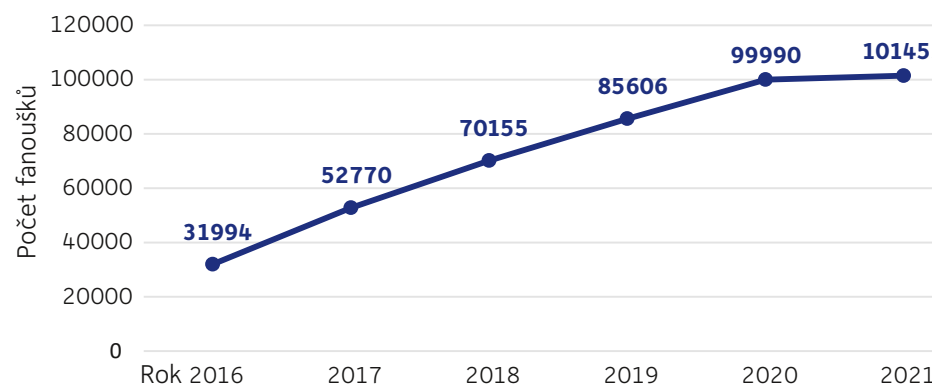
FACEBOOK

f Jižní Čechy (CZ)

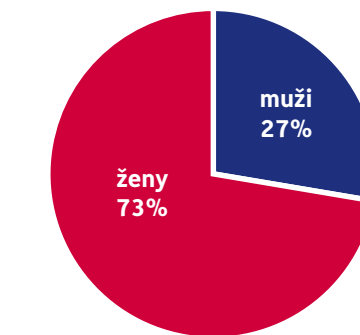
Na facebookovém profilu Jižní Čechy se, i přes přetrvávající nepříznivé podmínky v cestování, povedlo zachovat rostoucí trend zájmu z minulých let.

UKAZATEL	HODNOTA, PROCENTO	POZNÁMKA
Počet fanoušků	101 453	meziroční navýšení o 1,5 %
Dosah	56 569 728	meziroční navýšení o 7,8 %
Počet příspěvků	1 234	meziroční navýšení o 1,8 %
Hodnocení	4,8 / 5,0	meziročně nezměněno
Zhlédnutí videí	3 094 243	meziroční navýšení o 157,2 %

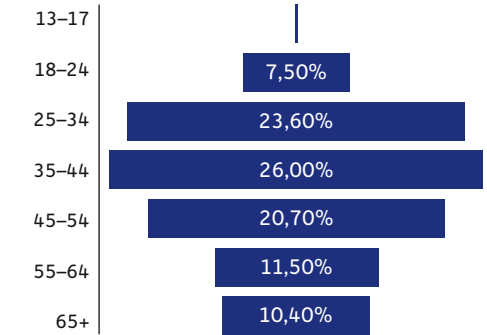
Vývoj přihlášených fanoušků 2016–2021



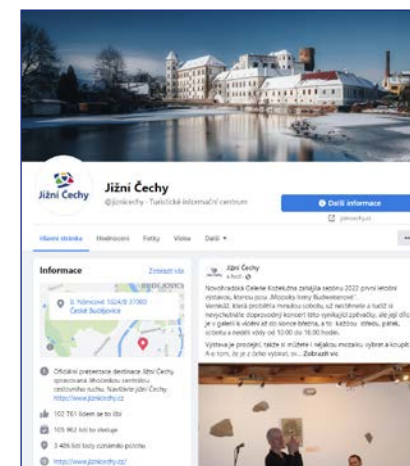
Návštěvnost fanoušků podle pohlaví (denní průměr)



Návštěvnost fanoušků podle věku (denní průměr)



Turistický portál www.jiznicechy.cz



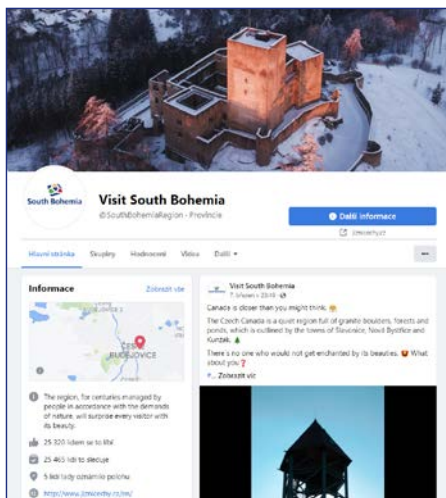
Facebook Jižní Čechy (CZ)

FACEBOOK

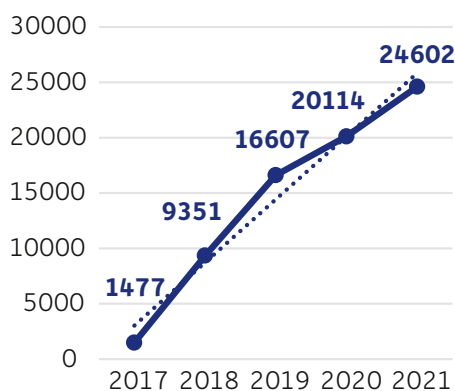
f Visit South Bohemia region (EN)

Anglická verze Facebooku Jižní Čechy, si i přes nepříznivé podmínky pro zahraniční cestovní ruch zachovala nárůst zájmu z minulých let.

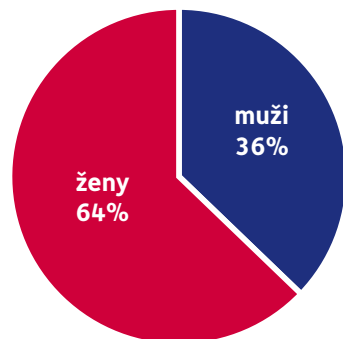
UKAZATEL	HODNOTA, PROCENTO	POZNÁMKA
Počet fanoušků	24 602	meziroční navýšení o 22,3 %
Dosah	3 111 835	meziroční navýšení o 9,5 %
Počet příspěvků	96	meziroční navýšení o 18,5 %
Hodnocení	-	není k dispozici
Zhlédnutí videí	57 344	meziroční navýšení o 65,2 %



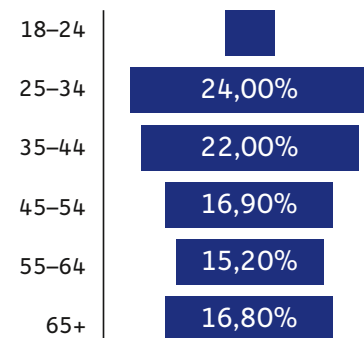
Meziroční vývoj počtu fanoušků (2017–2021)



Návštěvnost fanoušků podle pohlaví (denní průměr)



Návštěvnost fanoušků podle věku (denní průměr)

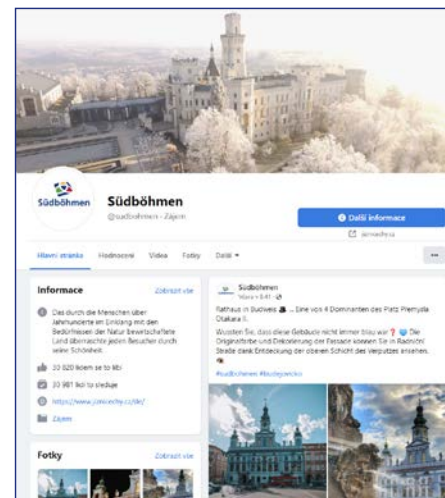


FACEBOOK

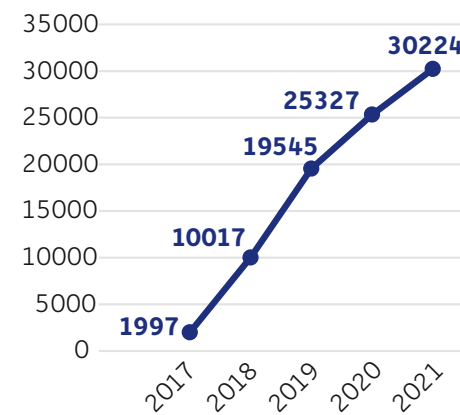
f Südböhmen (DE)

Německá verze Facebooku Jižní Čechy jeví taktéž vzrůstající tendenci zájmu. Především se podařilo zvýšit razantně dosah stránky.

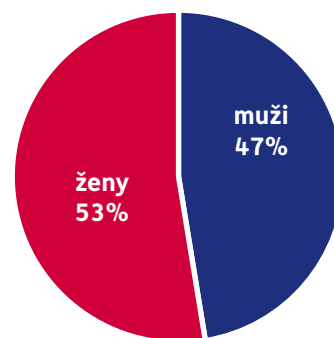
UKAZATEL	HODNOTA, PROCENTO	POZNÁMKA
Počet fanoušků	30 224	meziroční navýšení o 19,3 %
Dosah	4 539 989	meziroční navýšení o 145,1 %
Počet příspěvků	96	meziroční navýšení o 6,7 %
Hodnocení	-	není k dispozici
Zhlédnutí videí	74 571	meziroční navýšení o 8,9 %



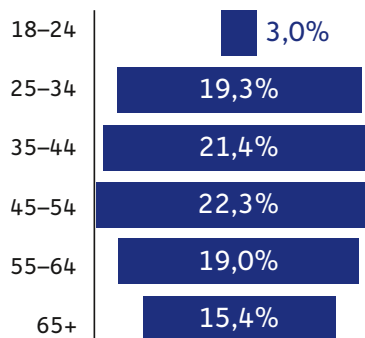
Meziroční vývoj počtu fanoušků (2017–2021)



Návštěvnost fanoušků podle pohlaví (denní průměr)



Návštěvnost fanoušků podle věku (denní průměr)



FACEBOOK

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 2021 eviduje 1 289 fanoušků s celkovým dosahem 361 206.



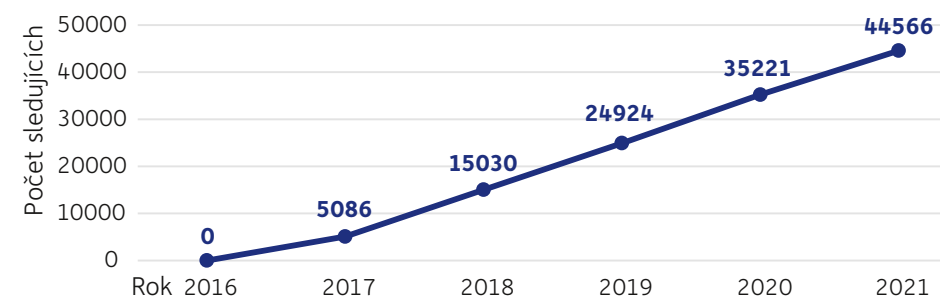
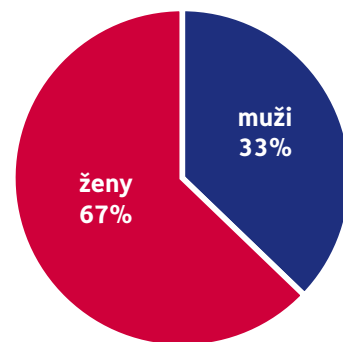
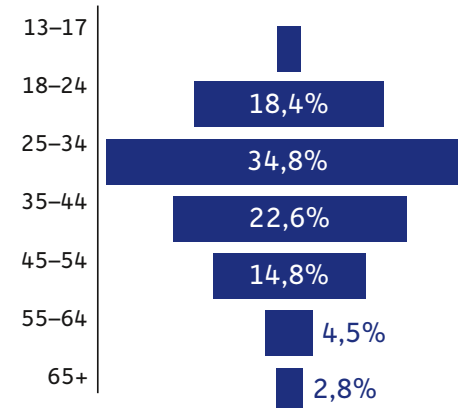
INSTAGRAM

📷 Jižní Čechy (@jiznicechy)

Instagram Jižní Čechy po velkém nárůstu v roce 2020 tento rok stagnoval a spíše zaznamenával v některých metrikách pokles. Nicméně to neznamená, že by se snížil zájem a dosah profilu, ale tento pokles byl z větší části zapříčiněn změnami v nastavení měření metrik Instagramu. Stále platí, že toto médium patří mezi velmi oblíbené a jeho dosah se dále rozšiřuje napříč všemi generacemi.

UKAZATEL	HODNOTA, PROCENTO	POZNÁMKA
Sledující	44 566	meziroční navýšení o 26,5 %
Návštěvy profilu	102 003	meziroční pokles o 14,0 %
Dosah	30 409 599	meziroční pokles o 13,1 %
Zásah	22 149 603	meziroční pokles o 4,6 %

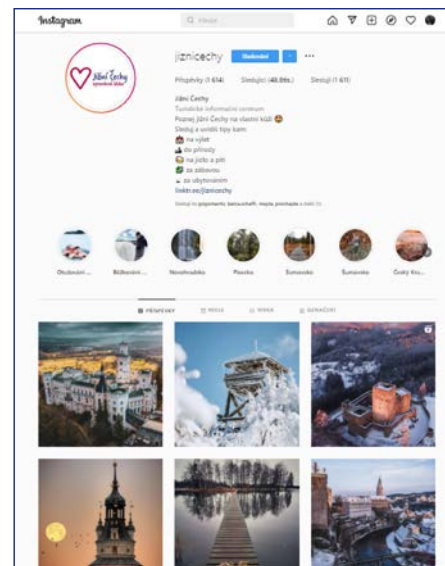
Vývoj přihlášených sledujících 2016–2021

Návštěvnost fanoušků podle pohlaví
(denní průměr)Návštěvnost fanoušků podle věku
(denní průměr)

Projekt IG TV

Cílem projektu bylo v průběhu roku představit každou turistickou oblast v jižních Čechách.

- série krátkých 12 videí, které moderním a zajímavým pojetím tohoto cestopisu ukazuje skrze průvodce inspiraci na trávení vícedenní dovolené v destinaci
- představuje zajímavosti i zákulisí míst v každé oblasti, zvyšuje počet přenocování a usnadňuje tak návštěvníkovi výběr při plánování dovolené



YOUTUBE

📺 Jižní Čechy

YouTube Jižní Čechy zaznamenal oproti roku 2020 pokles ve většině metrikách. Hodnoty tak byly velmi podobné s rokem 2019. JCCR využívá Youtube kanál především jako video banku svých videí.

UKAZATEL	HODNOTA, PROCENTO	POZNÁMKA
Počet zhlédnutí	71 606	meziroční pokles o 247,4 %
Zisk odběratelů	205	meziroční pokles přírůstku o 67 odběratelů
Publikovaná videa	60	meziroční pokles o 37 videí
To se mi líbí	541	meziroční pokles o 298 liků
Sdílení	565	meziroční pokles o 41 sdílení
Doba sledování	176 715 min	Sledující strávili sledováním meziročně o 565 757 minut méně
Průměrná doba sledování	160,28 s	meziroční pokles o 23 sekund

VÝDAJE A CELKOVÝ DOSAH ZA REKLAMNÍ INTERNETOVÉ KAMPANĚ

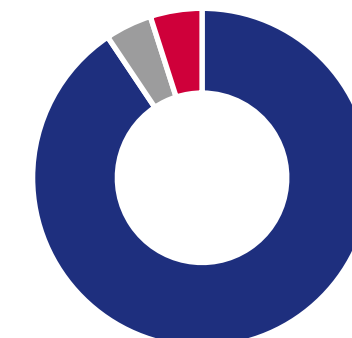
V roce 2021 bylo za reklamní internetové kampaně utraceno **1 356 578 Kč**. Celkový dosah reklamních kampaní byl **96 706 559 interakcí** (Facebook, Instagram, YouTube zhlédnutí, počet zobrazení webů).

MOBILNÍ APLIKACE

Aplikace Jižní Čechy

- multimediální aplikace představuje turistický region jižní Čechy
- uživatelé seznamuje s TOP nabídkou regionu (historické památky, přírodní krásy, kultura, gastronomie, aktivní dovolená, lázeňství a wellness, rybolov a myslivost)
- prostor pro výrobky a nabídky služeb v jižních Čechách
- aplikace k dispozici v češtině, angličtině a ruštině pro OS Android a Apple iOS
- počet stažení aplikace za rok 2021: **3 021 stažení**
 - Jižní Čechy Pohodové (CZ) – **1 993 stažení**
 - South Bohemia (AJ) – **650 stažení**
 - Южная Чехия Комфортная (RUS) – **378 stažení**

Stahovatelnost aplikace z různých platform



♥ 90% Web ♥ 5% Apple iOS ♥ 5% Google Android

OCENĚNÍ 2021

Anketa KRAJ MÉHO SRDCE 2020

Jihočeský kraj posbíral v rámci 9. ročníku ankety Kraj mého srdce v osmi hodnocených tematických kategoriích celkem 7 „medailí“. Tři zlaté a čtyři stříbrné. Pořadatelem ankety je redakce KAM po Česku ve spolupráci s veletržní správou ABF, a. s., a pod záštitou Asociace krajů České republiky.



1. místo v kategorii **KAM NA VÝLETY S DĚTI**

1. místo v kategorii **KAM NA KONĚ A KOŇSKÉ STEZKY**

1. místo v kategorii **KAM ZA ZÁŽITKEM A ADRENALINEM**

2. místo v kategorii **KAM NA LETNÍ DOVOLENOU, PĚŠÍ A CYKLO**

2. místo v kategorii **KAM ZA FOLKLOREM A TRADICEMI**

2. místo v kategorii **KAM DO LÁZNÍ A WELLNESS**

2. místo v kategorii **KAM NA PAMÁTKY A HISTORICKÁ MÍSTA**

5. místo v kategorii **KAM NA ZIMNÍ DOVOLENOU**

SPOLUPRÁCE A PARTNERSTVÍ

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



Partneři a memoranda:

- 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 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“
- Partner festivalu Voda, moře, oceány
- Spolupráce s Asociací kempování a karavaningu

Spolupráce se školami a praxí:

- Vysoká škola obchodní v Praze
- Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
- Vysoká škola technická a ekonomická v Českých Budějovicích
- Západočeská univerzita v Plzni
- Vysoká škola polytechnická Jihlava
- Střední škola obchodní v Českých Budějovicích



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.

Náklady, výnosy a výsledek hospodaření za rok 2021

- Jihočeská centrála cestovního ruchu hospodařila v roce 2021 se schváleným vyrovnaným rozpočtem v celkové výši 29 922,0 tis. Kč. Rozpočet byl krytý poskytnutým příspěvkem na provoz od zřizovatele v plné výši. V průběhu roku pak došlo k navýšení příspěvku celkem o 1 440,0 tis. Kč, a to jednak v souvislosti s finančním vyrovnáním závazků při ukončení spolupráce při realizaci Koncepce rozvoje cestovního ruchu Jihočeského kraje 2015–2020 se dvěma turistickými oblastmi, dále pak a podporu projektu „Podpora marketingových aktivit v jižních Čechách“ a také na podporu podzimní soutěže „Dovolená v jižních Čechách“.
- Skutečné celkové výnosy z hlavní činnosti za rok 2021 dosáhly objemu 33 399,2 tis. Kč. Příspěvek od zřizovatele představuje 93,9 % celkových výnosů z hlavní činnosti, přičemž se oproti roku 2020 o 19,6 % snížil. Výnosy z dotací (vč. zohlednění dohadných položek a rozpuštění transferů ve věcné a časové souvislosti) tvoří 4,5 % z celkových výnosů, ostatní výnosy (např. z prodeje služeb, zboží či z přijatého pojistného plnění) činí 1,6 % celkových výnosů.

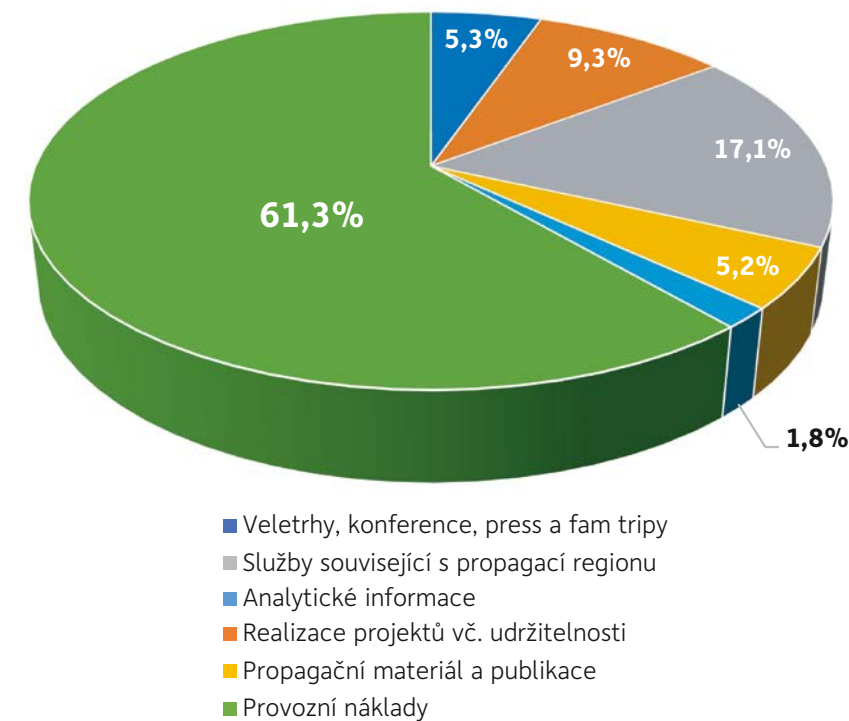


- Skutečné celkové náklady z hlavní činnosti za rok 2021 dosáhly výše 33 201,6 tis. Kč a oproti roku 2020 došlo ke snížení o 18,8 %. Náklady související s propagací regionu (tj. např. marketingové kampaně v on-line prostoru i tištěných médiích, účast na veletrzích a konferencích s tematikou cestovního ruchu, pořádání press a fam tripů, propagační tiskoviny apod.) představují 27,6 % z celkových nákladů. Náklady vynaložené v souvislosti s realizací či udržitelností projektů (spolufinancovaných z fondů Evropské unie či státního rozpočtu a kraje) činí 9,3 % celkových nákladů. Náklady na získávání analytických dat a zajištění provozu webových stránek tvoří 1,8 % z celkových nákladů. Ostatní provozní náklady vč. odpisů pak představují 61,3 %.
- Jihočeská centrála cestovního ruchu vykázala za rok 2021 kladný výsledek hospodaření v celkové výši 225 411,32 Kč. Z toho 197 658,44 Kč z hlavní činnosti a 27 752,88 Kč z doplňkové činnosti. Výsledek hospodaření z hlavní činnosti je ovlivněn zejména tím, že nedošlo k uskutečnění všech plánovaných aktivit na rok 2021, případně pouze v omezeném rozsahu, a to s ohledem na pandemickou situaci v roce 2021. Kladný výsledek z doplňkové činnosti vznikl zejména v souvislosti s převodem elektrokol z programu jejich půjčování nejen seniorům na města a obce.

Přehled vybraných typů nákladů (hlavní činnost)

Popis	v tis. Kč	v % z celku
Náklady na veletrhy, konference, press a fam tripy	1 759,4	5,3
Náklady vynaložené v souvislosti s realizací projektů (vč. nákladů v udržitelnosti) - např. „Zlatá stezka, Eurovelo, Venkovské památky, Marketingové aktivity“	3 100,4	9,3
Náklady na služby související s propagací regionu (kampaně na sociálních sítích, marketing v ostatních médiích, grafické práce apod.)	5 688,0	17,1
Náklady na propagační materiál a publikace	1 721,3	5,2
Náklady na analytické informace a údržbu webových stránek	588,0	1,8
Provozní náklady	20 344,5	61,3
Celkem	33 201,6	100,0

Podíl vybraných typů nákladů za rok 2021

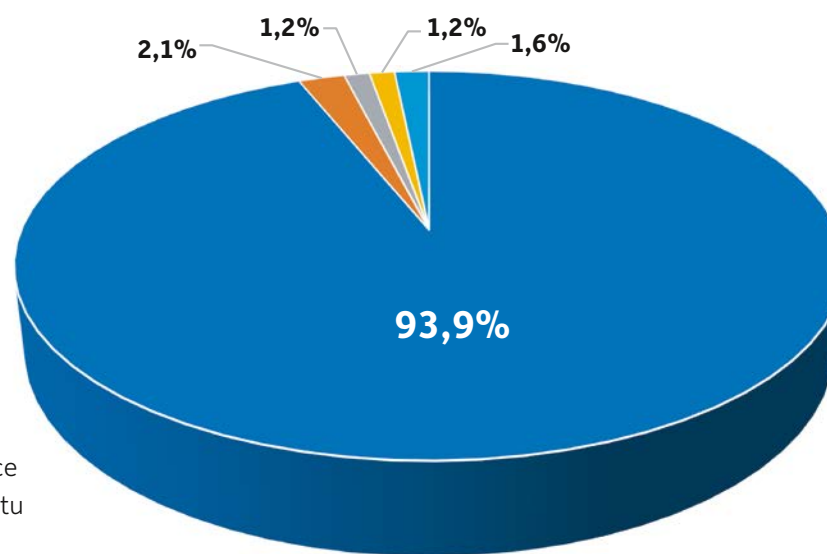


- Příspěvky od zřizovatele
- Rozpuštění transferu
- Dohadné položky na dotace
- Dotace ze státního rozpočtu
- Ostatní výnosy

Přehled vybraných typů výnosů (hlavní činnost)

Popis	v tis. Kč	v % z celku
Příspěvky od zřizovatele	31 362,0	93,9
Dotace ze státního rozpočtu	715,5	2,1
Dohadné položky na dotace	394,8	1,2
Rozpuštění transferu ve věcné a časové souvislosti	389,3	1,2
Ostatní výnosy (např. z prodeje služeb, zboží či z pojistného plnění)	537,6	1,6
Celkem	33 399,2	100,0

Podíl vybraných typů výnosů za rok 2021



HODNOCENÍ ROZPOČTU / SKUTEČNOSTI 2021 (v tis. Kč)

řádek	Ukazatel (hlavní činnost)	Skutečnost 2020	Rozpočet na rok 2021	Skutečnost 2021
1	NÁKLADY CELKEM	40 895,0	29 922,0	33 202,0
2	Spotřeba materiálu (účet 501)	4 051,0	310,0	2 076,0
3	Spotřeba energie (účet 502)	0,0	0,0	0,0
4	Prodané zboží (účet 504)	0,0	0,0	0,0
5	Opravy a udržování (účet 511)	126,0	110,0	136,0
6	Cestovné (účet 512)	116,0	200,0	60,0
7	Náklady na reprezentaci (účet 513)	41,0	60,0	17,0
8	Ostatní služby (účet 518)	14 482,0	11 878,0	13 112,0
9	Mzdové náklady včetně náhrad za dočasnou pracovní neschopnost (účet 521) v tom:	14 924,0	12 220,0	12 230,0
10	platy zaměstnanců (AÚ k účtu 521)	14 718,0	11 670,0	11 433,0
11	OON (AÚ k účtu 521)	206,0	550,0	796,0
12	Zákonné sociální pojištění (účet 524)	4 973,0	4 050,0	3 912,0
13	Jiné sociální pojištění (účet 525)	62,0	59,0	49,0
14	Zákonné sociální náklady účet (527)	659,0	565,0	581,0
15	Jiné sociální náklady (účet 528)	0,0	0,0	0,0
16	Daně a poplatky (sk. 53)	24,0	15,0	6,0
17	Ostatní náklady (sk. 54)	0,0	0,0	0,0
18	Odpisy dlouhodobého majetku (účet 551)	975,0	385,0	737,0
19	Náklady z drobného dlouhodobého majetku (účet 558)	374,0	50,0	223,0
20	Rezervy a opravné položky (sk. 55)	19,0	0,0	-19,0
21	Daň z příjmů (sk. 59)		0,0	0,0
22	Finanční náklady (sk. 56)	67,0	20,0	81,0

řádek	Ukazatel (hlavní činnost)	Skutečnost 2020	Rozpočet na rok 2021	Skutečnost 2021
23	VÝNOSY CELKEM	40 901,0	29 922,0	33 399,0
24	Výnosy z prodeje vlastních výrobků (účet 601)	0,0	0,0	0,0
25	Výnosy z prodeje služeb (účet 602)	434,0	0,0	440,0
26	Výnosy z pronájmu (účet 603)	0,0	0,0	0,0
27	Výnosy z prodeje zboží (účet 604)	77,0	0,0	16,0
28	Výnosy z prodeje dlouhodobého hmotného majetku kromě pozemků (účet 646)	0,0	0,0	0,0
29	Čerpání fondů (účet 648)	0,0	0,0	3,0
30	Ostatní výnosy z činnosti (účet 649)	0,0	0,0	69,0
31	Finanční výnosy (sk. 66)	677,0	0,0	10,0
33	Výnosy vybraných místních vládních institucí z transferů (účet 672)	39 713,0	29 922,0	32 862,0
34	v tom příspěvek na provoz od zřizovatele (AÚ k účtu 672)	38 991,0	29 922,0	31 362,0
35	v tom dotace ze státního rozpočtu a od ostatních subjektů (AÚ k účtu 672)	332,0	0,0	1 110,0
36	výnosy odpovídající výši odpisů dlouhodobého majetku pořízeného zcela nebo zčásti z investičního transferu (AÚ k účtu 672)	382,0	0,0	389,0
38	Ostatní výnosy jinde neuvedené	0,0	0,0	0,0
39	VÝSLEDEK HOSPODAŘENÍ PO ZDANĚNÍ	6,0	0,0	198,0
40	Doplňkové údaje:			
41	Investiční dotace od zřizovatele	0,0	0,0	0,0
42	Použití investičního fondu	255,0	0,0	0,0
43	Použití rezervního fondu	0,0	0,0	0,0
44	Použití fondu odměn	0,0	0,0	0,0
45	Průměrný evidenční počet zaměstnanců	30,0	24,0	24,0
46	Průměrný měsíční plat v Kč	40 877,0	40 520,0	39 698,0



© 2022
Jihočeská centrála cestovního ruchu
ISBN: 978-80-88303-70-1