

Střední Čechy 

VÝROČNÍ ZPRÁVA

2022

Středočeský kraj



Středočeská centrála
cestovního ruchu



ŘEKA SÁZAVA

/04
ÚVODNÍ SLOVO
CHARAKTERISTIKA ORGANIZACE

/06
ORGANIZAČNÍ STRUKTURA

/08
CESTOVNÍ RUCH
VE STŘEDOČESKÉM KRAJI
V ROCE 2022

/10
MARKETING A PUBLIC RELATIONS
Marketingové kampaně a projekty
Webové stránky a sociální sítě
Média a PR
Zahraniční press a fam tripy
Veletřhy
Merchandising

/23
TURISTICKÉ SLUŽBY
Turistické informační centrum SCCR

/24
EDIČNÍ ČINNOST

/26
VZDĚLÁVACÍ AKCE

/27
SPORTOVNĚ-REKREAČNÍ AREÁL
VRCHBĚLÁ A ROZHLEDNA ČÍŽOVKA

/29
STŘEDOČESKÁ FILMOVÁ KANCELÁŘ

/32
HOSPODAŘENÍ V ROCE 2020

ÚVODNÍ SLOVO CHARAKTERISTIKA ORGANIZACE

Středočeská centrála cestovního ruchu, p. o.

Výroční zpráva 2022

Středočeská centrála cestovního ruchu, p. o. (dále jen SCCR) je zřizována Středočeským krajem.

Ve znění usnesení Zastupitelstva Středočeského kraje č. 079-20/2019/ZK ze dne 26. 8. 2019 byla doplněna Zřizovací listina příspěvkové organizace SCCR o Dodatek č. 3, čímž se změnilo Vymezení hlavního účelu a předmětu činnosti a doplňkové činnosti příspěvkové organizace.



Jakub Kulhánek
ředitel Středočeské centrály
cestovního ruchu

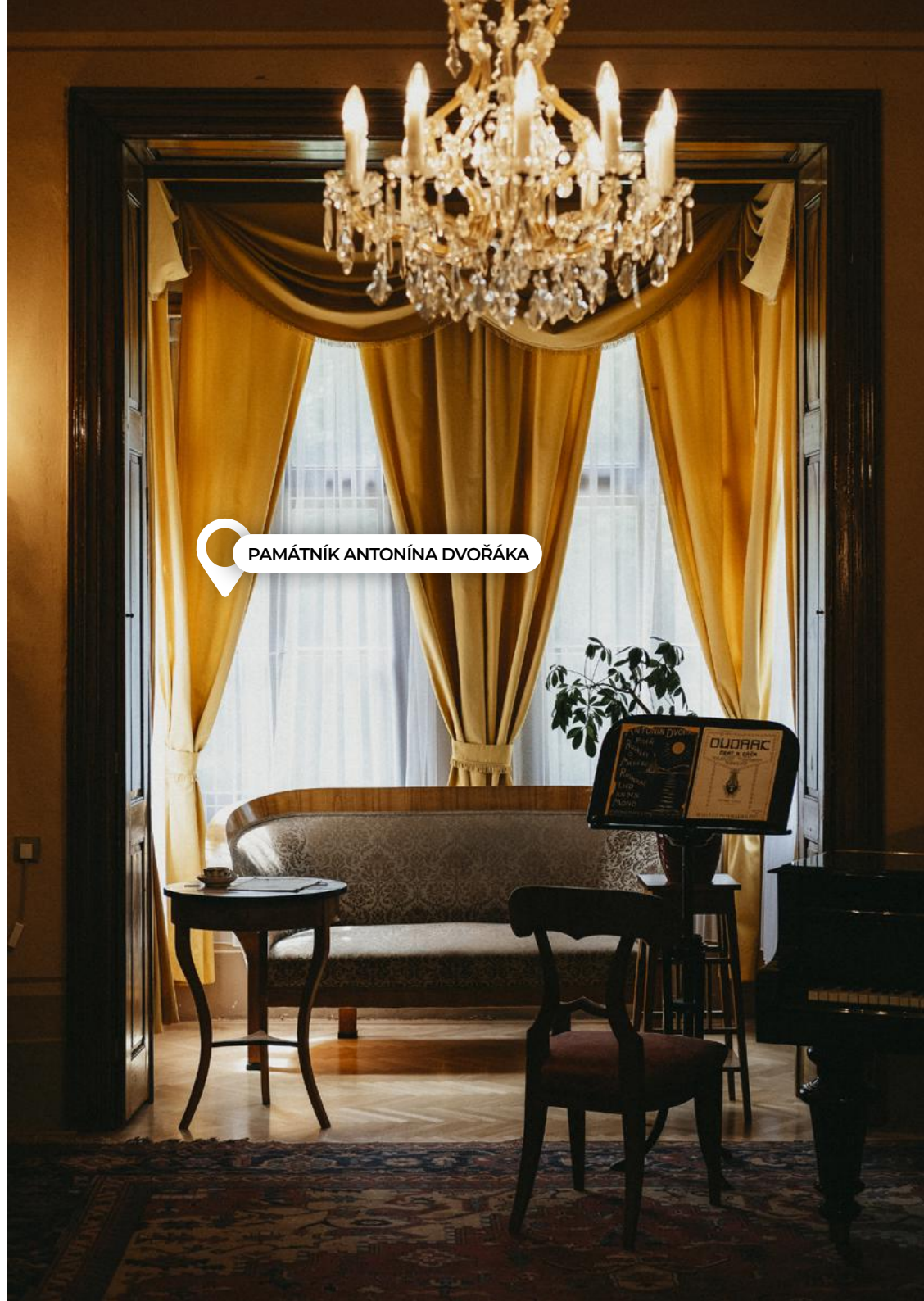
Vážení kolegové a partneři,

do roku 2022 jsme vstupovali s optimismem. Očekávané rozvolnění po pandemii koronaviru vrátilo počet příjezdících hostů do středních Čech na podobné hodnoty z doby před pandemickou situací. Vydařila se zejména hlavní sezóna, která přinesla rekordní návštěvnost za posledních 11 let. Myslím, že v této turbulentní době můžeme být spokojeni. Neusínáme ale na vavřínech, protože cestovní ruch je stále pandemií poznamenán. Pozitivnímu rozvoji turismu neprospívá ani současná ekonomická situace. Počet návštěvníků se sice postupně zvyšuje, ale cestovní ruch nejen ve středních Čechách táhnou rezidenti. Vyšší počet zahraničních turistů stále chybí. K propagaci středních Čech u nás i v zahraničí proto směřují veškeré naše aktivity. Podíleli jsme se na významné akci Ochutnej Evropu, několika press a fam tripech a prezentovali region na veletrzích. Podařilo se nám spustit aktivity v oblast vzdělávání nebo podporu kongresové a incentivní turistiky pod hlavičkou Střední Čechy convention bureau. Úspěšně pokračujeme v rozběhých marke-

tingových projektech a zároveň plánujeme nové tak, aby dosáhly co nejefektivnějších výsledků.

V průběhu roku posílila i samotná organizace SCCR. V červnu jsem byl výběrovým řízením vybrán do funkce ředitele, která nebyla dlouhodobě plnohodnotně obsazena. Na klíčovou pozici destinačního koordinátora nastoupil nový zaměstnanec, posílilo marketingové oddělení, filmová kancelář i ekonomické oddělení. Věřím, že ve spolupráci s kolegy se nám daří vracet organizaci stabilitu a pokračovat v koncepční práci a projektech.

Za uvedenými fakty vidím kromě jiného dobře odvedenou práci zaměstnanců SCCR a aktivní spolupráci se zřizovatelem, jednotlivými DMO, organizacemi a partnery. Všem bych chtěl za jejich snahu a podporu poděkovat a zároveň popřát, aby trend nárůstu cestovního ruchu ve středních Čechách pokračoval i nadále.



PAMÁTNÍK ANTONÍNA DVOŘÁKA



ORGANIZAČNÍ STRUKTURA

VEDENÍ ORGANIZACE

Marek Černoč

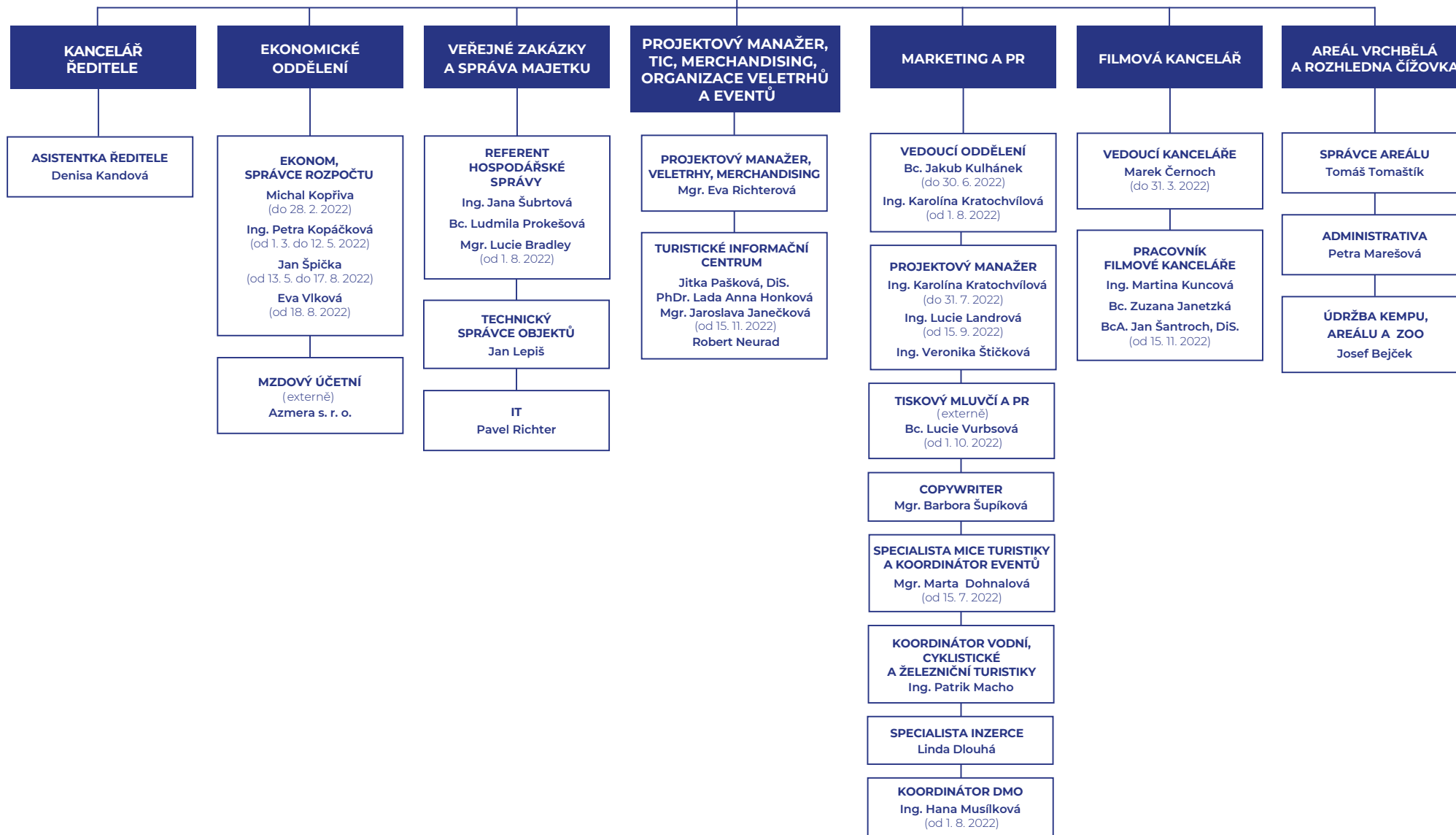
(do 31. 1. 2022)

Mgr. Lucie Bradley

(od 1. 2. do 30. 6. 2022)

Bc. Jakub Kulhánek

(od 1. 7. 2022)



CESTOVNÍ RUCH VE STŘEDOČESKÉM KRAJI V ROCE 2022

Po dvou sezónách ovlivněných pandemií covid-19 i rok 2022 přinesl mnoho zkoušek. V průběhu roku nedošlo již k žádným restrikcím volného pohybu osob ani k dalšímu nekontrolovanému šíření nemoci; ba naopak docházelo k uvolňování omezení spojených s cestováním. Většina zdrojových trhů se v průběhu roku přiklonila k úplnému rozvolnění podmínek cestování do zahraničí, což de facto znamenalo návrat do předcovidových let.

Koncem února 2022 vyeskaloval dlouholetý konflikt Ukrajiny a Ruska, jehož výsledkem byl ruský ozbrojený útok na Ukrajinu, trvající celý rok a přelévající se do roku následujícího. V návaznosti na to část ukrajinské populace emigrovala do okolních států včetně České republiky, což se projevuje i v meziroční návštěvnosti středních Čech. Do spotřebitelského chování se zároveň promítla surovinová a energetická krize a s ní ruku v ruce jdoucí zvyšující se inflace a zvyšování cen (pro srovnání průměrná roční míra inflace v ČR v roce 2022 byla 15,1 %, což bylo o 11,3 procentního bodu více než v roce 2021).

HOSTÉ A PŘENOCOVÁNÍ V HROMADNÝCH UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍCH

V roce 2022 zaznamenal cestovní ruchu oproti předchozímu roku výrazné oživení. Stále však v ubytovacích zařízeních v regionech výrazně chyběli zahraniční turisté, u nichž se větší návrat očekává nejdříve v roce 2024. Ačkoliv se vzdálenější evropské státy neumisťují na předních příčkách zdrojových trhů středních Čech, je patrné, že návštěvníci z těchto zemí uskutečňují delší pobyty v regionu než turisté ze sousedních států.

V žebříčcích stále chybí návštěvníci ze vzdálených trhů mimo Evropu (USA, Asie), což je dáno rozdílností protipandemických omezení mezi kontinenty, absencí leteckých spojů a jen povoleným návratem do Evropy a regionů.

Vývoj počtu hostů a přenocování za období 2016–2022

Index/rok	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Hosté	939 041	1 021 352	1 122 059	1 172 951	693 980	782 114	1 168 695
Přenocování	2 297 925	2 425 079	2 642 741	2 699 378	1 822 817	2 022 937	2 792 694

Zdroj dat: Český statistický úřad

Data o návštěvnosti hromadných ubytovacích zařízení pocházejí z plošného šetření ČSÚ a nezahrnují účastníky cestovního ruchu, kteří se ubytovali jinde než v hromadném ubytovacím zařízení a jednodenní návštěvníky.

Během čtyř kvartálů roku 2022 si našlo do středních Čech cestu více než jeden milion hostů, kteří v destinaci strávili v průměru 3,39 dne (resp. 2,39 noci).

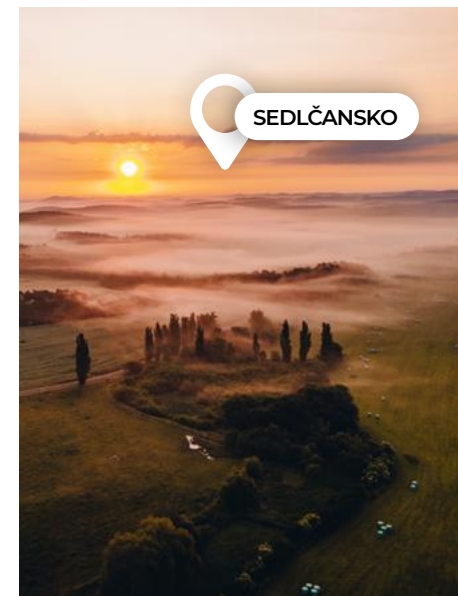
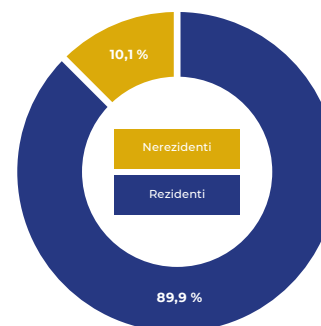
V rámci meziročního porovnání indexů se jedná o 49,5% nárůst co do počtu hostů v hromadných ubytovacích zařízeních a o 37,7% co do počtu přenocování.

Dle dat Českého statistického úřadu se počet hostů vrátil na úroveň dosahovanou v předcovidovém období a počet přenocování byl dokonce nejvyšší za posledních deset let.

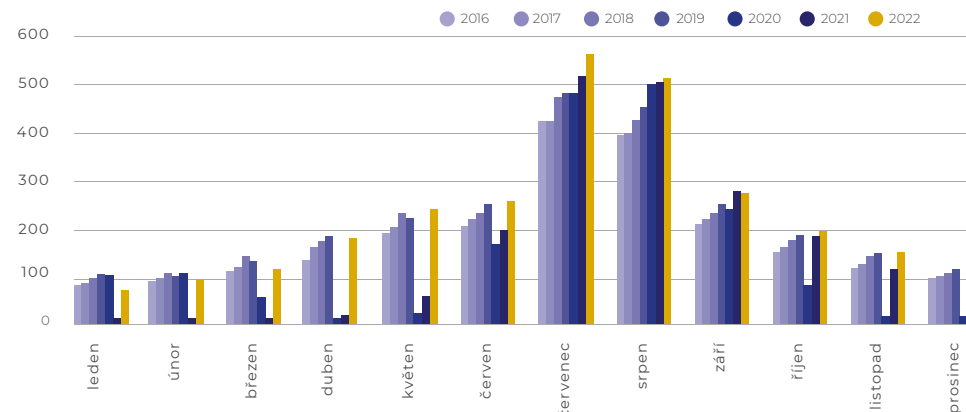
STRUKTURA HOSTŮ

Mezi nejčastější hosty ubytovacích zařízení ve středních Čechách patřili v roce 2022 tuzemští návštěvníci, kterých se tu ubytovalo o 260 377 více než ve srovnatelném předchozím období, což činí meziroční nárůst o 37 % (rok 2021 zaznamenal 703 181 hostů z řad rezidentů; rok 2022 zaznamenal 963 558 hostů z řad rezidentů).

Hostů přijíždějících ze zahraničí, tzv. nerezidentů, přijelo o téměř 126 204 více než v předchozím roce, což činí více než 160% nárůst. Největší podíl na zahraničních návštěvách mají hosté ze sousedních států, tj. Německa, Slovenska a Polska, následovaní hosty z dalších evropských zemí (Ukrajina, Nizozemí, Maďarsko aj.).



Měsíční vývoj počtu přenocování hostů HUZ v letech 2016–2022



Z mezikrajského pohledu se jednalo o osmý nejvyšší meziroční relativní nárůst. Počet přenocování v roce 2022 byl vyšší než před pandemií koronaviru (oproti roku 2019 o 3,5 %) a nejvyšší za posledních deset let. Průměrná délka pobytu jednoho hosta se v roce 2022 v kraji meziročně snížila z 2,59 na 2,39 nocí (resp. průměrná doba pobytu v roce 2022 činila 3,39 dnů).



MARKETING A PUBLIC RELATIONS

Střední Čechy se pyšní jednou z největších koncentrací královských míst v republice. Množství historických míst spojených s utvářením národní identity, královských hradů, hradišť a měst vedlo na konci roku 2019 k vytvoření nové destinační značky Střední Čechy královské. Na komunikaci této značky se SCCR zaměřovala i po celý rok 2022. Využity byly nejrůznější nástroje a mechanismy, aby si značka co nejefektivněji budovala pozici na trhu.

Značka byla oficiálně představena veřejnosti na veletrhu cestovního ruchu Holiday World v pražských Letňanech na začátku roku 2020. V roce 2022 SCCR nadále pokračovala v komunikaci destinační značky Střední Čechy královské tak, aby byla podpořena pozice značky na trhu. Cílem bylo také upozornit vybrané cílové skupiny na zajímavosti ze středních Čech, aby při plánování jednodenního výletu, prodlouženého víkendů nebo vícedenní dovolené věděly, co vše destinace Střední Čechy nabízí a proč je vhodnou volbou pro trávení volného času. Od čtvrtého kvartálu 2022 docházelo k systematictějšímu budování korporátní značky SCCR.

Nástroje naší

MARKETINGOVÉ KOMUNIKACE

jsou především:

- Sociální média (*Facebook, Instagram, Youtube, LinkedIn, TripAdvisor*)
- Webové stránky www.strednicechy.cz
- Tištěné materiály (brožury a mapy)
- Tištěná a online inzerce
- Domácí a zahraniční press a fam tripy
- Turistické informační centrum SCCR v Praze
- Účast na domácích a zahraničních veletrzích
- Produkce vlastních akcí
- Tiskové zprávy

MARKETINGOVÉ KAMPANĚ A PROJEKTY

Marketingové oddělení SCCR se ve spolupráci s dalšími odděleními organizace v roce 2022 zaměřovalo jak na domácí, tak i na zahraniční klientelu. S ohledem na vývoj ekonomické a návštěvnické situace byla většina činnosti orientována na letní měsíce a začátek podzimu.

JARO VE ZNAMENÍ SOUTĚŽÍ

SCCR připravila na celé jaro 2022 sérii **soutěží o zajímavé ceny**, mezi nimiž byl napří-

klad týdenní pobyt v Zahrádeckém dvoře nedaleko Sedlčan, dvoudenní pobyt na ranči Jestřebice, piknik na zámku Loučeň, vstupy do různých výletních cílů i věcné ceny. Soutěže probíhaly vždy od čtvrtka do neděle na facebookovém profilu Střední Čechy. Soutěže na Facebooku jsou skvělým **nástrojem, jak zvýšit viditelnost profilu a budovat brand**. Prostřednictvím soutěží např. o vstupy do konkrétních památek, vícedenní pobyt v ubytovacích zařízeních ve středních Čechách apod. došlo k navýšení dosahů na destinačním facebookovém profilu, tak i na partnerských kanálech. Pouze na stránce

[@DestinaceStredniCechy](#) vygenerovala kampaň dosah bezmála 600 000, zájem o příspěvek pak projevilo téměř 30 000 uživatelů.

S NAOMI PO ČESKU

Hlavní turistická sezóna odstartovala desetidílným cestovatelským seriálem **S Naomi po Česku**, který se zaměřoval na tradice, prožitek a mladé cestovatele. Celým pořadem na **MALL.TV** provázela **česko-japonská influencerka Naomi Adachi**, která se podílela mj. na tvorbě pořadů zaměřených na českou kulturu a tradici, jako např. Život po Česku. Každý z přibližně desetiminutových dílů, vysílaných od konce dubna do konce července, byl věnován jedné DMO. Všechny epizody jsou ke shlédnutí na www.mall.tv/s-naomi-po-cesku. Kampaň **#snaomipocesku** zasáhla na sociálních sítích 415 803 lidí.

FESTIVAL EVROPSKÝCH CHUTÍ

Sérii jedenácti akcí **Ochutnej Evropu** v průběhu července, srpna, září a října **pořádal Středočeský kraj** ve spolupráci se svými partnery, středočeskými městy a pod záštitou ministra pro evropské záležitosti ČR, pana Mikuláše Beka. Festival reflektoval předsednictví České republiky v Radě Evropské Unie. Jednotlivé akce zavítaly do bývalých okresních měst a vrcholily třídenním hodováním na Výstavišti v Lysé nad Labem. Realizaci festivalu zajistila externí firma Agentura A-Propos s. r. o. v součinnosti se SCCR a KÚSK.

OUTDOOROVÁ REKLAMA

Outdoorová reklama je jedním z nástrojů, jak pozitivně stimulovat potenciální návštěvníky středních Čech. Tato forma komunikace doplňuje ostatní komponenty a vytváří tak ucelenou propagaci regionu. Outdoorová reklama byla využita od poloviny května do prosince 2022. Využívaly se plochy v dopravních prostředcích hlavního města Prahy – jednak proto, že pražští turisté tvoří převážnou část návštěvníků středních Čech, a také proto, že plochy v dopravních prostředcích zaručují vysokou koncentraci osob, a tedy i oslovených potenciálních návštěvníků. Po-

sloužily i **Citylighty** umístěné ve stanicích pražského metra a jejich nejbližším okolí (např. ve stanicích Anděl, Smíchovské nádraží, Karlovo náměstí, Hradčanská, Dejvická, Palmovka nebo na Vínohradské ulici, Bělehradské, Plzeňské aj.). Celkem bylo využito 80 reklamních ploch.

STŘEDOČESKÉ KULTURNÍ LÉTO

Téměř šedesát kulturních akcí na více než dvaceti různých místech ve středních Čechách se odehrálo v rámci akce Středočeské kulturní léto, a to za podpory KÚSK a SCCR. Představení středočeských divadel, koncerty velkých osobností, filmová představení a další kulturní akce se odehrály zejména ve venkovních prostorech, na nádvořích, v zahradách nebo ve skanzenech lidové architektury. Kampaň si na sociálních sítích zobrazilo 352 577 uživatelů, s dosahem 2 301 193.

PODZIMNÍ KAMPAŇ NA S-KLIK

Až 98 % všech uživatelů českého internetu využívá vyhledávač Seznam.cz, z toho důvodu byla na podzim 2022 realizovaná kampaň na podporu podzimních výletů do středních Čech. Jednoduchá obsahová kampaň vygenerovala v období 9 717 unikátních prokliků a 1 430 125 zobrazení.



WEBOVÉ STRÁNKY A SOCIÁLNÍ SÍTĚ

Webové stránky a sociální sítě tvoří důležitou platformu pro prezentaci turistické destinace. Středočeská centrála cestovního ruchu se v roce 2022 prezentovala na webových stránkách www.strednicechy.cz a na dalších třech jejích jazykových mutacích (anglické, německé a polské). Destinace Střední Čechy byla na Meta platformě Facebook aktivně prezentována na čtyřech profilech, a to: [@DestinanceStredniCechy](https://www.facebook.com/DestinanceStredniCechy), [@VisitCentralBohemia](https://www.facebook.com/VisitCentralBohemia), [@Mittelbohmen](https://www.facebook.com/Mittelbohmen) a [@CzechySrodkove](https://www.facebook.com/CzechySrodkove), a dále na sociální síti Instagram pod [@VisitCentralBohemia](https://www.instagram.com/VisitCentralBohemia). Pro propagaci videoobsahu byl využíván více než v předchozích letech YouTube kanál [@VisitCentralBohemia](https://www.youtube.com/VisitCentralBohemia).

V roce 2022 byly rozšířeny prezentační platformy: v červnu 2022 došlo ke **spuštění korporátního webu www.sccr.cz**. Komunikování brandu Středočeská centrála cestovního ruchu i nadále probíhalo na B2B [facebookovém profilu](https://www.facebook.com/sccr) a [LinkedIn profilu](https://www.linkedin.com/company/sccr). Pro potřeby vzniklé pozice MICE koordinátora byl založen nový [profil na LinkedIn](https://www.linkedin.com/company/sccr), kde jsou komunikována témata spojená s konferencemi, kongresy, firemními akcemi, událostmi a incentívou.

Středočeská filmová kancelář v loňském roce zajišťovala provoz svých dvojjazyčných webových stránek www.strednicechyfilm.cz, facebookového profilu [@StredoceskaFilmovaKancelar](https://www.facebook.com/StredoceskaFilmovaKancelar) i instagramového profilu [@centralbohemiafilmoffice](https://www.instagram.com/centralbohemiafilmoffice), kde informovala o audiovizuálních dílech natáčených ve středních Čechách či o jednotlivých filmových lokacích vhodných k návštěvě.

Sezónní záležitostí pak byly sociální sítě a webové stránky spojené s projektem Středočeské kulturní léto a festivalem evropských chutí Ochutnej Evropu. SCCR se i v roce 2022 starala o provoz webových stránek www.stredoceskekulturnileto.cz a nového facebookového profilu [@stredoceskekulturnileto](https://www.facebook.com/stredoceskekulturnileto). Festival evropských chutí **Ochutnej Evropu** pořádal Středočeský kraj ve spolupráci se svými partnery středočeskými městy a pod záštitou ministra pro evropské záležitosti ČR, pana Mikuláše Beka. Realizaci festivalu zajistila externí firma Agentura A-Propos s. r. o. v součinnosti se SCCR a KÚSK.

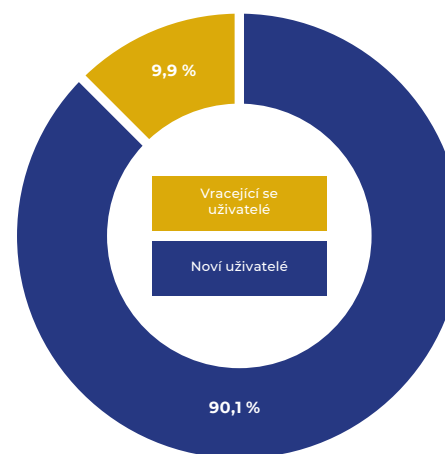
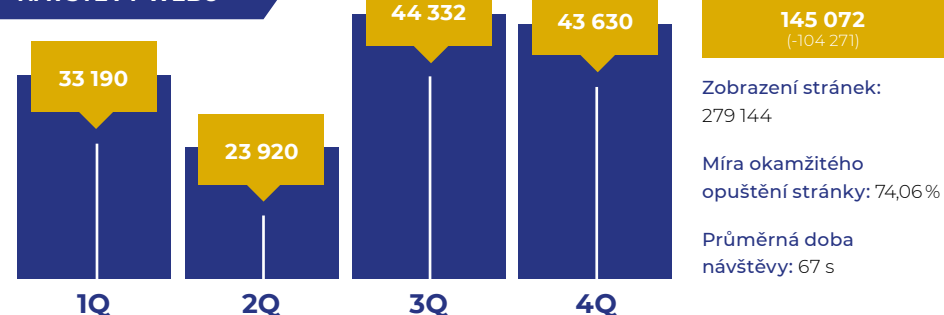
Poslední novinkou v online prostoru je příprava webových stránek pro nově vznikající produkt cestovního ruchu **Pustit k vodě**, ke kterému byl již na sklonku roku spuštěn instagramový profil [@pustitkvoде](https://www.instagram.com/pustitkvoде). Stejně tak došlo i k přejmenování již etablovaného facebookového profilu Středočeské vodní cesty na **Pustit k vodě**.

WEBOVÉ STRÁNKY

Jednoznačnou prioritou roku 2022 byla dlouho očekávaná příprava a následné spuštění nových destinačních webových stránek www.strednicechy.cz, včetně jejich dalších tří jazykových mutací. Ke spuštění českého webu došlo v květnu 2022. Jazykové mutace byly spuštěné postupně: v červenci anglická verze, německá verze v září a polská verze v průběhu prosince. Kromě výše zmíněné české domény web funguje i na zahraničních doménách centralbohemia.eu a visitcentralbohemia.com.

V důsledku konstrukce webu, neaktuálnosti a návštěvnicky nepřívětivé původní online prezentaci a následně postupnému doplňování webu autorskými textacemi došlo k očekávanému meziročnímu snížení téměř všech ukazatelů.

NÁVŠTĚVY WEBU



O měsíc později došlo ke spuštění korporátního webu www.sccr.cz, který slouží pro prezentaci aktivit v rámci B2B komunikace. Na těchto stránkách návštěvník nalezne nejen základní informace o organizaci, ale také tiskové zprávy, veškeré propagační materiály ke stažení či další užitečné informace pro partnery.

Data z webu sccr.cz

Počet návštěv: 2 128

Počet zobrazení: 13 804

Průměrná doba zapojení: 118 s

DESTINAČNÍ FACEBOOKOVÉ PROFILY

I v roce 2022 dominovala na poli sociálních sítí platforma Facebook, kterou napříč Českou republikou používá dle komunikační skupiny Group M více než 5 200 000 uživatelů. Proto SCCR soustřeďovala svou propagaci převážně na tuto síť s cílem budování komunity sledujících se zájmem o novinky, akce a témata spojená s destinací Střední Čechy.

Obsah pro sociální sítě vznikl na základě preferencí jednotlivých organizací destinačního managementu a turisticky významných cílů, které ve středních Čechách působí.

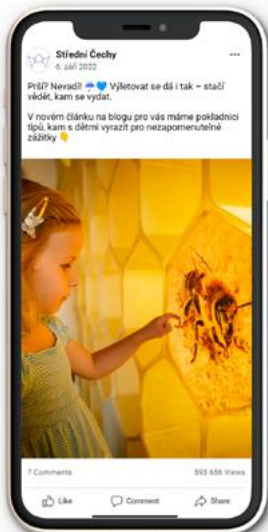
Jak DMO, tak i jednotlivé turistické cíle, obce, města i poskytovatelé služeb mají navíc možnost využívat pro svou propagaci a pro propagaci destinace Střední Čechy i dvě facebookové skupiny, které SCCR moderuje, a to: „**Milujeme střední Čechy**“ a „**Cyklovlety po středních Čechách**“.

V průběhu roku se zvýšil počet fanoušků z 52 805 sledujících o 4,8 % na celkových 55 335 sledujících, s celkovým **dosahem 23 304 179** (meziroční nárůst o 22 %). Příspěvků bylo vypublikováno o 8,6 % více než ve srovnatelném období v roce předchozím, tedy celkem 467. Pro administraci facebookových účtů byly také v roce 2022 **používány nástroje ZoomSphere, Facebook Business Manager a Good Analytical System** (neboli GAS).

NEJÚSPĚŠNĚJŠÍ PŘÍSPĚVKY FACEBOOKU

2. místo

Dosah příspěvku: 593 656



1. místo

Dosah příspěvku: 5 880 327



3. místo

Dosah příspěvku: 539 496



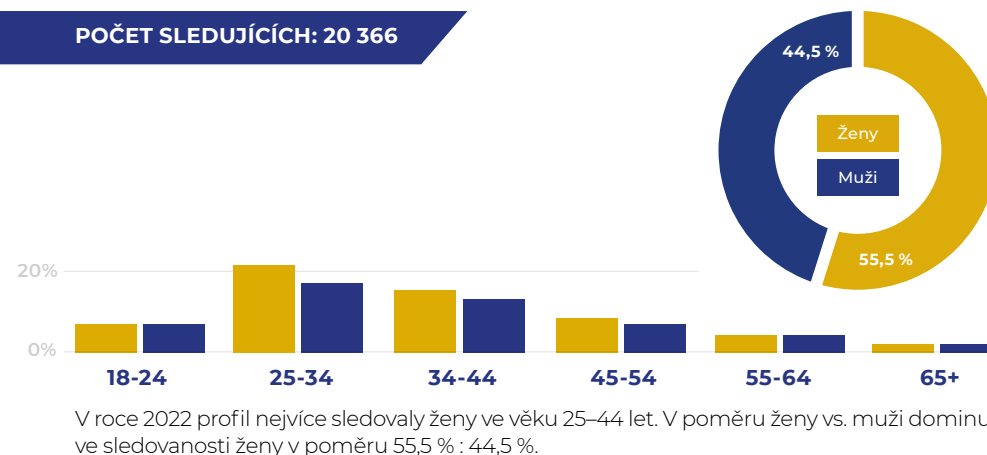
Pozornost byla v roce 2022 věnována i zahraničním profilům, u kterých vesměs docházelo k postupnému navyšování jak dosahu, tak i fanouškovské interakce.

Zahraniční profil	počet fanoušků	meziroční nárůst/pokles	dosah stránky	zveřejněné příspěvky
@VisitCentralBohemia	15 880	+375,2%	1 736 984	167
@Mittelbohmen	2 544	-0,3%	370 949	145
@CzechySrotkove	12 239	+262,1%	2 194 948	140

INSTAGRAMOVÝ PROFIL DESTINACE

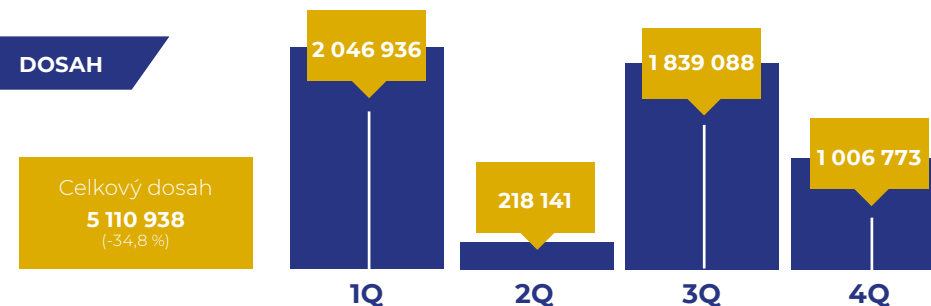
Na konci roku 2022 měl účet [@VisitCentralBohemia](#) celkem 20 366 sledujících, což je o přibližně 1,6 % méně oproti konci roku 2021. K poklesu sledujících došlo především v letních měsících, kdy Meta implementovala nové metody, jak deaktivovat „mrtvé duše“. I nadále se destinační profil věnoval prezentaci imageových fotografií z regionu pod hashtagy [#visitcentralbohemia](#), [#strednicechy](#) a hashtagy jednotlivých DMO. Obsah je tvořen dvojjazyčně, v českém a anglickém jazyce.

POČET SLEDUJÍCÍCH: 20 366



V roce 2022 profil nejvíce sledovaly ženy ve věku 25–44 let. V poměru ženy vs. muži dominují ve sledovanosti ženy v poměru 55,5 % : 44,5 %.

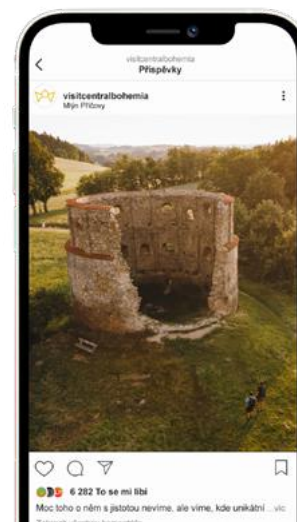
DOSAH



NEJÚSPĚŠNĚJŠÍ PŘÍSPĚVKY INSTAGRAMU

1. místo

Dosah příspěvku: 5 844



2. místo

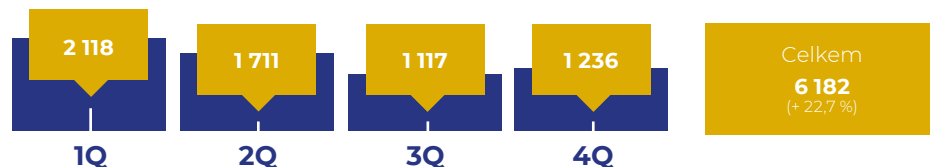
Dosah příspěvku: 5 682



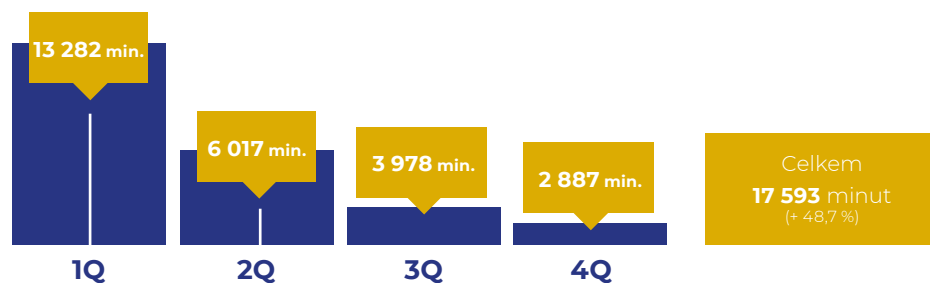
YOUTUBE STŘEDOČESKÁ CENTRÁLA CESTOVNÍHO RUCHU

Uplynulý rok zaznamenal lehké oživení YouTube kanálu a zároveň jeho přejmenování na [@VisitCentralBohemia](#). Došlo tak ke sjednocení handle napříč veškerými destinačními sociálními sítěmi.

ZHLÉDNUTÍ VIDEÍ



DOBA SLEDOVÁNÍ



MÉDIA A PR

Také v roce 2022 se prezentace soustředila na zvýšení povědomí o cestovním ruchu ve středních Čechách a přilákání turistů jak z celé republiky, tak i ze zahraničních trhů. Restrikce z minulých let již do cestování nezasáhly, avšak skokově navýšená inflace a zdražování energií se postupně začala promítat také do spotřebitelského chování. I přesto si SCCR kladla za cíl nalákat tuzemské turisty k trávení volného času i celé dovolené právě ve středních Čechách.

V průběhu roku se vydalo **45 tiskových zpráv**, které informovaly o dění v kraji a vygenerovaly přes **400 výstupů v médiích**. Také bylo nakoupeno několik desítek inzertních ploch v online magazínech, tištěných periodikách i televizních pořadech, které s možnostmi vyžití v kraji čtenáře a diváky seznamovaly.

Pro téma turistického vyžití na jednotlivých územích kraje poskytli velký prostor časopis **Moje Země**, který se tématu věnoval v rámci extra přílohy na celých 20 stranách. Střední Čechy se prezentovaly také v dalších zajímavých titulech, mezi nimiž figurují **Lonely Planet** nebo **Kam po Česku**. Mezi tématy se objevil mimo jiné advent, tradice nebo tipy kam na výlety s dětmi, když prší. V rámci vlastního snažení SCCR inzerovala v téměř čtyřiceti tuzemských plátcích zaměřených na lifestyle či hobby.



Zároveň v rámci dotačního programu Ministerstva pro místní rozvoj byla vysoutěžena komunikační agentura na služby spočívající v komplexní komunikační kampani v rámci PR, v tištěných i online médiích, na sociál-

ních sítích a v kontextové reklamě Google a Seznam, orientovaná směrem na domácí a příjezdový cestovní ruch. Online inzerce se tak objevila například v **National Geographic** s tématy hornická tradice a po stopách filmu, v časopise **Glanc** bylo inzerováno téma šlechtických ubytování, čtrnáctideník **TV mini** pak věnoval prostor výletům v okolí řeky Sázavy, týdeník **Překvapení** otiskl článek Kam v létě vyrazit na rodinný výlet. Online inzerce proběhla například v jednom z nejčtenějších českých hobby magazínů **Receptář** nebo v internetovém časopise pro ženy **kafe.cz**.

TELEVIZE

Střední Čechy se v průběhu roku prezentovaly na různých tuzemských televizních stanicích. Televizní stanice OČKO TV zařadila v únoru do vysílání reportáž v pořadu **Mixxxer Show** na téma zimní dovolené. V živém vstupu byly představeny lyžařské areály na Moninci, mnichovickém Šibeničnickém vrchu a Chotouni nebo veřejnosti přístupné hrady a zámky.

Z dílny České televize vzešel pořad **Města bez bariér**. Dvě epizody, kterými provázeli Michal Jančařík a Heřman Volf, představily kladenské a mladoboleslavské bezbariérové památky, zahrady či další kulturní objekty, a přinesly spoustu praktických informací o pohybu po městě.

V pořadu **V karavanu po Česku** se putovalo Středočeským krajem: z Brd přes zříceninu Vřskamýk a kolem meandrů řeky Sázavy do Čáslavi. Nechyběla místa jako tajemný Belveder, Kolín, Veltrusy, Mělník či malebná zákoutí Kokořínska.

Jeden z nedělních dílů pořadu **Toulavá kamera** zavítal i do středočeského Regionálního muzea v Jílovém u Prahy. Diváci tak dostali příležitost z pohodlí domova prozkoumat jílovský zlatonosný revír, vyzkoušet si rýžování zlata nebo se projít ke stolám sv. Jakuba a sv. Antonína Paduánského.

Největším projektem pak byl desetidílný pořad na internetové televizi **MALL.TV**. Průvodkyně celým pořadem, česko-japonská

influencerka Naomi Adachi, díky svému mladšímu publiku dokázala prostřednictvím seriálu **S Naomi po Česku: Střední Čechy** oslovit nejen cílovou skupinu ve věku 25–44 let, ale především potenciální mladé budoucí cestovatele ve věku 15+. Na tomto projektu SCCR intenzivně spolupracovala s jednotlivými DMO.

Střední Čechy se blýskly také v pořadu **Rady ptáka Loskutáka** na televizní stanici TV Nova. Epizoda vysílaná 1. října 2022 diváky zavedla např. na Kutnohorsko za pstruhy, kachnami i pro tipy z moštárny a palírny Bohdaneč, do němčického rodinného pivovaru Švihov a do experimentální zahrady pod Blaníkem, kde byla představena výroba léčivých mastí. Dále epizoda představila Muzeum zemědělské techniky – Čáslav, zámek Jemniště nebo Vodní dům Hulice.

Další epizoda vysílaná 26. listopadu 2022 zavítala do Hornického muzea v Příbrami a představila samotné hornické muzeum i tradiční vánoční zvyky.

V květnu se potkaly střední Čechy s Libereckým krajem na půdě TV Prima v zábavném pořadu **Máme rádi Česko**.

V celém průběhu roku o kulturně společenském dění informovala i spřátelená stanice KÚSK, metropolitní televize **PRAHA TV**, a to v rámci segmentů Středočeské noviny, Středočeský magazín a Středočeská nej.

ROZHLAS

Středočeská centrála cestovního ruchu využila rozhlasového vysílání společnosti **Radiohouse s. r. o.**, pod kterou spadají rádia Blaník, Hitrádio City 93,7, FM Praha a Fajn rádio. V září 2022 byla podpořena akce KÚSK Ochutnej Evropu, resp. její třídní vyvrcholení na Výstavišti v Lysé nad Labem. Tricetivteřinový rádiový spot proběhl konkrétně na stanicích Blaník Praha a Blaník střední Čechy, Fajn rádio Praha a střední Čechy a Hitrádio City.

VIDEA A FOTOGRAFIE

Během letní reklamní kampaně vznikaly přibližně od května do září nové profesionální fotografie včetně fotografií s modely a turisty. Zároveň proběhlo natáčení přibližně minutového reklamního spotu v rámci schválené dotace od Ministerstva pro místní rozvoj (video existuje ve čtyřech jazykových mutacích).

Také v roce 2022 SCCR využívala externí fotobanku PhotoPick od společnosti Good Agency, kterou SCCR ve spolupráci s DMO systematicky rozšiřovala.

V návaznosti na úspěšnou kampaň Cestuj srdcem z roku 2021 i v roce 2022 pokračovala úspěšná spolupráce s vybranými mikroinfluencery, kteří i v roce 2022 pořizovali jak fotografické, tak i audiovizuální materiály z destinace. Ve spolupráci s [@velkatlusta0](#) a [@d_malinova](#) vznikal obsah podporující hlavní komunikační téma tradice. Cestovatelská videa a imageové fotografie pak zajistili [@dan_rezabek](#) a duo [@just_tripppers](#). Dílčí spolupráce byla navázána např. s fotografy **Ondřejem Holasem, Tomášem Slavíkem** nebo **Janem Valečkou**.

V průběhu roku byly nafoceny tematické fotografie k pěším, cyklistickým i vodáckým výletům ve spolupráci s fotografy **Alešem Motejlem, Liborem Sváčkem** a **Ondřejem Soukupem**.

ZAHRANIČNÍ PRESS A FAM TRIPY

Ve spolupráci se zahraničními zastoupeními agentury CzechTourism bylo zrealizováno celkem devět press/fam tripů a jedna post tour v rámci konference Traverse 2022. Zahraniční zastoupení v Beneluxu do středních Čech vyslalo v květnu první press trip roku 2022. Jednalo se o návštěvu čtyř blogerů a novinářů. Výstupy se objevily v nizozemském cyklistickém magazínu Bike Explorer, šestistránkový článek vyšel na webu www.acsifreelife.nl, výletníku www.mountainreporters.com nebo osobním blogu www.stralendtsjehie.nl. Další, tentokrát srpnový press trip byl naplánován do oblasti Mělnicka Kokořínska. Novinářka Resi Lan-

kester s fotografkou Marloes Bosch objevovaly krajinu Kokořínského dolu, mělnických památek a gastronomie. Poslední podzimní press trip v režii zahraničního zastoupení v Beneluxu vedl za poznáváním pivovarů. Pět belgických a nizozemských influencerů a milovníků piva zavítalo např. do Zastávky Nižbor, kde se setkali i s majitelem a hercem Tomášem Hanákem. Ochutnávka piva proběhla v pivovarech Kytín, Matuška nebo Corso Řevnice.

Během roku SCCR pracovala na dalších press tripech se zahraničními zastoupeními ve Skandinávii, Německu nebo na Slovensku, a právě s posledním jmenovaným a ve spolupráci s DMO Pojizeří a Polabí byla zajištěna novinářská výprava v termínu 17.–19. 11. 2022 na téma advent ve středních Čechách. Od šesti zúčastněných novinářů vyšlo celkem 11 výstupů v týdenících **Eurotelevízia** a **Život**, deníku **Pravda**, magazínu **MIAU** nebo portálech **Ženy v meste** a **dromedar.zoznam.sk**. Čtenost výstupů dohrášovala hodnoty 2 338 741 a AVE: 1 384 061 Kč.

Slovenské zahraniční zastoupení také ve spolupráci s reportérem Michalem Sláničikou natočilo za přičinění SCCR šest reportáží pro **televizní stanici RTVS** v rámci pořadu **Dámský klub**. Reportáže se zabývaly filmovou tematikou. Ve středních Čechách zástupci navštívili Průhonický park, souhradí Točnick a Žebrák nebo hrady Křivoklát a Český Šternberk. Reportáže byly odvysílány od 9. září do 21. října 2022.

Fam trip podnikli touroperátoři z Norska za přičinění zahraničního zastoupení ve Švédsku s působností pro Dánsko, Norsko a Finsko při příležitosti opětovného rozlínání linky mezi Prahou a Oslem.

Největší mezinárodní konferenci pro tvůrce digitálního obsahu v Evropě **Traverse 2022** hostila ve dnech 13.–22. září Česká republika. V pořadí 9. ročník, který proběhl v Brně, zaujal přes 300 influencerů, blogerů a digitálních tvůrců. Kromě přednášek a workshopů zažili někteří tvůrci i poznávací cesty, tzv. post tours, do českých regionů. Do projektu se zapojila také SCCR, která jejich program připravila. Vybraní influenceři měli za úkol představit destinaci na svých sociálních sítích a svému publiku. Na programu v Kutné Hoře, Malešově, Kačině a Kolíně se podílela i Turistická oblast Kutnohorsko Kolínsko z. s.

VELETRHY, KONFERENCE A FÓRA

I přes to, že pandemie covid-19 od začátku roku ustupovala a v průběhu roku docházelo k uvolňování epidemiologických opatření napříč světem, byly vybrané veletrhy (zejména konané zkraje roku) i nadále omezo-vány.

Prvním veletrhem roku, na kterém se SCCR prezentovala, byl Mezinárodní veletrh cestovního ruchu a volného času **MTT Wrocław**. Prostory poskytl partnerský region Dolní Slezsko.



Druhým zahraničním veletrhem, kterého se SCCR zúčastnila ve spolupráci s Czech-Tourism, byla vídeňská **Golf Show**. SCCR v Marx Halle prezentovala vybavené golfové resorty, mistrovská hřiště, tréninkové akademie, indoor simulátory, golfové kurzy a další možnosti golfového vyžití. V obdobném termínu se na české půdě konal první tuzemský veletrh cestovního ruchu **Dovolená Ostrava**. Představily se zde turistické destinace Čech, Moravy a Slezska, turistická informační centra ČR nebo třeba ubytovací a hotelové služby.

PVA Expo Praha hostilo jubilejní 30. ročník veletrhu **Holiday World & Region World**. Představily se zde jednotlivé DMO, které na území středních Čech působí, a co víc, v rámci propagace hlavního letošního komunikačního tématu „tradice“ si návštěvníci stánku mohli nechat vyrazit vlastní minci, zakoupit skleněnou figurku nebo se zúčastnit levandulového workshopu. Stánek SCCR pak obdržel od pořadatelů veletrhu cenu v kategorii „Nejpůsobivější expozice nad 60 m²“.

O týden později, ale opět v prostorách PVA Expo Praha, se konal největší cykloveletrh v České republice **FOR BIKES**, který každoročně

otevřít turistickou sezónu. Návštěvníci měli příležitost načerpat inspiraci k cyklotoulkám po středních Čechách.

SCCR nechyběla ani na dalším ročníku veletrhu **Euroregion Tour Jablonec nad Nisou**, kde se každoročně představují nejen města, turistické oblasti a kraje ČR, ale i další aktéři a subjekty cestovního ruchu.

Již 21. ročník veletrhu cestovního ruchu **Regiony ČR 2022** se tradičně přihlásil ke slovu na Výstavišti v Lysé nad Labem. Na místní soutěžní přehlídce turisticko-propagačních materiálů obdržela SCCR zvláštní cenu za kvalitní zpracování nové image brožury v kategorii Turistický průvodce.

V termínu 28. dubna – 1. května byly představeny možnosti volnočasového vyžití ve středních Čechách v Incheba Expo Bratislava na veletrhu cestovního ruchu **ITF SlovakiaTour 2022**, který ve stejném termínu doplňuje i veletrh gastronomie Danubis Gastro a Autosalon s podtitulem „salon mobility“.

O víkendu 5.–8. května se konal již 10. ročník akce **Loďe na Labi**. Kromě stánku destinace Střední Čechy tu byly lodě všech velikostí



i farmářské trhy. Nabízela se plavba výletními loděmi nebo možnost vidět exhibici „Létajícího muže“.

Spolupráce čtyř partnerských regionů, tzv. **Čtyřdohoda**, zavedla SCCR do spolkové země Porýní-Falc. Spolu se zástupci KÚSK, kladenským Divadlem Lampion a Levandulovým údolím SCCR v Mohuči představila možnosti vyžití v destinaci Střední Čechy. Akce se konala v rámci oslav 75. výročí spolkové země.

Sportovní osmidílná akce **Běhej lesy** se konala na území středních Čech celkem dvakrát, a to v turistických oblastech Berounsko a Brdy a Podbrdsko. Další z finančně podporovaných akcí KÚSK s vyžadovanou prezentací SCCR byl multižánrový festival **Votvírák**, konaný na letišti v Milovicích. Nemohlo se chybět ani na cyklistickém závodě **L'Étape Czech Republic**, který se konal v Praze nebo na tradičním **Bikefestivalu Říčanské Šlapačky**. V Albatross Golf Resort se uskutečnila reprezentace Středočeského kraje na mezinárodní prestižní soutěži **D+D REAL Czech Masters**. Více než 2 000 kusů materiálů se rozdalo na populárním a etablovaném pražském festivalu **F.O.O.D. Piknik 2022**. Hojnému zájmu návštěvníků se těšil i jeden z největších srazů parních lokomotiv a historických železničních vozidel, **Festival parních lokomotiv 2022**, v Benešově u Prahy. Po dvouleté pauze se konaly také tuzemský veletrh cestovního ruchu **ITEP Plzeň** nebo 83. ročník tradičního **mělnického vínobraní**.

V říjnu se uskutečnil B2B veletrh **WTM London**, který je v cestovním ruchu považován za jednu z největších obchodních událostí na evropském kontinentě. Účastnit se mohou výhradně zvaní hosté a odborná veřejnost. Veletrh probíhal formou B2B schůzek, které se domlouvaly s nákupčími prostřednictvím webového portálu veletrhů. WTM London byl opětovně doplněn o networkingový event s MICE nákupčími.

Sezóna veletrhů byla zakončena v Lipsku na **Touristik & Caravaning Leipzig**, což je nejvýznamnější akce města Lipska a spolkové země Sasko. Prezentace na veletrhu je vhodná pro zástupce regionů či měst i komerčních subjektů, kteří mají během pěti dnů možnost oslovit návštěvníky veletrhu ze spolkové země, z níž do ČR přijíždí nejvíce německých turistů.

Prostor k prezentaci měla SCCR poskytnutý také na konferenci **Traverse 2022**, která poprvé ve své historii zavítala do střední Evropy.

Srpen, září a říjen se nesly ve znamení akce **Ochutnej Evropu**, kterou pořádal KÚSK ve spolupráci se svými partnery z řad středočeských měst v rámci předsednictví České republiky v Radě Evropské unie. Destinace se prezentovala v jedenácti městech, materiály i drobné upomínkové předměty se těšily nemalému zájmu.



MERCHANDISING

Portfolio upomínkových předmětů SCCR se rozšířilo o další zajímavé a mezi návštěvníky veletřů i partnery oblíbené upomínkové předměty. Popularitě se těšila kolekce čokolád, joja ve dvou barevných provedeních, obyčejné tužky a propisky, notes s motivy významných památek středních Čech či vysoké i nízké bavlněné ponožky s ikonickým symbolem Středních Čech královských – korunkou, kterou má destinace v logu.

V rámci tradiční spolupráce s lokálními producenty, konkrétně s Vinnými sklepy Kutná Hora, byla vyrobena limitovaná sada pěti druhů vín.



TURISTICKÉ SLUŽBY

TURISTICKÉ INFORMAČNÍ CENTRUM SCCR

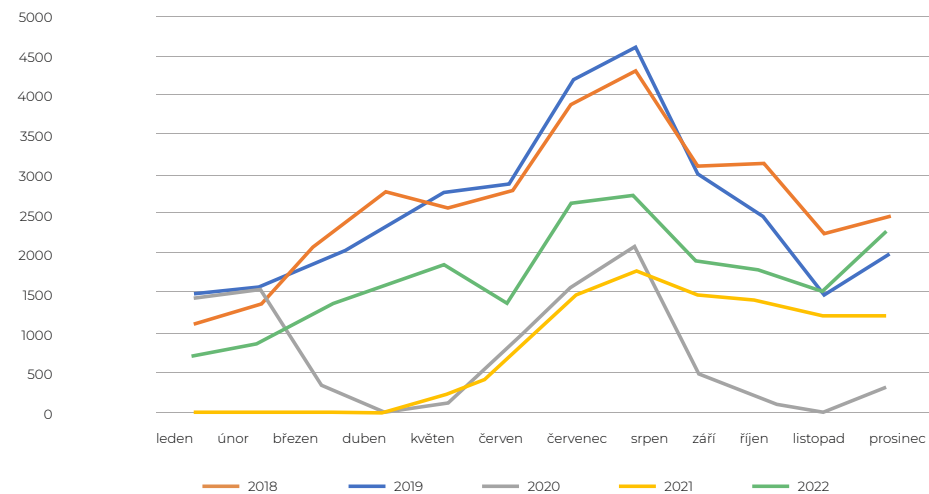
Mezi klíčové činnosti SCCR patří provoz turistického informačního centra na adrese Husova 156/21, Praha 1 – Staré Město. Jedná se o certifikované TIC dle Asociace turistických informačních center, kategorií spadá do třídy B. Infocentrum je návštěvníkům otevřeno každý den od 10 do 18 hodin, včetně víkendů a svátků.

TIC poskytuje informace o zajímavostech středních Čech, zprostředkování zájezdů, turistických karet, vstupenek přes portál TicketLIVE, suvenýrů a propagačních předmětů SCCR. Nově od roku 2022 SCCR navázala spolupráci s Prague City Tourism a stala se prodejním místem e-Prague Visitor Pass.

Školený personál podává informace o peších a cyklotrasách, aktuálním programu kulturních akcí, dopravních spojeních a dalších turisticky užitečných informací. Na chodu TIC se podílejí tři stálí zaměstnanci, příležitostně i externisté a praktikanti z řady středočeských odborných škol.

Vzhledem k uvolněným restrikcím došlo oproti předchozím dvěma letům k navýšení návštěvnosti turistického informačního centra. Byť se jedná o meziroční nárůst, v porovnání s předcovidovými lety TIC zaznamenává třetinový úbytek návštěvníků.

Do TIC v roce 2022 zavítalo 17 437 zahraničních a 6 468 tuzemských návštěvníků. Celková návštěvnost provozovny činila **23 905**.



V roce 2022 vydala SCCR čtyři nové tituly v celkovém nákladu 31 500 výtisků ve dvou jazykových mutacích. K tomu bylo dotištěno 39 600 kusů reeditovaných titulů z předchozích let.

Cílem publikační činnosti je propagovat střední Čechy jako významnou turistickou destinaci doma i v zahraničí, uspokojit potřeby individuální i skupinové turistiky, touroperátorů, cestovních kanceláří, institucí působících v oblasti cestovního ruchu a médií, a také doplňovat marketingové projekty organizace i její další aktivity.

VYDANÉ BROŽURY 2022



Materiály jsou k dispozici v TIC SCCR, na významných veletrzích a dalších akcích cestovního ruchu, v některých regionálních informačních centrech a v elektronické podobě pak ke stažení na korporátních webových stránkách www.sccr.cz.

TEMATICKÉ TITULY 2022

Nejvýznamnějším počinem byla brožura představující výběr **TOP 50 míst** napříč deseti destinacemi. Její vznik podpořili jak KÚSK, tak i jednotlivé DMO, které na výběru konkrétních reprezentativních cílů kooperovaly. Představení publikace proběhlo na největším tuzemském veletrhu cestovního ruchu Holiday World & Region World v pražských Letňanech. Tato brožura byla zároveň oceněna za kvalitní zpracování na soutěžní přehlídce turisticko-propagačních materiálů při veletrhu Regiony ČR na Výstavišti Lysá nad Labem v kategorii Turistický průvodce.

V rámci rozvoje produktu Střední Čechy královské byla došlo k doplnění řady devíti DMO map o desátou oblast, **Kladensko Slánsko**. Tato publikace vznikla za přispění prostředků státního rozpočtu České republiky z programu Ministerstva pro místní rozvoj. Mapy vyšly v českém a polském jazyce v celkovém nákladu 7 200 ks.

Dalším dlouho očekávaným novým edičním titulem byl **Plavební průvodce po Labi a Vltavě**, který vyšel v celkovém nákladu 2 100 ks na sklonku roku. Publikace, která vyšla v limitované edici a je primárně určena odborné veřejnosti a provozovatelům podnikajícím v oblasti vodní turistiky, obsahuje nejen pravidla plavebního provozu po dvou nejvýznamnějších řekách středních Čech, ale i zásady bezpečného koupání a potápění, vodního lyžování a dalších vodních radovánek. Příručka také obsahuje mapy přístavů, vývazišť a plavebních komor a spoustu tipů na výlety v okolí řek.

Ediční plán také reflektoval téma poutního turismu. V celkovém nákladu 5 100 ks vyšla v českém jazyce publikace **Poutní místa středních Čech**.

Z předchozích let pak byly reeditovány tituly: Filmová místa, dětský cestovatelský deník S pastelkami po středních Čechách Královské stezky, mapy rozhleden i kempů nebo série cykloturistických map.

CELKOVÝ PŘEHLED VYDANÝCH TITULŮ V ROCE 2022

Nové tituly	Náklad	Jazykové verze
Mapa Kladensko Slánsko	7 200	CZ, DE
Střední Čechy	18 100	CZ, DE
Plavební průvodce po Labi a Vltavě	1 100	CZ
Poutní místa	5 100	CZ
Dotisk titulů z předchozích let	Náklad	Jazykové verze
Filmová místa	5 000	CZ
Královské stezky	5 100	CZ
Mapa rozhleden	12 400	CZ, EN, DE, PL
Mapa Camping	5 100	CZ, EN, DE
Cykloturistické mapy	12 000	CZ
S pastelkami po středních Čechách	5 000	CZ

V VZDĚLÁVACÍ AKCE

S ohledem na změnu chování návštěvníků, digitalizaci odvětví i novým trendům v oblasti marketingu je průběžné vzdělávání velmi důležité. Z tohoto důvodu SCCR podporuje vzdělávání v několika oblastech:

- **vlastní vzdělávací akce**
(semináře na aktuální témata, vzdělávání subjektů cestovního ruchu),
- **podpora vzdělávacích akcí oblastních DMO a dalších partnerů SCCR**
(spolupřátání akcí, účast na akcích),
- **vzdělávání vlastních zaměstnanců a partnerů z oblastních DMO a krajských příspěvkových organizací.**

V této činnosti SCCR zrealizovala v roce 2022 celkem 7 školení/workshopů jak pro pracovníky organizací destinačního managementu, tak i jednotlivých příspěvkových organizací v oblasti kultury spadajících pod KÚSK. Zaměření školení a workshopů je předem se zástupci DMO a p. o. diskutováno tak, aby vzdělávací akce v maximální míře reagovaly na rozvojové potřeby DMO a přispěly ke zkvalitnění výkonu činností DMO i příspěvkových organizací.

Realizovaná školení/ workshopy v roce 2022	datum	účast DMO	účast p. o.
Sociální síť od H1	11. 01. 2022	ANO	ANO
Práce s Teams	04. 05. 2022	ANO	NE
LinkedIn	17. 05. 2022	ANO	ANO
Produkty cestovního ruchu	08. 06. 2022	ANO	NE
Foto workshop	28. 06. 2022	ANO	ANO
Práce s textem a psaní pro pracovníky v kultuře	15. 11. 2022	NE	ANO
Organizace press a fam tripů	25. 11. 2022	ANO	ANO

Kromě účasti na vlastních školeních se pracovníci SCCR pravidelně vzdělávají i v rámci školicích akcí organizovaných agenturou CzechTourism. V rámci pravidelných školení, které Česká centrála cestovního ruchu v roce 2022 pořádala, se SCCR účastnila hned patnácti. Školení a workshopy byly zaměřené například na práci s Tourdaty s analytickými systémy Google nebo přímo na cykly z Digitální garáže Google.

S SPORTOVNĚ-REKREAČNÍ AREÁL VRCHBĚLÁ A ROZHLEDNA ČÍŽOVKA

Sportovně-rekreační areál Vrchbělá nabízí zázemí a aktivní odpočinek především pro rodiny s dětmi. Kromě 7,5 km dlouhé stezky, určené pro in-line brusle, kola a koloběžky, se v areálu nachází také dětské hřiště s dřevěnými atrakcemi, dětské malé lanové centrum, rozhledna, kemp a minizoo. Restaurace, hotel a občerstvení na dětském hřišti jsou pronajímány externímu provozovateli.

V areálu pravidelně trénuje Český biatlonový oddíl dorostu a uskutečnil se zde mezinárodní sraz historických vozidel „Veteránem pod Bezděz“. Prostor na propagaci byl poskytnut i na veletrzích cestovního ruchu, kterých se SCCR účastnila.

Vzrostla poptávka o ubytování v kempu i celková návštěvnost Sportovně-rekreačního areálu Vrchbělá oproti roku 2021. Prostory kempu byly začátkem roku využité

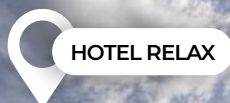
i v rámci ubytování Ukrajinců, které vyhnala válka ze svých domovů.

V roce 2022 byly pozastaveny veškeré investice z důvodu plánovaného **převodu areálu pod Odbor majetku KÚSK**. I nadále však probíhala pravidelná údržba cyklostezek a okolní zeleně zaměstnanci areálu Vrchbělá.

Dále se uskutečnily potřebné revize, včetně kontrol stavů rozhledny Čížovka i rozhledny na Vrchbělé. V návaznosti na převod areálu byla se zaměstnanci Vrchbělé, kteří spadají pod SCCR, podepsána výpověď z pracovnímu poměru, která je platná od února 2023.



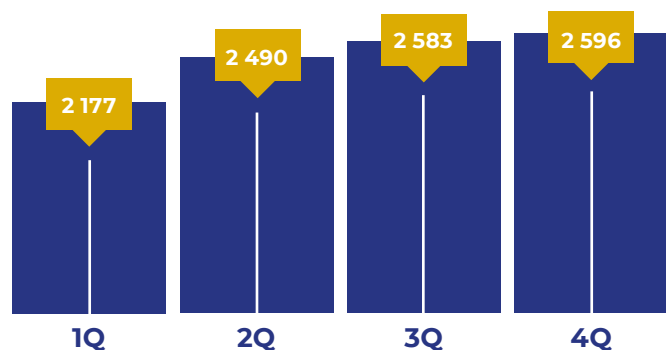
Téměř 40 metrů vysoká rozhledna ve tvaru jehlanu nabízí výhledy do okolí Českého ráje. Rozhledna Čížovka je pronajata obcí Kněžmost.



FACEBOOK SPORTOVNĚ-REKREAČNÍ AREÁL VRCHBĚLÁ

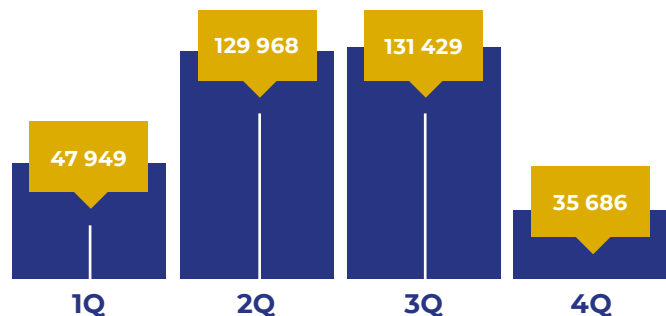
Statistika z Facebookového účtu [@ArealVrchbela](#) pro rok 2022 (zdroj: GAS)

CELKOVÝ POČET SLEDUJÍCÍCH



Celkový počet sledujících
9 846
(+34,2 %)

DOSAĤ



Celkový dosah
345 032

S STŘEDOČESKÁ FILMOVÁ KANCELÁŘ

Také v roce 2022 byly střední Čechy v centru zájmu českých a zahraničních filmových štábů. Filmová kancelář sama zajistila a odbavila nejvíce filmových projektů za dobu své existence. Spolupracovalo se s více než 20 produkčními společnostmi. Za zmínku stojí počiny **Amerikánka** režiséra Víktora Tauše, **Král Šumavy** režiséra Davida Ondříčka (zde byla navázána úzká kooperace s Plzeňskou filmovou kancelář) nebo filmy **Bratři** (očekávaná premiéra v roce 2023), **Ďáblovo rogallo**, **Kriegel – muž který stojí v cestě**, **Highlight** nebo pokračování úspěšné pohádky z roku 2019 **Princezna zakletá v čase 2**.

Poprvé v historii filmové kanceláře se SCCR podařilo být u zrodu filmu od samotného počátku, resp. od odsouhlasení scénáře filmu až po marketingovou propagaci. Přípravovaný snímek Daniela Pánka **Ďěti Nagana** cílila filmová kancelář do turistické oblasti Kutnohorsko Kolínsko, konkrétně do Peček. Ve spolupráci s DMO Turistická oblast Kutnohorsko Kolínsko se zde podařilo aktivovat místní poskytovatele služeb, samosprávu i obyvatele.



Velká část ročního úsilí padla na velkofilm **Jan Žižka**, který na zahraniční plátna vstoupil pod titulem Medieval. Dlouho odkládaná premiéra nejnákladnějšího, a zároveň hvězdně obsazeného českého velkofilmu se uskutečnila na konci léta 2022. Film vzniklý za finanční podpory KÚSK zachycuje z 80 % lokace ze středních Čech, které lze běžně (volně nebo organizovaně) navštívit.

Koncem roku byl film uveden na světových streamovacích platformách.



Zpracovalo se také na navázání užití spolupráce jak s veřejnoprávní Českou televizí, tak i se soukromými televizemi Prima a Seznam. Tyto spolupráce již měly své plody v podobě participace filmové kanceláře na seriálu **Agrometal** nebo **Pod hladinou**, detektivního seriálu **Oktopus**, pokračování populárního seriálu **Osada II** nebo bylinkové show o jídle, zdraví a udržitelnosti **Herbář**.

Na základě dlouhodobé spolupráce s TV Nova pracovala filmová kancelář na seriálech **Mozaika** a **Hojer** z dílny streamovací platformy Voyo.

Nejdílnou součástí práce filmové kanceláře je i spolupráce se zahraničními produkcemi na jejich projektech, kde je jim nabídnuta pomocná ruka se scoutingem filmových lokací dle specifických požadavků či mediace se samosprávou nebo veřejnou správou.

Ze zahraničních filmů Středočeská filmová kancelář spolupracovala na produkci chystaného pokračování thrilleru John Wick pod jménem **Ballerina**, dále na pokračování akčního filmu **Extraction** s Chrisem Hemsworthem, seriálu **Hagen** a třetí sérii **Das Boot**, filmech **Blood and Gold** nebo **Cello**.

Propagace byla zajištěna také originálnímu počínu z dílny Netflix **Na západní frontě klid**, který aspiruje na cenu Akademie za rok 2022. Film se v době nejtěžších covidových opatření natáčel v prostorách bývalého vojenského letiště v Milovicích, na hradě Točnick, na zámku v Benátkách nad Jizerou, v Lišanech u Rakovníka nebo na běžně nepřístupných zámcích Hořín a Liběchov.

V průběhu roku docházelo ke **scoutingu kraje** (cca 30 celodenních cest za rok) a **Vyhledávání méně známých nebo dosud nikdy filmaři nevyužívaných lokací**. Zásluhou Středočeské filmové kanceláře se podařilo filmařům zpřístupnit Gottovu Vilu v Jevanech, funkcionalistickou Budilovu vilu v Kolíně, administrativní budovu Spolana Neratovice, klášter a zámek Zásmyky nebo zámek Červené Pečky.

Pozornost byla také věnována zmapování dotačních titulů jednotlivých regionálních filmových kanceláří, jejich programům na podporu audiovizuálních děl a **přípravě dotačního titulu**, který by KÚSK mohl též realizovat.

LOKAČNÍ TOUR

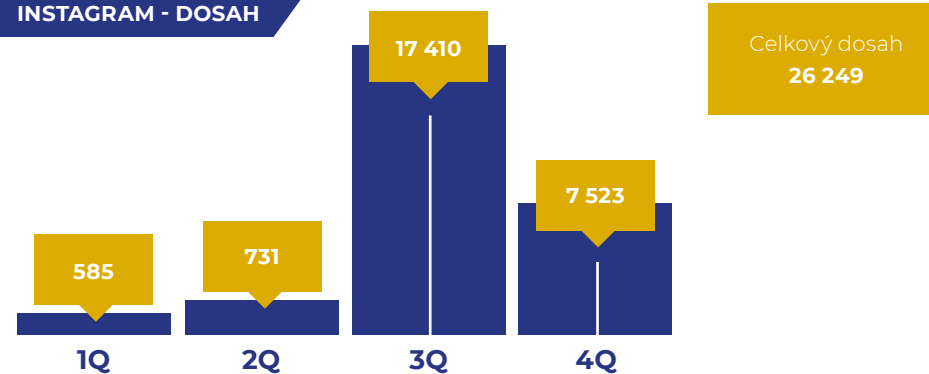
Na konec letní sezóny byla připravena lokační tour na lodi po trase Nelahozeves–Mělník. S ohledem na rozpočet SCCR však nemohla být realizována.

SOCIÁLNÍ SÍŤ A WEB

Svou činnost prezentuje Středočeská filmová kancelář prostřednictvím dvojjazyčného webu www.strednicechyfilm.cz. Zároveň přispívá i na webové stránky Czech Film Commission, a to zejména do rubriky Zaměřeno na lokaci nebo prostřednictvím newsletteru, který pravidelně představuje filmové lokace zahraničním produkcím.

Etablovaný instagramový účet [@central-bohemiafilmoffice](https://www.instagram.com/central-bohemiafilmoffice) byl v druhé polovině roku 2022 lehce upozaděn a větší prostor byl věnován nově založenému facebookovému profilu [@StredoceskaFilmovaKancelar](https://www.facebook.com/StredoceskaFilmovaKancelar) nebo uzavřené facebookové skupině Lokační sobě, kam filmová kancelář rovněž pravidelně přispívá.

INSTAGRAM - DOSAH



FILMOVÉ FESTIVALY

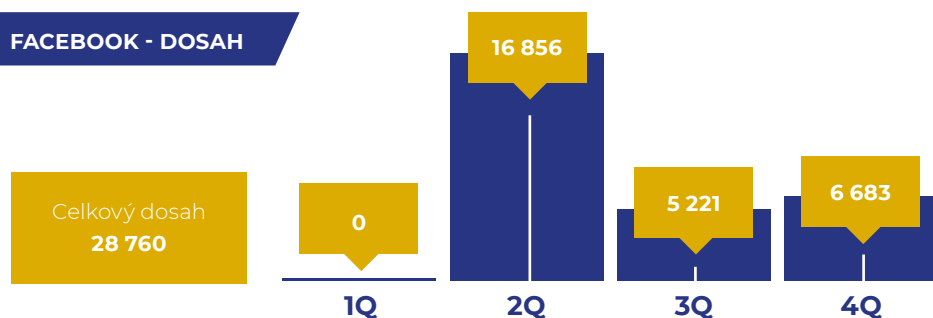
Také v roce 2022 se filmová kancelář účastnila ryze tuzemských filmových festivalů. Po celou dobu trvání měla SCCR stánek na **Noir Film Festivalu** na hradě Český Šternberk, jehož partnerem byl KÚSK. Pracovníci filmové kanceláře se zde setkali se zástupci Asociace producentů v audiovizí (APA) nebo politické honorace ze strany Středočeského kraje.

Setkání s ostatními regionálními filmovými kancelářemi pod záštitou Czech Film Commission proběhlo na festivalu **Finále Plzeň**.

FACEBOOK - POČET SLEDUJÍCÍCH



FACEBOOK - DOSAH





HOSPODAŘENÍ SCCR V ROCE 2022

Hlavní činnost SCCR i v roce 2022 byla charakterizována úzkou provázaností s akčním plánem pro rok 2022 a plánem komunikace. Vedle marketingových aktivit, tvorby nových edičních a reedice stávajících titulů a online i offline propagace byly finanční prostředky alokovány i do svěřeného areálu Vrchbělá s rozhlednou Čížovka, provozu filmové kanceláře a založení nového MICE segmentu v rámci organizace. V návaznosti na události doma i ve světě a na doznívající covidová opatření i nadále byl kladen důraz na flexibilitu kampaní a komunikačních témat tak, aby byl jejich dopad co nejefektivnější a zároveň co nejekonomičtější. To vše se promítlo do celkového hospodaření organizace.

SCCR v roce 2022 hospodařila s rozpočtovou částkou ve výši 42,1 mil. Kč, z toho byly závazné mzdové náklady ve výši 16,4 mil. Kč. V rámci rozpočtové skladby jsou významné nákladové položky vynakládány za spotřebu energií, náklady na opravu a údržbu svěřeného majetku, ostatní služby zahrnující náklady na edici materiálů pro širokou veřejnost, kampaně na podporu rozvoje cestovního ruchu v kraji, prezentaci kraje na veletrzích, roadshow a dalších akcích pro veřejnost, a dále odborné poradenství v oblasti právních služeb.

Na konci roku 2022 proběhla inventarizace majetku SCCR v budově v Husově ulici a v areálu Vrchbělá, vč. pronajatého majetku a příprava na převod areálu Vrchbělá areálu Vrchbělá pod KÚSK.

Organizace	Upravený rozpočet 2022 (v tis.)			
	Náklady	Výnosy	Mzd. náklady	Hosp. výsledek
Středočeská centrála cestovního ruchu, p. o.	42 164	42 164	16 494	0,00
Celkem	42 464	42 164	16 494	0,00

Organizace	Skutečnost k 31. 12. 2022 (v tis.)			
	Náklady	Výnosy	Mzd. náklady	Hosp. výsledek
Středočeská centrála cestovního ruchu, p. o.	47 924,43	48 012,65	12 178,99	88,22
Celkem	47 924,43	48 012,65	12 178,99	88,22

Organizace	% plnění rozpočtu (v tis.)		
	Náklady	Výnosy	Mzd. náklady
Středočeská centrála cestovního ruchu, p. o.	113 %	114 %	100 %
Celkem	113 %	114 %	100 %



ZÁMEK VYSOKÝ CHLUMEC

Středočeský kraj



Středočeská centrála
cestovního ruchu

ADRESA

Středočeská centrála cestovního ruchu

Husova 156/21

Praha 1 – Staré Město

KONTAKT

Tel.: +420 222 288 911

E-mail: info@sccr.cz



@DestinaceStredniCechy



@VisitCentralBohemia

Foto: archiv SCCR, Luděk Neužil, Filip Jakubský,
Dagmar Malinová, Václav Bacovský,
Ondřej Soukup, Noir Film Festival

Vydavatel: © **Středočeská centrála cestovního ruchu**
Husova 156/21, Praha 1

Praha 3/2023 | 1. vydání | Neprodejné

www.strednicechy.cz