Tisková zpráva

**Kampaň středních Čech lákala na jaře slovenské a polské turisty**

1. 9. 2023, Praha – **Na podporu návštěvnosti středních Čech realizovala Středočeská centrála cestovního ruchu (SCCR) marketingovou kampaň na Slovensku a v Polsku. Cílem bylo pozvat do regionu turisty ze sousedních zemí, odkud tradičně přijíždí nejvíce hostů. V červnu mohli prezentaci středních Čech v Polsku vidět cestující na varšavském letišti i návštěvníci obchodních center. Na Slovensku se kampaň objevila v průběhu května a června na autobusech nebo v oblíbených magazínech.**

Na zahraniční publikum zaměřuje pozornost SCCR dlouhodobě. Jsou to právě hosté ze Slovenska a Polska, kteří patří mezi nejčastější návštěvníky kraje. *„Vloni přijelo do kraje 51 tisíc hostů z obou zemí. V první polovině letošního roku to bylo 29 tisíc návštěvníků. Smyslem kampaně bylo upozornit na střední Čechy i jinými kanály, než které doposud Centrála využívala,“* řekl Jakub Kulhánek, ředitel Středočeské centrály cestovního ruchu.

Kampaň ukázala v průběhu jara a léta nejenom památky, přírodní zajímavosti, ale i možnosti, jak trávit ve středních Čechách volný čas nebo dovolenou. Vizuály a spoty nebyly zaměřeny na jedno téma či lokalitu, ale prezentovali sílu zážitků za hranicemi Prahy. Základem pro prezentaci tak byly kvalitní fotografie a videozáběry. *„Celá myšlenka kampaně se opírala o největší výhodu středních Čech pro zahraniční návštěvníky, kterou je blízkost Prahy. Benefitem pro cestovatele a turisty je nejen dostupnost regionu z hlavního města, ale také dobrodružná nebo divoká příroda v kontrastu velkoměsta,“* upřesnila Karolína Kratochvílová, vedoucí marketingového oddělení SCCR. Kampaň navíc doplnila i návštěva novinářů z obou zemí, kteří zavítali do středních Čech v rámci připravených press tripů.

Digitální reklamu destinace mohli zaznamenat cestující v odletové hale letiště Frederika Chopina ve Varšavě. Spot středních Čech na 8 plochách viděl v červnu zhruba 1 milion lidí. Letištní část doplnily další plochy ve velkých polských městech s důrazem na příhraniční oblast Slezského a Dolnoslezského vojvodství. Mezi 48 lokalitami byla například města Katowice nebo Jelenia Góra.

Slovenská část kampaně zahrnovala polep 3 autobusů, které jezdí v Bratislavě a Západoslovenském kraji. Zadní i boční strany byly polepeny prezentací středních Čech od května do června. Za tu dobu reklamu vidělo téměř 430 tisíc cestujících a dalších zhruba 1,7 milionu lidí v okolí autobusových zastávek a na trase autobusů. Druhou část slovenské kampaně tvořila tištěná inzerce v nejčtenějších slovenských magazínech se zásahem více než 400 tisíc čtenářů.

Středočeská centrála cestovního ruchu vložila do prezentace v sousedních zemích 1,7 milionu korun. Na podzim plánuje kromě dalších marketingových aktivit i dílčí kampně pro české publikum. Reklama se objeví v metru, příměstských vlacích mezi Prahou a Středočeským krajem nebo ve vlacích SC Pendolino. V září bude o středních Čechách slyšet také na rádiu Blaník.