

Střední Čechy 

VÝROČNÍ ZPRÁVA

2023



Středočeský kraj



Středočeská centrála
cestovního ruchu



NÍŽBOR

/04
ÚVODNÍ SLOVO
CHARAKTERISTIKA ORGANIZACE

/06
ORGANIZAČNÍ STRUKTURA

/08
CESTOVNÍ RUCH
VE STŘEDOČESKÉM KRAJI

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

/25
TURISTICKÉ SLUŽBY

/26
EDIČNÍ ČINNOST

/28
STŘEDNÍ ČECHY FILMOVÁ
KANCELÁŘ

/30
CONVENTION BUREAU

/32
ŘÍZENÍ DESTINACE A PODPORA
REGIONŮ A PODNIKATELŮ

/34
HOSPODAŘENÍ V ROCE 2023

ÚVODNÍ SLOVO CHARAKTERISTIKA ORGANIZACE

Středočeská centrála cestovního ruchu, p. o.

Výroční zpráva 2023

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

Ve znění usnesení Zastupitelstva Středočeského kraje č. 025-23/2023/ZK ze dne 27. 3. 2023 byla schválena nová Zřizovací listina Středočeské centrály cestovního ruchu, příspěvkové organizace, a tím bylo zrušeno předchozí Usnesení č. 033-21/2023/ZK.



Jakub Kulhánek
ředitel Středočeské centrály
cestovního ruchu

Milí kolegové a partneři,

máme za sebou další rekordní rok, a to v mnoha ohledech. Návštěvnost středních Čech již po druhé v řadě překonala tu předchozí, především pak díky velmi silné letní sezóně. Těší mě, že náš kraj ve všech kvartálech roku 2023 přilákal více turistů, než tomu bylo před rokem 2020 a věřím, že si tito i další turisté najdou cestu k nám i mimo vytížené letní měsíce, aby si krásu středních Čech mohli dosyta vychutnat. Stejně tak náš region znovu objevují návštěvníci především ze sousedních zemí. Nejen díky naší činnosti, ale také našich partnerů v regionu, jsme ve třetím kvartálu roku 2023 zaznamenali největší nárůst polských a slovenských návštěvníků od roku 2012. Pro nadcházející rok jsme plní optimismu, zůstáváme však ve svých cílech realisty. Vnímáme ekonomickou situaci doma i v zahraničí, vliv inflace na finanční možnosti českých rodin, vzrůstající ceny

energií zvyšující výdaje za služby čerpané během dovolené i krátkého odpočinku v celé České republice. I proto budeme pro nadcházející rok usilovat především o stabilizaci návštěvnosti středních Čech.

Vloni jsme pracovali na tom, aby střední Čechy patřily i nadále mezi zajímavé lokality a aby se dostaly do podvědomí i návštěvníkům, kteří o jejich návštěvě zatím neuvažovali. Mnoho našich aktivit směřovalo nejen na české návštěvníky, ale i zahraniční. Vizualní kampaně, které jsme zaměřili na Polsko a Slovensko, se velmi rychle projeví právě ve statistických číslech. Stejně jako podzimní kampaň „Utečte z města“, která cílila na domácí turisty v metru, vlacích a autobusech. Podíleli jsme se na rekordním počtu press a fam tripů, který se v závěru roku zastavil těsně před třemi desítkami, prezento-



CINIBULKOVALSKÁ STEZKA

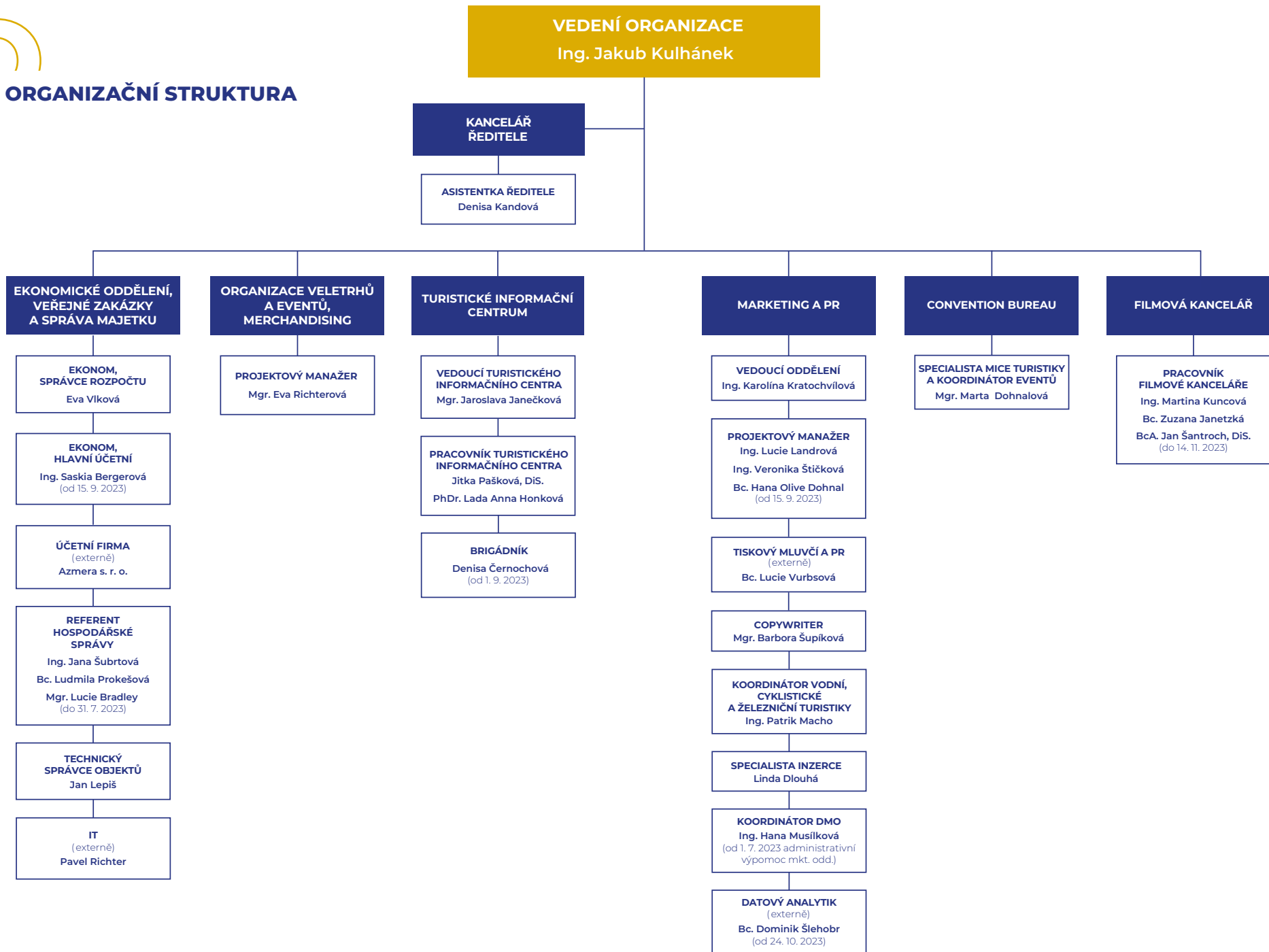
vali jsme region na veletrzích, úspěšně proškolili odborníky v cestovním ruchu a za naši práci obdrželi několik významných ocenění. V říjnu jsme úspěšně zorganizovali první Středočeské fórum cestovního ruchu a dále rozvíjeli spolupráci s destinačními managementy. Střední Čechy jsme prezentovali v širokém spektru médií a výrazně posunuli přípravu nového produktu cestovního ruchu, který bude v letech 2024–2025 zaměřen na aktivní turistiku na vodě i v jejím okolí.

Víme, že cestovní ruch se neobejde bez neustálého rozvoje, nápadů a inovací. Naším cílem je pokračovat v koncepční práci a kreativních projektech, které přispějí k tomu, aby turisté chtěli zařadit střední Čechy na svůj bucket list.

Další rozvoj SCCR a jejich aktivit by se neobešel bez skvělé práce zaměstnanců, fungující spolupráce se zřizovatelem, zástupci destinačních managementů, organizacemi a partnery. Všem bych chtěl poděkovat za jejich podporu a těším se na další společné úspěchy.



ORGANIZAČNÍ STRUKTURA





CESTOVNÍ RUCH VE STŘEDOČESKÉM KRAJI

V roce 2023 byl cestovní ruch poznamenán řadou geopolitických událostí, které ovlivnily turistický průmysl. Válka na Ukrajině pokračovala, což vedlo k nejistotě a obavám o bezpečnost v regionu zejména u zahraničních návštěvníků. V říjnu došlo k eskalaci konfliktu mezi Palestinou a Izraelem, což způsobilo další nervozitu a snížení počtu turistů cestujících z Blízkého Východu.

Světlem zároveň hýbala inflace, která zvýšila ceny dovolených a rekreačních služeb. Navzdory těmto výzvám střední Čechy zaznamenávají nejvyšší návštěvnost za posledních 12 let v každém čtvrtletí loňského roku.

HOSTÉ A PŘENOCOVÁNÍ V HROMADNÝCH UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍCH

Do středních Čech přijelo za celý rok 2023 necelých 1,33 milionů hostů. Oproti roku 2022 se jedná o nárůst o 14,5 %. Z tuzemských návštěvníků, kteří se pro region rozhodli, to bylo 1,05 milionu s meziročním nárůstem 10,1 %. Ze zahraničí dorazilo 272 tisíc turistů, což znamená meziroční zvýšení o 35 %. Nejedná se o tak prudký nárůst jako mezi roky 2021 a 2022, ale v kontextu předcovidových let se jedná o nadprůměrná čísla. Na základě vývoje lze očekávat růst v roce 2024, avšak mírnější.

Vývoj počtu hostů a přenocování za období 2017–2023

Index/rok	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Hosté	1 021 352	1 122 095	1 172 951	693 980	782 114	1 168 695	1 325 985
Přenocování	2 425 079	2 642 741	2 699 378	1 822 817	2 022 937	2 792 694	3 048 737

Zdroj dat: Český statistický úřad



KARLŠTEJNSKÉ VINOBRANÍ

Nejsilnějším měsícem roku 2023 se stal červenec s návštěvností přes 192 tisíc. I přesto, že leden byl co do počtu návštěvníků nejslabším měsícem, zároveň došlo k nejvyššímu meziročnímu nárůstu hostů, a to o 78 %.

STRUKTURA HOSTŮ

Mezi nejčastější hosty ubytovacích zařízení ve středních Čechách patřili v roce 2023 tuzemští návštěvníci. Z řad nerezidentů přijelo nejvíce hostů z Německa, a to konkrétně 87 581, což je o 38,6 % více než v roce 2022.

Největší meziroční růst zaznamenaly asijské státy, ze kterých rostla návštěvnost i o stovky procent: Čína o 288 %, Jižní Korea o 406 %, Tchaj-wan o 518 %. Za tímto nárůstem stojí především obnovení leteckých linek mezi Českem a Jižní Koreou v březnu a zahájení provozu přímé linky mezi Českem a Tchaj-wanem v červenci. Předpokládá se, že s plánovaným otevřením dalších leteckých spojení bude tento trend růstu pokračovat i nadále.

Třetí kvartál se nesl ve znamení růstu návštěvnosti z Polska a Slovenska. U Polska však probíhal významný růst návštěvnosti po celý rok 2023: meziroční změny prvního kvartálu o 78 %, u druhého kvartálu o 50 %, třetí kvartál vzrostl o 27 % a čtvrtý kvartál o 23 %.



SKANZEN TŘEBÍZ

VÝKONNOST DESTINACE

Výkonnostní cíle byly stanoveny v dokumentu „[Výhled marketingových aktivit a destinačního managementu 2023](#)“. I když celkový cíl nárůstu počtu přenocování o 10 % nebyl dosažen, úspěch v přilákání zahraničních návštěvníků naznačuje účinnost strategického plánování. Tato zkušenost by měla být využita k dalšímu zdokonalení strategií cestovního ruchu pro budoucí období.

Cíl	Zvýšení počtu přenocování (domácí)	Zvýšení počtu přenocování (zahraniční)	Obsazenost HUZ	Konference v HUZ
Indikátor	meziroční změna	meziroční změna	% obsazenost v HUZ	počet akcí nad 50 účastníků
Cílová hodnota 2023	+10 %	+5 %	+30 %	300
Dosažená hodnota 2023	+5,6 %	+30,2 %	* data za 2023 nejsou známá	888

Střední Čechy se pyšní jednou z největších koncentrací královských míst v republice. Množství historických míst spojených s utvářením národní identity, královských hradů, hradíšť 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 2023. 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 2023 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 víkendu nebo vícedenní dovolené věděly, co vše destinace Střední Čechy nabízí a proč je vhodnou volbou pro trávení volného času.

Nástroje naší MARKETINGOVÉ KOMUNIKACE jsou především:

- Sociální média (Facebook, Instagram, Youtube, LinkedIn)
- Webové stránky
- 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

Výkonnostní cíle organizace (nejen v rámci marketingu) jsou stanoveny v dokumentu "**Výhled marketingových aktivit a destinačního managementu 2023**", který je veřejnosti **dostupný online** na korporátních webových stránkách organizace. Na jeho základě jsou níže vykážány konkrétní činnosti a je zhodnocena jejich efektivita.

MARKETINGOVÉ KAMPAŇ A PROJEKTY

V roce 2023 SCCR rozšířila svůj dosah v oblasti marketingových kampaní v cestovním ruchu. Vedle tradičního zaměření na tuzemské návštěvníky se aktivně zaměřila i na zahraniční trhy, přičemž se snažila oslovit širší publikum. Kromě hlavních témat byla veřejnost informována o různých aspektech, jako jsou aktivity podporující tradice,

nabídky pro milovníky aktivního turismu a důraz na udržitelné cestování. Vyrovnaní sezónních výkyvů a snahou o lákání návštěvníků i mimo letní období se organizace zasadila o zvýšení atraktivity a prodloužení turistické sezóny po celý rok.

KAMPAŇ NA PODPORU PŘÍJEZDOVÉHO CESTOVNÍHO RUCHU

Na podporu návštěvnosti středních Čech realizovala 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.

Kampaň ukázala v průběhu jara a léta nejenom památky, přírodní zajímavosti, ale i možnosti, jak trávit ve středních Čechách volný čas nebo dovolenou. Vizualy a spoty nebyly zaměřeny na jedno téma či lokalitu, ale prezentovaly sílu zážitků za hranicemi Prahy. Základem pro prezentaci tak byly kvalitní fotografie a videozáběry.

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 jezdily 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.

DOBRODRUŽSTVÍ ZA HRANICEMI PRAHY

Tato **cobrandingová online kampaň ve spolupráci s agenturou CzechTourism** propagovala v termínu 15. 9. – 15. 11. 2023 region Střední Čechy na profilech sociálních

sítí cílících na zahraniční klientelu. Kreativky byly umístěny na Facebook a Instagram s optimalizací na povědomí a se zaměřením na ThruPlay, kdy účelem byla maximalizace nejen samotného zásahu, ale i přehrávatelnost kreativ.

Celkové výsledky v prostředí Meta platform jsou hodnoceny pozitivně: bylo osloveno 566 999 unikátních účtů s velmi vysokou frekvencí 5,17 a celkovým počtem zobrazení 2 933 709. Nejvíce zobrazení reklam je evidováno u polské kreativy a anglické kreativy pro Instagram – u každého více než půl milionu zobrazení.

YouTube kampaň byla cílena primárně na trhy Polsko, Německo, Rakousko, Švýcarsko, Lichtenštejnsko a další vybrané evropské trhy (Spojené království, Irsko, Belgie, Nizozemí, Švédsko, Dánsko, Norsko, Finsko). Šest kreativ bylo zobrazeno celkem 1 479 908 uživatelům. Průměrná míra interakce se pohybovala kolem 15,5 %, celková proklikovost nesla hodnotu 19 425.





KAMPAŇ UTEČTE Z MĚSTA

UTEČTE Z MĚSTA

Smyslem kampaně bylo ukázat kontrast mezi studeným, betonovým městem a uklidňující zelení lokalit mimo centra měst. Cítilo se primárně na české návštěvníky, a to hned po několika komunikačních linkách: **vizuály v metru, příměstských vlacích** mezi Prahou, Středočeským, Jihočeským, Ústeckým a Královohradeckým krajem nebo **ve vlacích SC Pendolino**. Do výčtu úspěšných kampaní patří i reklama na autobusích ve spolupráci s Integrovanou dopravou Středočeského kraje. Kampaň byla podpořena i v online prostoru, a to jak v rámci vyhledávací a bannerové reklamy či reklamy na sociálních sítích. Komunikace proběhla i v rámci inzerce (např. National Geography, Respekt).

TOP AKCE

Pod jednotnou kampaní **#TOPakce** se komunikovalo vybraných 55 akcí, z nichž většinu z nich byla udělena individuální dotace KÚSK. Tyto akce SCCR doplnila o další významné kulturní a společenské akce v regionu. S jednotlivými organizátory proběhlo podepisování dodatků smluv, na jejichž základě docházelo k věcnému plnění a reciproční propagaci. V prostředí sociálních sítích Meta se kampaň zobrazila během osmi měsíců necelým 4,8 milionu uživatelů.

STŘEDOČESKÉ KULTURNÍ LÉTO

Již třetí ročník akce s sebou přinesl spoustu koncertů, divadelních představení, nový cirkus, letní kino i programy pro děti. Celkem 45 představení se od 15. 6. až do 23. 9. konala pod širým nebem i na půdě středočeských muzeí a památníků. SCCR v roce 2023 zajistila jednotnou komunikační online kampaň. Akce **v krajských příspěvkových organizacích** byly podpořeny i v rámci nakoupených inzertních ploch (PragueMOON, All, Léto dovolená, Innspiration, časopis České dráhy, Epocha atd.). Činnost tiskové mluvčí na podporu Středočeského kulturního léta vygenerovaly hodnotu AVE 300 000 Kč. Rekordní počet návštěv byl zaznamenán na webových stránkách www.stredoces-kekulturnileto.cz – meziroční nárůst byl o 3,9 tisíce návštěv.







VIDEOKAMPAŇ V AQUAPALACE PRAHA

Marketingová kampaň SCCR probíhala v turistickém cíli Aquapalace Praha v termínu od 1. 11. 2023 do 31. 12. 2023. Realizována byla na základě předchozích smluvních ujednání, kdy předmětem smlouvy byl pronájem digitální plochy pro umístění reklamního spotu s tematikou rodinných zážitků ve středních Čechách ve veřejně přístupném prostoru akvaparku. Třicetivteřinový spot byl přehrán min. 14 640 x během 2 měsíců. V daném období akvapark navštívilo 132 038 osob.

WEBOVÉ STRÁNKY

Webové stránky a sociální sítě tvoří důležitou platformu pro prezentaci turistické destinace. V roce 2023 se portfolio spravovaných webů rozšířilo o dvě novinky. Pro vznikající produkt Pustit k vodě vznikl stejnojmenný web a v červnu byly spuštěny webové stránky zaměřené na MICE aktivitu, včetně katalogu kongresových a konferenčních zařízení v kraji.

Přehled webových portálů pod správou SCCR:

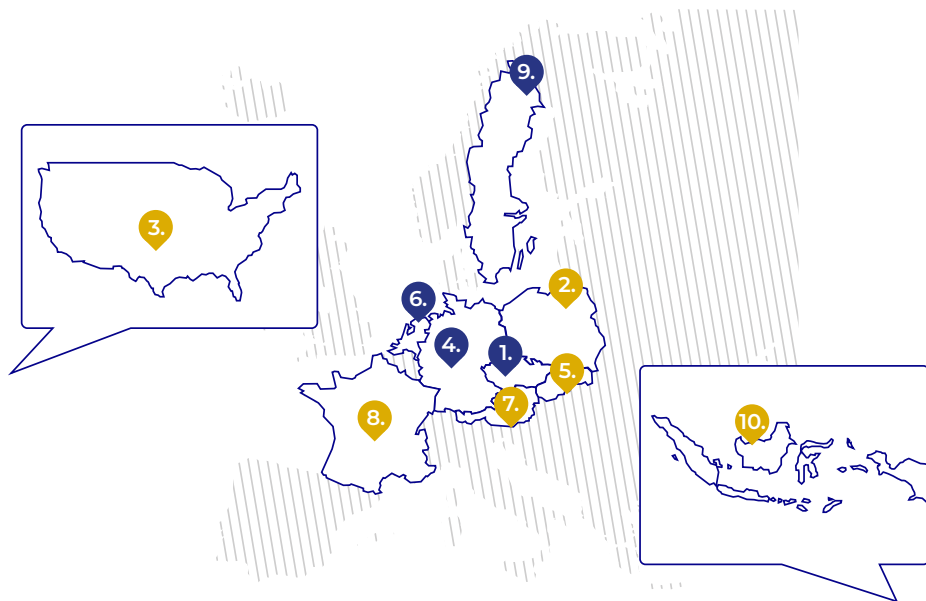
Funkce	Doména
Destinační weby	 www.strednicechy.cz
	 www.visitcentralbohemia.com
	 de.visitcentralbohemia.com
	 pl.visitcentralbohemia.com
Korporátní web	 www.sccr.cz
Produktové weby	 www.strednicechycb.cz
	 www.strednicechycfilm.cz
	 www.pustitkvodě.cz
	 www.strednicechycfilm.cz/en
Středočeské kulturní léto	 www.stredoceskekulturnileto.cz

Vzhledem k tomu, že destinační webový portál oslavil v dubnu 2023 rok od svého spuštění, se intenzivně po celý rok pracovalo na tvorbě vlastního autorského obsahu. Tvorba originálních textů pomáhá ke **zvyšování skóre SEO**, což znamená větší návštěvnost webu, více příležitostí k získání uživatelů, zvyšování povědomí o značce, budování vztahů s potenciálními návštěvníky a vytváření pozice důvěryhodného odborníka na poli cestovního ruchu. Destinační web slouží nejen k propagaci turistického vyžití v regionu, ale zároveň jako tzv. „výkladní skříň destinace Střední Čechy“.

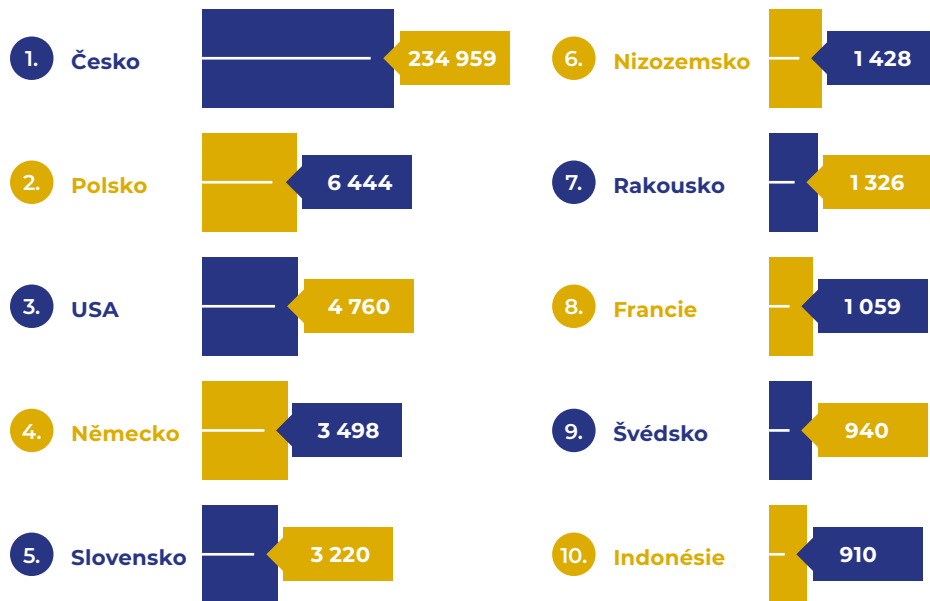
Web	strednicechy.cz	visitcentralbohemia.com	de.visitcentralbohemia.com	pl.visitcentralbohemia.com
Indikátor	unikátní zobrazení	návštěvnost webu	návštěvnost webu	návštěvnost webu
Cílová hodnota 2023	+10 %	+5 %	+5 %	+5 %
Dosažená hodnota 2023	134 %	spuštěn 6/22	spuštěn 9/22	spuštěn 12/22
Zobrazení 2023	625 127	13 579	4 286	8 836
Uživatelé 2023	243 524	7 544	2 821	6 635

Dle stanovených indikátorů dosáhly webové portály spravované SCCR vynikajících výsledků, které předčily očekávání. Všechny prezentace byly úspěšné a stanovené cíle byly dosaženy.

Geografické výkonnosti destinačního webu dle IP adres:



1. zdrojová země — návštěvnost



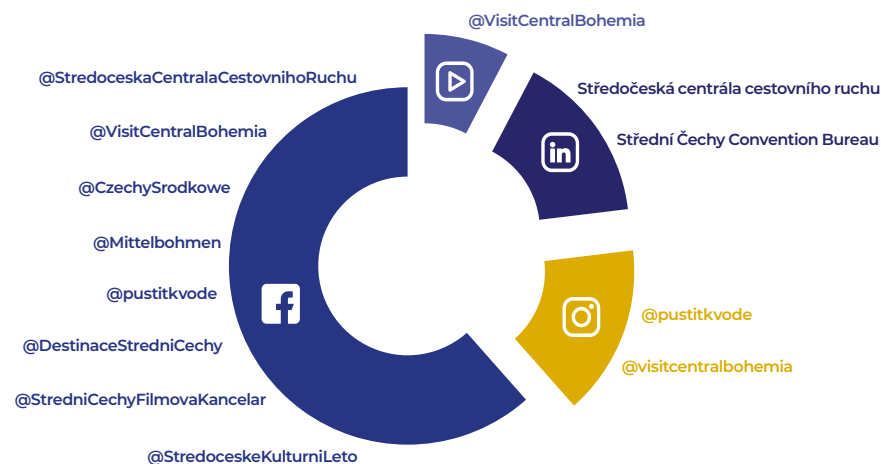
Z dlouhodobého hlediska je možné pozorovat rostoucí základnu jak tuzemských návštěvníků webu, tak i těch zahraničních s tím, že návštěvnost korespondovala s cílením marketingových online aktivit a kampaní.

Web	stredoceskekulturnileto.cz	pustitkvode.cz	strednicechycb.cz	sccr.cz
Indikátor	návštěvnost webu	noví uživatelé	spuštění webu	unikátní zobrazení
Cílová hodnota 2023	+15 %	1500	2. čtvrtletí	+5 %
Dosažená hodnota 2023	+105 %	186	spuštěn 6/23	+184,50 %
Zobrazení 2023	16 875	5 978	4 445	39 271
Uživatelé 2023	7 926	186	511	12 853

Recordní počet návštěv byl zaznamenán na webových stránkách Středočeského kulturního léta, zde došlo k meziročnímu nárůstu o 3,9 tisíce uživatelů. Vzhledem k přípravné fázi produktu Pustit k vodě v loňském roce bylo rozhodnuto o upuštění od větších marketingových kampaní v roce 2023 a soustředění sil na přípravu produktu pro období 2024–2025. Upustilo se také od sledování návštěvnosti webu filmové kanceláře. Důvodem je především zastaralost prezentace a plánovaná výstavba nového webu. Stanovené cíle splnily i weby Convention Bureau i korporátní web SCCR.

SOCIÁLNÍ SÍŤ

Primárními indikátory pro online komunikaci na sociálních sítích byly zvoleny metriky dosažů, případně zobrazení a zhlédnutí videí. Ve správě SCCR bylo k 31. 12. 2023:



DOSAH PŘÍSPĚVKŮ NA FACEBOOKU 2023



NEJÚSPĚŠNĚJŠÍ PŘÍSPĚVKY FACEBOOKU

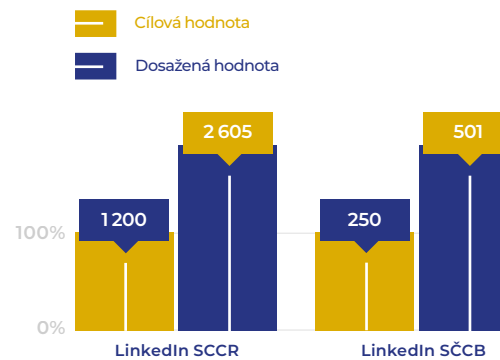


1. místo
Dosah příspěvku: **222 786**

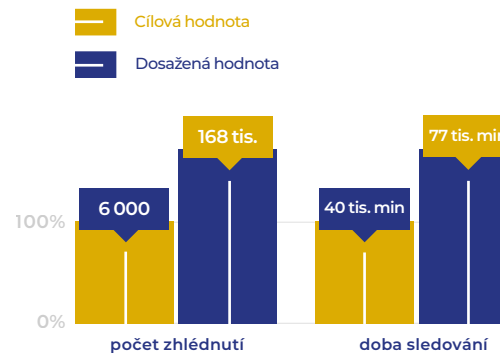


2. místo
Dosah příspěvku: **172 198**

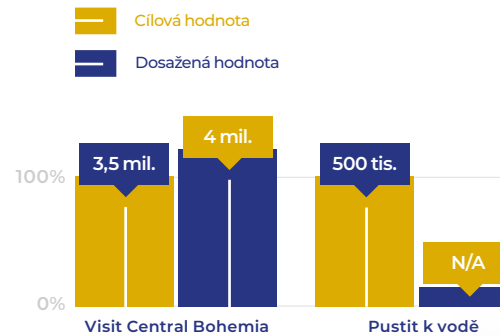
POČET ZOBRAZENÍ NA LINKEDIN 2023



YOUTUBE 2023



DOSAH PROFILU NA INSTAGRAMU 2023



NEJÚSPĚŠNĚJŠÍ PŘÍSPĚVKY INSTAGRAMU

2. místo

Dosah příspěvku: 170 338



1. místo

Dosah příspěvku: 176 835



3. místo

Dosah příspěvku: 150 817



K dosažení cílové hodnoty došlo u většiny ze spravovaných profilů. U profilů, u nichž k dosažení stanoveného cíle nedošlo, lze zdůvodnit obtížností předpovídání a ovládnutí algoritmů sociálních sítí, které ovlivňují dosah příspěvků. Tyto algoritmy se v průběhu času mění a mohou být ovlivněny mnoha (předvídatelnými i nepředvídatelnými) faktory.

Nárůst sledujících na destinačním profilu Střední Čechy o 2 % a zároveň výrazný nárůst zobrazení Facebookové stránky o 79 % ale naznačují, že kampaně byly úspěšné v přitahování nových sledujících a zvýšení interakce na stránce, což svědčí o rostoucím zájmu a povědomí o značce. Z dlouhodobého hlediska je to považováno za pozitivní výsledek marketingového úsilí. I přes nižší celkový dosah bylo dosaženo hlavního cíle, který spočíval v posílení povědomí o destinaci a zvýšení zapojení publika.

I přes dvouměsíční cobrandingovou kampaň ve spolupráci s agenturou CzechTourism nebyl dosažen stanovený cíl v anglického destinačního profilu. Nicméně dosah příspěvků profilu zůstal oproti roku 2022 nezměněn, což značí stabilizaci a jistou míru nasycenosti této cílové skupiny z pohledu zájmu o region. Německý a polský destinační profil naopak předčil hodnoty stanovené pro rok 2023.

Cíle byly také úspěšně dosaženy u profilů Filmové kanceláře a korporátních profilů jak SCCR, tak i Convention Bureau a bilingvního instagramového profilu destinace. Zde v průběhu roku rostl nejen dosah, ale i počet sledujících, zobrazení a interakce s příspěvkem či profilem. Vzhledem k přípravné fázi produktu Pustit k vodě bylo v loňském roce rozhodnuto o upuštění od větších marketingových kampaní a soustředění sil na přípravu produktu pro období 2024–2025.

MÉDIA A PR

V průběhu roku bylo vydáno 37 tiskových zpráv a článků, které informovaly o dění v kraji a vygenerovaly stovky výstupů v médiích v celkové hodnotě AVE 30 milionů Kč. Také bylo nakoupeno několik desítek inzertních ploch v online magazínech, tištěných periodících, ale i v rádiových a televizních pořadech, které možnosti využití v kraji představovaly.

TIŠTĚNÁ A ONLINE INZERCE

Hlavními komunikovanými tématy napříč inzercí byly: tradice sklářství, aktivní turistika včetně pěších a cyklo výletů, pivovarnictví, Středočeské kulturní léto, hrady a zámky, výlety s dětmi, filmová turistika, MICE a další. Všechna tato témata reflektovala komunikační linky stanovené ve „[Výhledu marketingových aktivit a destinačního managementu 2023](#)“.

Velký cyklospeciál s osmi výlety vyšel v magazínu **Právo**. Hned tři advertoriály věnující se turistickým oblastem Berounsko, Brdy a Podbrdsko a Rakovnicko vyšly v travel magazínu **Lonely Planet**. Dávka letních tipů, kam na vodu a kde trávit aktivní dovolenou u středočeských řek, byla publikována v outdoorovém časopisu **Pádrler**. Inzertní prostory se věnovaly i tzv. neobjeveným skvostům, které pravidelně nominuje portál Kudy z nudy. Ve středních Čechách jimi pro rok 2024 jsou: Památník Karla Čapka ve Staré Huti u Dobříše, rodinná sklárna Rückl a Hornický skanzen Mayrau. Mnohdy návštěvníky opomíjená místa představovala dvoustrana měsíčníku **Travel Life**. Na dvanácti stranách přílohy časopisu **Turista** č. 4/2023 vyšel přehled toho nejlepšího, co jednotlivé DMO (včetně nepokrytého území Rakovnicka) nabízí. Další inzerce v tuzemských médiích: **Náš region**, **Innspirace**, **Babinet.cz**, magazín **Blesk** a **Aha**, **Komora**, časopis **České dráhy**, **PragueMOON**, **Petit**, **Epocha** či **Repekt**.

SCCR inzerovala v roce 2023 i v zahraničních médiích, jako např. v německém **Golf Time** a ve slovenských magazínech **Evita**, **Eurotelevízia** a **Rytmus života**.



TELEVIZE

Začátkem roku se marketingové oddělení blýsklo v živém vysílání České televize ve zpravodajském programu **Regiony ČT24**. Nosným tématem rozhovoru byly sociální sítě jako téma pro cestování. Celá reportáž z 21. 1. 2023 je dostupná online na bit.ly/RegionyCT24.

S Českou televizí se spolupracovalo i na **chystaném cykloseriálu**. Ten bude mít 9 epizod, z nichž rovnou 3 epizody jsou věnované Labské stezce, která protíná střední Čechy. O vysílací prostor se SCCR dělí společně s regionem Východní Čechy.

Na veletrhu Holiday World v PVA EXPO PRAHA poskytl ředitel organizace rozhovor do živého vysílání **Snídaně s Novou**. Každou červnovou sobotu se studio **Víkendové Snídaně s Novou** přestěhovalo do středních Čech, odkud vysílalo od 8 do 12 hodin. Pořad byl po všechny dny věnovaný tematicky pouze středním Čechům, a to prostřednictvím moderátorů, hostů a reportáží. I nadále byla snaha, se co nejvíce držet tématu okolo vodní a aktivní turistiky. V průběhu pořadu hosté Víkendové snídaně dostali prostor

prezentovat daný turistický cíl doplněný o zpravodajství, vaření se soutěžícími z pořadu Masterchef, hudebním vystoupením a/nebo rozhovorem se známou osobností. Průměrná sledovanost pořadu dosahovala v průměru 116 tisíc diváků ve věku 15+.

ROZHLAS

SCCR přijala pozvání do rozhlasového vysílání **Český rozhlas Region – Praha a střední Čechy**. V rozhovoru s Tomášem Pancířem došlo k diskusi o tom, kam se ve středních Čechách vypravit k vodě, ať už na koupaliště, na kajak nebo za adrenalinovými sporty. Celý rozhovor je k poslechu [zde](#). Hostem pořadu byl také ředitel SCCR na téma marketingových aktivit Centrály. Rozhovor je k poslechu [zde](#).

Rádiová kampaň proběhla v roce 2023 i na **Rádiu Blaník**. Cílem komunikace bylo oslovit posluchače ve vybraných regionech ČR se záměrem představit jim atraktivitu středních Čech a přilákat je k návštěvě, na výlet, na víkend či na dovolenou. Výběr Rádía Blaník spočíval především na základě dobré zkušenosti z předchozích let; navíc se stalo v roce 2022 komerční jedničkou v podílu trhu rozhlasového vysílání, který týdně naladilo téměř 1,3 milionů posluchačů. Šlo o kombinaci spotové kampaně a využití programových prvků v cestovatelských po-

řadech, živá vysílání, moderátorské vstupy a dále na webu rádia vč. podcastů a podpory na sociálních sítích přes profily rádia. Intenzivní třítydenní kampaň na vybraných okruzích Rádía Blaník byla rozdělena mezi měsíce červen (2 týdny) a září (1 týden) tak, aby došlo k maximalizování dopadu kampaně vč. zaměření se na prodloužení sezóny. Celkem se odvysílalo 924 spotů.

VIDEO A FOTOGRAFIE

V návaznosti na úspěšnou kampaň Cestuj srdcem z roku 2021 se i v roce 2023 spolupracovalo s vybranými mikroinfluencerky na pořízení audiovizuálních materiálů z destinace. Ve spolupráci s [@velkatlusta0](#) a [@d_malinova](#) vznikl obsah podporující hlavní komunikační téma tradice a téma cestování s malými dětmi. Cestovatelská videa a imageové fotografie pak zajistil [@dan_rezabek](#) a duo [@just_tripers](#).

Pro potřeby koordinátora vodní, cyklistické a železniční turistiky byly také v průběhu roku nafoceny tematické fotografie k pěším i vodáckým výletům ve spolupráci s fotografem [Ondřejem Soukupem](#). Fotografie poslouží pro plánovaný produkt cestovního ruchu Pustit k vodě, k jehož spuštění dojde v první polovině roku 2024. V rámci plánované kampaně Pustit k vodě došlo i k natočení tří produktových spotů s figuranty.

Fotomateriál z nepokrytého území Rakovnícka nafotil v průběhu léta a podzimu fotograf [David Vancířin](#).

I v roce 2023 byla využívána externí online fotobanka PhotoPick od společnosti Good Agency. K rozšiřování došlo nejen na základě vlastní činnosti, ale i díky DMO, které do společné fotobanky pravidelně přispívaly.

ZAHRAŇIČNÍ PRESS A FAM TRIPY

Ve spolupráci se zahraničními zastoupeními agentury CzechTourism bylo zrealizováno 29 press/fam tripů do středních Čech. Celkový report AVE není v době zpracování výroční zprávy znám. Vzhledem k nebyvalému zájmu a četným výstupům budou však čísla dosahovat vyšších hodnot, nežli v roce 2022.



Článek o fine dining a proč ve středních Čechách zůstat přes noc vyšel v květnové edici magazínu [Forbes.cz](#). Zahraniční zastoupení pro **Benelux** podniklo do středních Čech hned pět výjezdů. Jednalo se jak o individuální, tak i skupinové press tripy zaměřené primárně na aktivní turistiku v oblastech Kutnohorsko Kolínsko a Pojizeří a Polabí, Posázaví a Mělnicko Kokořínsko. Výstupy se objevily v nizozemském **Club Camping Life, Travel Diaries**, deníku **De Rijnpost, Recreatief Totaal**, outdoorovém blogu **Op Pad** či **Avontuur op Reis** nebo bilingvním blogu **Passport the World**. Dále bylo budováno povědomí o destinaci v Belgii v podobě několika článků v travel magazínu **June**. a na blogu **Vetexbart**, jehož autor je nominován na ocenění Best Culinary Cultural blog in Belgium.

I v roce 2023 bylo navázáno na úspěšnou a plodnou spolupráci se zahraničním zastoupením na Slovensku. Výstupy z press tripů se objevily v nejčtenějších slovenských plátcích: **Týdeník Eurotelevízia, Týdeník Život, měsíčník Sme ženy, Týdeník Plus 7 dní, Pravda magazín** nebo na portálu **zenyvmeste.sk**. Skvělý výstup byl i v rámci divácky oblíbeného gastro cestopisu **Chutné Česko televizní stanice TA 3**.

Dva velké polské press tripy v průběhu května 2023 vygenerovaly více než 20 výstupů napříč komunikačními kanály, jakými jsou např. **Dziennik Wałbrzych, Interia.pl, Juszynska Tymrazem.pl, Onet.pl** či i ve vysílá-

ních čtyř polských stanic: **Radio Emaus, YT Radio Wrocław, Radio Doxa, Polskie Radio Opole**.

Mimo Rakouska, Německa, Francie, Velké Británie a severního Irsku a Španělska, proběhly press/fam tripy ve spolupráci se vzdálenými trhy vč. Tchaj-wanu, Filipín, Malajsie, Spojených arabských emirátů a Kanady.

VELETRHY A KONFERENCE

V roce 2023 se SCCR zúčastnila celkem osmi zahraničních a sedmi tuzemských veletrhů. Účast na veletrzích posiluje pozici destinace na trhu, podporuje rozvoj cestovního ruchu a umožňuje vytváření udržitelných partnerských vztahů. Zahraničních veletrhů se SCCR účastní primárně ve spolupráci s Českou centrálou cestovního ruchu – CzechTourism pod jednotnou hlavičkou České republiky/Visit Czechia. Další účast na veletrzích proběhla v rámci tzv. Čtyřdohody a partnerských regionů Středoevropského kraje.

SCCR vychází vstříc tradiční poptávce tím, že nabízí tištěné materiály, jako jsou mapy jednotlivých DMO, pivovarů a kempů, které si získaly trvalý zájem turistů. Značné popularity se těší image brožura Střední Čechy a materiály zaměřené na rodiny s dětmi. Ediční činnost a dotisky jednotlivých edičních titulů tak odpovídají dlouhodobé poptávce. Samozřejmostí je propagace partnerů DMO prostřednictvím tištěných materiálů těchto subjektů.





V roce 2023 byl zaznamenán větší zájem o cestování, čemuž odpovídala i daleko vyšší návštěvnická účast na všech veletrzích.

Seznam veletrhů s účastí SCCR:

VELETRHY	
Zahraníční	Tuzemské
Reisemesse Dresden	Travel Trade Days
F.R.E.E. München	Dovolená Ostrava
ITB Berlin	Holiday World
Ferienmesse Wien	For Bikes
MTT Wrocław	Regiony Lysá n. Labem
ITF Slovakiatour Bratislava	ITEP Plzeň
W Stronę Słońca Opole	
Rheinland-Pfalz-Tag	
WTM London	
Touristik & Caravanning Leipzig	

Prvním zahraničním veletrhem byl tradiční **Reisemesse Dresden**, který se nesl ve znamení dovolené, dobrodružství a kempování. Ve čtyřech halách byla návštěvníkům představena témata jako kempování, karavanning a volný čas v pohybu, lázeňská turistika nebo aktivní dovolená a zájezdy do exotických zemí. V průběhu roku SCCR ne-

mohla chybět ani na největším bavorském B2C veletrhu **F.R.E.E München** nebo na nejvýznamnějším rakouském veletrhu **Ferienmesse Wien**.

V termínu 20.-23. 4. byly představeny možnosti volnočasového vyžití středních Čech v Incheba Expo Bratislava na veletrhu cestovního ruchu **ITF Slovakiatour 2023**, který ve stejném termínu doplňuje i veletrh gastronomie Danubis Gastro a Autosalon s podtitulem Salon mobility.

Prostory poskytnuté partnerským regionem Dolní Slezsko dostala SCCR v rámci krajské čtyřdohody na Mezinárodním veletrhu cestovního ruchu a volného času **MTT Wrocław**. Spolupráce čtyř partnerských regionů, zavedla SCCR i do spolkové země **Porýní-Falc**, konkrétně do Mohuče, v rámci oslav výročí této spolkové země, nebo do polské **Opole**.

Sezóna B2C veletrhů byla tradičně zakončena v Lipsku na **Touristik & Caravanning 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 5 dnů možnost oslovit návštěvníky veletrhu ze spolkové země, která je nejsilněji zastoupena mezi německými turisty v ČR.

SCCR se zúčastnila i několika B2B veletrhů

v rámci navazování přímých kontaktů s potenciálními partnery a posilování své sítě profesionálních kontaktů. Tyto veletrhy poskytly neopakovatelnou příležitost k prezentaci destinace a produktů před relevantním publikem, což vede ke zvyšování povědomí o destinaci.

Prvním takovým veletrhem byl **ITB Berlin**, který se konal od vypuknutí pandemie covidu poprvé. Proběhl v termínu 7.—9. 3. 2023 na berlínském výstavišti. Duben patřil **Travel Trade Day**, který pravidelně organizuje agentura CzechTourism. I zde byla příležitost prezentovat se před vybranými zahraničními tour operátory z celého světa. Součástí byla i setkání s řediteli jednotlivých zahraničních zastoupeních CzechTourism. Během osobních setkání přišly na řadu probíhající press a fam tripy a plány na spolupráci v následujících měsících.

V listopadu se konal B2B veletrh **WTM London**, který je v cestovním ruchu považován za jednu z největších obchodních událostí na evropském kontinentě. Účast je výhradně pro zvané hosty a odbornou veřejnost. Veletrh probíhal formou B2B schůzek, které se domlouvaly s nákupčími prostřednictvím webového portálu veletrhů.



Z tuzemských veletrhů se SCCR účastnila: **Dovolená Ostrava, FOR BIKES, Regiony ČR, ITEP Plzeň**. Hřebem veletržní sezóny byl 31. ročník **Holiday World & Region World**. Expozice předvedla rozmanitý charakter a kouzlo regionu. Nesla se v duchu tradic a zájemcům ukázala, že ve středních Čechách mají příležitost nejen něco vidět, ale také zažít. Návštěvníci veletrhu mohli střední Čechy poznat prostřednictvím poutavých vizuálů, propagačních materiálů, ukázky sklářství a knihtisku, ochutnávky regionálního vína a piva nebo ražby mincí. V rámci expozice poskytl vlastní propagační materiály a mapy i jednotlivé destinační organizace středních Čech nebo příspěvkové organizace z oblasti kultury. Činnost centrály byla v průběhu veletrhu oceněna hned dvakrát, a to cenou za Nejzajímavější propagační materiál a 2. místo v kategorii Nejpůsobivější expozice nad 100 m².

V průběhu roku se konaly i další významné akce, kterých se SCCR účastnila s mobilním stánkem. Jednalo se především o akce podpořené krajským dotačním titulem nebo na základě memoranda o spolupráci s IDSK. Jednalo se o akce: **Loďe na Labi, Trolejbusovo-autobusový den, Pražský dopravní den dětí, Dny Kozla, Královské stříbření Kutné Hory, Pražský železniční den ve Vršovcích, Mělnické vinobraní, Festival parních lokomotiv Steam 54 a Národní svatováclavská pouť ve Staré Boleslavi**.

MERCHANDISING

Portfolio upomínkových předmětů SCCR se rozšířilo o další zajímavé, a mezi návštěvníky veletrhů i partnery, oblíbené upomínkové předměty. Mezi dětskými návštěvníky veletrhů jednoznačně bodovaly gumoví medvídci, bublifuky, barevné nafukovací balonky a joja ve dvou barevných provedeních.

Populární byla i nová kolekce čokolád, obyčejné tužky a propisky, notes s motivy významných památek středních Čech. **Novinkami roku 2023 co do upomínkových předmětů** byly chladicí taška, voděodolné uzavíratelné váčky na cennosti s využitím při různých vodních sportech, kožené vizitníky či nové utěrky na brýle, holové deštníky, hedvábné šály a džemy Safránka.

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



TURISTICKÉ SLUŽBY

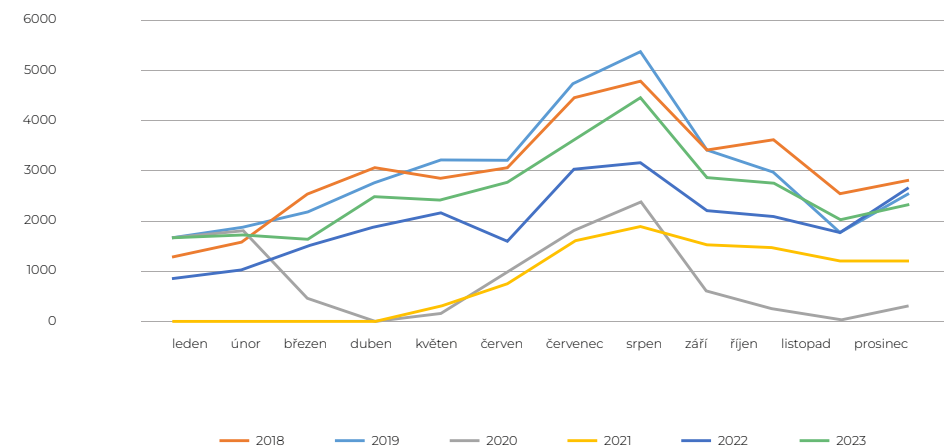
Ke klíčovým činnostem SCCR patří provoz turistického informačního centra, které sídlí na adrese Husova 156/21, Praha 1 – Staré Město. TIC je certifikováno Asociací turistických informačních center a dle Jednotné klasifikace TIC v ČR spadá do třídy B. Infocentrum je otevřeno denně včetně víkendů a svátků od 10 do 18 hod.

Školený personál podává návštěvníkům informace o turistických cílech a kulturních a společenských akcích ve Středočeském kraji, nabízí tipy na cyklistické i pěší výlety a vyhledává informace o dopravních spojeních. Provoz TIC zajišťují tři stálí zaměstnanci, které příležitostně doplňují brigádníci a praktikanti ze středočeských odborných škol.

Kromě informačního servisu o atrakcích Středočeského kraje poskytuje TIC prodej turistických karet, vstupenek v síti TicketLive, suvenýrů a propagačních předmětů SCCR a zprostředkovává prodej zájezdů po středních Čechách. V rámci spolupráce s Prague City Tourism se infocentrum stalo také prodejním místem Prague Visitor Pass.

V uplynulém období došlo, ve srovnání s předchozími lety poznamenanými covidovou pandemií, k výraznému oživení cestovního ruchu. To se projevilo i na návštěvnosti infocentra SCCR, která poprvé od roku 2019 překročila hranici třiceti tisíc.

V roce 2023 zavítalo do TIC 24 646 zahraničních a 5 984 tuzemských návštěvníků. Celková návštěvnost provozovny činila **30 630 osob**.



E EDIČNÍ ČINNOST

V roce 2023 vydala SCCR dva nové tituly v celkovém nákladu 26 800 výtisků ve čtyřech jazykových mutacích. K tomu bylo dotištěno 190 100 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.

VDANÉ BROŽURY 2023



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 2023

Nejvýznamnějším počinem roku bylo vytvoření zcela nové brožury Pěší výlety a reedice brožury Cyklovýlety. Oba tituly představují 27 autorsky zpracovaných výletů do středních Čech, které zvou na cyklo-toulky nejen za přírodními krásami, ale také do center historických měst. Oba tituly vznikly z dlouhodobě evidované poptávky a v návaznosti na hlavní marketingové téma pro roky 2024–2025, kterým je „Aktivní turismus, lázeňství a wellness“.

Z předchozích let došlo k reedici či dotisku následujících titulů: imageová publikace **Střední Čechy**, včetně doplnění o další jazykové mutace; **Poutní místa**; populární publikace pro rodiny s dětmi **S pastelkami po středních Čechách**; **Mapa pivovarů**; všech deset map oblastních destinačních organizací, jež některé z nich prošly významnější vizuální změnou.

Celkově bylo v roce 2023 zainvestováno do 216 900 kusů nových a reeditovaných titulů.

CELKOVÝ PŘEHLED VYDANÝCH TITULŮ V ROCE 2022

Nové tituly	Náklad	Jazykové verze
Pěší výlety	13 400	CZ, EN, DE, PL
Cyklo výlety	13 400	CZ, EN, DE, PL
Dotisk titulů z předchozích let	Náklad	Jazykové verze
Mapa Berounska	17 000	CZ, EN, DE, PL
Mapa Brd a Podbrdška	17 000	CZ, EN, DE, PL
Mapa Českého ráje	17 000	CZ, EN, DE, PL
Mapa Kladenska Slánska	12 800	CZ, EN, DE, PL
Mapa Kraje blanických rytířů	17 000	CZ, EN, DE, PL
Mapa Kutnohorská Kolínska	17 000	CZ, EN, DE, PL
Mapa Mělnická Kokořínska	17 000	CZ, EN, DE, PL
Mapa pivovarů	2 600	CZ
Mapa Pojizeří a Polabí	17 000	CZ, EN, DE, PL
Mapa Posázaví	17 000	CZ, EN, DE, PL
Mapa Toulavy	17 000	CZ, EN, DE, PL
Poutní místa	8 300	EN, DE, PL
S pastelkami po středních Čechách	2 100	CZ
Střední Čechy	11 300	CZ, EN, PL
CELKEM	216 900	

S STŘEDNÍ ČECHY FILMOVÁ KANCELÁŘ

Zkraje roku došlo v návaznosti na destinační značku Střední Čechy k rebrandingu kanceláře. Komunikace celého konceptu značky nyní následuje vzor ostatních regionálních kancelářů.

Kancelář se i v roce 2023 věnovala vyhledávání neobjevených lokací a byla nápomocna filmovým producentům ve vyjednávání podmínek, povolení, řešení problémů s úřady a poskytovala jim potřebné kontakty a informace. Základními činnostmi filmové kanceláře jsou: mapování středních Čech a tvorba databáze filmových míst, účast na pravidelných tiskových konferencích televizních stanic, kontrola natáčení filmových projektů, příprava nabídky lokací pro české i zahraniční projekty, správa sociálních sítí FK či návštěvy premiérů filmů. Filmová kancelář sama zajistila a odbavila nejvíce filmových projektů za dobu své existence – pracovalo se na více než 50 projektech. Z českých filmů stojí za zmínku např.: **Bratři**, **Úsvit**, **Gump – jsme dvojka**, **Franta mimozemšťan**, **Sbornistr**. Zahraniční produkce spolupracovaly s filmovou kancelářkou na projektech **Ballerina**, **Families Like Ours**, **Nosferatu**, **Tiger**, **City of The Night** či třetí sérii populárního seriálu z produkce Amazon Prime **Wheel of Time**.



ZE SERIÁLU POD HLADINOU



NATÁČENÍ S KARLEM JANÁKEM

Významné spolupráce byly také navázány s českými televizními produkcemi a jejich přidruženými streamovacími platformami iVysílání, Prima+ či Voyo. Podpořeny byly např. seriály **Eliška a Damián**, **Studna**, **Soudruzi**, **Král Šumavy**, **Peče celá země III**, **Příběhy starých hospod**, **Adikts**, **Specialisté**, **Zlatá Labuť**, **Hořkej svět**, **Taneční** či **Případy mimořádné Marty**.

Filmová kancelář se zasloužila o podporu audiovizuálních děl formou individuální účelové dotace Středočeského kraje. Tato podpora byla udělena filmu **Bratři** ve formě příspěvku ve výši 500 000 Kč.

Nedílnou součástí práce filmové kanceláře je i **účast na filmových festivalech**. V roce 2023 se účastnila Noir Film Festivalu na hradech Český Šternberk, Mezinárodního filmového festivalu Karlovy Vary, A-FILMTEENSFESTU, Mladoboleslavského filmového festivalu a festivalu Jihlava. V rámci těchto festivalů a jejich industry programů proběhlo představení činnosti a možností spolupráce se Střední Čechy Filmová kancelář. Další odborná setkání se v roce 2023 konala s jednotlivými DMO či na pravidelných setkáních regionálních filmových kancelářů s Asociací producentů a filmovými produkcemi.

V neposlední řadě se filmové kancelářky podařilo získat **exkluzivní rozhovory s předními českými režiséry** Danem Pánkem a Karlem Janákem. Rozhovory byly publikovány na www.strednicehyfilm.cz, podpořeny na sociálních sítích a zároveň převzaty médii formou online článků.

OCENĚNÍ 2023

Velkofilm **Na západní frontě klid** se v době nejpřísnějšího lockdownu natáčel i ve středních Čechách. Adaptace protiválečného ikonického románu Ericha Maria Remarquova ovládla prestižní ceny Britské akademie filmového a televizního umění **BAFTA**. Ze čtr-

nácti nominací proměnila hned sedm. Sošku **Oscar**, tedy Cenu Akademie, si snímek odnesl hned ve čtyřech kategoriích, a to za nejlepší cizojazyčný film, hudbu, výpravu a dekorace a za kameru. Film v roce 2023 vyhrál i cenu **Location Managers Guild International** v kategorii Vynikající lokace v celovečerním dobovém filmu. Střední Čechy Filmová kancelář stála za výběrem lokací a spolupracovala se zahraniční produkcí při obhlídce lokací, nápomocna byla i při samotném natáčení. Ve filmu se objevila místa v okolí Milovic, zámek Hořín nebo hrad Točnick.



MEZINÁRODNÍ FILMOVÝ FESTIVAL KARLOVY VARY



Od založení v roce 2022 se Convention Bureau neustále snaží budovat pevné základy pro prosperitu destinace Střední Čechy v oblasti kongresové a incentivní turistiky. Úkolem regionálního Convention Bureau je poskytovat asistenci subjektům při plánování MICE akcí, fungovat jako prostředník mezi dodavateli a organizátory těchto akcí, monitorovat možnosti v daném regionu a zvyšovat povědomí o daném regionu jako vhodné MICE destinace. Dále je úkolem poskytovat odbornou asistenci a komplexní informace při plánování a realizaci kongresů, konferencí a obchodních setkání, a to doplněné o adekvátní nabídku doprovodných aktivit.

ČINNOSTI STŘEDNÍ ČECHY CONVENTION BUREAU V ROCE 2023

Z počátku roku pro značku Střední Čechy Convention Bureau vzniklo nové logo, které vychází z destinačního manuálu značky Střední Čechy.

Během roku 2023 Střední Čechy Convention Bureau aktivně pracovalo na podpoře firemních akcí v regionu – celkem bylo zpracováno 15 poptávek na doporučení vhodných lokalit a navazujících služeb.

Nadále se oddělení pravidelně účastní školení a workshopů, které pořádala agentura CzechTourism a Czech Convention Bu-

reau pro MICE koordinátory z celé republiky. V rámci účasti na vzdělávacích konferencích v oboru jsou neustále sledovány novinky a trendy ve světě kongresové a incentivní turistiky.

Dalším důležitým krokem bylo aktivní mapování území a prohlídky vhodných konferenčních prostor pro MICE akce. V rámci regionu bylo navštíveno přibližně 30 míst; na základě site inspection s vybranými z nich došlo k navázání užší spolupráce.

V online prostředí bylo aktivně budováno povědomí o značce Střední Čechy Convention Bureau. V červnu 2023 došlo ke spuštění webových stránek na doméně www.strednicechycb.cz, které slouží jako důležitý prostředek pro prezentaci organizace a poskytování informací o MICE aktivitách a nabídce v regionu.

Součástí propagace je také správa profilu Střední Čechy Convention Bureau na profesionální sociální síti LinkedIn. Zde jsou pravidelně zveřejňované příspěvky z oblasti MICE turistiky a informace o aktivitách Convention Bureau. Nově nastavená emailingová rozesílka probíhala v pravidelném čtvrtletním intervalu. Newsletter slouží k informování klientů a partnerů o akcích a zajímavostech spojených s MICE turistikou v regionu.



STŘEDOČESKÉ FÓRUM CESTOVNÍHO RUCHU

VÝZNAMNÁ SETKÁNÍ A FÓRA

Na setkání a **workshopu v hotelu Andaz Prague**, které bylo pořádáno Czech Convention Bureau pro všechna Convention Bureau z ČR, byla SCCR poskytnuta možnost představit se v rámci MICE aktivit. Během setkání se zástupci eventových a DMC agentur byly získány důležité kontakty, které budou využity pro spolupráci.

V roce 2023 také proběhly přípravy a samotné zajištění a realizace doprovodného programu v rámci **zasedání Komise Rady Asociace krajů ČR**. Tato událost se konala v termínu 13. - 14. 4. 2023 v Poděbradech. Během akce byl pečlivě připraven a zajištěn program pro účastníky, který měl za cíl poskytnout kvalitní a inspirativní zážitky spojené s pracovním setkáním.

Hlavní akcí, kterou Střední Čechy Convention Bureau ve spolupráci s Czech Convention Bureau uspořádalo, byl první ročník **Středočeského fóra cestovního ruchu**. Akce se konala 24. 10. 2023 v GASK – Galerii Středočeského kraje v Kutné Hoře. Cílem bylo vytvoření platformy pro setkání odborníků v cestovním ruchu a prostřednictvím vy-

braných prezentací je seznámit s dalšími možnostmi, novinkami a case studies z oblasti cestovního ruchu. Akce se zúčastnila a úvodním slovem zahájila Lucie Círka Chocholová, předsedkyně Výboru pro památkovou péči, kulturu a cestovní ruch Středočeského kraje, dále účastníky přivítal Lukáš Seifert, starosta města Kutná Hora, Jana Šorfová, ředitelka GASK a Jakub Kulhánek, ředitel Středočeské centrály cestovního ruchu. Celou akci účastníky provázel Jaromír Polásek.

Hlavním partnerem konference bylo Czech Convention Bureau a dalšími partnery Institut turismu agentury CzechTourism a Středočeský kraj, dále Středočeské inovační centrum a Regionální dotační kancelář Středočeského kraje.

Prvního ročníku fóra se zúčastnilo 106 účastníků z řad destinačních managementů, příspěvkových organizací, podnikatelů a dalších subjektů ze středních Čech.

Největším oceněním roku pak byl „Skokan roku 2023 za rozvoj produktu kongresové a incentivní turistiky v regionu“ od Czech Convention Bureau.

REGISTRACE ÚČASTNÍKŮ FÓRA



ŘÍZENÍ DESTINACE A PODPORA REGIONŮ A PODNIKATELŮ

Rozvoj destinačního managementu regionu Střední Čechy je důležitou činností SCCR. Vedle partnerů z komerční a veřejné sféry, SCCR úzce spolupracuje s Odborem pro oblast kultury, památkové péče a cestovního ruchu, do jehož gesce přešla na konci roku 2020. Centrála dále spolupracuje na podpoře vzniku a rozvoji oblastních a lokálních destinačních společností a uděluje souhlasné stanovisko k jejich certifikaci v rámci certifikačního systému, navázaného na Kategorizaci organizací destinačního managementu. Sama SCCR získala 27. 4. 2023 poprvé ve své historii tříletý certifikát v rámci kategorizace (platný do 26. 4. 2026).

Cíle, jež si SCCR stanovila v dokumentu **“Výhled marketingových aktivit a destinačního managementu 2023”** byly v průběhu roku naplněny.

Cíl	Kategorizace DMO	Networking	Školení odborné veřejnosti		spokojenost stakeholderů
Indikátor	počet (re) certifikovaných oblastních DMO	počet setkání s partnery a dalšími subjekty CR	počet proškolených osob	počet uspořádaných školení za rok	celkové hodnocení kvality činnosti SCCR
Cílová hodnota 2023	10	15	150 osob	4	velmi dobrá až výborná
Dosažená hodnota 2023	10	41	194 osob	7	velmi dobrá až výborná

PODPORA REGIONŮ A PODNIKATELŮ

Zejména prostřednictvím Convention Bureau se snaží centrála maximalizovat spolupráci s podnikatelským sektorem, zároveň se podnikatelé zapojují do realizace fam a press tripů. Plány SCCR jsou jim představovány a mohou se k nim vyjádřit, spolupracovat na dílčích projektech. Další spolupráce se soukromými subjekty se otevírá v rámci nových produktů cestovního ruchu. Aktuálně se jedná primárně o vznikající produkt Pustit k vodě, jehož pilotní verze bude spuštěna na jaře 2024. Nicméně právní forma příspěvkové organizace neumožňuje přímé zapojení podnikatelské sféry do aktivit, respektive do řízení SCCR.

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 rozvoj kvalifikace pracovníků ve službách CR a v organizacích destinačního managementu realizací každoročních školení. Témata jsou volena jednak expertně na základě sledování aktuálních trendů a témat, která je třeba mezi pracovníky ve službách CR dostat (např. problematika cestování handicapovaných) a pak zejména na základě každoroční ankety mezi pracovníky PO KUL a také mezi DMO, kde se SCCR snaží zajistit školení, o které projeví respon-

denti vysoký zájem. V této činnosti SCCR zrealizovala v roce 2023 celkem 7 školení/workshopů jak pro pracovníky organizací destinačního managementu, tak i jednotlivých příspěvkových organizací v oblasti kultury spadajících pod KÚSK. SCCR také zprostředkovává DMO, resp. pracovníkům v regionu info o vzdělávacích akcích, které pořádá agentura CzechTourism, případně další subjekty.

VÝZKUMY A ANALÝZY

Nedílnou součástí řízení destinačního managementu je i analytická podpora území. Za tímto účelem realizovala SCCR ve spolupráci s T-Mobile Czech Republic a. s.

Analýzu návštěvnosti Středočeského kraje s využitím GSM dat. Výstupy jsou až do úrovně oblastních DMO a vybraných obcí nebo mikroregionů. Zároveň SCCR ve spolupráci s agenturou CzechTourism realizovala pilotní výzkum ubytovacích kapacit v TO Berounsko s cílem ověřit skutečný stav ubytovacích kapacit v území, ověřit nakolik je reálná statistika HUZ, kterou realizuje ČSÚ a také vytvořit jednotnou databázi všech zjištěných ubytovacích zařízení na daném území. V tomto výzkumu bude SCCR v roce 2024 pokračovat v úzké spolupráci s oblastními DMO. Za účelem efektivního vyhodnocení aktivit SCCR rovněž zahájila spolupráci s externím analytikem.

SETKÁNÍ STAROSTŮ A OBCÍ



HOSPODAŘENÍ SCCR V ROCE 2023

Středočeská centrála cestovního ruchu, příspěvková organizace, provozuje doplňkovou činnost na základě dodatku č. 3 ke Zřizovací listině. Jedná se o výrobu, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona.

Nadále v roce 2023 SCCR spravovala nebytové prostory v Husově ulici v Praze za účelem pronájmu, rozhlednu Čížovka, zprostředkovává prodej vstupenek, karet a prodává turistické produkty v turistickém informačním centru. Od roku 2023 již centrála neprovozuje areál Vrchbělá, avšak začala pronajímat nebytové prostory v Husově ulici v Praze, přičemž výnosy z pronájmu dle usnesení zastupitelstva SK využívá na marketingovou činnost (80 %) a provoz (20 %).

Pro rok 2023 byl schválen příspěvek od zřizovatele v celkové částce 39 421 000 Kč. Skutečné čerpání rozpočtu k 31. 12. 2023 činil 46 532 565 Kč. Výsledek hospodaření SCCR v roce 2023 za hlavní činnosti byl ve výši 4 723 462 Kč a za doplňkovou činnost 316 583 Kč. SCCR v rámci své organizační struktury zaměstnávala 25 lidí s průměrnou měsíční mzdou ve výši 46 053 Kč.

Výnosy organizace činily celkem 50 838 976 Kč z hlavní činnosti a 316 583 Kč z činnosti doplňkové.

Organizace	Upravený rozpočet 2023 (v tis.)			
	Náklady	Výnosy	Mzd. náklady	Hosp. výsledek
Středočeská centrála cestovního ruchu, p. o.	39 631	39 704,50	18 698,32	73,50
Celkem	39 631	39 704,50	18 698,32	73,50

Organizace	Skutečnost k 31. 12. 2023 (v tis.)			
	Náklady	Výnosy	Mzd. náklady	Hosp. výsledek
Středočeská centrála cestovního ruchu, p. o.	46 532,56	51 155,56	18 738,40	4 623
Celkem	46 532,56	51 155,56	18 738,40	4 623

Organizace	% plnění rozpočtu (v tis.)		
	Náklady	Výnosy	Mzd. náklady
Středočeská centrála cestovního ruchu, p. o.	117 %	129 %	100 %
Celkem	117 %	129 %	100 %



SVATÝ JAN POD SKALOU

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



[@StredoceskaCentralaCestovnihoRuchu](https://www.facebook.com/StredoceskaCentralaCestovnihoRuchu)



[stredoceska-centrala-cestovniho-ruchu](https://www.linkedin.com/company/stredoceska-centrala-cestovniho-ruchu)

Foto: Dan Řežábek, Filip Jakunský, Dagmar Malinová,
TV Prima, archiv Karla Janáka, Ondřej Soukup,
Blanka Musílková, David Vančíšín

Vydavatel: © Středočeská centrála cestovního ruchu

Husova 156/21, Praha 1

Praha 3/2024 | 1. vydání | Neprodejné

[WWW.SCCR.CZ](http://www.sccr.cz)