

VÝROČNÍ ZPRÁVA 2024

VYSOČINA TOURISM
příspěvková organizace



Slovo úvodem



Rok 2024 přinesl pro cestovní ruch v České republice pozitivní vývoj, který překonal předpandemickou úroveň z roku 2019. Celkový počet hostů ubytovaných v hromadných ubytovacích zařízeních dosáhl téměř 23 milionů, což představuje nárůst o 3,8 % oproti roku 2023. Tento výsledek převyšuje počet hostů z roku 2019, kdy bylo ubytováno necelých 22 milionů návštěvníků.

Celkově lze říci, že cestovní ruch v České republice v roce 2024 čelil určitým výkyvům, avšak některé regiony, zejména Praha, zaznamenaly pozitivní vývoj. Rostoucí zájem zahraničních turistů, zejména z vzdálenějších destinací, a zvýšená aktivita domácích cestovatelů přispívají k postupnému návratu čísel v cestovním ruchu na předpandemickou úroveň.

Destinace Vysočina závěr roku 2024 završila tím, že se téměř celé území kraje pokrylo oblastními destinačními společnostmi. Se všemi DMO Vysočina Tourism v průběhu roku úzce spolupracovala, a to na základě smluv o partnerství. Pokračovala také spolupráce s městy a obcemi v kraji, a to především v rovině spolupráce s TIC a marketingovými odděleními. Nadále pokračuje aktivace spolupráce se subjekty podnikatelského sektoru v území. Postupně se rozvíjí a vznikají společné projekty, jejichž cílem je podpora brandu Vysočina. K tomu napomáhá i rozvoj jednotného vizuálního stylu destinace Vysočina.

Rok 2024 byl pro organizaci v mnoha směrech velmi náročný. Byl ve znamení změny na pozici ředitele organizace a zasáhla ji celá řada odchodů a zásadních personálních změn. Tento stav se podařilo stabilizovat ke konci roku s tím, že v roce 2025 bude stabilizace organizace nejen v personální oblasti pokračovat. Podobně je tomu i na úrovni agend jednotlivých pracovníků.

Celková návštěvnost Vysočiny má po „době covidu“ vzrůstající tendenci. Na konci roku 2024 Vysočina zaznamenala v počtu hostů oproti roku 2023 nárůst o 2,31 %. Počet přenocování vzrostl o 1,70 %. Průměrná doba pobytu se lehce snížila z 3,34 na 3,33 dní. Dlouhodobým cílem je samozřejmě nadále posilovat pozici destinace jako oblíbeného turistického cíle, a to jak mezi domácími, tak zahraničními návštěvníky.

Rád bych na tomto místě poděkoval všem partnerům, podnikatelům a oblastním destinačním společnostem za spolupráci a hledání společných cest rozvoje. Věříme, že právě spolupráce, synergie či sdílení jsou základem úspěchu našich aktivit. Rád bych na tomto místě poděkoval všem svým kolegům z Vysočina Tourism. Jejich každodenní nasazení a chuť posouvat cestovní ruch dopředu dává naší práci smysl.

Mgr. Zdeněk Navrátil

ředitel organizace



OBSAH

Profil organizace	4
Předmět činnosti	5
Organizační struktura	6
Destinační management v Kraji Vysočina	7
3K platforma pro partnerství v CR	9
Tematický rok 2024	12
Komunikační kampaně v roce 2024	13
Další komunikační témata	20
Spolupráce s médii a influencery	23
Nástroje komunikace Vysočina Tourism	27
Veletrhy a prezentace v cestovním ruchu	33
Sběr dat a profil návštěvníka	33
Školení, semináře a workshopy	34
Ocenění	35
Spolupráce a partnerství	36
Projektové aktivity	37
Vysočina Convention Bureau	40
Vysočina Film Office	42
Finanční hospodaření Vysočina Tourism	44
Zhodnocení stanovených cílů roku 2024	46
Strategické cíle a opatření pro rok 2025	47

Profil organizace

Organizace Vysočina Tourism je příspěvkovou organizací Kraje Vysočina, která hraje významnou roli v koordinaci a řízení cestovního ruchu v celém regionu.

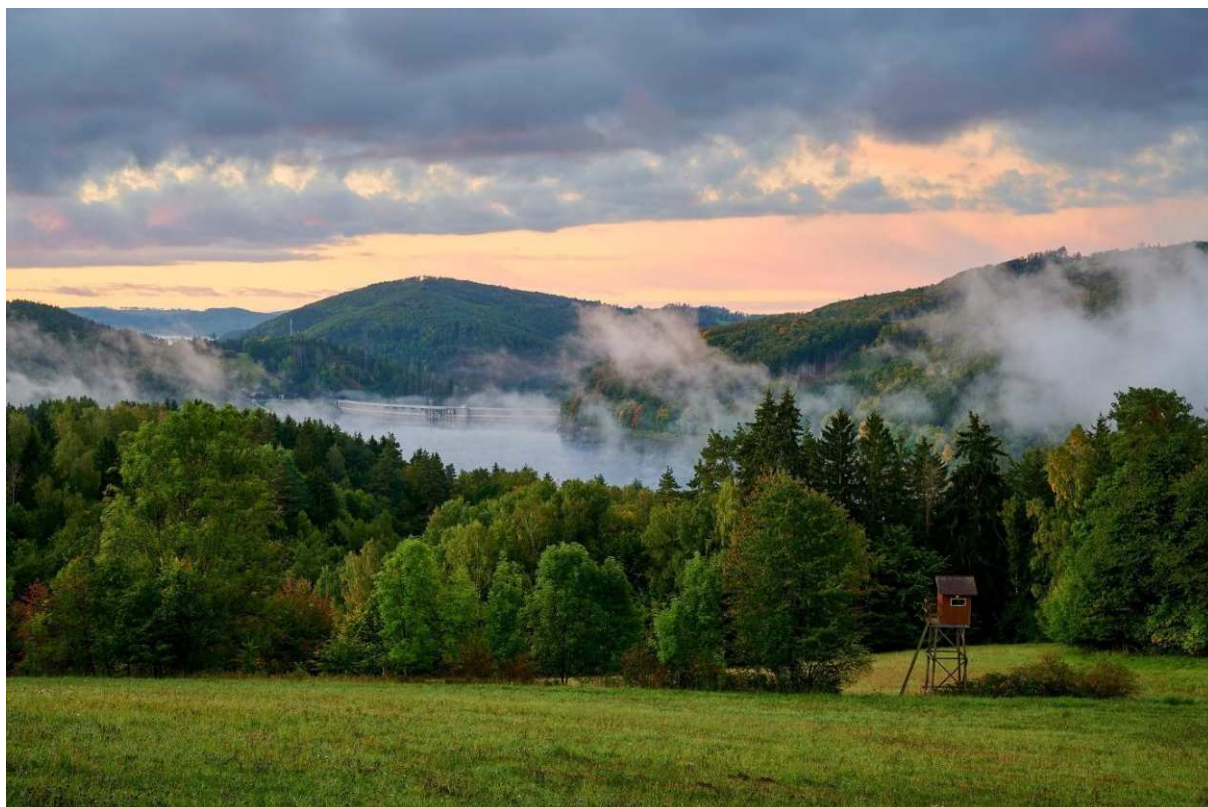
- Hlavním úkolem Vysočina Tourism je **podpora domácího a příjezdového cestovního ruchu** a zajišťování činností destinačního managementu pro Kraj Vysočina.
- Vysočina Tourism vytváří, řídí, **koordinuje a rozvíjí atraktivní turistickou nabídku** regionu a následně ji prezentuje na domácím i zahraničním trhu.
- Vysočina Tourism je **nositelem aktivit** kraje v oblasti rozvoje **kongresové turistiky** a podpory **a rozvoje audiovizuální tvorby** na Vysočině.



Předmět činnosti Vysočina Tourism

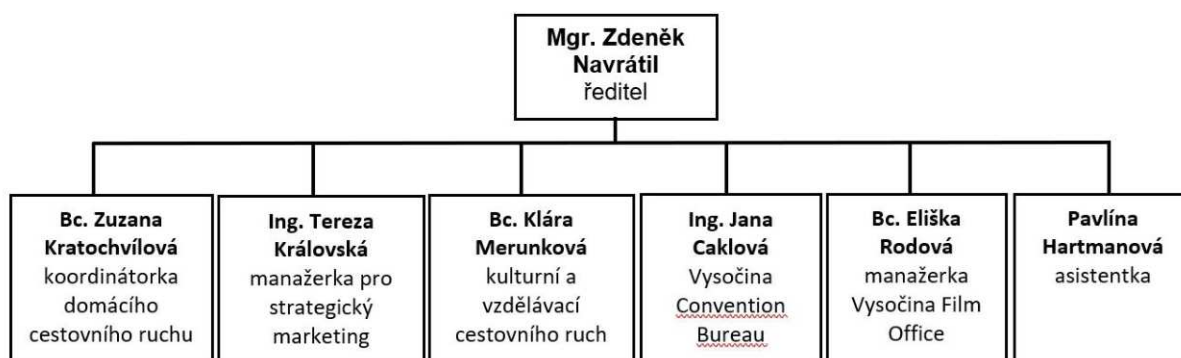
- řízení a organizování analytické činnosti
- koordinace spolupráce subjektů cestovního ruchu z veřejného i soukromého sektoru
- komunikace s obchodními partnery a turisty za region Vysočina včetně návštěvnického managementu
- propagace a prezentace regionu Vysočina na celonárodním a zahraničním trhu
- shromažďování informací o turistickém potenciálu regionu Vysočina
- zajišťování průběžné aktualizace informací o turistických cílech
- zpracovávání turistické nabídky pro jednotlivé cílové skupiny uživatelů
- koordinace činnosti turistických informačních center na území Kraje Vysočina
- propagace a koordinace certifikačních služeb na území Kraje Vysočina
- výběr, zpracování a řízení regionálních turistických produktů

Hlavní činnost Vysočina Tourism vychází ze zřizovací listiny PO a schválené Strategie rozvoje cestovního ruchu Kraje Vysočina pro roky 2017–2025.



Organizační struktura

Organizační struktura Vysočina Tourism k 31. 12. 2024



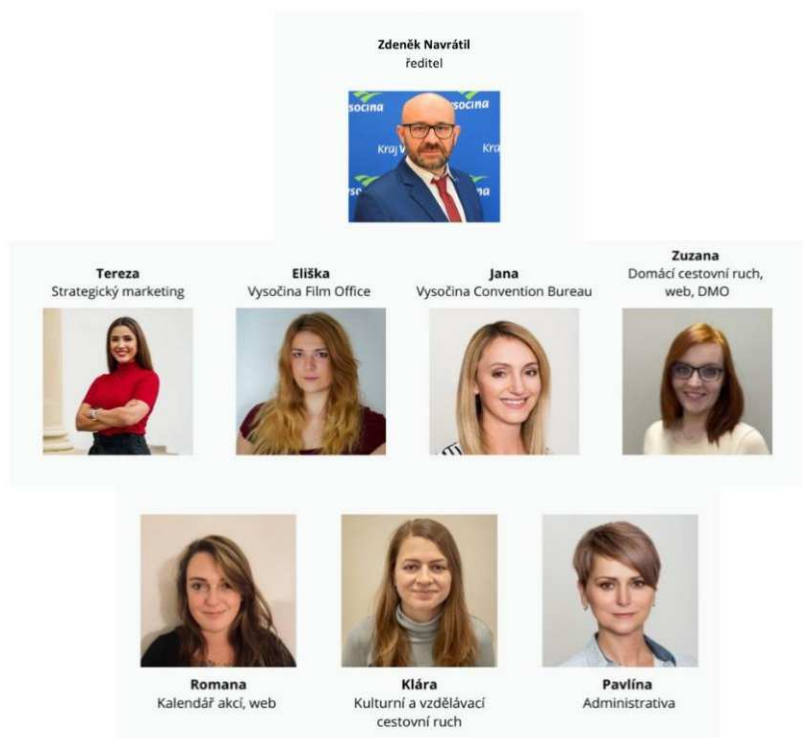
Dlouhodobá spolupráce na DPČ

Božena Šprynarová, ekonomka, účetní

Romana Havlíková, správa kalendáře akcí a aktualizace webu

Mgr. Petr Tlustoš, právník

Ing. Lenka Matoušková, projektová manažerka



Destinační management v kraji Vysočina

Vysočina Tourism získala ke dni 14. 6. 2022 certifikát v národní kategorii organizací destinačního managementu. Tento certifikát je platný po dobu 3 let.

V rámci našich aktivit pokračujeme s kroky, které směřují k tomu, abychom certifikaci obhájili i pro další období. Nejbližší recertifikace čeká organizaci v roce 2025.

V rámci destinačního managementu existují v kraji Vysočina i další certifikované subjekty či subjekty, jež o certifikaci usilují. Spolupráce s těmito subjekty je pro Vysočina Tourism klíčová.

Organizace destinačního managementu v Kraji Vysočina

Třebíčsko – moravská Vysočina

Destinační společnost v roce 2024 opětovně získala dotaci od MMR, která pomohla ke zvýšení povědomí o území, zvýšení zájmu a počtu turistů i jejich přenocování. Hlavním tématem roku 2024 bylo Ochutnejte Třebíčsko, se zaměřením na zážitky.



Koruna Vysočiny

Destinační společnost v roce 2024 realizovala projekt "Marketingové aktivity Koruny Vysočiny" podpořený z dotace MMR, který pomohl území zviditelnit. Aktivně se zapojila do projektu Cisterciáckých stezek. Destinace v roce 2024 rozšířila členskou základnu na 43 členů. V roce 2024 vytvořila nový produkt Dovolená na venkově, rozšířila produkt „Po městech Koruny Vysočiny“ a zaktualizovala „Putování po dávných sklářích Vysočiny“. Všechny tyto aktivity pomohly k navýšení počtů turistů v destinaci o 9 % dle HUZ.



Vysočina West

Destinace Vysočina West uvedla v roce 2024 nové produkty cestovního ruchu. Aktivní produkty: Trojlístky, dále byly aktualizovány a upraveny produkty: Putování za kávou, Putování za výhledy a Benefit Card. Aktuálně čítá Vysočina West ze soukromého sektoru 38 partnerů a z veřejného a neziskového sektoru více jak 65 partnerů. DMO poprvé žádala o dotaci od MMR: Zviditelnění destinace Vysočina West.



Kraj pod Javořicí

Za největší úspěch považuje KPJ získání certifikace pouze po roce aktivní činnosti. Mimo tisk dalších propagačních materiálů, jsme byli i zaregistrováni u Českého statistického úřadu jako nová DMO. Zároveň zmapovali a získali fotografie k většině turistických cílů. Zúčastnili se aktivně veletrhů FOR BIKE a mnoha kontaktních kampaní. V roce 2025 plánují usilovat o dotaci pro certifikované DMO.



Brána Jihlavy

VT navázala spolupráci s Bránou Jihlavy, příspěvkovou organizací statutárního města Jihlavy, její hlavní činností je vedle pořádání kulturních akcí ve městě také rozvoj cestovního ruchu v destinaci. Brána Jihlavy není certifikována, provozuje hlavní turistické cíle ve městě a 2 turistická informační centra, vytváří pobídky pro pobyt v krajském městě.

#DoJihlavy

Tepna Vysočiny

V roce 2024 probíhala intenzivní jednání plynoucí ke vzniku nové destinační společnosti, která pokryje zbývající území. Na přelomu roku pak vznikla nová destinační společnost Tepna Vysočiny, která v tuto chvíli pokrývá oblast Jihlavy a okolí a dále Velkomeziříčska. Bude usilovat o certifikaci pro DMO.

**Tepna←
→Vysočiny**



3K platforma

Partnerství v cestovním ruchu

3K platforma je funkční platforma vhodná pro kooperaci, koordinaci a komunikaci subjektů cestovního ruchu v destinaci za účelem podpory rozvoje cestovního ruchu v rámci, které dochází k výměně informací nezbytných pro koordinaci aktivit cestovního ruchu. Jedná se o především o organizace destinačního managementu a subjekty působící v oblasti cestovního ruchu v soukromé a ve veřejné sféře.

Naše destinace si za tímto účelem zřídila několik pracovních skupin, které se pravidelně setkávají. Níže základní přehled aktivit vyplývajících z principů 3K.

Pravidelná setkání partnerů a podnikatelů v cestovním ruchu

- pravidelná měsíční setkávání a průběžná komunikace s certifikovanými DMO Kraje Vysočina
- poradenství ohledně řízení cestovního ruchu na oblastní úrovni, podpora při získání certifikace

Přehled aktivit

Leden 2024

- konference pro klíčové aktéry v cestovním ruchu, společný networking v Resortu sv. Kateřina
- prezentace na Komisi Rady Krajů České republiky pro školství a sport

Únor 2024

- setkání s podnikateli při příležitosti Mistrovství světa v biatlonu v Novém Městě na Moravě

Duben 2024

- Setkání s aktéry v oblasti cestovního ruchu a kultury, Brána Jihlavy
- terénní exkurze Vysočina West
- setkání se spolkem Žijeme v Židech
- účast pracovníků Vysočina Tourism na konferenci cestovního ruchu Travelcon
- setkání partnerů Koruny Vysočiny

Květen 2024

- setkání majitelů a správců hradů a zámků v Kraji Vysočina s podtitulem: „Dětský návštěvník“
- exkurze Třebíčsko
- setkání pracovníků turistických informačních center a partnerů v oblasti cestovního ruchu na území Kraje Vysočina
- terénní exkurze Brána Jihlavy

Červenec 2024

- jednání pracovní skupiny k udržitelnému turismu

Srpen 2024

- setkání partnerů m-ARK
- konference Žďár nad Sázavou: Střet světového a evropského dědictví

Září 2024

- úvodní konference v rámci projektu Sala Cultura CZonA
- komise Rady Asociace krajů ČR pro cestovní ruch v Pardubicích
- konference k Cyrilo-metodějské stezce v Kroměříži

Říjen 2024

- exkurze Vysočina West
- konference TravelEvolution

Listopad 2024

- Středočeské fórum cestovního ruchu
- setkání pracovníků turistických informačních center a partnerů v oblasti cestovního ruchu na území Kraje Vysočina

Prosinec 2024

- setkání Cyrilometodějská stezka

Rada pro strategii cestovního ruchu v Kraji Vysočina

- 29. 2. 2024 a 30. 9. 2024

Setkání krajských koordinátorů a CzechTourism

- 11. - 12. 3. a 10. - 11. 9. 2024

Setkání regionálních kanceláří a Czech Convention Bureau

- 21. – 22. 2. a 11. – 12. 11. 2024

Více informací k plnění 3K platformy:

<https://www.vysocinatourism.cz/destinacni-management/3k-platforma>

Nástroje komunikace Vysočina Tourism

V rámci vykonávání práce destinační agentury a 3K platformy je důležité řízení informačních toků. Využíváme k tomu tyto nástroje:

- Osobní setkání
- Exkurze
- Pracovní kulaté stoly
- Emailová a telefonická komunikace
- Profesní sociální síť LinkedIn
- Facebookový profil Vysočina Tourism
- Destinační newsletter
- Web - vysocinatourism.cz



Tematický rok 2024

V roce 2024 jsme pro hlavní komunikaci Vysočina Tourism nadále používali slogan „Vychutnej si přítomnost na Vysočině“, který jsme upravovali dle kampaní, např. Vychutnej si přítomnost na kole apod. Tento claim budeme používat i v nadcházejícím roce. Postupně však dojde k jeho obměně.



Jedním z hlavních cílů roku 2024 a dalších let je tvořit komunikaci, která je dlouhodobá a stabilní a díky tomu pro turisty lépe zapamatovatelná. K tomu patří i vizuální komunikace, kde jsme v roce 2024 postupně jednotili všechny výstupy a začali jednotně komunikovat brand Vysočina.

Cílem brandové kampaně roku 2024 bylo **představit Vysočinu** jako:

- pohodový a bezpečný region
- místo s mnoha možnostmi aktivního trávení volného času
- region s čistou přírodou, v neobjevené části České republiky
- venkovský region
- region pro sportovní a sportovně-rekreační vyžití

V roce 2024 jsme připravili tematickou komunikaci zaměřenou na celoroční atraktivitu Kraje Vysočina. Zimní sezónu jsme zahájili kampaní „Vychutnej si přítomnost na lyžích“, následovanou komunikací k jarním prázdninám a romantickými tipy na Valentýna. V létě jsme pod hlavičkou „Léto na Vysočině“ představili bohatou nabídku zážitků i relaxace. Zaměřili jsme se také na propagaci památek zapsaných na seznamu UNESCO, podporu segmentu cestování s mazlíčkem a podzimní kampaně – „Podzim cyklo“ a „Podzim jako malovaný“. Celý rok jsme zakončili adventní atmosférou prostřednictvím kampaně „Advent na Vysočině“.

Dále jsme komunikovali a rozvíjeli také témata svateb na Vysočině, MICE nabídku a pestrou nabídku školních výletů, edukačních programů a ubytování pro školy.

Komunikační kampaně v roce 2024

Jednotný vizuální komunikační styl

- Z důvodu sjednocení komunikačního vizuálního stylu pro všechny komunikační platformy jsme připravili **manuál** společné komunikace v online prostoru
<https://znacka.vysocinatourism.cz>
- Manuál výše na odkaze využívají nejenom zaměstnanci Vysočina Tourism, ale je přístupný také grafikům či designerům, se kterými organizace spolupracuje. V neposlední řadě jej využívají také novináři a partneři Vysočina Tourism.

Brandové a co-brandingové kampaně

- „Venkov na Vysočině
- „Město pálí? Vysočina tě zchladí!“

Téma venkova představuje jeden z klíčových pilířů dlouhodobého pozicování Vysočiny na trhu cestovního ruchu. Naše organizace se tak stala vůbec prvním regionem v České republice, který se systematicky zaměřuje na propagaci venkovské turistiky v návaznosti na strategii agentury CzechTourism.

V roce 2024 jsme pokračovali v rozvíjení značky **Venkov na Vysočině** a nabídli turistům ucelený přehled možností spojených s pobytem v přírodě, agroturistikou, tradičními řemesly i lokální gastronomií.

Součástí těchto aktivit byla i co-brandingová kampaň s názvem „**Město pálí? Vysočina tě zchladí!**“, jejímž cílem bylo oslovit obyvatele velkých měst – zejména Prahy – a motivovat je k návštěvě Vysočiny jako ideálního místa pro únik z rozpáleného a hektického městského prostředí. Komunikace kampaně stavěla na kontrastu mezi přehřátými městskými ulicemi a svěžím klimatem Vysočiny, která nabízí klid, zeleň a čistý vzduch. Kampaň byla realizována napříč digitálními kanály, především na sociálních sítích, a zároveň vizuálně podpořena prostřednictvím reklamy na rolling boardech v pražských ulicích.

Polovinu nákladů na tuto kampaň pokryla podpora ze strany agentury CzechTourism, se kterou nadále úzce spolupracujeme na rozvoji tématu venkova ve strategickém rámci.

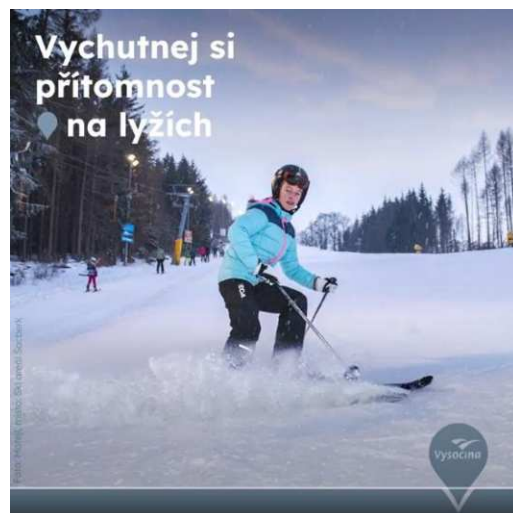
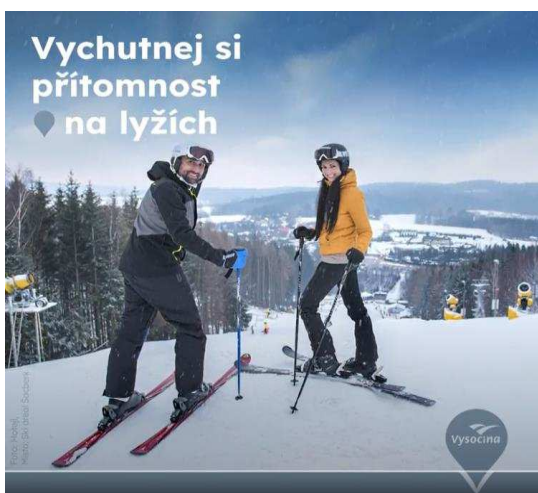
Online komunikace

Kromě standardní komunikace na sociálních sítích, koordinované spolu s oblastními destinačními společnostmi, jsme připravili placené kampaně v České republice.

Přehled kampaní v roce 2024

Vychutnej si přítomnost na lyžích

- Cílem kampaně bylo pomoci jednotlivým lyžařským střediskům s propagací. Kampaň byla pozastavována a znovu spouštěna na základě aktuálních podmínek.
- Kampaň startovala 3. 1. a končila 28. 2. 2024, v průběhu byla ale dle počasí kampaň pozastavovaná. Pro kampaň byly zvoleny celkem 2 sady pohyblivých bannerů.



Kanál/Formát	Dosah	Zobrazení	Rozpočet
Facebook a Instagram	467 430	624 587	6 707 Kč

Jarní prázdniny – kombinovaná kampaň (foto)

- Cílem kampaně bylo představit rodičům ucelenou nabídku míst, kam mohou vzít děti na jarní prázdniny ať už preferují lyžování nebo hledají spíše indoor aktivity.
- Kampaň startovala 1. 2. a končila 28. 2. 2023, záměrně byla navržena tak, aby v maximální míře pokryla celou dobu jarních prázdnin.



Kanál/Formát	Dosah	Zobrazení	Rozpočet
Facebook a Instagram	294 390	868 293	8 396 Kč

Valentýn – kombinovaná reklama (foto)

- U příležitosti svátku svatého Valentýna jsme v únoru 2024 spustili tematickou kampaň zaměřenou na romantiku a odpočinek na Vysočině. Propagovali jsme především glampingová ubytování, relaxační pobyty a sauny, které nabízejí ideální prostředí pro chvíle ve dvou.
- Cílem kampaně bylo inspirovat páry k návštěvě Vysočiny jako místa, kde mohou strávit klidný a nezapomenutelný valentýnský pobyt v srdci přírody. Kampaň probíhala od 1. do 14. února 2024.



Kanál/Formát	Dosah	Zobrazení	Rozpočet
Facebook a Instagram	527 974	759 892	7 553 Kč

Léto na Vysočině – brandová kampaň (bannery + rolling boards)

- Letní co-brandingová kampaň zaměřená na obyvatele velkých měst, hlavně Prahy.
- Cílem bylo představit Vysočinu jako osvěžující útočiště před horkem a ruchem měst. Kampaň běžela na sociálních sítích i rolling boardech a byla částečně podpořena agenturou CzechTourism.



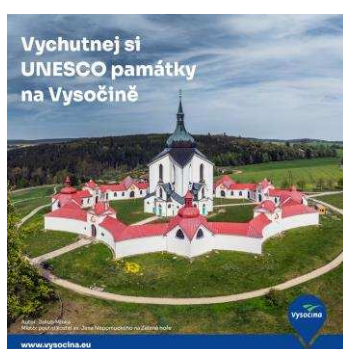
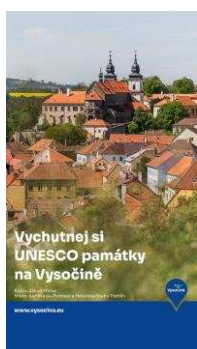
Kanál/Formát	Dosah	Zobrazení	Rozpočet
Facebook a Instagram	92 197	206 242	20 977 Kč



Další kampaně

UNESCO na Vysočině

- V roce 2024 jsme realizovali cílenou kampaň zaměřenou na propagaci památek zapsaných na seznamu světového dědictví UNESCO. Hlavním cílem bylo zvýšit povědomí o jedinečném postavení Vysočiny v rámci České republiky – jediný kraj totiž disponuje třemi samostatně zapsanými památkami UNESCO: historickým centrem Telče, židovskou čtvrtí a bazilikou sv. Prokopa v Třebíči a poutním kostelem sv. Jana Nepomuckého na Zelené hoře ve Žďáře nad Sázavou.
- Kampaň byla zaměřena na nové návštěvníky a zároveň posílení prestiže těchto lokalit, které představují kulturní, architektonické a duchovní bohatství regionu. Komunikace probíhala prostřednictvím online kanálů i rádií a byla součástí širší strategie budování značky Vysočiny jako kulturně atraktivní destinace.



Cestování s mazlíčkem

- V roce 2024 jsme spustili tematickou kampaň mířící na cestování se zvířecími společníky, s cílem představit Vysočinu jako pet-friendly destinaci. Region nabízí ubytování, restaurací, přírodní i kulturní lokality, přístupné domácím mazlíčkům.
- Kampaň oslovila cílovou skupinu cestovatelů, pro které je čtyřnohý parťák součástí volnočasových aktivit a rozhodujícím faktorem při výběru destinace. Využili jsme online kanály i spolupráci s influencery, čímž jsme přispěli k budování obrazu Vysočiny jako vstřícného regionu, kde jsou domácí mazlíčci vítáni.



Podzimní cyklo na Vysočině

- Na podzim 2024 jsme realizovali kampaň zaměřenou na podporu cykloturistiky v období babího léta a prodloužení hlavní sezóny. Hlavním cílem bylo ukázat, že Vysočina je ideální pro cyklisty i mimo letní měsíce – díky pestré síti cyklotras, malebné krajině a příjemnému klimatu je podzimní jízda jedinečným zážitkem.
- Kampaň představila vybrané tematické trasy vhodné jak pro rodiny s dětmi, tak pro sportovněji laděné cyklisty, a zároveň upozornila na doprovodné služby, jako jsou cyklo-friendly ubytování či možnosti občerstvení. Komunikace probíhala především online formou a navazovala na dlouhodobé úsilí Vysočiny profilovat se jako destinace přívětivá k aktivní dovolené v každém ročním období.



Podzim jako malovaný

- Kampaň „Podzim jako malovaný“ byla zaměřena na prodloužení turistické sezóny a využití podzimního období jako ideálního času k objevování Vysočiny. Komunikace stavěla na atraktivní kombinaci kulturních zážitků a podmanivé podzimní přírody – lákala k návštěvě volně přístupných památek, zřícenin, rozhleden a dalších míst, odkud je možné vychutnat si podzimní krajinu.
- Cílem kampaně bylo inspirovat k podzimním výletům mimo hlavní sezonu, kdy si návštěvníci mohou vychutnat klidnější atmosféru regionu, a připomenout si, že Vysočina nespí ani na podzim. Kampaň byla šířena především online a stala se součástí širšího konceptu prezentace Vysočiny jako celoroční destinace.



Advent na Vysočině

- Závěr roku 2024 patřil kampani Advent na Vysočině, která měla za cíl přilákat návštěvníky do regionu během adventního období a představit Vysočinu jako místo s neopakovatelnou sváteční atmosférou.
- Komunikace kampaně se zaměřila na tradiční vánoční trhy, bohatý kulturní program, řemeslné akce i silnou tradici betléamářství, která má v kraji hluboké kořeny. Součástí kampaně byly vizuály s vánoční tematikou, tematické články i doporučení na výlety za adventními zážitky. Vysočina byla prezentována jako ideální místo pro naladění se na Vánoce, a to v duchu tradice, řemesla a pohody.



Doplňková offline komunikace

Kampaně byly zároveň vedeny i v offline prostředí, a to formou inzerce v českých i zahraničních lifestylových a odborných magazínech.

Inzerce se objevila například v následujících titulech:

- Kam po Česku
- Pragmoon
- Jihlavské listy
- n&n Czech-German Bookmag
- TTG Czech Republic
- Kam Brno
- ICE magazín

Další komunikační témata

Školní výlety na Vysočině

V roce 2024 jsme navázali spolupráci s dalšími subjekty a tím rozšířili samotnou nabídku. Jedná se o projekt, kterému se Vysočina Tourism bude věnovat několik dalších let. Naším cílem je podpořit učitele z celé republiky při plánování školních výletů.

Na našich webových stránkách najdou všechny informace o nabídce Kraje Vysočina a zároveň se na nás mohou kdykoliv obrátit s dotazy.

Na nabídku je možné se dostat přes stránku

<https://skolnivyletynavysocine.cz> (<https://www.vysocina.eu/sluzby/pro-skoly>)



Kanál/Formát	Dosah	Zobrazení	Rozpočet
Facebook a Instagram	289 115	344 781	3 742

Online

Pro komunikaci jsme znovu zvolili primárně sociální sítě, a to Facebook a Instagram. Kampaň proběhla v termínu 29. 1 – 31. 3. 2025 a byla zacílena na ředitele, učitele škol.

Offline komunikace a kontaktní kampaně

V roce 2023 jsme se posunuli z online prostoru do printového prostoru a do kontaktních kampaní. Prostřednictvím letáků se téma prezentovalo na různých vzdělávacích akcích určených pro pedagogy i studenty.

Svatby na Vysočině

- V roce 2024 jsme navázali na úspěšnou komunikaci zaměřenou na svatby. Jedná se o téma, které budeme průběžně rozvíjet i v nadcházejících letech.
- Samostatná mikrostránka www.vysocinasvatba.cz se pravidelně doplňuje o nová místa, služby a aktuality v této oblasti.
- Pokračujeme v komunikaci prostřednictvím účtu na sociální síti Pinterest.
- V roce 2024 jsme dále vyhodnotili dosavadní způsoby prezentace tématu, jejich efektivitu a v návaznosti na to nastavili nové způsoby komunikace pro další období (2025). Cílem je více oslovit cílové skupiny napřímo (např. oborové veletrhy, spolupráce s influencery).
- Dále jsme v rámci reklamy zvolili sociální sítě Facebook a Instagram, kde reklama dosahovala těchto výsledků:

Kanál/Formát	Dosah	Zobrazení	Rozpočet
Facebook a Instagram	351 781	436 520	5 024

Svatební trip

V termínu 14. – 15. 5. 2024 jsme realizovali svatební trip po třech vybraných svatebních místech, která jsme ukázali svatebním koordinátorům a agenturám.

Součástí prezentační cesty byl také seminář na téma „Jak na svatby v moderní době“ a dále pořízení profesionálních fotografií navštívených míst, které využíváme k propagaci tématu.



Vysočina pro kongresovou, konferenční a eventovou turistiku

- V roce 2024 jsme podpořili konferenční turistiku především formou inzerce v oborových médiích (COT MICE vydání a TTG)



- Dále proběhlo představení služeb Vysočina Convention Bureau při kontaktních kampaních a oborových akcích.
- Rozběhla se všestranná spolupráce s Czech Convention Bureau



Spolupráce s médii a influencery

Spolupráce s médii

Printová reklama

- Kam po Česku
- Pragmoon
- Jihlavské listy
- n&n Czech-German Bookmag
- TTG
- Kam Brno
- ICE magazín

TV

- Toulavá kamera: dlouhodobá spolupráce v rámci propagace kraje a jeho území

V rámci spolupráce s Českou televizí se objevila turistická nabídka Vysočiny například v televizních pořadech Toulavá kamera nebo v magazínu Cyklotoulky. Dále pokračovala spolupráce s Českou televizí na pořadu Krajinou soch. V jednom díle se prezentovala Vysočina West a sochařská umělecká díla na tomto území. V roce 2024 přilákala Vysočina i zahraniční štáby. Natáčela zde francouzská televize La Maison France 5 pořad Echappées Belles, což je populární cestovatelská série, která divákům představuje různé destinace po celém světě skrze jejich kulturu, historii a přírodní krásy. Natáčení proběhlo například na Pacovsku a také v Zámku Žďár nad Sázavou. Bavorská televize Bayerischer Rundfunk odvysílala premiéru pořadu Euroblick: „So schmeckt Mähren“, ve kterém měla své významné zastoupení i Vysočina.

Rok 2024 v éteru Hitrádia Vysočina

- I v roce 2024 jsme pokračovali ve spolupráci s Hitrádiem Vysočina na kampani „Vysočina Vysočině“, zaměřené především na obyvatele regionu. Hlavní aktivitou byla výzva Na vlastní nohy Vysočinou, v rámci, které moderátoři absolvovali výšlapy na atraktivní místa kraje, včetně nejvyšších vrcholů. Kampaň byla doplněna o živé vstupy z terénu a online výstupy, které přiblížily krásy Vysočiny posluchačům i sledujícím na sociálních sítích.
- V průběhu roku jsme v rámci rozhlasového vysílání realizovali také tematické kampaně zaměřené na vybrané turistické produkty. Propagovány byly například památky UNESCO, rozhledny, město Jihlava, letní cyklovýlety v rámci 10 cyklo tripů, rodinné výlety v Koruně Vysočiny, podzimní procházky, wellness aktivity (bazény a sauny) či adventní programy.

Tisková konference ve Vídni

V termínu 6. 5. 2024 jsme ve spolupráci se zahraničním zastoupením agentury CzechTourism pro Rakousku uspořádali tiskovou konferenci ve Vídni. Představili jsme Vysočinu obecně jako turistickou destinaci, její klíčovou nabídku a novinky pro nastávající turistickou sezónu. Dále své služby představili partneři:

- Město Jihlava, DMO Brána Jihlavy
- Zámek Žďár nad Sázavou
- Hotel Zámek Třešť
- Resort svatá Kateřina

Jako doprovodný program jsme zajistili hudební vstupy Filharmonie Gustava Mahlera, které zároveň sloužili jako pozvánka na zahajovací koncert Festivalu Gustava Mahlera v Jihlavě.

Spolupráce s influencery

Travel with us

V roce 2024 jsme navázali spolupráci s cestovatelským duem Travel with us, tvořeným dvojicí mladých influencerek, které se dlouhodobě věnují propagaci cestování po České republice. V rámci domluvené spolupráce projely všechny turistické oblasti Vysočiny a z každé z nich vytvořily dohodnuté výstupy. Ty zahrnovaly 10 Instagram stories s označením Vysočina Tourism, článek na blogu www.holkycestovatelky.cz, souhrnné vertikální video doplněné o stories, které bylo zařazeno do jejich výběru „Česká republika“ s nejvyšším dosahem, a dále 10 fotografií a krátkých videí využitelných pro další marketingové aktivity.

Spolupráce přispěla ke zvýšení povědomí o Vysočině jako atraktivní a rozmanité destinaci především mezi mladší cílovou skupinou.



Lucifer the cat traveller

V letě 2024 jsme navázali originální spolupráci s kočičím influencerem Lucifer the Cat Traveler, který od 27. do 31. srpna navštívil vybrané turistické cíle Vysočiny. Během pobytu vzniklo celkem 5 příspěvků nebo Reels na Instagramu s doporučeními na výlety s tipy na občerstvení či památky, 2 Instagram stories profilu @lucifer.the.cat.traveler, shrnující text k využití na webu a sítích a 15 licencovaných fotografií. Lucifer navštívil 9 skal, NS Žďárská rašeliniště, Paseckou skálu, zříceniny Dalečín, Zubštejn či Orlík. Spolupráce originálním způsobem rozšířila povědomí o pet-friendly výletech na Vysočině a oslovila specifickou cílovou skupinu milovníků zvířat a cestování.



Czech Vibes

Na podzim 2024 jsme navázali spolupráci s kreativním duem Czech Vibes, známým vizuálně poutavým obsahem zaměřeným na krásy Česka. Za deset dnů procestovaly influencerky pět oblastí Vysočiny, kde navštěvovaly přírodní i kulturní lokality. Výstupy ze spolupráce zahrnovaly minimálně 3 instastories denně, 5 příspěvků na hlavní feed a 5 Instagram Reels na profilu @czech_vibes, vždy s označením @vysocinaregion jako spolupracujícího profilu. Součástí dodaného obsahu bylo také 70 až 100 profesionálních fotografií, včetně záběrů z dronu, určených k využití na webu a sítích. Spolupráce přinesla Vysočině silnou vizuální prezentaci v období barevného podzimu a oslovila široké publikum prostřednictvím kvalitního a autentického obsahu.

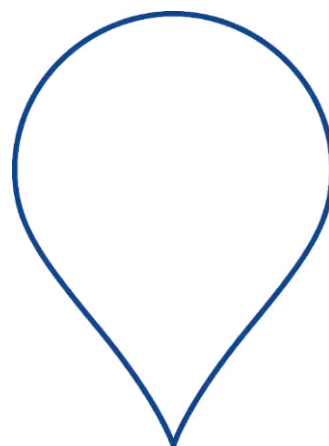


Presstripy & Location Tour

- Také v roce 2024 jsme k propagaci a zvýšení povědomí o Vysočině využívaly v bohaté míře novinářské presstripy, a to především pro novináře a influencery ze zahraničí.
- Řada z těchto aktivit byla realizována ve spolupráci s agenturou Czechtourism, případně z Czech Convention Bureau.

Přehled aktivit:

- Press trip pro čínské influencery, 7. 4. 2024
- Press trip pro německé influencery, 8. – 11. 4. 2024
- Svatební trip, 14. – 15. 5. 2024
- Fam trip pro Jakuba Strouhala (přístupný CR), 16. – 18. 5. 2024
- Press trip pro polské novináře, 20. – 22. 5. 2024
- Fam trip pro manžele DeMolina v rámci charitativní akce, USA, 1. 6. 2024
- Press trip pro rakouské novináře, 5. – 7. 6. 2024
- Press trip pro novináře ze zemí Beneluxu, 14. – 15. 6. 2024
- Fam trip pro touroperátory z Tchajwanu, 23. – 24. 7. 2024
- Press trip pro slovenské novináře, 26. – 28. 9. 2024
- Press trip pro novináře z Rakouska, Německa a Beneluxu (téma Pivo, venkov)
- Fam trip pro influencery z Hongkongu, 24. 11. 2024
- Fam trip pro touroperátory z Číny, 6. – 7. 12. 2024
- Location Tour 18.6.-19.6.2024



Nástroje komunikace Vysočina Tourism

Newsletter

V roce 2024 jsme nadále využívali nástroj SmartEmailing, ke kterému jsme přešli v polovině předchozího roku z důvodu větší uživatelské přívětivosti a efektivnější správy databází. Rozesíláme dva typy newsletterů – turistický, určený veřejnosti, a destinační, který pravidelně informuje partnery o aktuálním dění v rámci Vysočina Tourism. Databázi kontaktů průběžně rozšiřujeme, především díky sběru nových e-mailů na veletrzích a kulturních akcích.

Tiskoviny

Nově vzniklé brožury v roce 2024: Turistická mapa Vysočiny, magazín Cyklodovolená na Vysočině s podtitulem Nejen s dětmi, a také vznikl již čtvrtý ročník magazínu Vysočina, tentokrát i s anglickou mutací.

Web

Od října 2024 využíváme k měření online statistik nově zakoupený nástroj **Gas Software**, který umožňuje sledovat výkonnost napříč různými online kanály z jednoho rozhraní. Tento program agreguje data ze všech napojených webových stránek (Vysočina Tourism, Dovolená na Vysočině, Convention Bureau, Film Office) a zároveň sleduje statistiky z platforem jako jsou Facebook, Instagram, Google Analytics, Google Ads, Sklik, YouTube a TikTok.

Data uvedená v následujících tabulkách byla čerpána právě z tohoto nástroje, který umožňuje zpětnou analýzu některých ukazatelů.

Webová prezentace Vysočina Tourism

Webová prezentace zahrnuje několik webových stránek a dále několik domén, které na webové prezentace odkazují / přesměrovávají. Jedná se o tyto webové prezentace:

Turistický portál: www.vysocina.eu

Konferenční turistika: www.vysocina-konference.cz/

Filmová kancelář: www.filmvysocina.cz

Stránky organizace: www.vysocinatourism.cz

Návštěvnost webových stránek:

www.vysocina.eu

	2022	2023	2024
Návštěvy stránek	196 342	218 101	106 970
Uživatelé	131 499	151 551	76 513
Míra okamžitého opuštění	35,5%	33,4%	45,4%
Průměrná doba návštěvy	3:35 min	3:29 min	2:58 min

www.vysocina-konference.cz/

	2023	2024
Návštěvy stránek	16 359	9 340
Uživatelé	12 196	7 484
Míra okamžitého opuštění	30,8%	40,4%
Průměrná doba návštěvy	2:22 min	2:50 min

www.filmvysocina.cz

	2023	2024
Návštěvy stránek	868	2 057
Uživatelé	758	2 475
Míra okamžitého opuštění	34,3%	42,1%
Průměrná doba návštěvy	1:41 min	1:40 min

Sociální sítě

Facebook za období
1. 1. 2024 - 31. 12. 2024

Návštěvnost



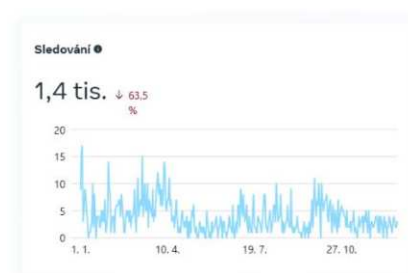
Kliknutí na odkaz



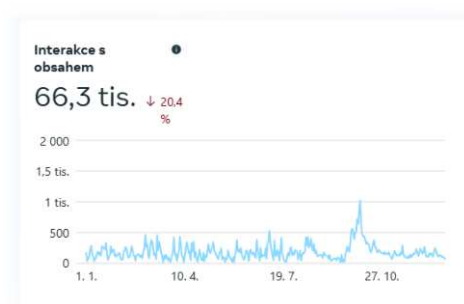
Dosah



Sledování



Interakce



Zobrazení



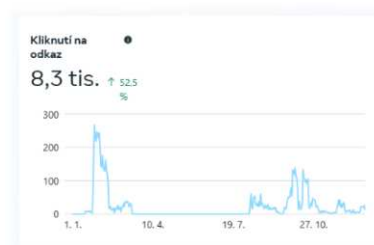
	2022	2023	2024
Počet fanoušků FB	6 241	7654	16 392

Instagram za období 1. 1. 2024 - 31. 12. 2024

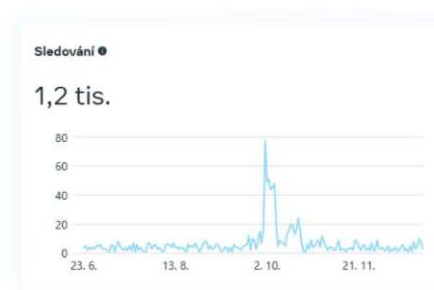
Návštěvnost



Kliknutí na odkaz



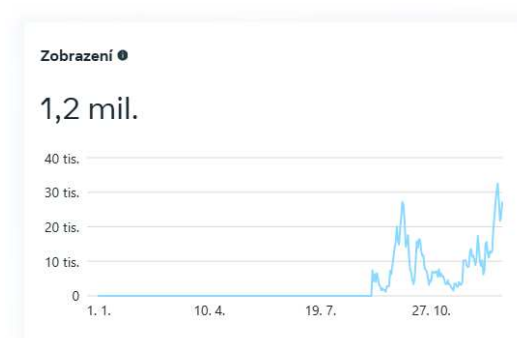
Sledování



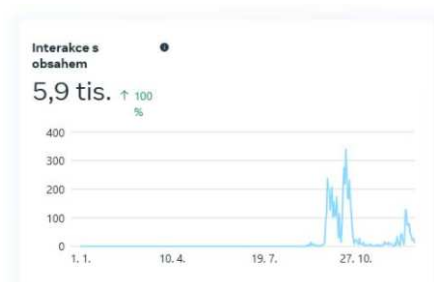
Dosah



Zobrazení

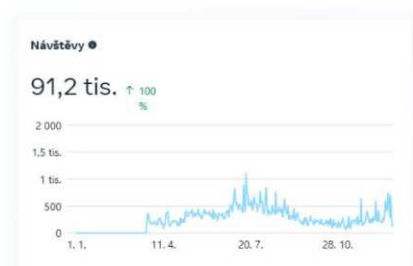


Interakce

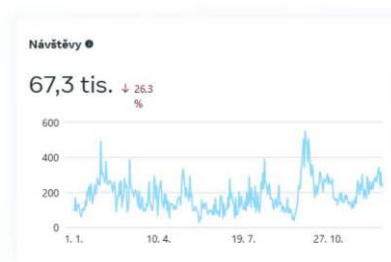


Grafy **návštěvnosti** a dosahu (2023 vs 2024)

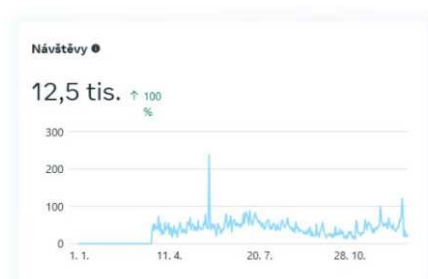
Návštěvnost Facebook 2023



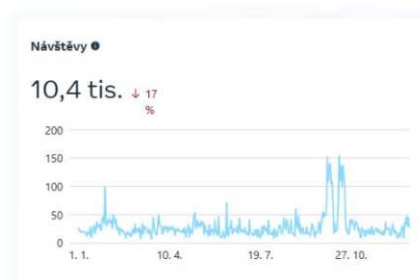
Návštěvnost Facebook 2024



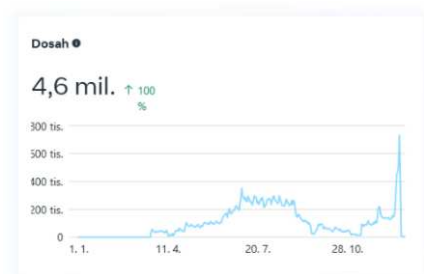
Návštěvnost Instagram 2023



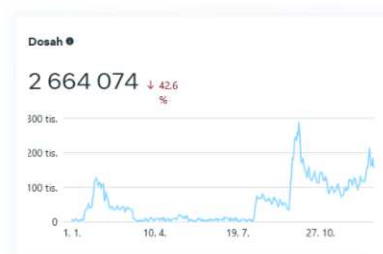
Návštěvnost Instagram 2024



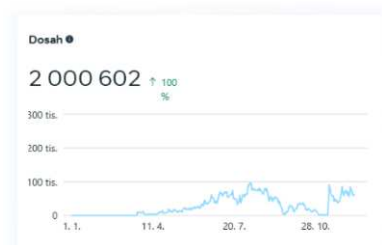
Dosah Facebook 2023



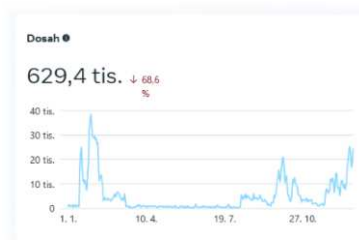
Dosah Facebook 2024



Dosah Instagram 2023



Dosah Instagram 2024



Zhodnocení aktivit v online prostoru

V meziročním srovnání došlo v roce 2024 k poklesu výkonu na platformách Facebook a Instagram, a to ve všech hlavních ukazatelích – návštěvnosti, dosahu, počtu interakcí i prokliků na webové stránky.

Tento pokles byl způsoben dočasným utlumením aktivit na sociálních sítích v souvislosti s personální obměnami v týmu Vysočina Tourism a střídáním na ředitelské pozici a s tím spojeným pozastavením placené propagace.

S ohledem na důležitost těchto kanálů pro online komunikaci s návštěvníky plánujeme v roce 2025 opět posílit naši přítomnost na sociálních sítích, zvýšit frekvenci a kvalitu příspěvků a navázat na dřívější úspěšnou komunikaci.

Cílem je znovu dosáhnout vyššího dosahu, zapojení fanoušků a podpořit návštěvnost webových stránek vysocina.eu.



Veletrhy a prezentace cestovního ruchu

- Fórum cestovního ruchu na Vysočině, Svatá Kateřina, 24. 1. 2024
- MS v Biatlonu Nové Město na Moravě 7. – 18. 2. 2024
- Regionální workshop Czech Convention Bureau, Praha, 22. 2. 2024
- For Bikes, Praha – 22.–24. 3. 2024
- Event Fest, Praha, 24. 4. 2024
- Prague Bike Fest – 27. – 28. 4. 2024
- Czechia Travel Trade Day, Hradec Králové – 29.–30. 4. 2024
- Tisková konference ve Vídni, 6. 5. 2024
- Světový pohár horských kol, Nové Město na Moravě – 25–26. 5. 2024
- Kolo pro život, Hluboká – 8. 6. 2024
- Bavorská zemská zahrada Německo – 17. 6. 2023
- Historická slavnost Barchan, Jemnice – 16.–18. 6. 2023
- Hračkobraní, Kamenice nad Lipou – 12.–16. 7. 2023
- Slavonice fest, VFO – 1. – 4. 8. 2024
- Prázdniny v Telči, Telč – 26. 7. - 11. 8. 2024
- Země živitelka, České Budějovice – 22.–27. 8. 2024
- Velká Pardubická – 13. 10. 2024
- Tour Salon, Poznaň + MICE workshop, 4. – 6. 10. 2024
- MFDF – VFO – 25. – 31. 10. 2024
- APA – VFO – 12. 11. 2024

Sběr dat a profil návštěvníka

V roce 2024 jsme opět ve spolupráci s oblastními partnery realizovali šetření profilu návštěvníka Vysočiny. Typickými návštěvníky jsou především ženy ve věku 40–49 let, přijíždějící za rekreací, aktivním odpočinkem a turistikou, nejčastěji z Jihomoravského kraje. Přetrvává preference individuální dopravy i organizace pobytu, nově však návštěvníci více volí hotely a pěší turistiku jako hlavní aktivitu. Data opět potvrzují vysokou spokojenost s pobytem, přetrvávajícím problémem zůstává dopravní infrastruktura.

Více informací:

<https://www.vysocinatourism.cz/cinnost-vysocina-tourism/navstevnost-kraje/profil-navstevnika>

Školení, semináře a workshopy

Vysočina Tourism má nezastupitelnou úlohu rovněž v oblasti školení a vzdělávání v oblasti cestovního ruchu.

Každý rok připravujeme sérii školení nejen pro naše partnery, ale pro všechny subjekty, které působí v oblasti cestovního ruchu v Kraji Vysočina.

- 23. 4. 2025 Přístupný cestovní ruch v MICE (Czech Convention Bureau)
- 24. 9. 2025 Jak na fotky v cestovním ruchu
- 16. 10. 2025 20 nových metod pro cestovní ruch
- 23. 10. 2025 AI v cestovním ruchu
- 7. 11. 2025 Školení pro VCB partnery USP
- 10. 12. 2025 Základy MRK

Terénní exkurze

- Z důvodu potřeby setkávání se naší organizace s partnery přímo v území, jsme v roce 2024 pokračovali v terénních exkurzích.
- Jedná se o školení v terénu, kde se účastníci seznamují s produkty cestovního ruchu v daném území.
- Určeny jsou především pro manažery DMO a pracovníky TIC.

Exkurze proběhly v roce 2024 v těchto termínech:

- **duben 2024** – Vysočina West
- **květen 2014** – Třebíčsko, Brána Jihlavy
- **říjen 2024** – Vysočina West

Předpokládáme, že v roce 2025 budou exkurze pokračovat, tentokrát už po všech pěti oblastních destinacích Kraje Vysočina.



Ocenění

Vysočina Tourism byl úspěšný v soutěži „Kraj mého srdce“ pořádané už tradičně vydavatelstvím Kam po česku, s.r.o.



- KAM na letní dovolenou/pěší a cyklo: 2. Kraj Vysočina (2837 b.)
- KAM na zimní dovolenou: 1. Kraj Vysočina (3091 b.)
- KAM na výlet s dětmi: 2. místo Kraj Vysočina (2662 b.)
- KAM na památky a historická místa: 3. místo Kraj Vysočina (2177 b.)
- KAM na koně/koňské stezky: 1. místo Kraj Vysočina (3267 b.)
- KAM za zážitkem/adrenalinem: 1. Kraj Vysočina (2578 b.)
- KAM za folklorem, tradicemi: 3. místo Kraj Vysočina (1998 b.)

Spolupráce a partnerství

- Smlouva o partnerství s destinační společností Koruna Vysočiny, z. s.
- Smlouva o partnerství s destinační společností Třebíčsko – moravská Vysočina
- Smlouva o spolupráci a zajištění služeb s Vysočina West, z. s.
- Smlouva o spolupráci a zajištění služeb s Kraj pod Javořicí, z. s.
- Smlouva o spolupráci a zajištění služeb s Brána Jihlavy, z. s.
- Smlouva o spolupráci s Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích
- Spolupráce s Vysokou školou polytechnickou Jihlava
- Smlouvy o spolupráci s Českou televizí
- Smlouva o spolupráci s Maniac Production s.r.o.
- Smlouva o spolupráci s Josefem Císařovským
- Smlouva o spolupráci s Tomášem Kratochvílem
- Smlouva o spolupráci s ABOND s.r.o.
- Smlouva o spolupráci s Liborem Konečným
- Smlouva o spolupráci s Film Kolektiv s.r.o.
- Prohlášení o partnerství CHKO Žďárské vrchy
- Prohlášení o partnerství KČT



Projektové aktivity / v realizaci

Název projektu:

Marketingové aktivity a zefektivnění propagace destinace Vysočina

Program: Ministerstvo pro místní rozvoj – Národní program rozvoje cestovního ruchu v regionech, podprogram Marketingové aktivity v cestovním ruchu.

Financování projektu: vlastní zdroje příspěvkové organizace

Cíle projektu:

- A. Přilákat do území Kraje Vysočina vyšší počet návštěvníků a turistů ze zahraničí
- B. Zvýšit počet přenocování domácích i zahraničních turistů
- C. Posílit značku destinace Vysočina a její efektivní propagaci směrem k návštěvníkům a turistům doma i v zahraničí
- D. Zvyšování odbornosti pracovníků v cestovním ruchu na území Kraje Vysočina

Plnění:

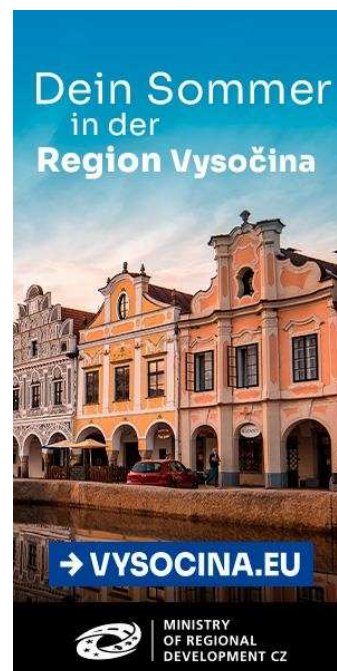
K naplnění cílů projektu budou realizovány následující aktivity:

- nový webový portál www.vysocina.eu
- marketingové aktivity v zahraničí (s cílením na Rakousko a Německo)
- spolupráce s profesionální PR agenturou
- vzdělávání územních partnerů

Území: destinace Vysočina

Doba trvání: 01.03.2024 - 30.11.2025

Rozpočet: 3 140 000 Kč



Projektové aktivity / v přípravě

Název projektu:

Podpora činnosti DMO a rozvoj udržitelného cestovního ruchu v destinaci Vysočina 2025

Program:

Ministerstvo pro místní rozvoj ČR – Podpora organizací destinačního managementu 2025+

Financování projektu: vlastní zdroje příspěvkové organizace

Cíle projektu:

- A. podpořit řízení udržitelného rozvoje cestovního ruchu v destinaci Vysočina
- B. podpořit rozvoj vybraných činností destinačního managementu za účelem zvýšení povědomí o destinaci
- C. posílit konkurenceschopnost destinace a maximalizovat potenciál cestovního ruchu pro rozvoj regionu

Plnění:

K naplnění cílů projektu budou realizovány následující aktivity:

- A. Zabezpečení činností destinačního managementu
- B. Koordinace rozvojových projektů v oblasti udržitelného cestovního ruchu
- C. Výzkum trhu a tvorba analytických podkladů pro činnost DMO
- D. Rozvoj vybraných marketingových aktivit DMO
- E. Vzdělávání a rozvoj kompetencí partnerů

Území: destinace Vysočina

Doba trvání: 01.01.2025 - 31.12.2025

Rozpočet: 2 517 923 Kč



Název projektu: Přeshraniční cyklotrasa VY-JČ-DR "Via Silva Nortica"

Program: Interreg Rakousko - Česko 2021 -2027

Financování projektu: vlastní zdroje příspěvkové organizace

Cíle projektu:

Vysočina Tourism je strategickým partnerem projektu. Je zde zapojena především z hlediska marketingových aktivit spojených s prezentací a propagací cyklotrasy směrem ke stávajícím i potenciálním turistům a návštěvníkům česko-rakouské programové oblasti.

Jedná se například o on-line marketing, tvorbu on-line, tištěných či audiovizuálních prezentačních materiálů, prezentace na veletrzích orientovaných na cykloturistiku, motivační akce, aj.

Plnění:

Předpokládané marketingové výstupy Vysočina Tourism:

- motivační cesty pro novináře, pracovníky destinačních managementů, TIC aj.
- účast na veletrzích s tematikou cyklistiky, cykloturistiky, cyklo akce
- značení cyklotrasy v úseku Telč – Jihlava (infocedule, samolepky)
- videa pro propagaci na sociálních sítích, vytvoření a doplnění fotobanky
- on-line marketingová kampaň
- průvodce cyklotrasou
- propagační materiály s cyklistickou tematikou

Území: destinace Vysočina

Doba trvání: 01.11.2025 - 31.10.2028

Rozpočet: 5 000 000 Kč



Kancelář Vysočina Convention Bureau pomáhá propojovat nabídku konferenčních prostor a služeb s poptávkou pořadatelů firemních akcí a eventů.

Od 1. ledna 2024 kancelář spustila nový web www.vysocina-konference.cz, jehož cílem je ukázat rozmanitost nabídky nejen co do počtu konferenčních míst, ale také představit incentivní možnosti v podobě nejrozličnějších aktivit. Kromě toho poskytuje web možnost přímého propojení organizátorů akcí s poskytovateli služeb a v neposlední řadě představuje nabídku služeb kanceláře Vysočina Convention Bureau, které jsou bezplatně poskytovány partnerům na obou stranách businessu.

Web průběžně doplňujeme, aktualizujeme údaje a evidujeme poptávky, které jsou zadávány prostřednictvím poptávkového formuláře. Dále zpracováváme poptávky, které přicházejí přímo od pořadatelů akcí (většinou firem a eventových agentur, se kterými navazujeme spolupráci během kontaktních kampaní a oborových prezentačních akcí).

Kromě online aktivit doplňují práci kanceláře Vysočina Convention Bureau i aktivity v rámci kontaktních kampaní, přímého oslovování potenciálních partnerů a prezentací pro touroperátory, podnikatele či agentury.

Mezi tyto činnosti patřila v roce 2024 především účast **na těchto prezentačních akcích:**

- Regionální workshop Czech Convention Bureau
- Event Fest, Praha
- Travel Trade Day, Hradec Králové
- MICE workshop, Poznaň
- „Sklenička po práci s Vysočinou“, Praha
- MS v biatlonu, Nové Město na Moravě

Dalším zdrojem kontaktů a potenciálních partnerů je aplikace **Leady**, která od října 2024 monitoruje návštěvnost konferenčního webu (detailní informace o každé návštěvě).

Partnery v regionu (poskytovatele konferenčních služeb) průběžně informujeme o probíhajících činnostech, nabízíme spolupráci a zájemce do aktivit zapojujeme. Pořádáme vzdělávání na relevantní témata, např.

- USP (Unique selling proposition), Jihlava
- Konference Vysočina Vysočině, Medlov
- Inspirational Afternoon, Praha

V září 2024 jsme pořídili tematické fotografie 6 vybraných partnerů (vč. Castingu), které dále využíváme k propagačním aktivitám.

Každý měsíc plníme tzv. redakční plán, který dále kancelář Czech Convention Bureau zpracovává a zasílá svým obchodním partnerům a zahraničním zastoupením agentury CzechTourism pro inspiraci (MICE témata zpracovaná za každý region ČR).

Významný potenciál vnímá kancelář také v oblasti pořádání svateb – specifických eventů, jejichž ekonomický význam je srovnatelný s přínosem firemních akcí. Tomuto tématu je věnovaná část konferenčního webu pro doménou www.vysocinasvatba.cz. K podpoře tohoto segmentu se uskutečnil svatební trip (květen 2024) pro svatební koordinátory a agentury, během kterého byly dále pořízeny fotografie pro další podporu segmentu.



V roce 2024 jsme jako znovuotevřená filmová kancelář na Vysočině vytvořili nový strategický plán pro období 2024 a 2025. Cílem bylo opět zviditelnit Vysočinu, a to prostřednictvím filmového průmyslu. Naše úsilí bylo primárně zaměřeno na posílení povědomí o Vysočině jak mezi filmovými tvůrci, tak v rámci turistického sektoru.

Během prvního čtvrtletí jsme provedli důkladnou aktualizaci všech informací na našich webových stránkách, aby odpovídaly aktuální situaci. Jednalo se především o aktualizaci filmových lokací a dodavatelů služeb. Tento proces zahrnoval aktualizaci informací o filmových lokalitách a dodavatelích, přičemž jsme současně aktivně hledali nové lokace a dodavatele. Rovněž jsme obnovili naši fotobanku, aby byly filmové lokace prezentovány co nejaktuálněji.

Zavedli jsme nový systém podpory audiovizuální tvorby na Vysočině, který poskytuje finanční prostředky jak filmařům pro natáčení, tak dodavatelům služeb ve filmovém průmyslu. Tento systém byl velmi úspěšný a zamýšlíme jej i nadále rozvíjet, aby co nejefektivněji podporoval filmové projekty a přinášel pozitivní výsledky. Vysočina finančně podporuje i natáčení mladých talentovaných filmařů, kdy jejich projekty jsou významné pro propagaci Vysočiny.

V průběhu roku jsme kladli důraz na zlepšení spolupráce a komunikace mezi filmovými tvůrci, institucemi a veřejností, což vedlo ke zvýšenému zájmu o regionální filmovou kulturu a vzdělávání. Podpora místních talentů a umělců byla také naší prioritou, což mělo za cíl nejen kulturní obohacení, ale i ekonomické výhody pro region.

Zaměřili jsme se na zvýšení počtu realizovaných natáčení na Vysočině. V roce 2024 filmová komise vybrala sedm projektů, se kterými jsme uzavřeli smlouvu o spolupráci a následně i finančně podpořili. Díky těmto spolupracím jsme podpořili i místní dodavatele – ubytovací zařízení, stravovací zařízení, filmové lokace a dodavatele dalších služeb.

Přehled podpořených projektů:

- O milkování lásce a zradě, Josef Císařovský
- Mám pozemek, ale vím kulový, Tomáš Kratochvíl
- Po trailech přes hory, ABOND s.r.o.
- Na dně, Maniac production
- Krajinou soch, Česká televize
- Lesja, UTB Zlín, Lubomír Konečný
- Projekt FILM KOLEKTIV

Dále jsme navštívili festival FOCUS London, který nám poskytl inspiraci ze zahraničí pro budoucí projekty. Neméně důležitá byla naše přítomnost na setkáních s producenty. S radostí jsme se stali partnery Mezinárodního festivalu dokumentárních filmů v Jihlavě.

Uspořádali jsme Location Tour, kdy jsme na Vysočinu pozvali filmaře a ukázali jsme jim filmové lokace a obecně představili, jak můžou spolupracovat a natáčet na Vysočině.

V rámci naší činnosti jsme se zúčastnili několika významných festivalů, včetně FAMUfestu, Mezinárodního filmového festivalu v Karlových Varech, kde byl uveden dokument o Ivě Janžurové „Janžurka“, podpořený také naší kanceláří.

Rok 2024 byl pro filmovou kancelář Vysočina Film Office z hlediska dosažených výsledků a budování partnerství vysoce úspěšný. S hlubokým přesvědčením pokračujeme ve své práci a těšíme se na další projekty a spolupráce v nadcházejícím roce 2025.



Premiéra dokumentu „Janžurka“ proběhla 29. září 2024 v sokolovně v Žirovnici.

Finanční hospodaření

Vysočina Tourism, příspěvková organizace

Číslo plánu: ĪP-28263693-2024-0002

Náklady

SU	AU	Název	Skutečnost minulého roku			Plán letošního roku (2025)			Procenta celkem	Rozdíl celkem
			HČ tis. Kč	DČ tis. Kč	celkem tis. Kč	HČ tis. Kč	DČ tis. Kč	celkem tis. Kč		
									%	+ / -
5		Náklady	15 390	159	15 548	20 776	314	21 090	135,64%	5 542
50		Spotřebované nákupy	569	0	569	379	0	379	66,66%	-190
501		Spotřeba materiálu	569	0	569	379	0	379	66,67%	-190
502		Spotřeba energie	0		0	0	0	0		
503		Spotřeba jiných neskladovatelných dodávek	0	0	0	0	0	0		
504		Prodané zboží	0	0	0	0	0	0		
51		Služby	10 116	151	10 268	12 362	247	12 609	122,80%	2 341
511		Opravy a udržování	45	0	45	85	0	85	187,85%	40
518		Ostatní služby	9 655	151	9 806	11 842	247	12 089	123,28%	2 283
	031	Nájemné	247		247	250		250	101,09%	3
	040	Servis a revize	350		350	350		350	99,94%	-0
	044	Služby v oblasti BOZP a PO				1		1		
	045	Právní služby	192		192	192		192	100,00%	0
	047	Náklady na vedení mzdového účetnictví, HR	147		147	23		23	15,62%	-124
	049	Náklady na SW služby	297		297	300		300	100,87%	3
52		Osobní náklady	5 890	7	5 897	7 838	67	7 905	134,05%	2 008
521		Mzdové náklady	4 265	5	4 270	5 650	50	5 700	133,49%	1 430
	031	Mzdové náklady krom OON	3 464	3	3 467	4 886	50	4 936	142,37%	1 469
	034	OON - DPP a DPČ	801	2	803	764		764	95,12%	-39
524		Zákonné sociální pojištění	1 433	2	1 435	1 889	17	1 906	132,80%	471
525		Jiné sociální pojištění	18	0	18	0	0	0		-18
527		Zákonné sociální náklady	174	0	174	299	0	299	171,99%	125
528		Jiné sociální náklady	0	0	0	0	0	0		
53		Daně a poplatky	7	0	7	3	0	3	40,76%	-4
54		Ostatní náklady	9	0	9	0	0	0		-9
55		Odpisy, rezervy a opravné položky	-1 204	0	-1 204	194	0	194		
551		Odpisy dlouhodobého majetku	68	0	68	137	0	137	201,92%	69
558		Náklady z drobného dlouhodobého majetku	275	0	275	57	0	57	20,74%	-218
56		Finanční náklady	3	0	3	0	0	0		-3
59		Daň z příjmů	0	0	0	0	0	0		

Výnosy

6		Výnosy	16 226	289	16 515	20 666	424	21 090	127,70%	4 575
60		Výnosy z vlastních výkonů a zboží	0	288	288	211	424	635	220,30%	347
601		Výnosy z prodeje vlastních výrobků	0	0	0	0	0	0		
602		Výnosy z prodeje služeb	0	288	288	211	360	571	198,59%	283
603		Výnosy z pronájmu	0	0	0	0	0	0		
604		Výnosy z prodaného zboží	0	1	1	0	64	64		
64		Ostatní výnosy	0	1	1	595	0	595	55606,96%	594
646		Výnosy z prodeje DHM	0	0	0	0	0	0		
648		Čerpání fondů	0	0	0	510	0	510		
66		Finanční výnosy	78	0	78	0	0	0		-78
67		Výnosy z transferů	16 148		16 148	19 860		19 860	122,99%	3 712
672		Výnosy vybraných místních vládních institucí z transferů	16 148		16 148	19 860		19 860	122,99%	3 712
031		Výnosy územních rozpočtů z transferů - zřizovatel	15 959		15 959	19 860		19 860	124,44%	3 901
032		Výnosy územních rozpočtů z transferů - ostatní ÚSC								
033		Výnosy územních rozpočtů z transferů - přes rozpočet KV	120		120					-120
034		Výnosy územních rozpočtů z transferů - poskytovatel na PO								

Hospodářský výsledek

			Skutečnost minulého roku			Plán letošního roku (2025)			Procenta	Rozdíl
			HČ	DČ	celkem	HČ	DČ	celkem	celkem	celkem
SU	AU	Název	tis. Kč	tis. Kč	tis. Kč	tis. Kč	tis. Kč	tis. Kč	%	+ / -
5		Náklady	15 390	159	15 548	20 776	314	21 090	135,64%	5 542
6		Výnosy	16 226	289	16 515	20 666	424	21 090	127,70%	4 575
Hospodářský výsledek			837	131	967	-110	110	0	0,00%	-967

Zhodnocení stanovených cílů za rok 2024

- Podpora a rozvoj oblastních DMO je jednou z nejdůležitějších činností naší organizace. V roce 2024 jsme velmi úzce spolupracovali s dalšími destinačními společnostmi, a to na základě smlouvy o partnerství a také smlouvy o nákupu služeb. Podařilo se nám zlepšit vzájemné vztahy i zefektivnit spolupráci.
- V tomto roce jsme dávali velký důraz na vytváření partnerství zejména s podnikateli, a to prostřednictvím zajímavých projektů. O tom, že se nám povedlo naplnit svůj cíl, svědčí i fakt, že setkání partnerů se zúčastnilo mnoho partnerů z řad podnikatelů a pracovníků v cestovním ruchu. Na konci roku 2024 Vysočina zaznamenala v počtu hostů oproti roku 2023 nárůst o 2,31 %. Počet přenocování vzrostl o 1,70 %. Průměrná doba pobytu se lehce snížila z 3,34 na 3,33 dní..
- Stanovený cíl prodloužení průměrné délky pobytu o 2 % jsme nenaplnili. Průměrná délka se, sice minimálně, ale snížila. Celková délka pobytu v ČR se snížila a lehký pokles zaznamenaly téměř všechny kraje. Abychom tento trend snižování průměrné doby zastavili, soustředíme se na tento ukazatel i v roce 2025 a stanovíme si ho jako prioritní cíl.
- Navýšení počtu odběratelů newsletteru se nám v roce 2024 nepodařilo splnit. Důvodem byly především personální změny a odchod pracovníka odpovědného za newsletter. V roce 2025 se opět na tento cíl zaměříme.
- Byl realizován sběr dat v území na základě spolupráce s partnery v území.
- Došlo k prohloubení spolupráce se všemi oblastními DMO v Kraji Vysočina a vytvoření vzájemné synergie zejména ve stanovení společných cílů.
- Realizovali jsme řadu aktivit v rámci Vysočina Convention Bureau a projektu pro školy. Intenzivně jsme spolupracovali se ZZ agentury CzechTourism.
- Spolupracovali jsme s externí PR agenturou a intenzivně propagovali destinaci Vysočina.
- Došlo k podpoře audiovizuální tvorby prostřednictvím Vysočina Film Office a podařilo se rozdělit podporu ve výši téměř 900 tisíc Kč.
- Připravili jsme technologickou a designovou podporu základních webů.
- Byla zahájen realizace projektu „Marketingové aktivity a zefektivnění propagace destinace Vysočina v roce 2024“.
- Byl připraven projektový záměr: „Podpora činnosti DMO a rozvoj udržitelného cestovního ruchu v destinaci Vysočina 2025“.
- Vysočina Tourism se stala marketingovým partnerem projektu „Přeshraniční cyklotrasa VY-JČ-DR - Via Silva Nortica“, který e bude podávat v roce 2025.

Strategické cíle a opatření (k 31. 12. 2024)

- Recertifikace destinace Vysočina Tourism
- Posílení a rozvoj značky Vysočina
- Marketingová komunikace a plnění plánu marketingových aktivit
- Rozvoj 3K platformy partnerů v cestovním ruchu z veřejného i soukromého sektoru
- Podpora vzniku a rozvoje spolupráce destinačního managementu v kraji
- Průběžná analýza potenciálu trhu a pravidelný sběr dat
- Shromažďování informací o turistickém potenciálu
- Rozvoj aktivit Vysočina Convention Bureau
- Rozvoj aktivit Vysočina Film Office
- Realizace a příprava projektových aktivit s využitím dotací
- Stabilizace systémů řízení cestovního ruchu v Kraji Vysočina

Měřitelné úkoly vyplývající ze stanovených cílů pro rok 2025

- Recertifikace destinace Vysočina Tourism - 1x
- Prohloubení spolupráce se všemi oblastními DMO v Kraji Vysočina – 5 DMO
- Rozšíření počtu partnerů o 20 %
- Navýšení počtu příjezdů počtu příjezdů o 3 %
- Navýšení počtu příjezdů zahraničních turistů o 3%
- Udržení, případně navýšení průměrné délky pobytu oproti roku 2024
- Navýšení počtu odběratelů newsletteru o 20%
- Sběr dat v území, vytvoření datové základny – celkem 2000 dotazníků
- Aktivní pre-sales v rámci Vysočina Convention Bureau – 500 kontaktů
- Aktivní pre-sales aktivity „Školní výlety“ - oslovit 3000 škol
- Intenzivní spolupráce se ZZ agentury CzechTourism – 5 zastoupení
- Spolupráce s externí PR agenturami a intenzivní propagace destinace Vysočiny – 2 x
- Realizace domácích a zahraničních tripů pro novináře a influencery – 10 x
- Počet mediálních výstupů Vysočina Tourism – 100 mediálních výstupů
- Podpora audiovizuální tvorby na Vysočině - v celkové částce 2 mil.- Kč
- Technologický upgrade 2 webů
- Realizace projektů podpořených z dotačních zdrojů - 3 projekty

Vysocina
Tourism



Vysocina