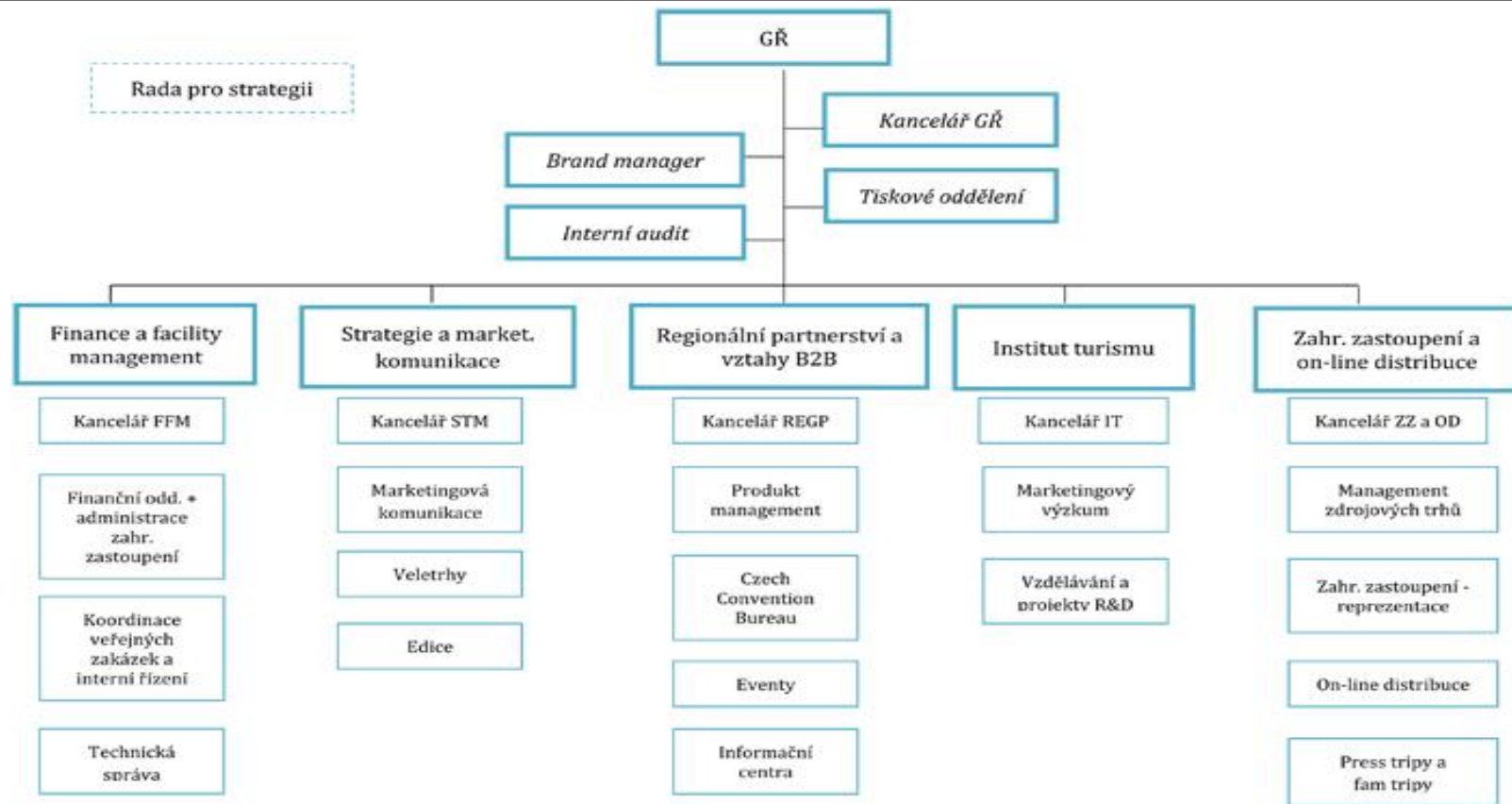


CzechTourism

Česká centrála cestovního ruchu odbor REGP a B2B

1.12.2015

Organizační struktura agentury CzechTourism



Odbor Regionální partnerství a vztahy B2B

REGP a B2B oddělení:

- Produkt management
- Event management
- Czech Convention Bureau
- Turistická informační centra

Oddělení Produkt management

Základní produktové linky CzT:

Aktivní turismus: - cyklistika, lyže, golf, pěší turistika
 - motorismus, vodáctví

Kulturní: - hrady, zámky, památky, UNESCO
 - tradice, zvyky, regionální záležitosti, hudební festivaly
 - gastro, vinné + pivní stezky, food festivaly, regionální potraviny...

Medical – Spa: - jednodenní chirurgie, stomatologie, plastická chirurgie
 - veškeré produkty lázeňství

Oddělení Produkt management – aktivní turismus

Konkrétní projekty pro 2016:

Golf

- IGTM – příprava podmínek účasti, spolupráce s ČGF
- PRESS a FAM tripy pro trhy GB, D
- podpůrná marketingová minikampaň na daných trzích
- fotoprodukce

Cykloturistika

- Labská stezka, Stezka železné opony, Greenways
- Moravské vinařské stezky

Spolupráce s bikerskou komunitou

- singltreky + MS 2016 Vysočina
- fotoprodukce, minikampaň

Pěší turistika

- Národní parky, chráněné krajinné oblasti,
 - jedinečné úkazy – např. skalní města
- Klub českých turistů – Obrazový atlas regionů

Snow and fun

- České hory léto / zima
- kampaň (Německo, Dánsko, Polsko)
- PRESS / FAM trip (Německo, Dánsko, Polsko)

Ambasadoři:

- Šárka Strachová, Ondřej Bank, Lukáš Bauer, Ondřej Cink, Klára Spilková

Konkrétní projekty pro rok 2016

- Spojování projektů s tématem Karla IV.

Např.: - food festivaly se soutěží „ nejlepší menu z doby KIV “
 - Finále na PragueFood festival – královská hostina v Míčovně Pražského hradu

- UNESCO (hmotné, nehmotné, biotopy)
- Válečné památky – slavné bitvy na území ČR, pevnostní opevnění 1. i 2. světová válka
- Neobjevené památky (NPÚ)

- Regionální výrobky a značky
- Motivace DCR i incomingu na bázi kulturních eventů – hudební festivaly, netradiční výstavy...

Oddělení Produkt management – medical and spa

Konkrétní projekty pro rok 2016

r. 2015

- vytvoření pracovní skupiny odborníků v produktu
- spolupráce se Sdružením lázeňských míst a Svazem léčebných lázní
- spolupořádání 18. Lázeňské konference v Lednici + souběžně seminář a trip pro ruské lékaře (Lednice, Luhačovice, Karlovy Vary, Jáchymov) – **přesun na prosinec 3.- 4.12.2015**
- fotoprodukce lázeňství – Jeseníky, Velké Losiny, Karlova Studánka
- vstupní výzkum ve spolupráci s Vysokou školou hotelovou - analýza stávající nabídky v lázeňství

r.2016

- B2B tripy – zahraniční tripy pro odborníky v produktu do destinací best practise v lázeňství a DMC (Maďarsko, Rakousko)
- networking v produktu – pravidelná setkávání pracovních skupin
- spolupráce s klinikami – ambasadoři

Marketing:

- otevírání lázeňské sezóny (KV, ML, Jeseník)
- navázání komunikace na Karla IV. – královská péče v českých lázních
- trh GB: TreatmentAbroad.com připravovaná kampaň / spolupráce
- press a fam tripy, blízké a vzdálené trhy

Oddělení Event management

Hlavní úkol:

- koordinace a organizace jednorázových akcí s cílem podpořit cestovní ruch a posílit značku Česká republika

Výzva k podání žádostí o partnerství v roce 2016:

- od 15.9.2015 zveřejnění formuláře na webu CzT, **uzávěrka 15.10.2015**
- v průběhu listopadu dochází k vyhodnocení, odstraňování duplicitních žádostí
 - podáno 489 žádostí o partnerství při pořádání eventů
 - představa CzT o spolupráci na cca 75 eventech
- v současné době na jednotlivých KÚ k připomínkování – 5.12.2015
- výzva k jednání s těmi subjekty, které překračují formát formuláře – 200tis Kč

TourFilm

- realizace filmového festivalu s cestovatelskou tematikou
- opět plně pod kontrolou CzT
- funkční partnerství s CIFFT
- platforma pro regionální subjekty na poli vizualizací, filmové propagace, tvorby kampaní, atd.

Oddělení CzechConvention bureau

Role Czech Convention Bureau:

- zásadní důraz klade na jednotnou propagaci České republiky coby atraktivní MICE destinace
- efektivní koordinace marketingových aktivit v oblasti kongresového a incentivního turismu
- cílovou skupinou jsou organizátoři akcí z řad asociací a z řad korporátní klientely na domácím a zahraničním trh.
- činnost CzCB je založena na spolupráci jednotlivých regionálních convention kanceláří

Společné marketingové aktivity:

- spolupráce v rámci FAM a PRESS tripů
- společné zacílení na klíčová média
- jednotná prezentace na veletrzích a workshopech
- kampaně kandidatur
- společné prezentace
- jednotná corporate identity – logo CzCB
- společný web <http://www.czechconvention.com/>

Role regionálních convention bureaux

- marketingová propagace regionu jako ideální kongresové a incentivní destinace
- podílení se na marketingovém plánu Czech Convention Bureau
- spolupráce s Czech Convention Bureau je na bázi partnerství
- zaměření na marketing a prodej svého regionu a získávání nových MICE akcí
- komunikace s podnikateli, kteří působí na území regionu
- kooperace, výměna zkušeností a společné prezentace v rámci platformy Czech Convention Bureau

Czech Convention Bureau je otevřená instituce - do projektu mohou vstoupit regiony, města případně jiné právnické osoby, které budou pověřeny krajem.

Oddělení Turistická informační centra

Hlavní úkol:

- poskytování objektivních dat a relevantních informací návštěvníkům ČR

Další úkoly:

- spolupráce s ATIC na kontrole kvality a úrovně nabízených služeb
- certifikace jednotlivých TIC
- distribuce národních materiálů

Provoz poboček CzT:

- Staroměstské náměstí
- Vinohradská 46

Plánované národní kampaně, propagace ČR

Témata plánovaných kampaní:

2016 – Karel IV., Snow&Fun

2017 – Baroko, gastro / regionální potravina

2018 – Příběh 20.století, vznik ČSR – ČSSR – ČSFR – ČR

2019 - ...30let poté..., industriální přestavby, design, moderní architektura,
nové pojetí tradic...

Mgr. Aleš PANGRÁC

Ředitel odboru Regionální partnerství a vztahy B2B

tel.: 739 541 941

mail: pangrac@czechtourism.cz

CzechTourism