

NÁVRH MKT PLÁNU CCRVM PRO ROK 2018

Hlavní komunikační osy

Komunikace bude probíhat ve dvou hlavních osách:

- první osa respektuje **top nabídku kraje** (kulturní turismus, UNESCO, lázeňství, wellness, cykloturistika, turistika)
- druhá osa je propojením na **hlavní komunikační téma CzechTourism**, a to výročí 100 let vzniku ČSR, tzv. I. republiky. Zde máme výhodu zařazení tří lokací (Zlín a Baťa, Rožnov p. R. a jeho skanzen, Luhačovice a zdravý životní styl + lázeňství) do národního komunikačního mixu na úrovni ČR.

– *Hlavním odborným partnerem pro téma I. republika bude na úrovni státu CzechTourism, na úrovni kraje Muzeum jihovýchodní Moravy.*



Hlavní témata mkt komunikace CzechTourism



Centrála cestovního ruchu Východní Moravy o. p. s.



Hlavní „příběhy“ národní kampaně



Příběhy architektury a designu

Funkcionalismus se stal vedoucím slohem první republiky a přiřadil československou architekturu k evropské špičce. Architektonický styl byl doprovázen svěbytným designem nábytku i předmětů denního užitku.

Produktové linky: cesty za poznáním
Meziresortní vazba - MK



Příběhy lifestylu

Svěbytný životní styl se projevoval aktivním a kulturním trávením volného času. Významný fenomén představuje sport a organizovaný turismus. Rozkvět zažívalo lázeňství a své místo zde měla i gastronomie. K věhlasu republiky přispěla řada osobností kulturní scény.

Produktové linky: cesty za poznáním, cesty krajinou, cesty pro zdraví
Meziresortní vazba – MK, MZV, MŠMT



Příběhy českých značek a průmyslu

Československo bylo průmyslovou velmocí. Slávu šířili úspěšní podnikatelé a vynálezci skrze světoznámé firemní značky, jejichž mezinárodní renomé často trvá dodnes.

Produktové linky: cesty za poznáním
Meziresortní vazba – MK, MZV, MPO



Příběhy vzniku republiky

Oslavy vzniku republiky a s nimi spojené akce (přehlídky, koncerty, hudební festivaly). Příběh T.G. Masaryka, legionářů a vzniku samostatného státu. Muzea a galerie nabízejí zajímavé expozice a doprovodný program.

Produktové linky: cesty za poznáním
Meziresortní vazba – MO, MZV, MK

Centrála cestovního ruchu Východní Moravy o.p.s.



MKT podpora z CzechTourism



| Příběhy českých značek a průmyslu

Obuvnické impérium

Baťův Zlín

Příběh podnikatelů Tomáše a Jana Antonína Bati, kteří během 20. a 30. let z nenápadné obuvnické továrničky vybudovali globální firmu posouvající hranice jejich oboru, dodnes nepřestává fascinovat. Značku Baťa dnes znají v Brazílii, Číně, Spojených státech i celé Evropě. Díky Baťovým závodům vyrostlo po první světové válce ze Zlína sebevědomé město, které je jedinečným architektonickým i urbanistickým celkem.

1. Baťovy domky

Pro své dělníky nechal Baťa vystavět v okolí svých závodů hned několik kolonií rodinných domků podle vzorů odkoukaných ve Spojených státech. Tzv. baťovské domky byly původně stavěné jen na 30 let, standardy bydlení ale splňují dodnes.

2. Baťův mrakodrap

Ředitelství Baťových závodů bylo funkčně promyšlené stejně dokonale jako továrny. Dnešní sídlo krajského úřadu přitahuje pozornost návštěvníků, kteří obdivují Baťovu pojízdnu kancelář nebo nádherný výhled ze střechy.

3. Muzeum obuvi

To nejdůležitější o historii značky Baťa se dozvíte v Muzeu obuvi, které atraktivní formou představuje hodnoty a principy, jež stály za úspěchem firmy a rozkvětem města.



MKT podpora z CzechTourism



Živá tradice

Valašské muzeum v přírodě, Rožnov pod Radhoštěm

Vznik samostatné republiky podnítil snahu řady institucí či jednotlivých nadšenců uchovat „národní paměť“. V malebné beskydské obci Rožnov pod Radhoštěm byli těmito nadšenci bratři Alois a Bohumír Jaroňkové. V roce 1925 společně založili muzeum v přírodě, jehož cílem bylo představit a předat dalším generacím tradiční život na valašském venkově. Rožnovské muzeum v přírodě je vůbec nejstarší a dnes i největší svého druhu v Evropě.



1, 3. Valašské muzeum v přírodě

Pečlivě budovaná expozice budovaná od doby první republiky představuje tradiční život v podhůří Beskyd.

2. Jurkovičova rozhledna

Odpoledne v muzeu můžete zakončit výstupem na nedalekou rozhlednu. Stavba postavená podle plánů slavného architekta Dušana Jurkoviče pochází z roku 2012.



MKT podpora z CzechTourism

| Příběhy lifestyle / Lázně

Relax v lázeňských kulisách

Lázně Luhačovice

Když roku 1902 zakládal doktor František Veselý novou společnost, která od místní šlechty převzala upadající lázeňský provoz v Luhačovicích, prorokoval, že se toto místo stane přirozeným centrem Moravy. Jeho vize se do značné míry splnila. Během první republiky zažily Lázně Luhačovice svůj největší rozvoj a na jejich rozšíření se podíleli přední architekti své doby. Jediněčný prvorepublikový ráz si během procedur či při procházkách po promenádě užijete i dnes.

1. Kolonáda a pavilon pramenů

Elegantní spojnice dvou hlavních částí města pochází sice až ze 40. let, odkazuje však na to nejlepší z prvorepublikové architektury.

2. Inhalatorium

Monumentální stavba Josefa Skřivánka a Jana Vodňaruka patří mezi klenoty modernistické architektury. V podobném stylu je vystavěn i Společenský dům.

3. Stavby Dušana Jurkoviče

Na počátku 20. století ovlivnil podobu lázní výrazně Dušan Jurkovič, jehož nezapomenutelný styl vychází z tradiční architektury beskydského venkova.



Kam míříme



KOUZLO ROZMANITOSTI

- Podpora **pozitivní image** regionu – rozmanitost turistických cílů a zážitků ve vazbě na hlavní (první) produktovou osu
- Důraz na specifika a **silné stránky regionu** v komunikovaných tématech, dosažení **synergie** s národní komunikační osou
- Vazba cílových skupin na konkrétní turistické produkty, **stabilizace stávajících a získání nových** návštěvníků
- Podpora **partnerství** u subjektů cestovního ruchu v regionu, včetně vazeb na incomingové touroperátory, cestovní kanceláře a agentury

Centrála cestovního ruchu Východní Moravy o. p. s.



Brand destinace



KOUZLO ROZMANITOSTI

- **Zachováme brand destinace „Východní Morava – kouzlo rozmanitosti“**
- **Pro komunikaci národního tématu navrhujeme modifikaci: „Východní Morava – kouzlo inspirace“**
- **CzechTourism komunikuje „příběhy“ v linkách**
 - Cesty za poznáním
 - Cesty pro zdraví
 - Cesty krajinou

Centrála cestovního ruchu Východní Moravy o.p.s.



Regionální témata

– **UNESCO, kulturní turistika, tradice**

- Využijeme zde památky UNESCO, národní kulturní památky, zahrady, itineráře pro poutní turismus, významné kulturní eventy. Téma bude podpořeno novým přeshraničním projektem ČR – SR (*Kulturní a historické dědictví jako základní atribut národního uvědomění*). Součástí je i využití projektu „Otevřené brány“.



Centrála cestovního ruchu Východní Moravy o. p. s.



Regionální témata



KOUZLO ROZMANITOSTI

Cykloturistika na Východní Moravě

- Kraj disponuje výbornými podmínkami pro všechny cílové skupiny; navazujeme na realizovaný projekt z r. 2015 (udržitelnost), využijeme vazby na národní kampaň „Česko jede“.
- Téma cykloturistika lze promítnout do národního tématu „I. republika“
 - Např.: *Putování podél vodní cesty Baťův kanál (Kroměřížsko, Slovácko, Zlínsko a Luhačovicko, Bystřička na Valašsku)*
 - *Iniciační produkty - např. „Za smělymi projekty batismu“ (např. rozestavěná baťovská dálnice napříč ČR a železnice ze Zlína na Slovensko (pohoří Chřiby, Vizovické vrchy)*
- www.vmnakole.cz

Centrála cestovního ruchu Východní Moravy o. p. s.



Regionální témata



KOUZLO ROZMANITOSTI

- ***Pěší turistika, agroturistika, hipoturistika***
- Kraj má jak výborné podmínky pro tyto formy turistiky, tak bohatou historii, zejména v oblasti pěší turistiky (*zde lze nalézt, zejména na Valašsku, aktivity vztahující se k národnímu tématu I. republika*).
- V případě agroturistiky a hipoturistiky se současně jedná o podporu venkovského prostoru, péči o krajinu, nepřímou podporu lokálních producentů potravin mj. formou certifikace subjektů agroturistiky dle pravidel Svazu venkovské turistiky a agroturistiky. Zde jde i o přesah do jiných odvětví než je cestovní ruch.

Centrála cestovního ruchu Východní Moravy o. p. s.



Regionální témata



KOUZLO ROZMANITOSTI

- ***Relaxace a zdravý životní styl na Východní Moravě***
- Lázně a wellness, wellbeing (životní styl), zážitková turistika, gastroturistika.
- Navazujeme na projekt „Za zdravím na VM“ (udržitelnost) a využíváme silné stránky regionu.
- Téma lze propojit s národním produktem „I. republika“, **lifestyle**, zejména noblesa luhačovických lázní, historie klimatických lázní v Rožnově p. Radhoštěm, ale i téma „Baťa“, baťovský životní styl či vazby na pobyty presidenta Masaryka a jeho rodiny v Beskydech (**symboly nového státu**)



Národní téma: I. republika (1918-1938), Baťa, příběhy značek



KOUZLO ROZMANITOSTI

- Kraj má v národním v tématu v rámci ČR silné zastoupení, je zde velký synergický potenciál umožňující zesílení výstupů marketingového komunikačního mixu.
- V případě ZK a Zlína lze dokonce pracovat s headline „Princip Baťa“ – jako filozofií životní, pracovní, kulturní, sociální, vzdělávací, ... inspirativní
- Inspirace Baťou
 - *Značka a princip Baťa, nadčasová kvalita – provazba na komunikaci CzT*
 - *Architektura a design, „zlaté časy moderny“ – Kotěra, Karfík, Gočár...funkcionalismus jako velké téma (zde jsme mimo hlavní linku CzT, ale bylo by škoda se jí vyhnout vlastním zpracováním), lze využít tradice Zlínských salonů a silných stránek v oblasti průmyslového designu*
 - *Odkaz fy Baťa filmové tvorbě – Filmový uzel, Filmový festival, film office*
 - *Baťův kanál, nové využití historické stavby (vč. např. turistiky v okolí Bystřičky, což je vodní nádrž stavěná pro podporu plavby na Moravě)*
 - *Mezinárodní dosah značky / zahraniční pobočky, lze skvěle vytěžit vůči studijním cestám médií a CK do regionu*

Centrála cestovního ruchu Východní Moravy o. p. s.



KLÍČOVÉ TRHY a CÍLOVÉ SKUPINY



KOUZLO ROZMANITOSTI

- Tuzemský trh, rezidenti
- Blízké a vzdálené zahraniční trhy (Slovensko, Polsko, Německo, Rakousko, Itálie, Rusko), možnost v součinnosti s Czechtourism oslovit trhy s „tradicí“ Bata
- Individuální turisté, návštěvníci (rodiny s dětmi, „požitkáři“, „prázdná hnízda“)
- Firemní klientela – odborná veřejnost zaměřená na problematiku designu, architektury, filmové tvorby atd. – odkaz Baťa
- Organizátoři zájezdů z řad cestovních kanceláří, touroperatorů, incomingových agentur

Centrála cestovního ruchu Východní Moravy o. p. s.



Marketingový komunikační mix pro cílového zákazníka



KOUZLO ROZMANITOSTI

Komunikační kampaně o zážitcích na Východní Moravě

- Léto – duben/květen – září - (Baťa, cykloturistika, agroturistika, kulturní turismus, tradice)
- Podzim /zima – říjen - únor (Relaxace, zdravý životní styl, Advent, pěší turistika, Baťa, tradice)

Komunikační mix

- Elektronická média – webové stránky, sociální sítě, on-line reklama
- Inzerce a PR v tištěných médiích dle cílových skupin
- Reklama rozhlasová, lokální TV
- Billboardy
- Tiskoviny, distribuce, služby informačních center
- Studijní cesty pro odborníky a média (fam, press, foto/video - tripy)
- Veletrhy a prezentace
- Přímá komunikace, odborné poradenství, inspirativní programy (funkce touroperátora)

Centrála cestovního ruchu Východní Moravy o. p. s.



Podpora mkt z rozpočtu 2017



KOUZLO ROZMANITOSTI

- **25 tipů, Východní Morava - kouzlo inspirace**, 12 stran, 80 tis. ks
- DL brožurka **Hrady a zámky Východní Moravy**, 24 stran, 10 tis. ks
- **Rozhledny a vyhlídková místa Východní Moravy**, Formou trhací mapy A3, 16 tis. listů (bloky po 100 listech)
- A5 skládačka **Agroturistika na Východní Moravě**, 5 tis. ks
- **Dotisk již rozebrané tiskoviny Lidové tradice na Východní Moravě**, 10 tis. ks

Centrála cestovního ruchu Východní Moravy o.p.s.



Certifikace kvality služeb ve venkovské turistice a agroturistice



KOUZLO ROZMANITOSTI



- **Oficiální jednotná klasifikace ubytování v soukromí**



- **Kategorizace zařízení agroturistiky a venkovské turistiky**

Centrála cestovního ruchu Východní Moravy o. p. s.



Východní Morava = kouzlo rozmanitosti



KOUZLO ROZMANITOSTI



Centrála cestovního ruchu Východní Moravy o. p. s.



Kontakt



KOUZLO ROZMANITOSTI

Centrála cestovního ruchu Východní Moravy, o. p. s.

J. A. Bati 5520, Zlín

Tel.: 577 043 900 – 905

E-mail: info@vychodni-morava.cz

www.ccrvm.cz

www.vychodni-morava.cz

Centrála cestovního ruchu Východní Moravy o. p. s.

