

# VÝROČNÍ ZPRÁVA

Hradec Králové Region Convention Bureau

2020

---



# OBSAH

POPIS ČINNOSTI .....	3
Personální obsazení .....	3
PARTNEŘI .....	4
SPOLUPRÁCE .....	6
Partneři .....	6
CzechTourism .....	6
Brands&Stories .....	7
Trivium Packaging Czech Republic s.r.o. ....	7
MARKETINGOVÉ AKTIVITY .....	8
Hlavní kampaně .....	8
Což takhle svatbu, princí? .....	8
Na vašem odpočinku nám záleží .....	9
Online komunikace .....	10
Firemniakce.cz .....	10
Sociální sítě .....	11
Web micehkregion.com .....	11
Tištěná komunikace .....	13
Inzerce .....	13
Vydané materiály .....	14
STATISTICKÉ ŠETŘENÍ .....	15
FINANCOVÁNÍ .....	18

## **POPIS ČINNOSTI**

Kancelář kongresové a incentivní turistiky vznikla k 1. lednu 2016 v Hradci Králové. Kancelář funguje v rámci činnosti Hradecké kulturní a vzdělávací společnosti s.r.o., resp. Destinačního managementu Hradecko, a ve spolupráci s Královéhradeckým krajem a Statutárním městem Hradec Králové.

Cílem kanceláře je vytvořit jednotnou prezentaci všech subjektů v Královéhradeckém kraji, které nabízejí zázemí pro kongresovou, výstavní a incentivní turistiku a jejich následnou marketingovou propagaci.

Tím by ráda přispěla ke zvýšení zájmu o Královéhradecký kraj v MICE sféře, a zároveň i k navýšení počtu MICE akcí v kraji. Činnost kanceláře probíhá ve spolupráci s agenturou CzechTourism a jejím projektem Czech Convention Bureau.

Marketingová hesla kanceláře pro komunikaci jsou:

Kongresová turistika: #BornToMICE

Incentivní turistika: #BornToIncentive

Svatby: #BornToWedding #CozTakhleSvatbuPrinci

Lázeňství a wellness: #BornToMice&Spa #NaVasemOd pocinkuNamZalezi

## **PERSONÁLNÍ OBSAZENÍ**

Kancelář má od dubna 2019 jednoho pracovníka:

Ing. Anna Chvátalová

e-mail: [chvatalova@hradecko.eu](mailto:chvatalova@hradecko.eu)

tel.: +420 702 197 657

## **PARTNEŘI**

V roce 2020 přistoupila kancelář na smluvní uzavírání partnerství (namísto dosavadního ústního), včetně vybírání partnerského příspěvku. Ten byl stanoven ve výši 500 Kč nebo 1 000 Kč za kalendářní rok + DPH v závislosti na maximálním počtu osob v sále při divadelním uspořádání.

Tímto krokem se počet partnerů kanceláře oproti minulým rokům snížil o 50 %. Důvodem byl negativní postoj hoteliérů k platbě poplatku, mnoho z nich také vinou nedávné koupě objektu netušilo o ústní dohodě o partnerství mezi minulým majitelem a HKRCB a prozatím ji nechtěli stvrzovat smluvně.

Kancelář má nyní 52 plně spolupracujících partnerů, kteří se chtějí aktivně podílet na budování kvalitnější MICE infrastruktury a zvýšit počty konaných firemních akcí v kraji.

### **OBLAST**

Broumovsko

Český ráj

Hradecko

Kladské pomezí

### **PARTNEŘI**

Jízdárna Hejtmánkovice

Klášter Broumov

Biograf Český ráj

Hotel Pošta

Hotel reStart

Hrad Kost

Parkhotel Skalní město

Zámecký resort Dětenice

Barešův ranč

Centrum andragogiky

CineStar Hradec Králové

ČPP Aréna

Hotel Alessandria

Hotel Vacek „Pod věží“

Muzeum východních Čech v Hradci

Králové

Penzion Nad Oborou

Petrof Gallery

Podorlický skanzen Krňovice

Studijní a vědecká knihovna v Hradci

Králové

Zámek Karlova Koruna

Hotel Rajská zahrada

Hotel U Beránka

Lázně Velichovky

## **OBLAST**

Krkonoše

Orlické hory a Podorlicko

Podkrkonoší

## **PARTNEŘI**

Bouda Máma wellness hotel  
Clarion Hotel Špindlerův Mlýn  
Grund Resort Golf&Ski  
Harmony Club Hotel  
Hotel Adam  
Hotel Horizont  
Hotel Prom  
Hotel Špindlerova Bouda  
Národní dům  
Orea Resort Horal  
Resort sv. František – Erlebachova a  
Josefova bouda  
Státní a léčebné lázně Janské Lázně  
UFFO – Společenské centrum Trutnovska  
pro kulturu a volný čas  
April hotel Panorama  
Hostinec U Hubálků  
Hotel Studánka\*\*\*\*  
Kozí chlívek  
Nový zámek Kostelec nad Orlicí  
Venclův statek  
Zámek Častolovice  
Zámek Doudleby  
Zámek Potštejn  
Hotel Pod Zvičinou  
Penzion Na Faře  
Penzion Za Vodou  
Revitalizace Kuks  
Safari Park Resort  
Spa resort Tree od Life

## **SPOLUPRÁCE**

V roce 2020 se nám i přes nepříznivou situaci v souvislosti s pandemií podařilo zachovat rozsah domluvené spolupráce s ostatními subjekty a partnery.

### **PARTNEŘI**

I přes jarní komplikace se v průběhu roku podařilo uskutečnit všechny smluvené aktivity, které byly zaměřeny především na svatby a wellness. Během celého roku poté kancelář HKRCB zajišťovala svým partnerům informační servis ohledně vládních nařízení a kompenzací, včetně kontaktu na bezplatnou právní poradnu.

Ve spolupráci s nakladatelstvím CBS Nakladatelství s.r.o. jsme zprostředkovali našim partnerům možnost inzerce zdarma do některých regionálních knih, například Královéhradecko z nebe.

### **CZECHTOURISM**

V prvním pololetí jsme pomáhali agentuře CzechToursim se zjišťováním statistických údajů pro vládu ČR (data o neuskutečněných pobytech atd.), na základě kterých mělo být následně rozhodnuto o vypsání kompenzací pro subjekty v cestovním ruchu.

Nejvýznamnější akcí s agenturou poté byla součinnost na Výzvě spolupráce asociačních kongresů a konferencí pro všechny organizátory v Královéhradeckém kraji. Tyto výzvy byly dvě – jarní a podzimní. V každé z těchto výzev se umístil alespoň jeden zástupce z Královéhradeckého kraje. V jarní výzvě uspěl GUARANT International spol. s r.o. s kongresem Hradecké vakcinologické dny a v podzimní Univerzita Hradec Králové s Pedagogickými dny.

Celkem bylo v obou výzvách podpořeno 19 kampaní kandidatur České republiky na asociační kongresy a 26 domácích i mezinárodních asociačních kongresů. Úspěšní žadatelé mohli získat finanční prostředky na podporu akce až do výše 199 000 Kč.

## **BRANDS&STORIES**

Největší marketingovou spoluprací v roce 2020 byla ta s časopisem Brands&Stories, který se zaměřuje na B2B klientelu. Podařilo se nám uskutečnit dva press tripy, jejichž výstupy byly součástí třetího a čtvrtého vydání tohoto časopisu.

S radostí také můžeme říct, že došlo k navázání bližší spolupráce mezi některými navštívenými partnery a tímto čtvrtletníkem.

## **TRIVIUM PACKAGING CZECH REPUBLIC S.R.O.**

Na podzim se nám během velice krátké doby podařilo pro firmu Trivium Packaging zorganizovat doprovodný program k firemnímu večírku pro 20 osob. Přáním pana ředitele byla projížďka historickými povozy s koňmi po Hradci Králové, kterou se podařilo zajistit díky povozům ze Sovětic, Mladé Boleslavy a Prahy a ve spolupráci s Policií ČR, která dbala na bezpečný průjezd městem pro koně i řidiče. Celá akce, včetně výkladu průvodkyně, trvala přibližně dvě hodiny a účastníci byli nadšeni.



# MARKETINGOVÉ AKTIVITY

Veškeré marketingové aktivity jsou komplexně popsány níže v příslušných podkapitolách.

## HLAVNÍ KAMPANĚ

V roce 2020 kancelář Hradec Králové Region Convention Bureau ve spolupráci se svými partnery prezentovala především svatební prostory a možnosti, které snoubencům jednotlivé objekty nabízejí. Svatby dnes patří mezi ekonomicky velice výnosné akce, kterých lze v návaznosti na druh obřadu apod. konat vícero za den.

Kancelář zároveň s ohledem na téma roku 2019 – Lázeňství – pokračovala podtématem Wellness.

### Což takhle svatbu, princi?

Doba realizace: leden 2020 – únor 2021

Celková částka za kampaň: 165 968 Kč

Cílem celé kampaně Což takhle svatbu, princi? bylo prezentovat současné partnery HKRCB pro jiný segment, než doposud a současně motivovat snoubence ke svatbě v našem kraji díky ucelené nabídce svatebních míst. Toho bylo docíleno zejména díky prezentovaným jedinečnostem, které nabízejí pouze naši partneři. Jedná se například o postavu oddávajícího v Novém zámku Kostelec nad Orlicí, kterým je jeho majitel František Kinský nebo o výslužku v podobě vlastnoručně upečeného chleba, který si uděláte v Podorlickém skanzenu v Krňovicích.

Aktivity kampaně směřovaly od online komunikace až po tištěnou inzerci a leták:

- redesign záložky Svatby na webu [micehkregion.com](http://micehkregion.com)
- účast na veletrhu Svatební EXPO konaného 31. 1. 2020 – 1. 2. 2020
- článek a grafická inzerce v časopise Brands&Stories
- leták Což takhle svatbu, princi? zaměřen na svatby na zámku
- online inzerce na portálu [FiremniAkce.cz](http://FiremniAkce.cz) (rotující banner a PR článek)
- posty a stories na sociálních sítích (Facebook a Instagram)



## Na vašem odpočinku nám záleží

Doba realizace: leden 2020 – prosinec 2020

Celková částka za kampaň: 47 968 Kč

Cílem kampaně Na vašem odpočinku nám záleží bylo navázat na téma roku 2019 Lázeňství a nepolevit ve snaze seznámit populaci s wellness nabídkou v našem kraji, konkrétněji s nabídkou partnerů kanceláře.

Na tomto základě byl uskutečněn press trip pro šéfredaktorku časopisu Brands&Stories, jejíž třístránkový výstup vyšel ve třetím vydání tohoto čtvrtletníku. Ve druhém vydání byla na druhé straně obálky grafická inzerce na toto téma.

Ve spolupráci s portálem FiremniAkce.cz byl publikován PR článek a spuštěn rotující banner na hlavní stránce.



## **ONLINE KOMUNIKACE**

Důležitost online médií se v roce 2020 opět zvedla – jsou totiž daleko flexibilnější a rychleji reagují na novinky, trendy i bezpečnostní opatření. Kancelář Hradec Králové Region Convention Bureau komunikovala na těchto platformách:

### **FiremniAkce.cz**

Dlouhodobá spolupráce s portálem FiremniAkce.cz musela být zkraje roku 2020 s ohledem na posunutí některých aktivit upravena. I tak se nám podařilo zrealizovat téměř kompletní rozsah domluvené spolupráce. Dílčí části, které nestihly být zrealizovány, byly přesunuty na rok 2021.

Spolupráce probíhala na obou hlavních kampaních zaměřených na svatby a wellness. Byly vytvořeny pohyblivé bannery, které poutaly pozornost na hlavní stránce a sepsány dva PR články.

Banner zaměřený na svatby, který byl spuštěn v období leden – březen, vidělo 6 582 uživatelů (55 % z celkové návštěvnosti webu za toto období). Wellness banner za červen – červenec shlédlo 6 257 uživatelů, respektive 78 % z celkové návštěvnosti webu za toto období. Svatební PR článek si přečetlo 420 uživatelů, tedy 20 % z návštěvníků webu v daném měsíci. Wellness článek přečetlo 13 % uživatelů v daném měsíci, respektive 500 uživatelů.

Na záznamu HKRCB bylo přidáno také topování s nápisem „doporučujeme“.

## **Sociální sítě**

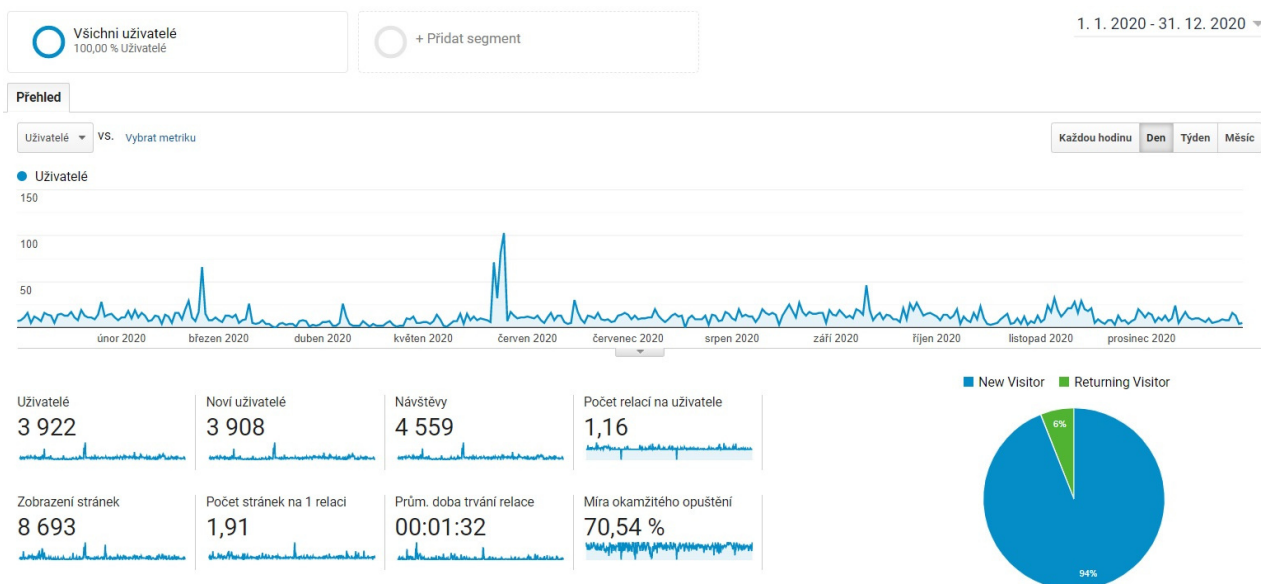
Ze všech sociálních sítí komunikuje HKRCB na dvou z nich – Facebooku a Instagramu. Více aktivní je kancelář na Facebooku, který funguje hlavně jako zdroj informací. Kromě cílených marketingových kampaní se zde objevují informace o vládních opatřeních a kompenzacích, zprávy o činnosti HKRCB nebo zajímavé projekty pro organizátory kongresů. Ve většině případů je v příspěvku umístěn odkaz na web [micehkregion.com](http://micehkregion.com), kde se uživatelé dozví další informace. Sociální sítě jsou cenným zdrojem návštěv tohoto webu (8 % všech návštěv webu je právě ze sociálních sítí).

Instagram je obecně oproti Facebooku více zábavnější sociální sítí s odlišným obsahem. I proto netvoříme totožný obsah pro obě sítě, ale snažíme se ho odlišovat minimálně použitím jiné fotografie či úpravou textu. V rámci podpory algoritmů se snažíme využívat všechny funkce Instagramu, včetně vytváření zajímavých stories.

V roce 2020 se nám na sociálních sítích podařilo oslovit celkem 97 455 uživatelů, z toho 92 604 na platformě Facebook a 4 851 na platformě Instagram. Oproti roku 2019 zaznamenal facebookový profil @micehkregion 46% nárůst oslovených uživatelů. Instagramový účet @micehkregion byl aktivován po třech letech nečinnosti, a tak nemáme relevantní srovnání oslovených uživatelů, podařilo se nám ovšem zdvojnásobit fanouškovskou základnu.

## **Web [micehkregion.com](http://micehkregion.com)**

Celková návštěvnost webu [micehkregion.com](http://micehkregion.com) je dle údajů z Google Analytics 4 559 návštěv od 3 922 uživatelů. To značí, že 94 % návštěvníků bylo na webu poprvé. Dle geografických údajů navštívilo web nejvíce uživatelů z hlavního města Prahy (20 %) a Hradce Králové (9 %).



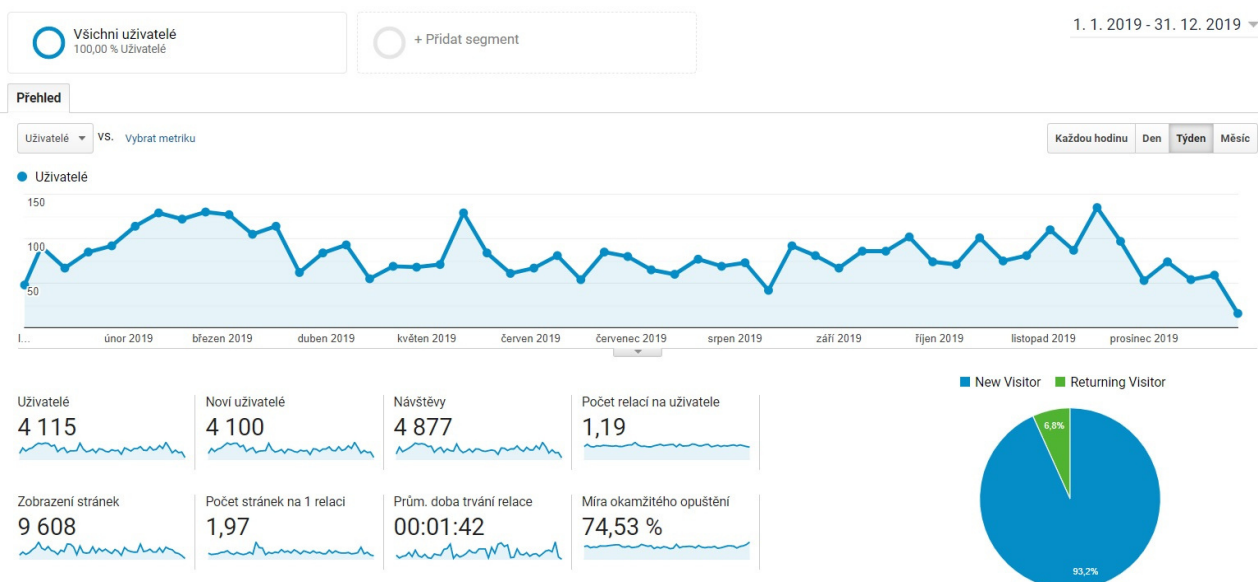
zdroj: Google Analytics

Nejčastějším přístupovým kanálem bylo organické vyhledávání (60 %), následovalo přímé zadání webové adresy (18 %), proklik přes odkazy z jiných webů (14 %) a sociální sítě (8 %). Největší podíl příchozích návštěvníků z jiných webů pochází z webů našich partnerů, kde je na základě partnerské smlouvy uvedeno logo kanceláře s odkazem na náš web. 98 % návštěvníků ze sociálních sítí se na web dostalo skrz Facebook. Jedná se o neaktivnější sociální síť kanceláře.

Celkový počet zobrazení stránek byl 8 693. Největší procento zaznamenala hlavní stránka (16 %), hned za ní je katalog (13 %) a velkou pozornost si získala aktualita Covid-Ubytování, která získala 3 % zobrazení.

Nejvyhledávanějším dotazem na webu [micehregion.com](http://micehregion.com) bylo slovo „zámek“. To zadalo 15 % všech hledajících. Tento zájem můžeme spojit s kampaní Což takhle svatbu, princi?, která byla zaměřena právě na svatby na zámcích v Královéhradeckém kraji.

Při srovnání dat z roku 2019 a 2020 byla čísla z roku 2020 vždy v rozmezí 1 % - 5 % nižší než čísla z předešlého roku. V roce 2021 budeme tedy klást důraz na podrobnou aktualizaci dat, pravidelný report v podobě aktualit a pečlivější optimalizaci pro vyhledávače (SEO). Nadále budeme pokračovat v přikládání odkazů na web v tištěných i online prezentacích, včetně sociálních sítí.



zdroj: Google Analytics

## TIŠTĚNÁ KOMUNIKACE

Přestože kancelář více komunikovala skrz online platformy, využila i formu tištěné komunikace.

### Inzerce

Již tradičně jsme se připojili k projektu Best for events od vydavatelství COT média a hned v lednu nám v tomto speciálu zaměřeném na MICE vyšel celostránkový článek, včetně seznamu našich partnerů.

Témata hlavních kampaní Což takhle svatbu, princi? a Na vašem odpočinku nám záleží jsme komunikovali v B2B časopise Brands&Stories, vždy na druhé straně obálky. Obě témata byla v průběhu roku také podpořena článkem z tematických press tripů.

Na podzim jsme se znovu stali součástí kongresového vydání časopisu COT s celostránkovou inzercí na podporu kampaně Na vašem odpočinku nám záleží, která spojuje téma kongresové turistiky a lázeňství, respektive wellness.

## Vydané materiály

V rámci medializace kampaně Což takhle svatbu, princí? regionální kancelář MICE vydala jednoduchý leták prezentující svatby na zámcích, vždy s nějakým zajímavým tipem. Celkový náklad těchto letáků byl 25 000 ks, z nichž se 24 000 ks rozdistribuovalo v předem schválené distribuční síti společnosti AdjustArt po celé České republice. Kampaň se nadále podpořila tištěnými CLV plochami v Praze. Vše směřovalo k maximální viditelnosti na konci listopadu 2020, kdy se kancelář měla účastnit druhého svatebního veletrhu Svatební EXPO v Praze, který se nakonec bohužel nekonal. Zbýlých 1 000 ks letáku bylo z části rozdistribuováno mezi jednotlivé zámky.

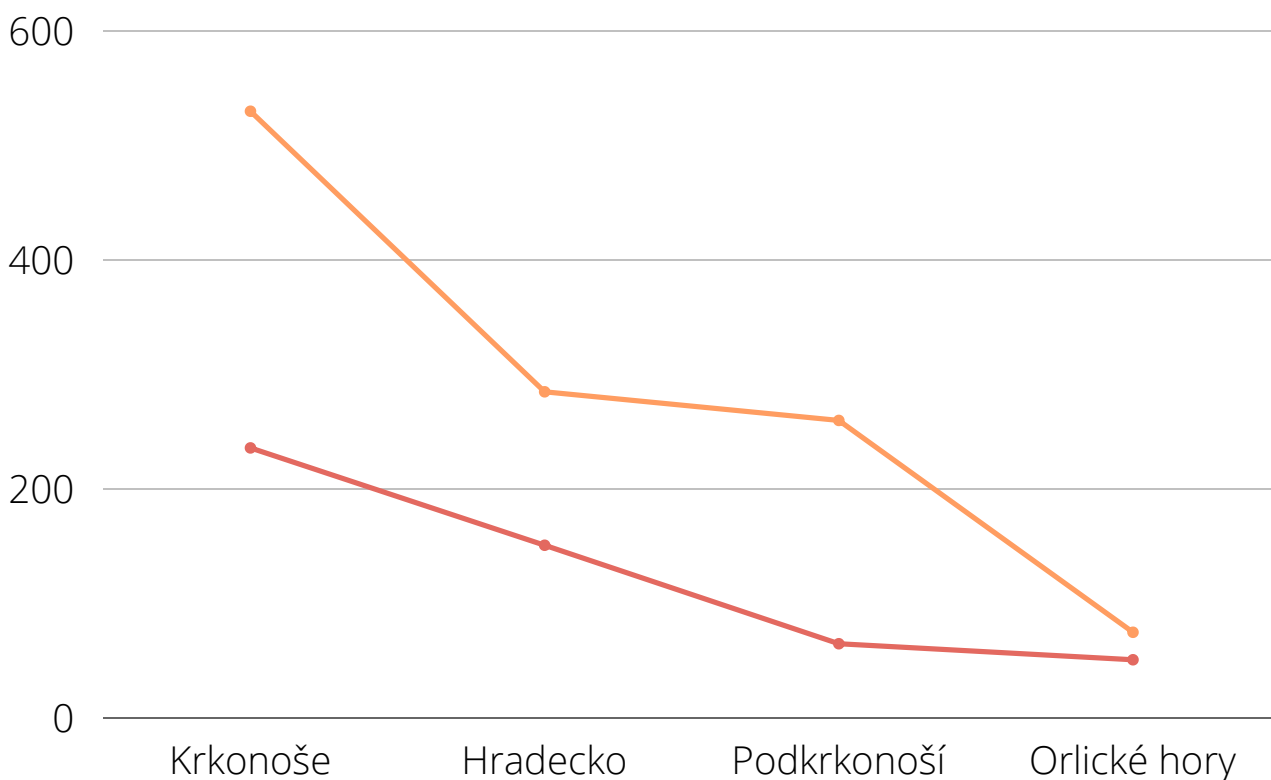


## STATISTICKÉ ŠETŘENÍ

Na základě nedostatečných dat od Českého statistického úřadu začala kancelář HKRCB s pomocí svých partnerů sbírat vlastní data o firemních akcích či svatbách. Český statistický úřad je s těmito statistikami bohužel vázán pouze na data z hromadných ubytovacích zařízení. Tato zařízení musí být v konkrétním městě alespoň 3, aby se data vůbec vyžadovala. Zároveň se musí jednat o akce větší než 50 osob. Protože velké procento našich partnerů jsou společenská a kulturní zařízení či historické objekty, akce zde konané se do oficiálních statistik nedostanou. To samé platí o školeních nebo workshopech a jiných akcích menších než 50 osob, konaných v jakémkoliv zařízení.

Z těchto získaných dat vyplývá to, co všichni tušili – rok 2020 byl jedním z nejhorších roků na konání společenských událostí. Počet akcí klesl z 1 150 z roku 2019 na pouhých 503, což znamenalo pokles o 56 %. Nejvíce událostí se konalo v prvním kvartálu, tedy v období, kdy opatření teprve začínala. Ve zbylých třech kvartálech se dohromady uskutečnilo 41 % akcí. V roce 2019 byl nejvytíženějším obdobím třetí kvartál s 32 % akcí.

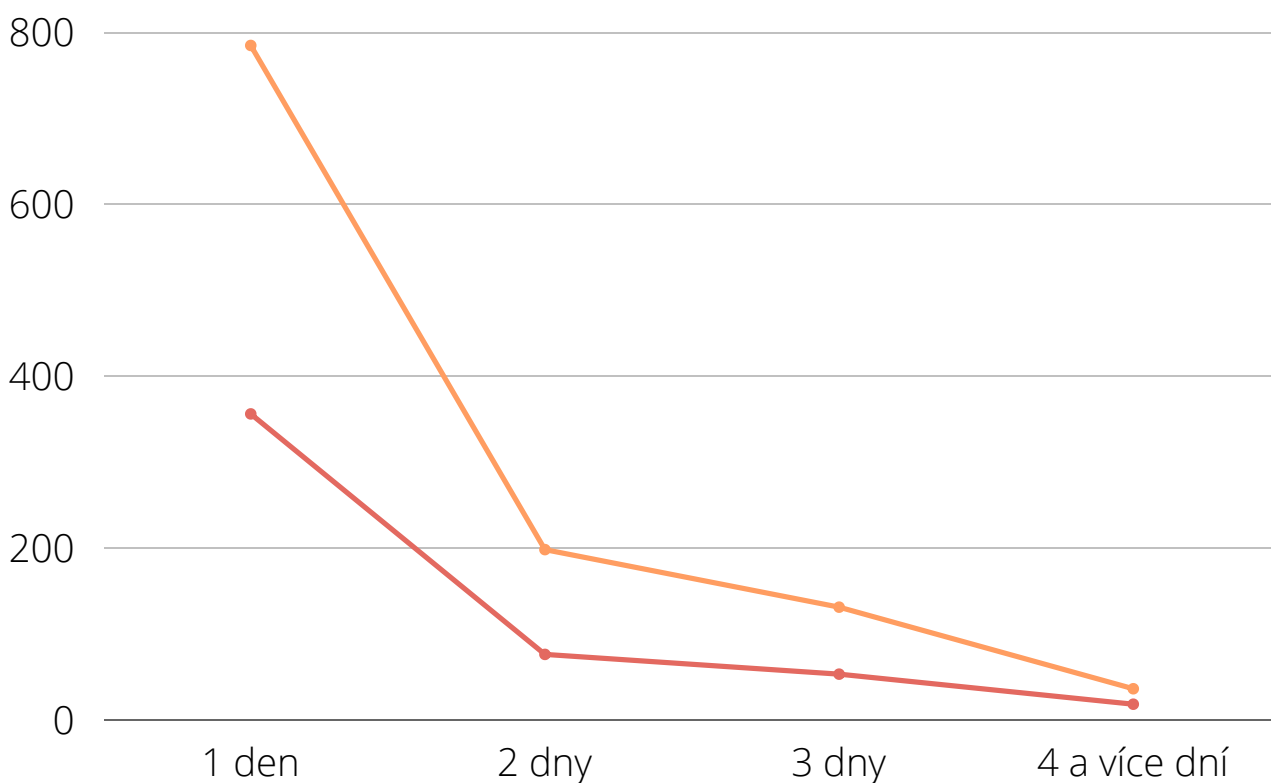
Graf 1: Vývoj počtu firemních akcí v Královéhradeckém kraji 2019 - 2020



Zdroj: statistické šetření HKRCB

Nejvyšší zastoupení měly jednodenní akce bez přenocování – 71 %. To se oproti roku 2019 nezměnilo tak razantně, vidíme zde nárůst pouze o 3 %. Zde se nám, a zejména poté hoteliérům, profiluje slabé místo firemních akcí – krátkodobost. Je třeba si stanovit, zda chceme více jednodenních firemních akcí, nebo zda ty jednodenní chceme pomoci kvalitních služeb a zajímavé incentivní nabídky udržet déle.

Graf 2: Vývoj délky firemních akcí v Královéhradeckém kraji 2019 - 2020



Zdroj: statistické šetření HKRCB

V letech 2019 i 2020 se shodně nejvíce konaly akce s účastí do 30 osob (2019 44 % všech akcí, 2020 43 % všech akcí), následovaly akce do 10 osob, které v roce 2020 mírně narostly. Svůj podíl na tom mohou mít opatření omezující počet osob v uzavřených prostorách. V roce 2019 se těchto mini akcí konalo 18 % a v roce 2020 23 %. Pomyslné třetí místo obsazují akce do 50 osob (2019 celkem 12 % akcí, v roce 2020 11 % akcí). Akce v kategoriích do 70 osob, do 100 osob, do 150 osob, do 200 osob a nad 200 osob v obou letech získaly 26 %, respektive 23 %.



Poslední odstavec podtrhuje význam tohoto statistického šetření, neboť 74 %, respektive 77 % všech firemních akcí z tohoto sběru dat se vůbec nedostane do oficiálních statistik Českého statistického úřadu z důvodu nízkého počtu účastníků. Ve sběru dat budeme i nadále pokračovat a budeme zkoumat, jak se trend firemních akcí v závislosti na epidemiologické situaci mění.

Statistického šetření se účastnilo 21 partnerů HKRCB z turistických oblastí Hradecko, Krkonoše, Orlické hory a Podorlicko a Podkrkonoší.

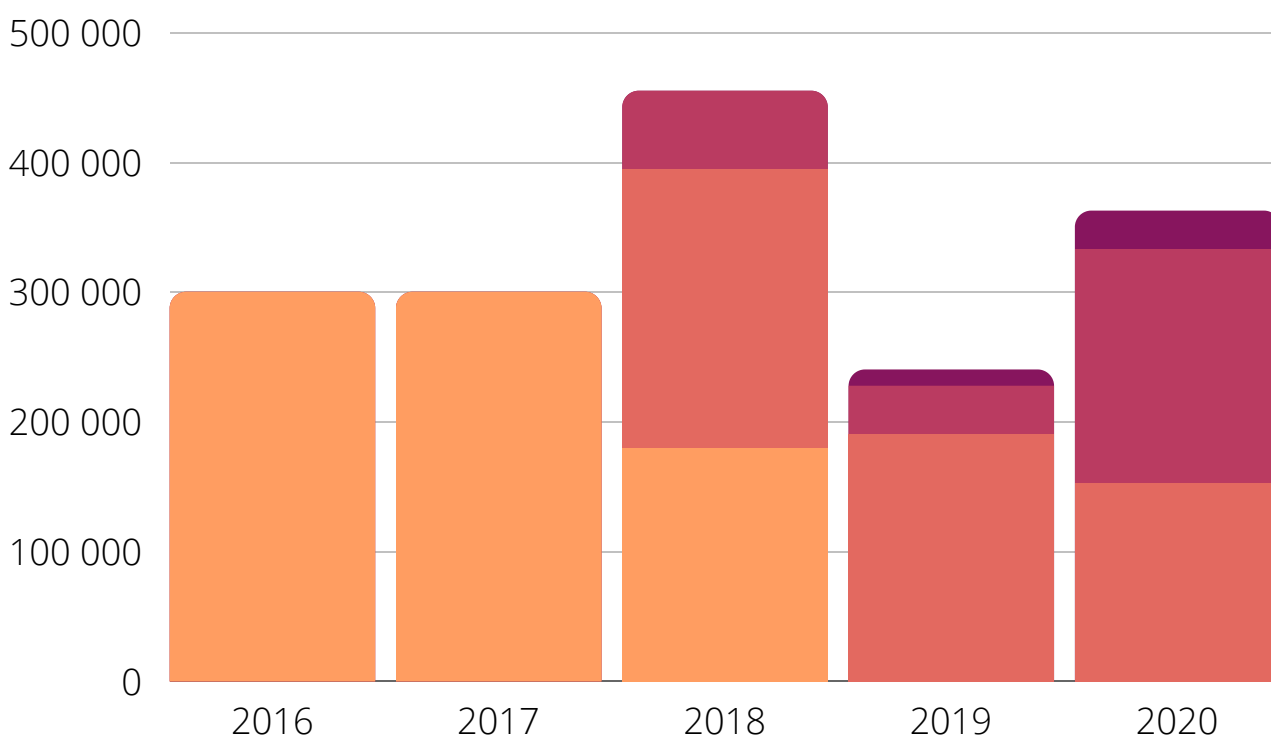


## FINANCOVÁNÍ

Na marketingovou komunikaci kanceláře Hradec Králové Region Convention Bureau bylo v roce 2020 čerpáno celkem 362 168 Kč. Nejvyšší podíl na této částce mělo Statutární město Hradec Králové, které marketing kanceláře podpořilo 180 000 Kč. Následoval Královéhradecký kraj s příspěvkem 152 698 Kč a Hradecká kulturní a vzdělávací společnost s částkou 29 470 Kč (partnerské příspěvky).

Nejvíce financí bylo využito na kampaň Což takhle svatbu, prince?, která je podrobně rozebrána v závěrečné zprávě této kampaně.

Graf 3: Financování marketingového chodu HKRCB v průběhu 5 let



Zdroj: interní údaje HKRCB

\*světle oranžová = CzechTourism

tmavě oranžová = Královéhradecký kraj

vínová = Statutární město Hradec Králové

tmavě vínová = Hradecká kulturní a vzdělávací společnost