



Studie rozvoje kongresové a incentivní turistiky v Královéhradeckém kraji

Návrhová část

Zadavatel: Hradecká kulturní a vzdělávací společnost, s.r.o.

Realizátor: Mgr. Miroslav Rončák, červenec 2016

OBSAH

| | |
|--|----|
| OBSAH | 2 |
| 1. Vize, poslání, hlavní asociace a pilíře prezentace Královéhradeckého kraje jako atraktivní destinace středoevropského významu | 5 |
| 1.1 Vize..... | 5 |
| 1.2 Poslání..... | 7 |
| 1.3 Asociace spojované s Královéhradeckým krajem..... | 7 |
| 1.4 Pilíře Královéhradeckého kraje jako atraktivní MICE destinace středoevropského významu..... | 9 |
| 2. Cíle Královéhradeckého kraje jako atraktivní MICE destinace..... | 10 |
| 2.1 Hlavní kvalitativní, kvantitativní a ekonomické cíle..... | 11 |
| 2.2 Definice cílových skupin, typu akcí, zdrojových trhů a preferovaných oborů..... | 11 |
| 2.2.1 Cílové skupiny..... | 11 |
| 2.2.2 Typ MICE akcí..... | 11 |
| 2.2.3 Zdrojové trhy..... | 11 |
| 2.2.3.1 Zdrojové trhy – Česká republika..... | 11 |
| 2.2.3.2 Zdrojové trhy – Zahraničí..... | 11 |
| 2.2.4 Cílové obory..... | 11 |
| 2.3 Definice cílových skupin a charakteristika zaměření jednotlivých oblastí Královéhradeckého kraje..... | 12 |
| 2.3.1 Hradecko..... | 12 |
| 2.3.2 Krkonoše..... | 14 |
| 2.3.3 Podkrkonoší..... | 15 |
| 2.3.4 Orlické hory..... | 17 |
| 2.3.5 Český ráj..... | 18 |
| 2.3.6 Kladské Pomezí..... | 20 |
| 2.4 Přehled strategických oblastí dalšího rozvoje..... | 21 |

| | |
|--|----|
| 3. Strategické oblasti dalšího rozvoje..... | 22 |
| 3.1 Marketing..... | 22 |
| 3.1.1 Nastavení systému podpory pro organizátory MICE akcí..... | 22 |
| 3.1.2 Multimediální prezentace..... | 37 |
| 3.1.3 Účast na veletrzích a prezentačních akcích..... | 46 |
| 3.1.4 Členství v domácích a mezinárodních organizacích..... | 49 |
| 3.1.5 Společný marketing destinací..... | 51 |
| 3.1.6 Vytvoření MICE balíčků a cílená prezentace na konkrétní segmenty..... | 53 |
| 3.1.7 Vyhledávání netradičních míst pro MICE akce..... | 63 |
| 3.1.8 Organizace inspekčních cest pro organizátory MICE akcí a press-tripů pro novináře..... | 64 |
| 3.1.9 Vydávání MICE katalogu a tematických brožur..... | 65 |
| 3. 1. 10 Založení filmové kanceláře Královéhradeckého kraje..... | 68 |
| 3. 1. 11 Organizace a participace na MICE akcích zaměřených na obchodní sféru.... | 69 |
| 3. 1. 12 Další marketingové aktivity..... | 69 |
| 3.2 Spolupráce partnerů..... | 70 |
| 3.2.1 Přenos informací, spolupráce destinačních managementů a MICE subjektů..... | 70 |
| 3.2.2 Komunikace s Czech Convention Bureau..... | 71 |
| 3.2.3 Vyhledávání strategických partnerů a jednání s podnikatelskými subjekty mimo cestovní ruch o spolupráci při financování větších projektů a rozšíření MICE nabídky..... | 72 |
| 3.2.4 Spolupráce s akademickou sférou a program ambasadorů..... | 74 |
| 3.2.5 Přeshraniční spolupráce v oblasti MICE a využití rozsáhlé sítě zahraničních spolupracovníků a kontaktů na různých úrovních..... | 79 |
| 3.2.6 Systém oceňování..... | 81 |
| 3.3 MICE infrastruktura..... | 82 |
| 3.3.1 Modernizace MICE infrastruktury..... | 82 |
| 3.3.2 Přilákání mezinárodních hotelových řetězců do Královéhradeckého kraje..... | 86 |

| | |
|---|-----|
| 3.3.3 Budování a modernizace infrastruktury pro sport, volný čas a rekreaci a jejich další využití při tvorbě produktů incentivních programů..... | 88 |
| 3.3.4 Zlepšení dopravní infrastruktury a obslužnosti turistických destinací..... | 88 |
| 3.3.5 Budování, údržba, rekonstrukce a zpřístupnění přírodních a kulturních atraktivit pro segment MICE (volnočasové a incentivní programy)..... | 89 |
| 3.3.6 Podpora rozvoje podnikatelského prostředí, vědy, výzkumu, inovací a vysokého školství v souvislosti s rozvojem kongresové a incentivní turistiky..... | 90 |
| 3.3.7 Rozvoj tradičních center lázeňství a wellnessových zařízení s potenciálem v oblasti MICE..... | 92 |
| 3.3.8 Zavádění certifikace služeb v segmentu MICE s následným dohledem nad plněním jeho standardů..... | 92 |
| 3.4 Monitoring..... | 93 |
| 3.5 Financování..... | 96 |
| 3.5.1 Financování na základě členství v Hradec Králové Region Convention Bureau..... | 96 |
| 3.5.2 Financování na základě systému provizí..... | 105 |
| 3.5.3 Finanční podpora od agentury CzechTourism – Czech Convention Bureau.... | 108 |
| 3.5.4 Další možné zdroje financování..... | 108 |
| 3.6 Kvalita služeb v oblasti MICE..... | 110 |
| 3.7 Vyřešení systému řízení a koordinace kongresové a incentivní turistiky..... | 111 |
| 3.7.1 MICE personál Hradec Králové Region Convention Bureau..... | 112 |
| 3.7.2 Struktura činnosti Hradec Králové Region Convention Bureau..... | 113 |
| 4. Trendy v oblasti kongresové a incentivní turistiky..... | 118 |
| Literatura a zdroje dat..... | 120 |
| Příloha..... | 124 |

1. Vize, poslání, hlavní asociace a pilíře prezentace Královéhradeckého kraje jako atraktivní MICE destinace středoevropského významu

1.1. Vize

Jak již jsem zmiňoval, optimální fungování MICE úzce souvisí i s podporou dalších odvětví, jako jsou např. cestovní ruch, věda, výzkum, průmysl atd. Z tohoto důvodu před stanovením vize MICE v Královéhradeckém kraji uvedu vize města a kraje vycházející z posledních stěžejních dokumentů.

Vize města Hradec Králové – koncepční studie cestovního ruchu 2012

Moderní město uprostřed republiky s bohatou historií a živou kulturou, nabízející aktivní vyžití volného času a kvalitní infrastrukturu v jedinečném, klidném a pohodovém prostředí, s bohatými doplňkovými službami (kongresový cestovní ruch, architektura, loutkářství, příroda, povodí řek, město přátelské rodinám s dětmi)
(Koncepční studie cestovního ruchu pro město Hradec Králové 2012)

Vize Královéhradeckého kraje do roku 2020 z pohledu cestovního ruchu

Královéhradecký kraj je celoročně atraktivní a prosperující turistickou destinací evropského významu, disponující širokou nabídkou kvalitních služeb, efektivní propagací turistické nabídky a pružnou organizací cestovního ruchu
(Program rozvoje cestovního ruchu Královéhradeckého kraje pro období 2014 – 2020)

Vize města Hradec Králové – strategický plán rozvoje města Hradec Králové do roku 2030

Hradec Králové je v roce 2030 metropolí severovýchodních Čech, dynamicky se rozvíjející a udržované město s funkčním a harmonickým urbanistickým řešením navazujícím na tradici města – Salónu republiky, město živé a otevřené novým myšlenkám,

- město jednoznačně prostorově vymezené vůči okolní krajině, s vyváženým rozložením a promíšením funkcí, s polyfunkčním živým jádrem města, s možností získat přiměřené bydlení a se zeleným okruhem

- město zdravé a čisté, s dostatkem veřejné zeleně, rozvíjející se v souladu s principy udržitelného rozvoje a respektující principy vyváženosti environmentálních, sociálních a ekonomických hledisek, principy bezpečnosti obyvatel a území, se zavedeným systémem péče o životní prostředí, chránící přírodu a krajinu, respektující svou kapacitu a limity území a vytvářející dobré životní prostředí pro své občany,

- město s kvalitní, fungující a hospodárnou technickou infrastrukturou šetrnou k životnímu prostředí a nenarušující vzhled města, se zajištěnými podmínkami pro optimální rozvoj zásobování energiemi.

- město s vyváženým funkčním dopravním systémem šetrným k životnímu prostředí s významnou rolí veřejné hromadné dopravy, pěší a cyklistické dopravy, usměrněnou automobilovou dopravou a kvalitním železničním a dálničním napojením na okolní regiony i svět.

- město moderního průmyslu a podnikání, založeného na nejnovějších ekologicky šetrných technologiích s čistými provozy a využívající IT a kvalifikované síly, známé svými výrobky, s dynamickým rozvojem drobného a středního podnikání, širokou škálou provozů a služeb a nabízející diverzifikované pracovní příležitosti.

- vyhlášené univerzitní město, centrum školství a vzdělanosti poskytující dostatek příležitostí pro celoživotní vzdělávání, vědu a výzkum i kvalitní naplňování volného času, kongresové centrum

- uznávané centrum kultury, sportu a společenského života s bohatou kulturně společenskou a sportovní nabídkou podporující rozvoj lidského potenciálu, město vstřícné k aktivitám občanů a přitažlivé pro jeho návštěvníky

- město komunikující, s vysokou kvalitou veřejné správy, vytvářející prostor pro aktivní občanskou společnost, s otevřeným a průhledným rozhodováním, kdy rozhodnutí jsou přijímána s ohledem na dlouhodobé dopady a je zajištěna zpětná vazba v řízení města při respektování názorů občanů, město s aktivním partnerstvím mezi radnicí a různými organizacemi ve městě, ČR i zahraničí, a se zdravým sebevědomím jedinců i komunity (Strategický plán rozvoje města Hradec Králové do roku 2030)

Pro srovnání uvádím i vizi druhé nejúspěšnější MICE destinace v České republice – Moravia Convention Bureau.

! Případová studie – Vize Moravia Convention Bureau (MCB)

„Staneme se nezbytným výchozím místem pro organizátory akcí – vstupní informační branou pro úspěšnou firemní akci na Jižní Moravě a ve městě Brně.“ (MCB 2016)

Na základě výše uvedených vizí, strategických dokumentů a analytické části „Studie rozvoje kongresové a incentivní turistiky v Královéhradeckém kraji“ se přikláníme ke stanovení následující vize v oblasti MICE.

| |
|--|
| <p style="text-align: center;">Vize Královéhradeckého kraje z pohledu kongresové a incentivní turistiky</p> |
|--|

| |
|--|
| <p>Královéhradecký kraj je atraktivní MICE destinací středoevropského významu nabízející rozmanitou nabídku nevšedních zážitků a služeb kongresové a incentivní turistiky uspokojující i nejnáročnější cílové skupiny daného odvětví</p> |
|--|

Podmínky pro splnění vize

- Stanovení a realizace jasné vize města a kraje v oblasti kongresové a incentivní turistiky v Královéhradeckém kraji a její praktická realizace
- Aktivní podpora kongresové a incentivní turistiky ze strany města a kraje
- Stanovení jasné koncepce pobídek pro organizátory MICE akcí
- Zlepšení spolupráce všech subjektů podílejících se na kongresové a incentivní turistice v Královéhradeckém kraji
- Modernizace a rozšíření ubytovací, dopravní a MICE infrastruktury
- Zefektivnění marketingových aktivit
- Dlouhodobé stabilní financování Hradec Králové Region Convention Bureau

1.2. Poslání (slogan)

Poslání Královéhradeckého kraje v oblasti kongresové a incentivní turistiky bude vybráno na základě diskuze v rámci nově vzniklé pracovní skupiny MICE za účasti zástupců města, kraje, Hradec Králové Region Convention Bureau, organizátorů akcí a poskytovatelů služeb. Kromě toho do výběru sloganu může být zapojena i veřejnost.

1.3. Asociace spojované s Královéhradeckým krajem

Královéhradecký kraj by měl být v budoucnu asociován s následujícími atributy:

Asociace spojované s Královéhradeckým krajem jako atraktivní MICE destinací středoevropského významu

- Dopravně dostupný
- Cenově příznivý
- MICE rozmanitý
- Moderní a inovativní
- Kvalitní MICE infrastruktura a služby
- Bezpečná destinace
- Atraktivní incentivní programy
- Medicína a farmaceutické obory

Pro srovnání uvádím i některé asociace spojované s jinými MICE destinacemi v České republice a v Evropě.

! Případová studie: Asociace spojované s jinými MICE destinacemi v České republice a v Evropě

| |
|---|
| Praha |
| <ul style="list-style-type: none">• Inspirující• Spojující• Dostupná• Tradičně moderní• Výhodná |
| Moravskoslezský kraj – Ostrava |
| <ul style="list-style-type: none">• Dynamická• Energická• Sebevědomá• Kapacita a variabilita• Bezpečná destinace• Kvalitní služby hotelů a restaurací• Dopravní dostupnost• Unikátní technické památky• Cenově příznivá• Kultura• Architektura• Sport• Incentivní program |
| Bratislava |
| <ul style="list-style-type: none">• Překvapivě blízká• Kreativní• Dopravně dostupná• Inovační• „Provedení podle plánu“ |
| Krakov |
| <ul style="list-style-type: none">• Jedna z nejatraktivnějších turistických destinací• Velice dobrá vybavenost dopravní sítě a výhodná poloha• Jedna z nejpopulárnějších business destinací pro konání MICE akcí v Polsku• Konferenční zázemí• Kvalitní ubytovací infrastruktura• Rozmanitost kulturních akcí• Skvělá gastronomie• Unikátní scenérie• Kulturní tradice• Sídlo velkého množství vědeckých a výzkumných subjektů |

Londýn

- Dopravní dostupnost
- Cenová dostupnost
- Globální centrum obchodu
- Finanční centrum
- Kreativní průmysl
- Nové technologie
- Profesionální služby
- „Top Event City“

(Prague Convention Bureau 2016, Moravskoslezské Convention Bureau 2016, Bratislava Convention Bureau 2016, Krakow Convention Bureau 2016, Visit London 2016)

1.4. Pilíře Královéhradeckého kraje jako atraktivní MICE destinace středoevropského významu

Mezi hlavní pilíře Královéhradeckého kraje jako atraktivní MICE destinace středoevropského významu by měly patřit níže uvedené silné stránky.

Pilíře Královéhradeckého kraje jako atraktivní MICE destinace středoevropského významu

- Hradec Králové - univerzitní město, sídlo vědeckých a výzkumných subjektů i významných kulturních institucí
- Tradice a kongresové zázemí pro medicínské a farmaceutické obory
- „Nejlepší místo pro život“ – profilace jako „Green MICE destinace“
- Výhodná poloha v relativní blízkosti hlavního města a Polska
- Moderní a inovativní
- Medicína a farmaceutické obory
- Jedinečné možnosti pro incentivní turistiku
- Hory
- Skalní města
- Hrady a zámky – „Oživlá historie“
- Filmový průmysl
- Gastronomie

2. Cíle Královéhradeckého kraje jako atraktivní MICE destinace

2.1. Hlavní kvalitativní, kvantitativní a ekonomické cíle

Cíl: 2020 - Královéhradecký kraj mezi TOP 7 MICE destinacemi v České republice

Cíl: 2030 - Královéhradecký kraj jako atraktivní MICE destinace středoevropského významu nacházející se mezi TOP 3 MICE destinacemi v České republice

Hlavní kvalitativní cíle:

- Zvýšení atraktivity Královéhradeckého kraje jako atraktivní MICE destinace
- Zvýšení kvality MICE infrastruktury
- Zvýšení kvalifikace personálu v segmentu MICE

Hlavní kvantitativní cíle:

- Zvýšení počtu MICE akcí
- Zvýšení počtu účastníků MICE akcí
- Prodloužení délky trvání MICE akcí
- Zajištění opakování akcí a návrat MICE turistů i v oblasti leisure
- Prodloužení délky přenocování hostů v oblasti segmentu MICE
- Prodloužení délky konání akcí
- Zvýšení počtu akcí organizovaných i v období nižší zaplněnosti hotelu a mimo sezónu

Hlavní ekonomické cíle:

- Zvýšení příjmů do pokladny města a kraje
- Zvýšení výdajů účastníků MICE akcí – nabídka doprovodného programu, prodej suvenýrů, zapojení širokého spektra subjektů do celého procesu organizace MICE akce (taxi, služby, ubytování, restaurační zařízení, prodej suvenýrů, bazén atd.)
- Zvýšení ekonomické výtěžnosti z kongresové a incentivní turistiky
- Zvýšení příjmů všech aktérů podílejících se na oblasti MICE

2.2. Definice cílových skupin, typů akcí, zdrojových trhů a preferovaných oborů

2.2.1 Cílové skupiny

| |
|--|
| Primárně |
| Korporátní klientela, spolky, MICE agentury, organizátoři incentivních akcí, teambuildingové agentury, organizátoři eventů |
| Sekundárně |
| Meeting planners, asociace, agentury zaměřené na organizaci svateb a special events, filmové štáby, organizátoři veletrhů, hospodářské komory, státní správa |

2.2.2. Typ MICE akcí

| |
|--|
| Primárně |
| MICE akce do 100 osob (semináře, školení, konference) Incentivní programy Teambuilding |
| Sekundárně |
| Organizace větších akcí a kongresů mezinárodních asociací (Krkonoše nebo v dlouhodobější perspektivě po modernizaci kongresového centra Aldis a hotelu Černigov) |

2.2.3 Zdrojové trhy

2.2.3.1 Zdrojové trhy – Česká republika

| |
|---|
| Primárně |
| Královéhradecký kraj, Praha + kraje Středočeský, Pardubický, Jihomoravský a Liberecký |
| Sekundárně |
| Potenciál existuje u všech krajů České republiky |

2.2.3.2 Zdrojové trhy – Zahraničí

| |
|---|
| Primárně |
| Polsko, Slovensko, Německo |
| Sekundárně |
| Skandinávie (Dánsko), Pobaltí, Holandsko, v případě MICE akcí na univerzitě nebo na hradech a zámcích existuje potenciál i u dalších zemí |

2.2.4 Cílové obory

| |
|--|
| Primárně |
| Medicína a farmacie, finance a bankovníctví, IT-High Tech, automobilový průmysl, věda a vzdělávání, cestovní ruch, média a komunikace, strojírenství |
| Sekundárně |
| Potenciál existuje i u dalších oborů |

2.3. Definice cílových skupin a charakteristika zaměření MICE jednotlivých oblastí Královéhradeckého kraje

2.3.1 Hradecko

Cílové skupiny

MICE agentury, korporátní klientela, státní správa, spolky, meeting planners, event planners, asociace, agentury zaměřené na organizaci svateb a special events na hradech a zámcích, organizátoři incentivních akcí, organizátoři veletrhů

Typ MICE akcí

Primárně: Školení, semináře, konference

Sekundárně: Existuje potenciál pro **kongresy mezinárodních asociací a organizací veletrhů** – nutná modernizace kongresového centra Aldis, aby odpovídalo současným požadavkům a nárokům klientů. Potenciál existuje i u **receptí, banketů nebo svatební turistiky** (např. zámek Karlova Koruna), popř. i u **incentivních programů** (hipoturistika, golf, cykloturistika, rybolov)

Velikost MICE akce

Primárně: Do 100 účastníků

Sekundárně: MICE akce pro **větší množství účastníků**, např. Kongresové centrum Aldis (více než 1000 účastníků) nebo zámek Karlova Koruna (do 500 osob)

Délka trvání MICE akce

1 – 2 denní akce

Převažující měsíc organizace MICE akce

Duben, říjen

Zdrojové trhy – Česká republika

Primárně: Královéhradecký kraj, Praha + kraje Středočeský, Pardubický, Jihomoravský a Liberecký

Sekundárně: Potenciál existuje i ostatních krajů České republiky

Zdrojové trhy – Zahraničí

Primárně: Slovensko

Sekundárně: Německo, Polsko, Skandinávie, Pobaltí. V případě MICE akcí univerzity a zámků (např. Karlova Koruna) existuje velký potenciál i u dalších destinací.

Cílové obory

Primárně: Medicína a farmacie, finance a bankovníctví, věda a vzdělávání, IT-High Tech, strojírenství, cestovní ruch, architektura

Sekundárně: Potenciál existuje i u dalších oborů

Silné stránky Královéhradeckého kraje z pohledu oblasti Hradecko: Hradec Králové – univerzitní město, sídlo vědeckých a výzkumných subjektů a významných kulturních.

Slabé stránky Královéhradeckého kraje z pohledu oblasti Hradecko: Nedostatečný marketing, nízká koordinace a vzájemná spolupráce subjektů, nedostatek kvalitních ubytovacích zařízení a minimální podpora města Hradec Králové a kraje v oblasti MICE turistiky.

Nedostatky: Nedostatek velkých přednáškových sálů nad 1000 osob, nedostatek ubytovacích kapacit, často chybí v hotelech catering a klimatizace, I přes to, že se jedná o ubytovací zařízení, zajištění ubytování nepatří mezi prvotní dotazy klientů.

Cíl

- Zvýšení atraktivity města Hradec Králové jako zajímavé MICE destinace
- Zvýšení příjmů do pokladny města
- Zvýšení příjmů všech aktérů podílejících se na MICE
- Zvýšení výdajů účastníků MICE akcí (nabídka doprovodného programu, prodej suvenýrů, zapojení širokého spektra subjektů do celého procesu organizace MICE akce)
- Zvýšení počtu MICE akcí
- Organizace MICE akcí i v období nižší zaplněnosti hotelů a mimo sezónu
- Prodloužení délky konání akcí
- Prodloužení délky přenocování hostů
- Zajištění pravidelného opakování MICE akcí a návrat MICE turistů i v oblasti leisure

Pilíře

- Hradec Králové – kongresové město
- Kongresové centrum
- Medicínské a farmaceutické obory
- „Green destinace“ („nejlepší místo pro život“)
- Univerzita
- Stavitelství – Architektura („Salon Republiky“)
- „Oživlá historie“ („Living history“) – recepce, bankety na zámcích, např. Karlova Koruna
- Svatební turistika
- Incentivní programy (hipoturistika, golf, atd.)

Podmínky dalšího růstu

- Dlouhodobá podpora kongresové a incentivní turistiky ze strany města a kraje
- Stanovení jasné koncepce pobídek pro organizátory MICE akcí
- Dlouhodobé stabilní financování Hradec Králové Region Convention Bureau
- Zintenzivnění vzájemné spolupráce všech subjektů
- Rozšíření a modernizace MICE infrastruktury (vyřešení situace i v oblasti parkování)
- Prosazení modernizace kongresového centra Aldis a hotelu Černigov
- Zvýšení investiční atraktivity města
- Přilákání mezinárodních řetězců do Hradce Králové
- Využití možností všech subjektů, které mají potenciál v oblasti MICE
- Zvýšení kvalifikace personálu v oblasti MICE
- Zintenzivnění spolupráce s mezinárodními asociacemi

2.3.2 Krkonoše

Cílové skupiny

MICE agentury, korporátní klientela, spolky, organizátoři incentivních akcí, teambuildingové agentury, asociace, meeting planners, event planners, státní správa, hospodářské komory

Typ MICE akcí

Primárně: Školení, konference, semináře, prezentace, incentivní akce, teambuilding

Sekundárně: Existuje potenciál pro kongresy mezinárodních asociací. Zajímavé i pro special events a workshopy.

Velikost MICE akce

Primárně: Do 100 účastníků

Sekundárně: MICE akce pro větší množství účastníků. Při spolupráci více subjektů je možné v Špindlerově Mlýně a Peci pod Sněžkou pořádat kongresy/konference mezinárodních asociací od 200 -700 osob.

Délka trvání MICE akce

2 denní akce (80% všech akcí)

Převažující měsíc organizace MICE akce

Rovnoměrné rozložení po celý rok, převažuje období říjen – leden

Zdrojové trhy – Česká republika

Primárně: Praha + kraje Královéhradecký, Středočeský, Pardubický, Liberecký

Sekundárně: Potenciál existuje u všech krajů České republiky

Zdrojové trhy – Zahraničí

Primárně: Polsko, Německo, Slovensko

Sekundárně: Skandinávie (Dánsko), Pobaltí, Holandsko

Cílové obory

Primárně: Medicína a farmacie, služby a automobilový průmysl

Sekundárně: Věda a vzdělávání, strojírenství, finance a bankovníctví, cestovní ruch, strojírenství, potravinářství, IT-High-Tech, telekomunikace

Silné stránky Královéhradeckého kraje z pohledu oblasti Krkonoše: Turistické atraktivita, Kvalita nabízených služeb, přijatelné ceny, poloha, přijatelné ceny a nevšední zážitek pro účastníky

Slabé stránky Královéhradeckého kraje z pohledu oblasti Krkonoše: Nedostatečný marketing, nedostatek atraktivních nabídek, nízká koordinace a vzájemná spolupráce subjektů

Cíl

- Zvýšení image oblasti jako atraktivní MICE destinace v mezinárodním měřítku
- Zvýšení počtu akcí
- Zajistit pravidelné opakování MICE akcí a návrat MICE turistů i v oblasti leisure
- Organizovat akce i v období nižší zaplněnosti hotelů a mimosezónu
- Zvýšení výdajů účastníků MICE akcí (nabídka doprovodného programu, prodej suvenýrů, zapojení širokého spektra subjektů do celého procesu organizace MICE akce
- Zvýšení příjmů všech aktérů podílejících se na MICE

Pilíře

- Semináře, konference a MICE akce střední velikosti v krásném prostředí hor
- Rozmanité incentivní programy
- Teambuilding
- „Green (trvale udržitelný rozvoj) destinace“
- Moderní a inovativní (např. UFFO)

Podmínky dalšího růstu

- Zintenzivnění vzájemné spolupráce všech subjektů (Strategické partnerství hoteliérů)
- Dlouhodobá podpora kongresové a incentivní turistiky ze strany kraje
- Zvýšení kvalifikace personálu v oblasti MICE
- Zlepšení dopravní infrastruktury
- Zintenzivnění spolupráce s mezinárodními asociacemi
- Využití možností všech subjektů, které mají potenciál v oblasti MICE

2.3.3 Podkrkonoší

Cílové skupiny

| |
|--|
| MICE agentury, agentury zaměřené na incentivní turistiku, teambuildingové agentury, korporátní klientela, spolky, státní správa, hospodářské komory, kulturní zařízení, meeting planners, event planners |
|--|

Typ MICE akcí

| |
|---|
| Primárně: Školení, semináře, konference, incentivní programy, teambuilding, bankety a recepce (Kuks) |
|---|

| |
|---|
| Sekundárně: Special events, workshopy, ale i další typy akcí |
|---|

Velikost MICE akce

| |
|-------------------------------------|
| Primárně: 51 – 100 účastníků |
|-------------------------------------|

Délka trvání MICE akce

| |
|------------------|
| 1 – 2 denní akce |
|------------------|

Převažující měsíc organizace MICE akce

| |
|------------------------------|
| Duben – květen, září – říjen |
|------------------------------|

Zdrojové trhy – Česká republika

Primárně: Královéhradecký kraj, Praha + kraje Středočeský, Pardubický, Jihomoravský a Liberecký

Sekundárně: Potenciál existuje i u dalších krajů České republiky

Zdrojové trhy – Zahraničí

Primárně: Slovensko, Německo, Polsko

Sekundárně: Další evropské země

Cílové obory

Primárně: Medicína a farmacie, finance a bankovníctví, věda a vzdělávání, IT-High Tech, strojírenství, cestovní ruch

Sekundárně: Příroda, stavitelství, architektura, umění, ale i další zaměření

Cíl

- Zvýšení image oblasti jako atraktivní MICE destinace
- Zvýšení počtu MICE akcí
- Zajištění pravidelného opakování MICE akcí a návrat MICE turistů i v oblasti leisure
- Zvýšení výdajů účastníků MICE akcí (nabídka doprovodného programu, prodej suvenýrů, zapojení širokého spektra subjektů do celého procesu organizace MICE akce)
- Zvýšení příjmů všech aktérů podílejících se na MICE
- Organizace MICE akcí i v období nižší zaplněnosti hotelů a mimo sezónu
- Prodloužení délky konání akcí
- Prodloužení délky přenocování hostů

Pilíře

- Školení, semináře, konference do 100 osob
- Incentivní programy
- Teambuilding
- Barokní areál Kuks – ideální místo pro konání budoucích banketů a recepcí
- ZOO – netradiční místo dle MICE ubytování a provedení zážitkových programů
- Spa Resort Tree of Life – ideální propojení konferencí s wellness
- K-Triumpf – konference v nádherném prostředí s možností pozorování zvěře
- Architektura, stavitelství, sochařství („Cesta kamene“)

Podmínky dalšího růstu

- Dlouhodobá podpora kongresové a incentivní turistiky ze strany kraje
- Rozšíření a modernizace MICE infrastruktury
- Zintenzivnění vzájemné spolupráce všech subjektů
- Zvýšení kvalifikace personálu v oblasti MICE
- Využití možností všech subjektů, které mají potenciál v oblasti MICE

2.3.4 Orlické hory

Cílové skupiny

| |
|--|
| MICE agentury, agentury zaměřené na svatební turistiku, korporátní klientela, manažeři (relaxační balíčky), agentury zaměřené na incentivní turistiku, teambuildingové agentury, spolky, státní správa, hospodářské komory, meeting planners, event planners |
|--|

Typ MICE akcí

| |
|--|
| Primárně: Prezentace, školení, semináře, incentivní akce, bankety a recepce, svatby |
|--|

| |
|--|
| Sekundárně: Konference, special events, teambuiding |
|--|

Velikost MICE akce

| |
|-------------------------------------|
| Primárně: 51 – 100 účastníků |
|-------------------------------------|

| |
|--------------------------------------|
| Sekundárně: 11 – 50 účastníků |
|--------------------------------------|

Délka trvání MICE akce

| |
|------------------|
| 1 – 2 denní akce |
|------------------|

Převažující měsíc organizace MICE akce

| |
|-------------------------------|
| Květen – červen, září – říjen |
|-------------------------------|

Zdrojové trhy – Česká republika

| |
|--|
| Primárně: Kraje Královéhradecký a Pardubický, Praha |
|--|

| |
|---|
| Sekundárně: Středočeský, Liberecký, Jihomoravský kraj, potenciál i u dalších krajů |
|---|

Zdrojové trhy – Zahraníčí

| |
|---|
| Primárně: Slovensko, Německo, Polsko |
|---|

| |
|--|
| Sekundárně: Skandinávie, Pobaltí. Zámky – globální zaměření |
|--|

Cílové obory

| |
|---|
| Primárně: Finance a bankovníctví, medicína a farmacie, služby a automobilový průmysl |
|---|

| |
|---|
| Sekundárně: Strojírenství, věda a vzdělávání, média a komunikace |
|---|

Silné stránky Královéhradeckého kraje z pohledu oblasti Orlické hory: Kvalita nabízených služeb, dostatek kvalitních ubytovacích zařízení, turistické atraktivity, dobrá vybavenost pro MICE

Slabé stránky Královéhradeckého kraje z pohledu oblasti Orlické hory: Nedostatečný marketing, dopravní dostupnost a infrastruktura, nedostatek atraktivních nabídek, dobrá vybavenost pro MICE, nízká koordinace a vzájemná spolupráce subjektů

Cíl

- Zvýšení image oblasti jako atraktivní MICE destinace
- Zvýšení počtu MICE akcí
- Zajištění pravidelného opakování MICE akcí a návrat MICE turistů i v oblasti leisure
- Zvýšení výdajů účastníků MICE akcí (nabídka doprovodného programu, prodej suvenýrů, zapojení širokého spektra subjektů do celého procesu organizace MICE akce)

- Zvýšení příjmů všech aktérů podílejících se na MICE
- Organizace MICE akcí i v období nižší zaplněnosti hotelů a mimosezónu
- Prodloužení délky konání akcí
- Prodloužení délky přenocování hostů

Pilíře

- "Oživlá historie" – kreativní programy na hradech a zámcích (možnosti banketů, recepcí, svateb – zaměření např. finance a bankovníctví)
- Prezentace, školení, semináře v nádherném prostředí Orlických hor
- Incentivní programy
- „Green destinace“ (regionální potraviny)
- Teambuilding
- Relaxační pobyty pro manažery

Podmínky dalšího růstu

- Dlouhodobá podpora kongresové a incentivní turistiky ze strany kraje
- Zintenzivnění vzájemné spolupráce všech subjektů
- Rozšíření a modernizace MICE infrastruktury
- Zlepšení dopravní dostupnosti
- Zvýšení kvalifikace personálu v oblasti MICE
- Využití možností všech subjektů, které mají potenciál v oblasti MICE

2.3.5 Český ráj

Cílové skupiny

| |
|--|
| MICE agentury, agentury zaměřené na incentivní turistiku, teambuildingové agentury, filmové štáby, spolky, korporátní klientela, státní správa, hospodářské komory, meeting planners, event planners |
|--|

Typ MICE akcí

| |
|---|
| Primárně: Semináře, školení, incentivní akce, teambuilding, special events, filmová produkce |
|---|

| |
|--|
| Sekundárně: Potenciál i u dalšího typu akcí |
|--|

Velikost MICE akce

| |
|------------------------------------|
| Primárně: 11 – 50 účastníků |
|------------------------------------|

Délka trvání MICE akce

| |
|--------------|
| 2 denní akce |
|--------------|

Převažující měsíc organizace MICE akce

| |
|----------------------|
| Květen, září – říjen |
|----------------------|

Zdrojové trhy – Česká republika

| |
|---|
| Primárně: Kraje Královéhradecký a Středočeský, Praha |
|---|

| |
|---|
| Sekundárně: Liberecký kraj, Vysočina, ale existuje potenciál i u dalších krajů |
|---|

Zdrojové trhy – Zahraničí

Primárně: Slovensko, Německo, Polsko

Sekundárně: Skandinávie, Pobaltí, Holandsko, ale i další destinace

Cílové obory

Primárně: Strojírenství, věda a vzdělávání, služby a automobilový průmysl

Sekundárně: Medicína a farmacie, strojírenství, finance a bankovníctví, IT-High Tech, služby, automobilový průmysl

Silné stránky Královéhradeckého kraje z pohledu oblasti Český ráj: Dostatek kvalitních ubytovacích zařízení, turistické atraktivity, poloha, přijatelné ceny

Slabé stránky Královéhradeckého kraje z pohledu oblasti Český ráj: Nedostatečný marketing, dopravní dostupnost a infrastruktura, minimální podpora města a kraje

Cíl

- Zvýšení image oblasti jako atraktivní destinace pro incentivní turistikou v mezinárodním měřítku
- Zvýšení počtu MICE akcí
- Zajištění pravidelného opakování MICE akcí a návrat MICE turistů i v oblasti leisure
- Zvýšení výdajů účastníků MICE akcí (nabídka doprovodného programu, prodej suvenýrů, zapojení širokého spektra subjektů do celého procesu organizace MICE akce)
- Zvýšení příjmů všech aktérů podílejících se na MICE
- Organizace MICE akcí i v období nižší zaplněnosti hotelů a mimo sezónu

Pilíře

- Incentivní programy
- Filmový průmysl
- Semináře, školení, v kouzelném prostředí Českého ráje
- „Oživlá historie“ - Living history (zámky, hrady)
- Teambuildingové aktivity
- Prachovské skály
- Jičín – „město pohádky“
- Dětěnice

Podmínky dalšího růstu

- Dlouhodobá podpora kongresové a incentivní turistiky ze strany kraje
- Zintenzivnění vzájemné spolupráce všech subjektů
- Rozšíření a modernizace MICE infrastruktury
- Zlepšení dopravní dostupnosti
- Zvýšení kvalifikace personálu v oblasti MICE
- Využití možností všech subjektů, které mají potenciál v oblasti MICE

2.3.6 Kladské pomezí

Cílové skupiny

MICE agentury, agentury zaměřené na incentivní turistiku, teambuildingové agentury, agentury zaměřené na svatební turistiku, korporátní klientela, spolky, státní správa, hospodářské komory, meeting planners, event planners

Typ MICE akcí

Primárně: Konference, semináře, školení, incentivní akce, teambuiding, special events

Velikost MICE akce

Primárně: 11 – 50 účastníků

Délka trvání MICE akce

1 – 2 denní akce

Převažující měsíc organizace MICE akce

Květen, září, říjen, listopad

Zdrojové trhy – Česká republika

Primárně: Kraje Královéhradecký a Středočeský, Praha

Sekundárně: Potenciál i u dalších krajů České republiky

Zdrojové trhy – Zahraničí

Primárně: Polsko

Sekundárně: Slovensko, Německo, Skandinávie (Dánsko), Pobaltí. Potenciál i u dalších evropských destinací (Adršpašsko-teplické skály, Broumovské skály)

Cílové obory

Primárně: IT-High Tech, telekomunikace, služby, věda a vzdělávání, cestovní ruch, příroda, literatura, textilnictví, historie

Sekundárně: Medicína a farmacie, strojírenství, finance a bankovníctví

Silné stránky Královéhradeckého kraje z pohledu oblasti Kladské pomezí: Hradec Králové – univerzitní město, dostatek kvalitních ubytovacích zařízení, kvalita nabízených služeb, turistické atraktivty, dobrá vybavenost pro MICE, bezpečná destinace, tradice a kongresové zázemí pro medicínské a farmaceutické obory

Slabé stránky Královéhradeckého kraje z pohledu oblasti Kladské pomezí: Nedostatečný marketing, dopravní dostupnost a infrastruktura, minimální podpora města a kraje, nízká koordinace a spolupráce všech subjektů

Cíl

- Zvýšení image oblasti jako atraktivní MICE destinace
- Zvýšení počtu MICE akcí
- Zajištění pravidelného opakování MICE akcí a návrat MICE turistů i v oblasti leisure

- Zvýšení výdajů účastníků MICE akcí (nabídka doprovodného programu, prodej suvenýrů, zapojení širokého spektra subjektů do celého procesu organizace MICE akce)
- Zvýšení příjmů všech aktérů podílejících se na MICE
- Organizace MICE akcí i v období nižší zaplněnosti hotelů a mimo sezónu
- Prodloužení délky konání akcí
- Prodloužení délky přenocování hostů

Pilíře

- Teambuildingové aktivity (Adršpašsko-teplické skály, Broumovské skály)
- Incentivní programy
- „Oživlá historie“ - Living history (zámky, hrady)
- Konference, semináře, školení pro menší počet účastníků
- Broumov (klášter + Hotel Veba)
- Intenzivní partnerství a marketing s Polskem
- Literatura a textilnictví
- Gastronomie – české pivo

Podmínky dalšího růstu

- Dlouhodobá podpora kongresové a incentivní turistiky ze strany kraje
- Zintenzivnění vzájemné spolupráce všech subjektů
- Zapojení širokého spektra subjektů do celého procesu organizace MICE akce
- Rozšíření a modernizace MICE infrastruktury
- Zlepšení dopravní dostupnosti
- Zvýšení kvalifikace personálu v oblasti MICE
- Využití možností všech subjektů, které mají potenciál v oblasti MICE

2.4. Přehled strategických oblastí dalšího rozvoje

Na základě provedené analýzy Královéhradeckého kraje v oblasti MICE stanovujeme tyto strategické oblasti dalšího rozvoje:

- Strategická oblast 1 : **Marketing**
- Strategická oblast 2 : **Spolupráce partnerů**
- Strategická oblast 3: **MICE Infrastruktura**
- Strategická oblast 4 : **Monitoring**
- Strategická oblast 5 : **Financování**
- Strategická oblast 6 : **Kvalita služeb v oblasti MICE**
- Strategická oblast 7 : **Vyřešení systému řízení a koordinace kongresové a incentivní turistiky**

3. Strategické oblasti dalšího rozvoje

Další kapitola se bude zabývat příklady návrhů rozvoje MICE v strategických oblastech: marketing, spolupráce partnerů, MICE infrastruktura, monitoring, financování, kvalita služeb v oblasti MICE a vyřešení systému řízení a koordinace kongresové a incentivní turistiky. Bude využito nejlepších příkladů „Best practise“ v České republice a v zahraničí. Konkrétní opatření a projektové záměry budou součástí akčního plánu „Studie rozvoje kongresové a incentivní turistiky v Královéhradeckém kraji“.

3.1. Marketing

Marketing bude hrát jednu z nejdůležitějších rolí v procesu rozvoje Královéhradeckého kraje jako atraktivní MICE destinace. Maximální efektivitu celé strategie zajistí synergie s ostatními subjekty podílejícími se na kongresové a incentivní turistice. Samozřejmostí je zpracování a koordinace MICE marketingového plánu v souladu s marketingovým plánem Královéhradeckého kraje, statutárního města Hradec Králové a s dalšími aktéry v oblasti MICE.

3.1.1. Nastavení systému podpory pro organizátory MICE akcí

Marketing v oblasti kongresové a incentivní turistiky se v mnoha oblastech liší od běžné propagace služeb cestovního ruchu. Jedním z nejdůležitějších faktorů je vstřícnost a samotný zájem destinace o pořádání kongresů nebo konferencí. Nezbytná je intenzivní podpora politické reprezentace města, kraje nebo země formou jasně stanovených pobídek a výhod pro organizátory MICE akcí. Bohužel, jak jsem dozvěděli v úvodní analytické části, tento systém v Královéhradeckém kraji nefungoval. Nastavení jasných pravidel podpory organizátorům MICE akcí je klíčové, aby Královéhradecký kraj mohl budovat svůj image atraktivní destinace kongresové a incentivní turistiky. Jak jsem již zmiňoval v analytické části, jednotliví pořadatelé kongresů mají tabulky, kde si porovnávají, co které město nabízí za výhody. Kde dostanou nejvíce, tam kongres uspořádají.

Jako ústřední dokument, který se zabývá standardy v oblasti podpory organizátorů MICE akcí slouží již citovaný „MICE Handbook“ státní agentury CzechTourism – Czech Convention Bureau. Ten by měl být takovým vodítkem, dle stanovení optimální podpory i pro organizátory MICE akcí v Královéhradeckém kraji. Níže uvádím část, která je věnována podpoře agentury CzechTourism soukromým subjektům.

Podpora, kterou poskytuje CzechTourism privátnímu sektoru:

Podpora kandidatur na mezinárodní odborné kongresy: CzechTourism se snaží získat co největší počet kongresů do ČR. Protože kandidování na získávání mezinárodních kongresů je činnost časově a finančně velmi náročná, CzechTourism aktivně podporuje agentury v jejich úsilí o získání těchto kongresů.

Podpůrný program pro získávání MICE akcí do České republiky ze strany agentury CzechTourism – Czech Convention Bureau

CzechTourism – Czech Convention Bureau (dále jen **CzCB**) nabízí podpůrný program pro získávání MICE akcí do České Republiky formou participace v rámci národní podpory programu Kampaně kandidatury (jmenovitě možnosti podpory viz odstavec 1. Možnosti participace v rámci podpory kampaně kandidatur.

O tento podpůrný prostředek je možno zažádat vždy jen v rámci získávání (bidingu) na určitou akci kde je potenciál pro získání uspořádání této akce v České republice.

Tento program je určen pouze pro lokálního ambasadora relevantního k dané akci na kterou je žádáno, či PCO agentura, která na akci biduje. Každá žádost je posuzována individuálně dle relevantnosti MICE akce na kterou je žádáno, dle velikosti a prestiže této akce a dle momentálních možností agentury CzechTourism – Czech Convention Bureau. Na jednotlivou akci lze zažádat pouze jedním subjektem a pouze u jedné ze strany národní podpory MICE v ČR (Ministerstvo, Kraj, Magistrát, struktura CzCB). Pokud bude u žádosti zjištěno čerpání jiného ze státních grantů v rámci kampaně kandidatury, nebude žádost dále posuzována. Každá žádost musí splňovat všechny požadované náležitosti (viz. odstavec 2). Náležitosti žádosti pro podporu v rámci programu kampaně kandidatury, v případě nesplnění těchto náležitostí, nebude tato žádost posuzována. Při kladném vyřízení žádosti CzCB požaduje plnění v rámci povinné publicity (viz. odstavec 3. Plnění níže).

Podmínky spolupráce mezi CzechTourism a PCO agenturami

(O plánované kandidatuře je třeba předem informovat CzechTourism a po realizaci náklady doložit původními platebními doklady.)

1. Možnosti participace v rámci podpory kampaně kandidatur pro PCO agentury/Ambasadori jsou následující:

Náklady spojené s prezentací ČR jako kandidátské země

- CzT poskytne "bid book"- prezentační materiál pro kandidaturu v elektronické verzi
- CzT poskytne materiál k prezentaci (videa, spoty CR)
- CzT poskytne propagační tiskoviny a dárkové předměty na podporu kandidatury
- CzT uhradí náklady cestovatele (letenka a ubytování)
- CzT uhradí náklady pro zástupce PCO, který představí kandidaturu ČR na pořádání kongresu (letenka a ubytování) – do výše 50%

Náklady spojené s inspekční cestou

- CzT uhradí poznávací cestu po ČR a ubytování inspektora - do výše 100%
- CzT nabízí pomoc v jednání s hostitelským městem - po domluvě

Náklady spojené se získáním co největšího počtu účastníků

- náklady při získávání co největšího počtu účastníků by měly být na straně PCO.
- CzT poskytne tiskové a propagační materiály - do výše 100%
- CzT eventuálně uhradí spedici - do výše 75%

Realizace kongresů v ČR

- CzT poskytne tiskové propagační materiály dle aktuálních možností - do výše 100%
- CzT poskytne informace o možnostech pre a post tours – do výše 100%

Bid book – prezentace pro kandidatury

Ke stažení na: <http://czechtourism.cz> > **sekce: Kongresy > prezentace Bid book**

Ke sjednocení prezentací, které doposud probíhaly jednotlivě a různými způsoby, přispívá zcela nový produkt s názvem - Bid book. Jde o obecný dokument, který obsahuje základní informace o možnostech pořádání kongresů v ČR včetně poskytovaných doprovodných služeb. Bid book si každý uchazeč o kongres může doplnit a upravit dle konkrétní nabídky svého regionu nebo např. konkrétního hotelu.

2. Náležitosti žádosti pro podporu v rámci programu kampaně kandidatury

Každá žádost musí být zaslána v elektronické podobě a to emailem na adresu **kuklik@czechtourism.cz** a s těmito parametry:

Celý oficiální název akce, webová stránka akce, jméno subjektu který akci iniciuje a pořádá, předpokládaný počet účastníků, předchází místo konání akce minimálně 3 ročníky zpět (pokud je to možné), jmenovitě kdo o pořádání akce žádá, jmenovitě kdo o místě pořádání akce bude rozhodovat (stačí orgán pokud jde o asociaci), protikandidátské města (pokud takové jsou), detailně popsat průběh kandidatury spolu s položkovým rozpočtem na kandidaturu, jmenovitý seznam všech spolupracujících subjektů v rámci kandidatury (organy veřejné správy, PCO, odborné subjekty, convention bureaus, města či jiné.

3. Plnění v rámci získání podpory v rámci grantového programu podpory Kampaně kandidatury pro získání MICE akce pro Českou republiku.

V případě kladného vyřízení žádosti požaduje CzCB dodržení níže uvedeného plnění:

- a) Czech Convention Bureau se stává oficiálním partnerem akce
- b) logo Czech convention Bureau, je komunikováno na všech tištěných materiálech, které souvisejí s konferencí (jako např. program konference, letáky, web...)
- c) logo Czech Convention Bureau či logo Czech Republic je viditelně umístěno a je součástí grafiky na stánku při kampani kandidatur „tzv. promotion booth“
- d) Czech Convention Bureau je komunikován ve všech TZ souvisejících s pořádáním akce
- e) Czech Convention Bureau má možnost umístit banner v místě konání akce
- f) žadatel je povinen zaslat vzor od každého materiálu realizované v rámci dané akce do sídla Czech Convention Bureau (Vinohradská 46, 12041, Praha 2), dále je povinen zaslat veškeré TZ související s akcí, dále je povinen zajistit fotodokumentaci během kandidatury a akce na které je zachyceno plnění (např. umístění log CzCB na stánku atd.)
- g) Czech Convention Bureau je přizváno k případným jednáním během kampaně kandidatur (jednání se zástupci HLMP či jinými subjekty)
- h) o podpoře ze strany Czech Convention Bureau jsou informovány relevantní orgány, které mají rozhodovací pravomoc v rámci akce
- i) v případě proplacení letenek – je žadatel povinen doložit seznam cestujících (jméno, příjmení, funkce, společnost)

j) v případě že splnění výše uvedených bodů brání relevantní důvody, je žadatel povinen tuto skutečnost neprodleně oznámit teamu Czech Convention Bureau. O samotné relevantnosti následně rozhoduje Czech Convention Bureau

k) nejpozději do 10 pracovních dnů po ukončení kandidatury zaslat emailem oficiální stanovisko o průběhu a výsledku kandidatury spolu s relevantním plněním (viz.body výše).

– logo Czech Convention Bureau s endorsmentem CzechTourism vč. pravidel a podmínek užití viz odkaz <http://brand.czechtourism.cz/cs/Account/Login>

V případě nedodržení výše zmíněných podmínek může být ze strany CzCB požadováno vrácení poskytnuté podpory a to v plné výši.

(MICE Handbook Czech Convention Bureau 2012, Czech Convention Bureau 2016)

Na část, která je věnována pravidlům podpory organizátorům MICE akcí od agentury CzechTourism, navazují možnosti podpory od samotných měst a krajů. Opět využíváme jasná doporučení od agentury CzechTourism. Jedná se o praktický a léty odzkoušený model mnohými destinacemi v České republice. Uvádím níže.

Lokální podpora organizátorům MICE akcí

Možné formy podpory ze strany samosprávy

Koordinátor cestovního ruchu – město

Celý svět soutěží o kongresy, konference a incentivní akce. Konkurence a nabídka služeb je tak velká, že každé významnější kongresové město má své „convention bureau“ – organizaci, která se zabývá marketingem, hájí zájmy města (regionu) jako kongresové destinace, reprezentuje město v zahraničí a má za úkol přivést do svého města co nejvíce kongresů. Města, regiony a národní vlády agenturám **convention bureau** pomáhají proto, aby se více kongresů konalo právě u nich, což přináší zvýšení zaměstnanosti, zvýšení daňových příjmů, zvýšení ostatních příjmů města. Spokojení účastníci kongresů se pak do regionu vracejí později jako turisté a utrácí nemalé prostředky za ubytování, stravování, kulturu apod.

Možnosti lákání kongresových akcí:

Jak již bylo řečeno, vzhledem k vysoké výnosnosti kongresové turistiky existuje mezi jednotlivými městy soutěž o to, kde se kongres či konference bude konat. Vzhledem k charakteru tohoto segmentu cestovního ruchu, který vyžaduje spolupráci a provázanost veřejného a soukromého sektoru je potřeba, aby město aktivně spolupracovalo na získávání MICE akcí formou podpor pro kongresové nabídky. Jedná se o přidanou hodnotu, kterou navíc dnes téměř každý organizátor kongresů vyžaduje.

Různá kongresová města podporují MICE akce různými způsoby:

Podpora získání akce do města

Před získáním akce by město mělo vyjádřit **zájem o konání kongresu**. Může tak učinit formou **podpurného dopisu** starosty/ zastupitelů města adresovaný odborné asociaci nebo který je součástí oficiální kandidatury na pořádání kongresu. Zástupci města se **setkávají s představiteli odborné asociace** během inspekce města a kongresového prostoru (site inspection). Vzorová korespondence podpurného dopisu je součástí publikace MICE Handbook agentury CzechTourism, kterou přikládám v příloze.

Slavnostní uvítání kongresu ve městě zástupcem města (např. při slavnostním zahájení).

Reprezentativní prostory města za zvýhodněnou cenu / zdarma

Lákadlem pro pořádání akce v daném městě může být zvýhodněný **nájem** společenských prostor v majetku města, pozvání k návštěvě turistických atraktivit v majetku města: městské muzeum, zámek, pivovarské muzeum, galerie, zoo – zdarma.

Některá města poskytují **městskou hromadnou dopravu pro účastníky kongresu** zdarma či se slevou. Účastníci konference obdrží spolu s badge (jmenovkou) jízdní doklad, který je platný po dobu konání konference.

Pre- a post konferenční poznávací cesty/výlety

Cílem města je prodloužit pobyt účastníka kongresu v daném regionu, přesvědčit ho o jedinečnosti nabídky města a jeho okolí. Informace o turistických atraktivitách regionu a možnostech jednodenních pre- a post- konferenčních „tours“/ cest by účastníkům kongresu měly být předem známy. **Město může nabídnout prohlídku města s průvodcem zdarma.**

Propagační a informační materiály

Každý kongresový návštěvník města by měl zdarma obdržet **mapu města** (s vyznačenými atraktivitami). Města se mohou prezentovat nejrůznějšími propagačními a informačními materiály: **pohlednice města, propagační předměty s logem města** (propisky, tužky, poznámkový blok..), **prospekt s turistickými atraktivitami města** a jeho blízkého okolí, **prospekt se slevami** od místních podnikatelů (restaurace, prodejny a pod.).

Propagační předměty – od místních podnikatelů, kteří se chtějí zviditelnit.

Informační a navigační cedule ve městě a na letišti.

Zmapování a souhrn místních poskytovatelů služeb souvisejících s MICE (ze sféry ubytování, agentur / DMC⁷, dopravy, cateringu, technického vybavení - AV technika)

Kongresové akce můžeme rozdělit do dvou skupin podle počtu účastníků:

Otevřené kongresy – počet účastníků není předem přesně znám, lze jej pouze odhadovat. Zde je potřebná spolupráce destinace (města) s organizátory. Cílem je zajistit maximální účast na akci. Destinace dopředu informuje o svých možnostech. Dle charakteru akce se volí vhodná média s regionální nebo celoplošnou působností.

Uzavřené kongresy – počet účastníků je jasný (počet zaměstnanců firmy, která pořádá firemní zasedání), není nutná propagace. Pokud destinace akci získá, je to dobrá reference do budoucna.

(MICE Handbook Czech Convention Bureau 2012)

Podpora města pro získání kongresu a konference je absolutně nezbytná. Potvrzují to příklady i z vybraných evropských velkoměst.

!Případová studie: Systém podpory u vybraných evropských velkoměst

Vídeň

Město hradí uvítací recepci. U větších akcí vrací pořadatelům část nákladů – až 30 000 Euro

Paříž

Město hradí dopravu a uvítací recepci. Jízdné pro účastníky je zdarma. Město přispívá účastníkům až do výše 50 000 Euro.

Glasgow

Město hradí uvítací recepci. Pokud je kongres v minusu, hradí jeho ztrátu.

Amsterdam

Pokud je alespoň 40% účastníků ze zahraničí, dá organizátorům až 450 volných jízdenek na plavbu kanály a hradí recepci. U akce s více než 1200 účastníky nabízí i další možnosti dle dohody.

Göteborg

Uvítací večere pro účastníky a volné plochy dle prezentace po městě zdarma.

Tallinn

Hradí cestovní náklady na získání kandidatury a dopravu účastníkům kongresu po městě. Příspěvek organizátorům až do výše 64 000 Euro.

Budapešť

Město hradí 80% nákladů na získání pořadatelství (maximálně 10 000 Euro). (Hospodářské noviny, 19. května 2011)

Dále uvádím i propracovaný systém lokální podpory MICE akcí hlavní město Prahy.

!Případová studie: Systém podpory organizátorů MICE akcí - Praha

Lokální podpora

Propagace

- Kontakty na média
- Konzultace
- Propagační materiály

Finanční podpora

- **Finanční podpora k podpoře kongresového turismu na území hlavního města Prahy** (finanční podpora je určena pouze na pronájem sálu nebo welcome recepci pro kongresy, které mají 700 a více účastníků, kteří současně stráví v Praze minimálně 2 noci a zároveň 60% z těchto účastníků je ze zahraničí). Více informací, viz Granty 2016.

Doprava

- **Speciální kongresové letecké tarify**; dohoda s národním českým dopravcem ČSA
- **MHD zdarma (kongresové karty)** pro účastníky asociačních kongresů na min. 3 dny (2 noci ubytování), min. 500 pax s min. 20% zahraniční účastí. Podmínky pro poskytnutí kongresového jízdné, viz níže (Poznámka: Žádost o kongresové jízdné zdarma je třeba podat nejméně 30 pracovních dní před začátkem akce.)
- **Zvýhodněné kongresové jízdné (50% sleva)** - podmínky pro poskytnutí zvýhodněného kongresového jízdného, viz níže. (Poznámka: Žádost o zvýhodněné kongresové jízdné je třeba podat nejméně 30 pracovních dní před začátkem akce.)

Podmínky poskytnutí kongresového jízdného zdarma

Kongresové jízdenky zdarma lze poskytnout pouze registrovaným účastníkům kongresů v délce **minimálně 2 nocí**, s účastí **nad 500 osob**, s minimálně **20% zahraniční účastí**, a to pouze

a/ výhradně **účastníkům kongresů**, nikoli jejich doprovodu

b/výhradně pro **asociační kongresy**, kdy pořadatelem akce je asociace či nezisková organizace. Prague Convention Bureau obdrží žádost s požadovanými přílohami o kongresové jízdné zdarma **nejméně 6 týdnů před započítáním akce**, pro niž je služba požadována.

Přílohy k žádosti:

1) Doklad o právní subjektivitě musí být přiložen v jednom originále ne starším 6 měsíců nebo jednom stejnopise s ověřením jeho pravosti ne starším 6 měsíců

a) **obchodní korporace a družstva** předkládají:

- výpis z obchodního rejstříku ne starší 6 měsíců, a to v originále nebo úředně ověřené kopii,
- příslušný doklad o oprávnění k podnikání (např. výpis ze živnostenského rejstříku), ne starší než 6 měsíců, a to v originále nebo úředně ověřené kopii,

b) **ostatní právnické osoby** předkládají:

- výpis z veřejného rejstříku ne starší 6 měsíců, a to v originále nebo úředně ověřené kopii; pokud není ve veřejném rejstříku zapsán statutární orgán v souladu s požadavky § 25 odst. 1 písm. g) zákona č. 304/2013 Sb., o veřejných rejstřících právnických a fyzických osob, ve znění pozdějších předpisů, musí žadatel v originále nebo ověřené kopii předložit též příslušný doklad prokazující, **kdo je statutárním orgánem** a jakým způsobem za danou právnickou osobu jedná,
- originál nebo ověřenou kopii **zakladatelského právního jednání a statutu** (byl-li vydán), nejsou-li tyto dokumenty veřejně k dispozici prostřednictvím internetu ve sbírce listin veřejného rejstříku,

- příslušný doklad o oprávnění k podnikání (např. výpis ze živnostenského rejstříku), vykonává-li daná právnická osoba podnikatelskou činnost; doklad nesmí být starší než 6 měsíců a musí být předložen v originále nebo úředně ověřené kopii,

c) **fyzické osoby** předkládají:

- výpis z obchodního rejstříku ne starší 6 měsíců, jsou-li v něm zapsány; výpis se předkládá v originále nebo úředně ověřené kopii,
- příslušný doklad o oprávnění k podnikání (např. výpis ze živnostenského rejstříku), ne starší než 6 měsíců, a to v originále nebo úředně ověřené kopii.“

2) Plná moc pořadatele kongresu pro jeho organizátora v případě, že žadatelem je organizátor kongresu PCB zkontroluje splnění všech výše stanovených požadavků, na jejichž základě vydá **žadateli 3 pracovní dny před konáním akce kongresové karty na základě čestného prohlášení**, ve kterém se zaváže k následujícímu:

Příjemce kongresového jízdného zdarma je povinen jízdenky vydávat na základě **seznamu účastníků kongresu**, který si jízdenku převezme. Seznam musí obsahovat: název a termín kongresu, jména, příjmení účastníků, kteří si vyzvedli jízdenky, a datum vyzvednutí jízdenky. Tyto seznamy slouží jako podklady pro účely daňových odvodů DPH a daně z příjmu pro dopravce Dopravní podnik hl. m. Prahy, akciová společnost se sídlem Sokolovská 217/42, 190 22, Praha 9, IČ: 00005886, DIČ: CZ00005886. Příjemce je povinen **vrátit PCB nevydané jízdenky do 3 pracovních dnů po skončení kongresu** a je povinen umožnit PCB a Dopravnímu podniku kontrolu vydaných jízdenek dle jmenných seznamů. Seznamy je povinen dle zákona č. 563/1991 Sb., 588/1992 Sb., 586/1992 Sb. archivovat po dobu 10 let pro případ daňové kontroly.

Zvýhodněné kongresové jízdné – 50%

Kongresové jízdné, nezajišťuje Prague Convention Bureau

Kongresové jízdné se vypočítává jako násobek počtu kalendářních dnů kongresu, ceny za jeden den dané tímto tarifem a počtu účastníků. Platnost jízdenky začíná **okamžikem vydání jízdního dokladu** a končí **nejpozději poslední den kongresu v 24.00 hodin**. Vydává se pro pořadatele kongresů a jízdním dokladem pro účastníky kongresu je doklad označený „Paušální jízdné“. Na tomto dokladu je označena platnost v rozsahu dat konání kongresu a název kongresu. Tento doklad platí jako přestupní jízdenka na území hl. m. Prahy v pásmech P a 0 včetně B mimo vlaky zapojené do systému PID a linku AE v rozsahu dat platnosti na něm uvedených.

Při nesplnění podmínek daných tarifem PID v článku VII., odstavci 4., písmenu c)* lze uzavřít smlouvu o paušálu s Dopravním podnikem, a.s. Smlouvy vyřizuje oddělení Distribuce jízdních dokladů, paní Králová Šárka, telefonní číslo 296 19 23 30, e-mail kralovas@dpp.cz. Pořadatel kongresu podává žádost o paušální jízdné minimálně **30 dní** před začátkem akce. Platba za tyto jízdenky je možná **pouze v Kč**, buď v hotovosti v sídle Dopravního podniku hl. m. Prahy, akciové společnosti, Sokolovská 217, Praha 9 nebo na účet Dopravního podniku hl. m. Prahy, akciové společnosti před převzetím jízdenek. Pořádající je povinen na tuto jízdenku vyplnit název kongresu a termín konání. Nevyužité jízdenky **se nevrací** ani je Dopravní podnik hl. m. Prahy, akciová společnost nezasílá. Cena paušální jízdenky je stanovena na **55 Kč/den**. (Prague Convnetion Bureau 2016)

Kromě toho hlavní město Praha vyhlašuje i granty v oblasti kongresové turistiky. Níže uvádím zásady pro jejich poskytování.

Granty Města Prahy v roce 2016 v oblasti kongresového turismu

Hlavní město Praha vyhlašuje na základě usnesení rady hl. m Prahy č. 2932 ze dne 1. 12. 2015 **Granty v oblasti kongresového turismu pro rok 2016**. Granty jsou určeny výhradně k podpoře kongresového turismu na území hlavního města Prahy. **Grant může být přidělen pouze kongresům se 700 a více účastníky, kteří současně stráví v Praze minimálně 2 noci a 60% z nich je ze zahraničí.**

Bližší informace:

http://cestovnuruch.praha.eu/jnp/cz/granty_hl_m_prahy/granty_2016/index.html

Lhůta pro podání žádosti 01.01 – 11. 01. 2016

Hlavní město Praha, Magistrát hlavního města Prahy

Odbor kultury, zahraničních vztahů a cestovního ruchu

Zásady pro poskytování grantů hl. města Prahy v oblasti kongresového turismu na rok 2016

I. Obecná ustanovení

Hlavní město Praha vyhláší grantové řízení na podporu asociačních kongresů. Grantové řízení probíhá v souladu se zákonem č. 250/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech územních rozpočtů, ve znění pozdějších předpisů, a zákonem č. 131/2000 Sb., o hlavním městě Praze, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon“).

1. Hlavní město Praha si vyhrazuje právo změnit podmínky grantového řízení, pokud by došlo ke změnám souvisejících předpisů.

- Granty jsou finanční prostředky z rozpočtu hl. m. Prahy, které jsou poskytovány formou dotace na realizaci schválených projektů v působnosti odboru kultury, zahraničních vztahů a cestovního ruchu

- Oblast cestovního ruchu - formou dotace dle ust. § 68 odst. 2 písm. 1), resp. § 59 odst. 3 písm. h) zákona. Jedná se o účelově vázané prostředky, jejichž využití musí korespondovat s ekonomickou rozvahou schváleného projektu.

- Objem finančních prostředků poskytovaných v rámci grantového řízení je limitován celkovým objemem prostředků, které jsou pro tyto účely v daném roce vyčleněny v rozpočtu hl. m. Prahy.

- Obsahové zaměření projektu musí odpovídat oblasti kongresového turismu, v případě nesplnění této podmínky jsou žádosti vyřazeny..

- Předkládané projekty jsou evidovány v centrální databázi „GRANTY Magistrátu hl. m. Prahy“.

- Podání stejného projektu v jiné grantové oblasti na Magistrátu hl. m. Prahy (dále „MHMP“), je důvodem pro nepřidělení grantu.

- Na poskytnutí grantu není právní nárok. Poskytnutí grantu nezakládá automaticky nárok na financování projektu v dalších letech.

- Grant se poskytuje na krytí nákladů (výdajů) spojených s realizací projektu (kongresu) nebo s poskytováním služby. Realizace projektu i poskytování služby musí být v souladu s obecně závaznými právními předpisy.

- Příjemce grantu nesmí finanční prostředky poskytovat jiným právníckým nebo fyzickým osobám.

- Příjemce grantu je povinen postupovat v souladu se z. č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách v platném znění, dojde-li k naplnění podmínek tohoto zákona, zejména ust. § 2 odst. 3.

2. Granty jsou **jednoleté**, na realizaci projektů v době **od 1. 1. 2016 do 31. 12. 2016**, jsou určeny výhradně k podpoře kongresového turismu na území hl. města Prahy.

3. Grant může být přidělen pouze kongresům, které mají 700 a více účastníků, kteří současně stráví v Praze minimálně 2 noci a zároveň 60% z těchto účastníků je ze zahraničí.

4. Výše podpory je stanovena na 250 Kč na účastníka, v celkovém objemu na jednu akci (kongres) maximálně 1 000 000 Kč. Incentivní podpora hl. m. Prahy je kongresům poskytována pouze na uhrazení části či celého finančního nákladu buď na:

a) nájem společenských prostor

nebo na

b) uhrazení uvítacího programu, reprezentujícího HMP

Žádat lze o příspěvek na oba výše uvedené účely avšak maximálně v celkové výši 250 Kč na osobu.

5. Granty v oblasti kongresového turismu jsou poskytovány v režimu „de minimis“ – nařízení Komise (EU č.1407/2013 ze dne 18. 12. 2013 o použití článků 107 a 108 Smlouvy o fungování Evropské Unie na podporu „de minimis“ (Úřední věstník Evropské Unie L 352/1, 24. 12. 2013)- a tato skutečnost je uvedena ve smlouvě. Pokud by poskytnutím grantu u žadatele došlo k překročení limitní částky „de minimis“, schválená finanční podpora nebude poskytnuta resp. Bude poskytnuta pouze do výše „de minimis“.

Příjemce je povinen jednat tak, aby nedošlo k přenosu účinků veřejné podpory na 3. osoby, pokud jsou tyto osoby příjemci veřejné podpory.

6. Pro získání grantu je třeba transparentní účetnictví a nákladová přiměřenost projektu.

7. Doporučení Komise Rady hl. m. Prahy pro udělování grantů v oblasti cestovního ruchu a stanovisko Výboru pro kulturu, památkovou péči, výstavnictví, cestovní ruch a zahraniční vztahy ZHMP jsou výchozími podklady pro další jednání a rozhodování Rady hl. m. Prahy (dále jen „RHMP“) a Zastupitelstva hl. m. Prahy (dále jen „ZHMP“), kterým přísluší dle platných právních předpisů konečné rozhodnutí o udělení či neudělení grantu.

8. V případě udělení grantu je s žadatelem uzavřena smlouva, v níž jsou stanoveny podmínky pro užití a čerpání grantu.

II. Podání žádosti

1. O grant v oblasti kongresového turismu mohou žádat pouze žadatelé - pořadatelé kongresů, které se budou konat na území hl. m. Prahy – tj. obecně prospěšné společnosti, nadace a nadační fondy (fundace) , spolky, zájmová sdružení právnických osob, právnické osoby církví a náboženských společností, vysoké školy, profesní komory, ústavy. Žadatel musí mít vždy **sídlo na území České republiky**, musí být **registrován v souladu s právním řádem ČR** a splňovat všechny zákonem předepsané podmínky pro příslušnou činnost.

Ve zdůvodněných případech, kdy pořadatel dle předchozí věty nemá sídlo na území České republiky a je možné konkrétně prokázat významný ekonomický přínos kongresu pro hl. město Prahu, může žádat i **žadatel - organizátor příslušného kongresu, který musí být registrován v souladu s právním řádem ČR** a splňovat všechny zákonem předepsané podmínky pro příslušnou činnost.

Podání stejného projektu v jiné oblasti podpory na Magistrátu hl. m. Prahy (dále „MHMP“) je důvodem pro vyřazení žádosti o grant

2. Žádosti se podávají na k tomu určených formulářích, které jsou k dispozici v Informačním středisku MHMP, Mariánské nám. 2, Praha 1, dále na Odboru služeb veřejnosti MHMP, Škodův palác – přízemí, Jungmannova 29/35, Praha 1 a také na internetových stránkách: www.praha.eu – sekce: dotace a granty – cestovní ruch – podsekce granty - kongresový turismus.

3. Žádosti se podávají v písemné podobě ve dvou identických vyhotoveních (1 originál + 1 kopie), obě vyhotovení musejí obsahovat úplně vyplněný formulář žádosti a povinné přílohy k žádosti.

4. Ve formuláři musejí být vyplněny všechny rubriky a požadované údaje, a to česky, strojopisem nebo hůlkovým písmem, v případě použití elektronické verze tiskopisu se nesmí měnit znění rubrik. Údaje lze rozvést v přílohách. Všechny údaje uvedené žadatelem ve formuláři musejí být v souladu s příloženými doklady (viz níže odstavec 6 – seznam

povinných příloh). Žádost musí obsahovat, že se jedná o grant v oblasti kongresového turismu a podpis osoby oprávněné jednat za žadatele.

5. Projekt musí obsahovat popis kongresu (včetně názvu a místa konání), jeho rozpočet, počet účastníků, z toho počet zahraničních účastníků, dobu trvání kongresu a na co bude grant použit (uvítací recepce, reprezentující HMP, nájem společenských prostor).

6. K žádosti musí být přiloženy tyto **povinné přílohy**:

- **Příl. č. 1 Podrobný Rozpočet nákladů kongresu**

- **Příl. č. 2 Podrobný Rozpočet příjmů kongresu**

Rozpočet příjmů bude oddělovat vlastní a ostatní zdroje. Za vlastní zdroje se považuje např. zápisné, členské příspěvky, příjem za prodej publikací, propagačních materiálů, apod. Za ostatní zdroje se považují např. dary nadací, nadačních fondů, z podnikatelské sféry, dotace/granty ze státního rozpočtu, dotace/granty ostatní...

Rozpočet, musí být vyrovnaný, tedy náklady mínus příjmy (včetně požadované částky grantu) se rovnají nule.

- **Příl. č. 3 Doklad o právní osobnosti žadatele a oprávnění k podnikání**

Doklad o právní osobnosti a příslušné oprávnění k podnikání musí být k originálu žádosti přiložen vždy v jednom originále ne starším 6 měsíců nebo jednom stejnopise s ověřením jeho pravosti ne starším 6 měsíců

– **obecně prospěšné společnosti** předkládají:

- výpis z veřejného rejstříku (obecně prospěšných společností) ne starší 6 měsíců, a to v originále nebo fotokopii s ověřením její pravosti,

- dále příslušné oprávnění k podnikání, je-li zvláštními předpisy stanoveno – výpis ze živnostenského rejstříku ne starší 6 měsíců, a to v originále nebo fotokopii s ověřením její pravosti ne starším 6 měsíců

- **nadace a nadační fondy** předkládají:

- výpis z veřejného (nadačního) rejstříku ne starší 6 měsíců, a to v originále nebo fotokopii s ověřením její pravosti,

- dále příslušné oprávnění k podnikání, je-li zvláštními předpisy stanoveno – výpis ze živnostenského rejstříku ne starší 6 měsíců, a to v originále nebo fotokopii s ověřením její pravosti

– **spolky** předkládají:

- výpis z veřejného rejstříku (spolkového) ne starší 6 měsíců, a to v originále nebo fotokopii s ověřením její pravosti

- registrované stanovy ve fotokopii s ověřením jejich pravosti ne starším 6 měsíců v aktuálním znění (změny stanov)

- platný doklad o „ oprávnění osoby jednat za žadatele (a to v originále nebo fotokopii s ověřením její pravosti ne starším 6 měsíců). K žádosti se přikládá doklad o volbě příslušného statutárního zástupce, a to v originále nebo fotokopii s ověřením její pravosti ne starším 6 měsíců

- **zájmová sdružení právnických osob** předkládají:

- výpis z veřejného rejstříku (spolkového) ne starší 6 měsíců (a to v originále nebo fotokopii s ověřením její pravosti ne starším 6 měsíců)

- registrované stanovy ve fotokopii s ověřením jejich pravosti ne starším 6 měsíců v aktuálním znění (změny stanov)

- platný doklad o (aktuálním) oprávnění osoby jednat za žadatele (a to v originále nebo fotokopii s ověřením její pravosti ne starším 6 měsíců). K žádosti se přikládá doklad o volbě

příslušného statutárního zástupce, a to v originále nebo fotokopii s ověřením její pravosti ne starším 6 měsíců

- **ústavy předkládají :**

- výpis z veřejného rejstříku (rejstříku ústavů) ne starší 6 měsíců, a to v originále nebo fotokopii s ověřením její pravosti

- dále oprávnění k podnikání, je-li zvláštními právními předpisy stanoveno – výpis ze živnostenského rejstříku ne starší 6 měsíců a to v originále nebo fotokopii s ověřením její pravosti

- **právnícké osoby církví a náboženských společností předkládají:**

• výpis z Rejstříku registrovaných církví a náboženských společností ne starší 6 měsíců, a to v originále nebo fotokopii s ověřením její pravosti,

- **vysoké školy předkládají:**

• platný doklad o (aktuálním) oprávnění osoby jednat za žadatele (a to v originále nebo fotokopii s ověřením její pravosti ne starším 6 měsíců) - jmenování.

- **profesní komory vzniklé na základě zákona předkládají:**

• stanovy ve fotokopii s ověřením jejich pravosti ne starším 6 měsíců v aktuálním znění (změny stanov)

• platný doklad o (aktuálním) oprávnění osoby za žadatele (a to v originále nebo fotokopii s ověřením její pravosti ne starším 6 měsíců). K žádosti se přikládá doklad o volbě příslušného statutárního zástupce, a to v originále nebo fotokopii s ověřením její pravosti ne starším 6 měsíců

- **právnícké osoby zapsané ve veřejném (obchodním) rejstříku (např. společnosti s ručením omezeným, akciové společnosti,...) předkládají:**

• výpis z veřejného (obchodního) rejstříku ne starší 6 měsíců, a to v originále nebo fotokopii s ověřením její pravosti,

• dále oprávnění k podnikání, je-li zvláštními předpisy stanoveno – výpis ze živnostenského rejstříku ne starší 6 měsíců, a to v originále nebo fotokopii s ověřením její pravosti ne starším 6 měsíců

Jedná-li za žadatele jiná osoba než osoba k tomu oprávněná dle předloženého dokladu o právní osobnosti, je nutné dodat ještě

- **Příl. č. 4 Doklad o oprávnění osoby jednat za žadatele.**

V tomto případě je nutné předložit plnou moc udělenou příslušným oprávněným orgánem, resp. oprávněnou osobou, a to v originále nebo fotokopii s ověřením její pravosti ne starším 6 měsíců.

- **Příl. č. 5 Doklad o aktuálním bankovním spojení**

Je nutné doložit buď fotokopii smlouvy žadatele o grant s bankovním ústavem, na které je aktuální číslo účtu nebo doložit potvrzení příslušného bankovního ústavu s uvedením majitele účtu a aktuálním číslem účtu nebo fotokopii výpisu z účtu, kde je majitel účtu a číslo účtu (bez finančních údajů).

- **Příl. č. 6 Vyplněný „Formulář pro vyjádření – občanského sdružení Prague Convention Bureau nebo Pražské informační služby“ s vyjádřením jedné z těchto dvou institucí, který je součástí formuláře žádosti.**

7. Kontaktním místem je **Odbor kultury, zahraničních vztahů a cestovního ruchu MHMP (dále jen „OZV MHMP“)**, oddělení cestovního ruchu, Jungmannova 29/35, Praha 1 (6. patro, kancelář č. 619, 621). Opravy, úpravy a doplňování žádostí je možné na základě konzultace a přípustné nejpozději do konečného termínu pro podání žádostí.

Žádost o grant se žadateli po skončení grantového řízení nevrací.

8. Lhůta na vyhlášení programu je 1. – 31. 12. 2015 a žádosti s veškerými požadovanými přílohami a s označením OZV MHMP - GRANT KONGRESOVÝ TURISMUS lze:

- **zaslat poštou od 1. 1. 2016 tak, aby byly doručeny nejpozději do 11.1.2016** (včetně) na Odbor kultury zahraničních vztahů a cestovního ruchu MHMP, na adresu:

OZV MHMP, Jungmannova 29/35, 110 00 Praha 1

- nebo doručit osobně od 1. 1. 2016 nejpozději do 11. 1. 2016 do 18.00 hod. do podatelny MHMP- Škodův palác, Jungmannova 29/35, 110 00 Praha 1.

9. Žádosti, které budou doručeny po 11. 1. 2016 nebudou posuzovány.

III. Posuzování a schvalování grantu

1. OZV MHMP posoudí všechny žádosti o grant z hlediska splnění veškerých požadovaných náležitostí a úplnosti předepsaných příloh, a to zda žádost byla podána řádně a včas, tj. zejména:

- zda byla podepsána osobou oprávněnou jednat za žadatele

- je formulář žádosti vyplněn řádně ve všech bodech, zda jsou dodány i všechny požadované přílohy a zda byla žádost předložena v předepsaném počtu vyhotovení

- žadatel má vypořádané závazky vůči státním a dalším veřejným rozpočtům, bezdlužnost na daních a na veřejném zdravotním a sociálním pojištění, což je doloženo čestným prohlášením ve formuláři žadatele o grant včetně uvedení závazků vůči hl. m. Praze

- žádost odpovídá obsahovému zaměření kongresového turismu.

Žádosti, které nesplní požadované formální náležitosti budou z dalšího posuzování vyřazeny.

Evidovány budou pouze žádosti podané řádně a včas. Rozhodnutí poskytovatele o vyřazení žádosti nebo neposkytnutí finančních prostředků je konečné.

2. Ze žádostí splňujících všechny požadované náležitosti OZV MHMP zpracuje přehled.

3. Podkladový materiál předloží OZV MHMP Komisi Rady hl. m. Prahy pro udělování grantů v oblasti cestovního ruchu (dále jen „Komise“) zřízené Radou hl. města Prahy a složené ze členů ZHMP, z řad všeobecně uznávaných osobností v oblasti cestovního ruchu, z řad odborníků z navazujících oblastí (ekonomika, marketing, zahraniční vztahy), a dále pak **Výboru pro kulturu, památkovou péči, výstavnictví, cestovní ruch a zahraniční vztahy ZHMP** (dále jen „Výbor“). Komise i Výbor zhodnotí předložené projekty.

4. Poté, co Komise vezme na vědomí žádosti, u kterých nebyly splněny formální náležitosti, OZV MHMP písemně informuje předmětné žadatele, že jejich žádosti byly z dalšího projednávání vyřazeny.

5. Žádosti, u kterých byly splněny všechny formální náležitosti, Komise zhodnotí a doporučí přidělení či nepřidělení konkrétní částky žadateli o grant. Výši navrhovaného grantu stanoví Komise v souladu s bodem I, odstavcem 3 a 4 těchto Zásad a na základě kvality projektu, zpracování žádosti a objemu peněžních prostředků HMP vyčleněných na granty v oblasti cestovního ruchu. Komise svůj návrh dále předloží Výboru, který zaujme své stanovisko.

6. Stanovisko Komise resp. Výboru je předloženo RHMP resp. ZHMP ke schválení. RHMP rozhoduje o poskytování grantů do 200.000 Kč, ZHMP rozhoduje o poskytování grantů nad 200.000 Kč.

7. Výsledky grantového řízení po schválení RHMP resp. ZHMP budou zveřejněny na internetových stránkách www.praha.eu – sekce Granty. Podané žádosti o grant se nezveřejňují.

8. Po rozhodnutí RHMP resp. ZHMP o grantech jsou všichni žadatelé o této skutečnosti informováni prostřednictvím internetových stránek HMP. Neschválení grantu nezakládá žadateli nárok na finanční náhradu za vynaložené náklady spojené s podáním žádosti. Se

žadateli, kterým grant schválen byl, se uzavře smlouva. Po schválení rozpočtu HMP pro daný rok a vyčlenění objemu účelových finančních prostředků pro grantové řízení a po schválení výše poskytnutého grantu Radou HMP (popř. Zastupitelstvem HMP) připraví odbor OZV MHMP smlouvu podepsanou žadatelem, kterému byl grant přidělen. Za HMP podepíše smlouvu příslušný radní HMP.

IV. Poskytnutí grantu

1. Pro grantové řízení v oblasti Kongresového turismu pro rok 2016 je v rozpočtu OZV MHMP, cestovní ruch vyčleněno 10 000 000 Kč. Po schválení výše poskytnutého grantu RHMP (resp. ZHMP), připraví OZV MHMP smlouvu podepsanou subjektem, kterému byl grant přidělen. Za hl. m. Prahu smlouvu podepíše příslušný člen Rady hl. m. Prahy.

2. Žadatelé, kterým je grant schválen, jsou do 30 kalendářních dnů od schválení grantů vyzváni k podpisu smlouvy. Smlouva bude mj. obsahovat podmínky pro užití a čerpání grantu.

3. Poskytnutí schváleného grantu je vázáno na rozhodnutí RHMP či ZHMP a dále na uzavření smlouvy. Předpokladem je vypořádání pohledávek hl. m. Prahy vůči žadateli za předchozí období ke dni podání žádosti o grant. Grant nelze přidělit žadatelům v případě nevyřešeného vyúčtování jakýchkoli finančních prostředků přidělených z rozpočtu hl. města Prahy ani jiných veřejných rozpočtů nebo v případě nevypořádaného dluhu na veřejném zdravotním či sociálním pojištění.

Vypořádání všech pohledávek žadatel potvrzuje v čestném prohlášení, které je součástí formuláře žádosti o grant.

4. Smlouva mezi poskytovatelem grantu a příjemcem grantu je opatřena doložkou dle ust. § 43 zákona č. 131/2000 Sb., o hlavním městě Praze, ve znění pozdějších předpisů.

5. Grant poukáže poskytovatel příjemci na jeho účet uvedený v záhlaví smlouvy do 30 dnů od podpisu smlouvy oběma smluvními stranami.

V. Závěrečná ustanovení

1. Příjemce grantu odpovídá za hospodárné použití finančních prostředků v souladu s účelem/účely, pro které byly poskytnuty. Příjemce grantu je povinen účtovat čerpání přidělených finančních prostředků odděleně na samostatných analytických účtech nákladů nebo vést poskytnutý grant odděleně v účetní evidenci, popř. vést samostatný peněžní deník pro přidělený grant, a vést účetnictví řádně v souladu s platným právním předpisem¹. Příjemce grantu je povinen grant řádně vyúčtovat k 31. 12. 2016 a vyúčtování předat OZV MHMP nejpozději k 31. 1. 2017 (spolu se závěrečnou zprávou o realizaci projektu).

2. Jestliže příjemce není schopen projekt realizovat, je povinen oznámit tuto skutečnost písemnou formou OZV MHMP, nejpozději 30 dnů od zjištění této skutečnosti.

3. V případě porušení povinností stanovené právním předpisem, touto smlouvou nebo předpisem EU neoprávněného použití či zadržení dotace je příjemce povinen provést odvod za porušení rozpočtové kázně, příp. část v rozsahu tohoto porušení, do rozpočtu hl. m. Prahy dle ust. § 22 zákona č. 250/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech územních rozpočtů. Příjemce se zavazuje vrátit poskytovateli dotaci popř. její alikvotní část bez zbytečného odkladu v případě nerealizace nebo předčasného ukončení projektu do 31. 1. 2017. V případě prodlení s jejím vrácením je příjemce povinen uhradit poskytovateli penále dle ust. § 22 zákona č. 250/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech územních rozpočtů, a to na účet hl. m. Prahy č. 5157998/6000, specifický symbol 0704 (jako variabilní symbol uvést své IČO/RČ).

4. Příjemce grantu se zavazuje na všech propagačních materiálech či jiné realizaci schváleného projektu vždy uvádět hlavní město Prahu jako poskytovatele grantu a název dotačního titulu, zároveň se zavazuje zajistit důstojné podmínky reprezentace HMP na podporovaném projektu. Přidělení grantu nezakládá oprávnění k užití znaku hl. m. Prahy.
5. Příjemce je povinen v případě změny adresy, jiných údajů, které byly obsaženy v projektu, na něž byla dotace poskytnuta či jiných skutečností, které mají vliv na realizaci schválených projektů nebo služeb, oznámit tyto změny písemně OZV MHMP-oddělení cestovního ruchu do 14 dnů ode dne, kdy k této skutečnosti došlo. Současně je příjemce povinen, je-li příjemcem právnická osoba a v době účinku smlouvy dojde k její přeměně nebo zrušení s likvidací, oznámit neprodleně tuto skutečnost písemně OZV MHMP oddělení cestovního ruchu do 14 dnů ode dne, kdy k této skutečnosti došlo, přičemž práva a povinnosti z této smlouvy přecházejí na nově vzniklou právnickou osobu nebo se stanou předmětem likvidace. Tato povinnost se vztahuje o ke změnám v souvislosti s nabytím účinnosti zákona č. 89/2012, občanský zákoník.
6. Příjemce grantu je povinen na žádost poskytovatele bezodkladně písemně poskytnout požadované doplňující informace související s poskytovanými službami nebo související s realizací projektu.
7. Poskytnutí grantu v daném kalendářním roce, jakož i jeho případné nečerpání nebo nedočerpání v plné výši, nezakládá nárok příjemce grantu na poskytnutí grantu v následujících letech.
8. V případě, že příjemce je plátcem DPH, není oprávněn hradit ji z grantu. Toto omezení se nevztahuje na DPH u výdajů příjemce, které vynaloží s plněním, které je z hlediska DPH osvobozeným plněním nebo není zdanitelným plněním. Plátcí DPH předloží spolu s vyúčtováním grantu doklad o registraci k platbě DPH, pokud tak neučiní, má se za to, že plátcem DPH není. (Zákon č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů)
9. Použití grantu HMP podléhá veřejnosprávní kontrole nakládání s poskytnutým grantem, tj. S veřejnými prostředky. Žadatel bude smlouvou zavázán, že vytvoří poskytovateli – hl. m. Praze - podmínky k provedení této kontroly v souladu se zákonem č. 320/2001 Sb., o finanční kontrole ve veřejné správě a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů, a poskytne k tomuto účelu veškerou potřebnou dokumentaci, včetně účetních, finančních a statistických výkazů, hlášení a zpráv, a to kdykoliv po dobu trvání projektu, na který je poskytnut grant a dále po dobu 5 let od konečné realizace celého projektu, po kterou je příjemce povinen dle § 31 odst. 2 písm. b) a c) zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů, uchovávat účetní doklady a záznamy.
10. Příjemce grantu je povinen umožnit zástupcům OZV MHMP průběžně sledovat realizaci projektu a k tomuto účelu jim na základě jejich požadavku umožnit volnou účast na akcích, na které je, popř. bude grant použit.
11. Na poskytnutí grantu není právní nárok. **Příjemce grantu hl. m. Prahy nemůže na tentýž grantem podpořený projekt požadovat finanční podporu hl. m. Prahy jinou formou.**
12. Hl. město Prahy neodpovídá za závazky žadatele vzniklé organizační přípravou a realizací projektu.
13. Podané projekty včetně příloh OZV MHMP nevrací (Hlavní město Praha 2016)

Doporučení pro Královéhradecký kraj:

- Finanční podpora organizátorům MICE akcí nad 300 - 500 osob

3.1.2. Multimediální prezentace

a) Tisk a online

Zdrojový trh - Česká republika

Doporučení:

- Zaměření na obchodní klientelu, např. Komora, Ekonom, Euro
- TTG MICE, Czech Convention Catalogue
- Specializované časopisy zaměřené na cestovní ruch, např. COT, TTG, Czech Travelogue
- Odborný časopis – MICE Central Eastern Europe (MICE ve Střední Evropě)
- Spolupráce s firemním portálem www.FiremniAkce.cz

Zdrojový trh - Polsko

Doporučení:

- MICE Poland

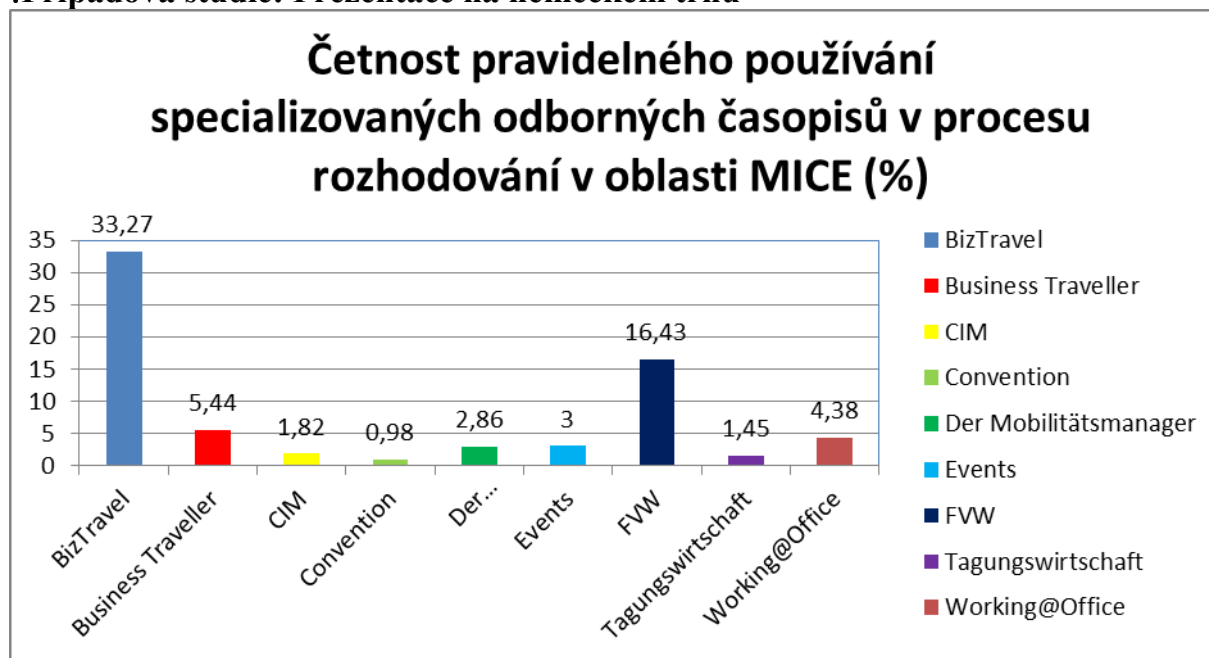
Zdrojový trh - Slovensko

Doporučení:

- Zaměření na obchodní klientelu, např. Zisk manažment

Vzhledem k tomu, že německý trh kongresové a incentivní turistiky je považován za největší zdrojový trh MICE v Evropě uvádím možnosti zacílení Královéhradeckého kraje na konkrétní cílové skupiny podrobněji.

!Případová studie: Prezentace na německém trhu



(BizTravel Reader Survey 12/2014)

Vybrané časopisy a příklady rozdělení prezentace dle cílových skupin:

Cílová skupina: Korporátní klientela

Časopis: BizTravel

Cílová skupina: Organizátoři konferencí a eventů (meeting planners)

Časopis: Tagungswirtschaft

Cílová skupina: Organizátoři a návštěvníci veletrhů

Časopis: M+A Report

Cílová skupina: Organizátoři MICE akcí

Časopis: Convention International

Cílová skupina: Konference a incentívni turistika

Časopis: CIM

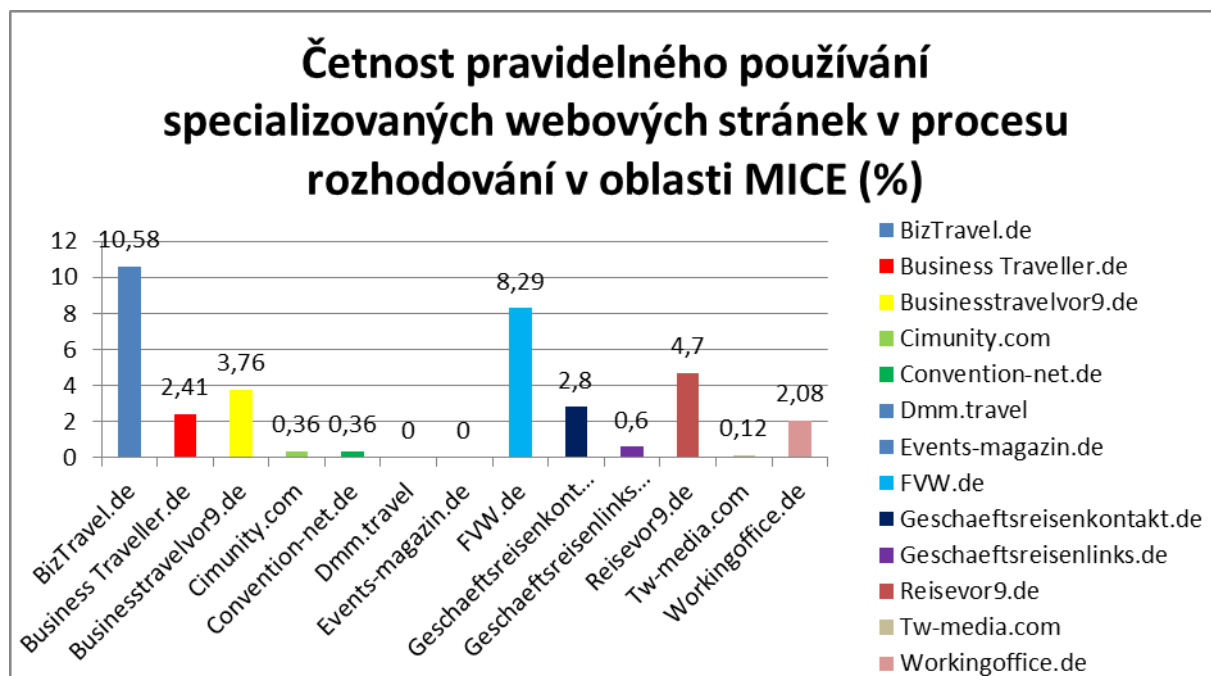
Cílová skupina: Spolky

Časopis: Verbändereport

Online

Cílová skupina: Organizátoři MICE a business travel s rozhodovacími pravomocemi

BizTravel.de – nejpopulárnější německá online platforma s každodenními novinkami zaměřená na korporátní a MICE klientelu, Visitors (month) 40 878, Average no. of page impressions per month: 125 000, Newsletter subscribers: 6 300



(BizTravel Reader Survey 12/2014)

!Případová studie: Časopisy Tagungswirtschaft a BizTravel

tagungswirtschaft
 THE GLOBAL MAGAZINE FOR MEETING PROFESSIONALS | www.tw-maga.com
 Oktober 2013 | 37. Jahrgang | D3285

LIONS CONVENTION
Gekämpft wie ein Löwe
 Für Matthias Rieger bedeutet der größte jemals in Hamburg stattgefundenen Kongress Höhe- und Schlusspunkt seines Berufslebens.



KEYNOTE
DIGITAL & SOCIAL MEDIA
 Die Digital Natives sind auf dem Vormarsch. Für die Tagungsbranche ist das der Beginn eines riesigen Umwälzprozesses.

„Unsere Welt ist ein Smartphone“

Blogs
 Foren
 Facebook



STUTTGART UND REGION
Tunnelbau mit Tücken
 Baustelleneinsichten zum Großprojekt Stuttgart 21 sind Herzstück einer Tagung von Tunnelbau-Experten.

DUBLIN UND UMGEBUNG
Meetings mit „craic“
 Das Besondere an Irland sind die Menschen. Denn ohne ihren Humor wäre auch das schönste Schloss nur Kulisse.



Nr. 3 - Juli/August 2014 • 4,80 Euro • www.biztravel.de

BizTravel
 GESCHÄFTSREISEN BESSER PLANEN UND EINKAUFEN

W-LAN
 Gratis surfen im Hotel

VOR-ANALYSE 2014
 Mehr Reisen, neue Aufgaben

JEKATERINBURG
 Geschäftsreise in den Ural

DOSSIER
 Online buchen – für wen lohnt es sich?

FLUGHAFEN-LOUNGES
Ruhe vor dem Flug
 Auf Geschäftsreise ist es ein Ärgernis, aber häufig unvermeidbar: das Warten auf den Flug. In den neuen Lounges lässt sich die Zeit angenehm gestalten.



!Případová studie: Jihočeská centrála cestovního ruchu – South Bohemia Convention Bureau

Prezentace na německém trhu v časopise BizTravel – cílová skupina korporátní klientela

MICE+More

Böhmisches Impressionen
 TSCHECHIEN - Unberührte Landschaften, malerische Städtchen und imposante Burgen prägen die Region Südböhmen. Gezielt wird sie um MICE-Kunden.

TEXT: OLIVER GRAJE

Einmal um die Welt führt die Besucher 200-Meter unter die Erde, darüber, wo einst der wägenreife Kavalier die böhmischen Hochenergie-thermo-gewinnung und reines böhmisches Quellwasser „Story of Budweiser Beer“ heute die multimediale Ausstellung im Besucherzentrum der Brauerei, samt Holzschnitten, 3-D-Filmen, virtuellen Erlebnis- und Erklärern – und natürlich Kostproben. Dabei ist die Brauerei unterhalb der Erde nur ein Teil, mit dem die Brauerei verbunden. Die gesamten Anlagen rund um ihre Hauptstadt Budweis sind ein beeindruckendes, modernes Stadtbild und traditioneller Lebensart MICE-Veranstaltungen anzuordnen. Tatsächlich stellt die Landschaft in der extrem dünn besiedelten Region eines der schönsten Beispiele der Bioenergie über die Strassen und ebenso ein Erlebnis wie Wellness, Strandurlaub in den Wäldern oder die Brauerei romantischer Burgen und Schlösser. Die historischen Stadtkerne von Budweis und Krumau (Český Krumlov) sowie Hluboká (Hluboký) als mittelalterliche Stadtkerne sind nicht zuletzt die Hauptattraktionen der Region. Aber auch die Schlösser in Krumau und Frauentberg (Hluboká) zählen zu den schönsten in Europa und bieten Platz für Events. Dabei verfügt die nur wenige Kilometer von der deutschen und österreichischen Grenze entfernte Region länger über moderne MICE-Infrastruktur.

BUDWEIS (České Budejovice)
 Die mit knapp 100.000 Einwohnern größte Stadt Südböhmens ist vor allem durch ihre 1895 gegründete Brauerei bekannt. Eine Führung durch das aufwendig gestaltete Besucherzentrum ist sehr zu empfehlen. Das Ende genügt man der Bierbrauerei das spezielle Kabinett Lagerhaus des sogenannten „Beck“ mit Brauereipanne. Mail: ekv@budweis.cz; Internet: www.budweis.cz

STADT UND SCHLOSS KRMAU (Český Krumlov)
 Das Schloss ist der eck der Prager Burg zweitgrößte historische Anlage in Tschechien. Stolz liegt es über die kleine Stadt Krumau, die als UNESCO-Weltkulturerbe geschützt ist. Die altstädtliche Architektur aus der Renaissance und Barockzeit, die erhalten verblieben ist, verbindet sie mit dem Schloss. Neben dem malerischen Ensemble, wie eine Perle ist Krumau, das bis 1945 auch von Deutschen bewohnt war, zwischen böhmischer Grenze, sondern auch die langgegründete Wein- und Speisekellerei aus dem 18. und 19. Jahrhundert das im sogenannten Südböhmischen Brauereibereich verorteten Dr.

SCHLOSS FRAUENBERG (Hluboká)
 „Der wahr gewordene Traum einer schönen Frau“ so nennt die von dem 12. Jahrhundert von den böhmischen Königen erbauten Wachtburg Frauenberg (Hluboká) für sich. Zu einem prachtvollen Renaissance-Schloss wurde sie erst ab 1742 vom Adelsgeschlecht der Herren von Neuhaus umgebaut, später von dem Schwarzenberg zu einer Barock- und Neogotik Anlage. Vorlad war das Königsschloß von Wladislaw, Geort für Führungen (Bauerngruppen), Events, Empfänge und Dinner. E-Mail: hlubok@hokp.cz; Internet: www.hlubok.cz

HOLLSCHWITZ (Hlolašovice)
 Eine ohne Zweifel höchst interessante architektonische Gemis, sondern auch die langgegründete Wein- und Speisekellerei aus dem 18. und 19. Jahrhundert das im sogenannten Südböhmischen Brauereibereich verorteten Dr.



Hluboká: Gärten vom Schloss

KLOSTER HOHENFURTH (Vyšší Brod)
 Nur wenige Kilometer vom österreichischen Ort Bad Leonfelden entfernt liegt die Zisterzienserkloster Hohenfurth (Vyšší Brod), seit dem 11. Jahrhundert ein geistliches und kulturelles Zentrum Südböhmens. Seit dem Ende des Kreuzzuges 1389 wird das klostertliche Leben dort wieder aufgelebt. Auf der Führung durch die Anlage und teilweise auch Teilnahmen an Orgelkonzerten, am Gottesdienst und am Chorgesang der Mönche möglich. Internet: www.kloster-vysibrod.cz

BAUWIPPELFAD LIPNO
 Nur aus einer anderen Perspektive erfahren: Tschschenscher Baumwipfeldfad rund um den Lipo-See umgeben von spanischer Weite Wäldern über dem System Wald. Der 675 Meter lange Steg endet auf der Plattform eines 40 Meter hohen Aussichtsturms – mit einem Panoramablick über die Böhmerwald und Bergland. Auf dem Besucherzentrum sind 12 Meter langer Aufzüge, Incentives, Teambuilding. Kontakt: www.lipno.cz

Wichtiges in Kürze
ANKER: vom Flughafen Prag ca. 160 km (ca. 2 Stunden Fahrtzeit) mit dem Auto, vom Flughafen München 270 km (ca. 3 Stunden) Stadt und Region (Hohenfurth) ca. 130 km.
NOTIZ: große Auswahl an allen Störungsarten, hoch über die gelagerten Panoramablick über dem System Wald. Die alle Tagungsplätze direkt beim Touristenzentrum Südböhmen (Bauerngruppen) sind, die das größte Hotel in ganz Südböhmen (Bauerngruppen) in der Region, das Hohenfurth (Hohenfurth) über das Hluboká.
MICE: klassische (Hotel) und viele ungewöhnliche Locations für Meetings, Events, Empfänge und Dinner. Eine in besonderen Gebäuden, Außen- und in Berg-/Hohenfurth (Hohenfurth) (Hohenfurth).
MEDIA: Südböhmische Tourismuszentrale (South Bohemia Convention Bureau) in Zámčok (Hluboká) 35212 CZ, 370 76 Česká Budejovice Tel: +420 387 202 283 info@sbccz.cz www.southbohemiaconvention.com

Schönes Südböhmen
 Ihr Ziel Nr. 1 für Meetings und Incentives in Tschechien

Südböhmische Tourismuszentrale South Bohemia Convention Bureau
 Zámčok (Hluboká) 35212 CZ, 370 76 Česká Budejovice
 Tel: +420 387 202 283 info@sbccz.cz
www.southbohemiaconvention.com



(BizTravel 04/2015)

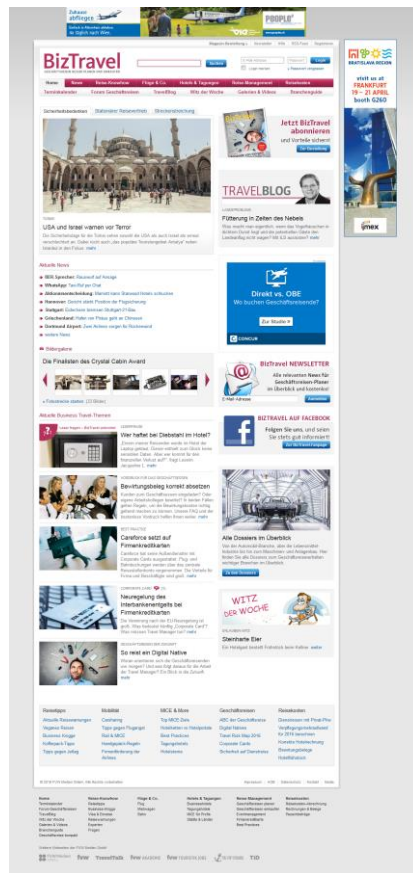
!Případová studie: Frankfurt Convention Bureau

Prezentace v časopise Tagungswirtschaft – cílová skupina organizátoři MICE akcí



!Případová studie: Bratislava Convention Bureau

Akvizice MICE agentur a korporátních klientů na expozici v rámci veletrhu IMEX Frankfurt
Online prezentace na Biztravel.de a na smartphonech MobileBiztravel.de



b) Rozesílání pravidelných newsletterů s novinkami z oblasti MICE v Královéhradeckém kraji

Doporučení:

- Rozesílání newsletteru Hradec Králové Region Convention Bureau

!Případová studie: Prague Convention Bureau

Periodicita rozesílání: 1x 2-3 měsíce

Newsletter obsahuje následující novinky:

- Informace o konání velké mezinárodní akce (Meeting&Incentive Forum)
- Vytvoření mobile app pro organizátory konferencí
- Novinky od partnerů Prague Convention Bureau (Pražské letiště)
- Nové dopravní spojení (letecké spojení s Čínou)
- Personální změny v hotelech členů Prague Convention Bureau
- Praha jako destinace se zájmem o trvale udržitelný rozvoj (v uvedeném případě zavádění nové ekologické dopravy)
- Kalendář akcí (Convention Calendar)
- Seznam členů Prague Convention Bureau s odkazem na jejich nabídku

Podobného typu zpráv se může týkat i newsletter Hradec Králové Region Convention Bureau.

V newsletteru Prague Convention Bureau nechybí ani marketingové zviditelnění jednoho ze členů (Sheraton Prague Charles Square Hotel) formou reklamy. Tímto způsobem zviditelnění a to nejen v rámci reklamy v newsletteru, ale i v rámci jiných marketingových aktivit Hradec Králové Region Convention Bureau lze nastavit výši členského poplatku, jak je např. i u Prague Convention Bureau. (Platinum, Gold, Silber)



Newsletter of Prague Convention Bureau

AUGUST 2016

PCB's future event.

Meeting & Incentives Forum in Autumn in Prague

MEETING & INCENTIVE
FORUMS

Prague will be the host city of the next European Meeting & Incentives Forum (M&I Forum), which will take place between September 26 and September 30, 2016, in the Hilton Hotel Prague. Over two days, 25 one-to-one pre-scheduled meetings will be conducted, alongside cocktail receptions, gala dinners and networking activities. Prague Convention Bureau is a partner of the event.

[More >](#)

What is happening in Prague

Prague Introduces Mobile App for Meeting Planners



Prague Convention Bureau in cooperation with C.O.T. media publishing house and with the support of Prague City Tourism launched a mobile app to help meeting planners explore Prague congress opportunities. "Prague Meeting Planners' Guide" app is available for smartphones with Android, iOS and Windows Phone operating systems free of charge.

[More >](#)

Did you know that...

... Modernized Terminal 1 Opened at Prague Airport



The Prague Airport officially opened the modernized hall of the Terminal 1 with a brand new Prague City Tourism Visitor Centre and Mattoni Bar. Changes in the interior are part of a long-term project called "Changing airport for you", which aims to make the airport environment more enjoyable and improve services.

[More >](#)

... China Eastern Airlines Launched Its First Direct Flight to Central Europe



China Eastern Airlines launched its first direct flight from Shanghai to Prague at Prague Airport. The direct flight to Prague is the third new international flight connection of China Eastern Airlines from Shanghai Hongqiao airport. The flights between Prague and Chinese capital will be operated three times a week.

[More >](#)



... Marek Páleník Appointed as the New General Manager of Vienna House Diplomat Prague



As of 1 August 2016, Marek Páleník is the new General Manager of Vienna House Diplomat Prague, the 4-star conference hotel in Prague 6 - Dejvice. Kateřina Lenková from Diplomat will replace him as the Resident Manager of andel's and angelo Prague.

[More >](#)

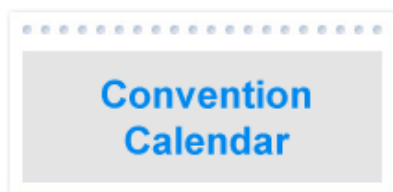
... Tourist Will Be Able to Use Ecological Buses in Prague from the Beginning of July



For the first time in July the incoming agency Prague Bus Tours, operating within the group Vega Tour, starts taking foreign tourists on trips out of Prague and around the Czech Republic. The brand new eco-friendly buses EURO 6 will provide tourists with Internet access via Wi-Fi and the pick-up and drop-off at the hotel.

[More >](#)

11. 09. 2016 - 15. 09. 2016



12th European Congress on Epileptology

[DETAIL](#)

Members

Ice-cream Show by Zátiší Catering!



What's not to love about ice cream in summer? It is refreshing, cools us down and makes us happy.... It will be the sweet icing on the cake of a party under the open sky. **Forget scoops, Ice-Pan is this summer's hit!** Zátiší Catering presents this unique feature at its events. A chef creates fresh ice-cream right in front of guests based on their choices and serves it rolled up and seasoned to order.

[More >](#)

(Prague Convention Bureau newsletter August 2016)

c) Vytvoření event aplikace MICE akcí v Královéhradeckém kraji

„Connectivity is king“ („Stále propojení moderními technologiemi je klíčové“) To je jeden z nejdůležitějších požadavků organizátorů MICE akcí a jejich účastníků. Úspěšné MICE destinace se aktivně přizpůsobují tomuto trendu. Pokud i Královéhradecký kraj chce minimálně v středoevropském měřítku patřit mezi moderní a inovativní MICE destinace, je vytvoření event aplikace MICE akcí jednou z priorit. Jako příklad uvádím podobnou event aplikaci vytvořenou Gdaňsk Convention Bureau.

!Případová studie: Gdansk Convention Bureau

Zajímavým příkladem využití moderních technologií při organizaci kongresové a incentivní turistiky je vytvoření GCBevent App, kterou vytvořilo Gdaňské convention bureau. GCBevent je první v Polsku inovativní smartphone app vytvořený pro eventy (kongresy, konference, workshopy, výstavy atd.). Gdaňské Convention Bureau ho nabízí zdarma organizátorům eventů v Gdaňsku a okolí.



GCBevent je k dispozici pro operační systémy: iOS (iPhone), Android, BlackBerry and Windows Phone v polštině a angličtině. Systém se skládá z CMS a mobile app.

Obsah:

- Seznam delegátů, přednášejících (propojení se sociálními sítěmi: Facebook, LinkedIn a Twitter)
- Program konference (seznam přednášek, informace o přednášejících, místo přednášek, čas)
- Osobní program (možnost naplánovat si svůj vlastní program MICE akce)
- Informace o místě konání (dostupnost, plán místa konání)
- Časový plán transferu, informace o veřejné dopravě, taxi
- Prostor pro sponzory – možnost soutěží nebo kvízů
- Hodnotící dotazník po skončení akce

GCBevent využili účastníci např. Blog Fórum Gdaňsk, Maritime Systems and Maritime Technology Fairs nebo Transport week.

Bližší informace: www.gdanskconvention.pl nebo www.gcb.event.com
(Gdansk Convention Bureau 2016)

d) Aktivní činnost na sociálních sítích

V současné době hrají sociální sítě zcela nezbytnou roli v marketingové komunikaci úspěšné MICE destinace. Na základě průzkumu mezi významnými convention bureau navrhuji založení účtu a pravidelnou přítomnost na následujících sociálních sítích.

Doporučení:

- Facebook
- Twitter
- LinkedIn
- Slideshare
- Flickr
- Youtube
- Foursquare
- Instagram
- Pinterest
- Xing
- What s up
- Google +

Dle srovnání uvádím přítomnost lídra v kongresové a incentivní turistice v České republice – Prague Convention Bureau a jeho aktivitu na sociálních sítích:

!Případová studie: Prague Convention Bureau na sociálních sítích:

- Facebook
- Twitter
- Youtube
- LinkedIn
- Instagram

Jako klíčovou literaturu pro efektivní prezentaci na sociálních sítích v oblasti MICE s mnoha úspěšnými příklady doporučuji „**Social media for meetings**“ vydanou mezinárodní asociací kongresů a konferencí ICCA

e) Další multimediální aktivity v oblasti marketingu

- Pravidelná aktualizace MICE webové stránky **www.micehkregion.cz**
- Vytvoření videospotu se zaměřením na MICE v Královéhradeckém kraji
- Vytvoření Business blogger group
- Mobilní prezentace na dopravních prostředcích, např. Student Agency – linka do Varšavy
- Direct mailing
- Organizace tiskových konferencí
- PR marketing

3.1.3. Účast na veletrzích a prezentačních akcích

Mezi doporučené prezentační akce a veletrhy patří pro Hradec Králové Region Convention Bureau v České republice účast na **Trend Event Praha** a **Event Day v Praze a Brně**.

Doporučení účasti v České republice:

Trend Event Praha
Event Day Prah, Brno

Trend Event vznikl jako podpůrný projekt portálu FiremníAkce.cz, který umožňuje osobní setkávání a networking v oblasti pořádání eventů. Jedná se o B2B setkání event manažerů, organizátorů incentivních programů, konferencí a korporátních akcí s dodavateli programů a služeb, hoteliéry a dalšími aktéry MICE. Součástí setkání tvoří kromě veletržní části s expozicí vystavovatelů, odborné konference s panelovými diskusemi, přednáškami a workshopy. (Portál Firemníakce.cz 2016)

Bližší informace: **www.trendevent.cz**

Top zahraniční veletrhy zaměřené na kongresovou a incentivní turistiku

IMEX, Frankfurt, 19 - 21 duben 2016 (**www.imex-frankfurt.de**)
The Meeting Show, London, 14 - 16 červen 2016 (**www.themeetingsshow.com**)
IMEX America, Las Vegas, 18 - 20 říjen 2016 (**www.imexamerica.com**)
IBTM World, Barcelona, 29 listopad - 01. prosinec 2016 (**www.ibtmworld.com**)

Doporučení účasti v zahraničí:

Účast na veletrhu IMEX Frankfurt. Od roku 2018 vyzkoušet i účast na veletrhu IBTM World Barcelona. Dle výsledků, rozhodnout o další účasti.

Pro představu a srovnání uvádím účast Vysočina Convention Bureau na oborových akcích v roce 2016

!Případová studie: Vysočina Convention Bureau na oborových akcích 2016

Veletrh MITT Moskva 2016 (22. – 26. 3. 2016)

Trend Event Praha (27. 4. 2016)

Event Day Brno

MICE workshop Corps Touristique Vídeň

(Vysočina Convention Bureau 2016)

Kromě veletrhů jsou efektivními způsoby prezentace na zahraničních trzích i workshopy. Velice vhodnou a doporučenou příležitostí zviditelnění a oslovení konkrétních cílových trhů (Skandinávie, Pobaltí, Německo, Polsko, ale i další země) zmíněných v úvodu návrhové části je pro Hradec Králové Region Convention Bureau účast na workshop **Convене ve Vilnius**. Bližší informace uvádím níže v případové studii.

Doporučení účasti na workshopu v zahraničí: Convене Vilnius

!Případová studie: Worshop Convene Vilnius (Litva)



Vize – Vytvoření významného místa pro setkávání kongresové a incentivní turistiky v Baltických zemích

Komu je určen – Každoroční dvoudenní event pro mezinárodní, litevské a regionální zástupce kongresové a incentivní turistiky – národní a mezinárodní event

Formát – Předem naplánovaná a potvrzená obchodní setkání „face to face“ s litevskými a mezinárodními nákupčími a organizátory akcí kongresové a incentivní turistiky

Model – Public – Private - Partnership – event je organizován ve spolupráci státního a soukromého sektoru

Počet účastníků: 1000

Počet vystavovatelů: 87 vystavovatelů z 10 zemí

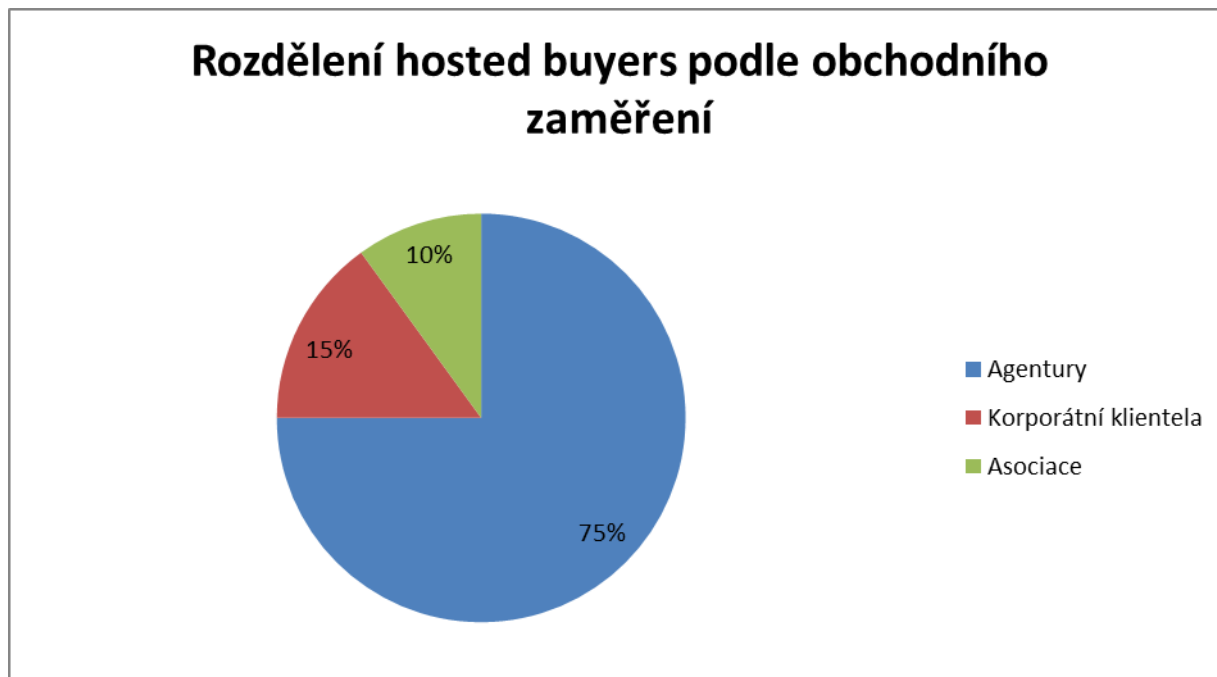
Počet pozvaných hosted buyers (MICE agentury, korporátní klientela, asociace): 170 hosted buyers z 27 zemí světa

Celkový počet odborných schůzek B2B: 3600 schůzek B2B

Procentuální zastoupení hosted buyers podle zemí

Velká Británie 15%, Německo 14%, Benelux 10%, Polsko 9%, Skandinávie 8%, Rusko 8%, Francie 7%, Ukrajina 5%, Itálie 3%, Rakousko 3%

Rozdělení hosted buyers podle obchodního zaměření



Příklady účastníků Convene z řad korporátních hosted buyers:

Microsoft, Siemens, Burger King, Deutsche Bank Polska, HRG, American Express, Groupe Renault, World Psychiatric Association, Daiichi-Sankyo, Amway, International Cablemakers Federation

Úspěch workshopu Convene je založen na skvělé organizaci a úspěšné spolupráci partnerů v destinaci. (Convention Bureau, Město, Ministerstvo, Hotely, MICE agentury, partneři z oblasti průmyslu a obchodu). Jde o vzorový příklad i pro potenciální spolupráci partnerů při organizaci vlastního workshopu Královéhradeckého kraje v oblasti MICE. Hotely v destinaci dávají, např. pro hosted buyers určité omezené množství volných ubytovacích kapacit k dispozici zdarma, letecká společnost volné nebo zlevněné letenky, město volné prostory pro slavnostní recepci na hradě ve Vilniusu atd. Ideální spolupráce partnerů je navíc doplněna o vysoký ohlas celé akce v médiích. Finanční prostředky zde nejsou vynaloženy na propagaci v tisku nebo v novinách, nýbrž se jedná opět o vzorový příklad založený na mediálním partnerství s vedoucími mezinárodními vydavatelstvími. Níže uvádím podrobnosti.

Systém partnerství

Organizátoři – Vilnius Convention Bureau, Kennedy Integrated Solution

Hlavní partneři – Město Vilnius, Ministerstvo Ekonomiky Republiky Litva

Organizační partneři – Litexpo, Baltic Travel Group, West Express

Sponzoři – BHRS, Turkish Airlines, Penki TV, Doyuk, Elit Event Baltic, IDW Esperanza Resort, Vilnius City Tour

Partnerské hotely – Artin, Holiday Inn, Kempinski Hotel Cathedral Square, Novotel, Moon Garden, Radisson Blu Royal Astorija Hotel, Radisson Blu Hotel Lietuva Vilnius, Comfort Hotel

Partneři z oblasti průmyslu a obchodu – Lithuanian Airports, Lufthansa, Air Baltic, ICCA, TMF, ACTE Russia, Lithuanian State Department of Tourism under the Ministry of Economy, MPI, Uniceo, IAPCO, ACE M.I.C.E Exhibitions, Meetings show

15 mezinárodních mediálních partnerů

Tagungswirtschaft, CIM, TMF (Německo), Meetings, International Meetings Review, CMW, HQ-the association magazine, Tourism around the world, MICE Poland, Meetingplanner.pl, Buying business travel Russia, Tio.by, MIM-the European corporate magazine, Turizmus kft

Celková mediální hodnota výstupů v letech 2013 – 2016 : 430 000 Euro

Zajímavostí je, že i organizace fam-tripů pro MICE organizátory po absolvování workshopu je dílem partnerství. Společně se na něm podílejí nejen Vilnius Convention Bureau, ale Kaunas Convention Bureau (Litva), Riga Convention Bureau (Lotyšsko), Tallinn Convention Bureau (Estonsko) a Helsinky Convention Bureau (Finsko). (Convене 2016)

Bližší informace: www.convене.lt

3.1.4. Členství v domácích a mezinárodních organizacích

Dalším efektivním způsobem úspěšného marketingu je členství v domácích a mezinárodních organizacích. Mezi nejprestižnější světové organizace v oblasti kongresové a incentivní turistiky patří:

ICCA www.iccaworld.com (International Congress and Convention Association)

Mezinárodní asociace kongresů a konferencí nebo také Mezinárodní kongresová asociace byla založena roku 1963 v Amsterdamu a v současné době má více jak 900 členů z 87 zemí světa. Členy jsou zejména kongresová centra a profesionální kongresoví organizátoři (PCO). Cílem této asociace je koordinace mezinárodních akcí a kontrola dodržování etických zásad při jejich organizaci. Dále také na svých webových stránkách informuje o připravovaných akcích a spravuje databázi členů a jejich akvizici.

SITE www.siteglobal.com (Society for Incentive Travel Excellence) Tato mezinárodní nezisková organizace, v českém překladu Společnost pro incentivní cestovní ruch, byla založena v roce 1973 a své sídlo má v Chicagu. Její hlavní zaměření spočívá v rozvoji této formy cestovního ruchu. Jejími členy jsou organizátoři a poskytovatele incentivních programů.

UIA www.uia.org (Union of International Associations) Unie mezinárodních asociací byla založena v roce 1907 se sídlem v Bruselu. Její hlavní činností je sběr dat a informací a následné analýzy v oblasti průmyslu cestovního ruchu.

(Starostová 2012)

K dalším významným se řadí i následující organizace:

- MPI Meeting Professionals International www.mpiweb.org
- IAPCO International Association of Professional Congress Organizers
- Convention Industry Council
- AIPC – International Association of Congress Centres

!Případová studie: Členství Vienna Convention Bureau v mezinárodních organizacích kongresové a incentivní turistiky



!Případová studie: Členství Prague Convention Bureau v českých a mezinárodních organizacích kongresové a incentivní turistiky



!Případová studie: Členství Moravia Convention Bureau v mezinárodních organizacích kongresové a incentivní turistiky



(Vienna Convention Bureau 2016, Prague Convention Bureau 2016, Moravia Convention Bureau 2016)

Doporučení pro Hradec Králové Region Convention Bureau:

a) **ICCA** – členství v mezinárodní asociaci kongresů a konferencí znamená prestiž a umožní budovat pozitivní image jako atraktivní MICE destinace středoevropského formátu. Dává smysl, pokud bude mít Královéhradecký kraj zájem o klienty mezinárodních asociací. (nutná modernizace KC Aldis a zkvalitnění MICE infrastruktury).

Bližší informace: www.iccaworld.com

b) **Česko** – německá obchodní a průmyslová komora (ČNOPK)

Bližší informace: www.dtihk.cz

Výhody členství

- Největší bilaterální zahraniční hospodářská komora v České republice
- Členství v ČNOPK je známkou prestiže
- Možnost networkingu a oslovení s MICE nabídkou Královéhradeckého kraje více než 600 firem z oblasti businessu v České republice a Německu
- Cílené reklama v médiích ČNOPK a na členských setkáních (Česko – německá obchodní a průmyslová komora 2016)

c) Nordic Chamber of Commerce in the Czech Republic (Skandinávská obchodní komora v České republice)

Bližší informace: www.nordicchamber.cz

Výhody členství

- Jeden z klíčových trhů pro MICE prezentaci Královéhradeckého kraje
- Možnost networkingu a oslovení s MICE nabídkou Královéhradeckého kraje více než 150 firem z oblasti businessu v České republice, Švédsku, Dánsku, Norsku, Finsku a Islandu (Nordic Chamber of Commerce 2016)

Další možné varianty členství: Česko-polská komora, Pobaltská komora

3.1.5. Společný marketing destinací

Z hlediska úspěšného zacílení na konkrétní cílové segmenty a zefektivnění marketingových nákladů je stále častější společný marketing několika MICE destinací. Královéhradecký kraj již v oblasti cestovního ruchu začíná spolupracovat s Pardubickým krajem. I v oblasti MICE by tato spolupráce byla zcela jistě přínosem pro oba kraje. Určitě vítaná by byla i vzájemná kooperace s Prague Convention Bureau. Blízkost pražského letiště a image Prahy jako atraktivní MICE destinace k této kooperaci přímo vybízí. Dalo by se v tomto případě ideálně využít napojení méně známé a méně atraktivní MICE destinace (Královéhradecký kraj) na sousední top destinaci (Praha). Vhodnou příležitostí pro zahájení vzájemné spolupráce by mohl v příštím roce organizovaný kongres ICCA. Podíl Královéhradeckého kraje na doprovodném programu a inspekčních cestách by zcela jistě zvýšil image Královéhradeckého kraje v oblasti kongresové a incentivní turistiky.

V České republice funguje vzájemná spolupráce na poli marketingu mezi několika destinacemi. Příkladem může být např. prezentace v médiích nebo organizace fam-tripů pro organizátory MICE akcí. Níže uvádím vzájemnou spolupráci mezi Karlovarským krajem a Ústeckým regionem.

!Případová studie: Spolupráce MICE destinací při organizaci fam-tripů

Pozvánka na MICE TRIP do Severovýchodních Čech

To nejlepší z Karlovarského a Ústeckého region ve dnech 23. – 25. 5.2016

1. den

14:00 Příjezd do Mariánských Lázní, ubytování v Danubius Hotels Group, check-in

14:15 Uvítání účastníků MICE tripů

15:00 Prohlídka města - Zpívající fontána
 16:00 Léčebné lázně Mariánské Lázně, a.s.
 17:00 Kyslíková procedura
 19:00 Večeře v Danubius Hotels Group

2. den

08:15 Odjezd od hotelu do KV
 09:00 Sklárna Moser
 10:15 Multifunkční komplex KV Arena - prohlídka sportovního a kongresového centra
 11:30 Spa hotel Thermal - prohlídka konferenčních prostor, káva
 12:00 Procházka lázeňským centrem města
 12:30 Oběd v GH Pupp
 13:30 odjezd do Žatce
 14:30 Prohlídka Chrámu Chmele a Piva v Žatci/ochutnávka piva
 16:00 Odjezd do Ústí nad Labem
 17:00 Prohlídka, ubytování a wellness v hotelu Větruše
 19:00 Večeře v hotelu Větruše

3. den

8:30 Lanovkou od hotelu do centra města
 9:00 Odjezd do Mostu
 9:30 Prohlídka Autodromu Most/možnost testovací jízdy
 11:00 Odjezd do Jirkova
 11:30 Zámek Červený Hrádek - prohlídka zámku a konferenčních prostor - oběd
 13:30 odjezd do Mariánských Lázní
 15:00 ukončení MICE tripu
 (Carlsbad Convention Bureau 2016, North West Bohemia Convention Bureau 2016)

Z mezinárodního hlediska je vzorovým příkladem spolupráce „Top destinací“ – španělské Barcelony a rakouské Vídně.

!Případová studie: Barcelona - Vídeň

Dvě prestižní evropské destinace společně spojily své síly dle efektivního zacílení na kongresy velkých asociací.

| | |
|--|---|
| Cíl | Zefektivnění marketingových výdajů a navýšení množství kongresů asociací |
| Marketingové aktivity | Společné kampaně kandidatur, inspekční cesty, expozice na vybraných veletrzích |
| Vybrané zdrojové trhy | USA, Asie, Evropa |
| Výhody pro klienty (kongresy asociací) | Zjednodušení logistických operací, ušetření nákladů věnované výběru destinací, získaný čas je možné věnovat zkvalitnění programu kongresu |

Úspěchy spojení Barcelona – Vídeň:

Alternativní pendlování kongresů asociací mezi Barcelonou a Vídní
 Europäische Gesellschaft für Nuklearmedizin(EANM) – do roku 2020
 Europäische Föderation Nationaler Vereinigungen für Orthopädie und Traumatologie – do roku 2022

(CIM 2, April 2016)

3.1.6. Vytvoření MICE balíčků a cílená prezentace na konkrétní segmenty

Velice důležitým momentem pro oslovení klientů v oblasti MICE je stanovení optimální strategie se zacílením na konkrétní segmenty. Níže uvádím příklady tří polských destinací, jejichž zaměření je rozdílné.

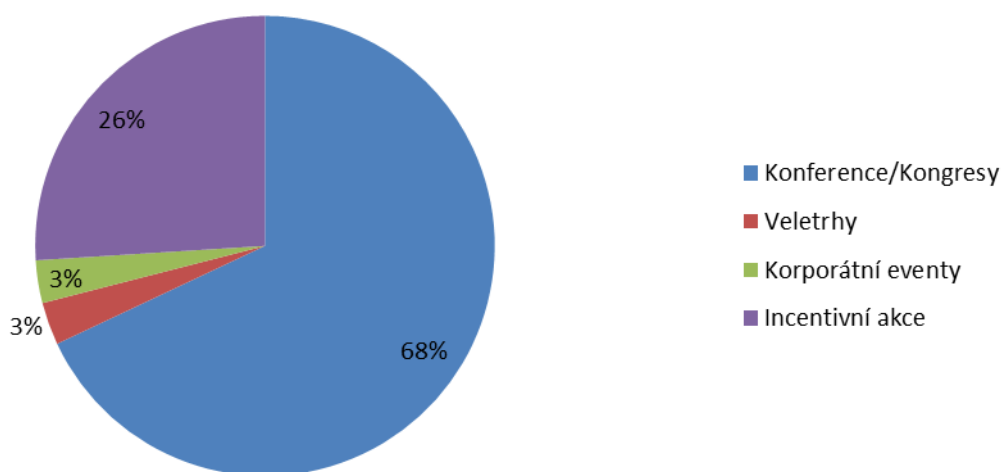
!Případová studie: Krakov Convention Bureau 2013

| | |
|--------------------------------|---|
| Rok založení | 2004 |
| Počet zaměstnanců | 4 |
| Forma vzniku | V rámci odboru cestovního ruchu města Krakov |
| Členství v MICE organizacích | ECM, ICCA |
| Klíčové trhy | Globální MICE trhy a trhy prioritní (Skandinávie) |
| Prezentace | Německo, Holandsko |
| Účast na MICE veletrzích | Confex Londýn, IMEX Frankfurt, Meedex Paříž, EIBTM Barcelona, Convene Vilnius |
| Prezentace v odborných médiích | ANO |
| Aktivita v sociálních médiích | Facebook |
| Newsletter | ANO |
| Spolupráce | MOT, KBF, POT, Krakow Airport, PCO, POIT |
| Programy doporučení | Program ambasadorů |
| Publikace | |

Počet MICE akcí v roce 2015

| Město | Konference/Kongresy | Veletrhy | Korporátní eventy | Incentivní akce | Celkem |
|--------|---------------------|----------|-------------------|-----------------|--------|
| Krakov | 3529 | 143 | 139 | 1377 | 5188 |

Krakov - MICE akce v roce 2015 v %



(Celuch 2013, Krakow Convention Bureau 2016)

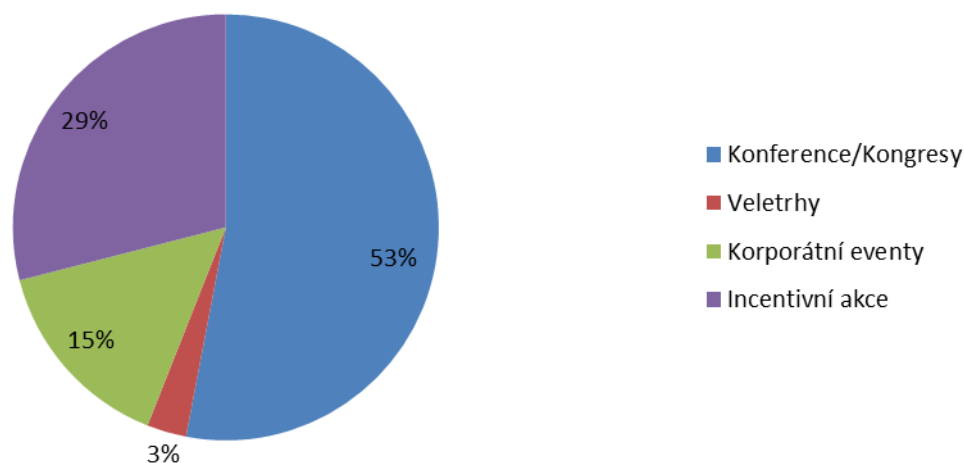
!Případová studie: Gdansk Convention Bureau 2013

| | |
|--------------------------------|--|
| Rok založení | 2005 |
| Počet zaměstnanců | 4 |
| Forma vzniku | Gdansk Convention Bureau |
| Členství v MICE organizacích | ICCA, MPI |
| Klíčové trhy | V souladu se strategií Poland Convention Bureau |
| Prezentace | Skandinávie, Německo |
| Účast na MICE veletrzích | IMEX Frankfurt, EIBTM Barcelona, Convene Vilnius |
| Prezentace v odborných médiích | Live&Travel, All Inclusive, Newsweek |
| Aktivita v sociálních médiích | Facebook, Twitter, LinkedIn, Slideshare, Flickr, Youtube, Foursquare, Instagram |
| Newsletter | ANO |
| Spolupráce | UMG, PROT, spolupráce s Jonkoping Convention Bureau, |
| Programy doporučení | Pomorski klub kongresových ambasadorů |
| Publikace | Meeting v Gdansku a regioně, Katalog konferenčních zařízení |
| Jiné | Eventová aplikace – GCBeVENT, prezentace na portálu www.gdanskconvention.pl |

Počet MICE akcí v roce 2015

| Město | Konference/Kongresy | Veletrhy | Korporátní eventy | Incentivní akce | Celkem |
|--------|---------------------|----------|-------------------|-----------------|--------|
| Gdaňsk | 1736 | 83 | 476 | 947 | 3432 |

Gdansk - MICE akce v roce 2015 v %



(Celuch 2013, Poland Meetings and Events Industry Report 2016, Gdansk Convention Bureau 2016)

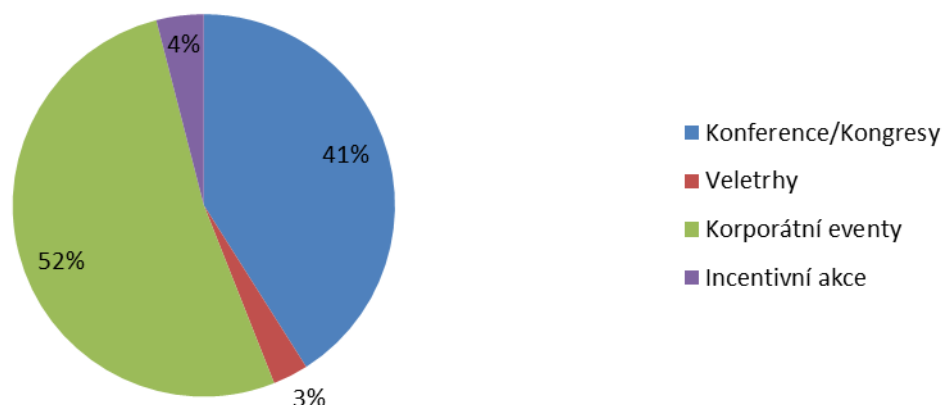
!Případová studie: Katowice Convention Bureau 2013

| | |
|--------------------------------|--|
| Rok založení | 2009 |
| Počet zaměstnanců | 4 |
| Forma vzniku | V rámci úřadu města Katowice |
| Členství v MICE organizacích | SKKP |
| Klíčové trhy | V souladu se strategií Poland Convention Bureau |
| Prezentace | Švédsko |
| Účast na MICE veletrzích | IMEX Frankfurt, EIBTM Barcelona |
| Prezentace v odborných médiích | |
| Aktivita v sociálních médiích | Facebook |
| Newsletter | ANO, registrace na www.convention.katowice.eu |
| Spolupráce | Angelo Hotel Katowice, Best Western Premier Katowice, Erasmus Student Network – Ekonomická univerzita v Katovicích, Klinika Larynkologie Medicinské Univerzity, Mediální skupina PTWP (vydávání časopisů a internetových portálů zaměřených na business) |
| Programy doporučení | Program polských kongresových ambasadorů |
| Publikace | MICE v Katovicích, Katalog konferenčních zařízení, Promoční film |
| Jiné | |

Počet MICE akcí v roce 2015

| Město | Konference/Kongresy | Veletrhy | Korporátní eventy | Incentivní akce | Celkem |
|----------|---------------------|----------|-------------------|-----------------|--------|
| Katovice | 827 | 54 | 1045 | 69 | 1995 |

Katovice - MICE akce v roce 2015 v %



(Celuch 2013, Poland Meetings and Events Industry Report 2016, Katowice Convention Bureau 2016)

Z výše uvedených prezentací jednotlivých convention bureau je patrné rozdílné zaměření marketingu na konkrétní cílové skupiny. **Krakov Convention Bureau** se z 68% koncentruje na organizaci konferencí a z 26% na incentivní akce. Korporátní eventy tvoří jen 3%. Naopak u **Katovice Convention Bureau** tvoří korporátní eventy až 52% všech MICE akcí. **Gdansk Convention Bureau** preferuje rovnoměrnější rozdělení poměrů mezi konferencemi, incentivními akcemi a korporátními eventy.

Nabídka oslovení různých cílových skupin

!Případová studie: Moravskoslezské Convention Bureau



(Moravskoslezské Convention Bureau 2016)

Jednotlivé cílové skupiny v oblasti MICE mají různé nároky a z tohoto důvodu je potřeba k nim i přistupovat. Odlišný bývá nejenom obsah nebo cíl MICE akce, ale i proces rozhodování. To je potřeba znát, ještě předtím, než destinace začne plánovat marketingové aktivity a oslovovat konkrétní segmenty. Níže uvádím rozdíly mezi asociačními kongresy a konferencemi a korporátními akcemi.

!Případová studie: Rozdíl mezi asociačními kongresy a korporátními akcemi

Asociační kongresy a konference (neziskový sektor)

Obsah: Představení trendů, předávání poznatků a zkušeností mezi odborníky daného oboru

Cíl: Další rozvoj a směřování daného oboru

Proces rozhodování: V dostatečném časovém předstihu

Proces kandidatury destinace na mezinárodní kongres nebo konferenci zahrnující přípravu dokumentů, předložení kandidatury a vlastní prezentaci začíná často až 10 let před plánovanou akcí.

Korporátní akce (firmy a nadnárodní korporace)

Cíl: Posílit image o pořádající firmě, představit její aktivity mezi zaměstnanci a obchodními partnery, upevnění pozice na trhu

Proces rozhodování: V kratším časovém horizontu

Destinace může být vybrána několik měsíců před konáním vlastní akce.

(Bakotová 2014)

Jak již jsem zmiňoval, nabídka Královéhradeckého kraje je velice rozmanitá a lze vytvořit celou řadu MICE balíčků na konkrétní cílové skupiny. Podrobněji jsem zaměření a jednotlivé cílové skupiny rozváděl v analytické části a v charakteristice jednotlivých oblasti na začátku návrhové části. Přesto uvedu několik doporučení tvorby atraktivních MICE balíčků.

- Vytvoření atraktivních balíčků zaměřených na mezinárodní asociace
- Vytvoření atraktivních balíčků incentivní turistiky v Královéhradeckém kraji
- Vytvoření atraktivních balíčků zaměřených na spolky a korporátní klientelu
- Vytvoření atraktivních balíčků zaměřených na téma „Oživlá historie“ – nabídka MICE programů na hradech, zámcích a v muzeích
- Vytvoření atraktivních balíčků zaměřených na téma „Green MICE destinace
- Vytvoření atraktivních balíčků zaměřených na téma Královéhradecký kraj jako zajímavá destinace filmového průmyslu

Doporučení pro Hradec Králové Region Convention Bureau: Projekt „Oživlá historie“ na hradech, zámcích a v kláštřích

- Nabídka banketů, recepcí, konferencí a svateb

Vhodná zařízení:

- Zámek Karlova Koruna
- Nové Adalbertinum
- Barokní areál KUKS (Lázně a Hospital)

- Častolovice
- Nový zámek Kostelec nad Orlicí
- Zámek Potštejn
- Zámecký rezort Dětenice
- Hrad Kost
- Klášter Broumov
- Zámek Nové Město nad Metují

Pro srovnání uvádím nabídku prezentace svatební turistiky destinace Východní Morava

!Případová studie: Svatební turistika – East Moravia Convention Bureau

Svatby, oslavy, slavnosti

Kde uspořádat svatbu? Jak se vypořádat s oceněním nejlepších zaměstnanců? Jednoduše - pokud jste postaveni před úkol připravit jedinečný zážitek, pak jste na Východní Moravě správně. Svatba v místech dýchajících historií, svatba v přírodě, svatba v nafukovacím balonu či na lodi a mnoho dalších nápadů a možností na Východní Moravě. Za jedinečným zážitkem se vyplatí přijet na Východní Moravu. Historické objekty v sobě nesou noblesu, krásu a odkazy našich předků.

Vyzkoušejte následující možnosti:

Arcibiskupský zámek v Kroměříži. Noblesní Manský sál s krásnou výzdobou se stane jedinečnou kulisou pro důležitý životní krok. Svatba v objektu, který je v seznamu památek UNESCO, je ojedinělým zážitkem.

Zámek ve Vizovicích. Interiér zámku okouzlí svatebčany i svatební hosty, romantické prostředí pro fotografy nabízí nesčetné koncepty krásných snímků jak v interiéru, tak v zámeckém parku. Po okouzlivém obřadu lze doporučit pokračování v typickém Valašském šenku ve Vizovicích.

Zámek v Buchlovicích. V Hudebním salonu, zámecké Salla terreně či krásném zámeckém parku si můžete užít svatbu jako princezna z pohádky. Zámek patří k nejkrásnějším v ČR, a znáte jej z řady pohádek. Po obřadu využijte výborné služby Hotelu Buchlovice. Zde se o hosty umějí postarat.

Zámek Nový Světlov v Bojkovicích. Do obřadní síně tohoto zámku, kterému se říká Slovácké Miramare, se vejde až 100 lidí. Hostinu pak lze připravit až pro 400 lidí. To už je pořádně velká svatba! Fotografie v interiéru či na zámeckém ochozu budou krásnou vzpomínkou. V zámku lze část hostů (až 72) i ubytovat. Pro novomanžele je připraveno luxusní apartmá.

Zámek v Napajedlích. Full servis pro náročné, takto by se dala charakterizovat nabídka zámku, v němž neschází reprezentativní prostory, kavárna, prostorný park, domácí kuchyně i ubytování pro svatebčany.

Zámek v Holešově. Salla terrena holešovského zámku slouží jako obřadní síň pro město Holešov. Svatbu můžete mít také v zámeckém parku. A může být docela velká - do zámeckých sálů se vejde až 450 hostů. Novomanželé si mohou vysadit v zámecké zahradě vlastní ovocný strom. Vše vyřídíte v Holešově na radnici.

Netradiční místa. Svatba v balonu, svatba v přírodě, uprostřed zoologické zahrady, historickém skanzenu, ve staré průmyslové hale či replice kostela z 9. století? Na Východní Moravě to není problém.

Svatba v balonu. Netradiční zážitek - své ANO si řeknete v tiše plujícím balonu pro 12 osob.

Svatba na Soláni. Svěží příroda, okouzující výhled na hoře malířů a umělců. Jedinečný zážitek pro milovníky hor, dokonalý servis (stravování a ubytování) v okolních hotelích.

Svatba v ZOO a zámku Zlín - Lešná. Atraktivní místo uprostřed proslulého zooparku. Romantický zámek s krásným interiérem i exteriérem. Dokonalá kulisa pro svatební fotografie.

Svatba v Kovozoo - historický objekt bývalého cukrovaru. Netradiční lokalita pro obřad i následnou hostinu. K dispozici také Loď Naděje či Maják Šrotík. Svatba může po městě cestovat vláčkem Stelinka. Ubytování lze zajistit v nedalekých hotelích a penzionech.

Svatba v Archeoskanzenu Modrá u Velehradu - replika kostelíka sv. Jana Křtitele. Vhodné pro civilní svatby v romantickém, až mystickém prostoru. Ubytování a stravování v nedalekém hotelu Skanzen. Svatba v kulisách velkomoravského opevněného sídla.

Valašské muzeum v přírodě, Rožnov pod Radhoštěm. Svatební obřad v tradiční valašské radnici nebo v evangelickém kostele v areálu Dřevěné městečko. Kapacita 30 osob. Možnost přijet na místo svatby koňským povozem.

Svatba na Baťově kanálu. Na loď Morava se vejdou svatebčané i hosté. Občerstvení, cimbálovka - a společná plavba životem může začít tímto netradičním zážitkem.

Svatba na Ranči v Kostelanech na Kroměřížsku slibuje mnoho ojedinelých zážitků. Westernové prostředí vhodné pro všechny milovníky koní, přírody a exotiky. Oddat Vás může šerif, na společnou cestu životem se můžete vydat na koni. Chomouty pro koně i ženicha jsou vždy připraveny. Kapacita je až 130 hostů, z nich se téměř polovina ubytuje v hotelu Crazy Mary, ostatní pak ve spřátelených podnicích. Samozřejmostí je výborná kuchyně i možnost relaxace po náročném dnu.

Hotel Vyhlídka, Luhačovice. Romantické místo nad Luhačovickou přehradou, kapacita až 120 osob, možnosti ubytování. Můžete si zasadit strom v aleji novomanželů. Fotografie z kouzelného lázeňského města budou trvalou vzpomínkou na krásný den.

Slovácký dvůr, Ostrožská Nová Ves. Atmosféra vinařských búd, soukromí, možnosti ubytování. Typickou kulisu Slovácka doplní cimbálovka.

Hotel Augustiniánský Dům, Luhačovice. Pro 20 až 70 osob jsou připraveny balíčky služeb, které svou rozmanitostí uspokojí malou i větší svatbu. Ojedinelé prostředí pro ojedinelé chvíle. Jediný luhačovický hotel, který má vlastní vysvěcenou kapli, v níž lze realizovat církevní sňatek.

Hotel Energetic, Rožnov pod Radhoštěm. Stovku svatebčanů obslouží v hotelu Energetic nebo v přílehlé Kolibě Kordulka. Svatba v moderním sále či stylové valašské kolibě.

Koliba u Černého Medvěda Zlín. Místo pro malou svatbu nebo firemní akci do 30 osob. Ubytování pro 18 osob. Skvělá kuchyně, stylové prostředí v intimním prostředí na okraji lesa.

Resort Valachy. Komfortní prostory v jedinečné přírodní scénérii Beskyd. Výtečný servis, široká volba možností.

Pivovar Vraník, Trnava u Zlína. Stylové prostředí minipivovaru, kvalitní servis v lokalitě nedaleko Slušovic, Vizovic a Zlína. Zde naleznete výborné podmínky pro svatbu či firemní akci. Kapacita až 120 osob.

Hotel Buchlov. Přímo pod středověkým, nikdy nedobytným hradem Buchlovem jsou připraveni k uspořádání společenských akcí až pro 120 osob. Pro svatby možnost focení v interiérech hradu Buchlova. V hotelu možnost ubytování, wellness.

Hotel Tomášov, Zlín. Svatby ve stylové restauraci s příjemným posezením a výhledem do přírody, kapacita 35 - 40 osob, letní terasa. Možnost ubytování ve 4* hotelu Tomášov. (East Moravia Convention Bureau 2016)

Doporučení pro Hradec Králové Region Convention Bureau: Incentivní programy a teambuilding

Možné využití i alternativních forem cestovního ruchu (hipoturistika, agroturistika, ekoturistika)

- Incentivní a teambuildingové programy v Prachovských skalách
- Incentivní a teambuildingové programy v Adršpašsko-teplických a Broumovských skalách
- Incentivní a teambuildingové programy v Krkonoších a Orlických horách
- Hipoturistika – Hradec Králové – Malšovice, Chlumeck nad Cidlinou, Dobřenice
- Rybolov – Barešův ranč
- Grilování na Černé Hoře
- Terénní koloběžky v Jánských Lázních
- Golf – Mladé Buky, Hrádek u Nechanic, Jeníkovice
- Večerní safari ve Dvoře Králové nad Labem
- Kurz pečení chleba podle starodávné receptury – Hotel Panorama Rychnov pod Kněžnou
- Vaření piva – Podorlický pivovar
- Teambuilding – Hotel Hartman – sjezdovka

Pro srovnání uvádím nabídku konkrétních společenských a incentivních programů Střední Moravy a Jeseníků

!Případová studie: Střední Morava & Jeseníky

Nabídka konkrétních společenských a incentivních programů

Střední Morava

Prohlídka historickým centrem Olomouce

Při prohlídce historického centra Olomouce, protkaného řadou historických památek, zaujme především Sloup Nejsvětější trojice (památko UNESCO), radnice s orlojem, Arcibiskupský a Přemyslovský palác, soubor barokních kašen a množství kostelů, které dokreslují magickou atmosféru města.

Plavby na raftech Olomoucí a na řece Moravě

Řeka Morava je ideálním místem, ze kterého můžete obdivovat krásy Olomouce a okolí. Na výběr máte vyhlídkové plavby na raftech pod krásnými památkami města Olomouce po ramenu řeky Moravy a Mlýnského potoka, nebo malebnou přírodou CHKO Litovelské Pomoraví. Tato trasa vede kouzelnou scénérií nejhezčí moravské řeky, údolní nivou nedotčené krajinné přírodní rezervace se vzácnou flórou i faunou, obklopenou komplexem lužních lesů, v nichž má místo i bobr evropský.

Večerní kostýmové prohlídky na hradech a zámcích

Romantická zákoutí, vysoké hradby, temné věže a nádherné parky. Navštivte hrady a zámky v čase, který patří pohádkovým bytostem a historickým osobnostem. Vybrat si můžete hrad Bouzov, Šternberk, zámek Plumlov nebo zámek Náměšť na Hané.

Po stopách Císařsko-královské olomoucké pevnosti

Naučná stezka spojuje 30 vojenských objektů. Stezka vás seznámí s ojedinělou fortifikační a vojenskou historií města Olomouc "in natura" a přitom navíc "on line". Možnost zapůjčení kola v některých z půjčoven spolu s veškerým potřebným vybavením, včetně průvodce.

Gastronomické zážitky

Navštivte výrobu vyhlášených olomouckých tvarůžků v Lošticích, vyzkoušejte tvarůžkové speciality včetně tvarůžkových dezertů a ochutnejte pivo z některých rodinných pivovarů v regionu. Za zhlédnutí stojí i známé Muzeum tvarůžků, kde vás seznámí s historií jejich výroby.

Ochutnejte Hanou

Jedinečná příležitost navštívit příjemné prostředí restaurací a hospůdek v regionu, kde můžete ochutnat pokrmy vařené dle tradičních hanáckých receptur s využitím regionálních surovin.

Uvařte si vlastní pivo

Navštivte Pivovar Litovel, pyšnící se řadou ocenění z tuzemských i zahraničních degustačních soutěží, který ve svém areálu otevřel minipivovar, kde si pod dohledem zkušeného sládky můžete uvařit pivo podle doporučených nebo vlastních receptur.

Relax v pivních lázních

Navštivte některé z pivních lázní, kde je pro Vás připravena lázeň ve dřevěných stylových vanách, která má mnoho uvolňujících a blahodárných účinků na tělo i duši. Pivní lázně přinášejí požitky i uvolnění, pokožka je vláčná a hebká.

Naučná stezka Litovelského Pomoraví

Naučná stezka vede z Horky nad Moravou do Litovle a prochází podstatnou částí chráněné krajinné oblasti Litovelské Pomoraví. Pasáže cenných lužních lesů, nivních luk a mokřadů se táhnou v souvislém pásu od Mohelnice až k okraji Olomouce. Krajina vyniká druhovou pestrostí flóry a fauny, roste zde řada ohrožených druhů rostlin a pravidelně hnízdí asi stovka druhů ptáků.

Barokní opera

Vychutnejte si letní večery s barokní operou v historických kulisách starobylé Olomouce. Olomoucké barokní slavnosti nabízí návštěvníkům pestrou zábavu na pozadí barokního města, divadelní představení, večerní prohlídky historickým centrem Olomouce a bohatý doprovodný program.

Relaxace v lázních

Načerpat nové síly můžete v lázních Teplice nad Bečvou nebo Slatinice. Návštěvníci ocení kvalitu služeb s širokou nabídkou lázeňských procedur a wellness center.

Jeseníky

Nechte se unést příjemnou atmosférou **lázeňského města Velké Losiny**. Zdejší zámek se sgrafitovou výzdobou je označován za klenot moravské renesance. Lázně také proslavila unikátní ruční papírna, která zde funguje od 16. století.

Zajedťe se podívat na **přečerpávací elektrárnu Dlouhé Stráně** v srdci Jeseníků. Tento technický unikát, třetí svého druhu na světě, je harmonicky začleněn do okolní přírody.

Jesenická malebná krajina je protkána hustou sítí naučných a cyklistických stezek, vedoucích podél horských vrcholů, hustými lesy i údolími, kolem vodopádů, jeskyní a mokřadů.

Vyzkoušejte osvědčené **léčebné procedury Vincenze Priessnitze v Balneoparku v Priessnitzových lázních v Jeseníku**. Vodní zahrada, koncipovaná jako soustava zastavení, sloužících k hydroterapii a relaxaci, navazuje na tradiční metodu zakladatele těchto lázní, postavenou na léčbě sluncem, vodou a pohybem.

Nalad'te si chuť vynikajícími bylinnými likéry a nápoji z **likérky Domašov**. Jsou vyráběné jen z přírodních surovin a vody z podzemního pramene podle starých receptur. Svůj věhlas už získali i ve světě a oblíbili si je takové hvězdy jako herec Johnny Depp nebo zpěvák Marylin Manson.

Vydejte se do míst, kde se v dávných časech těžilo zlato. V romantickém údolí Ztracených štol u **Zlatých hor** zhlédnete funkční repliky zlatorudných vodních mlýnů včetně stoupy na drcení zlaté rudy a sami si můžete rýžování zlata zkusit.

(Central Moravia & Jeseníky Convention Bureau 2016)

Další doporučení pro Hradec Králové Region Convention Bureau:

Zaměření na konkrétní obory

- Medicína a farmacie – Hradec Králové, Kuks
- Finance a bankovníctví – Hrady a zámky
- IT High – UFFO, Státní vědecká knihovna v Hradci Králové
- Vzdělání, umění – Broumov, Kuks
- Příroda, ochrana přírody – KRTEK
- Automobilový průmysl – Krkonoše
- Manažeři – relaxační pobyty např. Studánka (Orlické hory)
- Stavitelství, architektura – Hradec Králové (Muzeum východních Čech v Hradci Králové)
- Kamenictví, stavitelství, architektura – Hořice
- Spolky zaměřené na horolezectví, přírodu, film – Český ráj

Filmová procházka

- Český ráj

Konference s pozorováním zvěře

- K Triumf Hotel Velichovky

Konference v prostředí wellness

- Spa Resort Tree of Life, Grand Resort Mladé Buky

Továrna na zážitky

- Centrum Walzel „Továrna na zážitky“ Meziměstí

Netradiční místa pro korporátní akce – viz kap. 3.1.7

Ubytování v netradičních místech

- Ubytování v mnišských celách v klášteře (Broumov)
- Ubytování v Safarikempu ve Dvoře Králové

Prodej MICE balíčků

- Vybudování vlastního rezervačního systému služeb (podobný princip jak popsáno v kapitole 3.5.2)
- Prodej přes turistická informační centra a cestovní kanceláře

3.1.7. Vyhledávání netradičních míst pro MICE akce

Klienti MICE akcí stále častěji hledají nové netradiční místa pro konání svých eventů. Není výjimkou ani muzeum, zoo, maják ani prostory vězení. Pokud Královéhradecký kraj chce být novou atraktivní a inovativní MICE destinací je potřeba vyhledávat a nabízet i tyto nové, neotřelé možnosti.

!Případová studie: Krakov Convention Bureau

Netradiční místa – „Living History Krakow“ (Oživlá historie)

| | |
|---|--|
| Muzeum Farmacie Collegium Medicum Jagelonské Univerzity | konference, bankety, společenská setkání |
| Botanická zahrada Jagelonské Univerzity | bankety, koncerty, workshop |
| Walery Rzewuski Muzeum historie fotografie v Krakově | večerní setkání, originální prohlídky |
| Podzemní muzeum soli ve Wielicce | konference, bankety, koncerty, společenská setkání |
| Municipal Engineering Museum | večerní setkání |
| Seweryn Udziela etnografické muzeum | meetings, workshops |
| Bastionová pevnost a pamětní místo Tadeuzse Kosciuszko | bankety, konference |
| Muzeum Jagelonské Univerzity | konference |
| Archeologické muzeum v Krakově | koncerty, bankety, společenské akce, spolupracují s nejlepšími krakovskými restauracemi |
| Solná komora Wieliczka | historické sály – konference, symposia, eventy, recepce, bankety, koncerty, obchodní setkání |
| Niepolomice Museum v Královském paláci | kongresy, bankety, společenská setkání |
| Muzeum Polského letectví | konference, bankety, koncerty, obchodní eventy |
| Muzeum skla v Krakově | konference |

(Krakow Convention Bureau 2016)

!Případová studie: Switzerland Convention Bureau **Netradiční místa pro MICE akce - Fotbalové stadiony**

| | |
|---|--|
| Fotbalový stadion Stade de Suisse, Bern | Kapacita 31 000 míst, kromě stadionu využití i jako multifunkční event a kongres centrum. Možnosti od salonku pro 10 osob až po velké MICE akce pro 1200 účastníků. Nabídka teambuildingu. |
| Fotbalový stadion Stockhorn Area, Thun | Kapacita 10 000 míst, seminární místnosti ve VIP-Lounge s výhledem na horské masívy Eiger, Mönch nebo Jungfrau |
| Fotbalový stadion Swissporarena Luzern | Vše možné, počínaje vánoční večeře až po svatební obřady |

(Switzerland Convention Bureau 2016)

Doporučení pro Hradec Králové Region Convention Bureau: Netradiční místa pro MICE

- Muzeum Východních Čech
- Fotbalový a hokejový stadion
- Státní a Vědecká knihovna
- Pivovar Lindr Mžany
- Archeopark Všestary
- Planetárium
- Muzeum betlému v Třebechovicích
- Památník bitvy na Chlumu
- Safari Dvůr nad Labem
- Botanická zahrada léčivých rostlin
- Zámky, hrady a kláštery Královéhradeckého kraje

3.1.8. Organizace inspekčních cest pro organizátory MICE akcí a press-tripů pro novináře

Pozvání novinářů a organizátorů MICE akcí na press-trip nebo inspekční cestu hraje klíčovou roli při seznámení s možnostmi dané MICE destinace. Je nezbytná důkladná příprava, neboť dané cesty rozhodují o úspěchu nebo neúspěchu rozvoje destinace. Kromě výběru kvality hotelů, konferenčních prostor, ale i dopravce nebo doprovodných služeb hraje velice důležitou roli akvizice samotných novinářů a nákupčích MICE služeb. Bohužel v České republice je tento faktor značně podceňován. Velice často se stává, že nedostatečná pozornost věnovaná akvizicí zcela zastíní dobře připravenou poznávací cestu. Výsledek je potom pro pořádající destinaci zklamáním. Kvalitních MICE novinářů je nedostatek. Rovněž hosted buyers je potřeba prověřit a zjistit, jakou organizaci MICE akcí již mají za sebou. Bez kvalitní přípravy, organizace inspekční cesty nebude úspěšná.

Při podobných cestách je rovněž nezbytná spolupráce všech partnerů. Hotely často nabízejí volné kapacity pro MICE nákupčí nebo novináře zdarma, letecké společnosti zdarma nebo se

slevou, další subjekty rádi prezentují své produkty. Vzorovému příkladu vzájemné spolupráce při organizaci významné akce jsem se věnoval v 3.1.3 na příkladu Convene.

Ušetření nákladů při organizaci pomůže i společný marketing destinací. Na příkladu společné inspekční cesty Karlovarského a Ústeckého kraje jsem v 3.1.5 představil i tuto možnost. Pro Královéhradecký kraj připadá v úvahu společná organizace cest např. s Pardubickým krajem nebo Prague Convention Bureau.

Zaměření na nové technologie se stále častěji objevuje i v rámci při inspekčních cest nebo press-tripů. Oslovují se nové cílové skupiny. Příkladem jsou např. MICE bloggeři s akvizicí přes sociální síť LinkedIn. Podobně úspěšně oslovuje klienty i Leipzig Tourismus & Marketing, který v rámci zaměření na inovace a nové technologie cílí na lídry v sociálních sítích.

!Případová studie: Leipzig Tourismus & Marketing na Instagram

Instameetleipzig to je název nové koncepce Leipzig Tourismus & Marketing. Je založena na akvizici do Lipska „Influencers“ v oblasti sociální sítě Instagram s velkým množstvím fanoušků a širokým dosahem. Společný Hashtag těchto lídrů v sociálních sítích zvyšuje celkovou popularitu a image destinace. V programu je např. návštěva kongresového centra, ZOO Leipzig nebo závodu na výrobu automobilů Porsche.

Bližší informace: www.do-it-at-leipzig.de

(Tagungswirtschaft 03/2016 # Instameetleipzig oder Insta meets Leipzig)

Doporučení pro Hradec Králové Region Convention Bureau:

- Organizace press-tripů dle médií zaměřených na MICE (2x ročně) + realizace TK – celoročně (cílové trhy: Německo, Polsko, Slovensko, Skandinávie, Pobaltí), spolupráce se ZZ CzT
- Organizace inspekční cesty pro organizátory MICE akcí 2x ročně) + realizace TK – celoročně (cílové trhy: Česká republika, Německo, Polsko, Slovensko, Skandinávie, Pobaltí)
- Možná spolupráce při organizaci s Pardubickým krajem a Prague Convention Bureau
- Využití nových technologií při inspekčních cestách a press-tripech, např. Google Glasses pro účastníky nebo fotografování (Video) s následným rozmístěním na Instagram nebo Youtube

3.1.9. Vydávání MICE katalogu a tematických brožur

Nezbytnou součástí marketingových aktivit je i vydávání MICE katalogu a tematických brožur. Bohužel v České republice je vydávání MICE katalogu většinou jen abecedním seznamem hotelů a konferenčních prostor. Pokud destinace má zájem být lídrem v oblasti MICE musí mít již dostatečnou image anebo se svou nabídkou jasně vyhraňovat. Být jiná než druhé destinace, něčím neobvyklá. To se týká i marketingu a tvorby katalogu. Samozřejmě, že je nutné v katalogu zahrnout všechny subjekty i s popisem velikosti konferenčních prostor a ubytovacích kapacit. Vážný je ale i faktor, zdůraznění toho nejlepšího, co destinace nabízí, čím se odlišuje a v čem je lepší než konkurenti.

Doporučení pro Hradec Králové Region Convention Bureau: Rozčlenění katalogu:

1 Strana – **Neobvyklá místa pro Váš MICE** (ZOO – Botanická zahrada – Univerzita – Muzeum)

1 Strana - **Neobvyklé ubytovací prostory** (ZOO – Zámek – celý kláštera Broumov)

1 Strana – „**Oživlá historie**“ – recepcce, bankety, svatby na hradech a zámcích

1 Strana – „**Meetings in the beauty**“ (Konference v nádherném prostředí Krkonoš a Orlických hor)

1 Strana – „**Teambuilding jinak**“ – Adršpašsko-teplické skály, Broumovské skály, Prachovské skály

1 Strana – „**Filmový Český ráj**“ – Český ráj

1 Strana – „**To nejlepší z incentivních programů**“

+ 1 Strana zdůraznění města Hradec Králové jako místa s dlouholetou medicínskou a farmaceutickou tradicí

A dále 1 Strana konkrétního zacílení na jednotlivé obory (včetně fotografií)

Lékařské a farmaceutické obory – Kuks, Hradec Králové

Automobilový průmysl – Krkonoše

Finance a bankovníctví – Hrady a zámky

IT High – UFFO, Státní vědecká knihovna v Hradci Králové

Věda a vzdělání – Broumovský klášter

Ochrana přírody – KRTEK

Manažerské pobyty - Studánka

Vzhledem k velké rozmanitosti MICE potenciálu Královéhradeckého kraje doporučuji zacílení na konkrétní cílové skupiny a vytvoření také brožur dle konkrétních segmentů

Doporučení pro Hradec Králové Region Convention Bureau: Tisk tematických brožur

- Katalog incentivních programů v Královéhradeckém kraji
- „Oživlá historie – nabídka MICE programů na hradech, zámcích a v muzeích“
- „Královéhradecký kraj – Green MICE destinace“
- „Filmová procházka Královéhradeckým krajem“

Jako příklad uvádím i tisk tematických brožur některých českých a evropských MICE destinací.

!Případová studie: Tematické brožury

- Moravia Convention Bureau – „Netradiční místa pro netradiční setkání“
- Moravskoslezské Convention Bureau – „A Film – friendly City!!!“
- Krakow Convention Bureau – “Incentives in Krakow”
- Krakow Convention Bureau – “Event Venue & Banquet Halls in Krakow”
- Krakow Convention Bureau – “Krakow Meeting Living History – Museums Meetings Offer”
- Krakow Convention Bureau – “Krakow. Malopolska Sustainable Meetings”

Doporučení pro Hradec Králové Region Convention Bureau: Tvorba manuálu pro pořadatele MICE akcí v Hradci Králové a Královéhradeckém kraji

Nepostradatelným pro vytvoření určité kvality akcí v Královéhradeckém kraji bude tvorba MICE Handbooku a manuálu „Kvality MICE akcí v Královéhradeckém kraji“.

Vzorovým příkladem z jiných destinací je realizace manuálu „Jak zorganizovat akci“. Tento manuál vytvořilo East Bohemia Convention Bureau. Názorně a podrobně seznamuje s jednotlivými etapami organizace MICE akce. Dává MICE subjektům cenné rady týkající se zaměření různých druhů akcí, zaměření na cílové skupiny, rozpočtu, programu, pozvání nebo propagace. Nezapomíná ani na personální zajištění, technické vybavení nebo zpětnou vazbu. Prostě je perfektním průvodcem pro všechny pořadatele a organizátory MICE akcí.

Podrobnější obsah manuálu uvádím níže:

!Případová studie: East Bohemia Convention Bureau – manuál pro pořadatele MICE

Obsah manuálu

| | | | | |
|--|--|--|---|--|
| <u>Cíl akce</u>  | <u>Druhy akcí</u>  | <u>Cílová skupina</u>  | <u>Termín</u>  | <u>Místo</u>  |
| <u>Rozpočet</u>  | <u>Program</u>  | <u>Pozvání</u>  | <u>Propagace</u>  | <u>Personální zajištění</u>  |
| <u>Catering</u>  | <u>Technika</u>  | <u>Realizace</u>  | <u>Zpětná vazba</u>  | <u>Úspěšná akce</u> :)  |

Celý obsah lze shlédnout na webových stránkách East Bohemia Convention Bureau:
Bližší informace: www.eastbohemiaconvention.cz
(East Bohemia Convention Bureau 2016)

3.1.10. Založení filmové kanceláře Královéhradeckého kraje

Příroda Českého ráje je unikátním místem pro filmaře z celé České republiky. Vznikalo zde mnoho úspěšných českých pohádek a nezapomenutelných komedií. Z tohoto důvodu je vznik a podpora filmové kanceláře jedním z pilířů propagace nejen v Českém ráji, ale i v celém Královéhradeckém kraji.

Doporučení:

- Vytvoření FILM Office a podpora zahraničním filmovým štábům při realizaci filmů v Královéhradeckém kraji
- Multimediální prezentace (účast na veletrzích, vydání mapy filmových míst, prezentace pro filmové lokátory)

Podobná filmová kancelář již funguje např. na Východní Moravě. Podrobnosti uvádím níže.

!Případová studie: Filmová kancelář Východní Moravy

Filmová kancelář Východní Moravy funguje pod Centrálou cestovního ruchu Východní Moravy, o.p.s. (CCRVM) od roku 2013. Hlavním cílem filmové kanceláře je snaha přilákat na území Zlínského kraje filmové produkce.

Filmová kancelář nabízí produkcím domácích i zahraničních filmů informace a pomoci při vyhledávání vhodných lokací a organizaci jejich obhlídek, podpora při jednání se správci lokací, pomoc při zajištění ubytování, spolupráci s veřejnou správou či řešení technických, organizačních či personálních potřeb. Všechny služby jsou z principu „film friendly regionu“ bezplatné.

Zlínský kraj hostí dvě mezinárodní filmové přehlídky, jež jsou proslulé setkáváním filmových fanoušků s filmovými tvůrci z celého světa. Zlín je s filmovou tvorbou spojen již od dob Baťových a jeho sláva dosáhla vrcholu v dílech vznikajících v 2. polovině 20. století ve zlínských filmových ateliérech. Místní Univerzita Tomáše Bati se filmové tvorbě stále věnuje - vlastní obor audiovize s moderně vybaveným studiem a řadou talentovaných studentů.

Pokud jde o atraktivní filmové lokace, kraj nabízí téměř všechno, s výjimkou velehor a moře. Nepřeberná nabídka přírodních scenérií, technických i architektonických zajímavostí i míst filmováním proslulých.

Region ve filmu

Filmařsky atraktivní region nabízí krásné přírodní scenerie, historické hrady a zámky, významná poutní místa, tradiční lidové stavby i prvky funkcionalistické architektury. Region se pyšní několika zápisy na Seznam světového dědictví UNESCO a mnoha národními kulturními památkami České republiky.

Příklady natočených filmů ve Zlínském kraji: Amadeus, Královská aféra, Nehynoucí láska, Angelika, Tajemství hradu v Karpatech, Dvanáct měsíčků, Báthory, O statečném kováři

Filmová kancelář se sídlem ve Zlíně vytváří síť spolupracovníků, firem, kontaktů a passport filmových lokací. Mezi partnery patří: Zlínský kraj, CzechTourism, Creative Zlín, Czech Film Commission Praha, Regionální hospodářská komora Zlín, Univerzita Tomáše Bati - fakulta multimediálních komunikací, katedra audiovize, Zlín Film Festival, Dům kultury Kroměříž, Arcibiskupský zámek a zahrady v Kroměříži, Zlín Czech - televizní studio.

Filmové pobídky a sponsoring

V České republice spravuje filmové pobídky Státní fond kinematografie. Státní fond kinematografie vznikl 1. ledna 2013 na základě zákona č. 496/2012 Sb. o audiovizuálních dílech a podpoře kinematografie a o změně některých zákonů (zákon o audiovizu). Informace o filmových pobídkách, kritériích poskytnutí a procesu žádosti poskytuje Czech Film Commission Státní fond kinematografie zejména

- a) vykonává správu audiovizuálních poplatků, poplatku z vysílání reklamy a správních poplatků podle zákona o audiovizu,
- b) vede evidenci v oblasti audiovize,
- c) poskytuje podporu kinematografie,
- d) vykonává majetková autorská práva a majetková práva výkonných umělců, která případnou státu podle jiného právního předpisu,
- e) vykonává práva výrobce audiovizuálních děl, která na jeho právního předchůdce přešla podle jiného právního předpisu, a práva výrobce zvukově obrazového záznamu, která mu náleží podle jiného právního předpisu,
- f) přiděluje koprodukční statut podle Úmluvy nebo jiné mezinárodní smlouvy o filmové koprodukci,
- g) poskytuje filmové pobídky,
- h) vykonává činnosti stanovené jinými právními předpisy.

Informace o filmových pobídkách a podmínky jejich poskytnutí jsou zveřejňovány na této adrese <http://fondkinematografie.cz/filmove-pobidky/>
(East Moravia Convention Bureau 2016)

3.1.11. Organizace a participace na MICE akcích zaměřených na obchodní sféru

Doporučení pro Hradec Králové Region Convention Bureau:

- Organizace workshopu v Hradci Králové zaměřeného na MICE segment – možné společně i s jinými kraji nebo Polskem
- MICE Roadshow Královéhradeckého kraje po České republice (ideálně ve spolupráci s několika dalšími kraji České republiky)
- Prezentace Královéhradeckého kraje, jednotlivých oblastí a MICE subjektů v rámci konference ISSIS – vytvoření doprovodných inspekčních cest a press-tripů pro účastníky z řad obchodních firem a novinářů, spolupráce s partnery z jednotlivých oblastí Královéhradeckého kraje
- Partneři B2B obchodních akcí
- Aktivní účast Hradec Králové Region Convention Bureau jako přednášejícího subjektu na konferencích v České republice – obchodní zaměření

3.1.12. Další marketingové aktivity

Doporučení pro Hradec Králové Region Convention Bureau:

- Aktivní sales MICE marketing (Sales Calls, termíny u velkých firem)
- Marketing s velkými značkami (Vytipování velkých světových firem s vazbami na Královéhradecký kraj a nastavení společného marketingu při lákání MICE akcí do KHK, např. Petrof atd.)
- Zapojení business firem do společného marketingu

3.2. Spolupráce partnerů

3.2.1. Přenos informací, spolupráce destinačních managementů a MICE subjektů

Doporučení pro Hradec Králové Region Convention Bureau:

- Pravidelná setkání se zástupci destinačních managementů a subjekty podnikající v oblasti MICE
- Rozvoj metod sdílení informací na všech úrovních
- Koordinace aktivit MICE subjektů – prevence proti dublování činnosti
- Využívání tzv. velkých dat (Big Data)
- Problematika společné provázanosti subjektů a jejich spolupráce, síťování a komunitního plánování
- Strategické partnerství zařízení MICE – poskytovatelé MICE akcí – ubytovací zařízení, např. UFFO, Kuks, Broumovský klášter atd.
- Vytvoření platformy pro neformální setkávání hlavních aktérů v oblasti MICE (MICE subjekty – Věda a výzkum – business)
- Propojování webových stránek
- Podpora funkčnosti datového skladu pro subjekty cestovního ruchu v kraji
- Zajištění funkčnosti zastřešujícího webu regionálního convention bureau, který bude aktuální a bude efektivně směřovat na stránky s konkrétnějšími informacemi, konkrétní nabídkou, konkrétní území apod.
- Synchronizační nástroje mezi různými úrovněmi IS (národní, krajské, regionální, lokální)
- S cílem zvýšení počtu MICE akcí v Královéhradeckém kraji snaha o maximální propojení webových stránek subjektů MICE na různých úrovních
- Zamezení duplicity činností pomocí propojení informačních systémů (plnění více webů stejným obsahem apod.)
- Stanovení optimálního rozsahu dat, která je vhodné zjišťovat systematicky, s ohledem na kapacitu jednotlivých subjektů
- Zohlednění MICE aspektů při tvorbě strategické územní dokumentace

Role veřejného sektoru

Veřejná podpora sektoru konferenční turistiky se obvykle soustředí na:

- Činnost marketingu destinace
- Růst a zlepšování kvality infrastruktury destinace a turistického produktu

Trh konferenční turistiky je obtížněji dostupný než trh s oddechovou turistikou, a to vzhledem k vyšší náročnosti a komplexnosti poptávky spotřebitelů. V tomto kontextu je zapotřebí podpora veřejného sektoru při vytváření platformy pro přímý a nepřímý **marketing destinace**, tedy propagace destinace přímo u cílové skupiny pro konferenční turistiku. Proto je nutný aktivní přístup města, zejména v marketingové propagaci města jako kongresové destinace.

Veřejný sektor hraje důležitou roli i v **rozvoji infrastruktury „přijímajícího“ města**, včetně konferenční infrastruktury. Lepší služby, dostupnost a kvalita dopravy, ubytovací infrastruktura a kvalitní kongresová zařízení mohou přispět k dobrému pocitu kongresového návštěvníka a zvýšit tak vedlejší výdaje.

Konferenční turistika souvisí v mnoha ohledech s oddechovou turistikou, především na straně nabídky, například u hotelů, restaurací, dopravy, nákupních příležitostí a zábavy. Další rozšiřování nabídky může mít pozitivní vliv na vedlejší výdaje konferenčních turistů. Veřejný sektor může také napomoci k pozitivním zážitkům návštěvníků ovlivňováním politiky a regulačních změn v oblasti legislativy, školení, veřejného zdraví a bezpečnosti.

Role soukromého sektoru:

Veřejný sektor obvykle zajišťuje většinu „hardware“ pro konferenční turistiku, zatímco soukromý sektor hraje klíčovou roli v oblasti kvality poskytovaných služeb. Díky kvalitnímu know-how, schopnosti zvládat rizika a přizpůsobit se poptávce jsou soukromé společnosti podnikající v konferenční oblasti základem konkurenceschopnosti a udržitelného rozvoje. Provozovatelé konferenčních prostor a hotelů, pohostinských zařízení, profesionální pořadatelé konferencí, společnosti plánující podnikové akce i společnosti z oblasti managementu destinací usilují o růst svého oboru tím, že poskytují kvalitnější služby. Partnerské vztahy podniků z obou sektorů mohou přinášet velké výhody, neboť se v nich spojuje know-how soukromého sektoru a jeho schopnosti zvládat rizika s administrativní autoritou sektoru veřejného. Tento text se proto zaměří rovněž na společné snahy, které přinášejí užitek oběma sektorům. (MICE Handbook Czech Convention Bureau 2012)

Úspěšné příklady spolupráce partnerů v MICE segmentu v Královéhradeckém kraji

- Nové Adalbertinum – Filharmonie
- Letovisko Studánka Rychnov nad Kněžnou – Městský Podorlický pivovar (Společný projekt První Podorlická pivní stezka)
- Letovisko Studánka - Art&Therapy School Pardubice (Potenciál pro MICE pobyty manažerů – burn out syndrom, relaxace)
- Hostinec u Hubálků – Nový zámek Kostelec nad Orlicí, zámek Potštejn

Budoucí zajímavé příklady spolupráce:

Barokní areál KUKS (Lázně a Hospital) – využití pro bankety a recepce (zahrada, prostory před barokním areálem, lapidárium) - **České farmaceutické muzeum – Farmaceutická fakulta** – recepce nebo bankety asociací

3.2.2. Komunikace s Czech Convention Bureau

Agentura Czech Convention Bureau je neutrálním partnerem a základním kontaktem pro všechny, kteří plánují uspořádat v České republice jakoukoli MICE akci.

Snaží se působit jako směrodatný zdroj kongresového průmyslu v České republice a poskytovat organizátorům konferencí širokou škálu doplňkových služeb a nástrojů šitých na míru jejich potřebám i potřebám jejich klientů. Veškeré poradenství a pomoc jsou poskytovány bezplatně.

Czech Convention Bureau může pomoci s:

- plánováním akce,
- organizací prohlídky lokalit,

- přípravou společenského programu,
- výběrem vhodné lokality,
- dodržením rozpočtových cílů.

Doplňkové služby zahrnují:

- propagační materiály,
- pomoc s výběrem vhodných partnerů,
- uvítací dopisy od starostů, ministrů a dalších osobností,
- propagační video a fotogalerii s více než 5000 volně dostupnými fotografiemi na adrese www.czechtourism.com,
- seznam kontaktů Local Media,
- prostory pro speciální akce a související služby,
- informace o vstupu do země, celních agentech a slevách na dani pro zahraniční kongresy,
- informace pro vystavovatele o převozu exponátů přes hranice,
- Sociální odpovědnost firem: myslete globálně, jednejte lokálně. Pokud chcete využít dobrovolnické skupiny, poskytneme vám seznam místních neziskových organizací.
- Dobrovolníci – zprostředkujeme vám kontakt na studenty, kteří hledají cenné praktické zkušenosti v rámci turistického průmyslu, i zkušené dobrovolníky, kteří chtějí prospět své komunitě.

(Czech Convention Bureau 2016)

Pro Czech Convention Bureau je Královéhradecký kraj až „Město až třetí volby – od 500 do 1. tis. lůžek v 4 a 5***hotelech“, což znamená roční finanční podporu ve výši jen 300 000 Kč.

Doporučení pro Hradec Králové Region Convention Bureau:

Pravidelný kontakt s Czech Convention Bureau a snaha o zefektivnění spolupráce

Komunikace s Czech Convention Bureau v souvislosti se zapojením do organizace kongresu ICCA v Praze

Prezentace a tvorba doprovodného programu v rámci kongresu ICCA 2017 v Praze

3.2.3. Vyhledávání strategických partnerů a jednání s podnikatelskými subjekty mimo cestovní ruch o spolupráci při financování větších projektů a rozšíření MICE nabídky

Z hlediska úspěšného fungování Královéhradeckého kraje jako atraktivní MICE destinace a i v rámci účelného vynaložení finančních prostředků je nezbytně nutné zefektivnit vzájemnou spolupráci a vytipovat si strategické partnery.

Doporučení pro Hradec Králové Region Convention Bureau:

- Vyhledávání a pravidelné schůzky s podnikatelskými subjekty mimo cestovního ruchu za účelem možného financování projektů v oblasti MICE

!Případová studie: Partneri Prague Convention Bureau



Mediální partneri:



Doporučení pro Hradec Králové Region Convention Bureau: Možní kandidáti pro spolupráci s Hradec Králové Region Convention Bureau

- Autodoprava – Student Agency (linka Praha – Hradec Králové – Varšava)
- Asociace hotelů a restaurací
- Svaz obchodu a cestovního ruchu České republiky
- Vysoké školy v Královéhradeckém kraji
- Školy ve vybraných městech Královéhradeckého kraje
- Vybrané hotely
- Obchodní komory
- Czech Trade
- Czech Invest
- Pivovary
- Firmy nabízející regionální produkty
- Světoznámé značky, např. Petrof

Potenciální mediální partneři:

Mediální partneři – Česká republika

Prager Zeitung – zaměření česko-německá klientela

Mediální partneři – Zahraničí (Německo)

Časopis BizTravel – korporátní klientela

3.2.4. Spolupráce s akademickou sférou a program ambasadorů

K úspěšnému získávání významných mezinárodních asociačních kongresů a konferencí bývá ve většině případů nezbytná nejen spolupráce subjektů z řad poskytovatelů služeb, ale především zapojení místního zástupce dané mezinárodní asociace, takzvaného ambasadora nebo kongresového velvyslance. Většinou se jedná o zástupce Univerzity, určitého vědeckého oboru nebo asociace. Právě aktivní spolupráce destinace s vědeckou komunitou, její aktivní účast a podpora jsou důležité v procesu kandidatury destinace a následně při realizaci vlastní konference nebo kongresu. Příkladem takové úspěšné kooperace je např. město Vídeň, které se i v rámci prezentace v médiích zaměřené na konkrétní cílové skupiny představuje jako ideální MICE destinace propojující špičkovou infrastrukturu a servis s excelentním vědeckým zázemím.

!Případová studie: Vídeň – jedinečné propojení destinace s excelentní vědou a výzkumem



(Tagungswirtschaft 02/2016)

Za účelem zefektivnění vzájemné spolupráce mezi hlavními MICE aktéry v destinaci a vědeckou komunitou dochází po celém světě k zakládání tzv. „ambasador programů“, který má motivovat zástupce místních vědeckých sdružení k vyšší aktivitě v rámci mezinárodních asociací a přilákat tak více konferencí nebo kongresů do MICE destinace. V České republice fungují momentálně dva programy ambasadorů, v Praze a v Brně.

!Případová studie: „Program ambasadorů“ – Prague Convention Bureau

„Program ambasadorů“

- Projekt zaměřený na podporu tzv. kongresových velvyslanců, tzn. místních členů mezinárodních odborných asociací z řad renomovaných českých vědců, lékařů a jiných odborníků a také nejvyšších zástupců lokálních poboček mezinárodních společností sídlících na území ČR, kteří mají možnost ovlivnit výběr destinace pro budoucí konference pořádané těmito organizacemi a společnostmi ve prospěch Prahy.
- Projekt vznikl v roce 2010 z iniciativy Prague Convention Bureau a jeho členů.
- Tým odborníků PCB, jeho členů a partnerů zajistí kongresovým velvyslancům plnou podporu v každém kroku kandidatury, plánování, prosazování a realizace kongresu v Praze a všechny nezbytné prostředky k tomu, aby akce byla úspěšná.

Cíle programu ambasadorů

- Zvýšit potenciál kongresů a konferencí v rámci hlavního města Prahy i celé ČR
- Zvýšit konkurenceschopnost země v zahraničí
- Ocenit a poděkovat kongresovým ambasadorům za přínos kongresovému a konferenčnímu průmyslu a za reprezentaci České republiky
- Popularizovat významná odvětví české ekonomiky včetně vědy a výzkumu, IT& technologií, výroby, atd.
- Propojit odborníky s komerční sférou

Partneři programu ambasadorů



Kdo je ambasador?

- Komunita kongresových velvyslanců či ambasadorů je tvořena zástupci neziskového sektoru, tj. lékaři, vědci, profesory a dalšími odborníky zastupujícími Českou republiku v mezinárodních odborných asociacích, a nejvyššími zástupci lokálních poboček mezinárodních společností. Obě skupiny se aktivně zapojují při přípravách mezinárodních kongresů či konferencí v rámci odborných asociací a firem a mohou významně ovlivnit výběr destinace ve prospěch Prahy.
- V případě mezinárodních asociačních kongresů je **aktivní účast** a podpora místního zástupce dle mezinárodní kongresové asociace ICCA (International Congress and Convention Association) v **70% případů nezbytná pro podání kandidatury** destinace i pro samotnou realizaci kongresu či konference.
- Nezanedbatelný přínos pro destinaci však mají také korporátní akce, jichž se každoročně koná mnohem více než asociačních konferencí.

Co ambasadorovi účast na získání kongresu či konference do Prahy přinese?

- Zviditelnění a zvýšení reputace mezi kolegy na místní i mezinárodní úrovni
- Možnost zvýšit příjmy projektu, pobočky nebo společnosti
- Příležitost předat poznatky dosažené v České republice kolegům z celého odvětví
- Získání přístupu k novým technologiím a intelektuálnímu kapitálu
- Příležitost zajistit kolegům přístup k dalším zdrojům informací a mezinárodním studijním programům
- Zviditelnění před širší veřejností, organizacemi a orgány státní správy
- Možnost přitáhnout pozornost veřejnosti k aktivitám ambasadora a posílit renomé oboru
- Šanci přilákat do regionu zahraniční investice

Podpora Prague Convention Bureau místním ambasadorům

My, tým Prague Convention Bureau, naši členové a partneři uděláme vše pro to, abychom Vás takovým dobrodružstvím úspěšně provedli - od nabídkové prezentace až po závěrečný ceremoniál.

Přesvědčivá nabídka

Pomůžeme Vám sestavit formální nabídku, která přesvědčí rozhodující manažery o tom, že Praha je tím pravým místem pro danou akci. Projdeme s Vámi celý nabídkový proces od samého začátku - výběru propagačních materiálů a sestavení nabídky - až po prezentaci návrhu Vašim manažerům a partnerům. Pomůžeme Vám také zorganizovat návštěvu navrhovaného místa konference. Uvidíte, že je to jednodušší, než jste předpokládali.

Žádné starosti s organizací

Jakmile bude rozhodnuto o tom, že se jednání uskuteční v Praze, pomůžeme Vám se všemi aspekty plánování a organizace akce. Vy se budete moci soustředit na klíčový úkol - přípravu zajímavého programu konference.

Nalezení ubytování a konferenčních prostor

Můžeme Vám být nápomocni při hledání těch správných prostor pro konání vašich jednání. Pomůžeme Vám definovat požadavky, projdeme je se spolehlivými dodavateli ve všech částech města a doporučíme nejvhodnější řešení. Vybereme a zajistíme také rezervaci vhodné ubytovací kapacity.

Prohlídka na místě

Zorganizujeme pro Vás prohlídku všech nabízených zařízení, která budete mít zájem vidět.

Přilákání návštěvníků

Praha je pro zahraniční účastníky velmi atraktivní a díky své poloze ve středu Evropy také dobře dostupná. Pomůžeme Vám přesvědčit potenciální návštěvníky vaší akce, aby se jí skutečně zúčastnili. Obstaráme Vám marketingové materiály a navrhujeme strategii, jak konferenci efektivně propagovat.

Získání podpory veřejných institucí

Prague Convention Bureau úzce spolupracuje s agenturou CzechTourism a Magistrátem hlavního města Prahy. Díky tomu budou mít účastníci vaší akce tištěné průvodce, mapy, prospekty a další materiály zdarma.

Pro kongresové velvyslance připravil Prague Convention Bureau i speciální brožuru "Praha-kongresová metropole", která je k dispozici i na **portálu Prague Convention Bureau**.

Dle místních ambasadorů založilo Prague Convention Bureau i tzv. „**Ambassador klub**“. Kromě pravidelných setkání dochází také každoročně k prestižnímu ocenění nejlepších kongresových velvyslanců. Nezbytnou součástí programu ambasadorů je kromě vyhledávání nových potenciálních kandidátů na post „velvyslanců“ i menší edukační akce – neformální „Snídaně s ambasadorem“, na kterých ocenění kongresoví velvyslanci předávají své zkušenosti a motivují své mladší kolegy k většímu zapojení při přípravách kongresů konferencí, či menší společenská setkání, například koktejlové party spojené s kulturní akcí.

Ambassador klub

- Ambassador klub je elitní komunita aktivních a v minulosti oceněných kongresových a konferenčních velvyslanců. Členy klubu jsou ambasadoři, kteří byli v uplynulých 3 letech aktivní na poli kongresové turistiky, tzn., podíleli se na kandidaturách na prestižní mezinárodní kongresy a konference a zapojili se do práce přípravných vědeckých, programových nebo organizačních výborů. Čestnými členy klubu a zároveň jeho **patrony** se automaticky stávají **ambasadoři ocenění** za dlouhodobý přínos kongresovému průmyslu.
- V současnosti má PCB k dispozici databázi několika stovek aktivních kongresových velvyslanců. Členové klubu jsou každoročně zváni na slavnostní předávání ocenění kongresovým velvyslancům – **Ambassador Awards Evening** a jiné významné akce pod záštitou našich partnerů.
- V současné době čítá klub kongresových velvyslanců asi 200 členů.

Ocenění kongresových velvyslanců

- Prague Convention Bureau v roce 2010 poprvé zorganizovalo slavnostní večer oceňování kongresových velvyslanců. Během tohoto večera jsou velvyslanci každoročně oceňováni za své úsilí v oblasti rozvoje kongresového cestovního ruchu v několika kategoriích: Kongres roku, Ocenění Kongresového centra Praha, Celoživotní přínos kongresové turistice, Korporátní akce roku a jiné.
- Ceny byly doposud udělovány ministryní pro místní rozvoj, primátorem hlavního města Prahy a prezidentem Prague Convention Bureau.

Vzdělávací semináře

- Neformální setkání v podobě snídaně na téma „**Proč a jak získat mezinárodní kongres do Prahy**“, organizované pod záštitou jednoho z již historicky oceněných ambasadorů a které si kladou za cíl rozšířit povědomí mezi českými vědci, lékaři, profesory, nejvyššími představiteli mezinárodních firem se sídlem v ČR a ostatními významnými osobnostmi o významu konání mezinárodních kongresů a konferencí, jak pro jejich obor, tak pro destinaci.
- Během tohoto setkání motivujeme potenciální ambasadory k aktivitě v rámci organizace mezinárodních kongresů a konferencí a zároveň informujeme o možné podpoře ze strany Convention Bureaux a jejich členů a partnerů. Snídaně se konají dvakrát do roka – na jaře a na podzim.
- Předpokládaný počet účastníků: 15-20, místo konání: kongresová a konferenční zařízení.

Patroni Ambasador Programu

- Prof. MUDr. Jana Hercogová, CSc.
Přednostka Dermatovenerologické kliniky UK 2. LF a FN Na Bulovce
- Prof. RNDr. Václav Pačes, DrSc.
Ústav molekulární genetiky Akademie věd České republiky
- Prof. MUDr. Eva Syková, DrSc., FCMA
Ředitelka Ústavu experimentální medicíny Akademie věd České republiky
- Prof. MUDr. Vladimír Tesař, DrSc., MBA, FERA, FASN
Přednosta Kliniky nefrologie 1. LF Univerzity Karlovy a Všeobecné fakultní nemocnice v Praze
- Prof. MUDr. Julius Špičák, CSc.
Přednosta kliniky hepatogastroenterologie Institut klinické a experimentální medicíny v Praze (Prague convention Bureau 2016)

Doporučení pro Hradec Králové Region Convention Bureau: Realizace programu ambasadorů Královéhradeckého kraje

- Vytipování vhodných osob na pozice ambasadorů
- Nastartování programu ambasadorů
- Pravidelná spolupráce s ambasadori
- Organizace edukačních snídaní s ambasadori
- Organizace slavnostního setkání s oceněním nejlepších ambasadorů

a dále:

- Zapojení akademické sféry do procesu získávání kongresů a konferencí do Královéhradeckého kraje
- Zajistit propojení a spolupráci vědy, výzkumu a silných oborů v návaznosti na MICE
- Pravidelné schůzky a nabídky účasti v ambasador programu
- Spolupráce s Erasmus Student Network
- Spolupráce se studenty a školami jako ambasadori akcí v Královéhradeckém kraji (Staň se „Junior Ambasadorem Královéhradeckého kraje“)
- Realizace kampaně „Přiveď kongres do Hradce Králové „
- Vytipovat školy v každém městě – lokální ambasadori – podle zaměření škol

Hlavní partneři z řad Akademické sféry pro Regionální Convention Bureau

- Univerzita Hradec Králové
- Lékařská a farmaceutická fakulta Univerzity Karlovy
- Fakulta vojenského zdravotnictví Univerzity Obrany
- Fakultní nemocnice Hradec Králové

Z hlediska podpory programu ambasadorů je vhodné oslovit i některé státní instituce, např. Ministerstvo pro Místní rozvoj nebo Czech Convention Bureau.

Kandidáti ambasadorů v Královéhradeckém kraji

Prof. Ing. Kamil Kuča, Ph.D. - rektor Univerzity Hradec Králové

Možné obory: toxikologie, biomedicína, boj proti Alzheimerově nemoci

plk. doc. MUDr. Jiří Páral, Ph.D., MBA - děkan Fakulty vojenského zdravotnictví Univerzity obrany v Hradci Králové

Možné obory: vojenské zdravotnictví, všeobecná a vojenská chirurgie, abdominální chirurgie, kolorektální chirurgie, chirurgie trávicího traktu, orgánové traumatologie, akutní a urgentní medicína

3.2.5. Přeshraniční spolupráce v oblasti MICE a využití rozsáhlé sítě zahraničních spolupracovníků a kontaktů na různých úrovních

Doporučení:

- Přeshraniční spolupráce v oblasti propojení informačních systému v oblasti MICE
- Identifikace možností přeshraniční spolupráce či koordinace v rámci tvorby MICE produktů
- Podpora přeshraniční spolupráce a komunikace organizacemi cestovního ruchu

- Využití rozsáhlé sítě zahraničních spolupracovníků a kontaktů na různých úrovních (např. zastoupení Královéhradeckého kraje v Bruselu, partnerství kraje a měst, pořadatelů kongresů a dalších obdobných akcí se zahraniční účastí, školních institucí, podnikatelů a dalších subjektů)

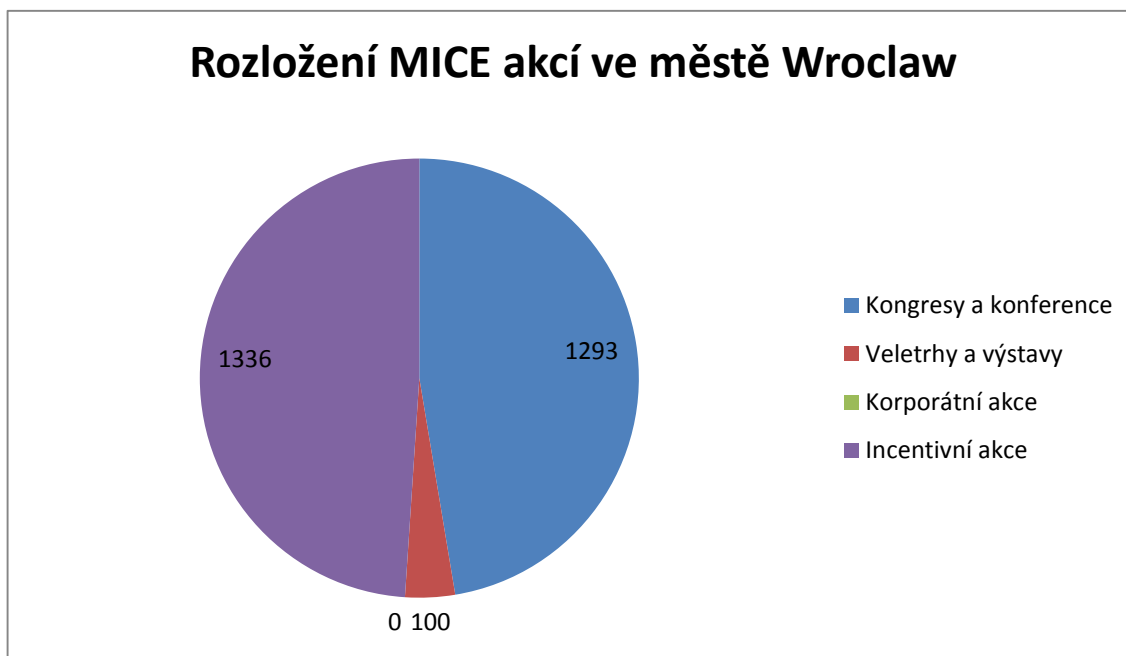
Preferované:

Společná výměna know-how a zkušeností v oblasti MICE mezi Královéhradeckým krajem a Dolnoslezským vojvodstvím. Možné i společné inspekční cesty MICE zařízení, popř. i společné marketingové aktivity na vybraných trzích. Podobná efektivní spolupráce funguje např. mezi Gdansk Convention Bureau a Jönköping Convention Bureau.

Dolnoslezské Vojvodství je zastupováno v oblasti MICE Wrocław Convention Bureau. V roce 2014 třetí nejúspěšnější MICE destinace v Polsku. Zaměřeni především na oblast pořádání konferencí a kongresů a incentivních akcí, to zn. v takových typech MICE, která je blízká i Královéhradeckému kraji.

V roce 2015 se v Dolnoslezském vojvodství organizovalo celkem 2729 akcí. Poměr akcí uvádím v tabulce.

| Město | Konference/Kongresy | Veletrhy | Korporátní eventy | Incentivní akce | Celkem |
|---------|---------------------|----------|-------------------|-----------------|--------|
| Wrocław | 1293 | 100 | 0 | 1336 | 2729 |



(Poland Meetings and Events Industry Report 2016, Wrocław Convention Bureau 2016)

Kromě partnerství s městem Wrocław doporučuji zefektivnit spolupráci v oblasti MICE i s dalšími partnerskými městy Hradce Králové. Doporučená především spolupráce s městy Metz, Giesen, Arnheim, Walbrzych a Banská Bystrica.

3.2.6. Systém oceňování

Doporučení pro Hradec Králové Region Convention Bureau : Soutěž o nejlepší MICE partnery v Královéhradeckém kraji

Kdo hlasuje: Organizátoři MICE akcí

Místo hlasování: Webová stránka **Hradec Králové Region Convention Bureau**

Kategorie:

Nejlepší MICE akce
Nejlepší MICE zařízení
Nejlepší konferenční centrum
Nejlepší incentivní program
Nejlepší MICE service
Nejlepší MICE personál
Nejlepší mediální partner
Objev roku
Netradiční MICE místo roku atd.

Ocenění:

Diplom a ocenění od Hradec Králové Region Convention Bureau, města, kraje
Kromě toho se hlasující dostanou do soutěže o atraktivní ceny: např. pobyt v Krkonoších, lístky do ZOO, návštěva muzea atd.

Cíl:

Zvýšení povědomí o Královéhradeckém kraji jako MICE destinaci
Motivace pro spolupracující MICE partnery
Zvýšení návštěvnosti webových stránek
Získání databáze organizátorů MICE akcí

!Případová studie: Systém oceňování na německém trhu – časopis BizTravel

Ocenění nejlepších v oblasti MICE v následujících kategoriích:

Letecká společnost pro business segment

Letiště

MICE hotel

Organizátor MICE akcí

MICE online portál

Inovativní zařízení v oblasti MICE

Speciální MICE služby

Hlasování probíhá na webu **www.go.biztravel.de/sieger2016**

Hlasující vyplňuje formulář. Zároveň se stává účastníkem soutěže o pobyt v hotelu.
(BizTravel 02/2016)

3.3. MICE Infrastruktura

3.3.1 Modernizace MICE infrastruktury

Jak vyplynulo z analýzy MICE infrastruktura v Královéhradeckém kraji bohužel není dostatečná. Nutná především:

- Rekonstrukce a modernizace ubytovacích kapacit v Královéhradeckém kraji
- Rozšíření ubytovacích kapacit v 4 a 5***hotelech
- Rozšíření konferenčních prostor v 4 a 5***hotelech
- Rekonstrukce a modernizace stravovacích kapacit

Aktuální je především situace kolem **KC Aldis** a to konkrétně:

- Zpracování vize rozvoje a plánu dlouhodobějších investic do KC Aldis
- Modernizace vybavení KC, úprava okolí, zvýšení standardu služeb
- Vyřešení systému parkování
- Řešení absence kongresového hotelu v blízkosti KC Aldis
- Zajištění úpravy okolí KC Aldis (parcely v majetku města a KC), likvidace náletových dřevin, sekání

Cíl: Stav odpovídající významu akcí pořádaných v KC Aldis

Druhým stěžejním úkolem je rekonstrukce a modernizace **hotelu Černigov** a to především:

- Rozšíření a zkvalitnění ubytovací kapacity
- Zkvalitnění MICE infrastruktury pro konání velkých akcí a akcí odpovídajícího významu
- Začlenění do mezinárodního hotelového řetězce Clarion

V poslední době existuje mnoho úspěšných příkladů modernizace kongresových center ve světě. Níže uvádím příklady z Krakova, Reykjavíku a Lublinu.

!Případová studie - Město Krakov

Příjmy do městské pokladny z kongresové a incentivní turistiky – **550 mil. Kč/rok 2013**

HDP z MICE akcí za rok 2013 – **10 miliard Kč**

Výrazné zvýšení prestiže města Krakov

Více než **3700 MICE** akcí za rok

Průměrné výdaje účastníků kongresů, konferencí a incentivních akcí – **11 000 Kč/osoba**

Všechny MICE akce organizované v roce 2013 v Krakově vytvořily ve městě celkem **12 000 nových pracovních míst**

(Studie pozitivního vlivu kongresové a incentivní turistiky na ekonomiku města Krakova 2014)

ICE Krakov - Kongresové centrum ve vlastnictví města (modernizace 2013)





Lublinské konferenční centrum



Konferenční centrum: Sály pro 420, 210 a 100 osob. Rozloha: 48 800m³
Dále k dispozici 3-patrové podzemní garáže, kancelářské prostory a sídlo turistického informačního a propagačního centra. Veletržní prostory: 800 osob.
Celková cena 90 mln PLN (42 mln hrazeno z operačního rozvojového programu Východní Polsko) (Lublin Convention Bureau 2016)

Kongresové centrum a koncertní hala Harpa - Reykjavik



Dokončení 2011. Prostory pro 1630 osob
Každý rok v říjnu Arctic Circle Assembly s 1500 delegáty z 50 zemí
Velice dobře propracovaný „ambasador program“ především v oblasti medicíny
V těsné blízkosti výstavba nového Marriot Hotel s 250 pokoji. Dokončení 2018.
(Reykjavik Convention Bureau 2016)

3.3.2 Přilákání mezinárodních hotelových řetězců do Královéhradeckého kraje

Zvýšení image Královéhradeckého kraje jako zajímavé MICE destinace napomůže i přítomnost mezinárodního řetězce. Jsou značkou kvality, mají stálou klientskou základnu, společný marketing, věrnostní programy a kvalitní rezervační systém. Z tohoto důvodu bych doporučil přijetí takových opatření a nastavení optimálních investičních pobídek, které by umožnily přilákání mezinárodních hotelových řetězců do Královéhradeckého kraje.

V Královéhradeckém kraji se již nachází hotel mezinárodní sítě Clarion – Clarion Hotel Špindlerův Mlýn. Provozuje ho společnost CPI Hotels.

CPI Hotels je s portfoliem 28 hotelů o celkové kapacitě převyšující 8 000 lůžek a 10 8000 konferenčních míst jednou z největších hotelových skupin v České republice. Od roku 1997 je výhradním zástupcem mezinárodní hotelové sítě Choice Hotels International pod značkou Clarion Hotels v České republice a na Slovensku. Síť čtyřhvězdičkových fullservisových Clarion hotelů strategicky pokrývá nejvýznamnější krajská města, v současné době zahrnuje 9 Clarionů v 7 českých městech, výhledově bude pod značkou Clarion zařazen i Hotel Černigov, který společnost CPI Hotels provozuje v Hradci Králové. (CPI Hotels 2016)

Přestože jsem se již v analytické části dotkl tohoto tématu, ještě jednou bych zdůraznil některé důležité faktory.

!Případová studie: Město Olomouc

V městě Olomouc se nacházejí čtyři hotely mezinárodní hotelových řetězců:

- NH Olomouc Congress**** (největší konferenční sál – 1280 míst)
- Clarion Congress Hotel**** (největší konferenční sál – 1100 míst)
- Best Western Hotel Prachárna ***
- Ibis Olomouc Centre***

Z níže uvedené tabulky vyplývá, že ve městě Olomouc došlo od roku 2009 k výraznému nárůstu MICE akcí a počtu účastníků v hromadných ubytovacích zařízeních. Pokud se pozorněji podíváme na níže uvedenou tabulku, zjistíme, že tento nárůst má přímou návaznost na otevření nebo modernizaci mezinárodních hotelových řetězců disponujících velkou konferenční a ubytovací kapacitou.

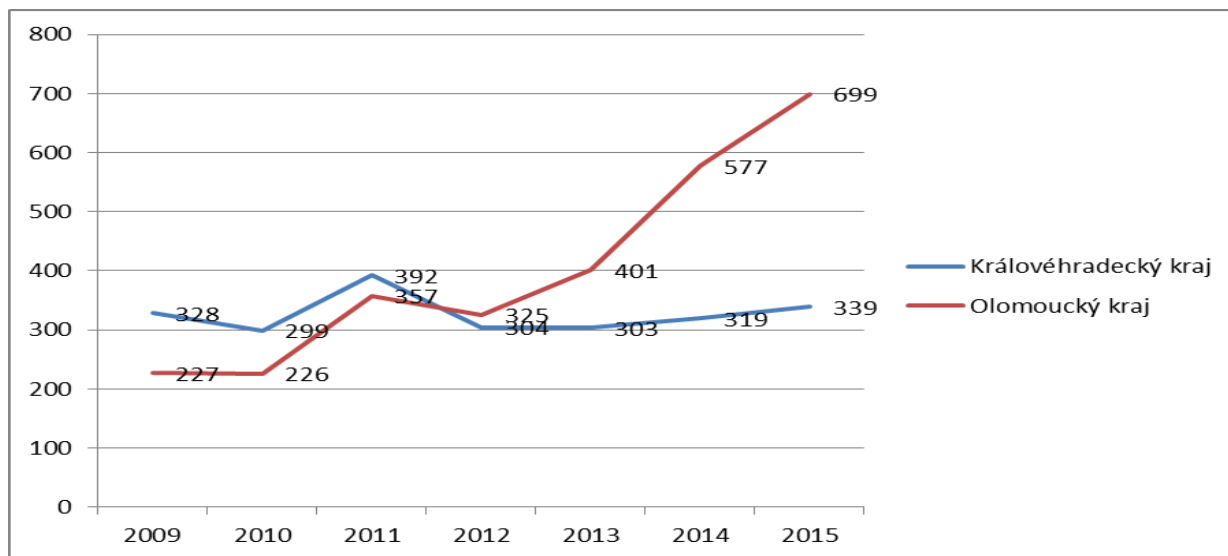
K prvnímu výraznému nárůstu došlo v roce 2011. Rok předtím, 10. 06. 2010 byl otevřen hotel NH Olomouc Congress****.

K dalším výraznému navýšení MICE akcí došlo v letech 2013, 2014 a 2015, což má přímou závislost na modernizaci a znovuotevření hotelu Clarion Congress Hotel****. Ta proběhla 10. 10. 2013.

Počet MICE akcí v letech 2009 – 2015

| | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|----------------------|------|------|------|------|------|------|------|
| Olomoucký kraj | 227 | 226 | 357 | 325 | 401 | 577 | 699 |
| Královéhradecký kraj | 328 | 299 | 392 | 304 | 303 | 319 | 339 |

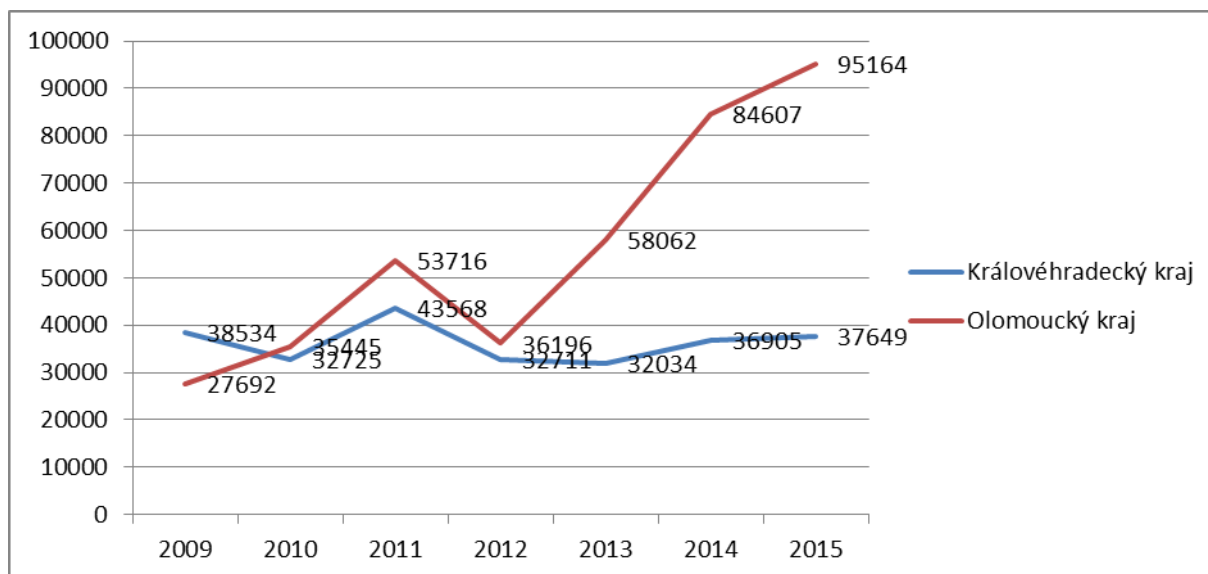
Zdroj: Konference v hromadných ubytovacích zařízeních podle krajů



Počet účastníků MICE akcí v letech 2009 – 2015

| | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|----------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Olomoucký kraj | 27.692 | 35.445 | 53.716 | 36.196 | 58.062 | 84.607 | 95.164 |
| Královéhradecký kraj | 38.534 | 32.725 | 43.568 | 32.711 | 32.034 | 36.905 | 37.649 |

Zdroj: Konference v hromadných ubytovacích zařízeních podle krajů



3.3.3 Budování a modernizace infrastruktury pro sport, volný čas a rekreaci a jejich další využití při tvorbě produktů incentivních programů

Příklady doporučených aktivit:

- Budování a údržba cyklostezek s využitím pro rozvoj cestovního ruchu a MICE aktivity
- Postupná výstavba úseků stezek na páteřních cyklotrasách a jejich vhodné využití v rámci MICE aktivit
- Značení a údržba cyklotras, jejich vhodné trasování a propojování s ohledem na turistické atraktivitu a stávající infrastrukturu
- Podpora rozvoje zázemí pro cyklisty (půjčovny, servis aj.) v rámci organizace MICE programů
- Budování a údržba naučných stezek
- Údržba a aktualizace turistického značení
- Budování a údržba lyžařských běžeckých tras
- Údržba a modernizace lyžařských areálů
- Podpora vybavování tematických tras vhodným mobiliářem
- Budování a údržba hipostezek a dalších specifických tras a stezek
- Hledání možností využití stávajících kapacit pro sport, volný čas a rekreaci
- Rozvoj a podpora fungování prostor pro kulturní akce a volnočasové aktivity při zachování finanční dostupnosti pro obyvatele i turisty
- Pasportizace kapacit pro sport, volný čas a rekreaci z hlediska jejich potenciálu pro cestovní ruch a MICE segment, zapojení do nabídky produktů a propojení s dalšími spolupracujícími subjekty
- Poradenství v oblasti dotačních prostředků, odborná pomoc, projektový management
- Jednání se subjekty, které mají vliv na realizaci a podobu větších projektů v oblasti MICE
- Rozvoj infrastruktury vázané na pobyt u vody – kvalitativní rozvoj stávajících středisek a jejich využití v oblasti MICE

Konkrétní seznam příkladů projektových záměrů uvádím v akčním plánu.

3.3.4 Zlepšení dopravní infrastruktury a obslužnosti turistických destinací

V této oblasti je především alarmující situace v oblasti parkování ve městě Hradec Králové a konkrétně v lokalitě kongresového centra Aldis.

Příklady doporučených aktivit:

- Vytvoření koncepcí dopravy v klidu
- Vyřešení problematiky parkování u KC Aldis
- Řešení parkování ve městě v souladu se zásadami udržitelného rozvoje
- Uvolnění veřejných prostranství centrální části města od parkujících automobilů
- Vytvoření a naplňování cíle a opatření generelu dopravy
- Budování a zkvalitňování parkovacích míst u turistických atraktivit

- Dostavba D11 po Světí a dále k Jaroměři
- Dostavba R 35 v celé délce na území Královéhradeckého a Pardubického kraje
- Modernizace páteřní a regionální železniční sítě
- Naplňování cíle a opatření aktuální koncepce rozvoje cyklodopravy
- Vyvedení tranzitní automobilové dopravy mimo centrum města realizací obchvatných komunikací včetně vyřešení dopravních problémů napojení letiště a skladištní oblasti k dálnici
- Zesplavnění Labe pro turistické a MICE využití (Kuks-Pardubice)
- Vybudování Labské cyklostezky a její využití pro incentivní programy
- Udržení průchodnosti II. městského silničního okruhu a z něj vycházejících radiál vymístěním tranzitní dopravy a s pomocí budování inteligentního dopravního systému
- Zlepšení stavu dopravní infrastruktury za možnosti využití vícezdrojového financování
- Podpoření tvorby plánu mobility
- Vybudování inteligentního dopravního systému
- Napojení Královéhradeckého kraje na nadřazenou dopravní síť meziregionálního a přeshraničního významu
- Zlepšení stavu regionální dopravní infrastruktury s ohledem na plynulost dopravy a bezpečnost a zdraví obyvatel
- Zlepšení dopravního spojení do Polska
- Rozšíření dálniční sítě na území Královéhradeckého kraje
- Budování parkovacích informačních systémů
- Zkvalitnění a unifikace navigačních systémů ve městech
- Optimalizace a doplnění navigačního systému pro motoristy k turistickým cílům
- Rekonstrukce veřejných prostranství a komunikací v koordinaci s vlastníky, finančními podporovateli apod.
- Zavádění ekologických forem dopravy a jejich využití v MICE
- Jednání se subjekty, které mají vliv na realizaci a podobu větších infrastrukturních projektů v oblasti dopravy

Konkrétní seznam příkladů projektových záměrů uvádím v akčním plánu.

3.3.5 Budování, údržba, rekonstrukce a zpřístupnění přírodních a kulturních atraktivit pro segment MICE (volnočasové a incentivní programy)

Příklady doporučených aktivit:

- Pasportizace a mapování potenciálu turistických atraktivit vhodných pro využití v MICE segmentu
- Podpora zápisu památek do prestižních seznamů a registrů (národní systémy památkové ochrany, Evropské dědictví, UNESCO, regionální marketingové seznamy atp.)
- Jednání se subjekty mimo cestovní ruch o spolupráci při realizaci větších projektů a rozšíření nabídky cestovního ruchu a MICE
- Využití atraktivních kulturních a společenských akcí (městské a historické slavnosti, hudební a divadelní festivaly apod.) pro posílení turistické nabídky a jejich využití i v oblasti MICE

- Rozvoj turistických produktů vázaných na sklářskou, textilní, hornickou a jinou řemeslnou historii a jejich využití v rámci incentivní programů MICE turistiky
- Podpora rozvoje turistické infrastruktury podél významných vodních toků a jejich zapojení do MICE programů
- Podpora revitalizace a zpřístupňování památek vhodných pro kongresovou a incentivní turistiku

Konkrétní seznam příkladů projektových záměrů uvádím v akčním plánu.

3.3.6 Podpora rozvoje podnikatelského prostředí, vědy, výzkumu, inovací a vysokého školství v souvislosti s rozvojem kongresové a incentivní turistiky

Jak již bylo zmíněno dříve, oblast MICE je založena na úzkém propojení vědy, výzkumu, vysokého školství s konferenčními možnostmi destinace. Strategie předních MICE destinací je založena na svých silných oborech, např. London se prezentuje finančními službami, kreativním průmyslem a novými technologiemi. V těchto oborech je tato metropole téměř nejlepší na světě, má konkurenční výhodu a snaží se přilákat akce kongresového průmyslu.

Královéhradecký kraj má v tomto případě výhodu tradice medicínských a farmaceutických oborů. Měl by na nich postavit svoji strategii a snažit se přilákat do Hradce Králové a Královéhradeckého kraje co nejvíce konferencí v těchto oblastech. Bohužel zatím chybí propojení a spolupráce vědy, výzkumu a silných oborů v návaznosti na MICE. Město Hradec Králové a Královéhradecký kraj nedostatečně využívají svých silných oborů. Nutné bude zapojení vědeckých kapacit z Lékařské a Farmaceutické fakulty UK v Hradci Králové, Fakultní nemocnice v Hradci Králové, Fakulty vojenského zdravotnictví Univerzity Obrany a Univerzity Hradec Králové do procesu získávání konferencí. To je jeden ze základních principů kongresové a incentivní turistiky. Doposud bohužel tato kooperace příliš nefungovala a to je také jeden z důvodů proč MICE v kraji dlouhodobě stagnuje. Pozitivní je vznik Technologického parku s přítomností firmy Microsoft. Pokud má Královéhradecký kraj zájem úspěšně vystupovat na poli kongresové a incentivní turistiky musí se snažit o podporu a rozvoj svých silných oborů a nových technologií. Investiční pobídky a atraktivní prostředí pro podnikání firem je nezbytností. Propojení vědy, výzkumu, businessu a atraktivních nabídek je klíčem k úspěchu. Jak by takové zaměření mělo vypadat, uvádím v případové studii.

!Případová studie: Brno – „Czech Silicon Valley“

Brno se v poslední době prezentuje jako „centrum obchodu, vědy a výzkumu“. Toto zaměření je založeno na strategii budování technologických a vědeckých center. Zvyšující se počet společností aktivních v IT, telekomunikacích, vývoji software and hi-tech získalo městu přezdívku „Czech Silicon Valley“.

Strategie byla zaměřena především na vytvoření Technologického parku Brno, což je společná investice města Brno a britské společnosti P&O. Český technologický park Brno je podnikatelský park kampusového typu, který formou pronájmu poskytuje smíšené prostory pro kanceláře, výzkum a lehký průmysl společně s prostorami pro odpočinkové aktivity a služby. Do současnosti již bylo realizováno přes 63 000 m² administrativních prostor kategorie A a výrobních prostor pro high-tech průmysl, strategické služby, výzkum a vývoj.

Sídlo zde našlo 21 společností s více než 5000 zaměstnanci včetně IBM, Motorola, Vodafone nebo Silicon Graphics. Díky své poloze vedle kampusu Vysokého učení technického v Brně a výzkumných center CEITEC (Středoevropský technologický institut) a AdMaS (Advanced Materials, Structures and Technologies) nabízí technologický park klientům společností specifické výhody ve formě kvalifikované pracovní síly absolventů technických oborů a příležitosti ke spolupráci na výzkumných a rozvojových projektech jak s univerzitou, tak i se zmíněnými institucemi.

Kromě již výše zmiňovaného Technologického parku se prezentuje Brno jako město výzkumu a vývoje i díky centru vědecké excelence v oblasti věd o živé přírodě a pokročilých materiálů a technologií – CEITEC.

CEITEC byl schválen Evropskou komisí 6. června 2011 a vznikl ze společného projektu šesti nejvýznamnějších brněnských univerzit a výzkumných institucí za podpory Jihomoravského kraje a města Brna. Jeho nositeli jsou Masarykova univerzita, Vysoké učení technické v Brně, Mendelova univerzita v Brně, Veterinární a farmaceutická univerzita Brno, Výzkumný ústav veterinárního lékařství a Ústav fyziky materiálů Akademie věd ČR. CEITEC je vůbec prvním typem vědeckého centra v ČR, které integruje výzkum a vývoj v oblasti věd o živé přírodě a pokročilých materiálů a technologií v takovém rozsahu. Základní stavební jednotky centra tvoří **61 výzkumných skupin** s věcně nebo logicky souvisejícím výzkumným zaměřením, které jsou soustředěny do **7 spolupracujících výzkumných programů**: 1. Pokročilé nanotechnologie a mikrotechnologie, 2. Pokročilé materiály, 3. Strukturní biologie, 4. Genomika a proteomika rostlinných systémů, 5. Molekulární medicína, 6. Výzkum mozku a lidské mysli, 7. Molekulární veterinární medicína.

Díky podpoře z Operačního programu Výzkum a vývoj pro inovace bylo možné instalovat špičkové vybavení, které se vesměs vyznačuje vysokými pořizovacími náklady a často i náročnými požadavky na provoz. Právě proto jsou laboratoře postaveny na myšlence sdílení a přístup do nich je umožněn vědeckým pracovníkům z České republiky i zahraničí. Na základě otevřené a transparentní soutěže mají přístup do laboratoří akademičtí pracovníci stejně tak jako komerční subjekty.

Systém řízení a interní nastavení centra je inspirováno a nastaveno podle nejvýznamnějších světových vědeckých institutů, nejužší vedení zajišťují zahraniční vědečtí experti, interním jazykem je angličtina. Již existující výzkumné týmy a klíčové manažerské pozice jsou obsazeny špičkovými experty s mezinárodními zkušenostmi a cíleně se pracuje na získávání dalších zahraničních expertů a návratu úspěšných českých vědců. Základem je pravidelné hodnocení kvality vědeckých výkonů prováděné nezávislým týmem špičkových světových odborníků na danou problematiku. Nezávislé hodnocení dle přísných mezinárodních standardů zajišťuje Koordinační rada a Mezinárodní vědecká rada, jejímiž členy jsou významné osobnosti zahraniční i české vědy. (Středoevropský technologický institut 2016)

Jako univerzitní město s více než 80 000 studenty má Brno výborné podmínky pro rozvoj. Moravská metropole je také místem několika vedoucích a světově renomovaných technologických institucí, orientovaných na výzkum, biomedicínu, vývoj různých potravinových komponentů včetně genetických modifikací stejně jako mozkový a myslí výzkum. ((MICE Central & Eastern Europe březen 2014))

Příklady doporučených aktivit:

- Maximální využití propojení vědy, výzkumu, praxe, vysokého školství a kongresové turistiky
- Zvýšení atraktivity nabízených rozvojových lokalit
- Změna odmítavého postoje veřejnosti k průmyslovým investicím ve městě Hradec Králové
- Zvýšení podpory, tvorby a propagace rozvojových lokalit na území města Hradec Králové
- Revitalizace brownfields
- Snížení daně z nemovitosti prostřednictvím snížení místního a podnikatelského koeficientu
- Zvýšení kapacity a efektivity podnikatelského inkubátoru Technologického centra Hradec Králové
- Zvýšení efektivity působení centra pro transfer technologií Technologického centra Hradec Králové
- Zájem města iniciovat vznik nových firem a jejich podpora formou podnikatelského inkubátoru Technologického centra Hradec Králové
- Využití existence Fakultní nemocnice a její vazby na vysoké školy
- Kladení důrazu na tradiční silné odvětví v regionu (farmacie, strojírenství, textilní průmysl, ICT atd.)
- Další rozvoj Technologického centra
- Intenzivnější ekonomická spolupráce se zahraničními partnerskými městy
- Rozvoj Univerzitního areálu na Soutoku a kampusu Univerzity Karlovy
- Podpora spolupráce škol všech stupňů a dalších vzdělávacích institucí ve městě
- Podpora mezinárodní spolupráce mezi vzdělávacími institucemi

3.3.7 Rozvoj tradičních center lázeňství a wellnessových zařízení s potenciálem v oblasti MICE

Je potřeba zaměřit se i na podporu a rozvoj tradičních center lázeňství a wellnessových zařízení. Celá řada z nich jako např. Tree of Life v Lázních Běláhrad nebo wellnessová zařízení v Krkonoších již našla v oblasti MICE své uplatnění. Příkladem by mohlo být zapojení do MICE nabídky lázní Velichovky nebo revitalizace lázeňského místa Běloves.

3.3.8 Zavádění certifikace služeb v segmentu MICE s následným dohledem nad plněním jeho standardů

Příklady doporučených aktivit:

- Podpora certifikace MICE zařízení
- Dotační podpora MICE subjektů za účelem dosažení odpovídajících stupňů certifikace

3.4 Monitoring

TIP MICE Expertů:

„Důležitou součástí činnosti VCB je sběr statistických dat z kongresového průmyslu. Statistiky jsou nezbytné proto, aby bylo možné především regionálním politikům prokázat skutečnou hodnotu a přínos kongresového průmyslu a získat tak jejich podporu. Ve Vídni utratí každý delegát kongresu 645 eur za den, což významně přispívá do rozpočtu města.“

Zástupkyně ředitele Vienna Convention Bureau - Ulrike von Arnold

(Komerční speciál Kongresová turistika 02/2012)

V České republice je monitoring MICE akcí zajišťován každoročně Českým statistickým úřadem. Sledovány jsou konference v hromadných ubytovacích zařízeních od 50 účastníků. Bohužel celá řada MICE akcí má menší charakter nebo jsou organizovány v zařízeních bez ubytování, což zcela zkrusluje zmiňovaný monitoring. Výjimečně jsou prováděna další statistická šetření a průzkumy. Systematický monitoring s jasnými pravidly, který odráží reálnou situaci chybí.

V mezinárodním prostředí se zabývají monitoringem kongresů a konferencí mezinárodní organizace jako ICCA a UIA. Dle statistiky používají informace od jednotlivých convention bureau v destinaci. Tento monitoring je založen na jasných pravidlech, která uvádím níže.

!Případová studie: Monitoring ICCA

Mezinárodní kongresová asociace - ICCA (International Congress and Convention Association)

Tvorba kongresové statistiky na základě následujících kritérií

- Kongres je organizován mezinárodní asociací
- Je pořádán pravidelně
- Rotuje minimálně mezi třemi zeměmi
- Účast nejméně 50 delegátů

!Případová studie: Monitoring UIA

Unie mezinárodních asociací - UIA (Union of International Associations)

Tvorba kongresové statistiky na základě následujících kritérií

- Doba trvání nejméně 3 dny
- Minimálně 300 účastníků
- Účastníci pocházejí z nejméně 5 různých zemí
- Podíl zahraničních účastníků tvoří nejméně 40%

I v jednotlivých MICE destinacích není sběr informací a monitoring jednotný. Pravidelně se vlivem kongresové a incentivní turistiky na ekonomiku destinace začali v poslední době zabývat, např. ve Švýcarsku nebo Polsku. Příklady sledovaných ukazatelů uvádím níže.

!Případová studie: Switzerland Convention & Incentive Bureau – Monitoring

Každoroční monitoring a sběr informací provádí Switzerland Convention & Incentive Bureau. Statistické informace dodávají hotely, konferenční centra a pořadatelé eventů. Kromě toho se jednou za tři roky vypracovává studie švýcarského MICE průmyslu a jeho vlivu na ekonomiku země. Poslední studie byla provedena v roce 2014.

Meetings Report Switzerland 2014

Analysis Business-Meetings 2011-2013 (Switzerland Convention & Incentive Bureau)

Autor: Dr. Christian Dernbach, 14. květen 2014

3 - leté srovnání švýcarského MICE průmyslu

Sledované ukazatele

- Analýza počtu, typu, doby konání a délky trvání akcí.
- Počet účastníků a regionální rozmístění MICE akcí.
- Význam MICE v rámci sektoru cestovního ruchu (podíl přenocování) a jeho ekonomická důležitost (prodeje generované za kalendářní rok).

Regionální rozmístění: 4 geografické kategorie

- **Velká města (Big cities)** – hlavní město Bern + Ženeva, Lausanne, Basel, Zürich včetně okolí
- **Malá města (Small cities)** – švýcarská města s více než 10 000 obyvateli nacházející se mimo 5 metropolitních oblastí a alpských regionů
- **Horské regiony (Mountains regions)** – oblasti v alpských regionech, s krajinou alpského charakteru a s nadmořskou výškou nejméně 1000 m nad mořem
- **Vesnické oblasti (Rural areas)** – mimo alpské regiony s méně než 10 000 obyvateli

Regionální rozdělení zvoleno na základě následujících faktorů:

- Struktura osídlení
- Přírodní a geografické faktory
- Průzkum trhu a posouzení expertů

(Dernbach 2014)

!Případová studie: Studie pozitivního vlivu kongresové a incentivní turistiky na ekonomiku města Krakova (2014).

Společný projekt Města Krakova – Krakov Convention Bureau, Krakovské Ekonomické Univerzity, Krakow Festival Office (ICE Krakow) a University of Applied Sciences of Western Switzerland Valais

Cíl projektu: Analýza, hodnocení a monitoring vlivu kongresové a incentivní turistiky na ekonomiku města Krakov s využitím dobrých příkladů ze Švýcarska

Block Grant Partnership Fund Švýcarsko-polského kooperačního programu vzájemné výměny dobré praxe a know how v oblasti propagace, vedení a posílení vztahů mezi městem Krakov a institucemi University of Economics in Krakow, Krakow Festival Office a švýcarskými partnery (Institute of Tourism).

Cílovou skupinou projektu je MICE segment a konkrétně organizátoři kongresů, konferencí, seminářů, veletrhů, mítinků, incentivních akcí a operátoři konferenčních zařízení ve městě

Krakov. To zahrnuje i businesses, tour organisers, training providers, hotely, konferenční centra, muzea a další zástupce MICE.

Základním výstupem projektu je zjištění velikosti kongresového průmyslu v Krakově a jeho vlivu na ekonomiku města.

Sledované ukazatele: množství, typ, délka trvání a charakter MICE akcí (domácí - zahraniční), organizátor MICE akce, zaměření (obor) akce, výdaje účastníků MICE akcí (účastnický poplatek, výdaje za ubytování, stravování), celkové výdaje, vygenerované HDP z MICE akcí, příjmy do městské pokladny, vytvořená nová pracovní místa. (Borodako 2014)

Doporučení pro Hradec Králové Region Convention Bureau:

Nositel monitoringu a sběru informací: Hradec Králové Region Convention Bureau
Statistické informace dodávají jednou ročně MICE subjekty Královéhradeckého kraje: ubytovací zařízení, konferenční centra, pořadatelé eventů, kulturní zařízení.

Zjišťované údaje:

- Typ dotazovaného MICE zařízení
- Které z následujících MICE akcí Vaše zařízení v uplynulém roce hostilo
- Průměrná délka trvání jedné MICE akce ve Vašem zařízení
- Průměrný počet MICE akcí ve Vašem zařízení v loňském roce
- Průměrný počet účastníků jedné MICE akce ve Vašem zařízení
- Převažující měsíc nebo měsíce konání MICE akcí ve Vašem zařízení
- Ze kterého kraje či země pocházeli účastníci MICE akcí ve Vašem zařízení
- Z jakého oborového zaměření pocházeli účastníci MICE akcí ve Vašem zařízení
- Přibližné výdaje účastníků MICE akcí

Každé tři roky bych doporučil vypracování studie vlivu MICE na ekonomiku města a kraje

Ekonomickými analýzami v oblasti cestovního ruchu a sportu se věnuje v České republice např. Prof. Hobza, Katedra rekreologie, FTK UP

Je zcela nezbytné pravidelně monitorovat a vyhodnocovat vliv ekonomického efektu kongresového a incentívniho cestovního ruchu na ekonomiku Královéhradeckého kraje. Jen tak můžeme operativně reagovat na měnící se prostředí a požadavky účastníků MICE akcí a přizpůsobit změně těchto faktorů každoroční marketingový plán.

Sledované činnosti:

- Provádění statistických šetření a průzkumů – celoročně
- Hodnocení kvantitativních a kvalitativních parametrů (Sledování počtu konferenčních akcí, počtu účastníků konferenčních akcí, počtu návštěvníků a přenocování, délky trvání MICE akcí, výdajů účastníků MICE akcí, příjmů do městské a krajské pokladny)
- Sledování ekonomické výtěžnosti konferenčních a kongresových akcí
- Monitoring návštěvnosti konkrétních turistických cílů a jejich využití v segmentu MICE

- Sledování procesu zvyšování kvalifikace MICE personálu
- Sledování aktuálních trendů v oblasti MICE
- Sledování konkurenčních destinací v ČR a Střední Evropě
- Měření efektivity podpory MICE v jednotlivých oblastech
- Stanovení jednotné metodiky sběru dat pro sledovanosti výnosů z oblasti MICE
- Pravidelné zjišťování potřeb a požadavků všech subjektů zapojených do procesu MICE akcí v Královéhradeckém kraji
- Mapování rozvojových projektů v oblasti cestovního ruchu a segmentu MICE plánovaných, připravovaných nebo realizovaných na území kraje jinými subjekty
- Podpora funkčnosti datového skladu pro MICE subjekty v kraji
- Pravidelný sběr a vyhodnocování dat od destinačních managmentů a MICE subjektů
- Vytvoření a pravidelná aktualizace databáze MICE subjektů v Královéhradeckém kraji
- Vytvoření a pravidelná aktualizace databáze organizátorů MICE akcí a médií (rozdělení podle cílových skupin a klíčových trhů)

3.5 Financování

Doporučení MICE Expertů:

„Obrovský význam má dlouhodobé financování convention bureau. Pokud rozpočet kolísá, je velmi těžké plánovat obchodní a marketingové aktivity a zajistit tak stálou aktivitu destinace na trhu. Konkrétně roční rozpočet Copenhagen Convention Bureau činí tři miliony eur a je tvořen z poloviny členskými příspěvky a z poloviny příspěvky z veřejného sektoru – od vlády, orgánů místní samosprávy a vedení města.“

Ředitel Copenhagen Convention Bureau - Steen Jakobsen

„Úspěšné Convention Bureau nemůže fungovat bez stálého rozpočtu, který v případě Vídně činí 2,4 milionu eur ročně.“

Zástupkyně ředitele Vienna Convention Bureau - Ulrike von Arnold

(Komerční speciál Kongresová turistika 02/2012)

3.5.1 Financování na základě členství v Hradec Králové Region Convention Bureau

Jednou z možností financování je systém založený na členství partnerů v Regionálním Convention Bureau. Tento systém doplňujícího financování funguje např. u Prague Convention Bureau nebo Carlsbad Convention Bureau. Partneri jsou rozděleni do jednotlivých kategorií podle portfolia služeb. Výše členského poplatků je závislá od výběru marketingového balíčku. V případě Prague Convention Bureau je možné být např. „Platinovým“, „Zlatým“ nebo „Stříbrným“ členem convention bureau. Každá z těchto kategorií má právo čerpat i specifické služby v rámci marketingových balíčků. Bližší podrobnosti uvádím níže na příkladech Prague Convention Bureau a Carlsbad Convention Bureau.

!Případová studie: Členství Prague Convention Bureau

A. Typy členství – Rozdělení dle portfolia služeb

1. Hotely
2. Destination Management Companies (DMC)
3. Professional Congress/Conference Organizer (PCO)
4. Kongresová centra a prostory
5. Catering a restaurace
6. Služby

B. Technické podmínky pro jednotlivé kategorie

Hotely

- Hotel kategorie 3*,4*,5*, Business Hotel

Destination Management Companies (DMC)

- Reference dle všeobecných podmínek na kompletní zajištění všech DMC služeb definovaných dle mezinárodní definice

Professional Congress Organizers (PCO)

- Reference dle všeobecných podmínek na kompletní zajištění všech PCO služeb definovaných dle mezinárodní definice
- Zástupce asociace má právo navštívit jednu z akcí organizovanou uchazečem

C. Formy členství

Rozdělení podle výběru marketingových balíčků

A)Prague Convention Bureau member Platinum - 94 500 Kč bez DPH

B)Prague Convention Bureau member Gold - 63 000 Kč bez DPH

C)Prague Convention Bureau member Silver - 42 000 Kč bez DPH

K balíčku marketingových služeb je účtován ještě členský poplatek ve výši 1000 Kč

Rozdělení marketingových balíčků podle jednotlivých forem členství

| Marketingový poplatek 2016 | Silver | Gold | Platinum | Přibližná hodnota v Kč |
|--|-----------|-----------|-----------|------------------------|
| Výše poplatku | 42 000 Kč | 63 000 Kč | 94 500 Kč | |
| Použití loga Prague Convention Bureau (PCB) na vizitkách, webových stránkách a jiných propagačních materiálech společnosti + Prague Convention Bureau certifikát | X | X | X | |
| Prezentace člena PCB pracovníky PCB v rámci veletrhů, workshopů, fam-tripů, novinářských cest a jiných obchodních aktivit | X | X | X | 5000 |
| Prezentace člena PCB v sekci profilů členů na webové stránce PCB – informace, logo a kontakty společnosti včetně přímého odkazu na vlastní webové stránky + fotografie (Platinum – 10, Gold – 6, Silver – 3) | X | X | X | 20000 |
| Prague Meeting Planners Guide (katalog + online app) prezentace člena PCB v Meeting Planner Guide , který je adresován přímo organizátorům MICE akcí | ½ A5 | 1 A5 | 1 A5 | 39000 |

| | | | | |
|--|---|--|--|--------|
| (Silver – ½ stránky, Gold a Platinum – celá stránka) | | | | |
| E-newsletter členům PCB (6xrok v češtině, 4xrok v angličtině) a PCB Info(týdně) – zprávy, kalendář kongresových akcí v Praze, aktivity PCB, seznam nových členů a další stěžejní informace | X | X | X | 2000 |
| Přístup k statistickým datům a výstupům (sběr statistických dat a dalších výzkumů a analýz z oblasti MICE) | X | X | X | 2000 |
| Používání CRM systému, členská podpora (zaškolení, atd.) | X | X | X | 5000 |
| Networking – PCB organizuje různé druhy akcí (členské get-together, semináře, atd.) kde se členové mohou seznámit s novými obchodními partnery, minimálně 5xrok | X | Možnost prezentace vlastních služeb/ Informace členům | Možnost prezentace vlastních služeb/ Informace členům | 5000 |
| Mediální podpora – pomoc při vytvoření tiskových zpráv a jejich distribuce místním a zahraničním médiím (databáze PCB), použití tiskových zpráv a fotografií během pravidelných setkání se zástupci tisku a jejich publikování na webové stránce PCB a na sociálních sítích | X | X | X | 8000 |
| Mapy, katalogy, prezentace destinace a další propagační materiály k dispozici pro proces kandidatur | | X | X | 2500 |
| Možnost zúčastnit se vzdělávacích seminářů, workshopů atd., organizovaných PCB za speciální členské poplatky | X | 50% sleva ze vstupního poplatku (max. 3 účastníci) | Zdarma (max. 3 účastníci) | 3000 |
| Možnost využití kanceláře PCB v rámci inspekčních cest a prezentací dle potřeb členů PCB | X | X | X | 2000 |
| Možnost aktivně se podílet na inspekčních cestách a nabízet své služby | X | Priorita 2 | Priorita 1 | 5000 |
| Získání poptávek a požadavků na MICE akce do 100 účastníků | X | X | X | 5000 |
| Získání poptávek a požadavků na MICE akce do 250 účastníků | | X | X | 10000 |
| Získání všech poptávek a požadavků na MICE akce | | | X | 15000 |
| Asistence při zajištění podpory z města, od agentury CzechTourism a dalších veřejných institucí (městská hromadná doprava pro účastníky zdarma, podpůrný dopis, záštita, uvítání zástupcem města) | | X | X | 5000 |
| Možnost podílet se na programu ambasadorů („Ambassador Programme“) | | X | X | 10000 |
| Účast v rámci „sales trips“ a road shows – možnost zúčastnit se prezentací na klíčových zahraničních trzích (systém funguje na základě odsouhlasených interních směrnic) | | Priorita 2 | Priorita 1 | 10 000 |

| | | | | |
|--|----|----------------------|-----------------------|-------|
| Možnost začlenění v proces PCB kandidatur aktivní akvizici velkých MICE akcí a kongresů (více než 300 účastníků) v rámci projektu „Bidding for Prague“ | | | X | 30000 |
| Prezentace člena PCB nebo eventu v PCB newsletteru „Prague InSpires“ – speciální vydání zasílané více než 10 000 zahraničním kontaktům z databáze PCB 6xrok | | 1xrok | 2xročně | 5000 |
| Možnost umístění banneru člena PCB na titulní stránku webu PCB | | 6 měsíců nepřetržitě | 12 měsíců nepřetržitě | 12000 |
| Možnost účasti na veletrzích (IMEX Frankfurt, EIBTM Frankfurt) v rámci expozice PCB/PCT za speciální zvýhodněný členský poplatek | | Priorita 2 | Priorita 1 | |
| Sleva za platbu členského příspěvku s předstihem | 7% | 7% | 7% | |

(Prague Convention Bureau 2016)

Kritéria pro přijetí nových členů Prague Convention Bureau

A. Všeobecné podmínky, shodné pro všechny kategorie:

1. Uchazeč je zapsaný v obchodním rejstříku ČR, se sídlem v Praze nebo ČR
2. Uchazeč podniká na území Prahy nebo v jejím blízkém okolí v oboru kongresové a incentivní turistiky min. 2 roky.
3. Uchazeč prokáže četným prohlášením, že nemá nedoplatek za dávky sociálního a zdravotního pojištění a nemá nedoplatky vůči státu ani vůči třetím subjektům související s předmětem podnikání ani není účastníkem probíhajícího insolvenčního řízení jako dlužník.
4. Uchazeč podá písemně přihlášku do sdružení PCB, na přihlášce si vybere „balíček marketingových služeb“ – a tím i vyšší marketingových poplatků a kategorii členů stanovenou níže.
5. Uchazeč se zavazuje respektovat a dodržovat etický kodex člena PCB. Svůj závazek stvrdí písemným podpisem etického kodexu.
6. Uchazeč poskytne písemné reference od 3 klientů (lokálních či zahraničních v rámci MICE průmyslu) na originálním hlavičkovém papíře, pro které uchazeč o členství organizoval v Praze v posledních 2 letech kongres/konferenci/incentivu. Oficiální reference bude doplněná o data (název akce, počet účastníků, místo konání), která jsou ověřitelná.
7. Uchazeč bude doporučen min. 2 členy představenstva PCB.

Členové Prague Convention Bureau

Platinum PCB Member

- AIM Group International - Organizátor akcí (Platinum PCB Member)
- AV MEDIA, a.s.- Služby (Platinum PCB Member)
- C-IN- Organizátor akcí (Platinum PCB Member)
- Clarion Congress Hotel Prague - CPI Hotels, a.s.- (Platinum PCB Member)
- Corinthia Hotel Prague - Business Hotel(Platinum PCB Member)
- GUARANT International spol. s r.o. - Organizátor akcí (Platinum PCB Member)
- Hotel Hilton Prague - Business Hotel (Platinum PCB Member)
- La Bohème - Organizátor akcí (Platinum PCB Member)
- Liberty Incentives & Congresses, spol. s r.o. – Organizátor akcí (Platinum PCB Member)
- Národní dům na Vinohradech – Venue (Platinum PCB Member)
- Palác Žofín – Venue (Platinum PCB Member)
- Kongresové centrum Praha - Konferenční centrum (Platinum PCB Member)

Senator Meeting & Incentives - Organizátor akcí (Platinum PCB Member)

Zátiší Catering Group, a.s. - Catering a restaurace (Platinum PCB Member)

Gold PCB Member

AGL travel - Organizátor akcí (Gold PCB Member)

Aquapalace Hotel Prague – Hotel (Gold PCB Member)

Barceló Hotel Praha – Hotel (Gold PCB Member)

Columbus Welcome Management Prague (Welcome Touristic Praha s.r.o.) - Organizátor akcí (Gold PCB Member)

Computer System Group a.s. - Služby (Gold PCB Member)

EVENT ARENA s.r.o. - Organizátor akcí (Gold PCB Member)

Francouzská restaurace Art Nouveau - Catering a restaurace (Gold PCB Member)

Grand Majestic Plaza - Business Hotel (Gold PCB Member)

Grandior Hotel Prague - Business Hotel (Gold PCB Member)

Hard Rock Cafe Praha - Catering a restaurace (Gold PCB Member)

Holiday Inn Prague Congress Centre – Business Hotel (Gold PCB Member)

Hotel Century Old Town – Business Hotel (Gold PCB Member)

Hotel Hilton Prague Old Town - Business Hotel (Gold PCB Member)

Hotel Novotel Praha Wenceslas Square – Business Hotel (Gold PCB Member)

InterContinental Prague - Business Hotel (Gold PCB Member)

K+K Hotel Central – Hotel (Gold PCB Member)

Lobkowiczský palác - Pražský hrad – Venue (Gold PCB Member)

Mikenopa Central Europe – Služby (Gold PCB Member)

Prague Boats - Catering a restaurace (Gold PCB Member)

Prague Marriott Hotel - Business Hotel (Gold PCB Member)

Vienna House Diplomat Prague – Hotel (Gold PCB Member)

Silver PCB Member

Andel's by Vienna House Prague – Hotel (Silver PCB Member)

Angelo by Vienna House Prague – Hotel (Silver PCB Member)

CARSLINE s.r.o. – Služby (Silver PCB Member)

Courtyard by Marriott Prague City - Business Hotel (Silver PCB Member)

Golem - Catering a restaurace (Silver PCB Member)

Hostesky.cz s.r.o. – Služby (Silver PCB Member)

Hotel Olšanka- Hotel (Silver PCB Member)

Hotel Majestic Plaza - Business Hotel (Silver PCB Member)

Maxin Prague - Organizátor akcí (Silver PCB Member)

Muzeum Grévin Praha – Venue (Silver PCB Member)

Ovation Czech Republic - Organizátor akcí (Silver PCB Member)

Panorama Hotel Praha – Hotel (Silver PCB Member)

Parkhotel Praha – Hotel (Silver PCB Member)

Letiště Praha – Služby (Silver PCB Member)

Kongresový sál Letiště Praha- Konferenční centrum (Silver PCB Member)

Radisson Blu Alcron Hotel Praha- Business Hotel (Silver PCB Member)

Sheraton Prague Hotel - Business Hotel (Silver PCB Member)

The Grand Mark Prague – Hotel (Silver PCB Member)

Vega Tour - Služby (Silver PCB Member)

Proč být členem Prague Convention Bureau?

1. „Být vidět“

Marketingová prezentace společnosti na webu PCB, v Meeting Planners Guidu, v E-Newsletterech, na sociálních sítích, na MICE veletrzích, workshopech, sales tripech, PR-článcích apod.

2. „Zvýšit prestiž své organizace“

Být součástí sdružení kvalitních dodavatelů MICE služeb, kteří dodržují etické normy a dbají na vzájemný respekt.

3. „Podpořit prezentaci Prahy jako kongresové destinace“

Podíl na budování image destinace v zahraničí, příspěvek na propagaci Prahy jako kongresové destinace.

4. „Získávat nové klienty a MICE poptávky“

Zvýšení obchodních příležitostí své společnosti prostřednictvím fam tripů, roadshow, workshopů, veletrhů a sales tripů.

5. „Networking se členy a profesionály z oboru“

Prostřednictvím setkání se všemi členy (min. 4x do roka) či jednotlivých skupin členů (min. 2x do roka) a specializovaných seminářů a akcí.

6. „Mít přístup k statistickým datům kongresového průmyslu, informacím z oboru a vzdělávání v oboru“

Pravidelné zasílání E-Newsletterů, PCB Infa, výsledků sběru statistických dat a analýz kongresového průmyslu, možnosti účasti na edukativních seminářích.

7. „Mít podporu při komunikaci s městem a veřejným sektorem“

Při žádostech o kongresové jízdné zdarma, o finanční podporu na kandidatury, o podpůrné dopisy, záštity apod.

8. „Mít k dispozici marketingové materiály“

Možnost získat mapy, brožury, destinační prezentaci a jiné propagační materiály k volnému užití.

9. „Mít mediální podporu“

Pomůžeme vám s tvorbou tiskových zpráv, jejich rozesláním a kontaktováním jak lokálních, tak zahraničních médií.

10. „Podpořit pozitivní efektivní zapálený PCB Team“

Etický kodex člena Prague Convention Bureau

Tento etický kodex je nezbytným dodatkem Stanov občanského sdružení Prague Convention Bureau o.s. (dále jen PCB) a vymezuje základní postoje a jednání členů PCB v souladu se smyslem existence, posláním a výkladem institutu „Convention Bureau“ ve světě. PCB je vnímáno jako vrcholná autorita a reprezentant Prahy v oblasti kongresové turistiky. Cílem PCB je propagace a utváření obrazu Prahy jako ideální cílové destinace pro všechny druhy setkání, jakožto i systematická motivace a zlepšování podmínek pro organizátory těchto setkání.

1. Člen PCB jedná čestně, s náležitou péčí profesionála, odpovídající zavedené odborné praxi, v souladu s dobrými obchodními mravy a platným právním řádem České republiky.

2. Člen PCB se zdržuje nekalých obchodních praktik jako zneužití informací, uplácení nebo zavádějící reklama. Prezentuje výhradně objektivní obraz vlastních dovedností a kompetencí, které je schopen zajistit na profesionální úrovni a disponuje přitom odpovídajícími zkušenostmi, know-how, materiálně-technickým a personálním zázemím.

3. Člen PCB má právo používat logo PCB ve spojení se svou obchodní a marketingovou strategií, a označovat na svých obchodní materiálech, že je členem PCB a využívat tak veškerých výhod, které toto přináší. V případě ukončení členství v PCB ukončí člen používání loga PCB na svých materiálech dnem ukončení členství.
 4. Člen PCB šíří a hájí dobré jméno PCB. Na veřejnosti či ve vztahu ke třetím subjektům vystupuje v jednotě s ostatními členy a v souladu se společně schválenou strategií a postojem. Případné vzájemné spory se snaží vyřešit vzájemným dialogem uvnitř PCB.
 5. Člen PCB nesmí zamlčet závažné skutečnosti, které by ve svém důsledku mohly poškodit dobré jméno PCB, i kdyby to představovalo riziko pozastavení či ukončení jeho vlastního členství. Za takové skutečnosti se považuje především neschopnost či neochota dostát platným obchodním závazkům vůči třetím subjektům.
 6. Členové PCB zachovávají mlčenlivost v záležitostech důvěrného charakteru, jejichž utajení vůči třetím osobám je předpokladem k prosazení společných strategických cílů PCB.
 7. Člen PCB se zdrží poskytování nevyžádaných nabídek, v písemné ani ústní podobě, které jsou nebo mohou být reakcí na předchozí poptávky zaslané PCB a rovněž nebude zasahovat do vývoje projektu, o jehož získání PCB usiluje a podniká v tomto ohledu konkrétní kroky, o čemž byla členská základna předem a včas informována.
 8. Člen PCB se zavazuje poskytovat PCB potřebné statistické údaje o svých obchodních výkonech, které souvisí s předmětem činnosti PCB a to v podobě, kterou stanoví PCB. PCB se zavazuje tyto údaje používat výhradně v agregované podobě a tak, aby je nemohl nikdo zneužít. Souhrnné statistické údaje slouží k základním činnostem PCB, informacím o ekonomickém přínosu PCB a jeho členů a k prosazování cílů PCB na vládní a municipální úrovni.
 9. Člen PCB nesmí záměrně poškodit dobré jméno a svými kroky znevážit čestné postavení jiného člena PCB. Při jednání s třetími subjekty jsou členové povinni navzájem prokazovat úctu vědomi si toho, že shodně splňují kritéria členství.
 10. Člen PCB považuje za svou morální povinnost přednostně využívat služeb jiného člena, pokud taková možnost existuje, nabídka je minimálně stejně výhodná a odpovídá danému zadání.
 11. Člen PCB má plné právo spojovat své členství s vlastními obchodní zájmy, využívat zprostředkovaný marketingový a obchodní servis, ale pod vlajkou PCB staví vždy na první místo prosazování společných cílů, i kdyby to nemělo znamenat přímý obchodní užitek.
- Schváleno valnou hromadou Prague Convention Bureau v Praze dne 12. 4. 2012
(Prague Convention Bureau 2016)

Jako doplnění uvádím v příloze také Stanovy Prague Convention Bureau.

!Případová studie: Členství Carlsbad Convention Bureau

Formy členství

Rozdělení podle výběru marketingových balíčků

A) Carlsbad convention bureau member Platinum - 30 000 Kč bez DPH

B) Carlsbad convention bureau member Gold - 25 000 Kč bez DPH

C) Carlsbad convention bureau member Silver - 15 000 Kč bez DPH

Členové Carlsbad Convention Bureau, o.p.s. (CCB)

Grandhotel Pupp Karlovy Vary, 5* Hotel
 Thermal - Hotel 4* - Karlovy Vary
 Léčebné Lázně Mariánské Lázně, 3* - 5* Hotels
 Golf hotel Morris**** Mariánské Lázně
 Infocentrum města Karlovy Vary
 KV ARENA
 (Carlsbad Convention Bureau 2016)

Výše poplatku v rámci členství může být také stanovena na základě počtu přenocování nebo paušálním výpočtem ploch za m² hotelů a konferenčních prostor. Příklady Bratislava Region Tourism a Slovak Convention Bureau uvádím v případových studiích níže.

!Případová studie: Bratislava Region Tourism

Poplatky členů se stanoví na základě počtu přenocování za rok

Členové

Město Bratislava (poplatek cca. 75 000 Euro/rok)
 Město Senec (poplatek cca. 6 000Euro /rok)
 Malé Karpaty (poplatek cca. 2 000 Euro/rok)
 (Bratislava Region Tourism 2016)

!Případová studie: Slovak Convention Bureau

- Zařízení s ubytovacími a konferenčními prostory
- Zařízení s kongresovými a konferenčními prostory
- Organizátor obchodních akcí
- Poskytovatel doplňkových produktů a služeb pro obchodní akce
- Poskytovatel spadající pod speciální regulaci a samosprávu
- Strategický partner

Výpočet marketingového příspěvku člena:

Zařízení s ubytováním i konferenčními prostory

| Metropolitan - Bratislava | Slovensko |
|---|---|
| 5* hotel 3,75 Eur/za pokoj x počet pokojů + 0,38 Eur za 1m ² konferenčních kapacit | 5* hotel 2,38 Eur/za pokoj x počet pokojů + 0,38 Eur za 1m ² konferenčních kapacit |
| 4* hotel 2,5 Eur/za pokoj x počet pokojů + 0,38 Eur za 1m ² konferenčních kapacit | 4* hotel 1,5 Eur/za pokoj x počet pokojů + 0,38 Eur za 1m ² konferenčních kapacit |
| 3* hotel 1,25 Eur/za pokoj x počet pokojů + 0,38 Eur za 1m ² konferenčních kapacit | 3* hotel 1 Eur/za pokoj x počet pokojů + 0,38 Eur za 1m ² konferenčních kapacit |

Zařízení s kongresovými a konferenčními prostory

| Metropolitan - Bratislava | Slovensko |
|---|---|
| 0,85 EUR za 1m ² konferenčních kapacit | 0,57 EUR za 1m ² konferenčních kapacit |

Organizátor obchodních akcí

| Metropolitan - Bratislava | Slovensko |
|---------------------------|---------------|
| 750 EUR / rok | 500 EUR / rok |

Poskytovatel doplňkových produktů služeb pro obchodní akce

| Metropolitan - Bratislava | Slovensko |
|---------------------------|---------------|
| 495 EUR / rok | 375 EUR / rok |

Poskytovatelé spadající pod speciální regulaci a samosprávu

| Metropolitan - Bratislava | Slovensko |
|---------------------------|----------------|
| 5000 EUR / rok | 3500 EUR / rok |

Strategický partner

| Metropolitan - Bratislava | Slovensko |
|---------------------------|---------------------|
| Od 10 000 EUR / rok | Od 10 000 EUR / rok |

(Slovak Convention Bureau 2016)

Výše členského poplatku může být také stanovena paušálem v závislosti od velikosti hotelu, množství zaměstnanců nebo typu zařízení. Tento systém praktikuje např. Dresden Convention Bureau.

!Případová studie: Dresden Convention Bureau

Poplatky za členství

| Kategorie | Počet lůžek nebo zaměstnanců | Členský poplatek (netto) za řádného člena v EUR/rok |
|---------------------------------------|------------------------------|---|
| Hotel | Méně než 100 lůžek | 2 000 Euro |
| Hotel | Více než 100 lůžek | 4 000 Euro |
| Podnikatelský subjekt | Méně než 10 zaměstnanců | 2 000 Euro |
| Podnikatelský subjekt | Více než 10 zaměstnanců | 4 000 Euro |
| Městské nebo státní kulturní zařízení | | 1 000 Euro |

Kromě toho existuje možnost být partnerem Dresden Convention Bureau. Členský poplatek je 100 Euro/rok. Subjekt není řádným členem, nemá ani hlasovací právo při valné hromadě.

Hlasovací právo u Dresden Convention Bureau při valné hromadě

2 hlasy – členský subjekt, který zaplatí 4000 Euro ročně

1 hlas – členský subjekt, který zaplatí 2000 Euro a méně

(Dresden Convention Bureau 2016)

Na základě srovnání jednotlivých systémů bych se přikláněl k stanovení následujících poplatků za členství:

Doporučení pro Hradec Králové Region Convention Bureau:

Návrh poplatků za členství v Hradec Králové Region Convention Bureau

| Kategorie | Počet lůžek nebo zaměstnanců | Členský poplatek (netto) za řádného člena v Kč/rok |
|---------------------------------------|-------------------------------------|---|
| Ubytovací zařízení | Méně než 100 lůžek | 15 000 Kč |
| Ubytovací zařízení | Více než 100 lůžek | 30 000 Kč |
| Podnikatelský subjekt | Méně než 10 zaměstnanců | 15 000 Kč |
| Podnikatelský subjekt | Více než 10 zaměstnanců | 30 000 Kč |
| Městské nebo státní kulturní zařízení | | 15 000 Kč |

3.5.2 Financování na základě systému provizí

Convention bureau poskytují své služby téměř vždy zdarma. Jako doplňující zdroj financování využívají poplatky partnerů za členství, za doplňující marketingové aktivity, příspěvek sponzorů, dotací městské nebo krajské turistické organizace, daň za ubytování atd.

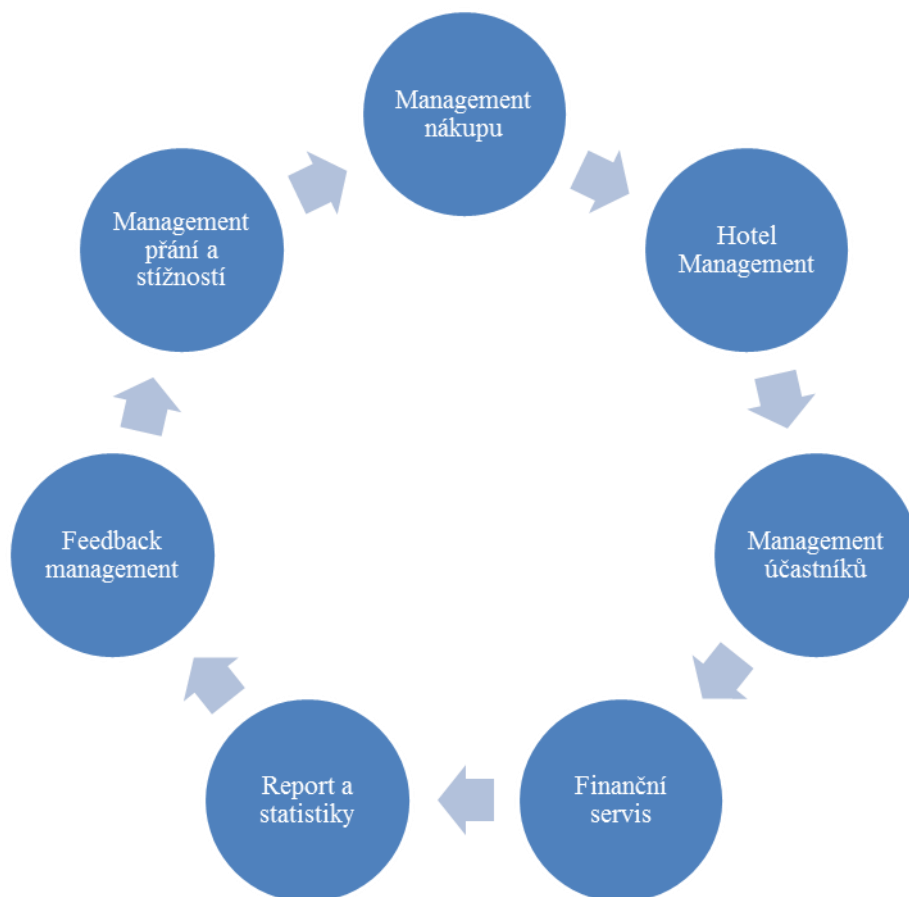
Formu provize používají spíše prostředníci nebo portály v oblasti MICE, které jsou soukromými subjekty zcela nezávislými od Regionálního Convention Bureau. Spolupracují a přijímají provizi nejen od hotelů a MICE zařízení, ale i nákupních služeb.

!Případová studie: MICE Service Group

Bližší informace: <http://www.miceservice.de>

Společnost MICE Service Group nabízí organizátorům MICE zařízení veškerý servis zahrnující nákup kompletních MICE služeb, výběr optimálního hotelu, marketing zahrnující pozvání účastníků, veškeré finanční operace, statistické údaje týkající se provedené akce, feedback spokojenosti účastníků včetně řešení krizových situací.

Celý proces je zahrnut v níže uvedeném diagramu.



Hotelům a MICE zařízením nabízejí partnerství, které mimo jiné zahrnuje:

- Zohlednění MICE hotelů při dotazech organizátorů MICE akcí
- Zveřejnění jako „preferované MICE hotely” na stránce **www.miceservice.de**
- Zveřejnění na titulní stránce MICE rezervačního portálu **www.miceservice.meetago.de**
- Umístění videa na detailní stránce věnované MICE hotelům a na účtu společnosti MICE service v rámci sociální sítě youtube
- Pravidelné novinky z MICE zařízení v rámci newsletteru společnosti MICE Service Group

Systém provizí za zprostředkování a realizaci MICE akce:

- Ubytování 10%
- Cena za organizaci MICE akce (popř. formou paušálu) 10%
- Stravovací služby a catering 10%
- Pronájem prostor, technického zařízení 10%
- Případně další služby v oblasti MICE 10%

(MICE Service Group 2016)

Podrobný popis smluvního vztahu mezi MICE Service Group a spolupracujícími partnery je možné nalézt na webových stránkách www.miceservice.de

Podobně je systém provizí nastaven i u dalších MICE portálů zaměřených na kongresovou a incentívni turistikou

| Název společnosti | Webová stránka | Financování |
|--|--|--|
| Book2meet E – Hospitality GmbH, Brusel | www.book2meet.com | 10% za zprostředkovanou a následně rezervovanou MICE akci |
| Buchungsservice 42 GmbH | www.www.tagungshotels.de | 10% provize za MICE služby |
| Fiylo locationportale GmbH | www.fiylo.de | Fixní poplatek za přítomnost MICE zařízení na portálu |
| Meetago GmbH | www.tagunshotel.com | 10% provize za MICE služby, marketingový poplatek za hotelovou prezentaci na portálu od 499 Euro |
| MICE access GmbH | www.mice-access.com | 10% provize za MICE služby, možnost zviditelnění hotelů na webu jako doporučené zařízení (zpoplatněno) |
| Okanda AG | www.okanda.com | 12% provize za rezervované MICE prostory |

(Tagungswirtschaft – 01/2016)

U Hradec Králové Region Convention Bureau by se samozřejmě vzhledem k otázce „veřejné podpory nemohlo jednat“ o preferované MICE hotely, ale o “doporučené hotely”. Tento výběr by byl založen na kvalitativních faktorech, to zn. kvalita ubytovacího zařízení (***_****), kvalita MICE zařízení, konferenčních prostor, personálu atd.

Doporučení pro Hradec Králové Region Convention Bureau:

Výše provizí za služby Hradec Králové Region Convention Bureau by potom mohla vypadat následovně (Možné i v rámci vybudování rezervačního portálu MICE služeb).

| Systém provizí | Provize |
|--|----------|
| Zprostředkování a realizace MICE akce do 50 účastníků | 5% |
| Zprostředkování a realizace MICE akce 50 – 100 účastníků | 10% |
| Zprostředkování a realizace MICE akce nad 100 účastníků | 12 - 15% |

Pod MICE akcí se rozumí kompletní služby poskytované pořadatelem akce kongresové a incentivní turistiky, to zn. ubytování, cena za organizaci, stravovací služby, pronájem prostor a technického zařízení, případné další činnosti. Do MICE akcí by bylo zařazeno i zprostředkování a realizace teambuildingových a incentivních aktivit.

3.5.3 Finanční podpora od agentury CzechTourism – Czech Convention Bureau

Státní agentura CzechTourism – Czech Convention Bureau přispívá Královéhradeckému kraji jako destinaci třetí volby (viz analytická část) ročně částkou 300 000 Kč. Kromě této sumy nabízí agentura CzechTourism podpůrný program pro získávání MICE akcí do České republiky v rámci národní podpory programu Kampaně kandidatur. Tento program je ale určen jen pro lokálního ambasadora relevantního k dané akci na kterou je žádáno nebo PCO agenturu, která na akci biduje. Podrobněji je tato problematika rozepsána v kapitole 3.1.

3.5.4 Další možné zdroje financování

Na příkladě vybraných evropských convention bureau uvádím další možné zdroje financování.

!Případová studie: Financování vybraných evropských convention bureau

Visit London

Londýn spolufinancuje cestovní ruch a kongresový cestovní ruch tak, že za každou libru, kterou organizace VisitLondon vybere od svých členů, Londýn přidá také jednu libru. Základní rozpočet v Londýně činí 10,56 milionu eur, z toho konkrétně 2,4 milionu eur plyne jenom na získávání kongresů do Londýna a na podporu kandidatur Londýna.

Finland Convention Bureau

Finsko má státní convention bureau, jež hospodaří s rozpočtem kolem dvou milionů eur, z čehož je 87 % financováno veřejným sektorem, 13 % jsou příjmy z reklamy a inzerce.

Copenhagen Convention Bureau

Kodaňské convention bureau má roční rozpočet přibližně tři miliony eur, z čehož je 50 % tvořeno z veřejných zdrojů a 50 % ze soukromých zdrojů. V roce 2011 se zde konaly mezinárodní kongresy s odhadovaným obratem 165 milionů eur.

Vienna Convention Bureau

Vídeň má pro podporu kongresového průmyslu rozpočet 2,4 milionu eur, 40 % je financováno z poplatků za ubytování, 20 % platí obchodní komora, 20 % přispívá město Vídeň a 20 % příjmů tvoří komerční aktivity. Vienna Convention Bureau je unikátní v tom, že nemá členy, kteří by platili pravidelné členské příspěvky. Již od roku 1955 je financováno z městské daně, kterou odvádějí hotely přímo do rozpočtu Vienna Tourist Board, jehož je VCB součástí. Tento zdroj dnes tvoří 60 procent jeho příjmů.

Prague Convention Bureau

Prague Convention Bureau je financováno z členských příspěvků, z příspěvku Czech Convention Bureau agentury CzechTourism, partnerstvím hlavního města Prahy a příspěvky sponzorů. Celkový rozpočet je kolem 230 tisíc eur.
(Komerční speciál Kongresová turistika 02/2012)

Také u švýcarského kantonu Wallis a kanadského Ontaria lze najít inspiraci k dalším formám financování aktivit v oblasti MICE

!Případová studie: Kanton Wallis (Švýcarsko) – poplatek na podporu turismu

Kanton Wallis je z hlediska počtu přenocování a intenzity turismu třetím nejvýznamnějším švýcarským kantonem. Každý čtvrtý ekonomický aktivní obyvatel je zaměstnán v turismu a hrubý domácí produkt vytvořený v turismu představuje asi 25% celkového hrubého domácího produktu. Ekonomická závislost kantonu na turismu je značná, a tak přistoupila kantonální vláda v polovině 90. let minulého století, k prosazení nového zákona rozvoje turismu (1996), který řešil změnu organizační struktury marketingového řízení (instituce a kompetence) i financování. Zákon definuje cíle a vymezuje pozice jednotlivých složek veřejné správy i roli soukromého sektoru, zejména s ohledem na financování. Zdroji financování jsou dle zákona poplatky z ubytovací kapacity (Beherbergungsabgaben), poplatky za lázeňský nebo rekreační pobyt (Kurtaxen) i obcemi alternativně zaváděné poplatky na podporu turismu (Tourismusförderungstaxen), příspěvky členů, příspěvek státu, příspěvky obcí a ostatní zdroje, a to v rozdílném členění dle jednotlivých úrovní. Poplatky (místní daně) jsou ze zákona použity pro provozování informačních a rezervačních služeb a systémů, animací v místě či pro zřizování a provozování infrastruktury pro turismus, kulturu a sport. Podíl soukromého sektoru zajišťuje prosazování obchodního přístupu k řízení. Zcela progresivní je zavedení poplatku na podporu turismu (Tourismusförderungstaxen), které naplňuje zásadu spravedlnosti, jelikož zpoplatněny nejsou pouze ubytovací zařízení, ale všechny subjekty, které z turismu profitují. Výše poplatku je stanovena obcí na základě kritéria tvorby přidané hodnoty na jednoho zaměstnance a míry závislosti firmy na turismu. Díky zakotvení v zákoně a nastavením kontrolních mechanismů je zajištěna i zásada právní perfektnosti a politické průhlednosti. (Palatková 2010, Palatková 2011, Návrh novely rozpočtového určení daní 2011)

!Případová studie: Ontario (Kanada) – partnerství veřejného a soukromého sektoru

V roce 1999 byla založena Ministerstvem turismu a kultury vládní agentura OTMPC (Ontario Tourism Marketing Partnership Corporation) jako instituce podporující partnerství veřejného a soukromého sektoru i subjektů soukromého sektoru mezi sebou navzájem. Cílem spolupráce je tvorba produktu provincie Ontario jako celoroční destinace, založená na marketingovém výzkumu a strategii značky destinace Ontario. OTMPC realizuje výzkum, strategické plánování a komunikační mix i poskytování informačních služeb (TIC) pro své partnery a zároveň se snaží finančními pobídkami podporovat jejich vzájemnou spolupráci. Za priority programu spolupráce PPP byly stanoveny prodej nízké a mezisezóny, cross regionální pakety a nárůst průměrného počtu přenocování a výdajů. Podpora z veřejných prostředků směřuje do projektů inovace a tvorby produktů v rámci programu partnerství se soukromým sektorem. OTMPC spolupracuje ne s jednotlivci a jednotlivými subjekty, ale se sdruženími, asociacemi, konsorciemi apod., čímž jsou subjekty nuceny k uzavírání různých forem partnerství. Projekty jsou kryty do výše 40% nákladů (max. 60 ts. CDN). Program vedl mimo jiné ke vzniku mnoha tzv. aliancí produktů (outdoor produkty, produkty městského a venkovského turismu,

obchodního turismu, lázně atd.). Podpora směřuje do financování workshopů, manuálů pro produkty, reklamu a další určené formy komunikace. Zajímavé je profinancování pouze těch produktů, které prokážou životaschopnost na trhu; tedy nejprve produkt, pak teprve finanční podpora z veřejných zdrojů. (Palatková 2011, OTMPC – Ontario Tourism Marketing Partnership Corporation 2011)

Možnosti doplňujících příjmů pro Hradec Králové Region Convention Bureau:

- Organizace seminářů a workshopů (vybírání účastnických poplatků)
- Statistická šetření (zpoplatněné statistické analýzy)
- Fond MICE (pod správou Hradecké kulturní a vzdělávací společnosti, viz Konceptní studie cestovního ruchu pro město Hradec Králové, 2012)
- Vlastní rezervační systém MICE služeb
- Možnost prodeje paketů incentivních programů v turistických informačních centrech a cestovních kancelářích
- Vlastní komerční aktivity

Další možné zdroje financování:

- Rozpočet Královéhradeckého kraje
- Rozpočty obcí
- Rozpočty organizací zřízených či založených obcemi
- Rozpočty nevládních organizací
- Státní rozpočet ČR
- Zdroje soukromého sektoru
- Úvěrové financování
- Partnerství veřejného a soukromého sektoru
- Fondy EU (např. Operační program přeshraniční spolupráce Česká Republika – Polská republika, Program rozvoje venkova 2014 – 2020, Operační program podnikání a inovace pro konkurenceschopnost, Integrovaný regionální operační program, Erasmus atd.)

3.6 Kvalita služeb v oblasti MICE

Jak již zmínil v analytické části, kvalita služeb v oblasti MICE neodpovídá v Královéhradeckém kraji vždy vysokým nárokům kongresové a incentivní turistiky. Jedná se o vysoce konkurenční prostředí a požadavky účastníků MICE akcí jsou na daleko vyšší úrovni než u běžného segmentu leisure. Z tohoto důvodu bych doporučil realizaci následujících opatření v oblasti vzdělávání.

Doporučení pro Hradec Králové Region Convention Bureau:

- Certifikace MICE služeb a zařízení
- Pravidelné setkávání poskytovatelů služeb MICE spojených s workshopy za účasti domácích a zahraničních odborníků tohoto odvětví
- Semináře pro všechny začleněné v oblasti MICE – jak získat co nejvíce z MICE průmyslu
- Vzdělávání v interpretačních a komunikačních dovednostech pro udržitelnou turistiku, MICE a cestovní ruch

- Semináře „Jak správně organizovat MICE akci“
- Systematická podpora vzdělávání pracovníků v oblasti MICE
- E-learning programy v oblasti MICE
- Zachování kontinuity v dosavadním vzdělávání
- Podpora příkladů dobré praxe včetně zahraničních zkušeností
- Vzdělávání s důrazem na nové marketingové trendy v oblasti MICE
- Podpora škol, zaměřených na cestovní ruch, lokální, regionální, trvale udržitelný rozvoj, strategické plánování, veřejnou správu – střední školy v gesci kraje
- Podpora poradenství a konzultantství, výuky cizích jazyků (odborníci pro spolupráci s polským pohraničím)
- Vytvoření nabídky rekvalifikačních kurzů, zlepšování profesních kompetencí a potenciálního uplatnění na trhu práce
- Organizace stáží MICE pracovníků doma i v zahraničí
- Reciproční zahraniční stáže u MICE convention bureau v zahraničí

Co se týče MICE personálu v Královéhradeckém kraji nové zaměstnance lze vybírat ze škol a univerzit, které se nacházejí ve městě Hradec Králové.

- Univerzita Hradec Králové, fakulta pedagogická, obor cizí jazyky v cestovním ruchu
- Univerzita Hradec Králové, fakulta informatiky a managementu, obor management cestovního ruchu
- Hotelová škola Hradec Králové
- Obchodní akademie, Vyšší odborná škola cestovního ruchu a Jazyková škola s právem státní jazykové zkoušky
- Střední škola služeb, obchodu a gastronomie, Hradec Králové, obor hotelnictví a cestovního ruchu

Tato školská zařízení jsou ale převážně zaměřena jen na oblast leisure. Pro kongresovou a incentivní turistiku je vzdělání v rámci organizovaných seminářů nutné doplnit. Nositelem organizace podobných seminářů by mohlo být Hradec Králové Region Convention Bureau. Nezbytné je propojení s praxí, to zn. za účasti „Praktiků v oblasti MICE“ na uvedených seminářích. Pro budoucí pracovníky v oblasti MICE jsou praxe v kongresových a konferenčních zařízeních a v rámci firem zabývajících se MICE programy nutností.

3.7 Vyřešení systému řízení a koordinace kongresové a incentivní turistiky

Doporučení MICE Expertů:

„Pokud má destinace ambici uspět na poli kongresového průmyslu, je nezbytné, aby měla dobře fungující convention bureau (organizace propagující konkrétní destinaci na mezinárodním trhu kongresové turistiky), které by navíc mělo mít vůdčí roli při jejím rozvoji a určení další strategie. Nezbytnou podmínkou rozvoje MICE destinace je také vybudování kvalitního týmu stálých zaměstnanců. Nejúspěšnější convention bureau tvoří týmy lidí, kteří zde pracují mnoho let. Jen prostřednictvím dlouhodobých vztahů si klienti mohou vybudovat důvěru v danou destinaci. Copenhagen Convention Bureau má 15 stálých zaměstnanců, kteří zde působí řadu let. Co se týče úspěšnosti Kodaně jako kongresové destinace, v roce 2010 se v celosvětovém žebříčku kongresových destinací asociace ICCA umístila na 15. místě, v Evropě byla desátá.“ **Ředitel Copenhagen Convention Bureau - Steen Jakobsen**

„Podpora vlády a úzká spolupráce mezi leteckými společnostmi, letištěm, venues, cateringem, hotely a dalšími subjekty je klíčem k úspěchu. „Vídeň je vedoucí kongresovou destinací mnoho let. A nebylo by tomu tak bez convention bureau – **to garantuje ve Vídni jednotný přístup ke klientům**. Vídeň je vedoucí světovou kongresovou destinací od roku 2006 a convention bureau zde působí již 41 let. Úspěšné Convention Bureau nemůže fungovat bez kvalitního týmu zaměstnanců. Vienna Convention Bureau (VCB) zaměstnává 10 lidí, kteří zde pracují 10 až 25 let, a to je také jeden z důvodů úspěchu Vídně jako atraktivní MICE destinace.“ **Zástupkyně ředitele Vienna Convention Bureau - Ulrike von Arnold**
(Komerční speciál Kongresová turistika 02/2012)

Jak zmíněno výše uznávanými mezinárodními experty v oblasti MICE, pro úspěch destinace je nezbytné dobře fungující convention bureau, které by navíc mělo mít vůdčí roli při jejím rozvoji a určení další strategie. Zároveň by také mělo garantovat jednotný přístup ke všem partnerům a klientům. Z hlediska Královéhradeckého kraje by mělo být jednou z priorit jasné vymezení kompetencí mezi Hradec Králové Region Convention Bureau, územně samosprávnými celky a dalšími aktéry MICE. Jen tak může mít Regionální Convention Bureau odpovídající pravomoce a zajišťovat úspěšný rozvoj Královéhradeckého kraje v oblasti kongresové a incentivní turistiky. Koordinaci vzájemné spolupráce by měla napomoci nově vzniklá pracovní skupina MICE za účasti zástupců statutárního města Hradec Králové, Královéhradeckého kraje, Hradec Králové Region Convention Bureau, akademické obce, zástupců businessu a dalších subjektů zapojených do MICE.

3.7.1 MICE personál Hradec Králové Region Convention Bureau

Doporučení pro Hradec Králové Region Convention Bureau:

Dle vlastní činnosti Regionálního Convention Bureau bych doporučil navýšení počtu zaměstnanců na minimální počet čtyř pracovníků a rozdělil jednotlivé kompetence podle zaměření, např. „marketing manager“, „referent na spolupráci s ambasadory“ nebo „referent na konferenční a incentivní programy“.

Níže uvádím personální obsazení Prague Convention Bureau. Doporučením vhodný následování je obsazení představenstva, jehož členové jsou MICE agentury a hotely zaměřené na kongresovou a incentivní turistiku. Jsou to specialisté, kteří mají každodenní přehled o potřebách svých klientů a mohou přispět cennými radami k optimalizaci činnosti Prague Convention Bureau.

!Případová studie: Personální obsazení Prague Convention Bureau

Struktura a rozložení personálního obsazení u Prague Convention Bureau

Roman Muška - Managing Director

Petra Karásková - Office Manager

Dagmar Brožová - Association Meetings

Lucie Horáková - Marketing Specialist

Hana Krejbichová - Marketing & PR Manager

Project Development - smluvní zástupci

Tzveta Morawski-Kambourova - Association Meetings

Markéta Růtová - Vztahy s odbornou veřejností - Ambassador program

Barbora Skálová - Corporate Meetings & Incentives Coordinator

Zastoupení v Severní Americe

Martina Fundaro - Representation North America

Představenstvo

Sanjiv Suri - Zátíší Group

Sylvie Neves - Ovation Czech Republic

Michael Specking - Hilton Prague

Miroslav Bukva - Clarion Congress Hotel Prague

Jiří Hollan - Prague Congress Centre

Martin Lehký - Senator Travel

Petr Marhoul - C-IN

Martin Sekyra - GUARANT International

Martin Židek - Courtyard by Marriott Prague Flora

!Případová studie: MICE personál u vybraných evropských destinací

Vienna Convention Bureau - 12 osob

Krakow Convention Bureau - 4 osoby

Katowice Convention Bureau - 4 osoby

3.7.2 Struktura činnosti Hradec Králové Region Convention Bureau

Convention Bureau v České republice vykonávají své služby zdarma. Seznam nabízených činností je obdobný. Jako příklady uvádím strukturu a poskytované služby u Prague Convention Bureau, Moravia Convention Bureau, North West Bohemia Convention Bureau a Carlsbad Convention Bureau.

!Případová studie: Prague Convention Bureau – poskytované služby

Prague Convention Bureau je nezisková organizace založená v roce 2008, která spolupracuje s Pražskou informační službou - Prague City Tourism, Magistrátem hlavního města Prahy, Českou centrálou cestovního ruchu (CzechTourism) a Asociací hotelů a restaurací České republiky. Cílem organizace je poskytnout vám účinnou pomoc a radu při organizaci vaší akce v Praze.

Prague Convention Bureau poskytuje bezplatně následující služby:

- Působíme jako prostředník mezi vámi a místními poskytovateli služeb, zprostředkováváme kontakt s nejvýznamnějšími pražskými konferenčními centry a dalšími místy konání akcí, hotely, profesionálními organizátory konferencí (PCO) a společnostmi pro místní management (DMC).
- Poskytujeme informace a objektivní rady týkající se četných možností, které nabízí město Praha coby kongresová destinace.
- Jsme připraveni stát se vašim místním partnerem asistujícím při komunikaci s orgány místní správy, médií a dalšími významnými zástupci odvětví.

- Pomáháme a radíme v oblasti technické podpory při výběru prostor pro vaši akci: informace o veřejných institucích, podrobnosti o pražské infrastruktuře, ubytování a společenských prostorách.
- Rádi vám zajistíme prohlídky prostor podle vašich požadavků.
- Pomůžeme vám s vytvořením prezentace nabídky destinace v PowerPointu.
- Poskytneme vám propagační nástroje a reklamní materiály - od přehledu profesionálních organizátorů konferencí až po brožury o Praze, mapy města, fotografie, videa, atp. (Prague Convention Bureau 2016)

!Případová studie: Moravia Convention Bureau – poskytované služby

Moravia Convention Bureau (MCB) je specializovanou součástí oficiální organizace destinačního managementu a marketingu Centrály cestovního ruchu – Jižní Morava, zájmového sdružení právnických osob. Zakladateli a jedinými členy organizace jsou Jihomoravský kraj, Statutární město Brno a Svaz obchodu a cestovního ruchu České republiky. Činnost MCB je nezisková a byla zahájena v roce 2008 v rámci projektu Kongresová, veletržní a incentivní turistika v regionu Jižní Morava. Realizaci projektu finančně podpořila Evropská unie prostřednictvím Regionálního operačního programu Jihovýchod.

Moravia Convention Bureau poskytuje bezplatně následující služby:

- Vyhledání vhodných prostor (Asistujeme při výběru vhodného místa pro konání akce. Rychlou orientaci v nabídce vhodných míst umožňuje on-line vyhledávací aplikace v rámci internetového portálu)
- Asistence při kandidatuře na hostování kongresu/konference – oficiální bity destinace (Iniciujeme a zastřešujeme komplexní proces kandidatury destinace na hostování významného kongresu, konference, sympózia aj. Za účelem zpracování podrobných nabídek – bidů jednáme se všemi zainteresovanými stranami veřejného i soukromého sektoru)
- Zajištění site inspection/poznávací cesty (Na základě požadavků organizátora akce zajistíme cestu za účelem seznámení se s destinací a poskytovateli jednotlivých služeb)
- Plánování pre a post tours, doprovodné a incentivní programy
- Nabízíme poradenství při návrhu programu a sestavení itineráře doprovodných akcí
- Doporučíme unikátní místo pro váš gala večer, navrhne námět pro incentivní i teambuildingové akce, vytipujeme zajímavá turistická místa pro váš výlet v destinaci.
- Informace o jednotlivých dodavatelích služeb (Organizátorům zprostředkujeme kontakty na poskytovatele jednotlivých služeb. Asistujeme při získání komplexních nabídek poskytovatelů služeb i místních PCO a DMC včetně rozpočtů)
- Předběžnou rezervaci služeb (Zajišťujeme ověření dostupnosti a následnou předběžnou rezervaci pronájmu konferenčních místností a ubytovacích kapacit)
- Poptávkový formulář (Formulář umožňuje rychlé zadání vašich požadavků na akci a zaslání přímo pracovníkovi MCB)
- Propagační materiály (Plánovačům a organizátorům akcí poskytujeme katalog kongresových, veletržních a incentivních možností (tzv. meeting & incentive planners

guide) v papírové i elektronické podobě. Dále jsou k dispozici i tematické propagační materiály destinace, mapy města, mapy regionu, videa a další. Po domluvě můžeme zajistit i informační balíček účastníkům akce)

Další možné služby na základě individuálního jednání s finanční spoluúčastí:

- Publicita akce a oslovení účastníků (Nabízíme organizátorům asistenci při zajištění publicity akce a podporu při oslovení co největšího počtu potencionálních účastníků)
- Asistence při registraci (Nabízíme služby spojené s registrací účastníků akce)
- Informační pult (Zajistíme informační pult v rámci prostor konané akce. Účastníci zde získají doplňkové informace o turistické nabídce a možnostech pro trávení volného času v destinaci)
- Asistence při získání finanční podpory (Ve spolupráci s Czech Convention Bureau, městem Brnem a Jihomoravským krajem nabízíme asistenci při získání finanční podpory významných akcí)
- Ubytovací, stravovací, průvodcovské služby

Zajistíme služby spojené s ubytováním, stravováním apod. účastníků akce. (MCB 2016)

!Případová studie: North West Bohemia Convention Bureau – poskytované služby

North West Bohemia Convention Bureau je regionální kancelář založenou při Destinační agentuře České středohoří, o.p.s. za účelem zařazení Ústeckého kraje mezi významné destinace pro konání akcí MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Events).

North West Bohemia Convention Bureau poskytuje bezplatně následující služby:

- Informace a poradenství při výběru vhodných kongresových, společenských a meetingových míst v Ústeckém kraji pro Vaši akci Za účelem zpracování podrobných nabídek jednáme se všemi vhodnými kandidáty. Pomáháme s předběžnou rezervací vhodných prostor.
- Informace a poradenství při výběru ubytování dle Vašich přání a požadavků Zajišťujeme doporučení vhodných objektů, ověření dostupnosti volných kapacit a pomáháme s následnou rezervací
- Informace a poradenství při výběru agentury zajišťující organizaci akce Organizátorům zprostředkujeme kontakty na poskytovatele jednotlivých služeb. Asistujeme při získání komplexních nabídek poskytovatelů služeb.
- Informace a plánování doprovodných a incentivních programů Nabízíme poradenství při návrhu programu a sestavení itineráře doprovodné či zážitkové akce, doporučení vhodné agentury.
- Prohlídky prostor a poznávací cesty Na základě požadavků organizátora akce pomůžeme zajistit cestu za účelem seznámení se s destinací a poskytovateli jednotlivých služeb.
- Poskytování propagačních a reklamních materiálů Organizátorům akcí poskytneme katalog vhodných konferenčních a incentivních možností regionu v tištěné a elektronické podobě. Zajistíme i doprovodné materiály (mapy, letáčky) regionu a jednotlivých destinací.

- Poradenství při vytvoření prezentace Pomůžeme Vám s vytvořením prezentace nabídky destinace v powerpointu (North West Bohemia Convention Bureau 2016)

!Případová studie: Carlsbad Convention Bureau , o.p.s. (CCB) – poskytované služby

CCB je nezisková společnost zřízená za účelem zařazení Karlových Varů a Karlovarského kraje mezi prestižní destinace pro konání MICE akcí.

Carlsbad Convention Bureau, o.p.s. (CCB) poskytuje bezplatně následující služby:

Našim klientům poskytujeme komplexní služby v oblasti kongresového turismu.

- podpora při plánování akcí kongresového typu (MICE - Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) v Karlových Varech a Karlovarském kraji
- kompletní informace o nabídce kongresových a meetingových prostor v Karlových Varech, resp. Karlovarském kraji
- poradenství při výběru vhodných meetingových a konferenčních lokací
- poradenství při výběru vhodného doprovodného programu
- vytipování vhodného meetingového prostoru a vypracování kompletní nabídky
- ve spolupráci s PCO a DMC vytvoření a zorganizování vaší inspekční cesty
- vytvoření a aktualizace databáze firem potřebných při přípravě a realizaci MICE akcí (Carlsbad Convention Bureau 2016)

Na základě výše uvedeného srovnání s jinými destinacemi v České republice bych navrhl následující doporučení aktivit činnosti Hradec Králové Region Convention Bureau.

Doporučení pro Hradec Králové Region Convention Bureau:

Návrh aktivit činnosti Hradec Králové Region Convention Bureau

Směřování a příklady aktivit:

- Jasně vymezení aktivit a strukturu činnosti Hradec Králové Region Convention Bureau
- Hradec Králové Region Convention Bureau působí jako prostředník mezi organizátory MICE akcí a místními poskytovateli služeb, zprostředkovává kontakt s kongresovým centrem Aldis a dalšími místy konání akcí, hotely, profesionálními organizátory konferencí (PCO) a společnostmi pro místní management (DMC).
- Seznámení s Královéhradeckým krajem jako zajímavou turistickou a MICE destinací
- Poskytnutí informací a rad týkajících se možností provedení MICE akce v Královéhradeckém kraji
- Nabídka marketingové podpory MICE segmentu v Královéhradeckém kraji
- Vyhledání vhodných prostor pro MICE akce (Asistence při výběru vhodného místa pro konání akce. Rychlou orientaci v nabídce vhodných míst umožňuje on-line vyhledávací aplikace v rámci internetového portálu)
- Doporučení unikátního místa pro gala večer, návrh námětu pro incentivní i teambuildingové akce, vytipování zajímavých turistických míst pro výlet v destinaci.

- Informace o jednotlivých dodavatelích služeb (Zprostředkování kontaktů na poskytovatele jednotlivých služeb. Asistence při získání komplexních nabídek poskytovatelů služeb i místních PCO a DMC včetně rozpočtů)
- Asistence při kandidatuře na hostování kongresu/konference – oficiální bida destinace (Iniciace a zastřešení komplexního procesu kandidatury destinace na hostování významného kongresu, konference, sympózia aj. Za účelem zpracování podrobných nabídek – bidů jednání se všemi zainteresovanými stranami veřejného i soukromého sektoru)
- Zajištění prohlídky prostor dle požadavků zájemců o konání MICE akce v Královéhradeckém kraji
- Zajištění site inspection/poznávací cesty (Na základě požadavků organizátora akce zajištění cesty za účelem seznámení se s destinací a poskytovateli jednotlivých služeb)
- Plánování pre a post tours, doprovodné a incentivní programy
- Nabídka poradenství při návrhu programu a sestavení itineráře doprovodných akcí
- Nabídka poptávkového formuláře (Formulář umožňuje rychlé zadání požadavků na akci a zaslání přímo pracovníkovi Hradec Králové Region Convention Bureau)
- Předběžná rezervace služeb (Zajištění ověření dostupnosti a následná předběžná rezervace pronájmu konferenčních místností a ubytovacích kapacit)
- Poradenský servis jako místní partner asistující při komunikaci s orgány místní správy, médií a dalšími významnými zástupci odvětví
- Nabídka kontaktů pro spolupráci a partnerství
- Asistence s vyřízením případných povolení
- Doporučení odborné zástity, garantů nebo odborníků pro vystoupení na konferenci
- Poskytnutí propagačních materiálů (organizátorům akcí poskytneme katalog kongresových, veletržních a incentivních možností v tištěné a elektronické podobě. Nabídka tematických propagačních materiálů destinace, mapy města, mapy regionu, videa a další. Po domluvě zajištění informačního balíčku účastníkům akce)
- Pomoc s vytvořením prezentace nabídky Královéhradeckého kraje v PowerPoint

Další možné služby na základě individuálního jednání s finanční spoluúčastí:

- Publicita akce a oslovení účastníků (Nabídka asistence při zajištění publicity akce a podporu při oslovení co největšího počtu potencionálních účastníků)
- Asistence při registraci (Nabídka služeb spojených s registrací účastníků akce)
- Informační pult (Zajištění informačního pultu v rámci prostor konané akce. Účastníci zde získají doplňkové informace o turistické nabídce a možnostech pro trávení volného času v destinaci)
- Asistence při získání finanční podpory (Ve spolupráci s Czech Convention Bureau, statutárním městem Hradec Králové a Královéhradeckým krajem nabídka asistence při získání finanční podpory významných akcí)
- Ubytovací, stravovací, průvodcovské služby

A další aktivity na základě výstupu z mapování potřeb subjektů v oblasti MICE

4. Trendy v oblasti kongresové a incentivní turistiky

Nové přístupy v plánování a organizaci MICE akcí

a) Zapojení všech lidských smyslů

- Vědci zabývající se nervovými procesy a psychologové tvrdí, že čím více smyslů účastníků je stimulováno, tím více zapamatované budou výsledky konferencí. Větší část mozku je aktivována, což umožní účastníkům absorbovat informace efektivněji.

b) Úzké propojení mezi brandem MICE akce a brandem klienta

- Společnosti očekávají, že MICE akce budou reflektovat a podporovat jejich korporátní brand. MICE akce musí odpovídat v rámci celého procesu jejich corporate identity (např. MICE prostory pro tradiční konference bankéřů – hrad, zámek)

Využití místních, ekonomicky silných oborů

- Kandidatura na pořádání konferencí na téma, které odráží silnou oblast městské ekonomiky (např. London - Technologie, Life Sciences (Společenské vědy), Kreativní průmysl, Finanční služby)
- Města vytvářejí své vlastní konference, aby podpořili svůj vlastní ekonomický rozvoj a intelektuální hlavní zaměření (podpora domácích konferencí a výstav, které mají potenciál vyrůst do globálních eventů, např. Soul - pořádání konferencí zaměřených na budování korejských průmyslů jako móda, pop music a televize)

Nový typ MICE akcí

a) Více různorodosti v poptávce po MICE konferencích

b) Využití netradičních míst: Univerzity, tematické parky, muzea

a dále:

- Rostoucí konkurence v oblasti konferencí a eventů
- Intenzivní modernizace MICE infrastruktury a výstavba nových konferenčních center (např. ICE Krakow nebo Paris Convention centre. Viparis Group otevře v roce 2018 nové Paris Expo Porte de Versailles, které bude největším kongresovým centrem v Evropě)
- Objevují se nové zajímavé destinace pro MICE (např. Východní Afrika)
- Druhá a třetí města v evropských zemích získávají na důležitosti
- Více kvality za nižší cenu
- Více inovační hodnoty
- Více leteckých spojení za přijatelnou cenu

- Nové přístupy v marketingu MICE destinací
- Propojení MICE prostor s místem geografického umístění (Účastníci chtějí zažít destinaci)
- Zaměření na trvale udržitelný rozvoj destinace a životního prostředí
- Klíčové je stálé mobilní a internetové připojení (využití všech nových technologií) (Davidson 2016)

Literatura a zdroje dat

- Bakotová, K. (2014) : Ambasadoři pomáhají kongresové turistice. In: Strategie 17. 04. 2014
- BizTravel (04/2015) : Prezentace South Bohemia Convention Bureau.
- BizTravel (02/2016) : MICE Award.
- BizTravel Reader Survey (12/2014) : BizTravel Magazine
- Borodako, K., Berbeka, J., Niemczyk, A., Seweryn, R (2014) : Studie pozitivního vlivu kongresové a incentivní turistiky na ekonomiku města Krakova.
- Bratislava Convention Bureau (2016) : oficiální webové stránky. Bratislava Convention Bureau. Dostupné na www.visitbratislava.com
- Bratislava Region Tourism (2016) : oficiální webové stránky. Bratislava Region Tourism. Dostupné na www.gob.sk
- Carlsbad Convention Bureau (2016) : oficiální webové stránky. Carlsbad Convention Bureau. Dostupné na www.carlsbad-convention.cz
- Celuch, K. (2013) : Rola jednostek convention bureau w marketingu regionow turystycznych w Polsce.
- Central Moravia & Jeseníky Convention Bureau (2016) : oficiální webové stránky. Central Moravia & Jeseníky Convention Bureau. Dostupné na www.mojeconvention.eu
- CIM (02/2016) : „Nicht ob, sondern wie“, str. 18 – 20
- CIM (02/2016) : Shared Bid, str. 14
- Clarion Hotels (2016): oficiální webové stránky. Clarion Hotels. Dostupné na www.clarion-hotels.cz
- Convene Press-Release (2016) : Vilnius Convention Bureau. Dostupné na www.convene.lt
- CPI Hotels (2016): oficiální webové stránky. CPI Hotels. Dostupné na www.cpihotels.com
- Česko – německá obchodní a průmyslová komora (2016) : oficiální webové stránky. Česko – německá obchodní komora. Dostupné na www.dtihk.cz
- Davidson, R. (2016) : Trends in Today ´s market for meetings and events.
- Dernbach, Ch. (2014) : Meetings Report Switzerland (Analysis Business-Meetings 2011-2013)

Dresden Convention Bureau (2016) : oficiální webové stránky. Dresden Convention Bureau. Dostupné na www.dmg.dresden.de

East Bohemia Convention Bureau (2016) : oficiální webové stránky. East Bohemia Convention Bureau. Dostupné na www.eastbohemiaconvention.cz

East Moravia Convention Bureau (2016) : oficiální webové stránky. East Moravia Convention Bureau. Dostupné na www.eastmoravia.com

Gdansk Convention Bureau (2016) : oficiální webové stránky. Gdansk Convention Bureau. Dostupné na www.gdanskconvention.pl

Hlavní město Praha (2016) : oficiální webové stránky. Dostupné na www.praha.eu

Hospodářské noviny (19.května 2011) : „Přijed'te, zaplatíme Vám, plánuje Praha nalákat kongresy“.

ICCA (2016) : oficiální webové stránky. ICCA. Dostupné na www.iccaworld.com

Komerční speciál Kongresová turistika (02/2012) : Jak se stát úspěšnou kongresovou destinací

Konference v hromadných ubytovacích zařízeních podle krajů (2016). Český statistický úřad.

Krakow Convention Bureau (2016) : oficiální webové stránky. Krakow Convention Bureau. Dostupné na www.krakow.pl

Kratochvíl, P. (2012) : Koncepční studie cestovního ruchu pro město Hradec Králové.

Lublin Convention Bureau (2016) : oficiální webové stránky. Lublin Convention Bureau. Dostupné na www.lcklubelskie.pl

MICE Central & Eastern Europe (březen 2014): Brno: A city that invests in large-scale scientific institutions 01/2014, str. 28-30

MICE Handbook (2012). Czech Convention Bureau.

MICE Portál Královehradeckého kraje (2016). Hradec Králové Region Convention Bureau. Dostupné na www.micekhregion.com

MICE Service Group (2016) : oficiální webové stránky. Dostupné na www.miceservice.de

Návrh novely rozpočtového určení daní 2011

OTMPC – Ontario Tourism Marketing Partnership Corporation (2011)

Moravia Convention Bureau (2016) : oficiální webové stránky. Moravia Convention Bureau. Dostupné na www.moraviaconvention.cz

Moravskoslezské Convention Bureau (2016) : oficiální webové stránky. Moravskoslezské Convention Bureau. Dostupné na www.conventionostrava.cz

Návštěvnost v hromadných ubytovacích zařízeních podle krajů (2016). Český statistický úřad.

Nordic Chamber of Commerce (2016) : oficiální webové stránky. Nordic Chamber of Commerce. Dostupné na www.nordicchamber.cz

North West Bohemia Convention Bureau (2016) : oficiální webové stránky. North West Bohemia Convention. Dostupné na www.northwestconvention.cz

Palatková, M.: Zákon o podpoře turismu jako předpoklad úspěšného systému marketingového řízení destinace. In: Journal of Tourism and Services 1/2010, s. 82-109.

Palatková, M.: Marketingový management destinací. 2011 Grada Publishing.

Poland Meetings and Events Industry Report (2016) : Polish Tourist Organization Organization – Poland Convention Bureau 2016

Portál FiremniAkce.cz (2016): Dostupné na www.firemniakce.cz

Prague Convention Bureau (2016) : oficiální webové stránky. Prague Convention Bureau. Dostupné na www.pragueconvention.cz

Prague Convention Bureau (August 2016) : Newsletter Prague Convention Bureau

Reykjavik Convention Bureau (2016) : oficiální webové stránky. Reykjavik Convention Bureau. Dostupné na www.meetinreykjavik.is

Slovak Convention Bureau (2016) : oficiální webové stránky. Slovak Convention Bureau. Dostupné na www.slovakconvention.sk

Starostova, M.(2012) : Kongresový a incentivní cestovní ruchu ve světě i v České republice

Statutární město Brno (2016) : oficiální webové stránky. Statutární město Brno. Dostupné na www.brno.cz

Strategický plán rozvoje města Hradec Králové do roku 2030 (2013).

Strategie rozvoje Královéhradeckého kraje 2014 – 2020: Analytická část – Profil Královéhradeckého kraje (2012). Zadavatel: Krajský úřad Královéhradeckého kraje. Zpracovatel: CEP : Centrum Evropského projektování.

Středoevropský technologický institut - CEITEC (2016) : oficiální webové stránky. CEITEC.
Dostupné na www.ceitec.cz

Tagungswirtschaft (01/2016) : Im Sog der Livebuchung, str. 34
Tagungswirtschaft (02/2016) : Presentace Vienna Convention Bureau

Tagungswirtschaft (03/2016) : # Instameetleipzig oder Insta meets Leipzig, str. 42.

Vienna Convention Bureau (2016) : oficiální webové stránky. Dostupné na
www.vienna.convention.at

Visit London (2016) : oficiální webové stránky. Visit London. Dostupné na
www.visitlondon.com

Vysočina Convention Bureau (2016) : oficiální webové stránky. Vysočina Convention
Bureau. Dostupné na www.vysocinaconvention.cz

Wroclaw Convention Bureau (2016) : oficiální webové stránky. Wroclaw Convention Bureau.
Dostupné na www.convention.wroclaw.pl

Příloha č.1

Stanovy PCB

STANOVY OBČANSKÉHO SDRUŽENÍ Prague Convention Bureau, o.s.

I.

Úvodní ustanovení

Název, sídlo, povaha a obvod působnosti

1. Zakladatelé - členové přípravného výboru se dohodli na založení občanského sdružení s názvem Prague Convention Bureau, o.s. (dále jen „**Sdružení**“) a přijali tyto stanovy.
2. Sdružení používá též zkratku PCB, o.s.
3. Sídlem Sdružení je Praha 1, ulice Rytířská č.p. 26 / 398, PSČ: 110 00.
4. Sdružení je založeno jako volné sdružení fyzických a právnických osob, které sdružuje zájem o rozvoj kongresové a incentivní turistiky na území Hlavního města Prahy a jeho okolí.
5. Sdružení je samostatnou právnickou osobou, je oprávněno jednat v právních vztazích svým jménem a má svou vlastní majetkovou odpovědnost. Je organizačně i jinak nezávislé na orgánech státní správy a samosprávy, politických stranách a jiných občanských sdruženích a iniciativách, spolupracuje však s nimi při uskutečňování společných záměrů a prosazování společných zájmů.
6. Sdružení je založeno na dobu neurčitou.

II.

Cíl činnosti a formy činnosti

1. Cílem Sdružení je propagace a utváření obrazu Prahy jako ideální cílové destinace pro všechny druhy setkání, jakožto i systematická motivace a zlepšování podmínek pro organizátory těchto setkání.
2. Svého cíle hodlá Sdružení dosahovat zejména těmito činnostmi:
 - a) vytvářením prostoru pro společné prezentace svých členů v zahraničí formou inzerátů a reklam, podporou prezentace svých členů účastí či organizováním kampaní, kandidatur, realizací výstav a symposií, vytvořením internetové prezentace svých členů,
 - b) účastí na workshopech, přednáškách, seminářích apod.,
 - c) zapojováním se do mezinárodních sítí, a
 - d) jinými činnostmi směřujícími k dosažení cíle Sdružení.
3. Shora definovaného cíle činnosti Sdružení dosahuje v souladu s obecně závaznými právními předpisy a těmito stanovami.
4. V rámci své činnosti může Sdružení stanovit zvláštní pravidla týkající se Sdružení, a to především:
 - a) podmínek, které musí uchazeč o členství splňovat, aby se stal členem Sdružení (dále jen „**Podmínky členství**“),
 - b) organizace Sdružení (dále jen „**Organizační řád**“),
 - c) etických pravidel týkajících se členů Sdružení (dále jen „**Etický kodex**“),
 - d) ceník úhrad za služby, které si člen nebo třetí osoby u Sdružení objednáva (dále jen „**Ceník služeb**“),
 - e) voleb orgánů Sdružení (dále jen „**Volební řád**“).

5. Podmínky členství, Organizační řád, Etický kodex, Ceník služeb a Volební řád musí být v souladu s obecně závaznými právními předpisy a těmito stanovami.
6. Sdružení je založeno za jiným účelem než podnikání. Ustanovení čl. XI. tím není dotčeno.

III. Členství

1. Členem Sdružení se může stát taková fyzická nebo právnická osoba, která splní podmínky stanovené v Podmínkách členství. Obsahem členství jsou členská práva a povinnosti.
2. Člen Sdružení musí působit v oboru souvisejícím s cílem činnosti Sdružení.
3. Není-li dále stanoveno jinak, členství ve Sdružení vzniká rozhodnutím představenstva Sdružení (dále jen „Představenstvo“) o přijetí za člena na základě písemné přihlášky uchazeče a po splnění všech podmínek stanovených Představenstvem v Podmínkách členství a souhlasu uchazeče se stanovami Sdružení.
4. Členství ve Sdružení zaniká:
 - a. vystoupením ze Sdružení, čímž se pro účely těchto stanov rozumí písemný projev vůle člena směřující k zániku jeho členství ve Sdružení adresovaný Představenstvu nebo profesionálnímu aparátu. Členství zaniká posledním dnem daného kalendářního roku..
 - b. vyloučením člena,
 - c. zánikem Sdružení,
 - d. zánikem člena, jde-li o právnickou osobu,
 - e. smrtí člena, jde-li o fyzickou osobu.
5. Při zániku členství nevzniká členovi Sdružení žádný nárok na podíl na majetku Sdružení ani jiné majetkové vypořádání. Ustanovení článku XIII. tím není dotčeno
6. Čestným členem Sdružení se stává ta právnická či fyzická osoba, již na základě jejího předchozího souhlasu udělí statut čestného člena Představenstvo. Čestné členství není plnohodnotným členstvím; práva a povinnosti členů Sdružení podle těchto stanov se na čestné členy nevztahují, pokud tyto stanovы nestanoví jinak. Čestný člen má poradní hlas. Postup udělení čestného členství upraví Organizační řád Sdružení.
7. Čestným předsedou Sdružení je primátor hlavního města Prahy, projeví-li o to zájem. O této čestné funkci informuje primátora předseda Představenstva nebo některý z místopředsedů Představenstva. Čestný předseda nemá pravomoci předsedy Představenstva nebo jiného člena Představenstva. Čestný předseda Sdružení není členem Sdružení.

IV. Členská práva a povinnosti

1. Práva člena Sdružení:

Člen Sdružení je oprávněn zejména:

 - a. účastnit se aktivně činnosti Sdružení v souladu s Organizačním řádem Sdružení,
 - b. účastnit se Valné hromady Sdružení,
 - c. účastnit se jako dobrovolný spolupracovník činnosti Sdružení,
 - d. účastnit se za podmínek stanovených těmito stanovami nebo Organizačním řádem činností orgánů Sdružení a podílet se tak na rozhodování o záležitostech Sdružení,
 - e. vyjadřovat se k činnosti Sdružení, dávat připomínky a návrhy orgánům Sdružení a vyžadovat ke svým připomínkám a návrhům stanoviska orgánů Sdružení,

- f. být prezentován v rámci internetových prezentací Sdružení, ve všech publikacích vydávaných Sdružením, a to v rozsahu odpovídajícím zvolenému marketingovému poplatku (čl. IV. odst. 3 písm. d).,
2. Členové Sdružení, jejich zástupci, zástupce Magistrátu hlavního města Prahy písemně pověřený Radou Hl. města Prahy a zástupce státní příspěvkové organizace České centrály cestovního ruchu - CzechTourism (dále jen „CzechTourism“), mohou dále nahlížet do všech písemností Sdružení.
3. Povinnosti člena Sdružení:
Člen Sdružení je povinen zejména:
- a. respektovat tyto stanovy, Organizační řád, Etický kodex, Podmínky členství, Volební řád a jiná pravidla a obyčeje Sdružení,
- b. respektovat rozhodnutí orgánů Sdružení,
- c. chovat se k ostatním členům Sdružení i všem ostatním osobám podle uznávaných etických norem s úctou a jako rovný k rovnému bez ohledu na rozdíly věku, vzdělání atd.,
- d. platit včas a v plné výši základní členský poplatek a povinně zvolený marketingový poplatek; výši základního členského poplatku a jednotlivých variant marketingového poplatku stanoví Organizační řád,
- e. platit včas a v plné výši úhradu za služby, které si člen u Sdružení objednává; výši úhrady stanoví platný Ceník služeb.
4. Člen, který poruší povinnosti člena Sdružení podle těchto stanov, podmínek stanovených Představenstvem či podle obecně závazných právních předpisů, nebo závažně poškodí pověst, dobré jméno nebo oprávněné zájmy Sdružení, může být ze Sdružení vyloučen rozhodnutím Představenstva.
5. Členovi, který neuhradí v řádném termínu, a to ani po písemné výzvě, základní členský poplatek a/nebo marketingový poplatek, bude ode dne uplynutí dodatečné lhůty poskytnuté v písemné výzvě do doby jejich plné úhrady pozastaveno členství.
6. Člen, který do 60 kalendářních dnů od doručení výzvy podle odstavce 5 tohoto článku neuhradí základní členský poplatek a/nebo marketingový poplatek, bude na nejbližším zasedání Představenstva vyloučen. O svém vyloučení bude člen vyrozuměn a současně mu bude vyčíslena náhrada nákladů, které vznikly Sdružení ve spojitosti se službami poskytnutými vyloučenému členu před ukončením jeho členství. Tuto náhradu nákladů je vyloučený člen povinen uhradit Sdružení do 14 kalendářních dní od obdržení faktury.

V.

Organizační struktura Sdružení

1. Orgány Sdružení jsou: Valná hromada, Představenstvo a Revizní komise.
2. Sdružení může za účelem plnění svých cílů vytvářet profesionální aparát k odbornému zajišťování činnosti Sdružení (dále jen „Profesionální aparát“). Profesionální aparát je podřízen Představenstvu, které na činnost Profesionálního aparátu dohlíží.
3. Další práva a povinnosti osob vykonávajících funkce v orgánech Sdružení a vedoucích zaměstnanců Profesionálního aparátu Sdružení může upravovat Organizační řád.

VI.

Valná hromada

1. Valná hromada, kterou tvoří všichni členové Sdružení, je nejvyšším orgánem Sdružení.

Do výlučné působnosti Valné hromady náleží:

- a. změny stanov,
 - b. rozhodování o sloučení Sdružení s jiným sdružením,
 - c. rozhodování o rozpuštění Sdružení,
 - d. volba a odvolávání členů Představenstva a členů Revizní komise,
 - e. schvalování rozpočtu Sdružení,
 - f. schvalování účetní závěrky Sdružení,
 - g. schvalování zprávy o činnosti Představenstva a Profesionálního aparátu Sdružení,
 - h. schvalování odměn členů Představenstva a členů Revizní komise,
 - i. rozhodnutí o otázkách, které tyto stanovy zahrnují do působnosti Valné hromady,
 - j. rozhodování o dalších věcech, které si pro sebe Valná hromada vyhradí.
2. Valná hromada je svolávána podle potřeby, nejméně však jednou ročně.
3. Valnou hromadu svolává Představenstvo pozvánkou rozeslanou elektronickou poštou všem členům Sdružení na kontaktní adresu uvedenou v členské přihlášce nejpozději 14 kalendářních dní před konáním Valné hromady. Pozvánka je prezentována minimálně 5 dní před termínem Valné hromady na internetových stránkách <http://www.pragueconvention.cz/> v členské sekci, včetně programu a jeho příloh, a to až do okamžiku konání Valné hromady.
4. Člen sdružení se zúčastňuje jednání Valné hromady osobně anebo v zastoupení zmocněncem na základě písemné plné moci.
5. Valná hromada je usnášeníschopná, je-li přítomna nadpoloviční většina všech členů Sdružení. Není-li přítomno více než 50% všech členů Sdružení, kteří mají hlasovací právo, do 20 minut po stanoveném začátku konání Valné hromady, Valná hromada se ruší. V takovém případě je představenstvo oprávněno svolat náhradní Valnou hromadu, jejíž začátek bude 30 minut po stanoveném začátku zrušené Valné hromady. Náhradní Valná hromada je usnášeníschopná při jakémkoliv počtu přítomných členů, kteří mají hlasovací právo. Pro rozhodnutí představenstva o svolání náhradní Valné hromady musí v takovém případě hlasovat nejméně 2/3 členů představenstva.
6. Valná hromada rozhoduje nadpoloviční většinou všech přítomných členů. Každý člen Sdružení má jeden hlas. K rozhodnutí ve věcech výlučné působnosti Valné hromady podle čl. VI. odst. 1 písm. a) a b) těchto stanov je třeba alespoň dvou třetin hlasů ze všech přítomných členů. K rozhodnutí ve věcech výlučné působnosti Valné hromady podle čl. VI. odst. 1 písm. c) těchto stanov je třeba alespoň 3/4 hlasů všech členů.
7. Valná hromada volí předsedu VH, zapisovatele a 2 ověřovatele zápisu, příp. členy komisí. Do doby zvolení předsedy řídí Valnou hromadu člen Představenstva, jehož tím Představenstvo pověří.
8. Z jednání Valné hromady se pořizuje zápis, který musí obsahovat:
- a. datum a místo konání Valné hromady,
 - b. přijatá usnesení,
 - c. výsledky hlasování,
 - d. námitky členů proti rozhodnutí, kteří požádali o jejich zaprotokolování,
 - e. přílohou zápisu z jednání Valné hromady jsou podklady, které byly předloženy k projednáváním bodům.
9. Představenstvo zabezpečuje vyhotovení a uveřejnění zápisu o Valnéhromadě do 30 dnů od jejího ukončení v členské sekci web stránek Sdružení. Zápis podepisuje zapisovatel, předseda Valné hromady a dva zvolení ověřovatelé.
10. Každý člen Sdružení má právo vyžádat si opis zápisu z Valné hromady včetně jeho příloh, a to na náklady Sdružení.

11. Na písemný návrh minimálně jedné třetiny členů Sdružení, Revizní komise nebo 5 členů Představenstva, je Představenstvo povinno svolat Mimořádnou Valnou hromadu. Mimořádná Valná hromada se musí konat do 30 dnů ode dne, kdy Představenstvo obdrží návrh podle věty první. Představenstvo je povinno svolat Mimořádnou Valnou hromadu pozvánkou rozeslanou elektronickou poštou všem členům Sdružení na kontaktní adresu uvedenou v členské přihlášce nejpozději 14 kalendářních dní před konáním Valné hromady.

12. Nesvolá-li Představenstvo Mimořádnou Valnou hromadu do 30 dnů ode dne obdržení písemného návrhu podle čl. VI. odst. 12 věta první, je oprávněna svolat Mimořádnou Valnou hromadu Revizní komise.

13. Valná hromada může též hlasovat formou per rollam. Osoba pověřená Představenstvem svolat jednání Valné hromady zašle všem členům Sdružení návrh usnesení elektronicky na kontaktní adresu uvedenou v členské přihlášce; zaručený elektronický podpis se nevyžaduje. Návrh obsahuje text navrženého usnesení, lhůtu pro doručení vyjádření člena Sdružení, která nesmí být kratší než 10 pracovních dnů ode dne odeslání návrhu usnesení tomuto členovi Sdružení, a podklady potřebné pro jeho přijetí. Nedoručí-li člen Sdružení v této lhůtě souhlas s návrhem usnesení, platí, že s návrhem nesouhlasí. Výsledek rozhodování, včetně dne přijetí, oznámí osoba rozesílající návrh všem členům Sdružení bez zbytečného odkladu.

VII.

Představenstvo

1. Představenstvo je statutárním orgánem Sdružení, odpovědným Valné hromadě.
2. Představenstvo:
 - a. volí ze svého středu Předsedu Představenstva a 2 Místopředsedy Představenstva,
 - b. odvolává Předsedu Představenstva a 2 Místopředsedy Představenstva,
 - c. svolává a připravuje zasedání Valné hromady,
 - d. vydává, mění a ruší Organizační řád, Etický kodex a Volební řád,
 - e. rozhoduje o přijetí člena,
 - f. rozhoduje o pozastavení členství,
 - g. rozhoduje o vyloučení člena,
 - h. stanovuje Podmínky členství,
 - i. rozhoduje o výši členského poplatku a výši jednotlivých variant marketingového poplatku a lhůtách jejich splatnosti,
 - j. stanovuje Ceník služeb,
 - k. dohlíží na plnění schváleného Etického kodexu členy Sdružení,
 - l. odpovídá za vedení účetní a jiné písemné evidence Sdružení,
 - m. odpovídá za vypracování návrhu rozpočtu a účetní závěrky Sdružení,
 - n. pověřuje Revizní komisi k zajištění auditu Sdružení,
 - o. zajišťuje kompletní chod administrativy a oblast řízení lidských zdrojů Profesionálního aparátu Sdružení,
 - p. rozhoduje o dalších záležitostech Sdružení, pokud nejsou těmito stanovami nebo rozhodnutím Valné hromady vyhrazeny do působnosti jiného orgánu Sdružení; při tom vychází ze zásad, na kterých stanovy spočívají.
3. Představenstvo má 9 členů. Představenstvo se schází podle své potřeby, minimálně jednou za tři měsíce, přičemž zasedání může svolat předseda nebo místopředseda Představenstva. Představenstvo je schopno usnášení, je-li přítomna nadpoloviční většina

všech jeho členů. Představenstvo rozhoduje hlasováním, a to prostou většinou hlasů přítomných členů. Při rovnosti hlasů rozhoduje hlas Předsedy Představenstva.

4. Jednání Představenstva se může rovněž jedním hlasem zúčastnit zástupce Hlavního města Prahy, jestliže jej Rada hlavního města Prahy písemně pověří. Zástupce Hlavního města Prahy však nehlasuje, jestliže Představenstvo hlasuje o vnitřních věcech Sdružení (VII.6)

5. Jednání Představenstva se může rovněž jedním hlasem zúčastnit zástupce CzechTourism. Zástupce CzechTourism však nehlasuje, jestliže Představenstvo hlasuje o vnitřních věcech Sdružení (VII.6).

6. Vnitřní věci Sdružení se rozumí zejména, nikoliv však výlučně, rozhodování o placení členských nebo marketingových poplatků, hospodaření s vlastními finančními prostředky a jiným majetkem včetně jednání o právních vztazích Sdružení. Představenstvo může rozhodnout, že Vnitřní věci Sdružení je i rozhodování o věci neuvedené v tomto článku.

7. Představenstvo může též hlasovat formou per rollam. Osoba oprávněná svolat zasedání Představenstva zašle členům Představenstva návrh rozhodnutí elektronicky na adresu členů Představenstva sdělenou členem Představenstva nebo jiným způsobem určeným rozhodnutím Představenstva; zaručený elektronický podpis se nevyžaduje. Návrh obsahuje alespoň text navrženého rozhodnutí, lhůtu pro doručení vyjádření člena Představenstva, která nesmí být kratší než 5 pracovních dnů ode dne doručení návrhu rozhodnutí tomuto členovi Představenstva, a podklady potřebné pro jeho přijetí. Nedoručí-li člen Představenstva v této lhůtě souhlas s návrhem rozhodnutí, platí, že s návrhem nesouhlasí. Výsledek rozhodování, včetně dne přijetí, oznámí osoba rozesílající návrh všem členům Představenstva bez zbytečného odkladu.

8. Funkční období člena Představenstva jsou 2 roky, nestanoví-li Valná hromada svým rozhodnutím jinak. Za člena Představenstva mohou být zvoleni členové statutárních orgánů nebo zplnomocnění zaměstnanci členů Sdružení, kteří mají hlasovací právo nebo člen Sdružení - fyzická osoba - , který disponuje hlasovacím právem. Podmínky volby a její průběh stanoví Volební řád. Funkční období končí uplynutím 2 let od volby nebo volbou nových členů.

9. Podmínkou zvolení člena Představenstva je jeho předchozí souhlas s členstvím v Představenstvu. V případě právnické osoby je nutný též souhlas této právnické osoby s jeho kandidaturou.

10. Členové Představenstva jsou povinni hájit rovnou měrou zájmy všech členů Sdružení. Členové Představenstva jsou dále povinni vyvíjet maximální úsilí k dosažení sjednaných cílů Sdružení a zdržet se jakékoliv činnosti, jež by mohla znemožnit nebo ztížit dosažení těchto cílů.

11. Představenstvo je povinno informovat Valnou hromadu o veškerých skutečnostech, které mají nebo mohou mít vliv na činnost Sdružení, popřípadě na dosažení cílů Sdružení, včetně jakýchkoli skutečností vedoucích k ohrožení schopnosti Sdružení naplňovat své cíle.

12. Představenstvo je povinno zpracovat alespoň jednou za rok zprávu o své činnosti a předložit ji ke schválení Valné hromadě.

13. Funkce člena Představenstvu zaniká:

okamžikem, kdy přestane být člen Představenstva členem statutárního orgánu, nebo zaměstnancem člena Sdružení, který má hlasovací právo,

okamžikem, kdy odvolá člen Sdružení, který má hlasovací právo, takovému zaměstnanci členovi Představenstva příslušnou plnou moc týkající se jeho zastupování

v rámci Sdružení, okamžikem, kdy členu Sdružení s hlasovacím právem, jehož členem statutárního orgánu nebo zaměstnancem je daný člen Představenstva, zanikne členství, je-li členu Sdružení s hlasovacím právem, jehož členem statutárního orgánu nebo zaměstnancem je daný člen Představenstva, pozastaveno členství, odstoupí-li člen Představenstva ze své funkce, úmrtím člena Představenstva, uplynutím funkčního období, v případě člena - fyzické osoby zánikem členství ve Sdružení, odvoláním člena Představenstva Valnou hromadou.

14. Funkce člena Představenstva zaniká dnem, kdy se Představenstvo o nastalé skutečnosti, vedoucí k zániku členství, prokazatelně dozví.

15. Zanikne-li funkce člena Představenstva v průběhu jeho funkčního období, může Představenstvo do funkce člena Představenstva kooptovat člena statutárního orgánu nebo zplnomocněného zaměstnance člena Sdružení v souladu s Organizačním řádem. Kooptovaný člen pokračuje ve funkčním období původního člena. Poklesne-li počet členů Představenstva pod šest, není kooptace přípustná. V takovém případě je Představenstvo povinno postupem podle čl. VI. odst. 4 svolat Valnou hromadu, na které budou zvoleni chybějící členové Představenstva. Představenstvo je povinno rozeslat písemnou pozvánku ve lhůtě 10 dnů ode dne, kdy počet členů Představenstva poklesl pod šest.

VIII.

Předseda a Místopředsedové Představenstva

1. Předseda Představenstva koordinuje a řídí jednání Představenstva.
2. Předseda Představenstva používá v mezinárodním styku titul prezident.
3. Funkční období Předsedy Představenstva a Místopředsedů Představenstva činí 2 roky, nestanoví-li Valná hromada svým rozhodnutím jinak.
4. Člen Představenstva může být zvolen Předsedou Představenstva nebo Místopředsedou Představenstva i opakovaně.
5. Předseda Představenstva může k plnění svých úkolů pověřit některého z Místopředsedů.
6. Není-li Předseda Představenstva zvolen, vykonává jeho funkci některý z Místopředsedů.
7. Předsedu Představenstva zastupuje v jeho nepřítomnosti jeden z Místopředsedů nebo osoba určená Organizačním řádem Sdružení.
8. Předseda či Místopředseda Představenstva zejména:
 - a. vykonává práva Sdružení plynoucí z účasti Sdružení v jiných právnických osobách nebo ve sdruženích bez právní subjektivity,
 - b. samostatně rozhoduje o věcech Sdružení spojených se zajišťováním a organizováním běžného provozu Sdružení a s výkonem jeho zaměstnavatelských práv,
 - c. samostatně rozhoduje o dalších záležitostech Sdružení, které na něho byly výslovně přeneseny opatřením Představenstva,
 - d. svolává a připravuje zasedání Představenstva.
9. Předseda i Místopředsedové Představenstva jsou odpovědní za své jednání Představenstvu.
10. Funkce Předsedy Představenstva nebo Místopředsedy Představenstva zaniká:
 - a. spolu se zánikem funkce člena Představenstva,
 - b. písemnou rezignací podanou na zasedání Představenstva,

- c. odvoláním,
- d. zvolením nového Předsedy Představenstva, případně nových Místopředsedů Představenstva,
- e. uplynutím funkčního období.

IX.

Jednání jménem Sdružení

1. Jménem Sdružení jednají navenek vždy alespoň dva členové Představenstva. Jedním z nich musí být vždy buď Předseda nebo Místopředseda Představenstva.
2. Osoby tvořící Profesionální aparát jednají za Sdružení způsobem stanoveným v Organizačním řádu.

X.

Revizní komise

1. Kontrolním orgánem Sdružení je Revizní komise. Revizní komise má 3 členy. Členy Revizní komise volí a odvolává Valná hromada z řad členů statutárních orgánů nebo zplnomocněných zaměstnanců členů Sdružení, kteří mají hlasovací právo, nebo členů Sdružení fyzických osob, které mají hlasovací právo. Podmínky volby a její průběh stanoví Volební řád. Revizní komise se schází dle potřeby, nejméně však 2x ročně a je usnášeníschopná, jsou-li přítomni alespoň dva členové Revizní komise.
2. Podmínkou zvolení člena Revizní komise je jeho předchozí souhlas s funkcí. V případě právnické osoby je nutný též souhlas této právnické osoby s jeho kandidaturou.
3. Členové Revizní komise nesmí být členem Představenstva; mají však právo účastnit se všech jednání Představenstva s hlasem poradním.
4. Funkční období člena Revizní komise činí 2 roky, nestanoví-li Valná hromada svým rozhodnutím jinak.
5. Členové Revizní komise volí a odvolávají ze svého středu Předsedu Revizní komise, který svolává a řídí zasedání Revizní komise. Předseda Revizní komise je povinen svolat zasedání Revizní komise, je-li o to požádán členem Revizní komise, Představenstvem nebo 2/3 všech členů Sdružení.
6. V působnosti Revizní komise je upozorňovat Představenstvo na vady hospodaření Sdružení a podávat mu návrhy na jejich odstranění.
7. Revizní komise je povinna informovat Valnou hromadu o veškerých skutečnostech, které mají nebo mohou mít vliv na činnost Sdružení, popřípadě na dosažení cílů Sdružení, včetně jakýchkoli skutečností vedoucích k ohrožení schopnosti Sdružení naplňovat své cíle.
8. Revizní komise je povinna vypracovat pro Valnou hromadu, příp. kdykoliv na žádost představenstva, kontrolní zprávu o stavu účetnictví Sdružení (dále jen „**Kontrolní zpráva**“), ve které se Revizní komise vyjádří zejména ke způsobu vedení účetnictví a kompletnosti a správnosti dokladů. Představenstvo může uložit Revizní komisi, aby se v Kontrolní zprávě vyjádřila i k dalším záležitostem, které jí Představenstvo navrhne. Revizní komise je povinna zveřejnit Kontrolní zprávu vždy 5 dnů před konáním Valné hromady (na webu spolu s podklady). V případě, že o zpracování Kontrolní zprávy požádá Představenstvo, je Revizní komise povinna zpracovat a předložit Kontrolní zprávu Představenstvu nejpozději do 30 dní ode dne přijetí žádosti.

9. Funkce člena Revizní komise zaniká:

okamžikem, kdy přestane být člen Revizní komise členem statutárního orgánu, nebo zaměstnancem člena Sdružení, který má hlasovací právo,
okamžikem, kdy odvolá člen Sdružení, který má hlasovací právo, takovému členovi Revizní komise příslušnou plnou moc týkající se jeho zastupování v rámci Sdružení,
okamžikem, kdy členu Sdružení s hlasovacím právem, jehož členem statutárního orgánu nebo zaměstnancem je daný člen Revizní komise, zanikne členství,
je-li členu Sdružení s hlasovacím právem, jehož členem statutárního orgánu nebo zaměstnancem je daný člen Revizní komise, pozastaveno členství,
odstoupí-li člen Revizní komise ze své funkce,
úmrtním člena Revizní komise,
uplynutím funkčního období,
v případě člena - fyzické osoby zánikem členství ve Sdružení,
odvoláním člena Revizní komise Valnou hromadou.

10. Funkce člena Revizní komise zaniká dnem, kdy se Představenstvo o nastalé skutečnosti, vedoucí k zániku funkce člena Revizní komise, prokazatelně dozví.

11. Zanikne-li funkce člena Revizní komise, je Představenstvo povinno postupem podle čl. VI odst. 4 svolat Valnou hromadu, která zvolí nového člena Revizní komise, a to do dvou měsíců ode dne, kdy se Představenstvo o nastalé skutečnosti, vedoucí k zániku funkce člena Revizní komise, prokazatelně dozvědělo.

XI.

Hospodaření Sdružení

1. Majetek Sdružení je určen k plnění cílů Sdružení a k zajišťování těch činností, které k těmto cílům Sdružení směřují.

2. Majetek Sdružení tvoří finanční a hmotné prostředky, získané zejména z členských poplatků, darů, dědictví, grantů, účelových dotací od státu a obcí, úroků a z jiných výnosů účelově zaměřených obecně prospěšných akcí.

3. Orgány Sdružení jsou povinny s majetkem nakládat hospodárně, využívat ho ke stanovenému účelu a dbát o jeho zvětšování a řádnou ochranu.

4. Hospodaření Sdružení musí být vždy v souladu s obecně závaznými právními předpisy

5. Představenstvo zabezpečuje vedení účetnictví Sdružení. Představenstvo je povinno nechat vypracovat řádnou, mimořádnou a případně i mezitímní účetní závěrku a spolu s posouzením nezávislým auditorem ji předložit Valné hromadě ke schválení.

6. Finanční a hmotné prostředky získává Sdružení z úhrad za služby poskytované v rámci cíle Sdružení a z případného výkonu vedlejší výdělečné činnosti, děje-li se tak v souladu s obecně závaznými právními předpisy a s těmito stanovami. Vedlejší výdělečná činnost Sdružení může být vykonávána např. v následujících oblastech, které nespádají do hlavní činnosti Sdružení, jako je např.: poskytování konzultačních, marketingových a propagačních služeb, zprostředkování poradenství a grantů, zajišťování inzerce a reklamy, poskytování informací.

XII.

Rozpočet Sdružení

1. Představenstvo zajišťuje vypracování návrhu rozpočtu Sdružení pro nadcházející kalendářní rok (dále jen „**Návrh rozpočtu**“). K vypracování Návrhu rozpočtu může Představenstvo pověřit Profesionální aparát. Představenstvo v takovém případě zajistí, aby

Profesionální aparát vypracoval a předložil Návrh rozpočtu Představenstvu nejpozději 30 dnů před koncem předcházejícího kalendářního roku.

2. Představenstvo je oprávněno upravit Návrh rozpočtu dle svého uvážení; je přitom povinno předložit konečný Návrh rozpočtu ke schválení na nejbližší Valné hromadě.

3. Nebude-li Návrh rozpočtu Sdružení schválen Valnou hromadou do konce kalendářního roku, který předchází kalendářní rok, za který se rozpočet schvaluje, uplatňuje se rozpočtové provizorium. V takovém případě je rozpočet na následující kalendářní rok shodný s rozpočtem za uplynulý kalendářní rok, a to až do okamžiku, kdy Valná hromada schválí rozpočet na aktuální kalendářní rok, za který se rozpočet schvaluje.

XIII.

Zánik Sdružení

1. Sdružení zaniká:

a. rozhodnutím Valné hromady o rozpuštění Sdružení,

b. rozhodnutím Valné hromady o sloučení s jiným sdružením podle ust. čl. VI. odst. 1 písm. b) těchto stanov,

c. doručením písemného rozhodnutí člena Sdružení Představenstvu z důvodu, že se Valná hromada nekonala déle než dva roky,

d. z jiných důvodů stanovených zákonem.

2. Zanikne-li Sdružení z důvodů uvedených v čl. XIII. odst. 1 písm. a), c) nebo d), vstupuje Sdružení do likvidace. O osobě likvidátora nebo likvidátorů rozhodne:

Valná hromada rozhodující o rozpuštění Sdružení podle čl. XIII. odst. 1 písm.

a), Předseda Představenstva, který byl ve funkci v den, kdy došlo k zániku Sdružení podle čl. XIII. odst. 1 písm. c) nebo d),

Ministerstvo vnitra, pokud o osobě likvidátora nebo likvidátorů nerozhodne:

i. Valná hromada rozhodující o rozpuštění Sdružení podle čl. XIII. odst. 1 písm. a),

ii. Předseda Představenstva podle odst. 2 písm. b) tohoto článku ve lhůtě 30 dnů ode dne zániku Sdružení.

3. Likvidační zůstatek se rozdělí mezi členy Sdružení v poměru stanoveném podle výše zaplacených členských poplatků v posledním účetním období před likvidací, anebo, nebyly-li v posledním účetním období členské poplatky zaplacený, podle výše zaplacených členských poplatků v posledním účetním období, ve kterém byly členské poplatky placeny. Sdružení má právo celý likvidační zůstatek poskytnout právnické osobě s obdobným cílem či předmětem činnosti.

4. Likvidace zaniká dnem, kdy je tato skutečnost oznámena orgánu, u kterého je Sdružení registrováno.

XIV.

Závěrečná ustanovení

1. Toto Sdružení vzniká jeho registrací podle příslušných ustanovení zák. č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů, ve znění pozdějších předpisů.

2. Předvídají-li tyto stanovy, že má být Představenstvu doručena určitá písemnost, písemnosti budou doručovány na následující adresu: Praha 1, ulice Rytířská č.p. 26 / 398, PSC: 110 00.

V Praze dne 1. března 2008 po doplnění a změně dne 25. dubna 2008, 14. dubna 2011 a 12. dubna 2012.