



Ing. Jakub Malačka, starosta Města Znojma

Mgr. František Koudela, ředitel Znojenské Besedy

kultura

- 21 kmenových kulturních a společenských akcích (z nichž nejznámější Znojemské historické vinobraní)
- Desítky divadelních představení, včetně školních představení a možnosti abonmá
- Kulturní vyžití pro seniory znojemských DPS
- Spolupráce s dalšími pořadateli akcí ve Znojmě a okolí (HF Znojmo, Dračí lodě, a další)

kultura



kultura



kultura



Znojemské historické vinobraní vs. Vinařské t(r)ipy

- Z důvodu opatření jsme nemohli pořádat slavnosti vinobraní v takovém rozsahu, jak jsme zvyklí.
 - Bezmála 90 tis. návštěvníků
 - 13 propojených a průchozích scén
 - Stovky prodejních míst s občerstvením
- Proto vznikl alternativní program Vinařské t(r)ipy, který otevřel sklepy v obcích napříč Znojemskem.
 - Až 15 zapojených obcí/spolků
 - Desítky koncertů a doprovodných programů
 - Posílené dopravní spoje
 - Poprvé vinaři společně otevřeli v jeden termín

Znojemské historické vinobraní vs. Vinařské t(r)ipy



cestovní ruch

- poskytuje informační služby obyvatelům města a turistům (provoz Turistických informačních center)
- Průvodcovská činnost
- Provoz znojemského podzemí, radniční věže, Expozice pivovarnictví, hradebního opevnění
- Tvůrce tištěných a dalších materiálů o městě Znojmě
- Podpora podnikatelů v oblasti cestovního ruchu

cestovní ruch



Destinační společnost



- **Celkový počet členů navýšen na 44** (resp. 45 s předsedou Představenstva):
 - 15x města a obce
 - 20x podnikatelské subjekty
 - 5x neziskové subjekty
 - 4x svazky obcí (zastupující 35 obcí)
 - Přeshraniční spolupráce CZ/AT (Znojmo/Retz, Interreg)

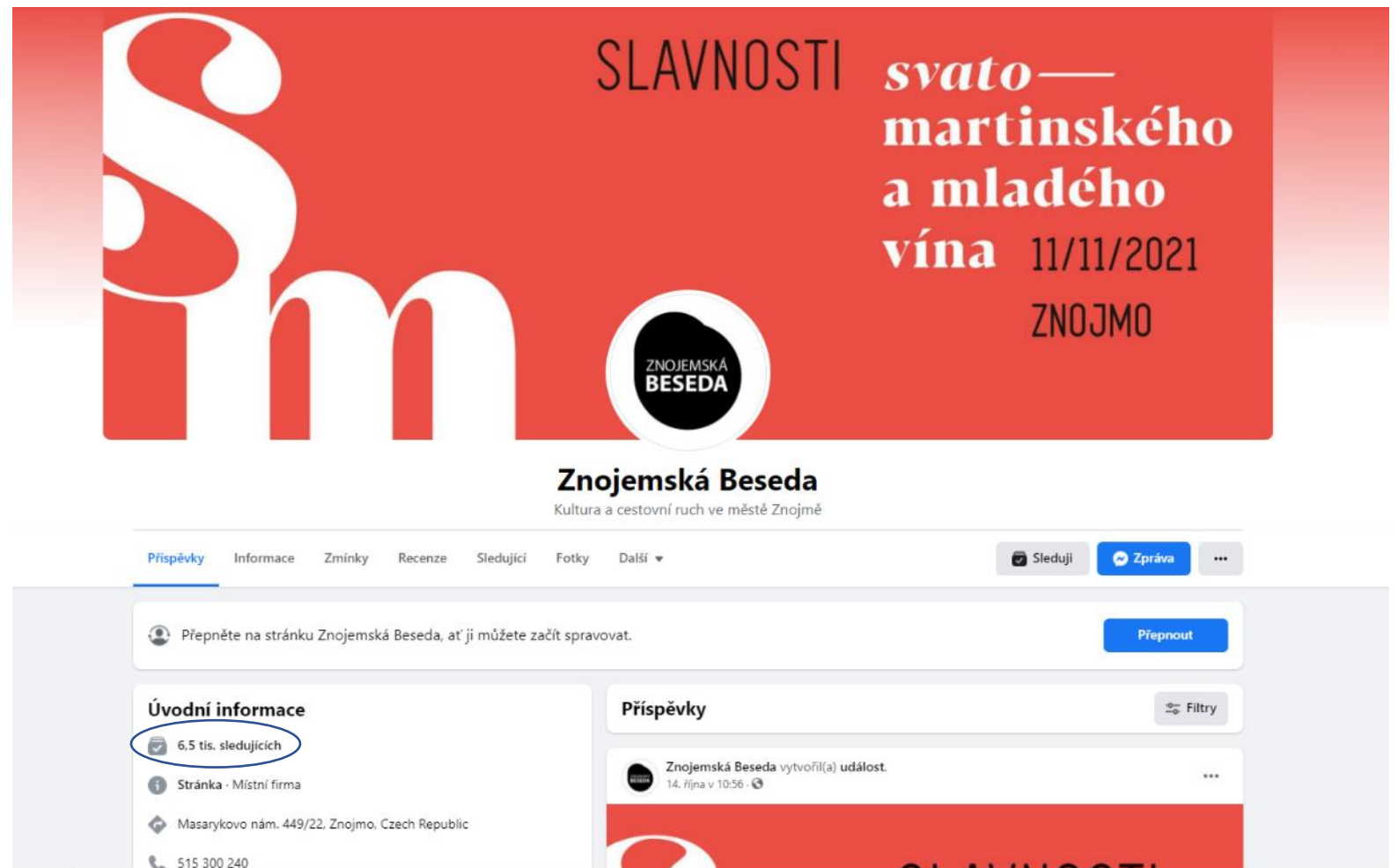
propagace

- Propagace města Znojma v nadregionální úrovni
- Kreativní kampaně na sociální sítě a do tištěných periodik
- Od roku 2016 kampaň #znojmochna (Instagram, betonové lavičky, téma, které spojuje veškeré aktivity)
- Od roku 2020 kampaň #mastozaax (restart turismu, Instagram, celostátní kampaň vč. Billboard ploch, televizní spolupráce, rozhlasové reklamy)
- Tvorba vlastních tištěných materiálů

propagace

Facebook

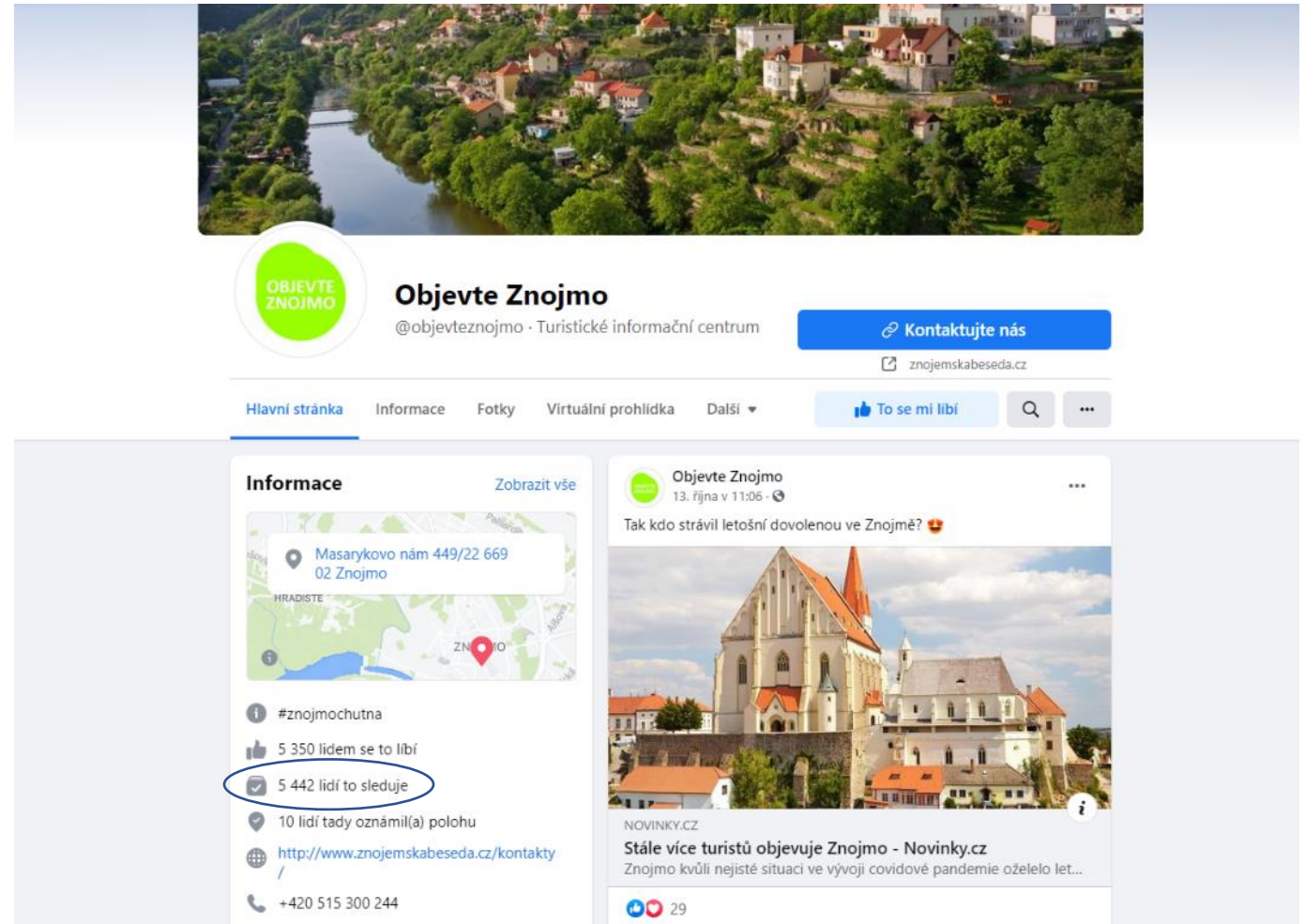
- 6.5 tis. sledujících s převahou sledujících z regionu Znojma
- Cílené kampaně a dílčí reklamy pro prodej vstupenek a informace o akcích



propagace

Facebook

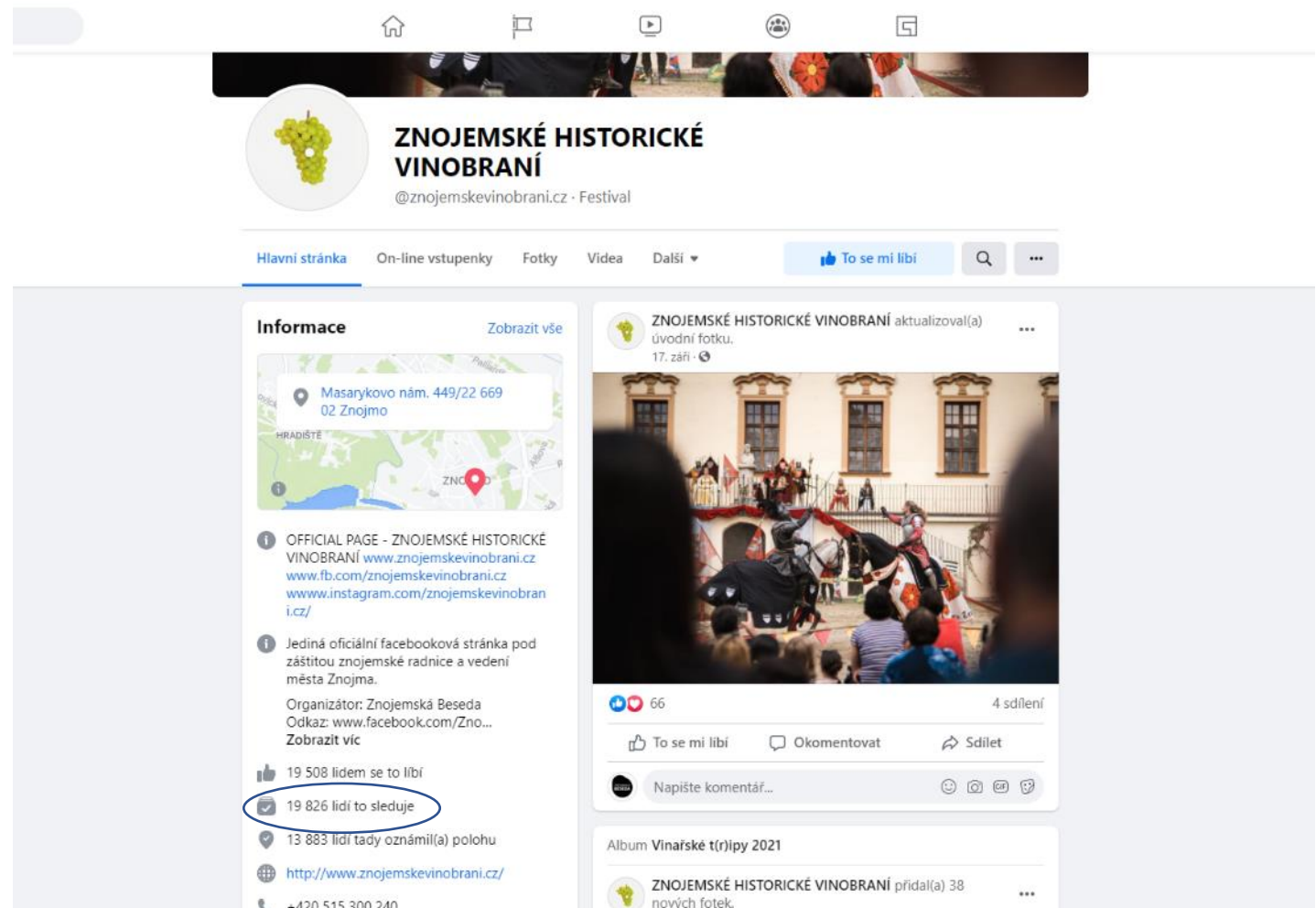
- 5.4 tis. sledujících s převahou sledujících mimo Znojmo
- Bez cílené propagace, za účelem komunikace akcí a turistických cílů znojemského regionu



propagace

Facebook

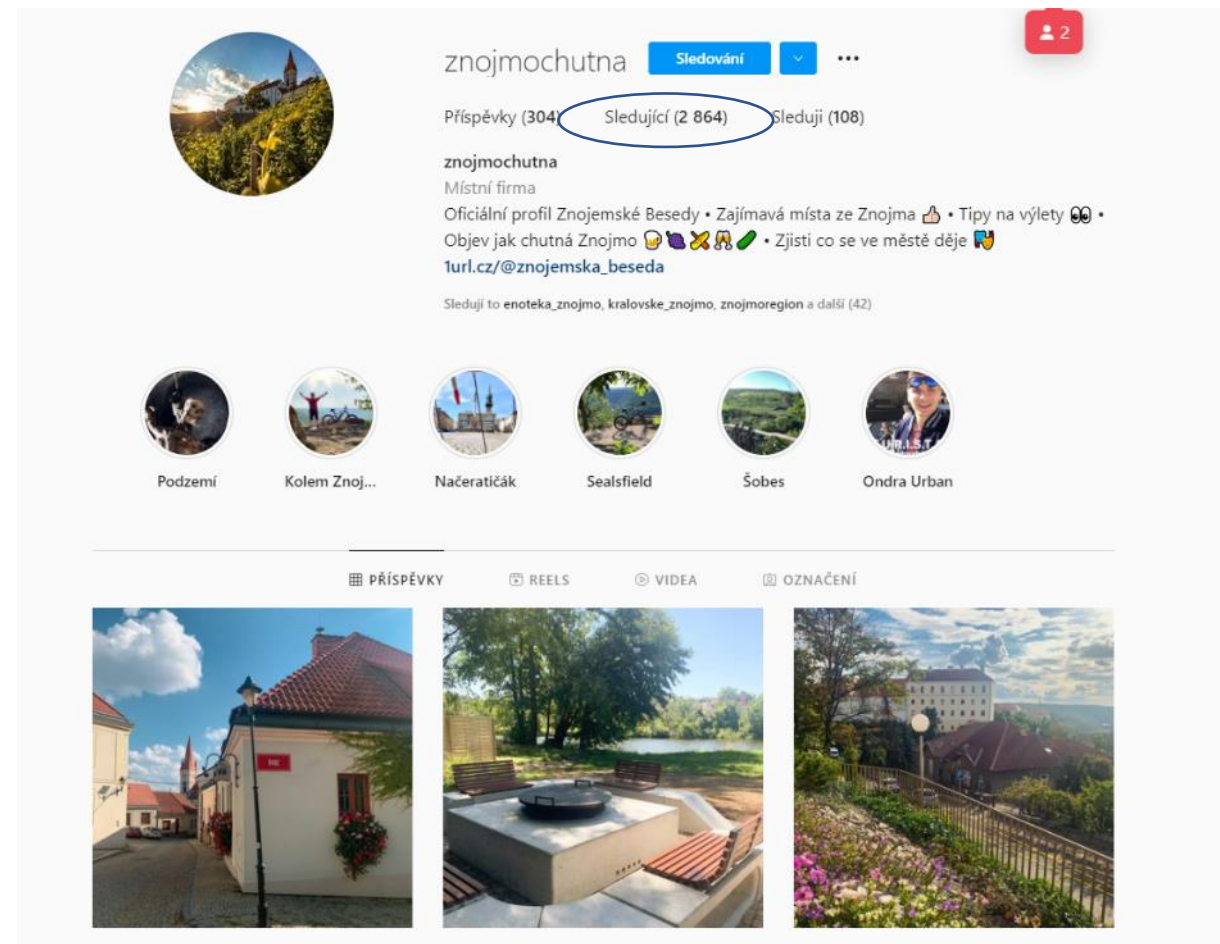
- 19.8 tis. sledujících s převahou sledujících mimo Znojmo (převážně středočeský kraj a severní morava)
- Cílené kampaně a dílčí reklamy pro prodej vstupenek a informace o programu



propagace

Instagram

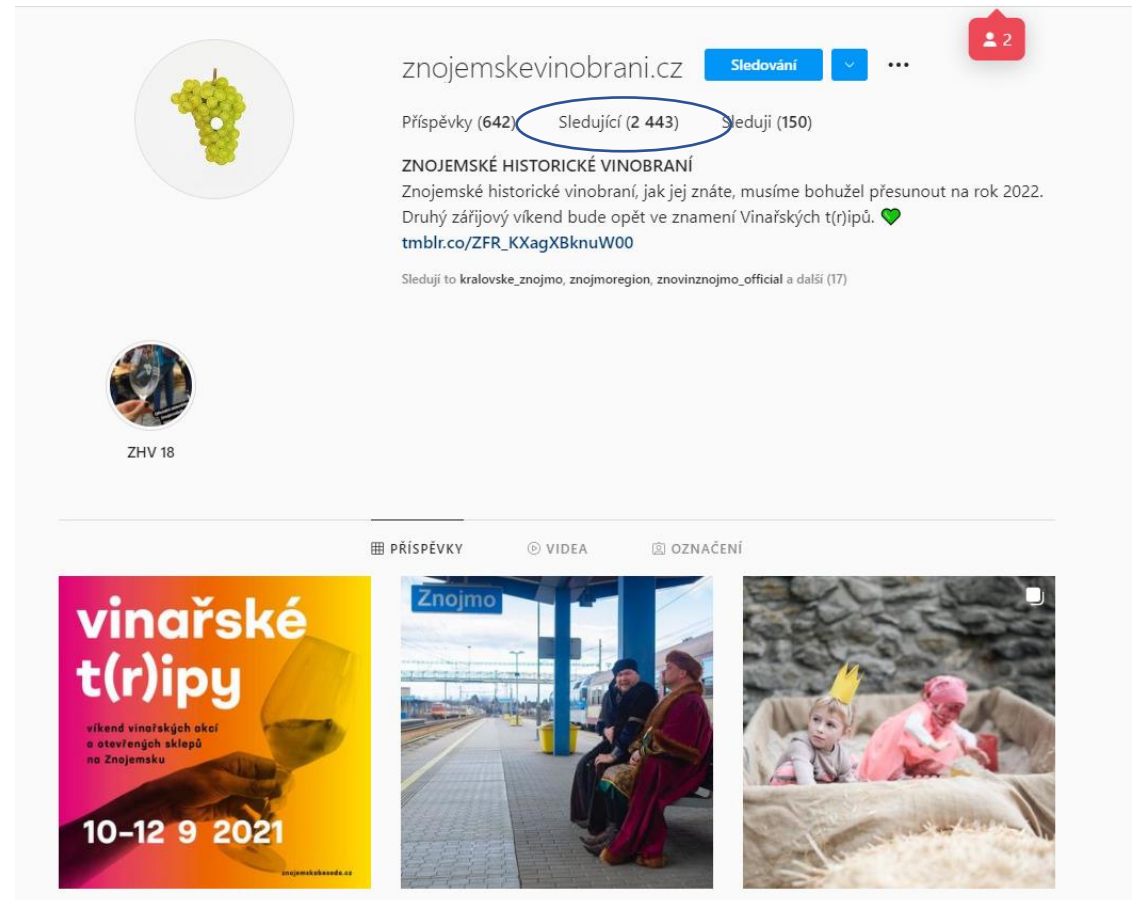
- 2,8 tis. sledujících s převahou sledujících mimo Znojmo
- Sdílení image fotek pro zvýšení atraktivity turistických cílů (nejen provozů ZB)



propagace

Instagram

- 2,4 tis. sledujících s převahou sledujících mimo Znojmo
- Sdílení image fotek pro zvýšení atraktivity akce



„(Ne)má to háček“

#MASTOZADAX
znojmo



CÍLE A PRIORITY PROJEKTU

**PODPORA
PODNIKATELŮ**

**ZVÝŠENÍ
NÁVŠTĚVNOSTI**

**ZVÝŠENÍ
MEDIALIZACE**

**ZVÝŠENÍ
ATRAKTIVITY**

#MASTOZADAX

jmo

DOSAŽENÉ CÍLE 2020 A 2021

MEDIÁLNÍ PROSTOR A SOCIÁLNÍ SÍTĚ

- Redakční články v periodicích jako iDnes.cz, Novinky.cz, Seznam zprávy, Blesk, Květa, OnaDnes, MF Dnes, Deník.cz (včetně prázdninových speciálů), Hospodářské noviny, Wine and Degustation a další.
- Videoreportáže v České televizi (6x), televize Nova (Víkend) včetně PR článku na Novaplus.cz, televize Prima (prázdninový speciál).
- Projekt Znojmo Zadax byl vybrán jako TOP restart up a prezentován CCRJM i Krajským úřadem Brno.
- Díky projektu se zvýšilo povědomí i o kmenové kampani #znojmo chutna, která byla v rámci projektu také prezentována. Ta je propagována zejména přes sociální sítě jako Instagram a Facebook.

Komentář:

Inzerce tištěných periodik celostátního rozsahu se pohybují od 50 do 250 tisíc korun. Online PR články se hodnotí dle počtu impresí. Články na homepage online serverů se tak pohybují v podobných finančních hodnotách jako tištěné. Videoprezentace na televizních stanicích se pohybuje v řádech 100 tisíc korun až do 1 milionu.

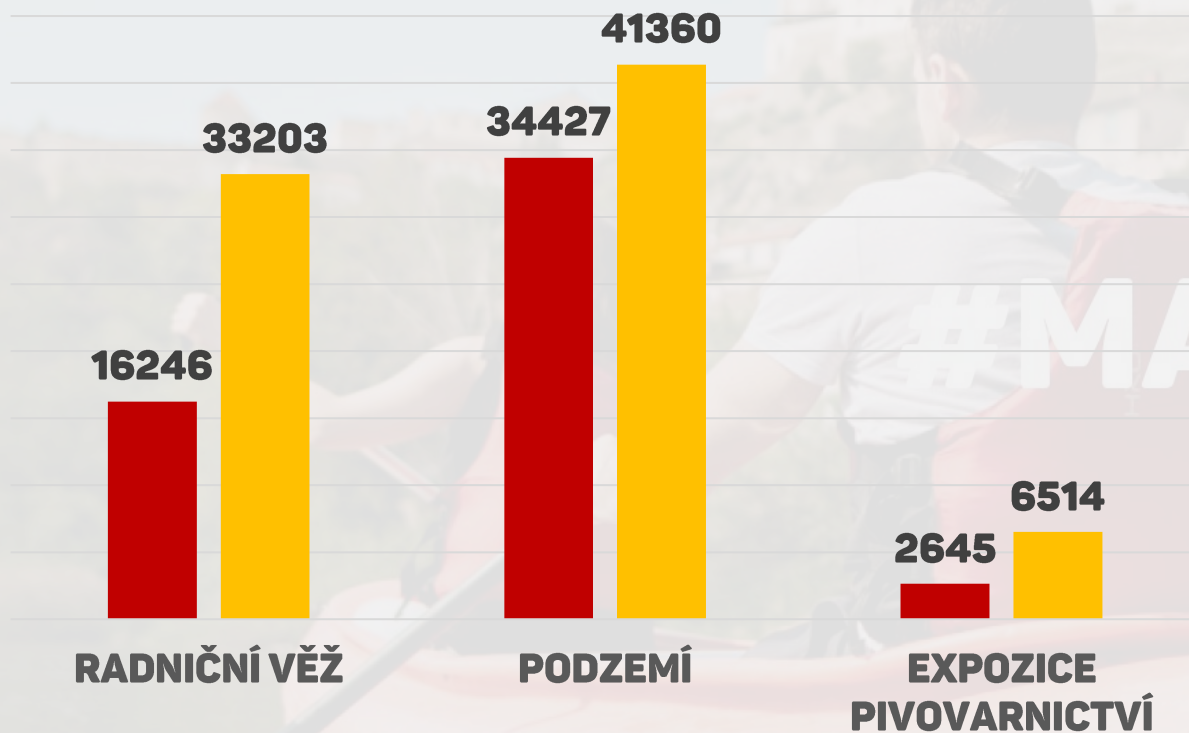
ATRAKTIVITA A BRAND

- Jedním z dosažených cílů je zvýšení atraktivity Znojma, potažmo jeho turistických cílů a také kvalitních služeb CR. Ubytovatelé od června 2020 hlásili průběžně plné kapacity a návštěvníci tak měli možnost hledat i v ostatních obcích – tzn. potenciál pro Znojmo jako region.

POROVNÁNÍ NÁVŠTĚVNOSTI TURISTICKÝCH OBJEKTŮ

„(Ne)má to háček“

■ 2019 ■ 2020



ZVÝŠENÍ NÁVŠTĚVNOSTI V %

Podzemí	20%
Radniční věž	103%
Expozice pivovarnictví	146%
Hradební opevnění	123%
Prohlídky města	5%

znojmo

KONCEPT PROJEKTU 2021

PODMÍNKY ZAPOJENÍ SE DO PROJEKTU

- GASTRO PROVOZY: Výše útraty na osobu musí být stejná nebo vyšší než 150 Kč.
 - UBYTOVACÍ ZAŘÍZENÍ: Výše útraty na osobu musí být stejná nebo vyšší než 500 Kč.
 - OSTATNÍ SLUŽBY: Výše útraty na osobu musí být vyšší než 200 Kč.
- (S ohledem na počet osob, kteří útratu provedou.)

Komentář:

Částky je vhodné ponechat stejné, protože vycházíme z toho, aby byly poukazy na vstupy dosažitelné. Kdyby došlo k mírnému zvýšení hodnoty potřebné útraty, je předpokladem, že by nedošlo ke snížení počtu poukazů, ale zůstal by stejný – tedy bez efektu. Výhodou pak je, že podnikatelé a návštěvníci, kteří se k nám budou vracet mají tyto hodnoty zafixované.

UPLATNĚNÍ POUKAZU

- Do 5 dní od data vydání na provozy ZB – podzemí, radniční věž, Expozice pivovarnictví, Hradební opevnění a prohlídku města s průvodcem

Komentář:

Kvůli vysokému vytížení provozů není vhodné snižovat počet zapojených provozů, mohlo by dojít k tomu, že budou poukazy do 5 dní nevyužitelné a projekt by přinášel negace. Tedy opačný efekt.

„(Ne)má to háček“

znojmo

KONCEPT PROJEKTU 2021

NÁSTROJE A INOVACE PROJEKTU

- **Jednodušší a rychlejší možnost přihlášení** podnikatelů přes webové rozhraní. Minimalizace časové náročnosti.
- **Šetrnější a ekologičtější typ poukazů** – vycházíme ze zkušenosti minulé sezóny.
- Na každém provozu bude umístěna **orientační tabule s nabídkou dalších využitelných provozů** – na poukaz.
- Znojemská Beseda bude opět jako **support pro podnikatele** v oblasti marketingu a problematiky celého projektu.

OSTATNÍ

- **TIC Znojmo bude dále poskytovat tematické prohlídky**, na které se nevztahuje možnost využití poukazu.
- V rámci prohlídek Znojemského podzemí se stejně jako v minulé sezóně nebude moci využít poukaz na adrenalinové trasy – z důvodu malé kapacity prohlídky.
- Díky dřívějším přípravám **je možné oslovit tiskovými konferencemi a dalšími větší okruh médií** a získat větší prostor – dříve než ostatní města, regiony, apod.
- **Pro rok 2022 je projekt využitelný jako start up projekt kongresové turistiky**, jejíž propagace je v plánu od roku 2020 (přerušeno z důvodu pandemických opatření)

VÍME, ŽE

- Dle ohlasů z loňské sezóny víme, že tímto **projektem se chtějí inspirovat i další města a regiony**.
- CCRJM vybrala projekt Znojmo Zadax jako jeden z **nejlepších a nejúčinnějších restart up projektů na podporu CR**. Na konferenci jej převzali jako případovou studii pro ostatní regiony. I z těchto důvodů má projekt Znojmo Zadax svoji ochrannou známku.

KONCEPT PROJEKTU 2021

EKONOMIKA PROJEKTU

- Předpokládaná tržba provozů pro rok 2020 byla vyčíslena na 2 267 000 Kč (dle údajů předchozího roku). Taková byla schválena také možná ztráta za předpokladu, že by všichni návštěvníci šli na provoz zdarma – s poukazem.
- Reálné tržby za rok jsou 2 614 372 Kč, tedy v kladných hodnotách s rozdílem +348 372 Kč.

Provoz	2020 předpokládané tržby	2020 reálné tržby	rozdíl
Radniční věž	291 000	552 117	+ 261 117
Podzemí	1 890 000	1 802 767	- 87 233
Prohlídky města	12 500	101 408	+ 88 908
Expozice pivovarnictví	34 500	113 320	+ 78 820
Hradební opevnění	39 000	44 760	+ 5 760
Celkem	2 267 000 Kč	2 614 372 Kč	348 372 Kč

*„Tu prohlídku
si vypiješ“*

#MASTOZADAX
znojmo



Pozvánka na exkurzi

- Centrum Louka
- Hradební opevnění
- Prohlídka města – začneme na ulici Hradní

www.znojenskabeseda.cz
www.znojmcity.cz