

< STŘEDNÍ >
MORAVA

Sdružení cestovního ruchu

VÝROČNÍ ZPRÁVA



2024

OBSAH

Úvodní slovo.....	3
Profil sdružení	4
Sídlo a kontaktní údaje	5
Orgány sdružení.....	6
Členové sdružení.....	7
Členství ve Sdružení.....	7
Seznam členů SM – SCR k 31. 12. 2024.....	8
Střední Morava v číslech v roce 2024.....	10
Návštěvnost turistické oblasti Střední Morava 2012 – 2024.....	10
Vývoj příjmů z cestovního ruchu (poplatek z pobytu).....	12
Návštěvnost turistických cílů.....	13
Destinační management.....	14
Infrastruktura cestovního ruchu.....	14
Významné projekty v území.....	15
Projekty.....	16
Projekt Střední Morava Hlavně klid.....	16
Udržitelnost projektů.....	17
Veletrhy, workshopy a prezentace.....	18
Fam & press tripy.....	19
Cestovní kancelář.....	20
Videospoty.....	21
Webové stránky.....	23
Digitální marketing.....	25



ÚVODNÍ SLOVO

Rok 2024 byl pro cestovní ruch na Střední Moravě rokem růstu, obnovy a chytrých investic. Ať už šlo o nové tematické produkty, lepší digitální marketing, nebo o silnější zapojení našich členů – všech 76 subjektů včetně nově přistoupivších – můžeme říci jediné: naše turistická oblast se posunula zase o kus dál.



Z pohledu správní rady oceňujeme nejen strategické projekty realizované v rámci dotací z Ministerstva pro místní rozvoj ČR, ale také každodenní práci našeho týmu, který dokázal pružně reagovat na proměny v cestovatelském chování i na výzvy, které přináší sezónnost a nároky dnešního návštěvníka.

Obrovský kus práce byl odveden v oblasti propagace – zejména na sociálních sítích a YouTube kanálu, kde se nám podařilo oslovit desítky tisíc lidí prostřednictvím atraktivních videí a inspirativních příspěvků.

Velkou radost máme i z úspěšné spolupráce s městy, obcemi, podnikateli i veřejnými institucemi. Právě díky této synergii můžeme plánovat dlouhodobě a odvážně. Společně stavíme na hodnotách jako jsou kvalita, autenticita a udržitelnost.



Tato výroční zpráva je nejen shrnutím výsledků, ale i pozvánkou – k dalšímu partnerství, spolupráci a hledání cest, jak udělat Střední Moravu ještě přitažlivější. Děkujeme všem, kteří přispěli svým úsilím, nápady i odhodláním. Těšíme se na to, co přinese rok následující.



Vaše Správní rada SM-SCR



PROFIL SDRUŽENÍ

KDO JSME A JAKÉ JE NAŠE POSLÁNÍ



O NÁS

Sdružení Střední Morava – Sdružení cestovního ruchu (dále jen SM – SCR) je zájmovým sdružením právnických osob, založeným v roce 2006, a certifikovanou oblastní organizací destinačního managementu. Zápis do registru zájmových sdružení právnických osob byl proveden 29. srpna 2006 u Krajského úřadu Olomouckého kraje pod registračním číslem 0015/0806. Od roku 2014 je Sdružení vedeno u Krajského soudu v Ostravě oddíl L, vložka 12113.

Zájmovým územím Sdružení je turistická oblast Střední Morava, který zaujímá okresy Olomouc, Přerov, Prostějov a turistickou lokalitu Mohelnicko.

V rámci České republiky působí v organizaci STO ČR (Sdružení turistických oblastí České republiky). Aktivně spolupracuje na rozvoji cestovního ruchu s Olomouckým krajem, Centrálou cestovního ruchu Olomouckého kraje, Jeseníky - Sdružením cestovního ruchu a agenturou CzechTourism.

"Hlavním cílem je sdružovat veřejnou a podnikatelskou sféru, sítovat nabídku a vytvářet produkty, které přilákají co nejvíce návštěvníků do turistické oblasti Střední Morava."

SÍDLO A KONTAKT



Sídlo Sdružení: Na Šibeníku 185/46
779 00 OLOMOUC

IČ: 75087057

Email: info@central-moravia.cz
info@stredni-morava.cz

URL: www.stredni-morava.cz
www.moraviaforyou.cz



Ředitelka: Mgr. Djamila Bekhedda

Marketing, PR: Bc. Denisa Králíková



ORGÁNY SDRUŽENÍ

SPRÁVNÍ & DOZORČÍ RADA



ING. RADOVAN VAŠÍČEK

PŘEDSEDA
SPRÁVNÍ RADY



ING. MICHAL OBRUSNÍK

PŘEDSEDA
DOZORČÍ RADY

Nejvyšším orgánem Sdružení je Valná Hromada. Valná Hromada Sdružení na svém zasedání dne 15. 06. 2022 zvolila nové členy Správní rady, a již dříve - dne 22. 06. 2021 členy Dozorčí rady. Oba orgány byly ustanoveny na funkční období čtyř let.

Správní rada je statutárním orgánem Sdružení a nejvyšším výkonným orgánem v období mezi Valnými hromadami a zajišťuje plnění usnesení Valné hromady. Kontrolním orgánem je Dozorčí rada.

SPRÁVNÍ RADA

- 1. Ing. Radovan Vašíček, předseda**
2. Jan Machovský, místopředseda
3. Mgr. Viktor Tichák, Ph.D.
4. Mgr. Marta Husíčková (do 16. 12. 2024)
Ing. Monika Hryzbilová (od 17. 12. 2024)
5. Ing. Marek Moudrý
6. Mgr. Jan Vybíral
7. Mgr. Aleš Langer
8. Mgr. Pavel Roubínek, Ph.D.
9. David Kapsia

DOZORČÍ RADA

- 1. Ing. Michal Obrusník, předseda**
(do 16. 12. 2024)
Mgr. Miroslava Fernacová
(od 17. 12. 2024)
2. Viktor Kohout, místopředseda
3. Mgr. Karin Vykydalová

ČLENSTVÍ VE SDRUŽENÍ

Stanovy Sdružení rozdělují členskou základnu následovně:

Člen sdružení (§ 4) - právnická osoba, působící v oblasti cestovního ruchu

Přidružený člen sdružení (§ 6) -

- a) fyzické osoby, působící v oblasti cestovního ruchu,
- b) právnické osoby, nepůsobící v oblasti cestovního ruchu,
- c) právnické osoby, které sice působí v oblasti cestovního ruchu, avšak uhradí roční členský příspěvek pouze ve výši stanovené Valnou hromadou pro přidružené členy Sdružení.

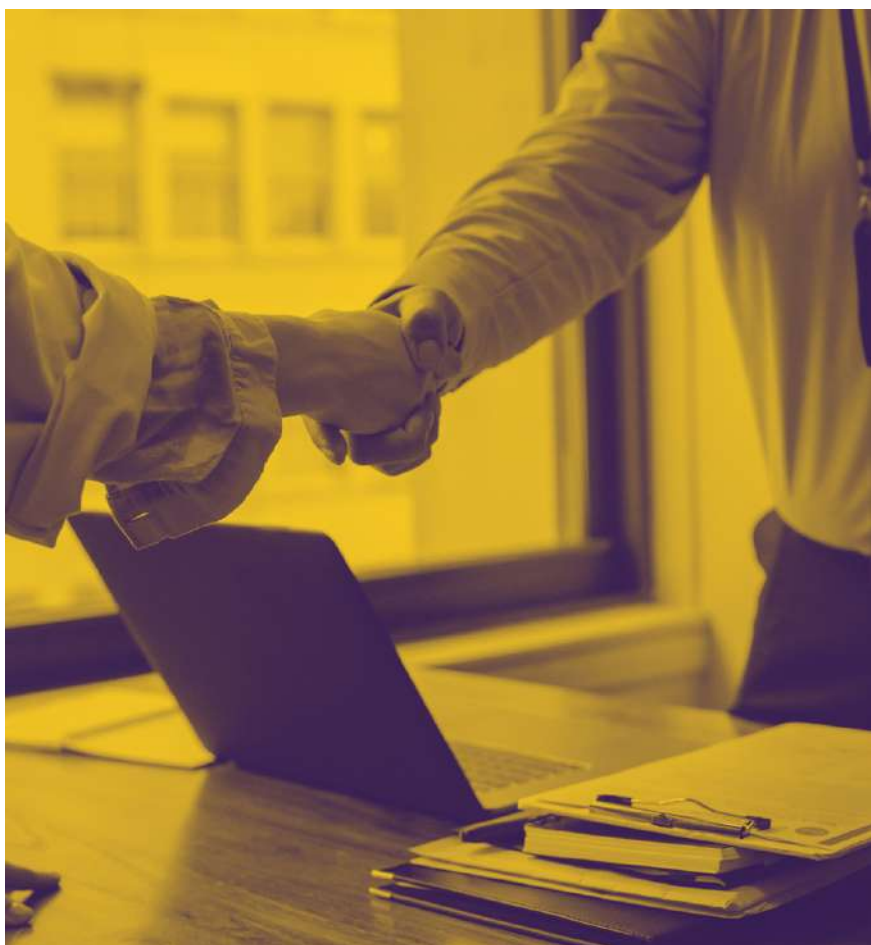
**V průběhu roku 2024 rozšířilo
členskou základnu sdružení
SM – SCR 11 členů:**

ČLEN

1. Activities 4You CZ, s.r.o.
(Kemp Krásná Morava)
2. Grézl s.r.o.
(Hostinův Důl Tršice, Penzion
Na Hradě, Ubytovna Marie)

PŘIDRUŽENÝ ČLEN

3. Flenexa plus s.r.o. (Bunkr Přáslavice)
4. Mgr. Jarmila Podhorná (Naděje)
5. Roman Slezák (Kaprodrom klub,
Chatky Jívová)
6. Jamapa Alfa s.r.o. (Nadhledna
Háječek, Hotel Lafayette)
7. Hanácký pivovar, s.r.o.
8. Martin Neoral (SPA Nature Moments
Polomí)
9. Kovix Group s.r.o. (City Inn Hotel
Olomouc)
10. JUDr. Robert Runták (Telegraph)
11. Národní muzeum v přírodě
(Hanácké muzeum v přírodě)



**V průběhu roku 2024 ukončilo/bylo ukončeno členství ve sdružení SM – SCR
2 subjektům:**

1. Jan Grézl, Sylva Grézlová (interní změna převod na člena)
2. Long Story Short Hostel & Café

SEZNAM ČLENŮ

K 31. 12. 2024 mělo sdružení SM – SCR celkem 76 členů (z toho 39 členů a 37 přidružených členů).

1. Activities 4You CZ, s.r.o. (Kemp Krásná Morava)
2. Bělecký Mlýn s.r.o.
3. Central park Flora, s.r.o.
4. Clarion Congress Hotel Olomouc (CPI)
5. Cyklostezka Bečva z.s.
6. GM5 s.r.o.
7. Grézl s.r.o. (Hostinův Důl Tršice, Penzion Na Hradě, Ubytovna Marie)
8. Hotel Hluboký dvůr a.s.
9. HOTELPARK STADION a.s.
10. IES MORAVIA REAL a.s. (Hotel S-PORT Véska)
11. Lázně Slatinice a.s.
12. Město Konice
13. Město Litovel
14. Město Plumlov
15. Město Tovačov
16. Město Uničov
17. Městys Náměšť na Hané
18. Mikroregion Hranicko
19. Mikroregion Kosířsko
20. Mikroregion Plumlovsko
21. Mikroregion Šternbersko
22. Moravský fond, a.s.
23. Muzeum umění Olomouc
24. Nové Javoříčko, z.s.
25. Obec Senička
26. Olomoucký kraj
27. Olomoucké barokní slavnosti z.s..
28. SERGE FASHION E.K.J. s.r.o. (Resort Hodolany)
29. Ski Areál Hlubočky s.r.o.
30. STALAGMIT, a.s. (Sportovní areál Sobáčov)
31. Statutární město Olomouc
32. Statutární město Prostějov
33. SVVB, s.r.o. (Sportovní areál Sobáčov)
34. Štětovické skanzen (Zlatá farma)
35. Tavoretus, a.s. (Pivovar TVARG)
36. Vlastivědné muzeum v Olomouci p.o.
37. VYJAD defence s.r.o. (Střelnice Jívová)
38. Výstaviště Flora Olomouc
39. Zoologická zahrada Olomouc, p.o.

PŘIDRUŽENÍ ČLENOVÉ

1. Blanka Poštulková (Tvarůžková cukrárna)
2. Eva Sedláčková (Lovecká chata Horka nad Moravou)
3. Flenexa plus s.r.o. (Bunkr Přáslavice)
4. František Bačík (Čokoládovna Troubelice)
5. Freemorgan club s.r.o.
6. Jan Grézl, Sylvie Grézlová (Haryservis II.)
7. Herbarium Boutique Hotel, s.r.o.
8. Hotel U Terežské brány s.r.o.
9. IN LIFE Morava, s.r.o.
10. Ing. Ondřej Grohar (Vila Háj)
11. Ing. Tomáš Pospíšil (Přístav Hlušovice)
12. Jamapa Alfa s.r.o. (Nadhledna Háječek, Hotel Lafayette)
13. JUDr. Robert Runták (Telegraph, Pivovar TVARG)
14. Kovix Group s.r.o. (City Inn Hotel Olomouc)
15. Lavzen s.r.o. (Nezvalova Archa)
16. Levandulový statek s.r.o.
17. Long Story Short s.r.o.
18. Machovský s.r.o.
19. Martin Neoral (SPA Nature Moments Polomí)
20. Mgr. Jarmila Podhorná (Bylinky Naděje)
21. Mikroregion Konicko
22. Moravská stezka, z.s.
23. Petr Czasch (Relax Park Bouzov)
24. Petr Haluzík (Resort Radslavice)
25. Petr Navara (Moravia Glampresort)
26. Regionální centrum Olomouc s.r.o.
27. RNDr. Dáša Zouharová (Chalupa U Šrámků)
28. Roman Slezák (Kaprodrodrom klub, Chatky Jívová)
29. Řeka Morava pro Olomouc, z.s.
30. Sdružení obcí mikroregionu Bystřička
31. Sladovna Apartments, s.r.o.
32. Spolek pro rozvoj Konicka, z.s.
33. Stezky z.s.
34. Štefan Blaho (průvodce)
35. Tělovýchovná jednota Sokol Ústí
36. Vinotéka Wine Club Jana Šubová s.r.o.
37. Zdeněk Bezloja (Pádlo Morava)



STŘEDNÍ MORAVA V ČÍSLECH

NÁVŠTĚVNOST TURISTICKÉ OBLASTI



2,5 mld. Kč

Příjmy z cestovního ruchu

+ 11,4 %



417 349

Turisté HUZ

- 0,8 %



247 325

Turisté IUZ

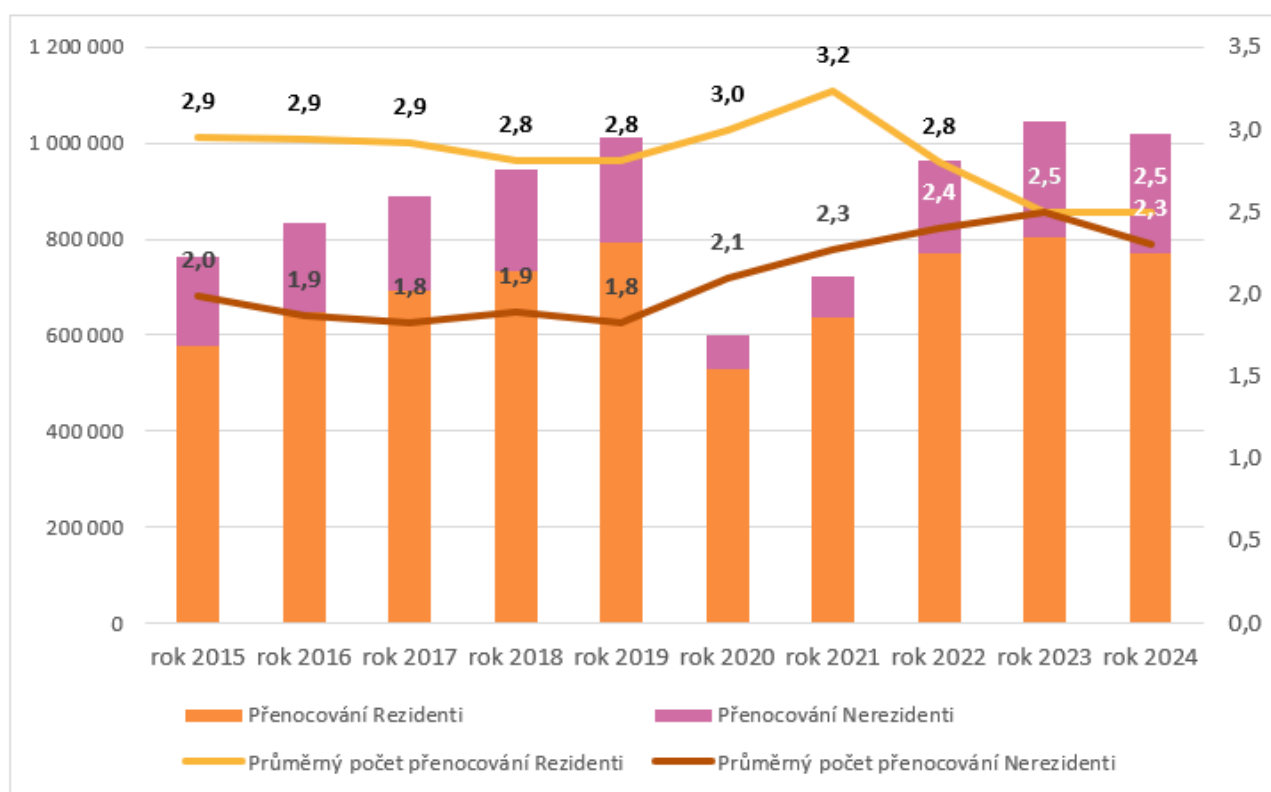
- 13,7 %



417 431

Výletníci

- 11,3 %



- 0,83 %

Počet hostů na Střední Moravě v roce 2024 činil 417 349



- 2,38 %

Počet přenocování na Střední Moravě v roce 2024 činil 1 019 683



3,44

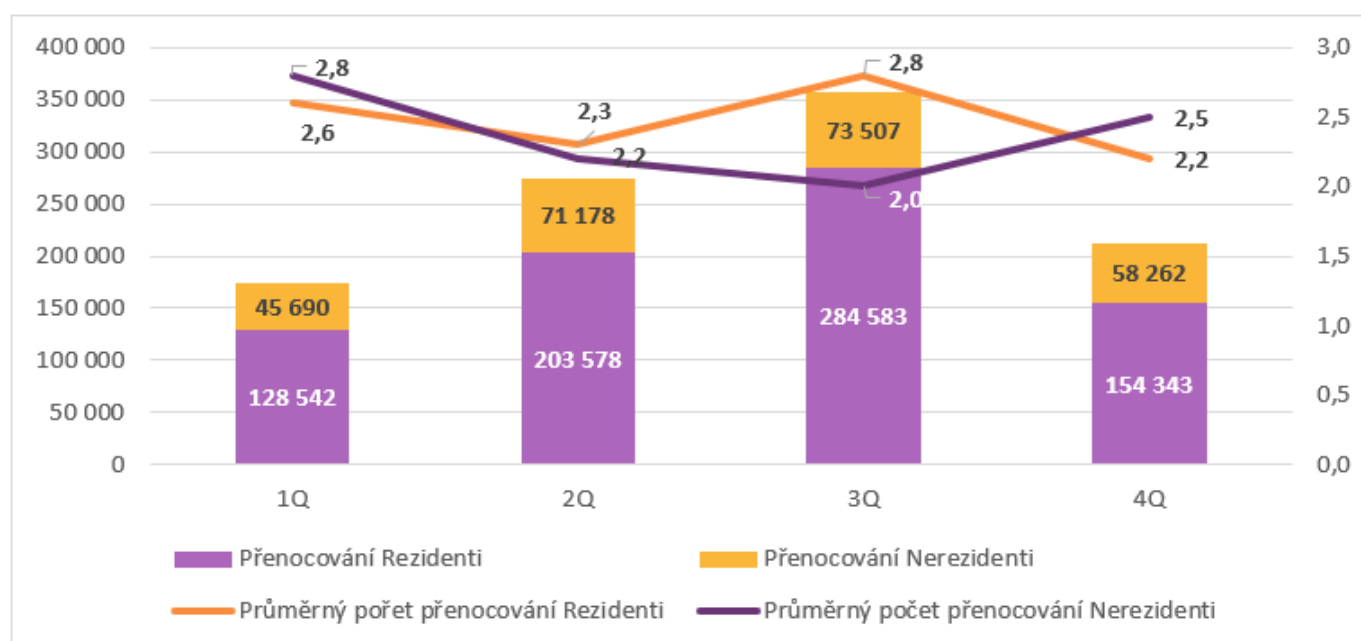
Průměrná délka pobytu na Střední Moravě v roce 2024 v počtu dní

STŘEDNÍ MORAVA V ČÍSLECH

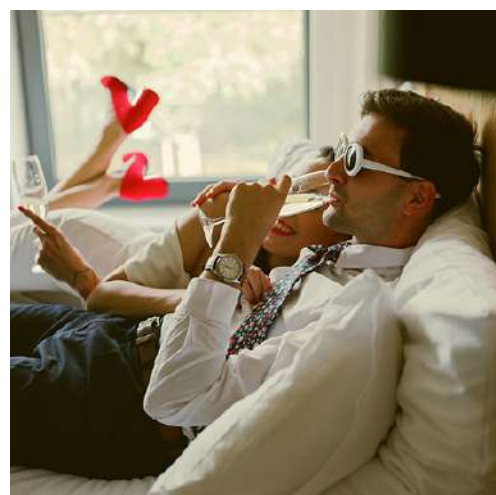
NÁVŠTĚVNOST TURISTICKÉ OBLASTI

Sezónní rozložení přenocování v roce 2024 potvrzuje **pokračující trend mírného vyrovňování sezónnosti**. Podíl přenocování v hlavní letní sezóně mírně poklesl oproti předchozím letům, což může naznačovat zvýšenou atraktivitu turistické oblasti i mimo letní měsíce.

Stabilní hodnoty v 1. a 2. čtvrtletí navíc naznačují, že některé mimosezónní aktivity (např. kulturní akce, wellness pobyty nebo gastronomie) mohou **přispívat k lepšímu rozložení návštěvnosti během celého roku**. Tento vývoj je z hlediska udržitelnosti cestovního ruchu pozitivní a žádoucí.



1Q: 17 %, 2Q: 27 %, 3Q: 35 %, 4Q: 21 %



STŘEDNÍ MORAVA V ČÍSLECH

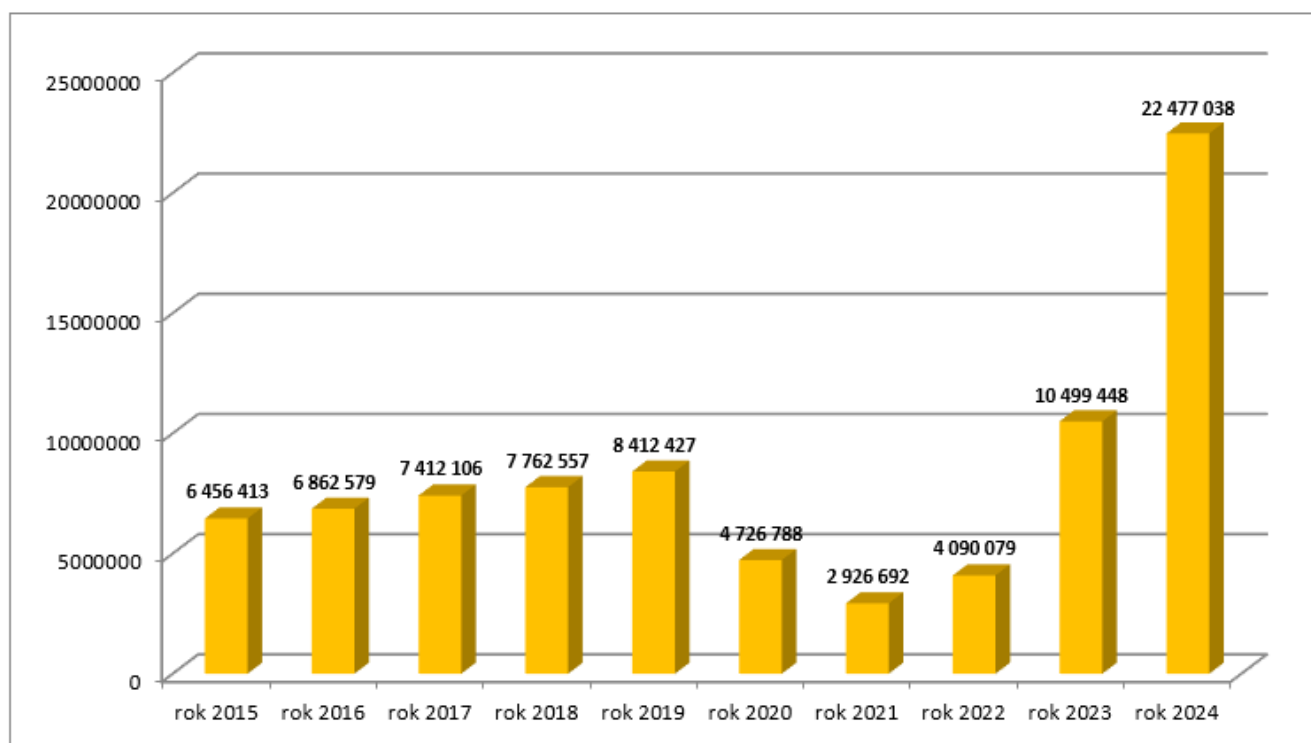
VÝVOJ PŘÍJMŮ Z CESTOVNÍHO RUCHU POPLATEK Z POBYTU

2015–2019: Stabilní růst příjmů v návaznosti na rozvoj cestovního ruchu, rozšíření ubytovacích kapacit a vyšší obsazenost.

2020–2021: Výrazný propad v důsledku pandemie a omezeného pohybu osob.

2022–2023: Postupné zotavení trhu. Příjmy se vracejí na předpandemickou úroveň, v roce 2023 ji dokonce překračují.

2024: Pokračující růst příjmů není primárně důsledkem vyšší návštěvnosti, ale odrazem navýšení sazby poplatku z pobytu, zejména ve statutárním městě Olomouc. Tento faktor měl zásadní vliv na výši vybraných prostředků v daném roce.



Zdroj: ČSÚ



STŘEDNÍ MORAVA V ČÍSLECH

TOP 10 TURISTICKÝCH CÍLŮ

3 047 462 návštěvníků



↓ 6,86%

I přes **mírný pokles** výsledek potvrzuje pokračující návrat návštěvníků po pandemických letech a naznačuje **stabilizaci** cestovního ruchu v regionu. Na celkových číslech se mohla negativně projevit povodňová situace v zálí, která mohla některé návštěvníky od návštěvy odradit.

Nejnavštěvovanější místa, jako je ZOO Olomouc, Flora Olomouc nebo Pevnost poznání, potvrzují stabilní zájem o rodinné a zážitkové formy turismu.



Zdroj: Centrála cestovního ruchu Olomouckého kraje

Výstaviště Flora Olomouc (výstavy): 425 485 návštěvníků.



INFRASTRUKTURA CESTOVNÍHO RUCHU

HERNÍ PRVKY

Ve spolupráci s **Olomouckým krajem** realizovalo Sdružení výrobu a instalaci nových herních prvků – **puzzle a pexeso** – určených především pro rodiny s dětmi. Celkem bylo vyrobeno **10 sad** (20 kusů), které byly rozmístěny napříč turistickou oblastí Střední Moravy.

1. Konice
2. Litovel
3. Lovecká chata Horka n. M.
4. Náměšť na Hané
5. Prostějov
6. Ski areál Hlubočky
7. Štarnov
8. Výstaviště Flora Olomouc
9. Zlatá farma



Dále byly instalovány **tři sčítače**: jeden sleduje návštěvnost **úseku řeky Moravy**, včetně pohybu vodáků, druhý monitoruje cyklisty a pěší na **naučné stezce Špraněk** a třetí, umístěný v blízkosti **Jívové**, zaznamenává pohyb cyklistů a pěších.



INFRASTRUKTURA CESTOVNÍHO RUCHU

VÝZNAMNÉ PROJEKTY

Olomoucký kraj podpořil 19 projektů, z nichž **11 projektů** se nachází na území turistické oblasti Střední Morava. Na rozvoj infrastruktury v oblasti bylo investováno **4 320 000 Kč**.

OBEC MALETÍN

*NS DRUHOHORY V KOSTCE:
ZKAMENĚLINY, PÍSKOVCOVÉ PLASTIKY A
VYHLÍDKOVÉ MOLO V BÝVALÉM LOMU
JAKO NOVÝ TURISTICKÝ CÍL.*

EKOLTES HRANICE A.S.

*STELLPLATZ PLOVÁRNA HRANICE:
NOVÉ PARKOVACÍ STÁNÍ A SERVIS PRO
OBYTNÉ VOZY V AREÁLU MĚSTSKÉ
PLOVÁRNY.*

MAS ŠTERNBERSKO O.P.S.

*TURISTIKA NA ŠTERNBERSKU:
INSTALACE NAUČNÝCH TABULÍ V 15
OBCÍCH JAKO PODPORA MÍSTNÍHO
TURISMU.*

AGROPODNIK LES PŘEMYSLOVICE

*ODPOČINKOVÁ ZÓNA U ČERTOVÝCH
RYBNÍKŮ: ZÁZEMÍ PRO CYKLISTY A
RODINY U NOVĚ VZNIKAJÍCÍ CYKLOSTEZKY
ROMŽE.*

MĚSTO PLUMLOV

*ŮVYBUDOVÁNÍ ATRAKTIVNÍHO FOTOPOINTU S
VÝHLEDEM NA ZÁMEK PLUMLOV, ROZŠÍŘENÍ
VYBAVENÍ U CYKLOSTEZKY, VČETNĚ
ŠLAPADEL, DEFIBRILÁTORU A MODERNIZACE
CHATOVÉHO UBYTOVÁNÍ.*

ING. ONDŘEJ GROHAR

*AREÁL VILY HÁJ: VYTVOŘENÍ ZÁZEMÍ PRO
CYKLISTY, VODÁKY A TURISTY – NOVÉ
LAVIČKY, LEHÁTKA, ODPADKOVÉ KOŠE,
NAVIGAČNÍ CEDULE.*

OBEC LIBINA

*NS BRADLO: INFOTABULE, INTERAKTIVNÍ
PRVKY, DOBÍJECÍ STANICE PRO
ELEKTROKOLA, CYKLOSTOJANY A
PROPAGAČNÍ MATERIÁLY.*

MUDr. PETR KAFKA

*STELLPLATZ POD SV. KOPEČKEM, 2. ETAPA:
NOVÉ PŘÍPOJKY VODY A DOKONČENÍ
ELEKTROINSTALACE (ZAŘAZEN JAKO 5.
NÁHRADNÍK).*

FLENEXA PLUS S.R.O.

*BUNKR PŘÁSLAVICE: REKONSTRUKCE
PROSTOR PRO NÁVŠTĚVNÍKY VČETNĚ
ČEKÁRNY S TOALETAMI A ROZŠÍŘENÍ
INTERAKTIVNÍ EXPOZICE UVNITŘ
BUNKRU.*

MARTIN NEORAL

*SPA NATURE MOMENTS POLOMÍ – ETAPA II:
VYBUDOVÁNÍ WORKOUTOVÉ ZÓNY,
DĚTSKÉHO HŘIŠTĚ, RELAXAČNÍ ZÓNY A
ZATEPLENÍ OBJEKTU.*

MAS ŠTERNBERSKO O.P.S.

*CYKLOKCOOLNY, INLINE BOXY,
ODPOČÍVKY, INFORMAČNÍ TABULE A
FOTOOKNA*



PROJEKT

STŘEDNÍ MORAVA
HLAVNĚ KLID

Dotační program: MMR ČR (program NPPCR)

Období: 01. 03. 2024 - 30. 11. 2025

Celkové výdaje (neinvestiční): 2 624 570 Kč

(z toho dotace z MMR 1 312 285 Kč, finanční dar Olomouckého kraje 1 000 000 Kč, vlastní zdroje 312 285 Kč)

AKTIVITA

ROZPOČET V KČ VČ. DPH

Vzdělávání pracovníků v CR 2025	60 000,00
Fotobanka k produktům	99 990,00
Gastro videorecepty	120 000,00
Tematické spoty (3x 60 s a min. 3x 10s)	446 000,00
Krátká videa turistických cílů (teaser/shorts)	147 000,00
Suvenýry - čokoládky z Troubelic do soutěže	70 000,00
Upgrade www.stredni-morava.cz (online služby/rezervace)	120 000,00
Ediční činnost: naučné a pěší stezky, velká mapa cyklo, interaktivní brožura NS, výlety s příběhy pro děti	721 220,00
Sponzorované příspěvky META (FB a IG)	164 800,00
Meta: sběr nových fanoušků na Facebooku a podpora návštěvnosti webu ze sociálních sítí	120 000,00
PPC	120 000,00
Mobilní TIC	120 000,00
Fam & press tripy	206 0000,00
Manažer projektu - náklady na pracovníka	109 560,00

CELKEM

2 624 570,00

PROJEKTY

UDRŽITELNOST



Název projektu	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Společné dědictví	✓					
Marketing destinace Střední Morava	✓					
Marketing TO Střední Morava 2020	✓	✓				
Redesign TO Střední Morava	✓	✓	✓			
Střední Morava - Adrenalin po našem	✓	✓	✓	✓		
Střední Morava - Hlavně klid		✓	✓	✓	✓	✓



VELETRHY, WORKSHOPY & PREZENTACE

Sdružení se v roce 2024 zúčastnilo celkem
6 prezentačních akcí.

NÁZEV AKCE

TERMÍN

Olomoucké masopustní veselí (Olomouc)

27. 1.

Ferienmesse Wien (Vídeň)

14. – 17. 3.

Olomoucký tvarůžkový festival (Olomouc)

13. – 14. 4.

Flora Olomouc (Olomouc)

25. – 28. 4.

Hanácká neckyáda (Horka nad Moravou)

12. 8.

Dožínky Olomouckého kraje (Náměšť na Hané)

7. 9.



FAM & PRESS TRIPY

Studijní pobyty určené nákupčím a zástupcům cestovních kanceláří, novinářům a influencerům. Celkem proběhlo **5 tripů**, z toho 3 byly realizovány v rámci projektu.



Čína a Jižní Korea

Zástupci incomingových cestovních kanceláří se zaměřením na kulturní a poznávací cestovní ruch.



Slovensko, Polsko, Velká Británie

Novináři a influenceri z oblasti travel/lifestyle médií.

PŘEHLED VÝSTUPŮ

- Polsko:** reportáž v tištěném magazínu Podróże a článek na webu Wędrownie Motyle
- Slovensko:** článek ve Forbes Slovensko (online), zmínka v RTVS – Rádio Slovensko
- Velká Británie:** blogový článek na Travel Begins at 40, příspěvky na Instagramu a Twitteru
- Čína, Jižní Korea:** příprava balíčků pro katalogy 2025, videospoty sdílené v rámci interního B2B newsletteru



CESTOVNÍ KANCELÁŘ

WWW.MORAVIAFORYOU.CZ

V roce 2024 obsloužilo Sdružení celkem **126 klientů** s celkovou tržbou **192 100 Kč** za pobytové balíčky pro individuální návštěvníky.

měsíc	pobytový balíček	počet klientů	tržby
duben	Olomoucký tvarůžkový festival	80	120 300 Kč
duben	Flora Olomouc	12	18 400 Kč
červenec	Letní vinný festival	2	4 600 Kč
září	Flora Olomouc	6	12 000 Kč
listopad	Svatomartinská Olomouc	2	4 800 Kč
listopad prosinec	Adventní Olomouc	24	32 000 Kč



Pobytové balíčky byly **spojeny s klíčovými akcemi v Olomouci**, ke kterým zákazníci dostávali jako bonus **vstupenky nebo vouchery a turistickou kartu Olomouc region Card**. Tento způsob propagace se i v roce 2024 osvědčil jako **účinný nástroj pro motivaci** k vícedenním návštěvám Olomouce a okolí.

Nejúspěšnější akcí roku byl **Olomoucký tvarůžkový festival**, který přilákal 80 klientů a přinesl tržbu 120 300 Kč. Následovala podzimní edice výstavy Flora Olomouc s 6 klienty a tržbou 12 000 Kč, zatímco jarní Flora zaznamenala 12 klientů a 18 400 Kč. Významný podíl měly také **Olomoucké Vánoce**, kde využilo nabídku 24 klientů, což odpovídá tržbě 32 000 Kč.

VIDEOSPOTY

HLAVNĚ KLID



V rámci projektu bylo natočeno celkem 45 videí.
Z toho 3 image spoty zaměřené na propagaci vybraných lokalit a témat:

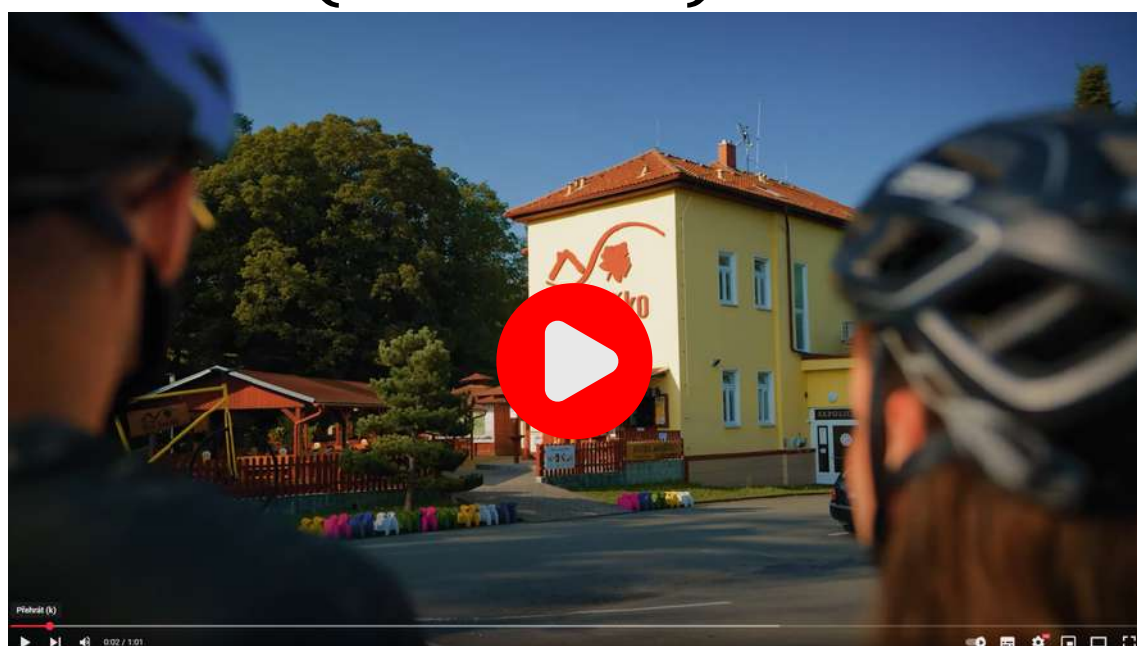
- vodácká turistika – řeka Morava
- Konicko a Litovelsko
- Údolí Bystřice

Dále bylo vytvořeno 20 krátkých videí typu reels, 20 gastronomických videoreceptů s upoutávkami na návštěvu festivalu nebo ochutnávku regionálních produktů.

Dovolená na (Střední) Moravě: Vodácká turistika



Dovolená na (Střední Moravě): Hlavně klid a nebe v hubě



VIDEOSPOTY

HLAVNĚ KLID



@centralmoraviatourism



LIKE
& SUBSCRIBE



Dovolená na (Střední) Moravě: Údolí Bystřice



VIDEORECEPTY z Hané (2024)



WEBOVÉ STRÁNKY

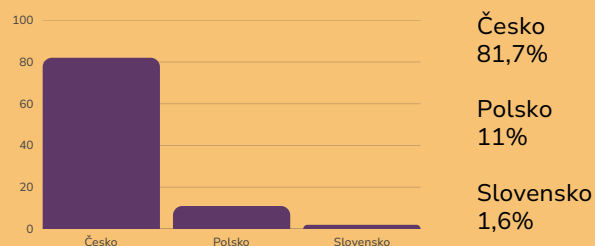
WWW.STREDNI-MORAVA.CZ



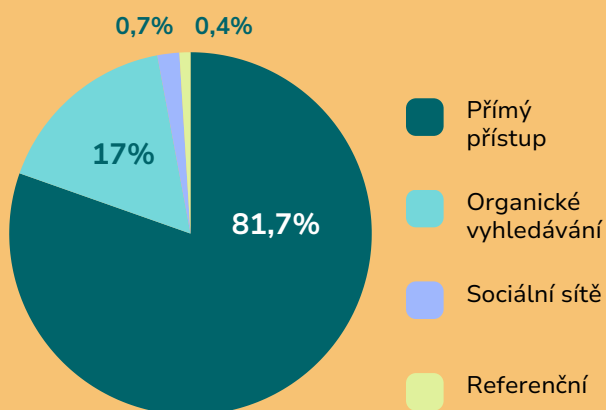
Počet návštěv

37 610 ↑ 9,7%

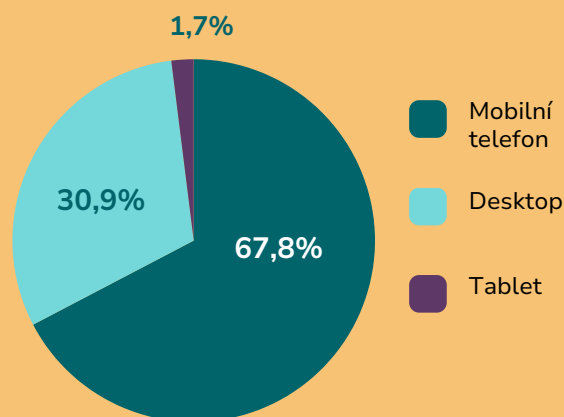
Zdrojové země



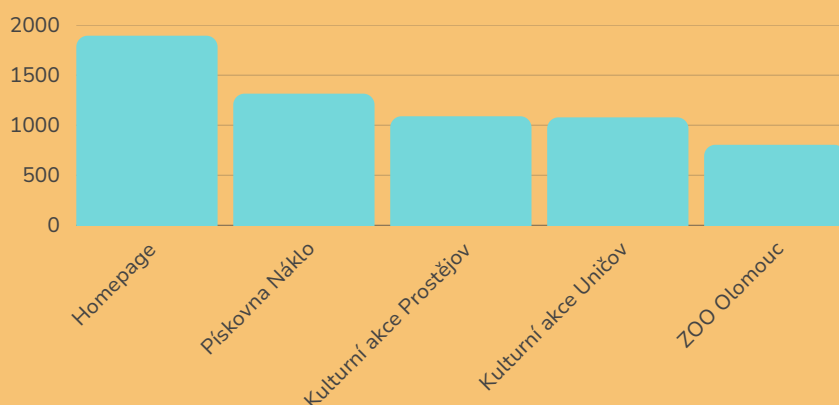
Zdroj návštěvnosti



Používaná zařízení



Nejnavštěvovanější stránky



1. Homepage 5,03%
2. Pískovna Náklo 3,5%
3. Kulturní akce Prostějov 2,9%
4. Kulturní akce Uničov 2,87%
5. ZOO Olomouc 2,14%

WEBOVÉ STRÁNKY

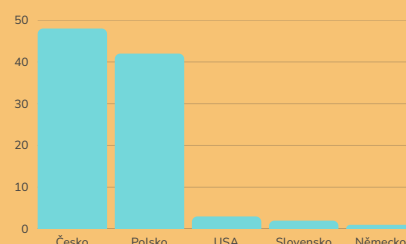
WWW.MORAVIAFORYOU.CZ



Počet návštěv

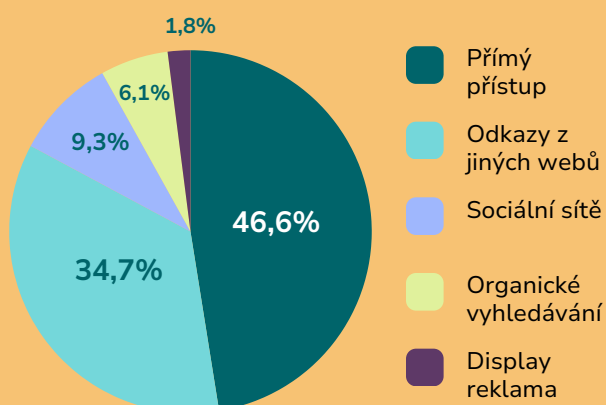
11 643 ↑ 412,2%

Zdrojové země

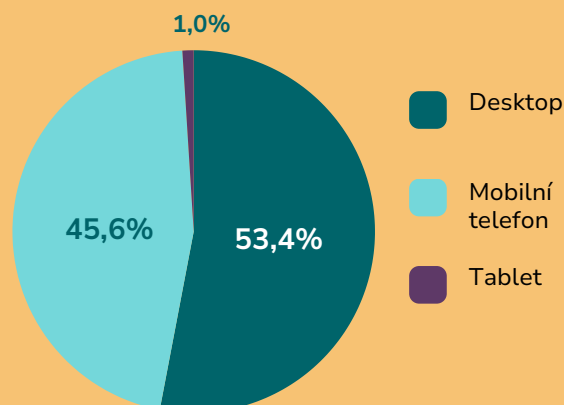


Česko	47,8%
Polsko	41,5%
USA	3,3%
Slovensko	2,2%
Německo	1,1%

Zdroj návštěvnosti



Používaná zařízení



Web zaznamenal 11 643 návštěv (**počet zobrazení stránek: 17 593**), s vyšší aktivitou v měsících jarní kampaně a kolem **Olomouckého tvarůžkového festivalu**.

Nejčastěji navštěvované byly stránky s konkrétními pobytovými balíčky, především ty spojené s **Olomouckým tvarůžkovým festivalem**.

YOUTUBE KANÁL

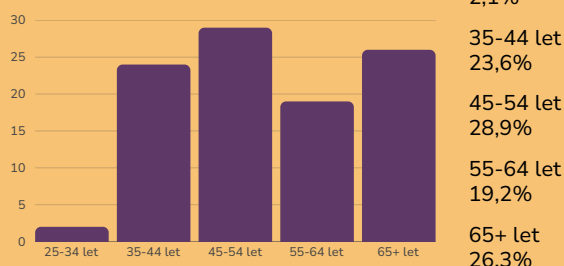
CENTRAL MORAVIA TOURISM



Počet zhlédnutí videí

16 738 ↑ 115,25%

Věk diváka



Počet publikovaných videí

45 ↑ + 19

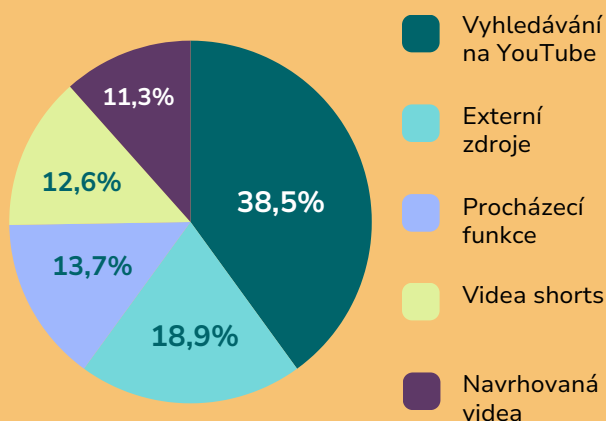
Průměrná doba sledování

1:00 min.

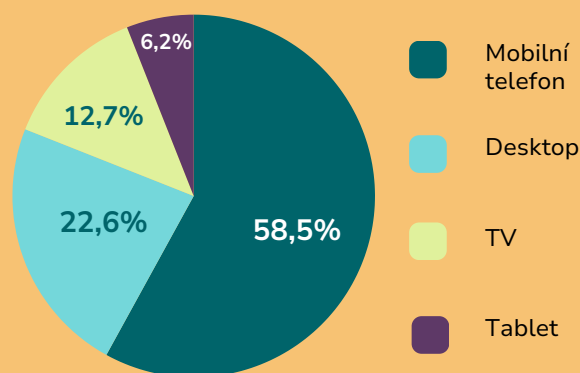
Míra prokliku

6,9% ↑ 1,9%

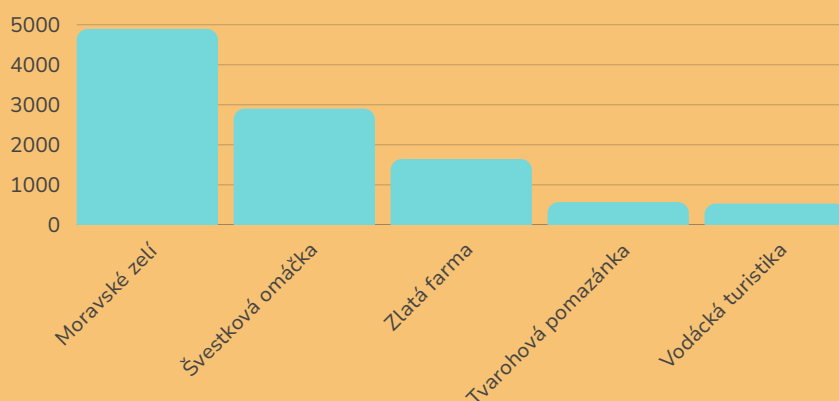
Zdroj návštěvnosti



Používaná zařízení



Nejsledovanější videa 2024



1. Moravské zelí
4895
2. Švestková omáčka
2903
3. Zlatá farma
1644
4. Tvarohová pomazánka
568
5. Vodácká turistika
na řece Moravě
531

YOUTUBE KANÁL

CENTRAL MORAVIA TOURISM



Počet zobrazení

133 700 ↑ 68,6%Zhlédnutí ze zobrazení
na YouTube**9 300** ↑ 138,5%

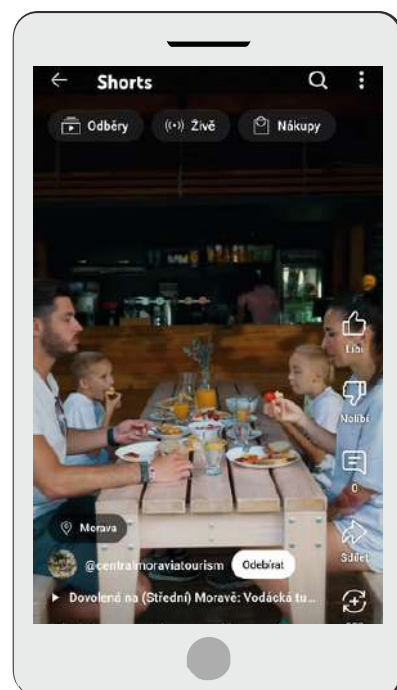
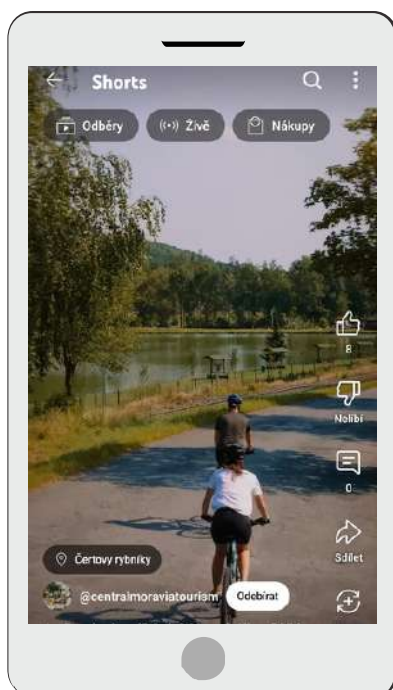
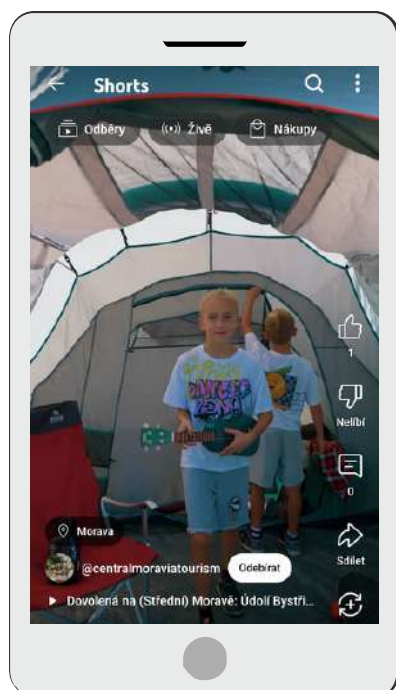
63% YouTube doporučoval náš obsah



YouTube kanál Central Moravia Tourism zaznamenal v roce **2024 zásadní rozvoj**, zejména v posledních třech měsících, kdy došlo ke **zvýšení** jak **publikační činnosti**, tak **počtu zhlédnutí**. Významný **nárůst aktivity** nastal zejména v listopadu a prosinci, které se společně podílely na **celkovém počtu zhlédnutí z více než 50 %**. Celoroční tvorba cílila na propagaci turistické oblasti prostřednictvím autentického videoobsahu zaměřeného na **regionální gastronomii, zážitkový turismus a přírodní krásy** Střední Moravy, které se ukázaly jako nejatraktivnější témata pro cílové publikum.

Videoprodukce na YouTube se tak v roce 2024 stala důležitým **nástrojem pro budování image destinace** Střední Morava a pro podporu ostatních komunikačních kanálů.

Do budoucna plánujeme tento formát dále rozvíjet s důrazem na **storytelling, sezónnost** a využití **autentických zážitků** z turistické oblasti.



SOCIÁLNÍ SÍTĚ

FACEBOOK & INSTAGRAM



Celkový dosah
(organický + placený)

1 229 364 ↓ 53,09%



Organický dosah

398 700

Zhlédnutí videí nad 3 s
(organický obsah)

16 738

Zhlédnutí 1+ min.
(organický obsah)

249

Interakce s obsahem
(organický obsah)

3 740

TOP příspěvky 2024 (organika)

Příspěvek	Zobrazení	Interakce
Vánoční trhy v Olomouci	9 400	493
Pádlo Morava	8 211	38
Levandulový statek	6 356	18
Bistro Nro 66	5 106	32
Olomoucký tvarůžkový festival	3 713	93

Formáty příspěvků a jejich výkonnost

Formát	Počet zveřejnění	Dosah
Fotky	110	17 317
Reels	16	6 422
Texty	14	2
Videa	6	2 678
Příběhy	0	520
Odkazy	3	370 610



Celkový dosah aktivit na sociálních sítích byl o **57,65 % nižší** než v roce 2023, což souvisí s nižším počtem sponzorovaných příspěvků - v roce 2023 jich bylo 20, v roce 2024 pouze 12.

Nejlépe fungovaly Reels, gastronomická témata a lokální tipy propojené s akcemi v turistické oblasti.

Nejllepší výkon měl vánoční příspěvek – dokázal výrazně překročit běžný dosah díky emocím, silnému vizuálu a vhodnému načasování.

Zatímco klasické fotky dominují co do počtu, **nejvíce interakcí generovaly Reels** – i přes menší zastoupení. Emočně laděné příspěvky (Vánoce, Javoříčko, příroda) měly nadprůměrné výsledky. Krátká videa (Reels) měly vysoký poměr interakcí k dosahu.

SOCIÁLNÍ SÍTĚ

FACEBOOK & INSTAGRAM



Sponzorovaný dosah

830 664



Počet zobrazení

997 586

Počet kampaní

12 ↓ 8

Počet prokliků na odkaz

1 231

Počet zhlédnutí (ThruPlay)

99 432

Nejúspěšnější kampaně 2024

Téma	Dosah	Zobrazení	Kliknutí na odkaz
Sobáčov	120 421	135 957	130
Zlatá farma	117 869	130 800	126
Lovecká chata	114 572	128 687	101
Svatomartinská Olomouc	101 882	111 253	92
Bunkr Přáslavice	68 749	70 368	42



Sponzorované příspěvky na sociálních sítích Facebook a Instagram představují klíčový nástroj pro propagaci turistické oblasti Střední Morava. Kampaňová komunikace byla financována z prostředků **Ministerstva pro místní rozvoj ČR**.

Reklamní kampaně byly zaměřeny jak na konkrétní turistické cíle (např. Resort Hrubá Voda, Relax Park Bouzov, Lovecká chata), tak na regionální produkty (Zlatá farma, Pivovar TVARG) a sezonní nabídky (Adventní Olomouc, Svatomartinská vína). Významnou součástí komunikace byla i tvorba receptových a tematických příspěvků, které kombinovaly lokální gastronomii s emocí a tradicí.

Nejúspěšnějšími příspěvky byly kampaně propagující zážitkové lokality v přírodě a gastro regionální speciality – včetně receptů, které fungovaly výborně i bez podpory videa. Vysoký počet zhlédnutí zaznamenaly také video příspěvky, především z oblasti zábavy a akcí.

Rok 2024 potvrdil, že **sponzorovaný obsah** má v rámci destinačního marketingu **vysoký potenciál**. Zásadní je však **důsledné měření výkonu**, práce s daty a **cílená tvorba obsahu** podle konkrétních cílových skupin.



Zpracovala: Mgr. Djamila Bekhedda

Grafika: Bc. Denisa Králíková

Foto: archiv SM-SCR