

Střední Čechy pouští k vodě novou kampaň. Pomocí dvojsmyslu láká na letní dovolenou u vody

14.5.2024 - Michal Kroutil | Krajský úřad Středočeského kraje

Pod názvem Pustit k vodě dnes představila Středočeská centrála cestovního ruchu nový turistický produkt zaměřený na aktivní pobyt u vody i na vodě ve středních Čechách. Zároveň odstartovala kampaň, jejíž hlavním symbolem jsou růžové brýle a vtipné dvojsmysly. Středočeský kraj současně při této příležitosti zhodnotil návštěvnost kraje v minulém roce a symbolicky zahájil novou turistickou sezónu.

Střední Čechy zaznamenaly v minulém roce nejvyšší návštěvnost za posledních 12 let, a to v každém čtvrtletí roku, který je statistiky sledován. Podle údajů Českého statistického úřadu, který zveřejnil počty návštěvníků hromadných ubytovacích zařízení ve Středočeském kraji, přijelo do regionu ve čtvrtém kvartálu 2023 dokonce 251 tisíc návštěvníků, což je o více než 10 % více oproti stejnému období roku 2022. Tuzemských hostů přijelo v meziročním srovnání o 6,8 % více. U zahraničních turistů, kterých přijelo nejvíce z Německa, Slovenska a Polska, zaznamenaly střední Čechy dokonce nárůst o 22,9 %. „**Střední Čechy mají jednoznačně co nabídnout, což dlouhodobě potvrzují čísla návštěvnosti. Do středních Čech přijelo za celý loňský rok 1,33 milionů hostů. Oproti roku 2022 se jedná o nárůst o 14,5 %. Zvýšení návštěvnosti jsme přitom zaznamenali jak u tuzemských, tak i u zahraničních návštěvníků. Návštěvnost tuzemských návštěvníků překročila 1 milion hostů, což znamenalo nárůst přes 10 % a u zahraničních návštěvníků byl nárůst návštěvnosti ještě výraznější, celých 35 %. Těší mě, že společně s partnery nadále pracujeme na tom, abychom nejen tuzemským, ale i zahraničním návštěvníkům ukazovali krásy našeho kraje. Dnešní představení kampaně Pustit k vodě je toho důkazem,**“ uvedl radní pro oblast kultury, památkové péče a cestovního ruchu Václav Švenda.

Kampaň Pustit k vodě je produkt zaměřený na aktivní pobyt u vody i na vodě ve středních Čechách. „**Kreativní koncept vzešel z marketingového oddělení a poukazuje na každodenní či stresové situace, které mohou lidé hodit za hlavu, tedy pustit k vodě, a užít si aktivní dovolenou nejen na vodě, ale i u vody, a to jen pár kilometrů od hlavního města,**“ přiblížil kampaň Jakub Kulhánek, ředitel Středočeské centrály cestovního ruchu (SCCR).

Základní myšlenka pracuje s vtipným dvojsmyslem. „**V kampani využíváme copywriterskou hříčku, která nese jasné sdělení - zbav se starostí, uvolni se a vyraz do středních Čech s partnerem, rodinou, se psem, prostě s kýmkoliv. Věříme, že má potenciál stát se zapamatovatelným sloganem spojený se zážitky na vodě a okolo ní. Tón kampaně je hravý, uvolněný, plný slovních obrátů a dvojsmyslů,**“ doplnila za SCCR Karolína Kratochvílová, která stojí za kreativou nového produktu.

V rámci kampaně využije Středočeská centrála cestovního ruchu celou škálu formátů - v online prostředí, tištěnou inzerci anebo video a audio spoty, které vznikly v loňském roce. Součástí budou i PR aktivity. Vytvořen byl také web pustitkводе.cz, který nabízí praktické tipy na výlety, služby a zážitky na vodě i v jejím okolí. Kampaň poběží v letošním i příštím roce od května do září. Na vizuálech SCCR spolupracovala s kreativním studiem Debono.

„ V navržených grafických vizuálech využíváme kontrast mezi každodenním životem a zábavnějším způsobem trávení volného času. Zvolené barvy kampaně navozují pohodovou

letní atmosféru, což završuje symbol růžových srdíčkových brýlí,” uvedl Jiří Flachs, zakladatel studia. Produkci videospotů zajistila společnost Markusfilm. „ Casting, výběr lokací a samotné natáčení probíhalo vloni na přelomu září a října, kdy jsme využili nebývale teplé počasí. Natáčet letní spoty na začátku podzimu tak bylo příjemnější než v polovině prázdnin,” řekl Marek Dvořák, majitel studia Markusfilm.

Produkt Pustit k vodě navazuje na jedno z hlavních komunikačních témat SCCR, ale i agentury CzechTourism pro následující dva roky, kterým je aktivní turismus. Střední Čechy se představují jako destinace v pohybu. Výhodou regionu je rozmanitost a širší nabídky aktivní turistiky, která je atraktivní pro všechny cílové skupiny i věkové kategorie. „ **Hlavním přínosem produktu cestovního ruchu je zvýšení návštěvnosti v regionu, vyšší spotřeba služeb a tím i podpora lokální ekonomiky. Produkt Pustit k vodě sdružuje nejen nabídku aktivit na vodě, ale i turistické cíle a služby okolo vody. Můžeme tak návštěvníkům nabídnout komplexní dovolenou až na několik dní,**“ vysvětlil Jakub Kulhánek, ředitel SCCR.

Ve středních Čechách jsou příznivé podmínky pro vodní turistiku. Díky splavné Labsko-vltavské vodní cestě má region nejdelší síť vodních cest v Česku. „ **Dokonce tím překonáváme známý produkt Baťův kanál a je zde i potenciál konkurovat zahraničí - v Holandsku a Francii je již mnoho let rekreační plavba velmi oblíbený způsob trávení dovolené. Vodní nádrže Slapy a Orlík nabízejí široké možnosti trávení vícedenní dovolené, provozování vodních sportů a koupání. Obdobně je tomu také na polabských pískovnách,**“ dodal radní Václav Švenda s tím, že nezbytnou podmínkou pro další rozvoj služeb a jejich kvalitu je rozvoj infrastruktury. „ **Středočeský kraj rozvoj turismu dlouhodobě podporuje. To se samozřejmě týká také rekreační plavby. Dotace na rozvoj turistické infrastruktury, které mohou využít jak obce, tak i soukromé subjekty, jsou určeny, kromě jiného, právě také například na budování vývazíšť rekreačních lodí,**“ uzavírá radní Švenda.

Českým fenoménem je vodácká tradice spojená s trampíngem. Ve středních Čechách mají ideální podmínky řeky Sázava a Berounka s bohatou nabídkou kempů a půjčoven. Zároveň jsou v regionu zajímavé turistické cíle spojené s vodou. Ať už jde o Námořní muzeum ve Veletově, Muzeum Vltavanu v Davli nebo Vodácké muzeum ve Zruči nad Sázavou.

Více o produktu najdete na www.pustitkvode.cz, videospoty ke kampani zde.

https://kr-stredocesky.cz/web/urad/aktuality/-/asset_publisher/zvna/blog/stredni-cechy-pousti-k-vode-novou-kampan-pomoci-dvojsmyslu-laka-na-letni-dovolenou-u-vody