

FILMOVÝ PRŮVODCE 2025

Přínos /obsah produktu

Filmový průvodce představuje inovativní nástroj destinace, který atraktivní formou propojuje cestovní ruch s audiovizuálním dědictvím regionu. Návštěvníkům nabízí možnost objevovat méně známá místa prostřednictvím filmových a televizních lokací, čímž přispívá k prodloužení doby pobytu, rozložení návštěvnosti do širšího území a posílení image Kraje pod Javořicí jako kreativní destinace.

Komponenty /skladba produktu

- Tiskový i digitální průvodce s mapou filmových lokací.
- QR kódy s ukázkami filmových scén a informacemi.
- Doprovodné edice (rodinná, pohádková, retro).
- Možnost soutěžního zapojení (sbírání razítek, digitální odměny).
- Propojení s gastro službami, kavárnami a ubytovateli.
- Tematické balíčky pro školy s pracovními listy.

Komunikační téma/ hodnota pro zákazníka

- „Zažij film na vlastní kůži.“
- Návštěvník si z výletu odnáší více než jen zážitek z navštíveného místa – stává se součástí příběhu. Produkt poskytuje emocionální hodnotu, podporuje autenticitu a objevování, a zároveň je hravý díky prvkům gamifikace a interaktivních úkolů.

Spolupráce na stanovení a rozvoji produktu

- Města a obce regionu (Telč, Třešť, Počátky, okolní vesnice).
- Turistická informační centra.
- Krajská filmová kancelář Vysočiny.
- Školy a vzdělávací instituce (programy pro školní výlety).
- Kulturní organizace a festivaly.
- Soukromý sektor (ubytovatelé, restaurace, kavárny).

Cílové skupiny

- Rodiny s dětmi (atraktivní formou objevují region).
- Filmoví fanoušci a kulturní turisté.
- Studenti a školy (tematické výlety).
- Turisté ve věku 25–45 let hledající aktivní a zábavné trávení volného času.
- Senioři, kteří preferují organizované tematické trasy.

Marketingová strategie

- Online kampaně na sociálních sítích (targeting rodiny, kulturní nadšenci, mladí dospělí).
- Influencer marketing (film, cestování, rodinné aktivity).
- Distribuce průvodců v TIC, kavárnách, ubytování.
- Propojení s kampaněmi destinační společnosti.
- Sezónní komunikace (např. letní prázdniny – rodiny, podzim – školy, zima – indoor promítání filmových ukázek spojené s turistikou).
- Cross-marketing s gastro podniky a festivaly.

Vazba na strategie ČR

Naplnuje principy Koncepce státní politiky cestovního ruchu ČR 2021–2030:

- podpora inovativních produktů,
- rozvoj kulturního turismu,
- udržitelná správa návštěvnosti (rozložení do méně frekventovaných míst).

Vazba na strategii Kraje Vysočina

- Posiluje vnímání Vysočiny jako kulturní a kreativní destinace.
- Podporuje synergii s film-friendly strategií Kraje Vysočina.
- Přispívá k rozvoji tematických produktů a regionální identity.
- Rozkládá návštěvnost mimo hlavní centra (Telč) do širšího regionu.