

## Marketingová kampaň - Kmochův Kolín“

(dále: „veřejná zakázka“ nebo „VZ“)

### Obsah

1. Analýza trhu .....	2
1.1. Analýza poptávky .....	2
1.1.1. Cílové skupiny .....	2
1.1.2. Poptávka .....	8
1.2. Analýza nabídky a konkurence .....	10
2. Analýza výchozího stavu a důsledků projektu .....	11
2.1. Výchozí stav projektu .....	11
2.2. Výstupy a výsledky projektu .....	14
2.3. Důsledky projektu .....	15
3. Marketingový mix .....	16
3.1. Product .....	16
3.1.1. Program festivalu .....	16
3.1.2. Dramaturgie .....	18
3.2. Price .....	20
3.3. Place .....	20
3.4. Promotion .....	20
3.4.1. Reklama – inzerce (advertising) .....	21
3.4.2. Osobní prodej .....	21
3.4.3. Podpora prodeje – propagace prodeje (sales promotion) .....	21
3.4.4. Public relations (PR) .....	21
3.4.5. Přímý marketing (direct marketing) .....	21
3.4.6. Internet .....	21
4. Fotodokumentace .....	23

# 1. Analýza trhu

## 1.1. Analýza poptávky

Analýza poptávky vychází v první řadě ze statistiky účasti na minulých ročnících festivalu. Rozhodující pro analýzu poptávky je trend vývoje návštěvnosti v posledních sedmi letech konání festivalu, kdy od 40. ročníku docházelo k větším či menším dramaturgickým změnám, jež byly nejvíce markantní v posledních dvou ročnících této akce. Při analýze poptávky byly definovány hlavní cílové skupiny. Z šetření vyplývá, že projekt bude mít územní dopad na nadregionální úrovni. Ovlivní tedy nejen obyvatele Kolínska, Kutnohorska a Poděbrad, ale i celého Středočeského kraje a v konečném důsledku celé ČR.

### 1.1.1. Cílové skupiny

Na cílové skupiny lze nahlížet z různých hledisek. Můžeme uvažovat rozdělení podle věku, pak rozdělení na účastníky aktivní a pasivní, dále například rozdělení podle posluchačů klasické hudby, dechovky, moderních hudebních žánrů a alternativní i experimentální hudby. Dále můžeme cílové skupiny dělit podle původu na místní účastníky (ze Středočeského kraje) a turisty z celé ČR, apod.

Možnosti identifikace cílových skupin jsou tedy velmi různorodé. Pro projekt byla zvolena tři základní rozdělení cílových skupin, jež by měla pomoci co možná nejpřesnějšimu popsání jejich potřeb, tedy jejich poptávky.

#### **Rozdělení podle věkových skupin:**

Jako cílové skupiny, na které je realizace projektu zaměřena, byli identifikováni obyvatelé z celé ČR, blíže specifikováni v následující tabulce č. 3:

<b>Cílová skupina</b>	<b>Cílová podskupina</b>
<b>Děti (4 – 14)</b>	Děti předškolního věku (do 6, resp. 7 let) Děti školního věku (do 15 let)
<b>Mládež (15 – 24)</b>	Mládež (15 – 18 let) Mládež (19 – 24 let)
<b>Dospělí (25 – 54)</b>	Jednotlivci Rodiny s dětmi
<b>Senioři (55 a více)</b>	Mladí senioři (55 – 74 let) Starší senioři (pravé stáří = 75 – 84 let) Velmi staří senioři (85 a více let)

**Tabulka 1: Cílové skupiny – rozdělení podle věku**

### **Děti předškolního věku**

Děti předškolního věku se budou účastnit spolu se svými rodiči a prarodiči hudebních představení. Jednou z velkých atrakcí pro ně bude tradiční průvod hudebníků, mažorettek, souborů v dobových kostýmech, historických aut, koní, atp. městem. Dále budou moci využít doprovodného programu, který je pro jejich věkovou skupinu speciálně připraven. Jedná se například o účast na soutěžní výstavě dětských obrázků s hudební tematikou „Malovaná hudba“. Obrázky budou vystavené v „galerii na plotě“ a na příhodných místech v okolí náměstí.

Dalšími zábavnými aktivitami, kterými chtějí pořadatelé nejmenší děti zaujmout, jsou divadlo – nový cirkus, loutkové divadlo nebo například program „Witch – čarujte s časopisem a vyčarujte si tradiční kolínský kostým“ a další. Malé slečny se budou moci zúčastnit soutěže „Miss mažoretka“.

Některé, i takto malé, děti se budou přímo účastnit vystoupení na festivalu. V průvodu půjdou malé mažoretky, bubeníci a další malé děti v tematických nebo dobových kostýmech, a to již od věku čtyř let.

### **Děti školního věku**

Pro děti školního věku je určen hlavní i doprovodný program. Tyto děti budou do konání festivalu zapojeny aktivní i pasivní formou. Většina shlédne tradiční průvod Kolínem, bude navštěvovat jednotlivá hudební představení, využije „Starokolínskou uličku“ – v uličkách kolem chrámu budou rozmístěny stánky se sladkostmi a občerstvením (Kmočův gulášek, tradiční česká kuchyně, nápoje, atp.). Je pro ně připraven doprovodný program nabízející různé „performance“, workshopy, hry, divadlo a další aktivity, jež by měly mladé návštěvníky zaujmout.

Mnoho z mladých návštěvníků se zapojí do festivalu přímo. V největší míře jako součást dechových souborů ze základních uměleckých škol z celé ČR. Soubory ze ZUŠ budou součástí slavnostního průvodu, bude pro ně vymezen čas v hlavním programu na náměstí a budou součástí Monstrkoncertu, kde se spojí všichni zúčastnění hudebníci v obří hudební těleso. „Pane, pojd'te si zahrát!“ bude jednou ze soutěžních akcí připravených pro malé hudebníky – jedná se o soutěžní přehlídku pro děti a mladá dechová tělesa základních uměleckých škol.

### **Mládež (obě skupiny)**

Mládež je jednou z hlavních cílových skupin. Tito mladí lidé se účastní festivalu buď v doprovodu svých rodičů a prarodičů nebo samostatně, resp. spolu se svými kamarády nebo partnery. Mnoho mladých se i v dnešní době zajímá o klasickou hudbu. Na základě statistik o účasti z minulých let konání festivalu je velký předpoklad pro nadcházející 49. a 50. ročník pro účast mládežníků z řad turistů i místních obyvatel na hlavním klasickém programu.

Připraven je již zmiňovaný průvod městem. Dále je na programu Nocturno, produkce klasické hudby od skladatelů jako jsou Bach, Beethoven, apod. na kolínském náměstí. Pak například přehlídka orchestrů, večerní tancovačka na náměstí, nedělní Monstrkoncert, atd.

V rámci festivalu je pro mládež organizováno mnoho dalších doplňkových aktivit. Můžeme zmínit například:

- Za rohem
- Přehlídka dobových a regionálních hudebních nástrojů
- Starokolínská ulička
- Miss mažoretka
- Presentace výrobců dechových hudebních nástrojů
- Hledání nových talentů
- Workshopy
- Kino
- Znělka
- Ohňostroj
- Divadlo
- Loutkové divadlo
- Výstava dobových krojů, stylu oblékání a fotografií
- Presentace tradičních regionálních pokrmů a pití
- Hudební klání mezi orchestry o nejdelší tón
- Kuriozity
- a další

Celý hlavní i doprovodný program je podrobně popsán v kapitole Marketingový mix.

Mnoho mladých hudebníků je již od věku 15 let součástí profesionálních orchestrů. Mladí muzikanti budou přijíždět hrát na festival z celé ČR nebo spolu se svými zahraničními orchestry.

### **Dospělí**

Dospělí jsou jednou z hlavních cílových skupin. Předpokládá se, že většina z nich neposlouchá primárně tradiční dechovku, a proto byl navržen nový koncept festivalu Kmochův Kolín. Organizátoři si dali za cíl změnit část mnohaletých „zkostratělých“ festivalových zvyků a velkou část hudebních vystoupení směřovat k novým hudebním stylům

– samozřejmě hraných na dechové nástroje. Tato idea by měla zajistit kvalitnější vystoupení umělců, jež tradiční dechovou hudbu hráli většinou jen na kolínském festivalu.

Festival tak nabídne posluchačům kvalitní kousky z repertoáru účastníků se místních i zahraničních kapel a přiláká tak širokou veřejnost – nejen fanoušky tradiční dechovky.

Dospělí na festival přijedou buď samostatně, se svými partnery, dětmi nebo přáteli. Budou moci vyzkoušet hlavní i veškerý doprovodný program rozmístěný po celém Kolíně, Kutné Hoře a Poděbradech. Bližší popis hlavních i doprovodných „atrakcí“ je uveden v kapitole Marketingový mix.

### **Senioři**

Senioři jsou také jednou z hlavních cílových skupin projektu. Část z nich stále poslouchá tradiční dechovku, a právě pro ně organizátoři zachovali tradiční základ hlavního programu. Budou pro ně hrát místní dechové kapely i interpreti ze zahraničí, a to hudbu naprosto totožnou s tou, jež byla produkována na všech minulých ročnících festivalu. Pro seniory, kteří dávají přednost jiným hudebním žánrům, organizátoři nabídnou druhou část hlavního programu na náměstí, a to díky novému konceptu celého festivalu, jež se snaží přiblížit hudbu na dechové nástroje širokému spektru posluchačů.

### **Rozdělení na aktivní a pasivní účastníky**

Na cílové skupiny lze nahlížet i z dalšího hlediska. Lze je rozdělit na skupinu, která se zúčastní festivalu pouze pasivně a na skupinu aktivních účastníků, jež budou přímo účastni většiny z připravovaného programu. Tyto obě skupiny se samozřejmě prolínají, neboť lze předpokládat, že aktivní účastníci nebudou vystupovat po celou dobu festivalu, ale využijí alespoň část nabízeného programu. A naopak pasivní účastníci se zapojí do připravovaného programu - vítězové různých soutěží se zapojí do hudebních vystoupení.

### **Aktivní účastníci**

Aktivní účastníci jsou hudební soubory, mažoretky, členové divadelních spolků, performeři různých souborů, členové historických spolků, spolupracující cestovní kanceláře, místní firmy a OSVČ podnikající v cestovním ruchu, místní firmy a OSVČ podnikající mimo obor cestovního ruchu, místní zájmová sdružení a organizátoři (O. s. Prostor a město Kolín).

Všichni výše zmínění se zapojí do přípravy hlavních i doprovodných akcí a budou pomáhat organizovat marketingovou kampaň festivalu. Cílem zapojení cestovních kanceláří a místních firem je v první řadě pozvání jejich obchodních partnerů z celé ČR, tím zvýšení účasti

na festivalu a zajištění vyšší prestiže nejen celé akce, ale i celého regionu jako turistické destinace.

Dalším důvodem zapojení širokého spektra aktivních účastníků je, že se festival pro zdárnou budoucnost musí postupně proměňovat a „vtahovat do sebe“ místní komunity (region Kolínska, Kutnohorska Poděbrad a dalších) po celý rok. Samotný třídní festival pak bude „jen“ vyvrcholením celoroční série drobných akcí.

### **Pasivní účastníci**

Pasivními účastníky jsou všichni, kdo se přijdou na festival podívat. Budou to místní obyvatelé, obyvatelé okolních obcí, dále turisté ze Středočeského kraje a i z celé ČR.

Organizátoři připravili oproti předchozím ročníkům mnoho změn při současném zachování dlouholetých tradic, což je dle předpokladu důvodem mnohem větší účasti v následujících letech.

Hlavním „lákadlem“ pro pasivní účastníky je citlivá změna konceptu festivalu, na něhož budou upozorňováni během rozsáhlé marketingové kampaně. Ten se týká především změny části hudebního repertoáru, kde na sebe budou jednotlivé hudební performance a doprovodný program výborně navazovat a nabídnou tak celodenní program pro všechny cílové skupiny.

Dalším způsobem, jak přitáhnout hlavně místní obyvatele je ponechání náměstí jako volné zóny bez nutnosti platit vstupné. V minulých letech tomu tak nebylo a lidé, kteří se přišli podívat na průvod městem, pak společně s hudebníky na náměstí nedošli – právě z důvodu velkých front před náměstím na zaplacení vstupného nebo vstupného samotného.

### **Rozdělení podle „původu“ účastníků**

Na festival přijdou místní obyvatelé, turisté ze Středočeského kraje i celé ČR a členové zahraničních kapel a orchestrů.

#### **Účastníci ze Středočeského kraje**

Na festival se přijdou podívat především místní obyvatelé (Kolínsko) a obyvatelé okolních regionů (Kutnohorsko, Poděbrady a mnoho dalších). Díky marketingové kampani lze předpokládat nárůst počtu návštěvníků z celého kraje. Festival byl odedávna velmi prestižní a zábavnou akcí. Ten se bohužel díky dlouholetému fokusu na tradiční dechovou muziku pohybuje na hraně mezi ubývajícími staršími návštěvníky a mezi střední generací, která po proběhlých dramaturgických změnách (hlavně v posledních dvou ročnících) vztah k festivalu teprve hledá. Festival se pro zdárnou budoucnost musí postupně proměňovat a

„vtahovat do sebe“ místí komunity (region Kolínska) po celý rok. Samotný třídní festival pak bude „jen“ vyvrcholením celoročních akcí. Festival má dlouholetou tradici a je jednou z vizitek města Kolína, a právě proto má většina místních osobní zájem na jeho dalším rozvoji.

49. a 50. ročník bude ideově i personálně navazovat na předešlé dva ročníky a citlivě kormidluje potřebné změny k přijetí festivalu jako „rodinného zlata Kolína“.

### **Účastníci z celé ČR**

Účastníky z celé ČR můžeme rozdělit do dvou kategorií. Mnoho z nich přijede na festival hrát v rámci své kapely (orchestru).

Druhou skupinou účastníků jsou turisté, kteří se přijedou podívat nejen na festival, ale i na přírodní a kulturní bohatství místního regionu. Organizátoři plánují zahájení spolupráce s místními a cestovními kancelářemi. Nastavení dlouhodobých partnerských vztahů nebude naplněno v plné míře hned při prvním ročníku festivalu a nalezení stálé cílové skupiny bude dlouhodobým úkolem. Je plánována velmi intenzivní práce na uskutečnění této idey, jež bude podpořena rozsáhlou marketingovou kampaní, která by měla celou situaci ulehčit.

### **Členové zahraničních kapel a orchestrů**

Do ČR přijede hrát mnoho zahraničních kapel. Tento zvyk má mnohaletou tradici z předchozích ročníků, kdy se do Kolína na festival sjížděli hudebníci například z Německa, Slovinska, Slovenska, Itálie nebo Maďarska. Ještě před začátkem úpadku festivalu se zahraniční kapely přihlašovaly samy a musely být organizátory ve velké míře odmítány. To bylo dáno velkou mezinárodní prestiží akce. V současnosti je situace poněkud jiná. Organizátoři proto pro nadcházející dva ročníky plánují velké dramaturgické a další změny, které by měly nastartovat novodobé směřování festivalu.

Je důležité zmínit, že část zahraničních hudebníků bude chtít v ČR, resp. v regionu Středních Čech zůstat o něco déle, než pouze na tři dny konání festivalu. Toto tvrzení je podloženo zkušenostmi z minulých ročníků. Nejvíce se to bude týkat kapel a orchestrů ze vzdálenějších zemí. Například pro 48. ročník festivalu přislíbily účast dva velmi kvalitní orchestry z USA.

### **Všechny cílové skupiny**

Všemi výše uvedenými cílovými skupinami účastníků festivalu jsou tedy míněni místní obyvatelé, obyvatelé Středočeského kraje, obyvatelé ČR a zahraniční hudebníci. Celý festival je koncipován tak, aby udržel dlouholetou tradici hraní tradiční dechovky a přitom

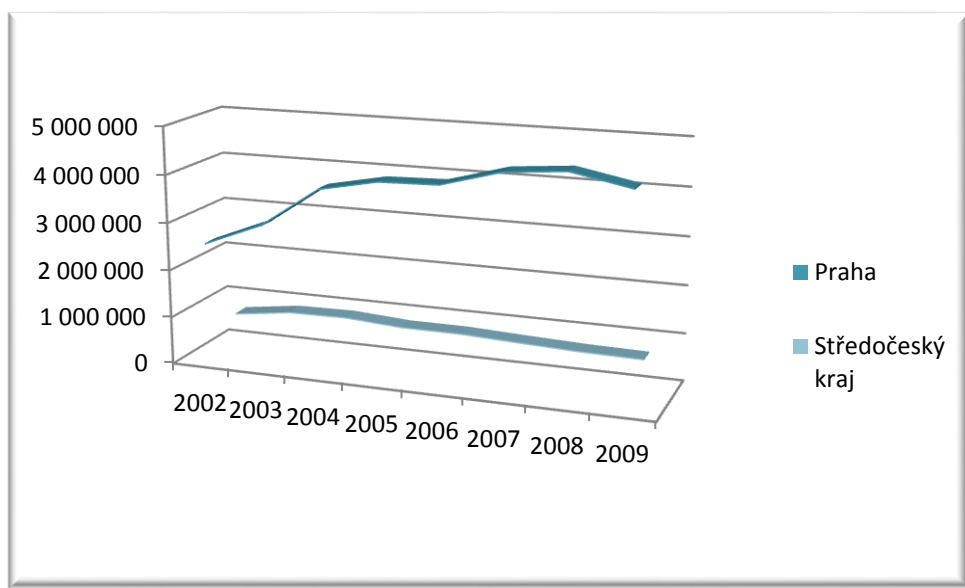
nabídnul zajímavý program mladším generacím, které o tento hudební žánr nemají zájem. Cílem festivalu je také více popularizovat hudbu na dechové nástroje a ukázat, že je to velmi dobrý způsob k produkci klasické, moderní, alternativní i experimentální hudby.

Hlavním cílem projektu je podpořit účast na festivalu, přitáhnout nové turisty ze Středočeského kraje i celé ČR, a tím popularizovat regiony Kolínska, Kutnohorska a Poděbrad jako příjemnou turistickou destinaci nabízející bohaté kulturní, společenské i sportovní vyžití.

### 1.1.2. Poptávka

Poptávku po festivalu a s ním spojených službách turistického ruchu generují místní obyvatelé, obyvatelé okolních obcí, Středočeského kraje a celé ČR. Poptávka po kolínském festivalu v minulých letech nedosahovala uspokojivých výsledků. To se změní realizací projektu – zkvalitněním celkového fungování festivalu, nabídkou služeb pro širší spektrum cílových skupin a hlavně realizací rozsáhlé marketingové kampaně.

Marketingová kampaň bude cílena na oblast celé ČR. Organizátoři festivalu vidí potenciál v blízkosti Kolínska, Kutnohorska a Poděbrad k Praze, kde je turistický ruch výrazně vyšší než v celém Středočeském kraji. Následující graf č. 1 a tabulka č. 2 znázorňují počet hostů v jednotlivých oblastech v letech 2002 až 2009. Je zde jasně vidět, že turistický ruch v Praze stoupá, zatímco ve Středočeském kraji od roku 2003 postupně klesá.



**Graf 1: Počet hostů v ubytovacích zařízeních – Praha vs. Středočeský kraj**

Zdroj: Český statistický úřad Středočeský kraj (<http://www.czso.cz>)



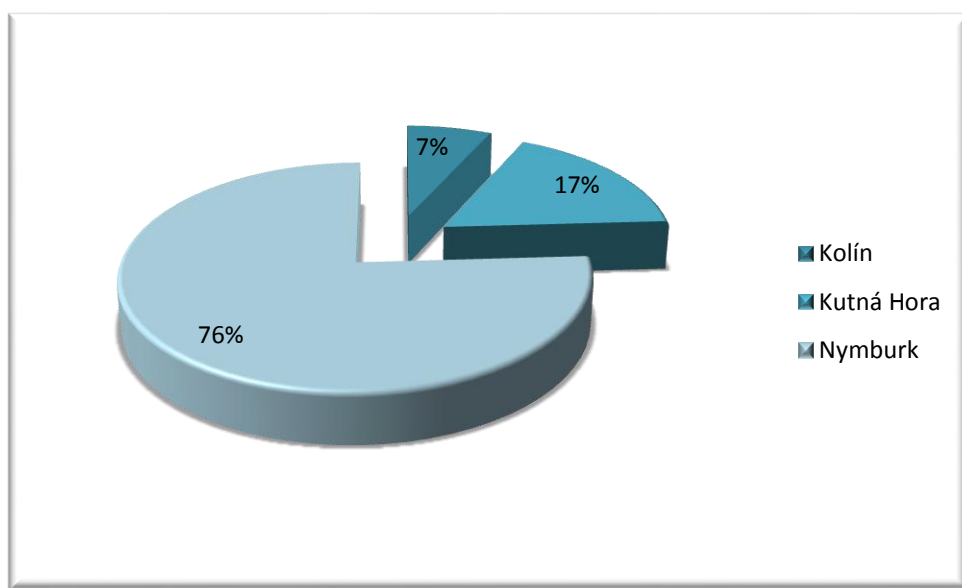
Rok	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Praha	2 534 126	3 024 575	3 863 894	4 108 565	4 142 538	4 485 372	4 587 483	4 346 839
<b>Středočeský kraj</b>	674 262	834 240	851 612	770 670	767 477	713 507	665 178	645 443

**Tabulka 2: Počet hostů v ubytovacích zařízeních – Praha vs. Středočeský kraj**

Zdroj: Český statistický úřad Středočeský kraj (<http://www.czso.cz>)

Cílem marketingové kampaně festivalu Kmochův Kolín je využít tento potenciál a minimálně po dobu konání akce přitáhnout nové návštěvníky z Prahy.

V tabulce č. 3 a grafu č. 2 jsou uvedeny počty hostů pro okresy Kolín, Kutná Hora a Nymburk (Poděbrady) pro rok 2008 (nejbližší dostupná data na ČSÚ). Podíl těchto tří okresů dosahuje v roce 2008 přibližně pouze 13% podílu na počtu návštěvníků celého Středočeského kraje. V tomto ohledu je zde patrný velký potenciál a příležitost přitáhnout na festival více návštěvníků z celého Středočeského kraje.



**Graf 2: Počet hostů v ubytovacích zařízeních – okr. Kolín, Kutná Hora, Nymburk (Poděbrady)**

Zdroj: Český statistický úřad Středočeský kraj (<http://www.czso.cz>)

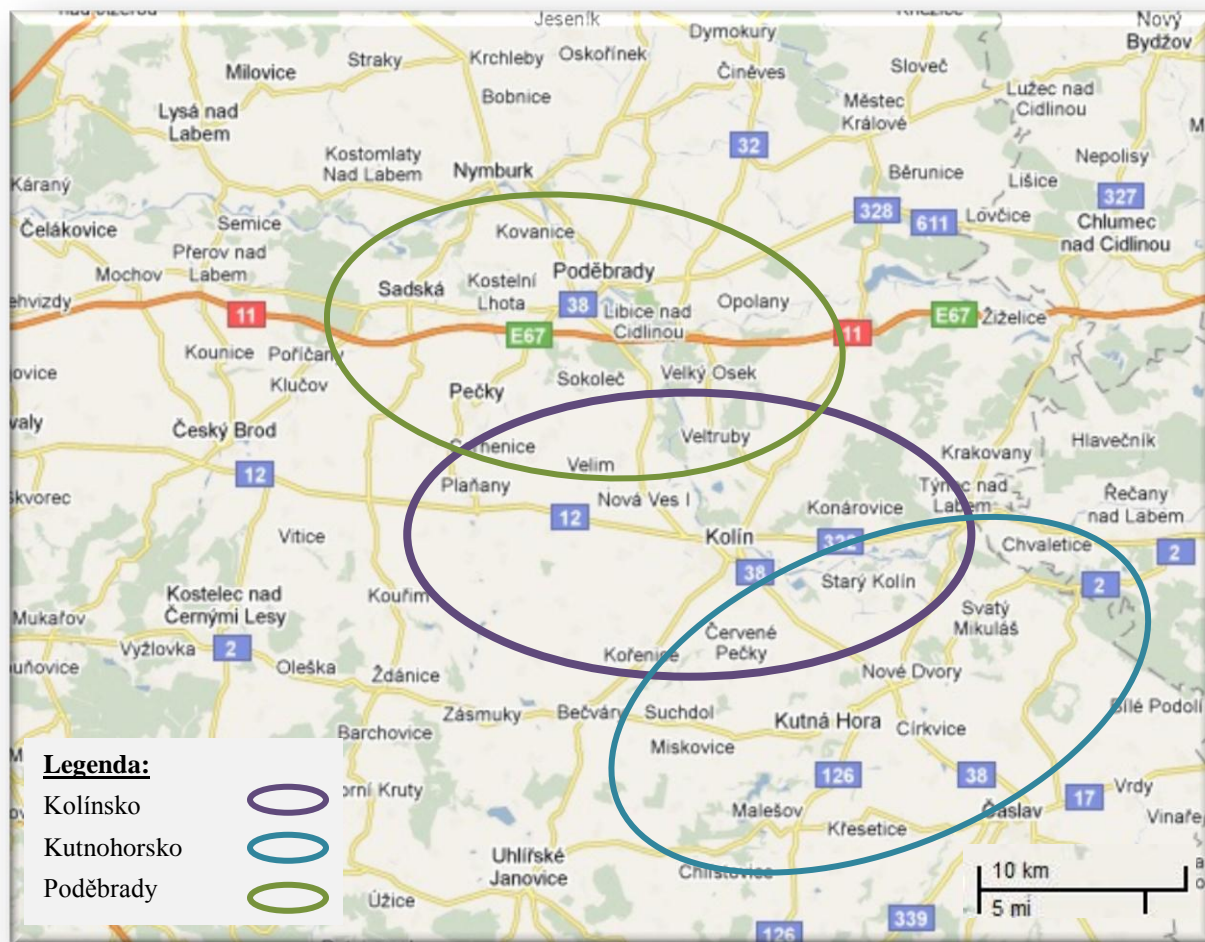
Město	Počet hostů v roce 2008
Kolín	5 885
Kutná Hora	14 968
Nymburk	65 657

**Tabulka 3: Počet hostů v ubytovacích zařízeních – okr. Kolín, Kutná Hora, Nymburk (Poděbrady)**

Zdroj: Český statistický úřad Středočeský kraj (<http://www.czso.cz>)

## 1.2. Analýza nabídky a konkurence

Hlavním místem konání festivalu je Kolín. V Kutné Hoře a Poděbradech bude organizováno několik doprovodných akcí, které ale nebudou financovány z projektu. Území dopadu je pak Kolínsko, Kutnohorsko, Poděbrady a blízké okolí, kde budou ubytováni účinkující a návštěvníci festivalu – viz obrázek 1. V daném území nemá festival Kmochův Kolín alternativu, a tudíž ani konkurenci.



Obrázek 1: Území dopadu

Kmochův Kolín je jedinečný, v jiných podmínkách neopakovatelný mezinárodní festival dechové hudby.

## **2. Analýza výchozího stavu a důsledků projektu**

### **2.1. Výchozí stav projektu**

Kolín je populačně čtvrtým největším městem Středočeského kraje. Správní obvod Kolín se nachází ve východní části Středočeského kraje. Hraničí s krajem Pardubickým a Královéhradeckým, v rámci Středočeského kraje se správními obvody Kutná Hora, Říčany, Český Brod, Nymburk a Poděbrady. Katastrální plocha města činí 3 499 ha. V rámci Středočeského kraje patří Kolín do turistického regionu Střední Čechy – severovýchod, který je dlouhodobě nazýván „Polabí“. Tato oblast disponuje významným potenciálem pro poznávací cestovní ruch, rekreaci, aktivní dovolenou, lázeňství a wellness, venkovský cestovní ruch a pro profesní cestovní ruch.

Kmochův Kolín je mezinárodní festival dechových orchestrů, který se koná každé léto v Kolíně. Nese jméno Františka Kmocha, hudebního skladatele a dirigenta dechové hudby, který žil v Kolíně.

Český dirigent a skladatel dechové hudby František Kmoch se narodil 1. srpna 1848 v Zásnukách u Kolína. František Kmoch se v dětství naučil hrát na housle a již v deseti letech psal první drobné skladby. Po vystudování pedagogické školy v Praze nastoupil v roce 1869 na místo učitele. Kromě výuky hrál často v různých orchestrech, skládal hudbu a začal i dirigovat. V roce 1873 byl ze svého učitelského místa odvolán. Kmoch byl v té době dirigentem kolínského Sokolského orchestru. Za dirigenta si ho později zvolila i kolínská městská kapela. Kmoch si při ní založil hudební školu, která získala uznání již v roce 1882. Přes nabídky z jiných měst, zůstal věrný Kolínu. Se svým vynikajícím orchestrem hostoval ve Vídni, Budapešti, Krakově a dokonce podnikl tříměsíční turné po Rusku. Jméno Františka Kmocha dodnes nese městský dechový orchestr a v kolínském parku je umístěn jeho pomník.

Největší festival dechové hudby u nás se pravidelně koná v první polovině června. První ročník Kmochova Kolína byl uspořádán roku 1962. Tradiční třídenní program se odehrává od pátku na Karlově náměstí v Kolíně, kde se střídají soubory mládežníků s ostřílenými muzikanty z domova i zahraničí - například Německa, Slovinska, Slovenska, Itálie, Maďarska, atd. Při vystoupeních obvykle účinkuje více než tisíc hudebníků a něco kolem pětiset mažoretek. Program pokračuje v sobotu, kdy městem prochází průvod muzikantů a mažoretek. Součástí festivalu, vrcholícího v neděli odpoledne, je turistický pochod či pietní akt u hrobu Františka Kmocha.

Až do 40. ročníku byl festival pořádán ve stejném tradičním stylu. Hrály zde pouze dechové kapely, a to tradiční „dechovku“. 40. ročník byl zlomový nejen z důvodu stále více ochabujícího zájmu veřejnosti o festival, ale také pokusem o první dramaturgické změny v programu. Ztrátu zájmu veřejnosti působily například generační změny, kdy z řad starších lidí poslouchalo tradiční dechovku čím dál méně příznivců a nová generace se zajímala o úplně jiné hudební žánry. Kvalitu festivalu také negativně ovlivnila špatná organizace nebo nedostatek finančních prostředků. Kombinace výše zmíněných problémů tedy zapříčinila stále nižší a nižší počet návštěvníků festivalu a promítla se i do kvality orchestrů, jež se hlásily jako účinkující na jednotlivá vystoupení.

Město Kolín od roku 1992 svěřovalo organizování Kmochova Kolína specializovaným firmám, jež prošly každoročně důkladným výběrem. Na pořádání festivalu se tak v poslední době vystřídalo mnoho různých osobností a tomu odpovídala i jeho výsledná podoba. Díky prováděným změnám se dařilo udržovat alespoň část věrného publika, ale návštěvnost stále klesala. V roce 2006 se festival nekonal z důvodu rekonstrukce Karlova náměstí v Kolíně a účast na následujícím ročníku v roce 2007 byla nejnižší za posledních 20 let.

Poslední dva ročníky byly průlomové. Minulí organizátoři se rozhodli přitáhnout i mladší generace a uspořádali pro ně koncerty, které tematicky se zbytkem programu prakticky nespojujely. Zaměřili se i na doprovodný program tak, aby se během Kmochova Kolína mohly zapojit všechny věkové skupiny. Počínání minulých organizátorů se setkalo s různými, mnohdy rozporuplnými reakcemi. Počet návštěvníků se sice zvýšil, ale celkový koncept festivalu nepůsobil kompaktním dojmem a nepodařilo se mu dosáhnout úrovně bývalého věhlasu.

Organizátoři 48. a 49. a 50. ročníku jsou přesvědčeni, že festival má potenciál překonat krizi vlastní identity a stát se hrdou součástí regionu a celoroční chloubou obyvatel regionu. Přípravují dlouhodobý koncept přeměny festivalu. Jeho součástí je například směřování marketingové kampaně, nový dramaturgický koncept, rozšiřování doprovodného programu a mnoho dalších.

Nadcházející ročníky festivalu budou inovativní hned v několika směrech. Hlavní ideou je dramaturgicky sjednotit festival a produkovat hudbu na dechové nástroje, ve které se najdou všechny cílové skupiny, popsané v kapitole 1.1 – Analýza poptávky.

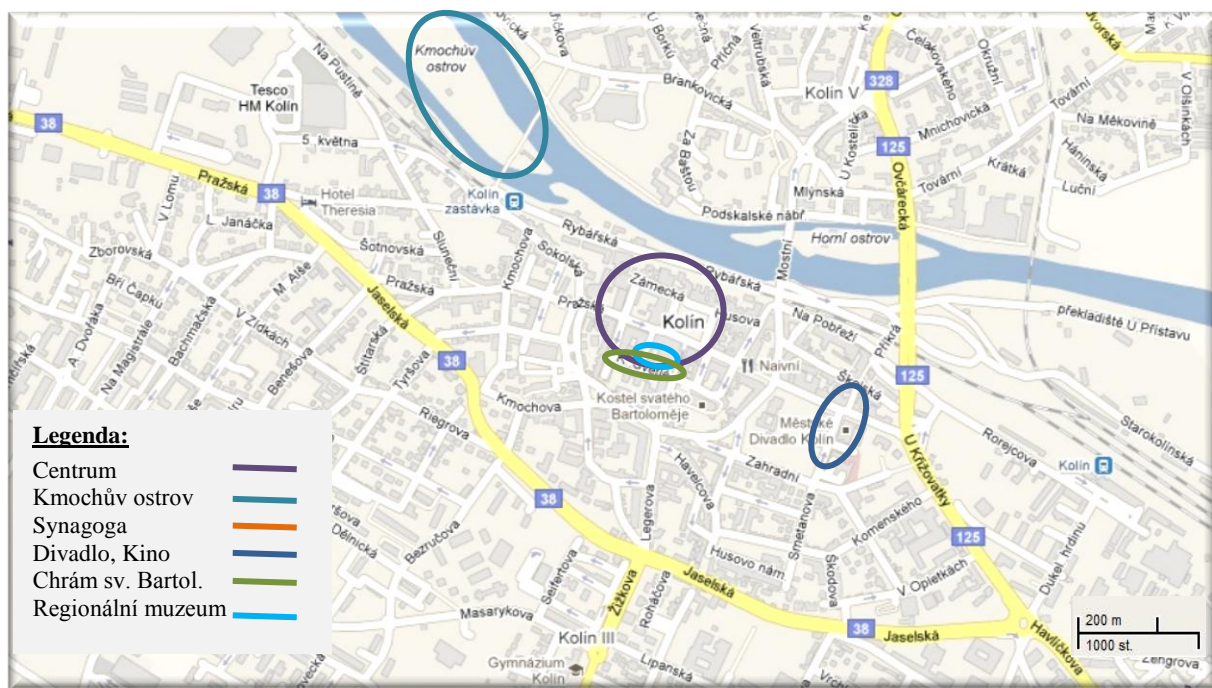
Noví organizátoři si dali za cíl změnit část mnohaletých „zkostnatělých“ festivalových zvyků a velkou část hudebních vystoupení směřovat k novým hudebním stylům, hraných převážně na dechové nástroje. Festival tak nabídne posluchačům kvalitní kousky z repertoáru účastnících se místních i zahraničních kapel a přiláká širokou veřejnost – nejen fanoušky tradiční dechovky.

Jedná se o citlivou změnu konceptu festivalu. V důsledku bude změněna část hudebního repertoáru tak, aby na sebe jednotlivé hudební performance a doprovodný program výborně navazovali a nabídli tak celodenní program pro všechny cílové skupiny.

Stojí za zmínku, že kolínský festival byla vždy oslava slavného rodáka Františka Kmocha. Proto se v minulých letech organizátoři snažili této skutečnosti přizpůsobit program, hlavně program společného Monstrkoncertu. Když se k tomu přidal průvod městem, kde se hrály české pochody z pochodových knížek, nebyl to pro většinu přihlížejících zrovna jejich šálek kávy. Přihlížející museli mít pocit, že tento repertoár je jediný, který velké dechové orchestry ovládají. Přitom mnohé orchestry v minulých letech k průvodu i Monstrkoncertu přistupovaly tak, že hrály z listu. Při společném nácvičku na koncert, který je vždy časově omezen, bylo možné vidět řadu dobrých dirigentů, kteří se marně pokoušeli sjednotit tisícíhlavý dav a nakonec bohužel stejně nebyli úspěšní a představení nedosahovalo kvality, kterou by bylo možné očekávat.

To se v následujících ročnících velmi radikálně změní. Program koncertu se bude skládat ze skladeb světových autorů, které budou určitě rádi hrát hlavně mladí hudebníci. Zařadit atraktivní, moderní skladby do svého repertoáru je naprostou nezbytností u všech orchestrů, které přijímají nové, mladé hudebníky. Z tohoto faktu organizátoři festivalu vycházejí a doufají, že změně v dramaturgii bude odpovídat i příprava orchestrů na společný koncert a nebude se již opakovat hraní z listu.

Jak již bylo zmíněno, hlavním místem konání festivalu je Kolín. Následující obrázek č. 2 znázorňuje hlavní místa v Kolíně, kde se festival vždy odehrával a i nadále zde bude pořádán. Pro 49. a 50. ročník budou jako místa realizace festivalu nově zahrnuty Kutná Hora a Poděbrady. Akce v těchto městech ale nebudou financovány z projektu.



**Obrázek 2: Označení míst realizace projektu v Kolíně**

Zdroj: Mapy Google (<http://maps.google.cz/>)

## 2.2. Výstupy a výsledky projektu

Základním výstupem projektu je uspořádání dvou ročníků dechového festivalu Kmochův Kolín, zaštitěných promyšlenou marketingovou kampaní, stojící na aktivitě místních spolků a lidí, kteří pečují o jeho rozvoj. Bude to festival přetvářející tradice do podoby, která koresponduje s dobou a společenským vývojem. Festival bude utvářen pro co nejširší publikum.

Dalším hlavním výstupem projektu bude zatraktivnění města Kolína a blízkého okolí jako významné turistické destinace. Během festivalu se do Kolína budou sjíždět turisté ze Středočeského kraje i celé ČR. Festival totiž získá díky realizaci projektu větší prestiž a věhlas a naváže na tradici z let, kdy byl mezinárodně uznávaným a respektovaným dechovým festivalem královského města Kolína s účastí mnoha zahraničních hudebníků a velmi kvalitních českých kapel.

***Dalšími dílčími výstupy projektu jsou:***

- prohloubení tradice Kmochova Kolína
- oslovení nové skupiny posluchačů
- oživení stálého programu novými akcemi
- podpoření mladých hudebníků
- zajištění programu pro všechny cílové skupiny

- propagace zaměřena na oslovení všech občanů ČR
- pozitivní využití volného času všech cílových skupin
- zapojení cílových skupin do průvodních programů
- ukázka možnosti trávení volného času nejen pro mladé občany
- růst turistické poptávky po regionu Kolín, Kutnohorsko, Poděbrady
- rozvoj cestovního a turistického ruchu, podpora místního rozvoje

### **2.3. Důsledky projektu**

Projekt přispěje ke zkvalitnění organizace festivalu, budou zvány kvalitnější orchestry, díky kterým bude hudební zážitek návštěvníků na velmi vysoké úrovni. Pro přitažení co možná největšího počtu návštěvníků budou přizvány pro 48. a ve větší míře 49. a 50. ročník známé osobnosti (zpěváci, zpěvačky, kapely, moderátoři, atp.). Dále dojde k rozšíření nabídky doprovodných akcí a medializaci festivalu. Realizace projektu také přispěje velkou měrou k zpopularizování Kolínska a okolních regionů jako významné turistické destinace. Místní kulturní a přírodní bohatství bude více známé po celé České republice.

## **3. Marketingový mix**

Termín marketingového mixu patří mezi základní marketingové pojmy. Jeho vznik je spojen s rozvojem marketingu orientovaného na produkt. Samotný pojem je možné vymezit jako optimální skladbu marketingových prvků, které firma používá na to, aby dosáhla svých marketingových cílů na cílovém trhu.

Pro marketingový mix se často používá zkratka „4P“ – podle prvních písmen anglických názvů jednotlivých marketingových nástrojů, které marketingový mix obsahuje. Těmito nástroji jsou: Product (produkt), Price (cena), Place (distribuce) a Promotion (komunikační mix). Členění marketingového mixu v podobě „4P“ dosáhlo největšího rozšíření pro svoji jednoduchost a přehlednost. Následující podkapitoly jsou věnovány právě marketingovému mixu „4P“ festivalu Kmochův Kolín.

### **3.1. Product**

Celkovým výsledným produktem je mezinárodní festival Kmochův Kolín, který má dlouholetou tradici a je jednou z vizitek města Kolína. Festival se díky dlouholetému fokusu na tradiční dechovku pohyboval na hraně mezi ubývajícími staršími návštěvníky a mezi střední a mladší generací, která po proběhlých dramaturgických změnách vztah k festivalu teprve hledala. Kmochův Kolín využije svůj potenciál překonat krizi vlastní identity a stane se hrdou součástí regionu a celoroční chloubou jeho obyvatel.

Program festivalu Kmochův Kolín je plně přizpůsoben všem cílovým skupinám. Celý nový koncept směřování a rozvoje festivalu inklinuje k získávání nových návštěvníků. Organizátoři si kladou za cíl zapojit co možná největší počet místních organizací, spolků, zájmových sdružení, podnikatelů a jednotlivých obyvatel, dále pak přilákat mnoho turistů nejen ze Středočeského kraje, ale i celé ČR.

Podrobný popis cílových skupin, spolu s popisem jejich potřeb a užitku z festivalu, je uveden v kapitole 1.1.1 Cílové skupiny.

#### **3.1.1. Program festivalu**

Program festivalu je tradičně rozložen do tří dní. Program 49. a 50. ročníku bude v základních pilířích zachován. Mezi základní pilíře je souhrnně řazen hlavní program. Doprovodný program akce bude inovativní a uzpůsobený pro všechny cílové skupiny.



Koncepčně je program nově více zaměřen na páteční večer, který je pojímán jako úvodní vstupenka, ochutnávka festivalu. Na první večer jsou plánovány doprovodné aktivity směřující z okrajových částí města či regionu do centra dění tak, aby co největší množství lidí bylo vtaženo do festivalu již v pátek a zakoupilo si celo-festivalovou vstupenku.

## ***Hlavní program***

### **Nocturno**

Nocturno je páteční koncert vážné hudby pořádaný na Karlově náměstí v Kolíně. Tradičně zde hraje velmi prestižní Hudba hradní stráže a policie ČR. Koncert bude doprovázen operním zpěvem některého ze sólistů Národního divadla.

### **Průvod orchestrů městem**

Slavnostní sobotní průvod městem, kterého se účastní všechny účinkující kapely, mažoretky, taneční skupiny, skupiny v tematických a dobových kostýmech a mnoho dalších.

### **Přehlídka orchestrů a večerní tancovačka na náměstí**

Sobotní přehlídka koncertů je pořádána v centru města na Karlově náměstí a je doprovázena vystoupeními mažoretek a tanečních skupin. K tanci se ve večerních hodinách mohou přidat i všichni návštěvníci festivalu. Během programu, přibližně kolem 22. hodiny, bude za doprovodu hudby vystřelen velký ohňostroj.

### **Monstrkoncert**

Nedělní monstrkoncert je velkolepou ukázkou souhry více jak tisíce hudebníků. Součástí programu bude produkce zajímavých moderních skladeb.

## ***Doprovodný program***

Smyslem následujících akcí je přitáhnout maximum návštěvníků k festivalu a dát jim přijatelnou alternativu k tradiční dechovce.

- **Heyduk párty** - Kmochův Kolín pro mladé - Kulturní společenský dům Kolín (známé kapely)
- **Pane, pojd'te si zahrát!** - soutěžní přehlídka pro děti a mladá dechová tělesa základních uměleckých škol
- **Malovaná hudba** - soutěžní výstava dětských obrázků s hudební tematikou / školy – galerie na plotě a kde se dá kolem náměstí
- **Za rohem** – koncerty různých žánrů (až experimentální), které spojuje vznik tónu - dechové nástroje

- **Přehlídka dobových a regionálních hudebních nástrojů** - saxofonové kvartety, dechové kvintety apod. (jazz, klasika, renesance, avantgarda, ...) - malá scéna
- **Starokolínská ulička** – v uličkách kolem chrámu / stánkaři, perníky, flašinet, Kmochův stánek – dobový výčepní, pivo, Kmochův gulášek, atp.
- **Miss mažoretka** – od malých po velké
- **Prezentace** výrobců dechových hudebních nástrojů
- **Hledání nových talentů** – prostřednictvím ZUŠ – soutěž pro profesionály i amatéry z řad návštěvníků, jejichž vítěz bude zařazen do programu
- **Workshopy** – vyřezávání píšťalek, hudební jamm, dobového tance, dobových divadelních prvků, zpěvu
- **Kino** – projekce hudebních filmů
- **Znělka** - fanfára, přímo na náměstí
- **Ohňostroj** – oproti minulému ročníku bude posunut na 22. hodinu
- **Divadlo** – nový cirkus – Komenského park + silová gymnastika a akrobacie
- **Loutkové divadlo** – pověsti Kolínské
- **Workshop** tradičních regionálních tanců
- **Witch** – čarujte s časopisem a vyčarujte si tradiční kolínský kostým
- **Páteční průvody Kolínem** – balkánská pojízdná dechovka
- **Výstava** dobových krojů, stylu oblékání a fotografií
- **Prezentace tradičních regionálních pokrmů a pití** – zemědělství, pečivo, pivo, víno....
- **Doplňkový program** (hlavní scéna – mezi vystoupení orchestrů) – cca 20 min.
- **Hudební klání** mezi orchestry / o nejdelší tón (flétny, klarinety, trumpety ...)  
orchestry dopředu delegují jednotlivé muzikanty, ti pak na pódiu soutěží o humorné ceny
- **Kuriozity** - subkontrabasová tuba (2,5m), vegetable orchestra, beatbox a další
- **Co to hraje?** - populárně pojatá prezentace nástrojů (jak se motá trumpeta, jak vznikaly názvy nástrojů, atd.)
- **Hudební experimenty** - jedna skladba – různé interpretace (kvartet tuby a kvartet pikoly) nejvyšší tón, nejnižší tón
- **Mistři nástrojů** - sólové vystupy

### 3.1.2. Dramaturgie

Pro 48. ročník festivalu byli předběžně vybráni následující účinkující. Pro 49. a 50. ročník bude dramaturgie zřejmě trochu odlišná.

### ***Tuzemské orchestry***

- Moravia brass band
- Řeřůvanka
- Orchester Uničov
- Májovák Karviná
- Orchester ze Štětí
- Orchester Zlín
- Městská Hudba Františka Kmocha
- Harmonie 1872
- Jitřenka Praha
- Dechový orchestr Pralinka
- Hudba Armády ČR
- Hudba policie ČR a hradní stráž

### ***Zahraniční orchestry***

- Německo
- Itálie
- USA – Lukáš Černý
- New Horizons Band Godfrey, Illinois, USA
- DH Bojnická kapela, Slovakia
- Beatrix Dongen, Holandsko
- Deltaband Vlissingen, Holandsko
- Polsko
- Maďarsko
- Musikkapelle Natters, Austria

### ***Orchestra ZUŠ***

- Přerov
- Roudnice nad Labem
- Chrást
- Chlumec
- Kolín

## 3.2. Price

Vstupné bude vybíráno na většinu festivalových představení a dalších akcí. Výjimkou je zóna náměstí, kde bude vstup volný. Návštěvníci budou mít možnost si zakoupit:

- celo-festivalovou vstupenku 150,- Kč
- jednodenní vstupenku 100,- Kč
- jednorázové vstupné 50,- Kč

Cena byla stanovena dle zkušeností z minulých ročníků festivalu. Výše vstupného není nijak přehnaná a tím pádem návštěvníky neodradí. Nejvýhodnější je celo-festivalové vstupné. Jednorázové vstupné využijí návštěvníci, kteří se přijdou podívat jen na specifické vystoupení a z různých důvodů se nezúčastní celého festivalu.

## 3.3. Place

Prodej vstupenek bude probíhat hned na několika místech a ve velkém předstihu. Pro prodej budou využita informační centra a kulturní společenské domy v Kolíně a okolí. Na Karlově náměstí bude stánek, kde bude možné koupit celo-festivalovou vstupenku normální nebo ve formě dárkové poukázky. Po restauracích v blízkém okolí bude obcházet skupina mladých muzikantů, kteří zahrají ukázkou vybraného moderního žánru na dechové nástroje, nechají na místě letáky a hosté si budou moci od nich koupit vstupenky. Vstupenky si budou moci návštěvníci koupit i na místě ve dnech konání festivalu.

## 3.4. Promotion

Pro 48. ročník bude marketing zajištěn z vlastních personálních zdrojů žadatele, případně partnerů. Náklady na marketingovou kampaň jsou plánovány na 49. a 50. ročník v mnohem větší míře než na 48. Je to dáno časovou náročností přípravy podkladů a předpokládaným termínem schválení projektové žádosti. Níže uvedené způsoby propagace festivalu jsou zaměřeny na všechny cílové skupiny a jsou uváděny především pro 48. ročník. Zároveň budou sloužit jako základ marketingové kampaně ročníku 49 a 50.

### **3.4.1. Reklama – inzerce (advertising)**

- rozhlasové spoty – výběr rozhlasu podle cílových skupin
- rozhlas – přímý přenos Monstrkoncertu
- venkovní reklama – billboardy, plakáty, atd. – výběr pouze hlavních atrakcí (kvůli srozumitelnosti sdělení)
- letáky - reklama v kinech, divadlech, kulturních společenských domech (plesy), v obchodních centrech (nákupní vozíky), MHD, atd. v celém regionu

### **3.4.2. Osobní prodej**

- předprodej vstupenek na náměstí v Kolíně
- předprodej vstupenek v místním informačním centru
- předprodej vstupenek v místním kulturním domě
- ukázky dechové hudby - malá skupina muzikantů obcházející místní restaurace – předání letáků, prodej vstupenek
- veletrhy a výstavy – prezentace spojená s předprodejem vstupenek (Brno – leden, Lysá nad Labem – březen)

### **3.4.3. Podpora prodeje – propagace prodeje (sales promotion)**

- ukázky dechové hudby - malá skupina muzikantů obcházející místní restaurace – předání letáků, prodej vstupenek
- dárkové poukazy – možnost zakoupit celo-festivalovou vstupenku jako dárkový poukaz

### **3.4.4. Public relations (PR)**

- tematické články v novinách – především regionální tisk
- televizní pořady – zařazení informací o festivalu

### **3.4.5. Přímý marketing (direct marketing)**

- festivalový časopis -
- direct mail - rozeslání informací o festivalu do informačních center měst po celé ČR, do domovů důchodců, atd.

### **3.4.6. Internet**

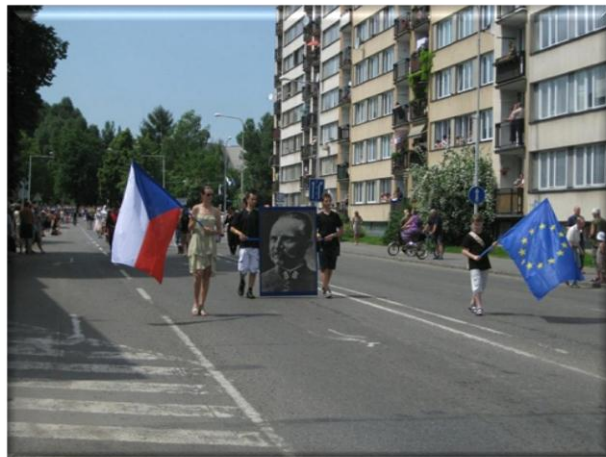
- speciální stránky festivalu
- oznámení na stránkách žadatele a partnerů

- marketing ve vyhledávačích – stránky festivalu na prvních místech vyhledávání
- bannerová reklama na vybraných webech
- elektronická pošta – rozeslání cílených informačních e-mailů

## 4. Fotodokumentace



Obrázek 3: Kmochův Kolín 2010



Obrázek 4: Kmochův Kolín 2010



Obrázek 5: Kmochův Kolín 2010



Obrázek 6: Kmochův Kolín 2010



Obrázek 7: Kmochův Kolín 2010



Obrázek 8: Kmochův Kolín 2010



Obrázek 9: Kmochův Kolín 2010



Obrázek 10: Kmochův Kolín 2010



Obrázek 11: Kmochův Kolín 2010



Obrázek 12: Kmochův Kolín 2010



Obrázek 13: Kmochův Kolín 2010



Obrázek 14: Kmochův Kolín 2010





Obrázek 15: Kmochův Kolín 2010



Obrázek 16: Kmochův Kolín 2010



Obrázek 17: Kmochův Kolín 2010



Obrázek 18: Kmochův Kolín 2010



Obrázek 19: Kmochův Kolín 2010



Obrázek 20: Kmochův Kolín 2010



Obrázek 21: Kmochův Kolín 2010



Obrázek 22: Kmochův Kolín 2010



Obrázek 23: Kmochův Kolín 2010



Obrázek 24: Kmochův Kolín 2010



Obrázek 25: Kmochův Kolín 2010



Obrázek 26: Kmochův Kolín 2010



Obrázek 27: Kmochův Kolín 2010



Obrázek 28: Kmochův Kolín 2010



Obrázek 29: Kmochův Kolín 2010



Obrázek 30: Kmochův Kolín 2010



Obrázek 31: Kmochův Kolín 2010



Obrázek 32: Kmochův Kolín 2010



Obrázek 33: Kmochův Kolín 2010



Obrázek 34: Kmochův Kolín 2010



Obrázek 35: Kmochův Kolín 2010



Obrázek 36: Kmochův Kolín 2010



Obrázek 37: Kmochův Kolín 2010



Obrázek 38: Kmochův Kolín 2010



Obrázek 39: Knochův Kolín 2010



Obrázek 40: Knochův Kolín 2010



Obrázek 41: Knochův Kolín 2010



Obrázek 42: Knochův Kolín 2010



Obrázek 43: Knochův Kolín 2010



Obrázek 44: Knochův Kolín 2010



**Obrázek 45: Kmochův Kolín 2010**



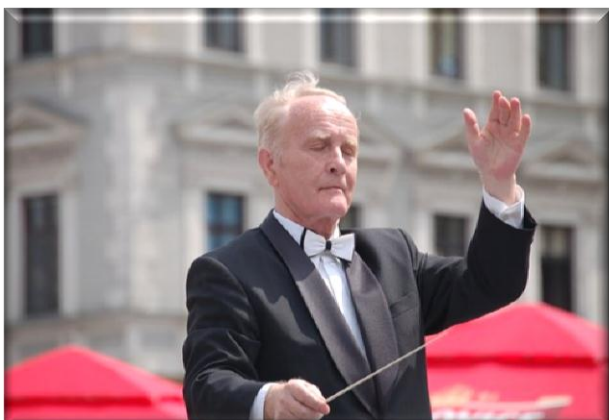
**Obrázek 46: Kmochův Kolín 2010**



**Obrázek 47: Kmochův Kolín 2010**



**Obrázek 48: Kmochův Kolín 2010**



**Obrázek 49: Kmochův Kolín 2010**



**Obrázek 50: Kmochův Kolín 2010**