

**CESTOVNÍ RUCH  
V ČESKÉ REPUBLICĚ 2012**  
**TOURISM IN THE CZECH  
REPUBLIC IN 2012**



MINISTERSTVO  
PRO MÍSTNÍ  
ROZVOJ ČR

**Czech**Tourism





## OBSAH CONTENTS

- 1** Aktuální informace  
Ministerstva pro místní rozvoj ČR o cestovním ruchu  
Current Information of Ministry for Regional  
Development CR on Tourism  
06—13
- 2** Cestovní ruch v České republice  
Tourism in the Czech Republic  
14—63
- 3** Mezinárodní spolupráce  
International Cooperation  
64—73
- 4** Programové financování  
Programme Funding  
74—85
- 5** Legislativa / Koncepce  
Legislation / Policy  
86—95
- 6** Horská služba  
Mountain-rescue Service of the Czech Republic  
96—99
- 7** Aktivity agentury CzechTourism  
Activities of the CzechTourism Agency  
100—109
- 8** Kontaktní údaje  
Contact Data  
110—111



**P**rostřednictvím této ročenky Vás i letos seznámíme s aktivitami, kterým se věnovalo Ministerstvo pro místní rozvoj v oblasti cestovního ruchu za rok 2012. Jedná se zejména o statistické informace a trendy cestovního ruchu, aktivity v oblasti koncepční, legislativní a mezinárodní činnosti v cestovním ruchu. Tyto aktivity mají charakter jednak správních činností vycházející z kompetencí MMR ČR jako ústředního orgánu státní správy anebo jsou zaměřeny ke konkrétním opatřením podporující rozvoj cestovního ruchu v České republice.

Ze statistického hlediska je možné výkonnost odvětví cestovního ruchu v České republice za rok 2012 hodnotit spíše jako období dalšího oživení, avšak ne všechny výkonnostní parametry odvětví se podařilo dostat na předkrizovou úroveň roku 2007. Dopady celé řady úsporných opatření aplikovaných jak v České republice, tak na některých důležitých zdrojových trzích se projeví zejména ve stagnujících příjmech cestovního ruchu. Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení se sice o více než 5 % zvýšila, avšak počet přenocování dále pokračoval ve svém poklesu. Lze očekávat, že se tato skutečnost nezmění ani v budoucnu, neboť je plně v souladu s trendem zkracujících se dovolených. I v tomto roce byl potvrzen trend snižující se mezinárodní konkurenceschopnost České republiky a až její 22. místo v rámci hodnocených zemí Evropy znamená, že musí být strategickým cílem všech relevantních subjektů v oblasti

cestovního ruchu snaha o zkvalitnění nabídky cestovního ruchu a posílení atraktivitu České republiky jako destinace cestovního ruchu.

Rok 2012 byl věnován tvorbě nové Koncepce státní politiky cestovního ruchu na období 2014–2020, která byla připravována společně s Marketingovou koncepcí cestovního ruchu na období 2013–2020 agentury CzechTourism. Nová politika je s ohledem na uplatnění celé řady inovativních přístupů k podpoře cestovního ruchu příslibem pro další období, které bude spojené s možností využívání finančních prostředků na podporu cestovního ruchu v dalším programovém období Evropské unie. Nadále pokračovaly práce na Zákone o podpoře rozvoje cestovního ruchu, avšak obhajoba a hledání relevantních a konzistentních argumentů k jeho konečnému schválení se jeví jako velmi náročný úkol, jež se doposud nepodařilo dosáhnout. Důležitým předpokladem pro jeho schválení je shoda všech akterů cestovního ruchu na jeho finálním znění a ochota společně hledat argumenty pro jeho prosazení.

V tomto roce byla velmi významná činnost Ministerstva pro místní rozvoj ČR v oblasti správních agend, které vyplývají zejména ze zákona č. 179/2006 Sb. a zákona č. 159/1999 Sb., u něhož se ukázalo, že je nutné připravit jeho novelizaci spočívající ve zpřesněním definování některých ustanovení tohoto zákona tak, aby zůstala i nadále zachována odpovídající ochrana spotřebitele. Z dalších aktivit je možné

zmínit pokračování tvorby Českého systému kvality služeb, jako nástroje umožňujícího subjektům působícím v cestovním ruchu zkvalitňovat své služby a realizaci několika plošných statistických sčítání cestovního ruchu, kdy zejména cenzus v oblasti ubytovacích zařízení sebou přinesl první velmi zajímavé výsledky. Úspěšně lze hodnotit i další pokračování Národního programu podpory cestovního ruchu, prostřednictvím kterého byly již potřetí podporovány konkrétní projekty v oblasti sociálního cestovního ruchu.

MMR ČR však bylo velmi aktivní i v oblasti mezinárodní spolupráce, kde se podařilo uzavřít několik mezinárodních smluv, rozvíjet bilaterální vztahy s důležitými zdrojovými zeměmi pro příjezdový cestovní ruch České republiky a navázat spolupráci s mezinárodními organizacemi na konkrétních projektech. Mezi významné aktivity je možné zařadit projekt Evropské komise EDEN, tentokrát s podtitulem Cestování bez bariér a další neméně důležité iniciativy realizované společně zejména s mezinárodními organizacemi UNWTO a OECD zaměřené na problematiku vízové politiky, udržitelný rozvoj a statistiku.

Pevně věříme, že tato publikace, se pro Vaši práci stane důležitým informačním zdrojem dat a informací, ke kterému se budete často a rádi vracet.

*Kolektiv autorů*

**L**ike in the past, this year the Yearbook brings information about activities of the Ministry for Regional Development of the Czech Republic in the field of tourism in 2012. It is mainly about statistical data and trends in the tourism sector, activities related to drafting of concepts, legal regulation and international co-operation in the field of tourism. These activities are either of an administrative nature which derives from the powers of the Ministry for Regional Development of the Czech Republic being the central state administration authority, or they focus on specific measures supporting tourism development in the Czech Republic.

From the statistical viewpoint, the performance of the tourism industry in the Czech Republic in 2012 can be characterized as a period of further recovery, however not all performance parameters of the industry reached the pre-crisis levels of 2007 yet. Impacts of many austerity packages applied both in the Czech Republic and some important source markets resulted mainly in stagnating earnings in the tourism industry. Although the number of visitors in collective accommodation establishments grew by more than 5%, the number of overnight stays kept falling. It can be expected that this situation will not change in the future as it is fully in line with the trend of vacations becoming shorter. This year again confirmed the trend of decreasing international competitiveness

of the Czech Republic and its 22nd position among evaluated European countries means that all relevant stakeholders in tourism must have the same strategic goal: to improve the tourism offer and increase attractiveness of the Czech Republic as a tourist destination.

Year 2012 was devoted to drafting of a new National Tourism Policy of the Czech Republic for the period 2014–2020 which was prepared jointly with CzechTourism – Destination Marketing Strategy 2013–2020. The new Tourism policy applies a wide range of innovative approaches to tourism support and is therefore a promise for the future period which will offer the use of funds for supporting tourism during the next programming period of the European Union. Further work was also done on the Act on Tourism Support, however, advocating its concept and searching for relevant and consistent arguments needed for its final approval seems to be a challenging task which still remains to be accomplished. An important pre-condition for the approval is a consensus of all tourism stakeholders about its final wording and the willingness to jointly seek arguments for its adoption.

The Ministry for Regional Development was very active in the area of administrative agenda related in particular to the Act No. 179/2006 Coll. and the Act No. 159/1999 Coll. It turned out that it is necessary to prepare amendment to the latter Act in order to clarify definitions of

its certain provisions in order to keep the adequate level of consumer protection. Among other activities, we can mention continuing work on the Czech Service Quality System as a tool enabling entities active in the field of tourism to improve service quality, and several censuses on nation-wide tourism statistics were carried out. The accommodation establishment census, in particular, showed very interesting first results. This year of the National Tourism Support Programme was also a success and already in a third consecutive year offered support to specific projects in the area of social tourism.

The Ministry for Regional Development of the Czech Republic was also very active in the field of international co-operation and succeeded in signing several international agreements, fostering bilateral relations with key source countries for incoming tourism and collaborating on specific projects with international organisations. Key activities included the European Commission's EDEN project, this time aimed at Accessible Travel, and other similarly important initiatives implemented mainly in co-operation with the UNWTO and OECD on visa issues, sustainable development and statistics.

We firmly believe that this publication will become an important source of data and information in your work which you will frequently and gladly come back to.

*Team of authors*



### Czech Service Quality System

Using the EU structural funds as a systemic tool of the national tourism policy, the Ministry of Regional Development has been developing the Czech Service Quality System (CSQS); its objective is to contribute to improving the quality of tourism services in the Czech Republic whose standard has been long perceived as insufficient. It is envisaged that in particular small- and medium-sized organisations in the field of tourism or services should voluntarily join the CSQS which would help them systemically improve the quality of their services and acquire new expertise. An organisation which complies with the system requirements will receive a quality label which can also be used for marketing purposes. Similar systems have been in place abroad for many years, helping tourism organisations improve their service quality and customers be better oriented on the market.

Currently, the core elements of the CSQS are being developed. First, the visual style was created including the communication strategy which will be launched with first specific activities in 2013. Numerous market surveys mapping the system potential have been used to create the system identity.

### Český systém kvality služeb

MMR ČR prostřednictvím strukturálních fondů EU jako systémový nástroj státní politiky cestovního ruchu vytváří Český systém kvality služeb (ČSKS), jehož záměrem je přispět ke zvýšení kvality služeb cestovního ruchu v České republice, jejíž úroveň je dlouhodobě vnímána jako nedostatečná. Do ČSKS se budou moci dobrovolně zapojovat zejména malé a střední organizace z oblasti cestovního ruchu nebo služeb, jimž bude schopen systematicky pomáhat při zvyšování kvality svých služeb a pomůže jim získávat další odborné znalosti. V případě, že zapojená organizace splní požadavky systému, bude jí udělena značka kvality, kterou je možné využívat pro marketingové účely. Obdobné systémy již řadu let úspěšně pomáhají při zvyšování kvality služeb organizacím působícím v cestovním ruchu v zahraničí a zákazníkům umožňují snadnější orientaci na trhu.

V současné době probíhá vytváření základních součástí ČSKS. Nejprve byl vytvořen vizuální styl systému včetně komunikační strategie, jejíž konkrétní aktivity budou zahájeny v roce 2013. Pro vytvoření identity systému byly využity četné výzkumy trhu mapující potenciál systému. Zároveň byla vypracována kompletní

At the same time, a comprehensive system methodology was developed under the title CSQS Standard. The Standard can be applied to a wide range of tourism service providers – from the tiniest to major hotel chains; from private to public organisations. Yet the target group does not consist merely of hotels and restaurants: the Standard is intended to similarly appeal to ski resorts, technical heritage sites, private museums, or water parks. The Standard's objective is to teach entrepreneurs to measure themselves and systemically improve customer satisfaction. The Standard does not represent a guideline of what a particular service should look like. The Standard intends to help organisations understand what quality and customer satisfaction mean. Many an entrepreneur or manager will believe they know their customers' expectations and know how to work with them. This is not always true. Organisations inspired by the new Standard will be more attentive to their customers' needs and expectations. They will apply simple quality management tools in order to override their deficiencies and enhance their strengths. This will make the customers feel that their needs are the focal point of the service provider's interest.



# NOVÝ STANDARD KVALITY

Zákazníci si odnesou pocit,  
že jejich potřeby jsou středem zájmu  
poskytovatele služby.

metodika systému nazvaná jako Standard ČSKS. Standard je možné aplikovat na různorodé spektrum poskytovatelů služeb v cestovním ruchu – od těch nejmenších až po velké hotelové řetězce, od soukromých až po veřejné organizace. Cílovou skupinou však nejsou pouze hotely a restaurace, ale Standard má oslovit i lyžařský areál, technickou památku, soukromé muzeum či akvapark. Cílem standardu je naučit podnikatele vlastními silami měřit a systematicky zvyšovat spokojenost zákazníků. Standard není přitom návodem, jak konkrétně má vypadat ta či ona služba. Standard chce především napomoci organizacím, aby si uvědomily, co je to vlastně kvalita, co je to spokojenost zákazníků. Řada podnikatelů nebo vedoucích pracovníků si totiž myslí, že znají očekávání zákazníků a že s nimi umí pracovat. Ne vždy je to pravda. Ty organizace, které se budou novým standardem inspirovat, budou potřebám a očekáváním svých zákazníků věnovat větší pozornost. Použijí jednoduchých nástrojů řízení kvality k tomu, aby potlačily své nedostatky a zvýraznily své silné stránky. Zákazníci si tedy odnesou pocit, že jejich potřeby jsou středem zájmu poskytovatele služby.

Každá organizace, usilující o certifikaci, musí mít svého trenéra kvality. Ten projde školením a naučí se pracovat s jednoduchými nástroji zlepšování kvality. Po návratu ze školení znalosti uplatní ve své firmě. Společně s kolegy se zamyslí nad jedním či dvěma klíčovými procesy, dá dohromady jednoduchý akční plán a začne jej naplňovat. O dosaženém pokroku při uspokojování potřeb zákazníků napíše

Each organisation aspiring to be certified will need its quality trainer. The trainer will be trained to work with simple quality improvement tools. Upon completion of the training the trainer will apply the knowledge in his/her home company. Together with the colleagues, they will consider one or two key processes, set up a simple action plan, and begin to implement it. The trainer will report to the Certification Authority on progress achieved in satisfying customers' needs. The Certification Authority will decide on granting a certificate valid for three years. However, annual progress in meeting the action plan will be assessed. The certification is therefore based on self-assessment.

One of the fundamental requirements when developing the Standard was to make it extremely simple, easy to understand, so that it could be implemented straight away. It seemed therefore useful to split the Standard into Levels I and II. The levels do not differ in requirements for the quality of provided services, but rather in the sophistication of management tools used to ensure the quality. Under both levels, the service provider will receive a feedback from the Certification Authority on how successful it has been in complying with the Standard requirements. Service providers in Level II will moreover receive a report from a questionnaire survey and from mystery shopping.

The Standard requirements are adjusted to different tourism industries. It was decided in consensus with professional associations that in order to be admit-

ted to the system, meeting of necessary technical quality prerequisites will be needed for the hotel industry, camping sites and chalet villages, funicular and ski lift services, and tourist information centres. These prerequisites in fact represent guild technical standards of professional associations, e.g. the Official Uniform Nomenclature of Accommodation Establishments, etc. The project therefore also supports the development of technical quality preconditions.

Jedním ze základních požadavků při vytváření standardu bylo, aby byl co nejjednodušší, snadno pochopitelný, aby se s jeho plněním mohlo začít prakticky okamžitě. Bylo proto užitečné rozdělit standard na stupeň I a II. Tyto stupně se neliší nároky na kvalitu poskytovaných služeb, ale náročností manažerských nástrojů, jak kvalitu zabezpečovat. V obou stupních dostává firma od certifikačního místa zpětnou vazbu o tom, jak se jí daří požadavky Standardu plnit. V druhém stupni doplněnou ještě o zprávu z dotazníkového šetření a Mystery Shoppingu.

Požadavky Standardu jsou dále upraveny pro vybrané sektory cestovního ruchu. Společně s profesními sdruženími bylo rozhodnuto, že vstupní branou do systému bude pro sektory hotelnictví, kempů a chatových osad, služby lanovek a vleků a turistická informační centra nezbytné splnit technické předpoklady kvality. Tyto předpoklady jsou de facto cechovní oborové standardy profesních sdružení např. Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení a další klasifikační systémy. V rámci projektu je proto podporován rozvoj technických předpokladů kvality.

V minulém roce rovněž proběhlo organizační zabezpečení systému, jež se skládá s Certifikačního místa (Specializované pracoviště v rámci MMR ČR, Hodnotitelské centrum a Certifikační komise)



Český systém kvality služeb  
Czech service quality system

ted to the system, meeting of necessary technical quality prerequisites will be needed for the hotel industry, camping sites and chalet villages, funicular and ski lift services, and tourist information centres. These prerequisites in fact represent guild technical standards of professional associations, e.g. the Official Uniform Nomenclature of Accommodation Establishments, etc. The project therefore also supports the development of technical quality preconditions.

Last year, the organisational structure of the system was also set up, consisting of the Certification Authority (a dedicated unit of the Ministry of Regional Development, the Assessment Centre and the Certification Committee) and the Training and Regional Co-ordination Centre. Step-by-step all components of the system will be put into operation so that certification of service providers can begin in the course of this year.

The Ministry of Regional Development's objective is to include the CSQS, once it is completed, into the Czech Quality programme as one of the labels focusing on service quality. The European Commission initiated a project whose aim is to introduce a single quality label in the EU through established national quality systems. Now the task is to make sure that the developed Czech system allows, after its completion, for automatic receipt also of the European label.

a Centra pro školení a regionální koordinaci. Postupně bude zahajována činnost všech složek systému tak, aby mohla být zahájena certifikace jednotlivých subjektů v průběhu letošního roku.

Cílem MMR ČR je po jeho vytvoření zahrnout ČSKS do programu Česká kvalita jako jednu ze značek zaměřených na kvalitu služeb. Evropskou komisí je iniciován projekt, jehož cílem je zavedení jednotné značky kvality v EU prostřednictvím vybudovaných národních systémů kvality služeb. Jde tedy o to, aby vytvářený systém v České republice po jeho dokončení umožňoval automatické získání i evropské značky.

## Národní program podpory cestovního ruchu

K 30. 11. 2012 byl vyhlášen Národní program podpory cestovního ruchu – podprogram Cestování dostupné všem pro rok 2013. Ukončení příjmu žádostí o dotace bylo stanoveno na 17. 2. 2013. K tomuto datu bylo přijato 59 žádostí o dotaci. Alo-kace finančních prostředků na program na rok 2013 je ve výši cca 50 mil. Kč.

### Podporované oblasti podprogramu:

- 1 **Rekonstrukce/vybudování odpočívadel, center služeb pro turisty a hygienického zázemí pro pěší, cyklisty a handicapované turisty** podél pěších tras, naučných stezek, cyklotras a zdrojových tras pro zvýšení návštěvnosti.

## National Tourism Support Programme

On 30 November, 2012, the 2013 Accessible Travel for All programme, which is a sub-programme of the National Tourism Support Programme, was launched. The deadline for submitting applications was 17 February, 2013. A total of 59 applications were submitted to this date. Financial allocation for the 2013 programme is ca. CZK 50 million.

### Supported areas of the sub-programme:

- 1 **Reconstruction/building of rest areas, tourist service centres and hygienic facilities for pedestrians, cyclists and disabled tourists** along hiking paths, nature trails, cycle routes and backbone routes in order to increase the number of visitors.

- 2 **Accessibility of tourist attractions** (these must be attractions of supra-regional and regional importance, or attractions located close to hiking paths, nature trails, cycle routes or long-distance international cycle routes). Transport-related projects must focus on environmental protection and support of environmentally friendly forms of tourism (development of environmentally friendly transport at the attraction sites, transport to and within the attraction).

- 3 **Introduction/improvement of navigation and information systems for tourists with sensory disability** and for other attraction visitors.

The project must always include market-

# NOVÉ CYKLOTRASY

zjednodušily orientaci cyklistů a podpořily rozvoj cestovního ruchu v okolí podél těchto páteřních cyklotras.

## the new cycling route

have made cyclists' orientation easier and contributed to the development of tourism in their surroundings.



**2** Zpřístupnění atraktivit cestovního ruchu (musí se jednat o atraktivitu nadregionálního a regionálního významu, případně atraktivitu ležící v blízkosti pěších tras, naučných stezek, cyklotras a dálkových mezinárodních cyklotras). Projekty vztahující se k dopravě musí být zaměřené na ochranu životního prostředí a podporu ekologicky šetrných forem cestovního ruchu (rozvoj ekologicky šetrné dopravy v místě atraktivity, doprava do místa atraktivity a doprava v rámci atraktivity).

**3** Zavedení /zlepšení/ navigačních a informačních systémů pro senzoricky postižené účastníky cestovního ruchu a návštěvníky atraktivit cestovního ruchu. Součástí akce musí vždy být marketing (propagace) vytvořeného produktu cestovního ruchu – výdaje na marketing musí tvořit minimálně 5 % a maximálně 10 % celkových uznatelných výdajů akce. Příjemcem dotace může být podnikatelský subjekt, právnická (pouze obchodní společnost) nebo fyzická osoba provozující podnikatelskou činnost na základě oprávnění. Dotace je poskytována ve výši max. 50 % uznatelných výdajů akce. Finanční rozsah celkových výdajů akce je minimálně 250 tis. Kč až maximálně 5 mil. Kč.

**EDEN – Prestižní soutěž Evropské komise**  
Česká republika zabezpečila prostřednictvím MMR ČR prezentaci vítězů národních kol soutěže o excelentní turistické destinaci v celoevropské síti – EDEN NETWORK (destinace České-Švýcarsko,

ing (promotion) of the created tourism product – marketing expenditure must account for at least 5 % and no more than 10 % of the total eligible expenditures of the project.

The beneficiary may be a business entity, a legal entity (only a business company) or an individual licenced to conduct business activities. The subsidy is granted up to 50 % of eligible expenditures of the project. The scope of total funding per project ranges between CZK 250,000 and 5 million.

### EDEN – a prestigious competition of the European Commission

Through its Ministry of Regional Development, the Czech Republic presented the winners of the national rounds of the European Destination of Excellence competition in the EDEN NETWORK (České Švýcarsko, Bystřicko and Slovácko regions). In the course of the competition, CzechTourism ([www.eden-czech-tourism.cz](http://www.eden-czech-tourism.cz)) ran a targeted marketing campaign aiming at wide visitor public from the Czech Republic and from abroad in order to foster tourism in the EDEN destinations. Towards the end of 2012 the competition theme for 2013 – Accessible Tourism – was announced, focusing on elimination of barriers in tourism and making tourist attractions accessible to the disabled, senior citizens, families with children, and other tourists with special needs.

Bystřicko a Slovácko). Současně během roku byla prováděna cílená marketingová kampaň pro širokou návštěvnickou veřejnost z tuzemska i ze zahraničí pro zvýšení cestovního ruchu v destinacích EDEN ze strany agentury CzechTourism ([www.eden-czech-tourism.cz](http://www.eden-czech-tourism.cz)). V závěru roku 2012 bylo vyhlášeno tematické zaměření soutěže pro rok 2013 na odstraňování bariér v cestovním ruchu a zpřístupnění turistických atraktivit lidem s handicapem, seniorům, rodinám s dětmi a dalším turistům se specifickými potřebami („Accessible tourism“ – Přístupný cestovní ruch).

### Podpora rozvoje cykloturistiky a optimalizace značení cyklotras a cyklostezek v ČR

V zájmu posílení bezmotorové dopravy v turistických regionech České republiky byla zkvalitněna nabídka portálu pilotního projektu [www.ceskojede.cz](http://www.ceskojede.cz), který nabízí cyklistické veřejnosti komplexní servis informací v oblasti cykloturistiky na území České republiky včetně vedení mezinárodních dálkových tras EuroVelo. Za podpory MMR ČR byla připravena metodika značení dálkových cyklotras na území České republiky.

### Hlavní dálkové páteřní cyklotrasy na území České republiky dostaly nová čísla:

1. Praha—Brno—Bratislava, 2. Vrchlabí—H. Králové—Dolní Žleb, 3. Praha—Plzeň—Folmava, 4. Břeclav—Mohelnice—Mikulovice, 5. Hevlín—Brno—Ostrava, 6. Cyklostezka kolem Ohře, 7. Mělník—Praha a dál podél Vltavy, 8. Bukovec—Ostrava—Jeseník. Nové trasy zjednodušily orientaci cyklistů

### Support to development of cycle tourism and optimisation of cycle routes and cycle paths marking in the Czech Republic

With the intention to bolster engine-free transport in Czech Republic's tourist regions, the content of the [www.ceskojede.cz](http://www.ceskojede.cz) web portal was improved promoting a pilot project offering cyclists a comprehensive information service on cycle tourism in the Czech Republic, including the course of the international long-distance EuroVelo routes. EuroVelo the European cycle route network was initiated by the European Cyclist's Federation (ECF) to develop a network of highquality cycling routes linking all countries in Europe. With the support of the Czech Ministry of Regional Development a methodology was developed for the marking of long-distance cycle routes in the Czech Republic.

### The backbone long-distance routes running across the Czech Republic were assigned new numbers:

1. Prague—Brno—Bratislava, 2. Vrchlabí—Hradec Králové—Dolní Žleb, 3. Prague—Pilsen—Folmava, 4. Břeclav—Mohelnice—Mikulovice, 5. Hevlín—Brno—Ostrava, 6. Cycle path along the Ohře river, 7. Mělník—Prague and farther on along the Vltava river, 8. Bukovec—Ostrava—Jeseník.

The new routes have made cyclists' orientation easier and contributed to the development of tourism in their surroundings.

tů a podpořily rozvoj cestovního ruchu v okolí podél těchto páteřních cyklotras.

### Geoturismus – nominace nových národních geoparků na území ČR.

Nominační dokumenty 4 nových kandidátských geoparků – Podbeskydí, Kraj blanických rytířů, Joachima Barranda a Vysočina region – submitted their nomination documents to the Czech National Council for Geoparks, in which the Ministry of Regional Development is also represented; the purpose was to assess the potential of the geological heritage for the support of geotourism and of interesting historical mineral exploitation sites for tourism.

### Rámcová úmluva o ochraně a udržitelném rozvoji Karpat

Plnění cílů strategického rozvojového dokumentu 7 smluvních zemí na podporu regionálního rozvoje a udržitelného cestovního ruchu v Karpatech bylo předmětem mezinárodních konferencí v Polské Krynici a ve Varšavě. Účastníci zapojení do implementace Úmluvy prohloubili spolupráci na území Karpatského regionu v oblasti cestovního ruchu, zlepšení kvality života, posílení místní zaměstnanosti a ochrany přírodních hodnot a kulturního dědictví s cílem definování projektů pro jejich následnou realizaci za podpory mezinárodních evropských fondů. MMR ČR podpořilo schválení opatření k oživení sektoru cestovního ruchu po roce 2014–2020 v Karpatském regionu.

### Geotourism – nomination of new geoparks in the Czech Republic

Four new candidate geoparks – Podbeskydí region, Region of the Blaník knights, Region of Joachim Barrand, and Vysočina region – submitted their nomination documents to the Czech National Council for Geoparks, in which the Ministry of Regional Development is also represented; the purpose was to assess the potential of the geological heritage for the support of geotourism and of interesting historical mineral exploitation sites for tourism.

### Framework Convention on the Protection and Sustainable Development of the Carpathians

Meeting the objectives of the strategic development document on the support of regional development and sustainable tourism in the Carpathians signed by seven signatories became the topic of international conferences in Krynica and Warsaw, Poland. Participants involved in implementation of the Convention deepened their co-operation within the Carpathian region in the fields of tourism, quality of life improvement, enhancement of local employment, and protection of natural values and cultural heritage with the aim of identifying projects to be implemented with the support of international European funds. The Czech Ministry of Regional Development supported the approval of measures to boost the tourism sector in the Carpathian region in 2014–2020.

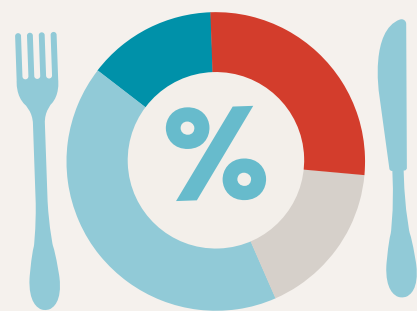




VLAK V JIZERSKÝCH HORÁCH / TRAIN IN THE JIZERA MOUNTAIN



Statistika



KAPITOLA  
CHAPTER

2

CESTOVNÍ RUCH V ČESKÉ REPUBLICE  
TOURISM IN THE CZECH REPUBLIC

Ubytovací zařízení cestovního ruchu dle kategorií  
Accommodation Establishments by Category

Ubytovací zařízení Accommodation Establishments	Počet pokojů Number of Rooms	Počet lůžek Number of Beds	Počet míst pro stany a karavany Number of Places for Tents and Caravans
7 631	184 659	472 015	48 350
↓	↓	↓	↓
4 672	118 960	271 427	953
↓	↓	↓	↓
56	6 329	12 431	-
490	32 816	65 576	-
4 126	79 815	193 420	953
2 959	65 699	200 588	47 397
↓	↓	↓	↓
2 004	45 455		

- 2.1** Kapacity hromadných ubytovacích zařízení  
Collective Accommodation Establishments Capacity  
14 — 19
- 2.2** Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení  
Collective Accommodation Establishment Occupancy  
in the Czech Republic  
20 — 27
- 2.3** Příjezdový cestovní ruch  
Inbound Tourism  
28 — 33
- 2.4** Výjezdový a domácí cestovní ruch  
Outgoing and Domestic Tourism  
34 — 39
- 2.5** Zahraniční cestovní ruch ČR – devizové příjmy a výdaje  
Foreign Tourism in the Czech Republic – Foreign Exchange  
Earnings and Spendings  
40 — 45
- 2.6** Satelitní účet cestovního ruchu České republiky  
Tourism Satellite Account of the Czech Republic  
46 — 49
- 2.7** Modul zaměstnanosti v cestovním ruchu  
Employment Module in Tourism  
50 — 53
- 2.8** Mezinárodní srovnání  
International Comparison  
54 — 63



## 2.1 KAPACITY HROMADNÝCH UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ

V roce 2012 se nacházelo na území České republiky celkem 7 631 hromadných ubytovacích zařízení s 184 659 pokoji a 472 015 lůžky. Tato hromadná zařízení lze dále rozdělit na hotely a podobná zařízení, kterých se v tomto roce nacházelo na území ČR celkem 4 672, se 118 960 pokoji a 271 427 lůžky a ostatní hromadná ubytovací zařízení, kterých v tomto roce bylo na území ČR 2 959, a v kterých se celkově nacházelo 65 699 pokojů se 200 588 lůžky.

### Metodika

Údaje o kapacitách vycházejí od roku 2008 ze statistického šetření ČSÚ o návštěvnosti v hromadných ubytovacích zařízeních cestovního ruchu, které je založeno na využívání Registru ubytovacích zařízení. Do zjišťování jsou zahrnuta plošně všechna hromadná ubytovací zařízení. Publikovaná data jsou souhrnem zpracovaných údajů za předložené dotazníky a dopočtených údajů za ta zařízení, od kterých nebyl vyplněný dotazník získán. V tomto případě byly použity informace o kapacitě z Registru ubytovacích zařízení, který je průběžně aktualizován z výsledků šetření a z dostupných informačních zdrojů.

### Hlavní sledované ukazatele

- Hromadné ubytovací zařízení** – zařízení s minimálně pěti pokoji nebo deseti lůžky sloužící pro účely cestovního ruchu, tj. poskytující přechodné ubytování hostům za účelem dovolené, zájezdu, lázeňské péče, služební cesty, školení, kursu, kongresu, symposia, pobytu dětí ve škole v přírodě, v letních a zimních táborech apod. Mezi hromadná ubytovací zařízení patří hotely, motely, botely, penziony, turistické ubytovny, chatové osady, kempy a ostatní ubytovací zařízení. Mezi ostatní ubytovací zařízení patří např. rekreační zařízení podniků, školicí střediska, kulturně-historické objekty, lázeňská zařízení a jiná ubytovací zařízení, která vyčleňují lůžkovou kapacitu pro cestovní ruch (např. domovy mládeže, vysokoškolské koleje, podnikové ubytovny apod.).
- Počet pokojů** – celkový počet pokojů sloužících pro cestovní ruch. Nezapočítávají se pokoje pro ubytování personálu, majitelů zařízení a pokoje dlouhodobě sloužící pro ubytování zaměstnanců jiných podniků (déle než 1 rok). Jako jeden pokoj se počítá i apartmá či chatka, které slouží k ubytování jedné rodiny.
- Počet lůžek** – celkový počet stálých lůžek vyčleněných výhradně pro odpočinek hostů – nezahrnují se příležitostná lůžka, tzv. přistýlky.
- Počet míst pro stany a karavany** – počet stanovišť pro umístění stanů, obytných přívěsů a karavanů. Minimální průměrná čistá plocha pro stan a osobní automobil je 30 m<sup>2</sup>, pro obytný přívěs a osobní automobil nebo obytné motorové vozidlo 60 m<sup>2</sup>.

Není-li uvedeno jinak vztahují se všechny údaje k České republice za rok 2012.

Podrobnější informace naleznete na [www.czso.cz](http://www.czso.cz)

## 2.1 COLLECTIVE ACCOMMODATION ESTABLISHMENTS CAPACITY

In 2012, there were altogether 7,631 collective accommodation establishments in the Czech Republic, housing 184,659 rooms with 472,015 beds. These collective accommodation establishments could be subdivided into hotels and hotel-like establishments amounting to 4,672 in 2012, housing 118,960 rooms with 271,427 beds; and other collective accommodation establishments whose number was 2,959, housing 65,699 rooms with 200,588 beds.

### Methodology

Since 2008 information on capacities is derived from the statistical research by CZSO about guests at tourism collective accommodation establishments, which is based on utilization of the Register of Accommodation Establishments. The published data are a summary of processed data for submitted questionnaires and additionally calculated data for those facilities from which the questionnaire was not received. In this case information on capacity from the Register of Accommodation Establishments was used, which is continuously updated from the research results and from available information sources.

### Main published indicators

- Collective accommodation establishments** – facilities with at least five rooms or ten beds serving the purposes of tourism, i.e. providing temporary accommodation of guests for holiday, tour, spa care, business trip, training, course, congress, symposium, stay of children on school trips, summer and winter camps etc. Among collective accommodation establishments are hotels, motels, boatels, pensions, hostels for tourists, holiday dwellings, camps and other accommodation premises. Among other accommodation facilities are for example corporate recreational establishments, training centres, cultural-historical buildings, spa facilities and other accommodation complexes, which have bed capacity for tourism (e.g. youth homes, college dormitories, company dormitories etc.).
- Number of rooms** – total number of rooms serving tourism. Not included are rooms for accommodating staff, owners of facilities and rooms for long term accommodation of employees of other companies (more than 1 year). Apartment or cottage, which serves to accommodate a single family, counts as one room.
- Number of beds** – total number of permanent beds allocated exclusively for the rest of guests – not including occasional beds, so called extra beds.
- Number of beds for tents and caravans** – number of lots for placement of tents, house trailers, caravans. Minimum average net area for a tent and a passenger vehicle is 30 m<sup>2</sup>, for a house trailer and a passenger vehicle or a caravan 60 m<sup>2</sup>.

All the data relate to the Czech Republic in 2012, unless otherwise stated.

More detailed information is found at [www.czso.cz](http://www.czso.cz)

**TAB. 2.1.1** Kapacity hromadných ubytovacích zařízení cestovního ruchu dle kategorií  
Capacity of Collective Accommodation Establishments by Category

	Počet zařízení Number of Establishments	Počet pokojů Number of Rooms	Počet lůžek Number of Beds	Počet míst pro stany a karavany Number of Places for Tents and Caravans
Hromadná ubytovací zařízení celkem Collective Accommodation Establishments, total	7 631	184 659	472 015	48 350
v tom / including	↓	↓	↓	↓
Hotely a podobná zařízení celkem Hotels and Similar Establishments, total	4 672	118 960	271 427	953
v tom / including	↓	↓	↓	↓
Hotely ***** Hotels *****	56	6 329	12 431	–
Hotely **** Hotels ****	490	32 816	65 576	–
Ostatní hotely a penziony Other Hotels and Boarding Houses	4 126	79 815	193 420	953
Ostatní hromadná ubytovací zařízení celkem Other Collective Accommodation Establishments, total	2 959	65 699	200 588	47 397
v tom / including	↓	↓	↓	↓
Kempy Tourist Campsites	487	8 360	30 004	45 455
Chatové osady a turistické ubytovny Holiday Dwellings and Hostels for Tourists	889	14 753	54 357	747
Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná Other Establishments n.e.c.	1 583	42 586	116 227	1 195

TÉMĚŘ  
ALMOST



0,5 mil.

lůžek poskytovala hromadná ubytovací zařízení na území České republiky  
Beds provide accommodation establishments in the Czech Republic



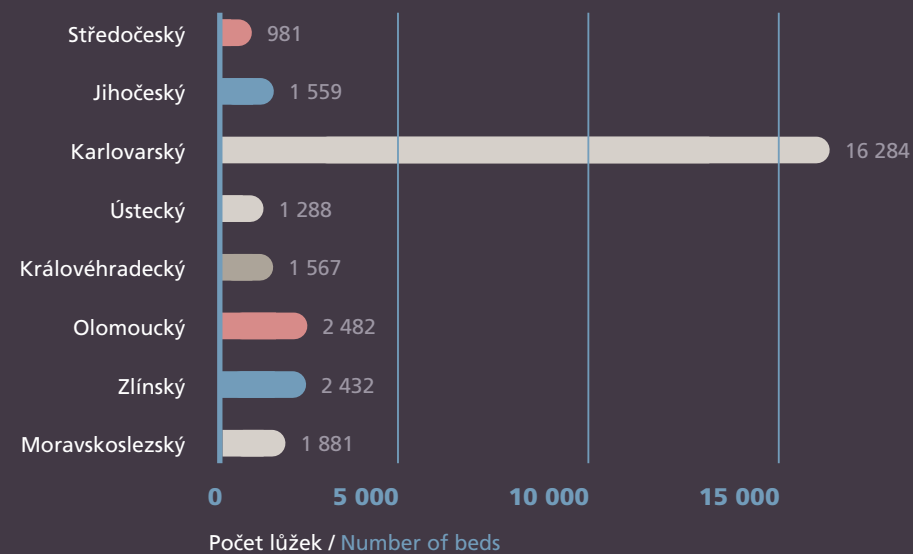
**TAB. 2.1.2** Přehled kapacit hromadných ubytovacích zařízení podle krajů  
Capacity of Collective Accommodation Establishments of Tourism by Regions

	Počet zařízení Number of Establishments	Počet pokojů Number of Rooms	Počet lůžek Number of Beds	Počet míst pro stany a karavany Places for Tents and Caravans
Česká republika celkem Czech Republic Total	<b>7 631</b>	<b>184 659</b>	<b>472 015</b>	<b>48 350</b>
v tom / including	↓	↓	↓	↓
Hlavní město Praha Capital Prague	621	37 996	80 925	1 063
Středočeský kraj / Region	552	11 626	31 177	6 132
Jihočeský kraj / Region	987	18 619	53 417	12 931
Plzeňský kraj / Region	476	9 376	25 530	3 482
Karlovarský kraj / Region	407	14 648	30 042	1 267
Ústecký kraj / Region	382	7 640	19 934	1 664
Liberecký kraj / Region	789	12 790	38 741	2 935
Královéhradecký kraj / Region	954	16 229	45 877	4 850
Pardubický kraj / Region	351	7 180	20 260	1 557
Kraj Vysočina / Region	387	7 221	21 102	3 536
Jihomoravský kraj / Region	534	14 273	35 225	5 088
Olomoucký kraj / Region	370	7 754	20 176	817
Zlínský kraj / Region	349	8 676	22 559	1 274
Moravskoslezský kraj / Region	472	10 631	27 050	1 754

**GRAF 2.1.1**

Kapacity lázeňských zařízení podle krajů (počet lůžek)

Capacity Survey of Balneological Accommodation Establishments by Regions – Beds



KOLONÁDA – MARIÁNSKÉ LÁZNĚ / COLONNADE IN MARIÁNSKÉ LÁZNĚ



## 2.2 NÁVŠTĚVNOST HROMADNÝCH UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ

V roce 2012 se v hromadných ubytovacích zařízeních České republiky ubytovalo 13,6 mil. hostů, z toho 7,2 mil. zahraničních hostů a 6,5 mil. domácích hostů. Hosté v tomto roce strávili v hromadných ubytovacích zařízeních celkem 39,6 mil. nocí, z toho 20,5 mil. nocí zde strávili zahraniční hosté a 19,0 mil. nocí zde strávili hosté domácí.

Nejvíce navštěvují tradičně zahraniční hosté z Německa (přes 1,4 mil. příjezdů do HUZ ČR), následováno Ruskem (přes 690 tis.) a Slovenskem (téměř 390 tis. příjezdů). Nejnavštěvovanějšími kraji v ČR jsou: Hlavní město Praha (39,5 % všech příjezdů hostů do HUZ ČR), následoval Jihomoravský (8,1 %) a Jihočeský kraj (7,4 %).

### Metodika

Zdrojem údajů o návštěvnosti v hromadných ubytovacích zařízeních a kongresovém cestovním ruchu je pravidelné šetření ČSÚ, do kterého jsou od roku 2003 zahrnuta plošně všechna hromadná ubytovací zařízení. Šetření je rozděleno na měsíční zjišťování, do kterého jsou zahrnuty hotely a podobná hromadná ubytovací zařízení a čtvrtletní šetření zahrnující zbylá hromadná ubytovací zařízení.

Údaje o návštěvnosti jsou souhrnem zpracovaných dat za předložené dotazníky a za statisticky dopočtená data ubytovacích zařízení, od kterých nebyl vyplněný dotazník získán.

Údaje o počtu kongresů/konferencí a počtu účastníků jsou souhrnem dat za zpracované dotazníky. Do počtu zařízení byla zahrnuta všechna hromadná ubytovací zařízení, která v průběhu sledovaného období vykazala alespoň jednu akci se 100 a více účastníky.

### Hlavní sledované ukazatele

1. **Hromadné ubytovací zařízení** – viz. definice v kapitole 2.1 – Kapacity hromadných ubytovacích zařízení.
2. **Host** – každá osoba (nezahrnuje personál a majitele ubytovacího zařízení, kteří zde bydlí), která použila služeb zařízení k přechodnému ubytování včetně dětí. Host může použít služeb ubytovacího zařízení z různých důvodů výjma za účelem zaměstnání, či řádného studia (pokud doba jeho trvání překročí 1 rok). V rekreačních zařízeních a školicích střediscích podniku (odborových svazu) se hostem rozumí každá osoba, která použila zařízení k přechodnému ubytování z výše jmenovaných důvodů, ať se jedná o vlastní zaměstnance podniku (např. členy odborových svazů), jejich rodinné příslušníky nebo externí osoby. V léčebných lázních se hostem rozumí každá osoba, která podstoupí lázeňskou léčbu bez ohledu na způsob hrazení léčby, komplexnost léčby apod. Mezi hosty se nezapočítávají osoby využívající služeb ubytovacího zařízení k přechodnému ubytování. Příjezd hosta nastává v okamžiku jeho nahlášení v ubytovacím zařízení.
3. **Počet přenocování** – celkový počet přenocování (strávených nocí) hostů ubytovaných v ubytovacích zařízeních ve sledovaném období.

## 2.2 COLLECTIVE ACCOMMODATION ESTABLISHMENT OCCUPANCY IN THE CZECH REPUBLIC

In 2012, the total of 13.6 million guests lodged in the collective accommodation establishments in the Czech Republic, of which 7.2 million were foreign and 6.5 million domestic visitors. In the same year, the accommodated guests stayed in total 39.6 million nights in the accommodation establishments, of which foreigners accounted for 20.5 million nights and domestic visitors for 19.0 million nights.

Traditionally, foreign visitors came most frequently from Germany (over 1.4 million arrivals to collective accommodation establishments in the Czech Republic), followed by Russia (over 690,000), and Slovakia (nearly 390,000 arrivals). The most frequently visited regions in the Czech Republic are the capital city of Prague (39.5 % of all visitors arriving to Czech collective accommodation establishments), followed by the South Moravia (8.1 %) and South Bohemia regions (7.4 %).

### Methodology

Source of information about visitor rate in collective accommodation establishments and congress tourism is the regular research by CZSO, which since 2003 includes full scope of collective accommodation establishments. Research is divided into monthly survey based on hotels and similar collective establishments and quarterly research containing remaining accommodation facilities.

Information on guests is a summary of processed data for submitted questionnaires and data statistically calculated for accommodation facilities, from which the completed questionnaire was not obtained.

Information about the number of congresses/conferences and the number of participants is a summary of data from processed questionnaires. The number of facilities includes all collective accommodation establishments, which during the reference period have recorded at least one event with 100 and more participants.

### Main published indicators

1. **Collective accommodation establishments** – see definition in chapter 2.1 – Capacity of Collective Accommodation Establishments.
2. **Guest** – every person (not including staff and owner of the accommodation facility, who live here), who used the services of the facility for temporary accommodation including children. A guest can use the services of the accommodation facility for various purposes with the exception where it would be used for employment services or a proper study (if the time of its use exceeds 1 year). In corporate (union) recreational establishments and training centres a guest is deemed to be every person, who used the facilities for temporary accommodation for the abovementioned reasons, whether these are company's employees themselves (e.g. union members), their

4. **Čisté využití lůžek** – udává čistou obsazenost stálých lůžek, která byla hostům skutečně k dispozici.
5. **Využití pokojů** – vychází z počtu realizovaných pokojůdnů (tj. celkového počtu dnů, kdy byl pokoj obsazen alespoň jedním hostem).
6. **Kongres/konference** – za kongres/konferenci se považuje formální setkání většího počtu lidí (od 100 osob) určitého odborného zaměření, jehož předmětem jsou prezentace, přednášky, diskuse a konzultace. Může se jednat o sjezd vědeckých pracovníků, shromáždění diplomatických zástupců jednotlivých států apod. Typickým znakem kongresu/konference je doprovodný program (bývá spojen s exkurzemi, kulturním a společenským programem a gastronomickými akcemi).
7. **Počet zařízení** – zahrnují se hromadná ubytovací zařízení, ve kterých došlo k uspořádání kongresu/konference o počtu alespoň 100 účastníků.
8. **Počet akcí** – zahrnují se kongresy/konference v hromadných ubytovacích zařízeních s počtem účastníků 100 a více.
9. **Počet účastníků** – zahrnují se zúčastněné osoby na kongresech/konferencích pro 100 a více účastníků v hromadných ubytovacích zařízeních.

*Není-li uvedeno jinak vztahují se všechny údaje k České republice za rok 2012.*

*Podrobnější informace naleznete na [www.czso.cz](http://www.czso.cz)*

family members or outside people. In therapeutic spas a guest is deemed to be every person who undergoes a spa treatment regardless of the complexity of treatment etc. Persons using accommodation facilities services as temporary residence are not counted as guests. Arrival of a guest starts at the moment of his registration in the accommodation establishment.

3. **Number of overnights** – total number of overnights (nights spent) of guests staying in accommodation establishment in the monitored period.
4. **Net use of beds** – states the occupancy of permanent beds, which was actually available for guests.
5. **Use of rooms** – is based on the number of realized room days (i.e. total number of days that the room was occupied by at least one guest).
6. **Congress / Conference** – a congress/conference is deemed formal meeting of a greater number of people (starting at 100 persons) with a certain expert focus, subject of which are presentations, lectures, discussions and consultations. This can be a convention of science workers, assembly of diplomats from individual states and so on. A typical characteristic of a congress is an accompanying programme (it's usually connected with excursions, cultural and social programme and gastronomy events).
7. **Numbers of establishments** – included are collective accommodation facilities, which hosted a congress/conference with at least 100 participants.
8. **Numbers of events** – included are congresses/conferences in collective accommodation establishments with the number of participants of 100 and more.
9. **Numbers of participants** – included are persons attending congresses/conferences for 100 and more participants in collective accommodation establishments.

*All the data relate to the Czech Republic in 2012, unless otherwise stated.*

*More detailed information is found at [www.czso.cz](http://www.czso.cz)*

7,2 mil.



6,5 mil.

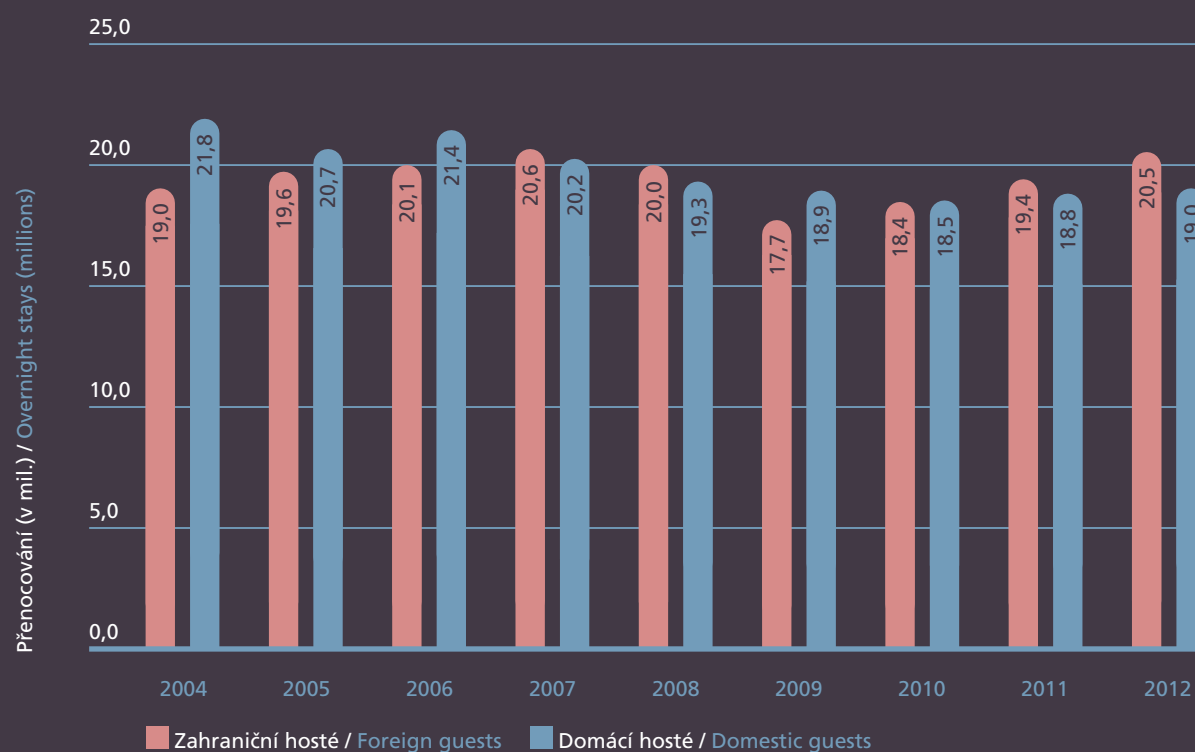


**TAB. 2.2.1** Počet hostů v hromadných ubytovacích zařízeních cestovního ruchu  
Guests at Collective Accommodation Establishments of Tourism

	Celkem Total	v tom including	Zahraníční hosté Foreign Guests	Domácí hosté Domestic Guests
2004	12,2	→	6,1	6,2
2005	12,4	→	6,3	6,0
2006	12,7	→	6,4	6,3
2007	13,0	→	6,7	6,3
2008	12,8	→	6,6	6,2
2009	12,0	→	6,0	6,0
2010	12,2	→	6,3	5,9
2011	12,9	→	6,7	6,2
2012	13,6	→	7,2	6,5

Pozn. / Note: v milionech osob / millions

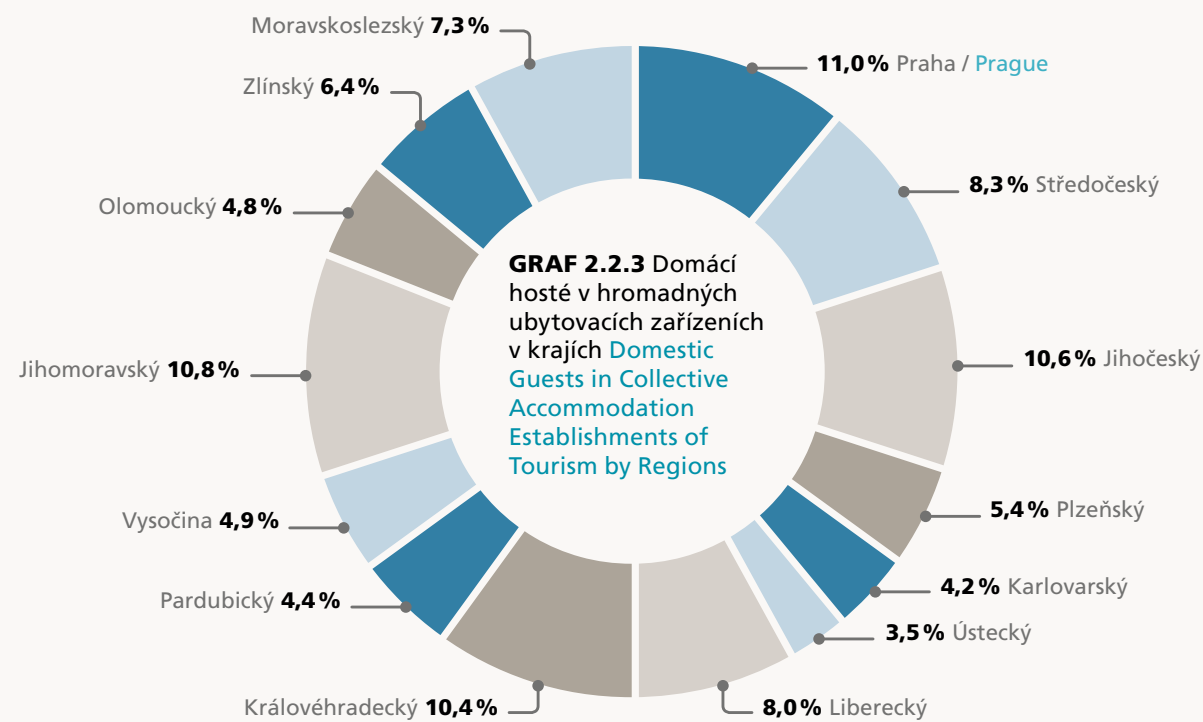
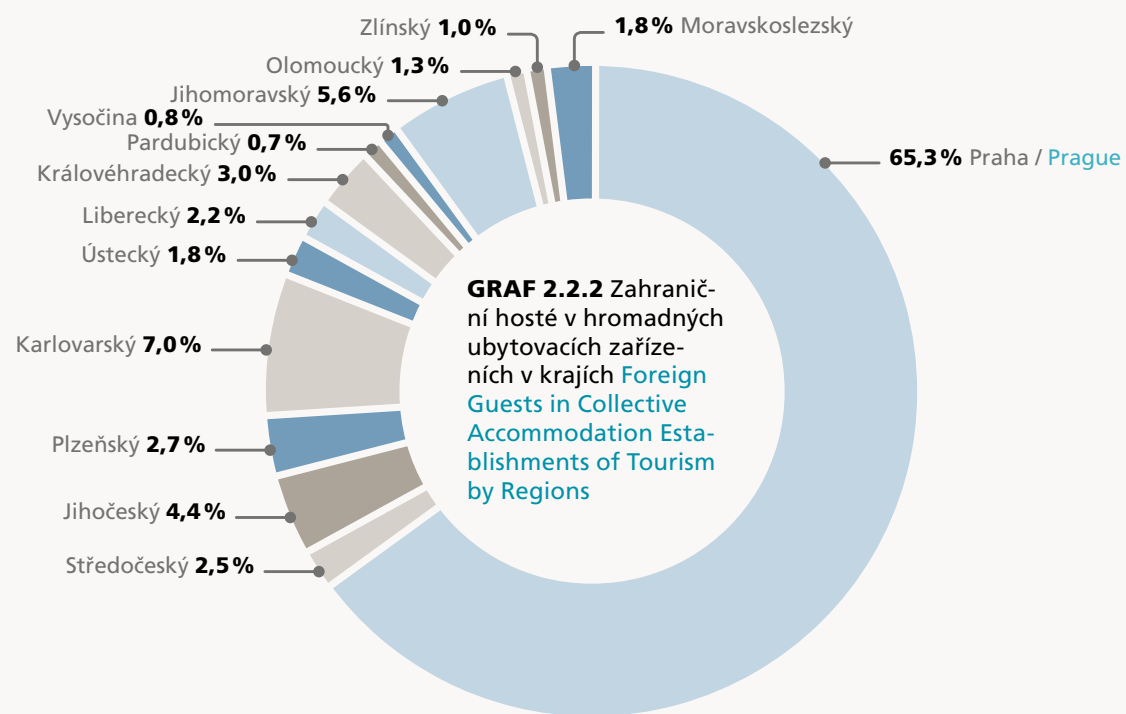
**GRAF 2.2.1** Počet přenocování hostů v hromadných ubytovacích zařízeních cestovního ruchu  
Overnight Stays of Guests at Collective Accommodation Establishments of Tourism



**TAB. 2.2.2** Počet příjezdů do hromadných ubytovacích zařízení cestovního ruchu v krajích  
Number of Arrivals to the Collective Accommodation Establishments of Tourism by Regions

	Příjezdy celkem Arrivals Total	v tom including	
		Zahraníční hosté Foreign Guests	Domácí hosté Domestic Guests
Česká republika celkem Czech Republic Total	13 646 913 (100 %)	7 164 576 (100 %)	6 482 337 (100 %)
v tom / including	↓	↓	↓
Hlavní město Praha Capital Prague	5 394 283 (39,5 %)	4 680 746 (65,3 %)	713 537 (11,0 %)
Středočeský kraj / Region	717 367 (5,3 %)	179 757 (2,5 %)	537 610 (8,3 %)
Jihočeský kraj / Region	1 006 299 (7,4 %)	316 968 (4,4 %)	689 331 (10,6 %)
Plzeňský kraj / Region	539 432 (4,0 %)	190 792 (2,7 %)	348 640 (5,4 %)
Karlovarský kraj / Region	770 180 (5,6 %)	499 037 (7,0 %)	271 143 (4,2 %)
Ústecký kraj / Region	359 571 (2,6 %)	129 971 (1,8 %)	229 600 (3,5 %)
Liberecký kraj / Region	674 958 (4,9 %)	157 360 (2,2 %)	517 598 (8,0 %)
Královéhradecký kraj / Region	887 470 (6,5 %)	212 922 (3,0 %)	674 548 (10,4 %)
Pardubický kraj / Region	330 959 (2,4 %)	48 125 (0,7 %)	282 834 (4,4 %)
Kraj Vysočina / Region	370 515 (2,7 %)	54 680 (0,8 %)	315 835 (4,9 %)
Jihomoravský kraj / Region	1 099 351 (8,1 %)	401 049 (5,6 %)	698 302 (10,8 %)
Olomoucký kraj / Region	405 334 (3,0 %)	91 723 (1,3 %)	313 611 (4,8 %)
Zlínský kraj / Region	483 929 (3,5 %)	69 587 (1,0 %)	414 342 (6,4 %)
Moravskoslezský kraj / Region	607 265 (4,4 %)	131 859 (1,8 %)	475 406 (7,3 %)



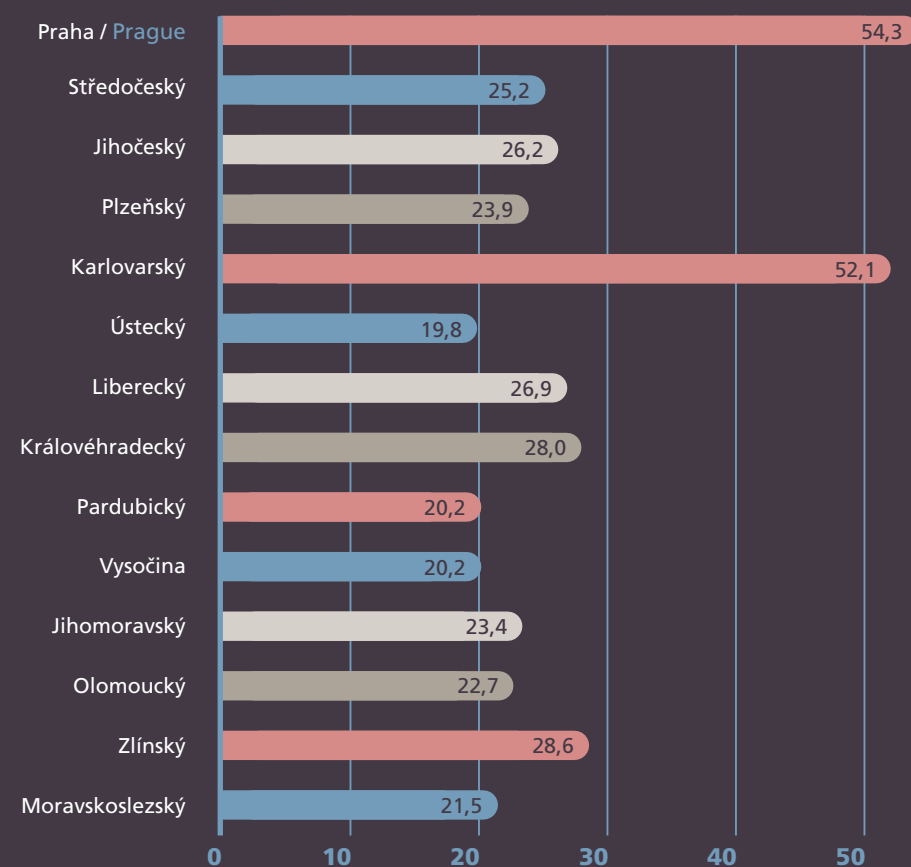


**TAB. 2.2.3** Počet přenocování hostů v hromadných ubytovacích zařízeních cestovního ruchu v krajích  
Number of Overnight Stays of Guests in Collective Accommodation Establishments of Tourism by Regions

	Přenocování celkem Overnight Stays Total	v tom including	
		Zahraniční hosté Foreign Guests	Domácí hosté Domestic Guests
Česká republika celkem Czech Republic Total	<b>39 567 512</b> (100 %)	<b>20 521 815</b> (100 %)	<b>19 045 697</b> (100 %)
v tom / including	↓	↓	↓
Hlavní město Praha Capital Prague	13 601 964 (34,4 %)	12 282 810 (59,9 %)	1 319 154 (6,9 %)
Středočeský kraj / Region	1 787 812 (4,5 %)	429 024 (2,1 %)	1 358 788 (7,1 %)
Jihočeský kraj / Region	2 891 982 (7,3 %)	679 755 (3,3 %)	2 212 227 (11,6 %)
Plzeňský kraj / Region	1 373 295 (3,5 %)	401 522 (2,0 %)	971 773 (5,1 %)
Karlovarský kraj / Region	4 658 504 (11,8 %)	3 405 987 (16,6 %)	1 252 517 (6,6 %)
Ústecký kraj / Region	1 015 631 (2,6 %)	356 036 (1,7 %)	659 595 (3,5 %)
Liberecký kraj / Region	2 299 697 (5,8 %)	563 943 (2,7 %)	1 735 754 (9,1 %)
Královéhradecký kraj / Region	3 137 732 (7,9 %)	748 160 (3,6 %)	2 389 572 (12,5 %)
Pardubický kraj / Region	936 428 (2,4 %)	121 006 (0,6 %)	815 422 (4,3 %)
Kraj Vysočina / Region	983 675 (2,5 %)	140 263 (0,7 %)	843 412 (4,4 %)
Jihomoravský kraj / Region	2 150 333 (5,4 %)	694 328 (3,4 %)	1 456 005 (7,6 %)
Olomoucký kraj / Region	1 403 751 (3,5 %)	186 945 (0,9 %)	1 216 806 (6,4 %)
Zlínský kraj / Region	1 532 347 (3,9 %)	188 019 (0,9 %)	1 344 328 (7,1 %)
Moravskoslezský kraj / Region	1 794 361 (4,5 %)	324 017 (1,6 %)	1 470 344 (7,7 %)



**GRAF 2.2.4** Čisté využití lůžek v hotelech a podobných ubytovacích zařízeních v krajích (v %) Net use of Beds at Hotels and Similar Accommodation Establishments in Regions (in %)



**TAB. 2.2.4** Hosté v lázeňských zařízeních cestovního ruchu dle krajů Guests at Balneological Establishments of Tourism by Region

	Počet příjezdů Guests Arrivals		Počet přenocování Number of Overnight Stays	
	Celkem Total	Z toho cizinci From it Foreigners	Celkem Total	Z toho cizinci From it Foreigners
Česká republika celkem Czech Republic Total	<b>711 495</b>	<b>350 402</b>	<b>6 646 146</b>	<b>3 055 659</b>
v tom / including	↓	↓	↓	↓
Středočeský kraj / Region	26 179	4 094	219 606	31 923
Jihočeský kraj / Region	28 761	785	347 667	5 516
Karlovarský kraj / Region	437 301	328 228	3 638 590	2 843 193
Ústecký kraj / Region	21 095	4 460	236 150	54 594
Královéhradecký kraj / Region	23 661	1 467	368 161	11 541
Olomoucký kraj / Region	48 465	1 515	544 209	8 837
Zlínský kraj / Region	64 100	5 887	478 637	42 597
Moravskoslezský kraj / Region	25 057	1 566	399 517	34 569

**TAB. 2.2.5** Zahraniční hosté v hromadných ubytovacích zařízeních Foreign Guests at Collective Accommodation Establishments

	Počet příjezdů Number of Arrivals	% z celku % of total	Průměrná doba pobytu Average Days of Stay
Cizinci celkem Foreigners, total	<b>7 164 576</b>	<b>100,0</b>	<b>3,9</b>
v tom / including	↓	↓	↓
Německo / Germany	1 420 698	19,8	4,2
Rusko / Russia	694 138	9,7	6,0
Polsko / Poland	382 595	5,3	3,0
Slovensko / Slovak Republic	370 910	5,2	3,1
Itálie / Italy	366 910	5,1	3,5
Spojené království / U. K.	353 165	4,9	3,8
USA / U.S.A.	346 527	4,8	3,4
Francie / France	275 449	3,8	3,6
Španělsko / Spain	203 891	2,8	3,0
Nizozemsko / Netherlands	201 537	2,8	3,8
Rakousko / Austria	198 687	2,8	4,4
Japonsko / Japan	145 409	2,0	2,6
Ukrajina / Ukraine	136 557	1,9	2,9
Čína / China	131 418	1,8	2,5
Maďarsko / Hungary	125 929	1,8	4,1
Jižní Korea / Republic of Korea	111 608	1,6	3,1
Dánsko / Denmark	103 816	1,4	4,2
Belgie / Belgium	90 582	1,3	4,7
Izrael / Israel	86 595	1,2	3,6
Švédsko / Sweden	83 672	1,2	3,6
TOP 20 zemí celkem TOP 20 countries total	5 830 093	81,4	
Ostatní / Others	1 334 483	18,6	



## 2.3 PŘÍJEZDOVÝ CESTOVNÍ RUCH

V rámci šetření „Příjezdový cestovní ruch“ navštívilo dle kvalifikovaného odhadu v roce 2012 Českou republiku téměř **22,7 mil. zahraničních návštěvníků, z toho 8,9 mil. turistů** (39,3 %), **11,6 mil. jednodenních návštěvníků** (51,1 %), a **2,2 mil. tranzitujících cizinců** (9,6 %). Ve srovnání s rokem 2011 vzrostl celkový počet účastníků cestovního ruchu o 1,2 mil. (5,6 %), z toho u zahraničních turistů o 0,4 mil. a u jednodenních návštěvníků o 0,7 mil. osob, u tranzitujících cizinců o 74 tis. osob. Podle odhadu utratili **zahraniční návštěvníci** v roce 2012 v souvislosti s pobytem v ČR celkem **147 mld. Kč**: z toho 59 mld. Kč před pobytem (40 %) a 88 mld. Kč během pobytu (60 %); z toho jednodenní návštěvníci 18,3 mld. Kč (11 %), zahraniční turisté 126,4 mld. Kč (86 %) a tranzitující cizinci 2,5 mld. Kč (2 %).

Ve srovnání s rokem 2011 vzrostly celkové výdaje účastníků cestovního ruchu o 6 %.

### Základní informace

MMR ČR je zadavatelem šetření, které slouží ke stanovení celkového odhadu počtu a struktury zahraničních návštěvníků ČR a jejich výdajů spojených s cestovním ruchem. Šetření je jedním z hlavních zdrojů dat pro pravidelnou konstrukci poptávkové strany Satelitního účtu cestovního ruchu ČR.

### Metodika

Zjišťování probíhá formou face-to-face rozhovoru s využitím tištěného dotazníku. Nerezidenti jsou dotazováni na vhodných místech v blízkosti vybraných hraničních přechodů, na vybraných vlakových nádražích, na Letišti Václava Havla apod. Respondenti jsou vybíráni metodou náhodného výběru. Dotazování je rozloženo v místě a čase tak, aby pokrylo všechny socio-demografické skupiny cizinců.

**Zahraniční návštěvník** – nerezident, který se účastní cestovního ruchu v ČR, zahrnuje následující kategorie zahraničních respondentů:

- **Turista** – osoba, která se účastní cestovního ruchu s alespoň jedním přenocováním v ČR
- **Jednodenní návštěvník** – zahraniční účastník cestovního ruchu bez přenocování v ČR, tzn. účastník jednodenního výletu
- **Tranzitující návštěvník** – účastník cestovního ruchu bez přenocování v ČR, který územím ČR pouze projíždí, hlavním cílem jeho cesty je místo mimo území ČR

### Hlavní sledované ukazatele

Stát trvalého pobytu, Důvod a frekvence návštěv, Délka pobytu – pouze u turistů, Navštívená místa – pouze u jednodenních návštěvníků a turistů, Ubytování – pouze u turistů, Výdaje a jejich struktura ad.

*Není-li uvedeno jinak vztahují se všechny údaje k České republice za rok 2012, podrobnější informace naleznete na [www.mmr.cz](http://www.mmr.cz)*

## 2.3 INBOUND TOURISM

The Inbound Tourism survey leads to a qualified estimate that almost **22.7 million foreign visitors** came to the Czech Republic in 2012, of which **8.9 million** were foreign tourists (39.3 %), **11.6 million same-day visitors** (51.1 %), and **2.2 million visitors in transit** (9.6 %). Compared to 2011, the total number of tourism participants increased by 1.2 million (5.6 %), of which 0.4 million can be attributed to foreign tourists, 0.7 million to same-day visitors and 0.7 million to visitors in transit. It is estimated that in 2012 **foreign visitors** spent a total of **CZK 147 billion** in connection with their stay in the Czech Republic: Of which CZK 59 billion was spent by tourism participants before their stay (40%) and CZK 88 billion during their stay (60 %); Of which same-day visitors spent CZK 18.3 billion (11 %), foreign tourists CZK 126.4 billion (86 %) and visitors in transit CZK 2.5 billion (2 %).

Compared to 2011, tourism participants' total expenditures rose by 6 %.

### Basic information

Ministry for Regional Development is the ordering party of a survey, purpose of which is to determine the total estimated number and structure of foreign visitors to the Czech Republic and the structure of their expenses. Survey is one of the main sources of data for formation and making more accurate the Tourism Satellite Account of the Czech Republic.

### Methodology

Survey runs in a face-to-face form and the printed questionnaire is used. The places for questioning of non-residents are in localities not far from selected border crossings, in selected train and bus stations, Václav Havel Airport etc. Respondents are selected in the form of random sampling. Questioning is split up by place and by time in a way that it covers all social demographic groups of foreigners.

**Foreign visitor** – non-resident, who participates in Tourism in the Czech Republic, includes the following categories of foreign respondents:

- **Tourist** – a person, who participates in tourism with at least a one day overnight stay in the CR
- **Some-day visitor** – foreign tourism participant without an overnight stay in the CR
- **Transiting visitor** – participant of tourism without an overnight stay in the Czech Republic, who only passes through the Czech territory, main destination of his/her trip is a place outside the Czech Republic.

### Main published indicators

Place of permanent residence, Visit purpose and frequency Length of stay – only for tourists, Places visited – only for some-day visitors and tourists, Accommodation – only for tourists Expenses and their structure

*All the data relate to the Czech Republic in 2012, unless otherwise stated, more detailed information is found at [www.mmr.cz](http://www.mmr.cz)*

**TAB. 2.3.1** Celkový počet zahraničních návštěvníků České republiky (v tis.)  
Total Number of Foreign Visitors of the Czech Republic (thous.)

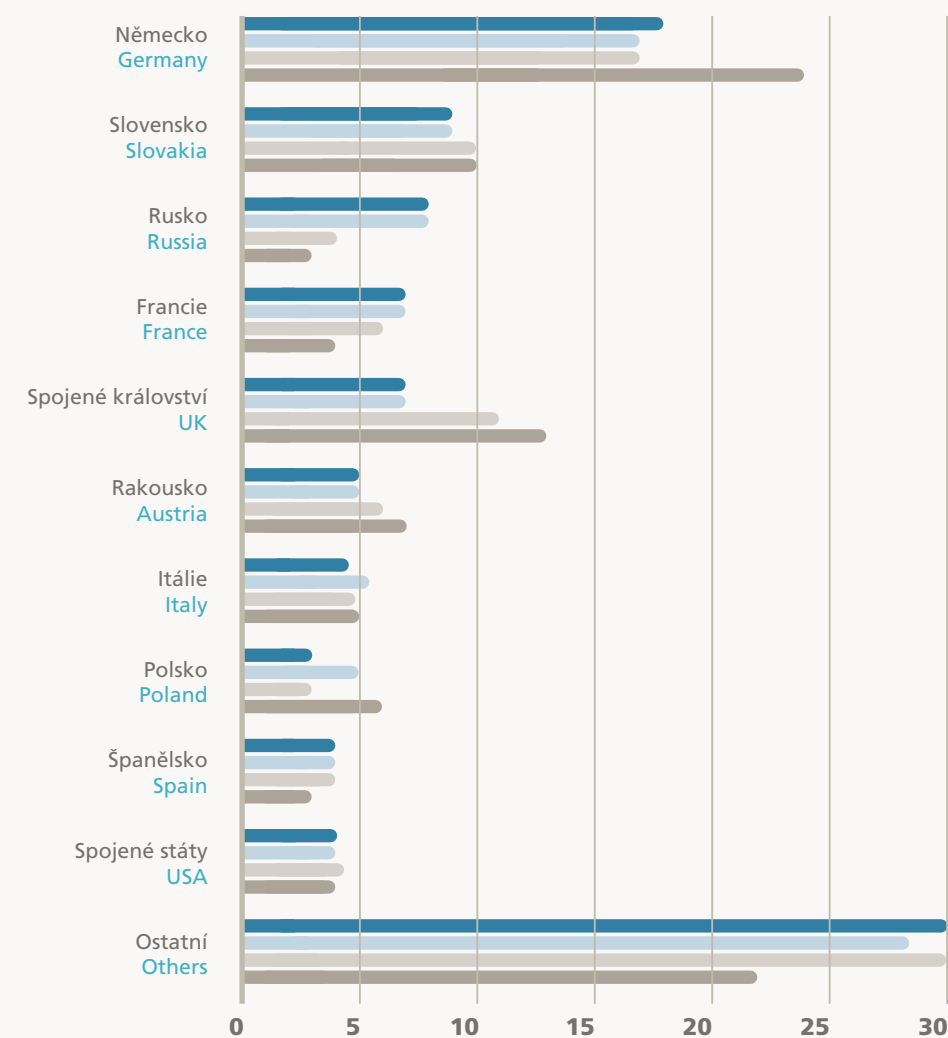
	2010	2011	2012	rozdíl 2012 proti 2011 2012 compared to 2011	
				v tis. / thous.	v % / in %
Celkem / Total	20 896	22 153	22 660	507	2,3
v tom / including	↓	↓	↓	↓	↓
Turisté Tourists	8 185	8 755	8 908	153	1,7
Jednodenní návštěvníci Same-day visitors	10 670	11 247	11 591	344	3,1
Tranzitující Transit	2 041	2 151	2 161	10	0,5

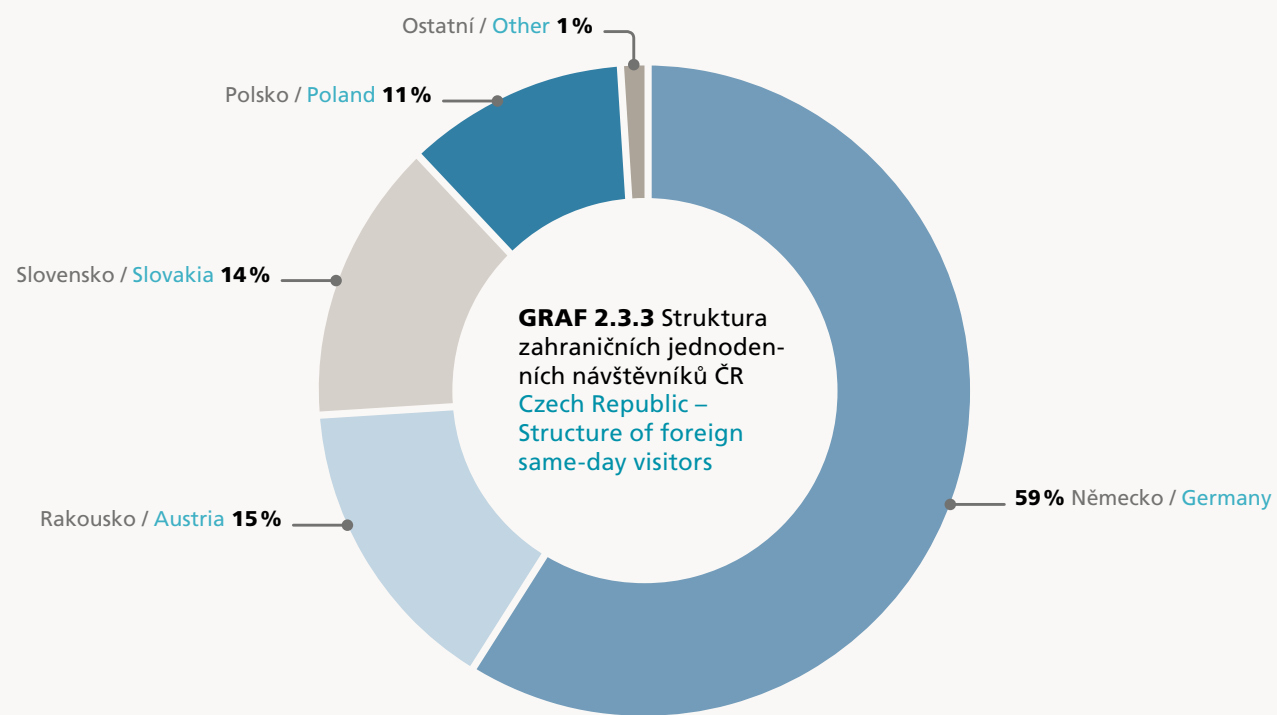
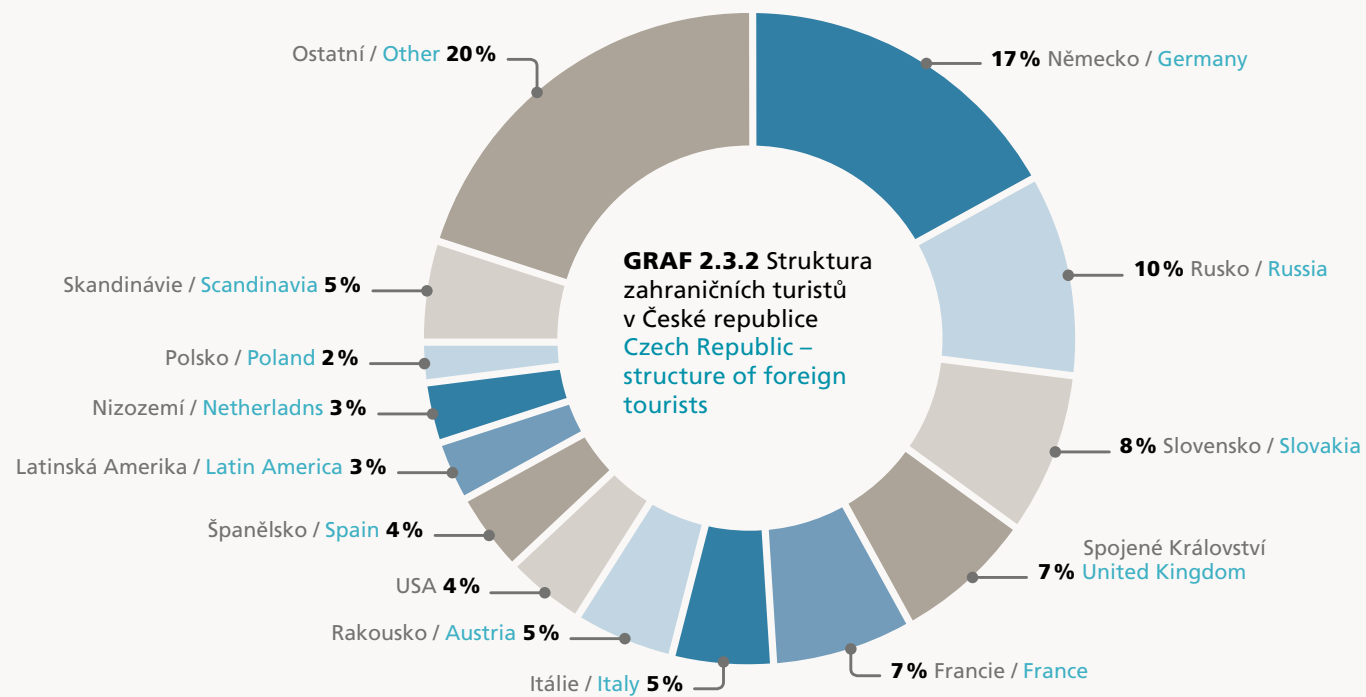
Zdroj / Source: Stem/Mark

**GRAF 2.3.1**  
Země původu zahraničních turistů v ČR v období 2009–2012 (%)  
Country of Origin of Foreign Tourists in the CR in 2009–2012 (%)

■ 2012  
■ 2011  
■ 2010  
■ 2009

Zdroj / Source: Stem/Mark

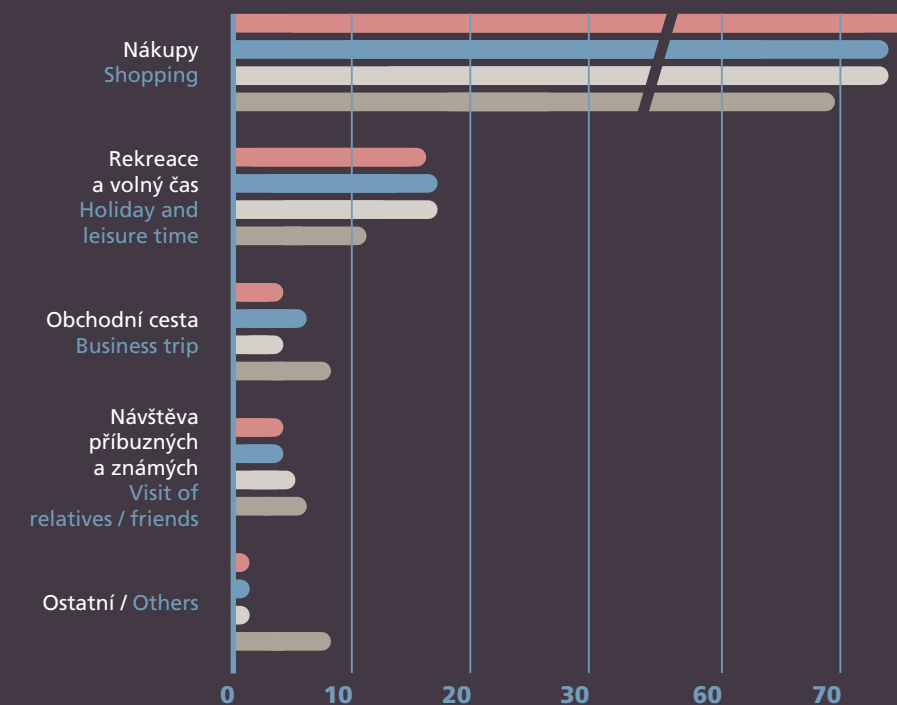




**GRAF 2.3.4** Hlavní důvod návštěvy zahraničních jednodenních návštěvníků ČR v období 2009–2012 (%)  
Main Reason of Visit of Same-day Visitors of the CR in 2009–2012 (%)

2012  
2011  
2010  
2009

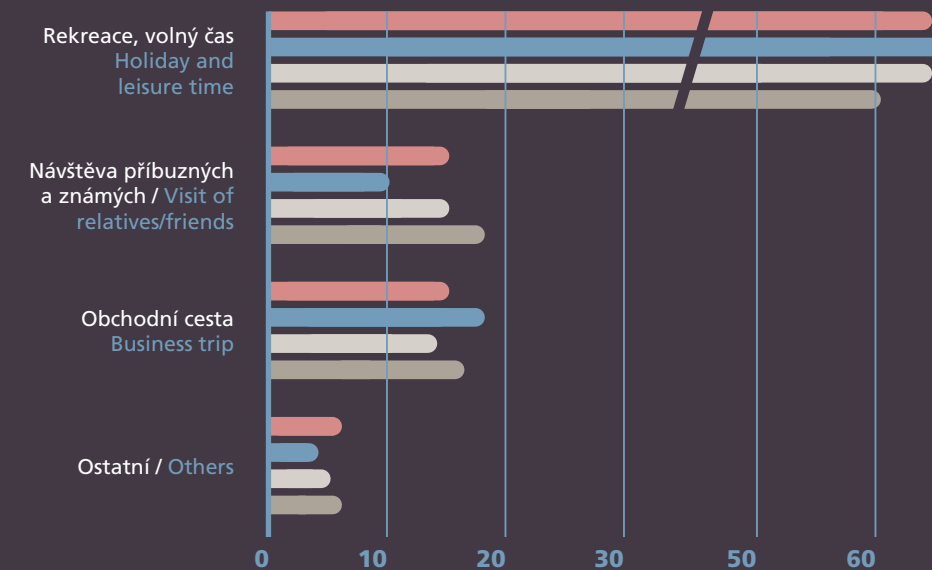
Zdroj / Source: Stem/Mark



**GRAF 2.3.5** Hlavní důvod návštěvy zahraničních turistů v ČR v období 2009–2012 (%)  
Main Reason of Visit of Foreign Tourists of the CR in 2009–2012 (%)

2012  
2011  
2010  
2009

Zdroj / Source: Stem/Mark

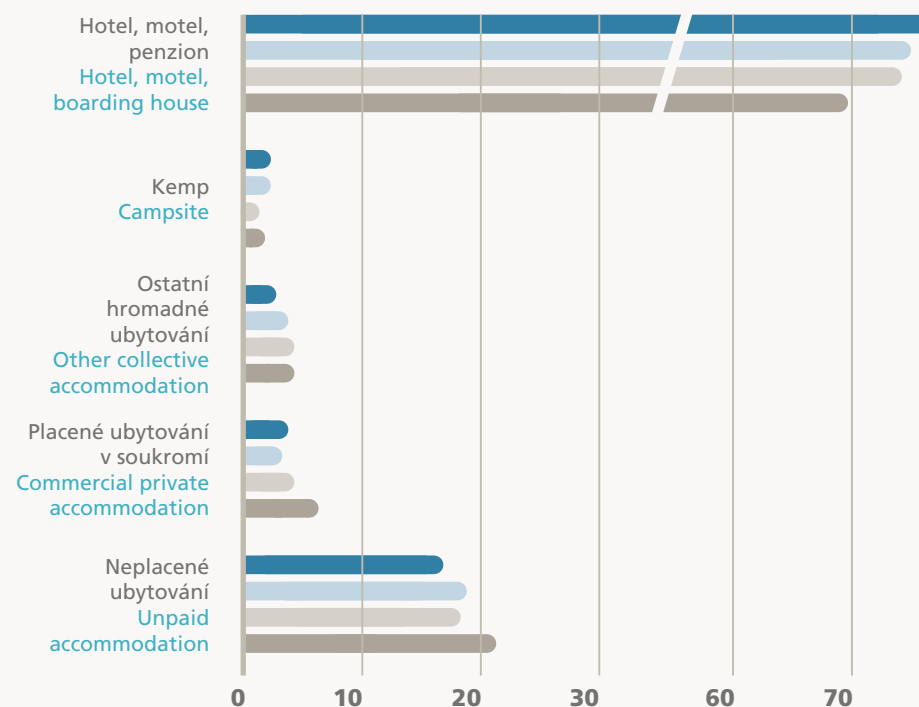




**GRAF 2.3.6** Druh ubytování zahraničních turistů v ČR v období 2009–2012  
Type of Accommodation of Foreign Tourists in the CR in 2009–2012

2012  
2011  
2010  
2009

Zdroj / Source: Stem/Mark



**TAB. 2.3.2** Průměrné výdaje zahraničních turistů spojené s návštěvou ČR  
Average expenditures of the foreign tourist related to visit of the Czech Republic

	2010		2011		2012	
částka / amount	2 445		2 402		2 511	
struktura výdajů / structure of expenditures	CZK	%	CZK	%	CZK	%
zájezd na klíč / custom made trips	265	10,8	307	12,8	349	13,9
ubytování / accommodation	487	19,9	439	18,3	459	18,3
doprava / transport	630	25,8	611	25,4	611	24,3
pohonné hmoty / fuel	75	3,1	79	3,3	86	3,4
stravování / meals in restaurants	383	15,7	382	15,9	373	14,9
zboží / goods	379	15,5	363	15,1	400	15,9
ostatní / other	225	9,2	221	9,2	233	9,3

Zdroj / Source: Stem/Mark

1,2 mil.



o tolik vzrostl celkový počet účastníků cestovního ruchu ve srovnání s rokem 2011

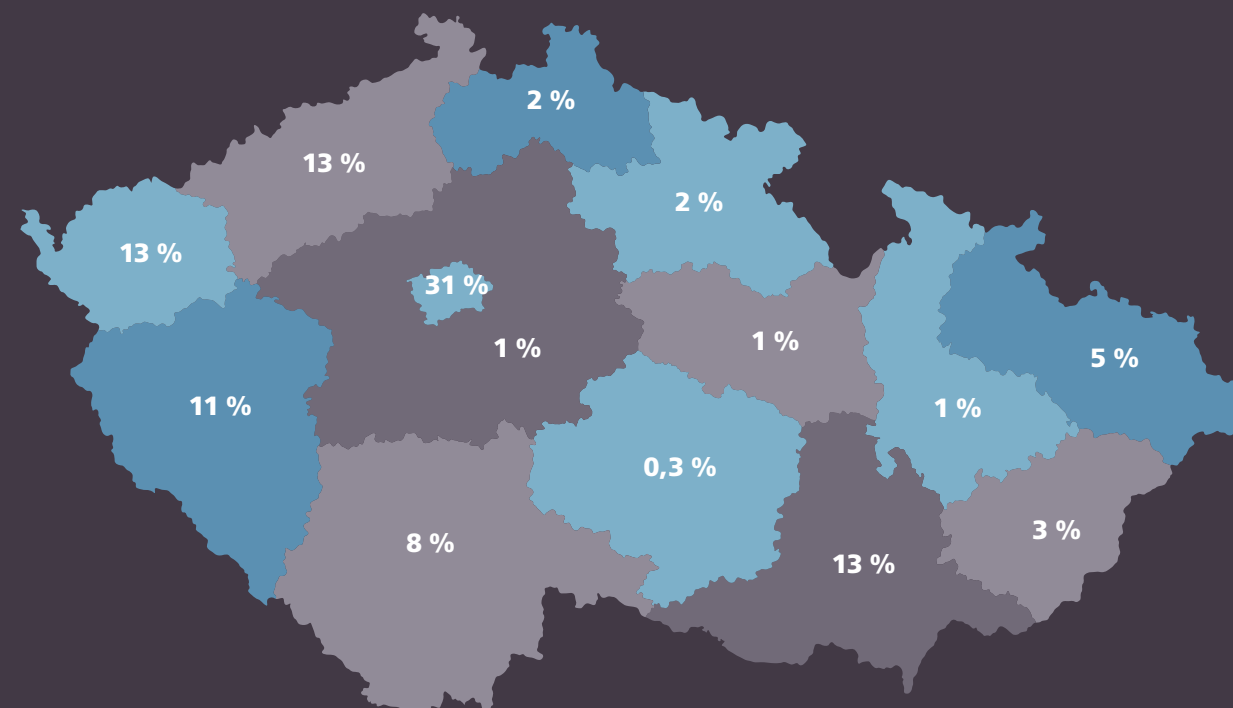
So much increased the total number of tourists compared with the year 2011

**TAB. 2.3.3** Průměrné výdaje zahraničních turistů spojené s návštěvou ČR  
Average expenditures of the foreign tourist related to visit of the Czech Republic

	2010		2011		2012	
částka / amount	1 544		1 509		1 569	
struktura výdajů / structure of expenditures	CZK	%	CZK	%	CZK	%
doprava / transport	59	3,8	81	5,4	91	5,8
pohonné hmoty / fuel	489	31,7	437	29,0	411	26,2
stravování / meals in restaurants	101	6,6	97	6,4	93	5,9
zboží / goods	828	53,6	830	55,0	891	56,8
ostatní / other	66	4,3	63	4,2	83	5,3

Zdroj / Source: Stem/Mark

**MAPA 2.3.1** Podíl zahraničních návštěvníků ČR\* v jednotlivých krajích  
Share of foreign visitors in particular regions of the Czech Republic



Zdroj / Source: Stem/Mark

\* součet zahraničních turistů, jednodenních návštěvníků a tranzitujících návštěvníků  
\* sum of foreign tourists, same-day visitors and transiting visitors



## 2.4 VÝJEZDOVÝ A DOMÁCÍ CESTOVNÍ RUCH

V roce 2012 bylo u rezidentů České republiky vykázáno **11,7 mil. delších cest** za účelem trávení volného času a rekreace, z toho **7,3 mil. tuzemských** a **4,4 mil. zahraničních delších cest**. Nejnavštěvovanější zahraniční destinací bylo již tradičně **Chorvatsko** (přes 800 tis. delších cest), následováno **Slovenskem** (přes 580 tis.) a **Itálií** (téměř 550 tis. cest). V tuzemsku trávili Češi nejvíce dovolených v kraji Středočeském (17,5 % všech tuzemských delších cest), následoval Jihočeský (14 %) a Liberecký kraj (8,8 %).

Celkový počet **kratších cest** rezidentů činil **19,7 mil.**, z toho v **tuzemsku 18,6 mil.** a do **zahraničí přes 1 mil.** pobytů. Tyto zahraniční pobyty do 3 přenocování byly v drtivé většině realizovány do okolních zemí. **Služebních cest** s minimálně jedním přenocováním bylo vykázáno celkem téměř **1,5 mil.**, z toho cca **900 tis. v ČR** a **560 tis. do zahraničí**.

### Metodika

Zdrojem údajů o výjezdovém a domácím cestovním ruchu občanů České republiky je **výběrové šetření cestovního ruchu (VŠCR)**, které provádí ČSÚ v náhodně vybraném vzorku domácností. V šetření, které se provádí kontinuálně – každý měsíc – jsou respondenti dotazováni na cesty, jež uskutečnili v referenčním období. Výsledky ze šetření se publikují čtvrtletně.

Předmětem šetření jsou všechny osoby obvykle bydlící v soukromých domácnostech na území ČR. Zjišťovány jsou údaje o cestách soukromých (za účelem trávení volného času, rekreace, návštěvy příbuzných či známých apod.) a o cestách služebních. Do cestovního ruchu jsou zahrnuty cesty pouze do míst mimo obvyklé prostředí respondenta (mimo respondentovo trvalé a přechodné bydliště, pracoviště, školu apod.). V souladu s mezinárodní metodikou se do cestovního ruchu počítají jen ty cesty, jejichž doba trvání nepřekročila 12 měsíců.

Údaje zjištěné ve výběrovém šetření jsou přepočteny na celou populaci starší 15 let.

### Hlavní sledované ukazatele

1. **Domácí cestovní ruch** – turistika realizovaná rezidenty v domácím prostředí (v ČR) mimo jejich obvyklé prostředí.
2. **Výjezdový cestovní ruch** – představuje turistiku rezidentů ČR v zahraničí.
3. **Delší cesta** – cesta za účelem trávení volného času a rekreace, při které osoba alespoň 4x za sebou přenocovala mimo své obvyklé prostředí.
4. **Kratší cesta** – cesta za účelem trávení volného času a rekreace, při které osoba alespoň 1x a nejvíce 3x nepřetržitě za sebou přenocovala mimo své obvyklé prostředí (včetně víkendových pobytů).
5. **Služební cesta** – pobyt služební/pracovního charakteru mimo obvyklé prostředí osoby s nejméně jedním přenocováním, jejíž délka nesmí překročit 12 měsíců (kongresy a konference, veletrhy a výstavy, obchodní jednání a firemní mise, cesty za účelem uzavření obchodní a jiné smlouvy, montáže a opravy, obchod, profesní cesty, školení za účelem zvyšování odbornosti a kvalifikace, služební doprovod jiných osob apod.).
6. **Průměrný počet přenocování** – připadající na jednu cestu, charakterizuje délku cesty.
7. **Průměrné výdaje na 1 cestu/1den cesty** – průměrné výdaje účastníka na jednu cestu/jeden den cesty (v Kč).

*Není-li uvedeno jinak vztahují se všechny údaje k České republice za rok 2012.*

*Podrobnější informace naleznete na [www.czso.cz](http://www.czso.cz)*

## 2.4 OUTGOING AND DOMESTIC TOURISM

In 2012, Czech Republic residents made **11.7 million long trips** for leisure and recreation purposes, of which **7.3 million were domestic** and **4.4 million foreign long trips**. Traditionally, the most popular foreign destination was **Croatia** (over 800,000 long trips), followed by **Slovakia** (over 580,000) and **Italy** (almost 550,000 trips). As concerns domestic tourism, Czechs spent most of their vacations in the Central Bohemia region (17.5 % of all domestic long trips), followed by the South Bohemia (14 %) and Liberec regions (8.8 %).

The total number of **short trips** of Czech residents was **19.7 million**, of which **18.6 million were domestic** and over **1 million foreign trips**. Most of these trips abroad not exceeding three overnight stays were to neighbouring countries. Almost **1.5 million business trips** with at least one overnight stay were recorded, of which approx. **900,000 in the Czech Republic** and **560,000 abroad**.

### Methodology

Source of information about outgoing and domestic tourism by the citizens of the Czech Republic is the sample survey on tourism, which is performed by the CZSO in households. Information on travelling habits is collected continuously. In survey the respondents answer the questions concerning their tourism trips realised in with a one month reference period. Data results are published quarterly.

Surveyed are all the persons that usually live in the household selected by sample survey on the territory of the Czech Republic. He/she is asked about trips that he/she has realized in the reference period for the private purpose (holiday or leisure time, visit of relatives or friends etc.) and for the business purpose. Only trips outside the usual environment (i.e. outside of permanent residence, workplace, school etc.) – not exceeding 1 year – are included into tourism. Data collected in sample survey are calculated for the entire population above 15 years of age.

### Main published indicators

1. **Domestic tourism** – tourism realized by residents in domestic environment in the Czech Republic outside of their usual environment
2. **Outgoing tourism** – represents tourism by Czech residents abroad.
3. **Long trip** – trip for the purpose of spending leisure time and recreation, where a person at least 4x in a row has stayed overnight outside of his/her usual environment.
4. **Short trip** – trip for the purpose of spending leisure time and recreation, where a person at least 1x and at most 3x continuously stayed overnight outside of his/her usual environment (including weekend stays).
5. **Business trip** – stay that is of employment/work character outside of the usual environment of a person with at least one overnight, length of which cannot exceed 12 months (congresses and conferences, trade fairs and expositions, business negotiations and company missions, trips for the purpose of signing a business or another contract, installation and repair, trade (purchase and sale), professional trips, trainings for the purpose of raising expertise and qualifications, service accompaniment of other persons etc.)
6. **Average number of overnights** – charged to one trip, characterizes the trip length.
7. **Average costs per 1 trip/1 day of trip** – average expenses per participant for one trip/one day of trip in CZK.

*All the data relate to the Czech Republic in 2012, unless otherwise stated.*

*More detailed information is found at [www.czso.cz](http://www.czso.cz)*

**TAB. 2.4.1** Počet cest rezidentů a jejich průměrné výdaje na cestovní ruch  
Czech Residents – Number of Trips and Average Tourism Expenditure

	Celkem Total	V ČR In CR	V zahraničí Abroad	meziroční index (%) Year on Year Index (%)		
				Celkem Total	V ČR In CR	V zahraničí Abroad
<b>CESTY CELKEM TRIPS (1 OR MORE OVERNIGHT STAYS) TOTAL</b>						
Počet všech cest (v tis.) Number of Trips (thous.)	32 858	26 881	5 978	91,9	90,1	101,1
Počet přenocování na všech cestách (v tis.) Number of Overnight Stays (thous.)	135 935	94 981	40 954	98,3	96,2	103,7
Prům. počet přenocování na 1 cestě Average Overnight Stays for 1 Trip	4,1	3,5	6,9	107,0	106,8	102,5
v tom / including	↓	↓	↓	↓	↓	↓
<b>DELSÍ CESTY / LONG TRIPS (THOUS.)</b>						
Počet cest (v tis.) Number of Trips (thous.)	11 727	7 358	4 369	102,2	101,9	102,7
Počet přenocování (v tis.) Overnight Stays (thous.)	93 236	56 977	36 259	103,2	102,5	104,4
Prům. počet přenocování na 1 cestě Average Overnight Stays for 1 Trip	8,0	7,7	8,3	101,0	100,6	101,6
Prům. výdaje na 1 cestu (v Kč) Average Expenditures for 1 Trip (CZK)	6 197	2 897	11 756	104,4	105,4	103,5
Prům. výdaje na 1 den cesty (v Kč) Average Expenditures for 1 Day of the Trip (CZK)	692	331	1 264	103,5	104,8	102,1
<b>KRATŠÍ CESTY / SHORT TRIPS</b>						
Počet cest (v tis.) Number of Trips (thous.)	19 679	18 629	1 051	87,4	86,7	102,3
Počet přenocování (v tis.) Overnight Stays (thous.)	38 547	36 200	2 347	88,9	88,2	100,2
Prům. počet přenocování na 1 cestě Average Overnight Stays for 1 Trip	2,0	1,9	2,2	101,7	101,8	97,9
Prům. výdaje na 1 cestu (v Kč) Average Expenditures for 1 Trip (CZK)	975	812	3 858	107,0	105,5	100,0
Prům. výdaje na 1 den cesty (v Kč) Average Expenditures for 1 Day of the Trip (CZK)	330	276	1 193	105,8	104,3	101,4
<b>SLUŽEBNÍ CESTY / BUSINESS TRIPS</b>						
Počet cest (v tis.) Number of Trips (thous.)	1 452	894	559	81,8	78,3	88,3

Pokračování tabulky na následující straně / The table runs on the next page

**TAB. 2.4.1** pokračování / continuing

	Celkem Total	V ČR In CR	V zahraničí Abroad	meziroční index (%) Year on Year Index (%)		
				Celkem Total	V ČR In CR	V zahraničí Abroad
Počet přenocování (v tis.) Overnight Stays (thous.)	4 152	1 804	2 348	90,4	83,7	96,2
Prům. počet přenocování na 1 cestě Average Overnight Stays for 1 Trip	2,9	2,0	4,2	110,4	106,9	109,0
Prům. výdaje na 1 cestu (v Kč) Average Expenditures (CZK)	6 761	2 807	13 088	129,8	107,1	132,5

**Metodické vysvětlivky**

**Delší cesta (DC)** – cesta za účelem trávení volného času a rekreace, při které osoba alespoň 4x nepřetržitě za sebou přenocovala mimo své obvyklé prostředí.  
**Kratší cesta (KC)** – cesta za účelem trávení volného času a rekreace, při které osoba alespoň 1x a nejvíce 3x nepřetržitě za sebou přenocovala mimo své obvyklé prostředí (včetně víkendových pobytů).  
**Služební cesta (SC)** – cesta služební/pracovního charakteru mimo obvyklé prostředí s nejméně jedním přenocováním, jejíž délka nesmí překročit 12 měsíců.  
**Všechny cesty** – součet všech delších, kratších a služebních cest  
**Obvyklé prostředí** – bydliště respondenta (trvalé i přechodné), dále přímé okolí tohoto bydliště, pracoviště nebo místo pravidelného studia, a jiná často navštěvovaná místa.  
 Údaje jsou zjišťovány za osoby ve věku 15 a více let.

**Methodological notes**

**Long trip** – trip for the purpose of leisure activities and recreation that includes at least 4 consecutive overnight stays outside the traveller's usual environment.  
**Short trip** – trip for the purpose of leisure activities and recreation that includes at least 1 and at most 3 consecutive overnight stays outside the traveller's usual environment (incl. weekend stays).  
**Business trip** – Trip for the purpose of business outside the traveller's usual environment, which includes at least one overnight stay and its length does not exceed 12 months.  
**Usual environment** – living place (both permanent address and temporary address), further the direct neighbourhood of this place, working place or place of regular study, and other frequently visited places.  
 All trips – sum of total numbers of long trips, short trips and business trips.  
 Data are collected for persons aged 15+.

**4,4 mil.**  
zahraničních cest  
zahraničních cest



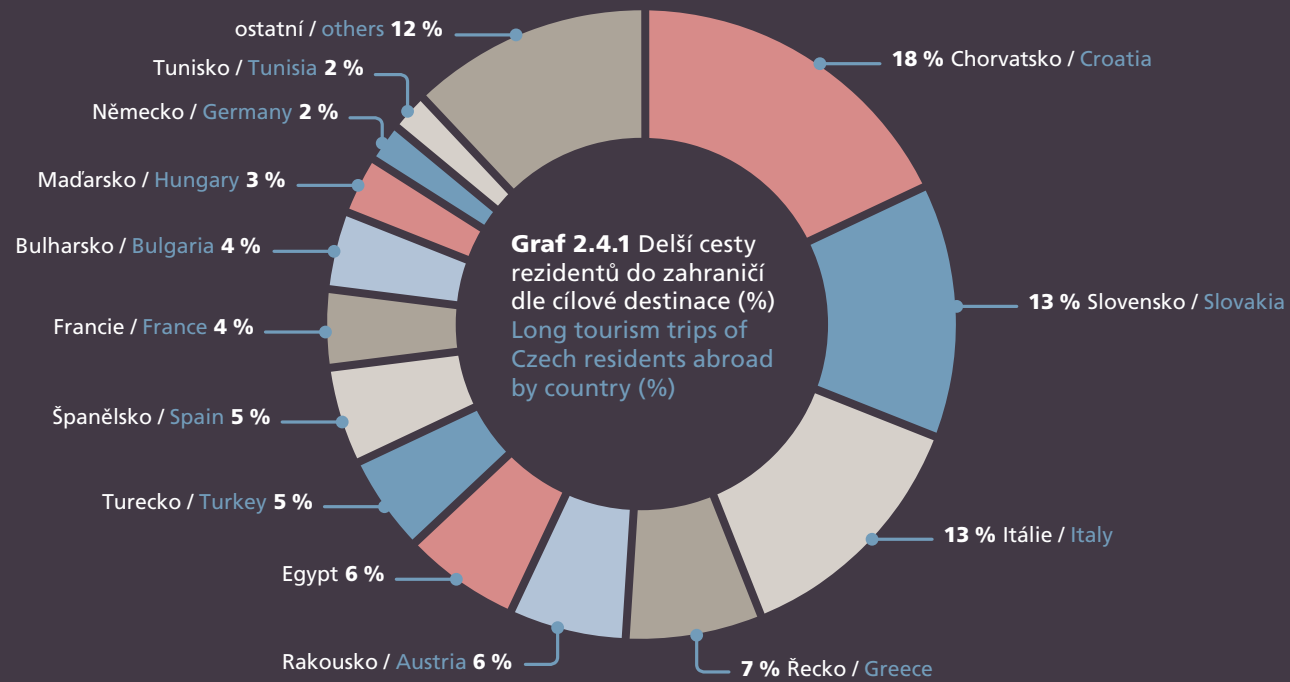
Nejnavštěvovanější zahraniční destinací bylo již tradičně Chorvatsko  
The most visited foreign destinations were traditionally Croatia

**7,3 mil.**  
tuzemských cest  
tuzemských cest



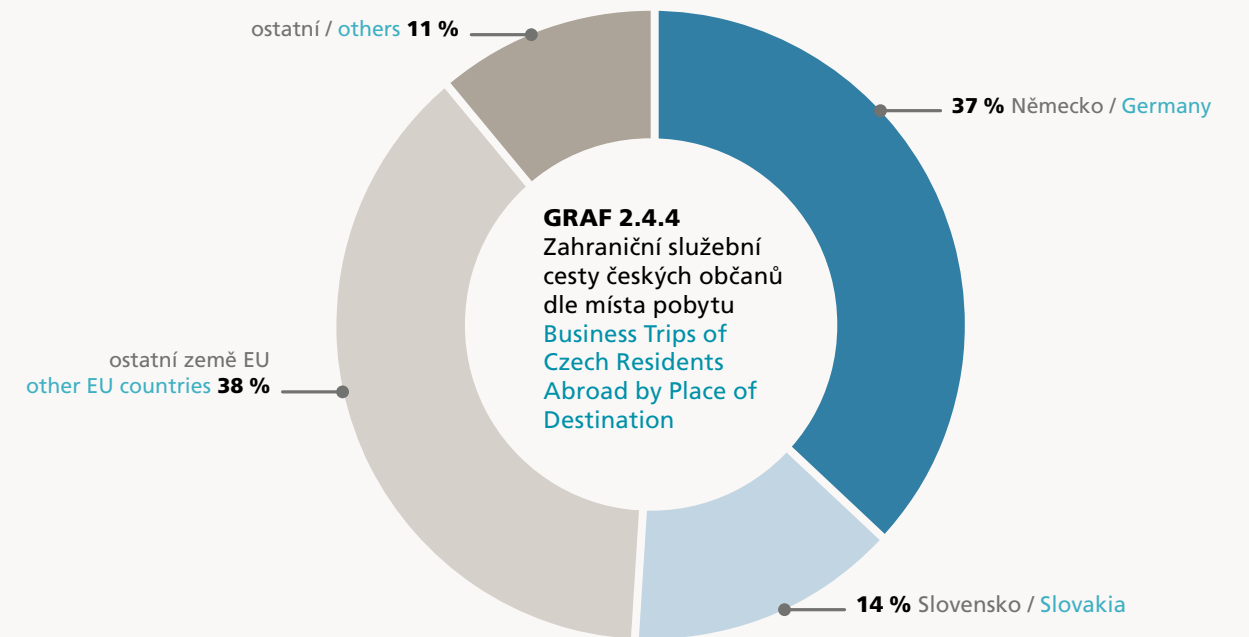
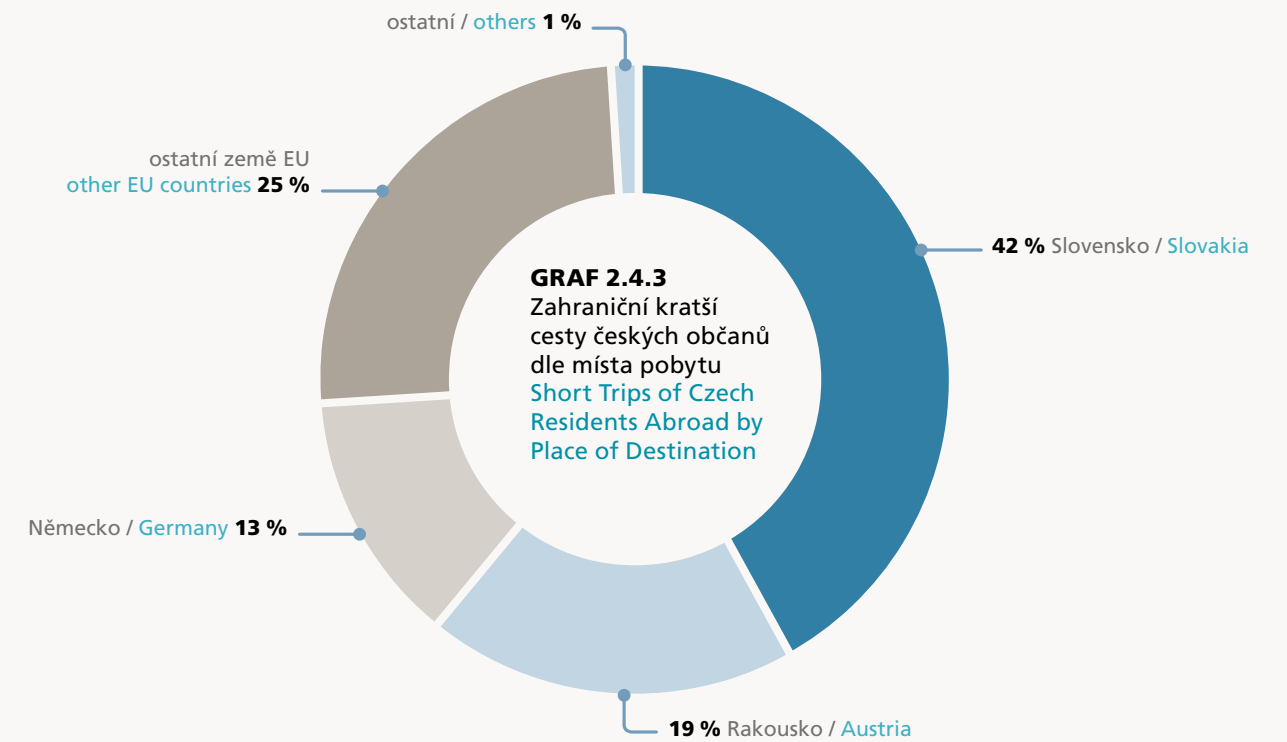
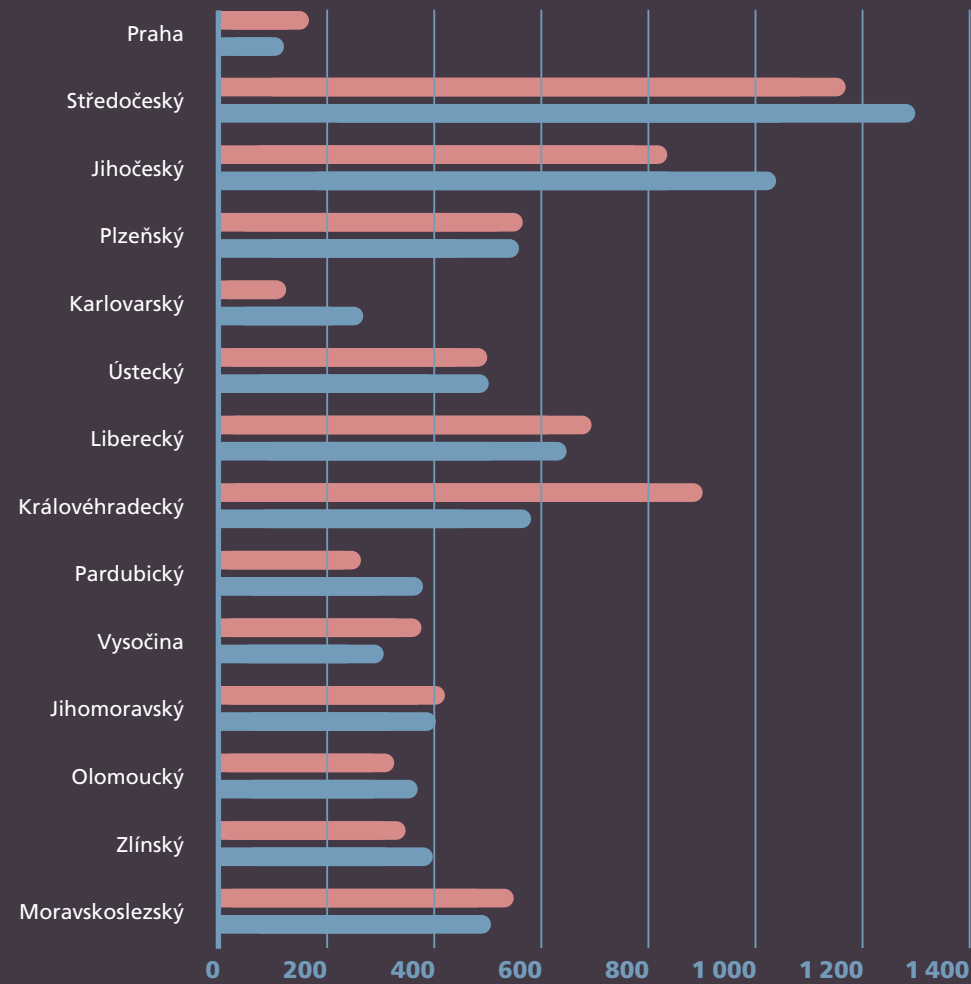
V tuzemsku trávili Češi nejvíce dovolených v kraji Středočeském  
In the Czech Republic spent Czechs most holidays in Středočeský region





**GRAF 2.4.2** Delší tuzemské cesty rezidentů České republiky dle krajů v letech 2011 a 2012  
Long domestic tourism trips of Czech residents by regions in 2011 and 2012

2011  
2012



## 2.5 ZAHRANIČNÍ CESTOVNÍ RUCH ČR – DEVIZOVÉ PŘÍJMY A VÝDAJE

V roce 2012 činili devizové příjmy ze zahraničního cestovního ruchu České republiky 7 037,5 mil. USD. Tento ukazatel vykázal pokles oproti roku 2011 o 8,3 %.

Devizové výdaje na zahraniční cestovní ruch činily v tomto roce 4 295,8 mil. USD. I tento ukazatel vykázal pokles oproti roku 2011 a to ve výši 5,7 %.

Devizové saldo ze zahraničního cestovního ruchu České republiky v roce 2012 činilo 2 741,7 mil. USD. I u tohoto statistického ukazatele byl vykázán pokles oproti roku 2011 ve výši 12,1 %.

### Metodika

Zdrojem údajů o devizových příjmech ze zahraničního cestovního ruchu a výdajích na zahraniční cestovní ruch je platební bilance sestavovaná čtvrtletně Českou národní bankou. Jejím základem je statistika zahraničního obchodu se zbožím a službami (ČSÚ), údaje z výkazů bankovních a nebankovních subjektů, informace z administrativních zdrojů centrálních orgánů a dalších institucí, a také vlastní propočty ČNB. Platební bilance odráží ekonomické

transakce se zahraničím (tj. mezi rezidenty a nerezidenty) za určité časové období. V základní struktuře se platební bilance člení na běžný, kapitálový a finanční účet a změnu rezerv.

Údaje o cestovním ruchu jsou obsaženy v běžném účtu platební bilance. V něm jsou zachyceny toky zboží (vývoz a dovoz) a služeb (příjmy a výdaje z dopravních služeb, cestovního ruchu a ostatních obchodních a neobchodních služeb), výnosy z kapitálu, investic a práce (úroky, dividendy, reinvestované zisky, pracovní příjmy) i kompenzující položky k reálným a finančním zdrojům poskytnutým či získaným bez protihodnoty (běžné jednostranné převody jako např. dary, výživné, penze, zahraniční pomoc, příspěvky aj.).

### Hlavní sledované ukazatele

1. Devizové příjmy ze zahraničního cestovního ruchu
2. Devizové výdaje na zahraniční cestovní ruch
3. Saldo ze zahraničního cestovního ruchu

*Není-li uvedeno jinak vztahují se všechny údaje k České republice za rok 2012.*

*Podrobnější informace naleznete na [www.cnb.cz](http://www.cnb.cz)*

## 2.5 FOREIGN TOURISM IN THE CZECH REPUBLIC – FOREIGN EXCHANGE EARNINGS AND SPENDINGS

In 2012, foreign exchange income from foreign tourism in the Czech Republic amounted to USD 7,037.5 million. Compared to 2011, this indicator dropped by 8.3 %.

In 2012, foreign exchange expenditures for foreign tourism in the Czech Republic amounted to USD 4,295.8 mil. Compared to 2011, this indicator also showed a drop by 5.7 %.

In 2012, balance of foreign tourism in the Czech Republic amounted to USD 2,741.7 million. Compared to 2011, this indicator also showed a drop by 12.1 %.

### Methodology

Source of information about foreign incomes and expenses from foreign tourism is the Balance of Payment put together quarterly by the Czech National Bank. The basis for its compiling are the statistics of foreign trade with goods and service (CZSO), information from the reports of bank and non-bank entities, information from administrative sources from central authorities and other institutions, and furthermore CNB's own calculations. The Balance of Payment portrays foreign economic transac-

tions (i.e. between residents and non-residents) during a certain time period. Basic structure of the Balance of Payment includes current, capital and financial accounts and change in reserves. Information on tourism is contained in the current account of the Balance of Payment.

Current account portrays flow of goods (export and import) and services (incomes and expenses from transportation services, tourism and other trade and nontrade services), yields from capital, investment and work (interests, dividends, reinvested profits, job incomes) as well as compensating items to real and financial sources provided or obtained without a counter value (common one side transactions such as for example gifts, alimony, pensions, foreign help, donations and others).

### Main published indicators

1. Foreign currency incomes from foreign tourism
2. Foreign currency expenses for tourism
3. Balance of foreign tourism

*All the data relate to the Czech Republic in 2012, unless otherwise stated.*

*More detailed information is found at [www.cnb.cz](http://www.cnb.cz)*

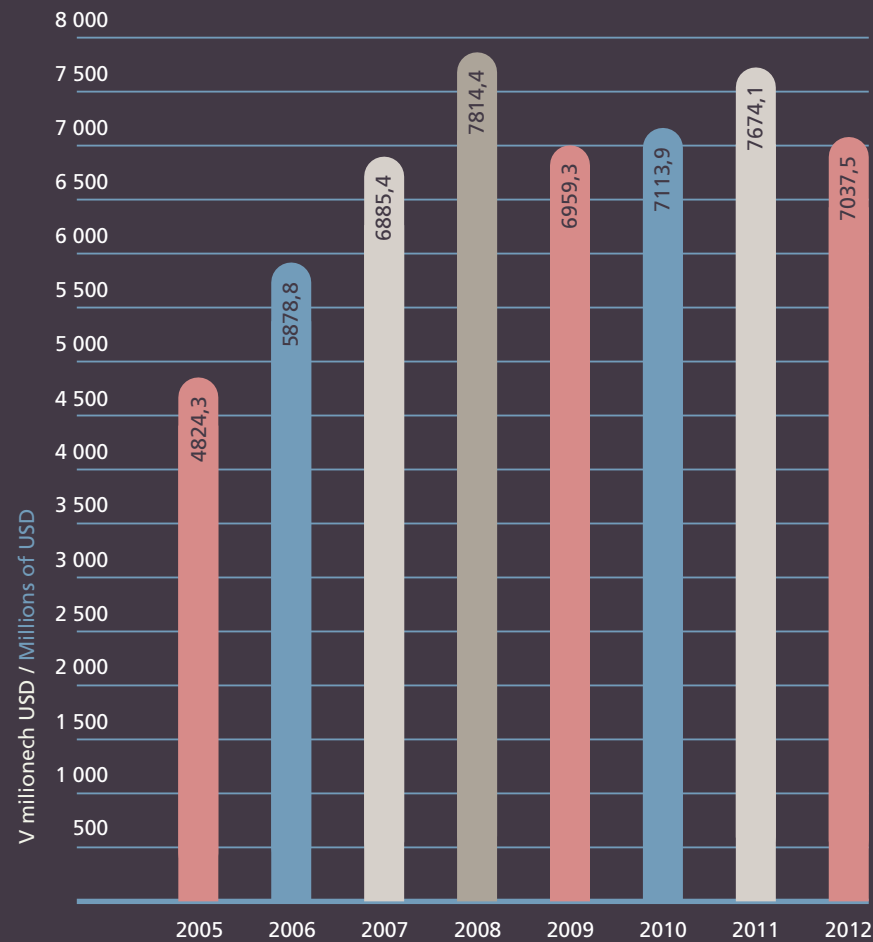




**GRAF 2.5.1**

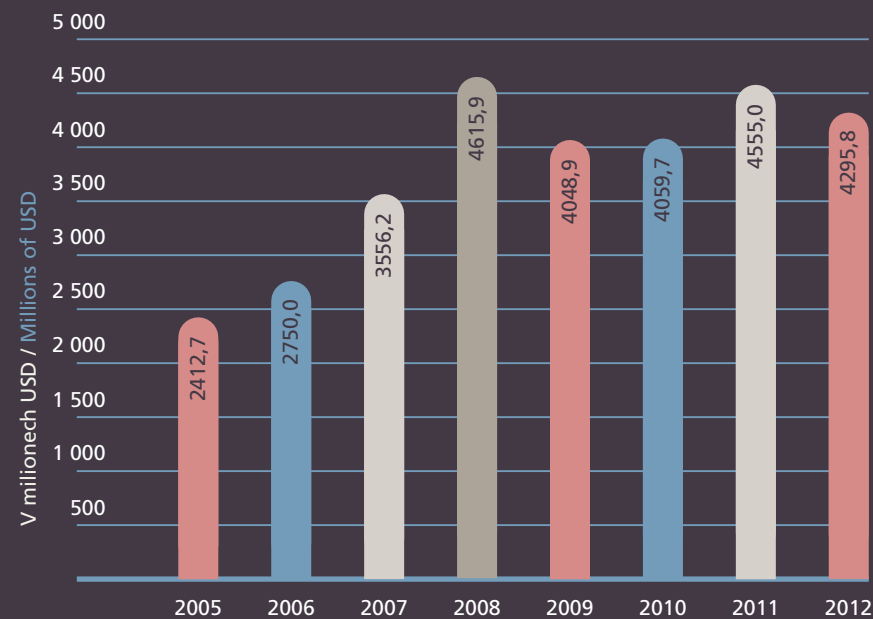
Devizové příjmy ze zahraničního cestovního ruchu v letech 2005–2012

Foreign Currency Revenues from Incoming Tourism in 2005–2012

**GRAF 2.5.2**

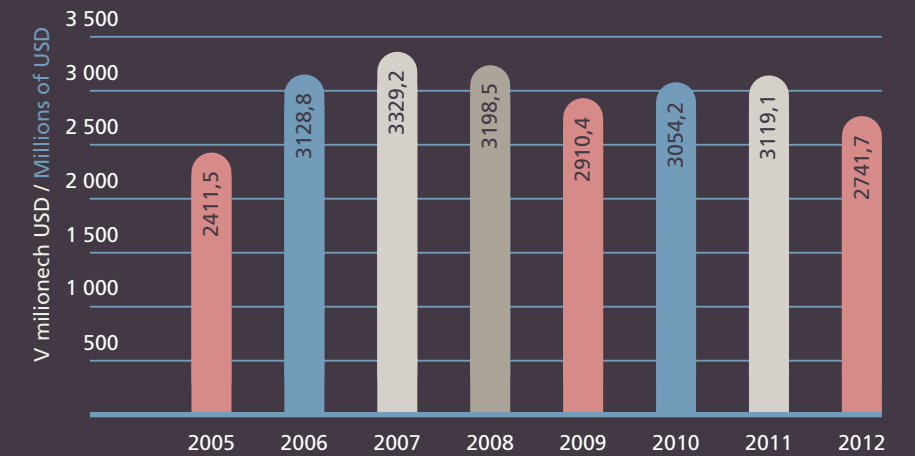
Devizové výdaje na zahraniční cestovní ruch v letech 2005–2012

Foreign Currency Expenditures on Outgoing Tourism in 2005–2012

**GRAF 2.5.3**

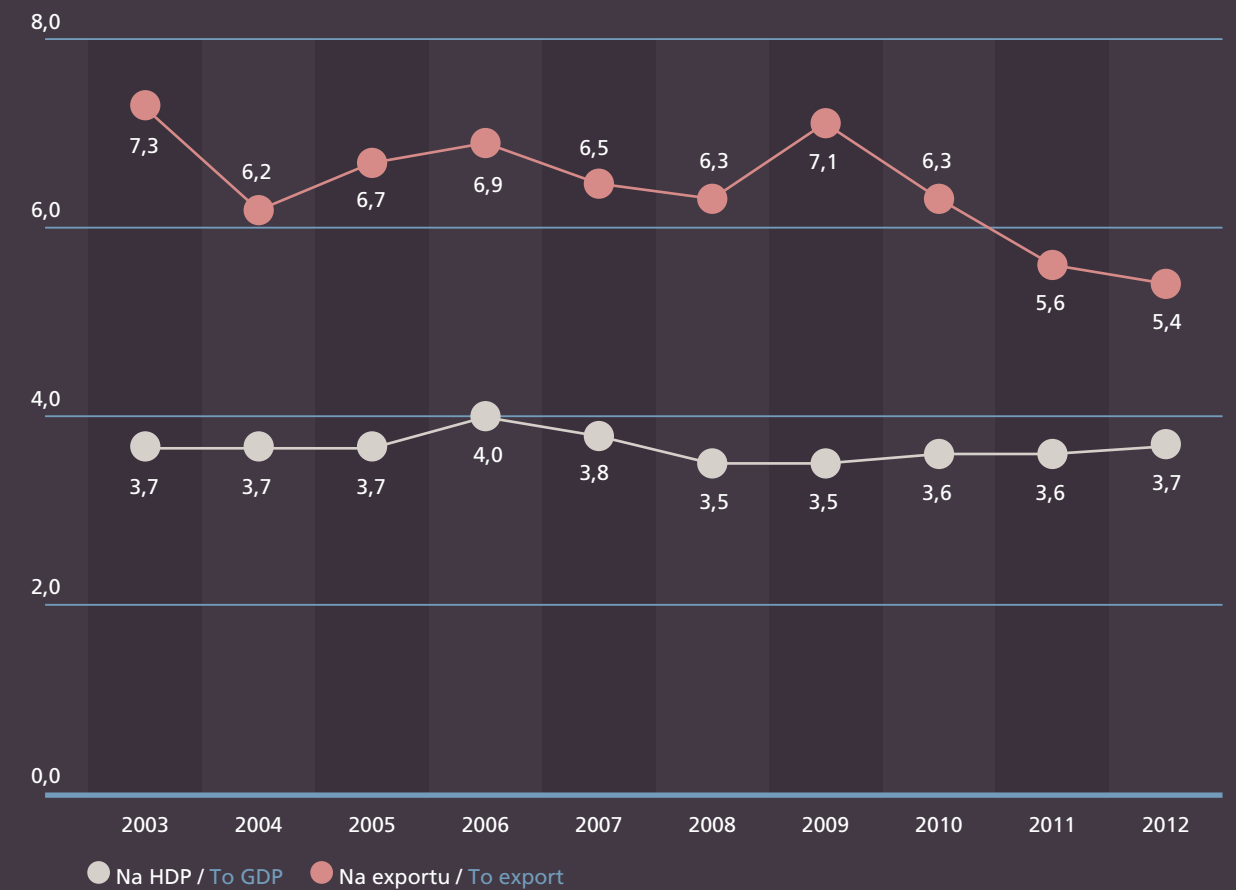
Devizové saldo ze zahraničního cestovního ruchu v letech 2005–2012

Foreign Currency Balance from Incoming and Outgoing Tourism in 2005–2012

**GRAF 2.5.4**

Podíl devizových příjmů z cestovního ruchu na HDP a na exportu v %

Contribution of Tourism Industry Foreign Currency Revenues to GDP and Export in %



**TAB. 2.5.1** Devizové příjmy ze zahraničního cestovního ruchu za jednotlivá čtvrtletí v letech 2005–2012 / Foreign Currency Revenues from Incoming Tourism Regarding to Individual Quarters in 2005–2012

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
I. Q	1 045,4	1 432,1	1 495,3	1 826,7	1 464,9	1 573,0	1 577,5	1 696,6
II. Q	1 213,1	1 438,9	1 743,3	2 216,0	1 729,9	1 826,2	1 953,6	1 679,5
III. Q	1 370,3	1 604,3	1 801,4	2 109,3	1 919,7	1 752,3	2 067,8	1 944,7
IV. Q	1 185,9	1 409,1	1 870,2	1 708,1	1 899,5	1 965,7	2 070,7	1 863,4

Pozn. / Note: v milionech USD / Millions of USD

**TAB. 2.5.2** Devizové výdaje na zahraniční cestovní ruch za jednotlivá čtvrtletí v letech 2005–2012 / Foreign Currency Expenditures for Outgoing Tourism Regarding to Individual Quarters in 2005–2012

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
I. Q	484,6	495,3	715,9	1 039,1	888,0	871,9	1 017,2	1 062,6
II. Q	595,5	696,5	838,8	1 273,5	943,9	913,7	1 238,1	1 029,2
III. Q	736,5	864,1	1 048,2	1 380,4	1 244,0	1 234,8	1 337,6	1 195,8
IV. Q	589,0	709,6	971,5	961,6	1 002,2	1 041,8	980,2	1 054,9

Pozn. / Note: v milionech USD / Millions of USD

**TAB. 2.5.3** Devizové saldo ze zahraničního cestovního ruchu za jednotlivá čtvrtletí v letech 2005–2012 / Foreign Currency Balance from Incoming and Outgoing Tourism Regarding to Individual Quarters in 2005–2012

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
I. Q	560,8	936,8	779,4	787,7	577,0	701,1	560,3	633,9
II. Q	617,6	742,5	904,5	942,6	786,0	912,5	715,5	650,3
III. Q	633,8	740,2	753,2	728,9	675,8	517,6	730,2	748,8
IV. Q	596,9	699,5	898,7	746,4	897,3	923,9	1 090,5	808,5

Pozn. / Note: v milionech USD / Millions of USD

**Tab. 2.5.4** Vývoj devizových příjmů ze zahraničního cestovního ruchu v letech 2009–2012 / Foreign Currency Revenues from Incoming Tourism in 2009–2012

	Absolutně v milionech Millions (Absolute)			Nominální index/předchozí rok = 100 Nominal Index/Previous Year = 100		
	USD	Kč	EURO	index z USD	index z Kč	index z EUR
2009	6 959,3	132 623,0	5 015,1	89,1	99,6	94,0
2010	7 113,9	135 954,0	5 375,8	102,2	102,5	107,2
2011	7 674,1	135 740,0	5 521,0	107,9	99,8	102,7
2012	7 037,5	137 815,0	5 481,2	91,7	101,5	99,3

**TAB. 2.5.5** Vývoj devizových výdajů na zahraniční cestovní ruch v letech 2009–2012 / Foreign Currency Expenditures on Outgoing Tourism in 2009–2012

	Absolutně v milionech Millions (Absolute)			Nominální index/předchozí rok = 100 Nominal Index/Previous Year = 100		
	USD	Kč	EURO	index z USD	index z Kč	index z EUR
2009	4 048,9	77 160,1	2 917,8	87,7	98,1	92,6
2010	4 059,7	77 585,4	3 067,8	100,3	100,6	105,1
2011	4 555,0	80 569,0	3 277,0	112,2	103,8	106,8
2012	4 295,8	84 124,4	3 345,8	94,3	104,4	102,1

**TAB. 2.5.6** Vývoj devizového salda ze zahraničního cestovního ruchu v letech 2009–2012 / Foreign Currency Balance from Incoming and Outgoing Tourism in 2009–2012

	Absolutně v milionech Millions (Absolute)			Nominální index/předchozí rok = 100 Nominal Index/Previous Year = 100		
	USD	Kč	EURO	index z USD	index z Kč	index z EUR
2009	2 910,4	55 462,9	2 097,3	91,0	101,8	96,0
2010	3 054,2	58 368,6	2 308,0	104,9	105,2	110,0
2011	3 119,1	55 171,0	2 244,0	102,1	94,5	97,2
2012	2 741,7	53 690,6	2 135,4	87,9	97,3	95,2



## 2.6 SATELITNÍ ÚČET CESTOVNÍHO RUCHU ČESKÉ REPUBLIKY

Podíl cestovního ruchu na hrubém domácím produktu v roce 2011 činil stejně jako v roce předchozím 2,7 %. Hrubá přidaná hodnota cestovního ruchu České republiky činila 102 275 mil. Kč

### Základní informace

**Satelitní účet cestovního ruchu** (dále jen **TSA**) je nástrojem, který slouží k vymezení podílu cestovního ruchu jako odvětví na HDP. TSA je světově uznávaným systémem, který umožňuje mezinárodní srovnávání statistik cestovního ruchu. Je podporován všemi významnými mezinárodními organizacemi v oblasti cestovního ruchu (EUROSTAT, OECD, UNWTO). Na národní úrovni je nezastupitelným analytickým a informačním podkladem pro rozhodování státních orgánů a odborné veřejnosti. Systém TSA jako průřezový meziodvětvový účet je odvozen z upravené soustavy "tradičních" národních účtů. Je tvořen deseti vzájemně propojenými tabulkami – viz. tabulka 3.6.1.

Odborným garantem za sestavení TSA je Český statistický úřad, který spolupracuje s MMR ČR a ČNB. Hlavními zdroji údajů je hraniční šetření o příjezdovém cestovním ruchu MMR ČR, ubytovací statistika ČSÚ a výběrové zjišťování o výjezdovém a domácím cestovním ruchu rezidentů (ČSÚ).

### Metodika systému TSA

Základní struktura TSA je založena na obecné národohospodářské rovnováze mezi **poptávkou** a **nabídkou** produktu vytvářeného odvětvím cestovního ruchu. Hlavní částí poptávkové strany TSA je **spotřeba účastníka cestovního ruchu (CR)**, která se dá vymezit jako spotřeba **domácího CR**, **příjezdového CR**, **výjezdového CR**, **vnitřního CR** a konečně jako spotřeba **národního CR**. Součástí širší analýzy poptávky CR je i problematika **kolektivní spotřeby** a tvorby **hrubého fixního kapitálu** v CR. Toto rozšířené pojetí poptávkové strany se označuje jako „**celková poptávka v CR**“.

### Tvorba hrubého fixního kapitálu cestovního ruchu

Dle metodiky ESA 95 tvoří tvorba hrubého fixního kapitálu (THFK) spolu s tvorbou zásob a čistým pořízením cenností položku nazývanou tvorba hrubého kapitálu. Protože druhé dvě jmenované položky reprezentují pouze velmi malou část tvorby hrubého kapitálu (kolem 1/20), TSA se zabývá pouze jeho nejdůležitější položkou. Problematika THFK v jednotlivých odvětvích cestovního ruchu je obsahem tabulky T8. Existuje však jistá odlišnost od ostatních tabulek dodávek a užití, protože se nepočítá s maticí dělenou na produkty, ale pouze na jednotlivé oddíly klasifikace aktiv (AN).

Způsob zjišťování tvorby hrubého fixního kapitálu cestovního ruchu může být obdobný jako v případě produkce či mezispotřeby, tzn. že k jednotlivým odvětvím cestovního ruchu jsou přiřazeny TR, kterými je THFK upravena.

## 2.6 TOURISM SATELLITE ACCOUNT OF THE CZECH REPUBLIC

In 2011, the share of the tourism sector in GDP equalled 2.7 %, which corresponds to the previous year's level. Gross fixed capital formation in tourism in the Czech Republic represented CZK 102.275 million.

### Basic information

**Tourism Satellite Account** (hereafter only as **TSA**) is a tool, which serves for defining share of tourism, as a field, on the GDP. TSA is an internationally recognized system, which enables international comparison of tourism statistics. It is supported by all significant international tourism organizations (EUROSTAT, OECD, UNWTO). At the national level it is an irreplaceable analytic and information basis for decision making by state authorities and expert public. TSA system as a cross-section of inter-branch account is derived from the modified system of "traditional" national accounts. It is created by ten mutually connected tables.

Expert guarantor for the compilation of TSA is the Czech Statistical office, which cooperates with the Ministry for Regional Development of the Czech Republic and Czech National Bank. Main sources of information is border research about incoming tourism by MMR, accommodation statistics by CZSO and select research about outgoing and domestic tourism of residents (CZSO).

### Methodology of TSA system

Basic TSA structure is based on general national economic balance between **demand** and **supply** of product created by tourism. Main part of demand side of the TSA system is **tourism participant consumption**, which can be defined as consumption of **domestic, incoming, outgoing, interior** tourism and finally as the consumption of **national** tourism. Part of a broader analysis of demand in tourism is also the issue of **collective consumption** and creation of **gross fixed capital** in tourism. This expanded conception of the demand side is marked as "**total demand in tourism**".

### Gross Fixed Capital Formation in Tourism

According to the ESA 95 methodology gross fixed capital formation (GFCF) together with stock formation and new valuables acquisition make up the item named gross capital formation. Since the two latter named items represent only a very small part of gross capital formation (approx. 1/20), the TSA deals only with the most important item. The issue of GFCF in individual branches of tourism is the subject of table T8. There is however a certain difference from the other supply and use tables, because it does deal with a matrix divided in to products, but only into individual asset nomenclatures (AN).

The method for determining tourism gross fixed capital formation can be similar to the case of production or intermediate consumption, i.e. the TRs by which GFCF adjusted are allocated to individual tourism branches.

### Hlavní sledované ukazatele

- Poptávka cestovního ruchu** – celkové domácí a zahraniční výdaje účastníka cesty, tedy výdaje za: zájezd, ubytování, stravování a dopravu nad rámec definice zájezdu, nákupy zboží během cesty a ostatní výdaje CR, které se k ní přímo vztahují (vstupné, pojištění, potraviny zakoupené před cestou, vyvolání fotografií po návratu z cesty apod.). Nejsou zahrnuty nákupy nad rámec cestovního ruchu (např. zboží za účelem jeho dalšího prodeje, kapitálových investic, darů pro instituce apod.).
- Nabídka cestovního ruchu** – soubor produktů (resp. odvětví) charakteristických pro CR, souvisejících s CR a odvětví nespécifických (ostatní) – viz. schéma 3.6.1.
- Charakteristické činnosti cestovního ruchu** – výrobní činnosti, jejichž hlavní produkce je charakteristická pro cestovní ruch, které by ve většině zemí přestaly při nepřítomnosti návštěvníků existovat ve významném množství, resp. jejich spotřeba by se výrazně snížila. Pro mezinárodní srovnání je nezbytné, aby jejich metodika byla jednotná, daná závazným seznamem. Pouze příslušnost do souvisejících či nespécifických produktů a odvětví může být stanovena v každé zemi individuálně – viz. dále.
- Činnosti související s cestovním ruchem** – činnosti, u kterých by při nepřítomnosti návštěvníků (neexistenci CR) byl zaznamenán pokles produkce, přičemž mohou být odlišné pro jednotlivé státy.
- Nespécifické činnosti** – zbytkové kategorie, u kterých nehraje z hlediska produkce CR větší roli.
- Kolektivní spotřeba** – netržní služby vázající se k CR, např. propagace trhu, plánování, rozvoj CR, kontrola nad službami atd. Jsou rozvíjeny vládními institucemi na úrovni národní, regionální či dokonce místní.

*Není-li uvedeno jinak vztahují se všechny údaje k České republice za rok 2012.*

*Podrobnější informace naleznete na [www.czso.cz](http://www.czso.cz)*

### Main published indicators

- Tourism demand** – total domestic and foreign expenses of the trip participants, i.e. expenses for: tours, accommodations, meals and transportation above the framework of trip definition, purchase of goods during the trip and other tourism expenses, which are directly related (admissions, insurance, groceries purchased before the trip, film developing following the return home etc.) Not included are purchases beyond the scope of tourism (e.g. goods for the purpose of further sale, capital investments, donations to institutions, etc.).
- Tourism supply** – collection of products (or rather fields) characteristic for tourism, related with tourism and fields non-specified (others).
- Activities characteristic for tourism** – production activities, main product of which is characteristic for tourism, which in majority of states would cease to exist with the absence of visitors in a significant quantity, or more precisely their consumption, would significantly decrease. For international comparison it is necessary for their methodology to be uniform, given by a fixed list. Only their affiliation to related or non-specified products and fields can be determined individually in each state – see below.
- Activities related to tourism** – activities, which with the absence (non-existence of tourism) would register a decrease in production, while they can be different for individual states.
- Non-specific activities** – residual activities, where from the production aspect tourism does not play a major role.
- Collective consumption** – non-market services related to tourism, e.g. promotion of market, planning, tourism development, control over services etc. These are developed by government institutions on the national, regional or even local level.

*All the data relate to the Czech Republic in 2012, unless otherwise stated.*

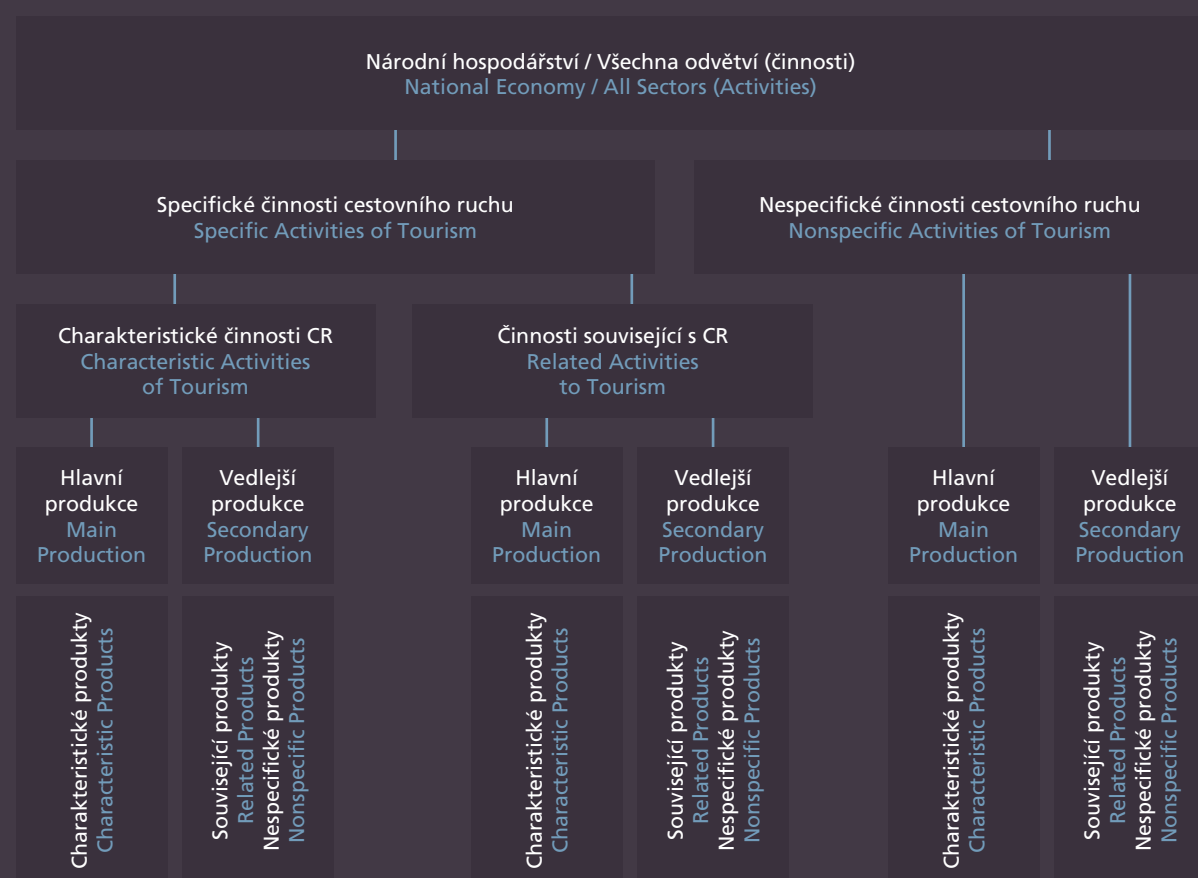
*More detailed information is found at [www.czso.cz](http://www.czso.cz)*

# 2011 = 2012

Podíl cestovního ruchu na hrubém domácím produktu byl stejný jako v roce předchozím.

Reached the share of tourism on the GDP was the same as in the previous year.

**SCHÉMA / DIAGRAM 2.6.1** Rozdělení činností (odvětví) a produktů ve vztahu k CR  
Division of Activities (Fields) and Products Relative to Tourism



**TAB. 2.6.1** Přehled základního systému TSA / View of the Basic TSA System

	Název tabulky	Table Heading
T1	Spotřeba příjezdového CR	Inbound Tourism Consumption
T2	Spotřeba domácího CR	Domestic Tourism Consumption
T3	Spotřeba výjezdového CR	Outbound Tourism Consumption
T4	Spotřeba vnitřního CR	Internal Tourism Consumption
T5	Výrobní účty odvětví CR a ostatních odvětví	Production Accounts of Tourism Sector and of Other Sectors
T6	Domácí nabídka a spotřeba vnitřního CR	Domestic Offer and Inbound Tourism Consumption
T7	Zaměstnanost v odvětvích CR	Jobs in the Tourism Industries
T8	Tvorba hrubého fixního kapitálu CR a ostatních odvětví	Production of Gross Fixed Capital of Tourism and Production of Other Sectors
T9	Kolektivní spotřeba CR	Collective Tourism Consumption
T10	Nepeněžní ukazatele CR	Natural Indicators of Tourism

**TAB. 2.6.2** Hlavní ukazatele národního hospodářství a cestovního ruchu v letech 2006–2011  
Main Indicators of the National Economy and Tourism in 2006–2011

	2006	2007	2008	2009	2010 <sup>1)</sup>	2011 <sup>2)</sup>
Produkce celkem (zc) Total Output (bp)	8 323 461	9 238 420	9 677 283	8 786 554	9 309 944	9 687 945
Mezispotřeba celkem (kc) Total Intermediate Consumption (pp)	5 412 466	6 056 936	6 352 285	5 524 956	5 901 646	6 221 861
Hrubá přidaná hodnota celkem (zc) Total Gross Value Added (bp)	2 910 995	3 181 484	3 324 998	3 261 598	3 408 298	3 466 084
Daně minus dotace Taxes less Subsidies	314 709	357 449	367 624	367 913	370 582	378 936
Hrubý domácí produkt Gross Domestic Product	3 225 704	3 538 933	3 692 622	3 629 511	3 778 880	3 845 020
Podíl cestovního ruchu na hrubé přidané hodnotě (v %) / Tourism Ratio on Gross Value Added (%)	<b>2,9</b>	<b>2,7</b>	<b>2,6</b>	<b>2,7</b>	<b>2,6</b>	<b>2,6</b>
Hrubá přidaná hodnota cestovního ruchu (zc) Tourism Gross Value Added (bc)	84 494	86 234	86 427	88 442	87 362	88 735
HPH CR – Charakteristická odvětví TGVA – Characteristic Industries	58 581	61 086	61 117	63 940	63 425	65 297
HPH CR – Související odvětví TGVA – Connected Industries	23 230	21 844	22 257	21 395	21 062	20 634
HPH CR – Nespecifická odvětví TGVA – Non Specific Industries	2 683	3 304	3 054	3 107	2 875	2 805
HPH CR – Charakteristická odvětví (v %) TGVA – Characteristic Industries (%)	69,3	70,8	70,7	72,3	72,6	73,6
HPH CR – Související odvětví (v %) TGVA – Connected Industries (%)	27,5	25,3	25,8	24,2	24,1	23,3
HPH CR – Nespecifická odvětví (%) TGVA – Non Specific Industries (%)	3,2	3,8	3,5	3,5	3,3	3,2
Daně CR Tourism Taxes	15 462	16 845	17 024	15 851	12 891	13 539
HDP CR Tourism Gross Domestic Product	99 956	103 079	103 451	104 293	100 253	102 275
Podíl cestovního ruchu na hrubém domácím produktu (v %) / Tourism Ratio on Gross Domestic Product (%)	<b>3,1</b>	<b>2,9</b>	<b>2,8</b>	<b>2,9</b>	<b>2,7</b>	<b>2,7</b>

Pozn. / Note: v mil. Kč / % / CZK mil. / %

1) Semi-definitivní data / Semi-definitive data  
2) Předběžná data / Preliminary data  
(zc) Základní ceny / (bp) Basic prices  
(kc) Kupní ceny / (pp) Purchaser prices



## 2.7 MODUL ZAMĚŠTNANOSTI V CESTOVNÍM RUCHU

V roce 2011 činil celkový počet osob zaměstnaných v cestovním ruchu České republiky 231 266. Podíl cestovního ruchu na celkové zaměstnanosti v roce 2011 činil 4,52 % (pracovní místa). Oproti roku 2010 zaznamenán pokles o 0,1 %.

### Základní informace

Modul zaměstnanosti cestovního ruchu, přestože stojí na vlastním základě, je obecně úzce spjat se Satelitním účtem cestovního ruchu (TSA). Je v souladu s pojmy a definicemi používanými v jiných oblastech sociálně-ekonomických statistik a statistik cestovního ruchu, zejména v Evropském systému účtů ESA 1995, v normách Mezinárodní organizace práce ILO a v dalších dokumentech týkajících se statistiky cestovního ruchu vydaných světovými i evropskými organizacemi (Eurostat, WTO, OECD, OSN).

### Metodika

Modul zaměstnanosti cestovního ruchu využívá podklady ze dvou hlavních zdrojů – údaje o zaměstnanosti v národním účetnictví (NÚ) a z Výběrového šetření pracovních sil (VŠPS). Zdrojem údajů o zaměstnanosti v NÚ je podnikové statistické výkaznictví. V jeho výkazech jsou šetřeny údaje o průměrném evidenčním počtu zaměstnanců, počtu pracujících majitelů firem (podnikatelů) a spolupracujících členů domácnosti, jejichž činnost ve firmě je jejich hlavním zaměstnáním. Údaje o zaměstnancích jsou k dispozici ze šetření ve fyzických osobách, přepočtených osobách na plnou pracovní dobu, za hlavní i vedlejší pracovní poměr. Jako další zdroj národního účetnictví je použito šetření VŠPS. Toto šetření se provádí kontinuálně v náhodně vybraném vzorku domácností a je zaměřené na zjišťování ekonomického postavení obyvatelstva na území celé republiky. Předmětem šetření jsou všechny osoby obvykle bydlící v soukromých domácnostech. Šetření se nevztahuje na osoby bydlící dlouhodobě v hromadných ubytovacích zařízeních. Z toho důvodu jsou údaje za určité skupiny obyvatelstva, zejména za cizí státní příslušníky žijící a pracující na území České republiky, k dispozici v omezené míře.

Všechna data v Modulu zaměstnanosti cestovního ruchu představují tzv. **domácí koncept zaměstnanosti**, tzn. týkají se osob pracujících na ekonomickém území České republiky. Na rozdíl od národního pojetí jsou do tohoto konceptu zahrnuti nerezidenti pracující v ČR a naopak nejsou zahrnuti rezidenti pracující v cizině. Většina údajů je publikována v členění pracujících osob na osoby zaměstnané a sebezaměstnané. Základní jednotkou je počet fyzických osob. V případě počtu pracovních míst je tento navíc navýšen o všechna druhá a další zaměstnání.

### Hlavní sledované ukazatele

**Zaměstnanci** – se definují jako všechny osoby, které pracují podle smlouvy pro jinou rezidentskou institucionální jednotku a přijímají odměnu (zaznamenávanou jako „náhrady zaměstnancům“). Osoby se zahrnují do zaměstnanců v případě, že nemají zároveň vlastní výdělečnou činnost, která představuje jejich základní čin-

## 2.7 EMPLOYMENT MODULE IN TOURISM

In 2011, the total number of persons employed in tourism in the Czech Republic amounted to 231,266. In 2011, the share of the tourism sector in total employment equalled 4.52 % (of jobs). Compared to 2010, this indicator dropped by 0.1 %.

### Basic information

Tourism employment module, in spite of the fact that it stands on own base, is generally closely tied to the Tourism Satellite Account (TSA). It is in accordance with concepts and definitions used in other fields of social economic statistics and tourism statistics, especially in the European System of Accounts ESA 1995, in the standards of the International Labour Organization (ILO) and in other documents relative to the tourism statistics issued by international as well as European organizations (Eurostat, WTO, OECD, UN).

### Methodology

Tourism employment module uses documents from two main sources – information on employment rate in the National Accounts (NA) and from the Labour Force Sample Survey (LFSS). Source of information on employment in the NA is company statistical reporting. Its reports research information about the average evidence of employee number, number of working company owners (entrepreneurs) and cooperating household members, activity of whom within the company is their main employment. Information about employees is available from research among physical entities, recalculated persons to full employment, for full and part time employment. The research by LFSS is used as another source for the National Accounts. This research is performed continuously in a randomly selected sample of households and is focused on finding out economic situation of residents across the entire Czech Republic. Subject of research are persons living long-term in collective accommodation establishments. For this reason the information about certain groups of residents, especially foreigners living and working in the Czech Republic, are available only in a limited form.

All data in the Tourism Employment Module represent so called **home employment concepts**, meaning relative to people working within the economic territory of Czech Republic. In contrast to the national interpretation this concept includes non-residents working in the Czech Republic and on the contrary residents working abroad are not included. Most of the information is published categorizing working persons into employed and self-employed. Basic unit is the number of physical entities. In the case of number of jobs this is raised by various second and other employments.

### Main indicators

**Employees** – are defined as all persons, who are working based on a contract for another residential institutional unit and accept a reward (recorded as “employee reimbursements”). Persons are included in employees in the event that they do not also

have their own profit-making activity, which represents their fundamental activity. Persons, who temporarily do not work, are also considered employees with the presumption that they have formal employment.

**Sebezaměstnaní** – jsou osoby, které jsou jediným vlastníkem nebo spoluvlastníkem nesdružených podniků, ve kterých pracují, s výjimkou nesdružených podniků klasifikovaných jako kvazi-společnosti. Podnikají a pracují s placenými zaměstnanci nebo bez nich. Osoby samostatně výdělečně činné se zde klasifikují v případě, že nejsou zároveň v placeném zaměstnání, které představuje jejich hlavní činnost; v takovém případě se zařadí mezi zaměstnance. Zahrnují se naopak spolupracující členové domácnosti majitele firmy, pro které je činnost ve firmě hlavním zaměstnáním.

**Pracovní místo (resp. zaměstnání)** – definuje se jako explicitní nebo implicitní smlouva mezi osobou a rezidentskou institucionální jednotkou o výkonu práce za odměnu po stanovenou dobu nebo do dalšího oznámení – výpovědi. Jsou zde zahrnuta druhá a další zaměstnání stejné osoby. Naopak jsou vyloučeny osoby, které dočasně nepracují, ale mají tzv. formální pracovní poměr (formální vztah k zaměstnání).

**Množství práce v pracovních hodinách** – představuje souhrnný počet hodin skutečně odpracovaných zaměstnancem nebo sebezaměstnanou osobou během účetního období v případě, že jejich produkce je v rámci vymezených hranic výroby.

**Ekvivalent plné pracovní doby** – rovná se počtu zaměstnání na plnou pracovní dobu a definuje se jako podíl celkového počtu odpracovaných hodin a průměrného ročního počtu odpracovaných hodin v zaměstnání na plný úvazek na ekonomickém území.

*Není-li uvedeno jinak vztahují se všechny údaje k České republice za rok 2012.*

*Podrobnější informace naleznete na [www.czso.cz](http://www.czso.cz)*

have their own profit-making activity, which represents their fundamental activity. Persons, who temporarily do not work, are also considered employees with the presumption that they have formal employment.

**Self-employed** – are persons, who are the sole owners or co-owners of non-associated companies, where they are working, with the exception of non-associated companies classified as quasi-companies. They are doing business and work with paid employees or without them. Self-supportive persons are classified here in the case that they are not also in paid employment, which represents their main activity; in such a case they are classified as employees. On the other hand these include cooperating members of company owner's household, for whom the activity in the company is the main employment.

**Working position (or rather employment)** – is defined as explicit or implicit contract between a person and a residential institutional unit on work performance for the determined period or until further notice – termination notice. Included here are second and other employments of the same person. On the contrary who is excluded are persons, who are temporarily not working, but they have a so called formal employment (formal relation to employment).

**Amount of work during working hours** – represents a total number of hours actually worked by the employee and self-employed person during an accounting period in the event that their production is within the scope of defined production borders.

**Equivalent of full time working hours** – equals number of full time employments and is defined as a share of the total number of hours worked and average annual number of hours worked in full time employment within the economic territory.

*All the data relate to the Czech Republic in 2012, unless otherwise stated.*

*More detailed information is found at [www.czso.cz](http://www.czso.cz)*

231 266  

Celkový počet osob zaměstnaných v cestovním ruchu České republiky poklesl oproti roku 2010 o 0,1 %.

Total number of persons employed in tourism of the Czech Republic decrease of 0.1 % compared to the year 2010.

**TAB. 2.7.1** Souhrnné ukazatele zaměstnanosti v národním hospodářství a cestovním ruchu v letech 2006–2011 <sup>1)\*</sup>  
 Aggregate Indicators of the Employment in the National Economy and Tourism in 2006–2011 <sup>1)\*</sup>

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Počet zaměstnaných osob v národním hospodářství Number of People Employed in the National Economy	5 088 340	5 223 840	5 288 361	5 231 822	5 054 538	5 071 966
v tom / including	↓	↓	↓	↓	↓	↓
Sebezaměstnaní / Self-employed <sup>2)</sup>	927 720	944 380	952 571	977 891	916 762	934 876
Zaměstnanci / Employees	4 160 620	4 279 460	4 335 790	4 253 931	4 137 776	4 137 090
Počet pracovních míst v národním hospodářství / Number of Jobs in the National Economy <sup>3)</sup>	5 050 293	5 186 507	5 275 713	5 185 387	5 021 260	5 092 487
v tom / including	↓	↓	↓	↓	↓	↓
Sebezaměstnaní / Self-employed <sup>2)</sup>	937 244	959 021	993 247	995 158	935 535	940 678
Zaměstnanci / Employees	4 113 049	4 227 486	4 282 466	4 190 229	4 085 725	4 151 809
Počet zaměstnaných osob v cestovním ruchu / Number of People Employed in Tourism	<b>235 935</b>	<b>236 024</b>	<b>241 236</b>	<b>239 499</b>	<b>235 569</b>	<b>231 266</b>
v tom / including						
Sebezaměstnaní / Self-employed <sup>2)</sup>	50 853	51 348	51 635	51 155	47 665	48 212
Zaměstnanci / Employees	185 082	184 676	189 601	188 344	187 903	183 054
Podíl CR na celkové zaměstnanosti Zaměstnané osoby (v %) Tourism Ratio on Total Employment People Employed (%)	<b>4,64</b>	<b>4,52</b>	<b>4,56</b>	<b>4,58</b>	<b>4,66</b>	<b>4,56</b>
Počet pracovních míst v cestovním ruchu / Number of Jobs in Tourism <sup>3)</sup>	<b>231 476</b>	<b>233 481</b>	<b>236 376</b>	<b>236 588</b>	<b>232 073</b>	<b>229 944</b>
v tom / including	↓	↓	↓	↓	↓	↓
Sebezaměstnaní / Self-employed <sup>2)</sup>	50 625	52 542	51 015	52 411	49 685	49 521
Zaměstnanci / Employees	180 851	180 939	185 360	184 177	182 388	180 423
Podíl CR na celkové zaměstnanosti Pracovní místa (v %) Tourism Ratio on Total Employment Jobs (%)	<b>4,58</b>	<b>4,50</b>	<b>4,48</b>	<b>4,56</b>	<b>4,62</b>	<b>4,52</b>

Pozn. / Note:

<sup>1)</sup> Rok 2010 semi-definitivní data, rok 2011 předběžná data

<sup>2)</sup> Vyjadřuje počet pracujících majitelů firmy a spolupracujících členů domácnosti, pro které je činnost ve firmě hlavním zaměstnáním

<sup>3)</sup> Počet pracovních míst přepočtený na plný úvazek

\* Roční průměr počtu zaměstnaných osob v hlavním zaměstnání

<sup>1)</sup> Year 2010 semi-definitive data, year 2011 preliminary data

<sup>2)</sup> It includes a number of owners of enterprises and their family members whose activity in the enterprise is main job

<sup>3)</sup> Number of jobs in full-time equivalents

\* Annual average number of people employed in main job



MIKULOV – JIŽNÍ MORAVA / MIKULOV – SOUTH MORAVIA



KLÁŠTER PLASY / CLOISTER PLASY



## 2.8 MEZINÁRODNÍ SROVNÁNÍ

V absolutní výši se nachází nejvíce hromadných ubytovacích zařízení (HUZ) v Itálii, dále ve Spojeném království a v Německu. Na počet obyvatel je však největší hustota HUZ v Lichtenštejnsku, následuje Itálie, Řecko, Rakousko a Irsko. V roce 2012 se nejvíce zahraničních hostů v absolutní výši ubytovalo v Itálii (49 mil.), na druhém místě bylo Španělsko (48 mil.) a na třetím se umístila Francie (42 mil.). S odstupem následovalo Německo, Spojené království a Rakousko. Relativně k počtu obyvatel však patří k nejnavštěvovanějším zemím Švédsko, Francie a Island.

Kapitola se zabývá mezinárodním srovnáním statistických údajů o cestovním ruchu za vybrané státy Evropské unie. Dle nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 692/2011 ze dne 6. července 2011 o evropské statistice cestovního ruchu mají členské státy za povinnost pravidelně zasílat data za svou národní oblast kapacit hromadných ubytovacích zařízení cestovního ruchu (část A „Směrnice“), za oblast návštěvnosti zmíněné kategorie ubytovacích zařízení (část B „Směrnice“). Podkapitoly A a B tvoří tzv. „nabídkovou stranu“ odvětví cestovního ruchu. Konečně část C dokumentu zahrnuje ukazatele za výjezdový a domácí cestovní ruch rezidentů členské země. Údaje za statistiku cestovního ruchu jednotlivých členských států shromažďuje Statistický úřad Evropské unie se sídlem v Lucemburku (Eurostat), kam jsou ve čtvrtletní periodicitě zasílány členskými státy údaje v menší podrobnosti, roční data obsahují více strukturované členění údajů o cestovním ruchu jednotlivých zemí. Z jeho databáze jsou použity následující statistické výstupy.

*Není-li uvedeno jinak vztahují se všechny údaje k České republice za rok 2012.*

## 2.8 INTERNATIONAL COMPARISON

In absolute terms, the highest number of collective accommodation establishments can be found in Italy followed by the United Kingdom and Germany. As per capita, however, Lichtenstein is the country with the largest density of collective accommodation establishments, followed by Italy, Greece, Austria and Ireland. In absolute figures, in 2012 Italy accommodated the largest number of foreign guests (49 million), followed by Spain (48 million) and France (42 million). Germany, UK and Austria followed with a gap. Sweden, France and Iceland are the most popular countries relative to the size of population.

Chapter is focused on international comparison of statistical data on tourism for selected European Union states. In accordance with the Regulation (EU) No 692/2011 of the European Parliament and of the Council of 6 July 2011 concerning European statistics on tourism the member states are obligated to regularly send data on tourism collective accommodation establishments of their national area (Part A of the "Directive"), on visitor rate in above mentioned category of accommodation facility (Part B of the "Directive"). Sub-Chapters A and B create a so called "supply side" of tourism. Finally Part C of the document includes indicators for outgoing and domestic tourism of member state residents. Information of lesser detail are sent quarterly, annually contain more structured segmentation of information on member state tourism. Information about tourism statistics for individual member states is collected by the European Union Statistical Office that resides in Luxembourg. The following statistical outputs used are from its database.

*All the data relate to the Czech Republic in 2012, unless otherwise stated.*

**TAB. 2.8.1** Celkový počet hromadných ubytovacích zařízení cestovního ruchu ve vybraných zemích EU  
Total Number of Collective Accommodation Establishments of Tourism in Selected EU Countries

	Hotely a podobná zařízení <sup>1</sup> Hotels and similar establishments		Ostatní hromadná ubytovací zařízení <sup>2</sup> Other collective accommodation establishments		HUZ celkem CAE total	
	2012	index 2012/2011	2012	index 2012/2011	2012	index 2012/2011
Česká republika / Czech Republic	4 672	101,3	2 959	97,2	7 631	99,7
Dánsko / Denmark	515	99,2	594	99	1 109	99,1
Estonsko / Estonia	390	104,3	848	108,2	1 238	106,9
Finsko / Finland	839	101,1	588	122,8	1 427	109
Francie / France	17 189	100	11 291	99,9	28 480	100
Irsko / Ireland	2 945	95,9	5 153	127,5	8 098	113,8
Island / Iceland	332	.	556	.	888	.
Itálie / Italy	33 728	99,5	123 500	103,1	157 228	102,3
Kypr / Cyprus	799	117	3	2,1	802	97,3
Lichtenštejnsko / Liechtenstein	38	95	54	50	92	62,2
Lucembursko / Luxembourg	249	96,5	229	98,3	478	97,4
Maďarsko / Hungary	2 094	108,7	1 977	204,9	4 071	140,8
Malta / Malta	150	100,7	8	x	158	106
Německo / Germany	35 511	99,8	17 265	98,2	52 776	99,3
Nizozemsko / Netherlands	3 155	98,8	3 696	98	6 851	98,3
Norsko / Norway	1 109	99,5	1 069	94,1	2 178	96,8
Polsko / Poland	3 414	103,9	6 069	161,7	9 483	134,7
Portugalsko / Portugal	2 028	100,4	321	98,2	2 349	100,1
Rakousko / Austria	13 203	100,5	7 163	104,2	20 366	101,8
Řecko / Greece	9 665	100,2	18 340	100,5	28 005	100,4
Slovensko / Slovakia	1 473	113,6	1 434	115,5	2 907	114,5
Slovinsko / Slovenia	642	99,1	.	.	.	.

*Pokračování tabulky na následující straně / The table runs on the next page*

**TAB. 2.8.1 pokračování / continuing**

	Hotely a podobná zařízení <sup>1</sup> Hotels and similar establishments		Ostatní hromadná ubytovací zařízení <sup>2</sup> Other collective accommodation establishments		HUZ celkem CAE total	
	2012	index 2012/2011	2012	index 2012/2011	2012	index 2012/2011
Španělsko / Spain	19 532	101,4	26 208	104,3	45 740	103
Švýcarsko / Switzerland	5 257	97,4	.	.	.	.

Pozn. / Note:

. Není k dispozici / Not available

1) zahrnují hotely, hotely apartmánového typu, motely, zájezdní hostince, pobřežní hotely, obytné kluby, penziony, soukromé hotely a podobné druhy ubytování.

2) zahrnují prázdninové byty, turistické kempy, ubytovny pro mládež, turistické noclehárny, skupinové ubytování, školní noclehárny a další podobná ubytovací zařízení.

1) include hotels, apartment hotels, motels, roadhouses, seaside hotels, residential clubs, boarding houses, private hotels and similar accommodation establishments.

2) include holiday apartments, camps, youth hostels, hostels, group accommodation, dormitories and similar accommodation establishments.

Zdroj / Source: Eurostat

**TAB. 2.8.2 Počet lůžek v hromadných ubytovacích zařízeních (HUZ) ve vybraných zemích EU  
Number of Beds in Collective Accommodation Establishments of Tourism (CAE) in Selected EU Countries**

	Hotely a podobná zařízení <sup>1</sup> Hotels and similar establishments		Ostatní hromadná ubytovací zařízení <sup>2</sup> Other collective accommodation establishments		HUZ celkem CAE total	
	2012	index 2012/2011	2012	index 2012/2011	2012	index 2012/2011
Belgie / Belgium	129	98,5	242	104,2	370	102,2
Bulharsko / Bulgaria	261	108,1	40	120,9	301	109,6
Česká republika / Czech Republic	271	103,7	382	191,6	654	141,7
Dánsko / Denmark	87	100,4	353	110,1	440	108,0
Německo / Germany	1 833	104,8	1 631	103,6	3 465	104,2
Estonsko / Estonia	32	100,8	21	106,2	53	102,9
Irsko / Ireland	161	96,5	59	195,0	220	111,6
Řecko / Greece	771	101,0	348	100,0	1 119	100,7
Španělsko / Spain	1 859	101,1	1 556	100,2	3 415	100,7
Francie / France	1 249	100,0	3 764	100,0	5 013	100,0

Pokračování tabulky na následující straně / The table runs on the next page

**Tab. 2.8.2 pokračování / continues**

	Hotely a podobná zařízení <sup>1</sup> Hotels and similar establishments		Ostatní hromadná ubytovací zařízení <sup>2</sup> Other collective accommodation establishments		HUZ celkem CAE total	
	2012	index 2012/2011	2012	index 2012/2011	2012	index 2012/2011
Itálie / Italy	2 251	99,9	2 512	100,9	4 763	100,4
Kypr / Cyprus	84	101,2	2	63,0	87	99,5
Lucembursko / Luxembourg	15	96,7	53	97,9	68	97,6
Maďarsko / Hungary	171	107,6	212	145,8	383	125,9
Malta / Malta	39	102,5	1	x	40	105,6
Nizozemsko / Netherlands	226	105,8	987	99,5	1 213	100,6
Rakousko / Austria	595	100,1	384	99,4	979	99,8
Polsko / Poland	264	104,6	411	116,3	675	111,4
Portugalsko / Portugal	296	102,5	190	96,4	487	100,0
Slovinsko / Slovenia	45	99,6	61	126,4	106	113,5
Slovensko / Slovakia	93	123,3	101	109,3	193	115,6
Finsko / Finland	135	110,7	111	113,4	247	111,9
Island / Iceland	22	104,3	.	.	.	.
Lichtenštejnsko / Liechtenstein	1	112,6	.	.	.	.
Norsko / Norway	187	105,2	330	99,3	517	101,4
Švýcarsko / Switzerland	271	99,0	.	.	.	.

Pozn. / Note:

v tisících / thous.

. Není k dispozici / Not available

1) Počet lůžek v ubytovacím zařízení je počet osob, které mohou zůstat přes noc na lůžkách umístěných v tomto zařízení, bez ohledu na přistýlky, jež tam mohou být umístěny na žádost hosta.

2) Počet lůžek v ubytovacím zařízení nebo bytu je počet osob, které mohou zůstat přes noc na lůžkách umístěných v tomto zařízení (bytu), bez ohledu na jakákoli další lůžka, jež tam mohou být umístěna na žádost hosta.

1) Number of beds in the accommodation establishment equals the number of occupants, who can actually stay overnight in beds located in this establishment, regardless additional bed, that can be placed in on the guests desire.

2) Number of beds in the accommodation establishment or apartment equals the number of occupants, who can actually stay overnight in beds located in this establishment (apartment), regardless any other beds, that can be placed in on the guests desire.

Zdroj / Source: Eurostat



**TAB. 2.8.3** Příjezdy hostů do hotelů a podobných zařízení cestovního ruchu ve vybraných zemích EU  
Total Arrivals to Hotels and Similar Establishments of Tourism in Selected EU Countries

	Počet příjezdů / Arrivals Of Guests					
	Rezidentů Residents		Nerezidentů Non-residents		Celkem Total	
	2012	index 2012/2011	2012	index 2012/2011	2012	index 2012/2011
Belgie / Belgium	3 811	99,1	6 142	101,7	9 954	100,6
Bulharsko / Bulgaria	2 448	109,2	2 579	108	5 027	108,6
Česká republika / Czech Republic	4 372	106,6	6 796	106,6	11 168	106,6
Dánsko / Denmark	2 385	103,1	1 615	106,8	3 999	104,5
Estonsko / Estonia	705	105,5	1 747	102,6	2 451	103,4
Finsko / Finland	6 962	100,3	2 462	106	9 423	101,7
Francie / France	78 903	98,9	31 083	102	109 986	99,8
Chorvatsko / Croatia	889	94,4	4 521	104,9	5 410	103
Itálie / Italy	40 546	90	37 996	100	78 542	94,6
Kypr / Cyprus	505	93	2 020	105,1	2 525	102,5
Lichtenštejnsko / Liechtenstein	2	64,1	54	100,5	55	98,9
Litva / Lithuania	586	112,7	1 008	110,9	1 594	111,5
Lotyšsko / Latvia	355	83,2	992	100,7	1 347	95,4
Maďarsko / Hungary	3 337	106,1	3 814	111,7	7 151	109
Malta / Malta	154	107,7	1 183	99,5	1 337	100,3
Německo / Germany	93 638	103,1	26 584	107,2	120 221	104
Nizozemsko / Netherlands	10 887	100,3	9 232	101,7	20 119	100,9
Norsko / Norway	9 483	105,2	2 928	98,5	12 410	103,5
Polsko / Poland	11 721	101,2	4 370	111,8	16 091	103,9
Portugalsko / Portugal	5 982	93,2	7 048	103,1	13 030	98,3
Rakousko / Austria	9 310	103,8	17 728	104,5	27 038	104,2
Rumunsko / Romania	4 865	91,3	1 543	103,3	6 408	93,9
Řecko / Greece	5 550	87,9	9 606	95,7	15 156	92,7
Slovensko / Slovakia	1 593	107,8	1 293	104,7	2 886	106,4
Slovinsko / Slovenia	625	95,5	1 590	104,2	2 215	101,6
Spojené království / UK	54 250	.	17 639	91,9	71 889	.
Španělsko / Spain	43 048	94,2	40 135	101,1	83 183	97,4
Švédsko / Sweden	13 724	102	3 384	100,4	17 107	101,7
Švýcarsko / Switzerland	7 744	100,5	8 554	100,4	16 298	100,4

Pozn. / Note: v tisících / thous. . Není k dispozici / Not available

Zdroj / Source: Eurostat

**TAB. 2.8.4** Příjezdy hostů do ostatních hromadných ubytovacích zařízení cestovního ruchu ve vybraných zemích EU  
Total Arrivals to Other Collective Accommodation Establishments of Tourism in Selected EU Countries

	Počet příjezdů / Arrivals Of Guests					
	Rezidentů Residents		Nerezidentů Non-residents		Celkem Total	
	2012	index 2012/2011	2012	index 2012/2011	2012	index 2012/2011
Belgie / Belgium	2 442	108,5	1 455	102,9	3 896	106,3
Bulharsko / Bulgaria	414	144,8	54	245	467	151,9
Česká republika / Czech Republic	2 110	101,4	368	108,8	2 479	102,4
Dánsko / Denmark	1 521	89,9	575	90,3	2 096	90
Estonsko / Estonia	262	104,7	127	120,4	388	109,3
Finsko / Finland	1 141	98,5	318	106,4	1 459	100,2
Francie / France	27 767	101,3	11 325	100	39 092	100,9
Chorvatsko / Croatia	343	100,2	3 779	129	4 122	126
Itálie / Italy	10 160	90,8	9 402	99,2	19 562	94,6
Kypr / Cyprus	4	92,9	1	5,1	5	16,7
Lichtenštejnsko / Liechtenstein	1	.	9	.	9	.
Litva / Lithuania	267	232,6	117	344,6	384	258,2
Lotyšsko / Latvia	193	204,2	104	133,9	298	172,5
Maďarsko / Hungary	1 271	165	319	124,3	1 591	154,8
Malta / Malta	1	126,4	17	172,9	18	170
Německo / Germany	23 329	102,9	3 748	107,8	27 077	103,5
Nizozemsko / Netherlands	8 627	101,1	2 366	103,3	10 993	101,5
Polsko / Poland	5 935	108,1	610	121,4	6 545	109,2
Portugalsko / Portugal	1 158	101,5	447	107,7	1 605	103,1
Rakousko / Austria	1 804	102,4	3 484	108,6	5 288	106,4
Slovensko / Slovakia	627	102,6	218	102,1	844	102,5
Slovinsko / Slovenia	487	105,3	500	127,6	987	115,5
Spojené království / UK	28 962	.	2 824	131,7	31 786	.
Španělsko / Spain	9 242	96,2	8 179	101,3	17 421	98,5
Švédsko / Sweden	5 116	92,5	1 546	94,5	6 662	93

Pozn. / Note: v tisících / thous.

. Není k dispozici / Not available

Ostatní hromadná ubytovací zařízení jsou ta, která nezahrnují hotely ani podobná ubytovací zařízení.

Other collective accommodation establishments: excluding hotels and similar accommodation establishments.

Zdroj / Source: Eurostat

**TAB. 2.8.5** Přenocování v hotelech a podobných ubytovacích zařízeních cestovního ruchu ve vybraných zemích EU / Overnight Stays in Hotels and Similar Accommodation Establishments of Tourism in Selected EU Countries

	Počet přenocování / Overnight Stays					
	Rezidentů Residents		Nerezidentů Non-residents		Celkem Total	
	2012	index 2012/2011	2012	index 2012/2011	2012	index 2012/2011
Belgie / Belgium	6 313	97,7	11 493	101,1	17 807	99,8
Bulharsko / Bulgaria	5 528	107	13 151	107	18 679	107
Česká republika / Czech Republic	10 410	105,7	18 949	105,1	29 359	105,3
Dánsko / Denmark	6 676	103,1	5 724	106,7	12 400	104,7
Estonsko / Estonia	1 151	103	3 499	100,6	4 649	101,2
Finsko / Finland	11 717	100,5	4 950	105	16 667	101,8
Francie / France	133 102	98,6	68 942	102,4	202 044	99,9
Chorvatsko / Croatia	2 258	93,6	18 876	104,6	21 135	103,3
Itálie / Italy	124 331	88,9	119 902	99,9	244 233	94
Kypr / Cyprus	1 070	92,7	13 476	104,2	14 547	103,3
Lichtenštejnsko / Liechtenstein	4	71,2	111	99	115	97,8
Litva / Lithuania	1 168	114,1	2 002	110,1	3 170	111,5
Lotyšsko / Latvia	698	92,3	2 144	103,6	2 842	100,6
Maďarsko / Hungary	7 986	107,7	9 928	113,1	17 914	110,7
Malta / Malta	332	104,6	7 340	102,2	7 672	102,3
Německo / Germany	194 957	102,9	55 491	108	250 449	104
Nizozemsko / Netherlands	17 954	100,6	16 783	100,5	34 737	100,5
Norsko / Norway	14 753	103,1	5 051	103,1	19 804	103,1
Polsko / Poland	21 466	103,3	9 425	112,2	30 891	105,9
Portugalsko / Portugal	12 474	91,5	27 281	104	39 756	99,7
Rakousko / Austria	23 762	102,5	61 360	103,7	85 122	103,4
Rumunsko / Romania	13 501	94,2	3 001	100,8	16 503	95,4
Řecko / Greece	13 178	85,7	52 291	97,3	65 469	94,7
Slovensko / Slovakia	3 925	104,8	3 330	101,6	7 254	103,3
Slovinsko / Slovenia	2 043	93,9	4 144	103,6	6 187	100,2
Spojené království / UK	104 755	.	59 813	90,2	164 568	.
Španělsko / Spain	102 150	91,9	179 223	102,1	281 373	98,2

Pokračování tabulky na následující straně / The table runs on the next page

**TAB. 2.8.5** pokračování / continues

	Počet přenocování / Overnight Stays					
	Rezidentů Residents		Nerezidentů Non-residents		Celkem Total	
	2012	index 2012/2011	2012	index 2012/2011	2012	index 2012/2011
Švédsko / Sweden	22 028	102,3	6 695	105,2	28 722	103
Švýcarsko / Switzerland	15 715	99,6	19 052	96,7	34 766	98

Pozn. / Note:  
v tisících / thous.  
. Není k dispozici / Not available

Zdroj / Source: Eurostat

**TAB. 2.8.6** Přenocování v ostatních hromadných ubytovacích zařízeních cestovního ruchu ve vybraných zemích EU / Overnight Stays in Other Collective Accommodation Establishments of Tourism in Selected EU Countries

	Počet přenocování / Overnight Stays					
	Rezidentů Residents		Nerezidentů Non-residents		Celkem Total	
	2012	index 2012/2011	2012	index 2012/2011	2012	index 2012/2011
Belgie / Belgium	8 459	103,8	5 052	96	13 511	100,7
Bulharsko / Bulgaria	1 273	119,8	300	214,7	1 573	130,8
Česká republika / Czech Republic	8 636	96,4	1 573	112,5	10 209	98,6
Dánsko / Denmark	10 917	89,6	3 704	89,9	14 621	89,7
Estonsko / Estonia	571	107	324	119,8	895	111,3
Finsko / Finland	2 796	99	854	107,2	3 650	100,8
Francie / France	142 548	99,8	56 261	99	198 809	99,6
Chorvatsko / Croatia	1 677	115,7	24 911	143,7	26 588	141,5
Itálie / Italy	62 519	88,6	55 343	98	117 862	92,8
Kypr / Cyprus	18	104,3	12	6,6	30	15,2
Lichtenštejnsko / Liechtenstein	1	.	25	.	26	.
Litva / Lithuania	1 475	403,9	621	955,1	2 095	487,1
Lotyšsko / Latvia	419	149,6	285	152	704	150,6
Lucembursko / Luxembourg	10	26,6	21	3,5	31	4,9
Maďarsko / Hungary	3 796	180,8	1 372	119,7	5 168	159,2

Pokračování tabulky na následující straně / The table runs on the next page



TAB. 2.8.6 pokračování / continues

	Počet přenocování / Overnight Stays					
	Rezidentů Residents		Nerezidentů Non-residents		Celkem Total	
	2012	index 2012/2011	2012	index 2012/2011	2012	index 2012/2011
Malta / Malta	2	125,5	157	104,1	159	104,3
Německo / Germany	87 647	101,3	12 575	107,6	100 222	102
Nizozemsko / Netherlands	38 548	97,2	11 044	99,1	49 592	97,6
Norsko / Norway	7 221	104,3	2 889	98,1	10 111	102,4
Polsko / Poland	28 672	111,4	2 452	110,3	31 124	111,3
Portugalsko / Portugal	5 154	104,4	1 666	113,3	6 820	106,4
Rakousko / Austria	8 621	101,3	15 799	109	24 419	106,1
Rumunsko / Romania	2 299	437,5	290	342,2	2 589	424,2
Slovensko / Slovakia	2 806	104,7	710	99,4	3 516	103,6
Slovinsko / Slovenia	1 606	103,3	1 457	132,7	3 063	115,4
Spojené království / UK	95 608	.	40 173	179,9	135 781	.
Španělsko / Spain	37 101	95,3	64 807	101,4	101 908	99,1
Švédsko / Sweden	14 537	91,8	4 503	93,6	19 040	92,2

Pozn. / Note: v tisících / thous. Zdroj / Source: Eurostat  
. Není k dispozici / Not available  
Ostatní hromadná ubytovací zařízení jsou ta, která nezahrnují hotely ani podobná ubytovací zařízení.  
Noc (přenocování) strávená rezidentem nebo nerezidentem je každá noc, kterou host skutečně stráví (ve spánku nebo bdělém stavu) v hromadném ubytovacím zařízení nebo zde má na danou noc rezervované ubytování (jehož fyzická přítomnost není nutná).  
Other collective accommodation establishments: excluding hotels and similar accommodation establishments.  
Night (overnight stay) is each night spent by the resident or non-resident, which guest actually spends (sleeping or wakeful) in any collective accommodation establishment or if he/she has made booking of the accommodation (his/her attendance in the apartment is not necessary).

TAB. 2.8.7 Platební bilance z cestovního ruchu u vybraných evropských zemí  
Balance of Payment from Tourism: selected European countries

	Příjmy Revenues		Výdaje Expenditures		Bilance Balance	
	2012	index 2012/2011	2012	index 2012/2011	2012	změna change
Belgie / Belgium	8 857	105,8	16 894	106,6	-8 036	-556
Bulharsko / Bulgaria	2 917	102,3	1 015	105,7	1 901	7
Česká republika / Czech Republic	5 480	99,4	3 345	102	2 135	-99
Dánsko / Denmark	4 795	101,1	7 273	103,1	-2 480	-166

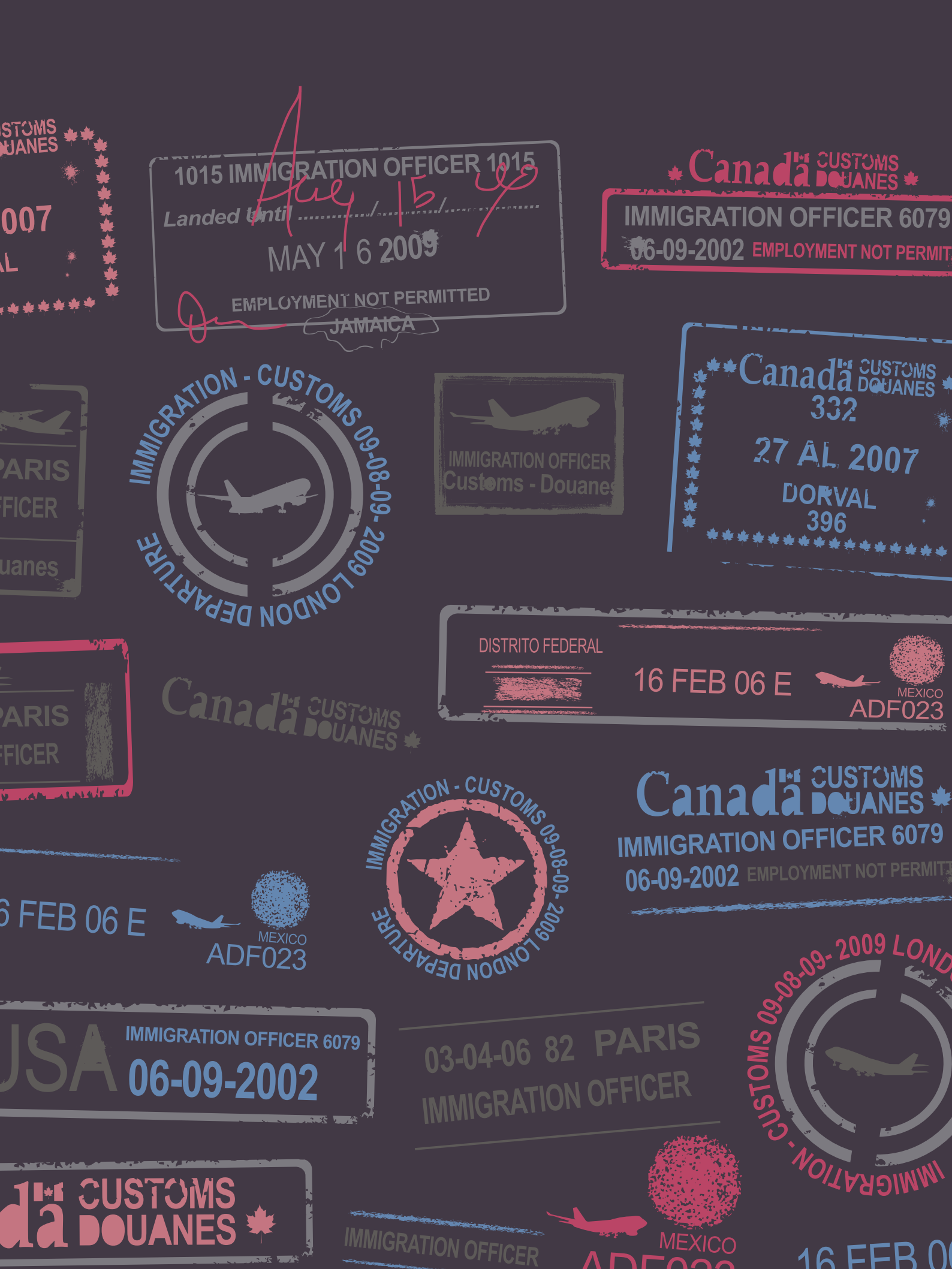
Pokračování tabulky na následující straně / The table runs on the next page

Tab. 2.8.7 pokračování / continues

	Příjmy Revenues		Výdaje Expenditures		Bilance Balance	
	2012	index 2012/2011	2012	index 2012/2011	2012	změna change
Estonsko / Estonia	950	105,8	611	105,7	339	20
Finsko / Finland	3 222	117,4	3 737	106,7	-517	240
Francie / France	41 794	106,7	28 923	91,3	12 871	5 396
Chorvatsko / Croatia	6 819	103,5	715	113,1	6 106	148
Irsko / Ireland	3 174	96,7	4 988	99,1	-1 813	-63
Island / Iceland	665	124,5	609	114,7	56	53
Itálie / Italy	32 067	103,8	20 365	98,9	11 702	1 394
Kypr / Cyprus	2 023	109,6	995	106,9	1 029	114
Litva / Lithuania	1 027	108,8	680	110,4	346	20
Lotyšsko / Latvia	586	106,4	534	97,6	54	50
Lucembursko / Luxembourg	3 492	101,1	2 797	102,8	694	-40
Maďarsko / Hungary	3 782	93,9	1 537	86,3	2 243	-4
Makedonie / Macedonia	183	107	87	107,4	96	5
Malta / Malta	985	108,2	265	110,9	720	49
Německo / Germany	29 666	106,2	65 238	105,8	-35 572	-1 810
Nizozemsko / Netherlands	10 809	104,9	15 705	106,5	-4 896	-456
Norsko / Norway	4 125	109,6	13 134	113,6	-9 008	-1 211
Polsko / Poland	8 533	111,6	6 778	111,9	1 756	167
Portugalsko / Portugal	8 606	105,6	2 946	99,1	5 659	487
Rakousko / Austria	14 706	103,1	7 881	104,6	6 826	90
Rumunsko / Romania	1 141	112	1 426	101,3	-285	104
Řecko / Greece	10 025	95,4	1 844	81,4	8 181	-58
Slovensko / Slovakia	1 820	104,3	1 632	104,1	190	12
Slovinsko / Slovenia	2 007	102,9	715	87,4	1 290	155
Spojené království United Kingdom	28 528	113,3	41 055	112,2	-12 527	-1 124
Španělsko / Spain	43 521	101,2	11 911	96,5	31 610	934
Švédsko / Sweden	12 037	121,9	12 548	110,5	-510	970
Turecko / Turkey	20 097	112,1	3 188	90,9	16 909	2 492

Pozn. / Note: mil. euro / Million euro

Zdroj / Source: Eurostat



KAPITOLA  
CHAPTER

# 3

**MEZINÁRODNÍ SPOLUPRÁCE**  
**INTERNATIONAL COOPERATION**



**Rozvoj cestovního ruchu** přispívá k hospodářskému rozvoji ekonomiky České republiky. V tomto hraje důležitou roli mezinárodní spolupráce, kterou se na Ministerstvu pro místní rozvoj zabývá odbor cestovního ruchu. Zástupci odboru cestovního ruchu se pravidelně účastní zasedání významných mezinárodních organizací a uskupení působících v cestovním ruchu – Světové organizace cestovního ruchu UNWTO, Evropské komise EK a Visegrádské čtyřky V4.

**Development of tourism** contributes to the economic development of the Czech Republic. International co-operation which is the task of the Tourism Department of the Ministry for Regional Development plays an important role in it. Representatives from the Tourism Department regularly participate in meetings of international organisations and associations active in the tourism industry – the World Tourism Organisation (UNWTO), the European Commission and the Visegrad Four (V4).



# AKTIVITY EVROPSKÉ KOMISE JSOU TOTOŽNÉ S CÍLY SPOLEČNÉ SPOLUPRÁCE ZEMÍ V4 V OBLASTI CESTOVNÍHO RUCHU

## Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO)

Členství MMR ČR ve Světové organizaci cestovního ruchu (UNWTO) je prestižní záležitostí, jelikož se jedná o nejvýznamnější mezinárodní organizaci Spojených národů působící v oblasti cestovního ruchu. Aktivním členstvím v organizaci se podílíme na tvorbě politiky cestovního ruchu prostřednictvím svého hlasovacího práva. Členstvím v této organizaci má MMR ČR přístup k fóru 154 členských zemí a regionů a skoro 400 přidruženým členům z veřejné a soukromé sféry.

Vzhledem k charakteru činnosti UNWTO se jedná především o odbornou výměnu znalostí a zkušeností všech subjektů působících a zapojených v této organizaci. Jedná se především o získávání informací, statistických dat a publikací – vědeckých a výzkumných, které jsou pro Českou republiku a tvorbu jejích politik cenné. Česká republika využívá expertní a odborné výstupy organizace a vyhodnocení vývoje politiky cestovního ruchu na základě srovnání zemí Evropy v rámci členství v Komisi pro Evropu.

Česká republika prezentuje svoje výsledky cestovního ruchu zejména prostřednictvím World Tourism Barometru, který monitoruje vývoj turismu ve střednědobém období za účelem poskytnutí aktuálních informací o trendech v cestovním ruchu. Dalšími statistickými publikacemi jsou Tourism Highlights, který mapuje hlavní směry vývoje turismu ve světě zejména z hlediska mezinárodních turistických příjezdů, příjmů z aktivního zahraničního cestovního ruchu a výdajů na cestovní ruch; Tourism Market Trends, který monitoruje a sumarizuje trendy vývoje turismu v členských státech organizace z pohledu pozitivních a negativních faktorů a umožňuje vzájemné porovnání

## World Tourism Organisation (UNWTO)

Membership of the Ministry for Regional Development in the World Tourism Organisation (UNWTO) is a prestigious matter as the UNWTO is the leading international organisation of the United Nations in the field of tourism. By active membership and through the voting right we contribute to the development of tourism policy. Membership in the UNWTO gives the Ministry access to 154 member countries and regions and almost 400 affiliate members representing the public and private sectors.

Considering the basis of UNWTO activities, the co-operation mainly consists of exchange of expert knowledge and experience of all subjects involved and participating in this organisation. It also involves gathering of information, statistical data and scientific and research publications which are valuable for the Czech Republic and for the drafting of its policies. Within its membership in the Regional Commission for Europe, the Czech Republic utilizes expert outputs and evaluation of the tourism policy trends based on European countries benchmarking.

The Czech Republic presents its tourism results mainly through the World Tourism Barometer aimed at monitoring the short-term evolution of tourism and providing the sector with relevant and timely information. There are other statistical publications, such as Tourism Highlights mapping key trends in international tourism, in particular from the point of view of international tourist arrivals, international tourism receipts and spending; Tourism Market Trends which monitors and summarises tourism development trends in the UNWTO members from the point of view of positive and negative factors,

výsledků turismu mezi jednotlivými zeměmi; Compendium of Tourism Statistics.

## Organizace pro ekonomickou spolupráci a rozvoj (OECD)

Organizace pro ekonomickou spolupráci a rozvoj (OECD) je prestižní ekonomickou organizací sdružující ekonomicky nejvyspělejší státy světa se sídlem v Paříži. Česká republika je členem této organizace již od roku 1995 a od té doby se zástupci odboru cestovního ruchu účastní pravidelných jednání Výboru pro cestovní ruch (Tourism Committee).

Činnost Výboru pro cestovní ruch se zaměřuje především na výměnu zkušeností při tvorbě národních politik, koncepcí a strategických dokumentů v oblasti cestovního ruchu; přispívá k analýzám makroekonomických efektů prostřednictvím podpory vývoje Satelitního účtu cestovního ruchu a významně se podílí na uznání celého odvětví cestovního ruchu jako silného hospodářského sektoru v mezinárodním měřítku. Rovněž iniciuje nebo se podílí na zpracování celé řady projektů, které svým charakterem souvisí s cestovním ruchem nebo statistikou cestovního ruchu.

Hlavní priority Výboru pro cestovní ruch jsou vždy definovány v Programu práce a rozpočtu na každé dva roky, přičemž v současné době je tento Program platný na období 2011–2012. Hlavní priority výboru jsou pro toto období tyto:

- Evaluace a měření konkurenceschopnosti cestovního ruchu
- Publikace „OECD Tourism trends and policies“
- Zelené inovace ve službách cestovního ruchu
- Liberalizace ve službách cestovního ruchu

# ACTIVITIES OF THE EUROPEAN COMMISSION ARE IN LINE WITH THE OBJECTIVES OF MUTUAL CO-OPERATION OF THE V4 COUNTRIES IN THE FIELD OF TOURISM

allowing for comparison of results among individual countries; and Compendium of Tourism Statistics.

## Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)

The Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) is a prestigious economic organisation associating economically most advanced countries of the world and is headquartered in Paris, France. The Czech Republic became its member already in 1995 and since that time representatives of the Tourism Department have been participating in regular meetings of the Tourism Committee.

The Tourism Committee focuses mainly on sharing experience in drafting national policies, concepts and strategic documents on tourism; it contributes to making analyses of macroeconomic effects by supporting development of the Tourism Satellite Account, and significantly contributes to the recognition of tourism as a strong industry on the international level. It also initiates or participates in a wide range of projects linked with tourism or tourism statistics.

Main priorities of the Tourism Committee are defined biannually in the Programme of Work and the Budget. Currently, the 2011–2012 Programme applies and the main priorities of the Committee for this period include:

- Evaluating and measuring competitiveness in tourism;
- Publication on OECD Tourism Trends and Policies;
- Green innovation in tourism services;
- Liberalisation in the tourism sector;
- Thematic reviews of tourism issues and policies at national and local levels.

- Tematické studie cestovního ruchu a politik cestovního ruchu na národní a lokální úrovni

V roce 2012 probíhala dvě důležitá jednání a bylo zahájeno dle hlavních priorit Výboru několik významných projektů, do kterých se aktivně Česká republika zapojila.

Ve dnech 2. až 3. dubna 2012 probíhala tato jednání v sídle OECD v Paříži a následně ve dnech 23. až 26. září 2012 jihokorejském Muju. Česká republika se v tomto roce zapojila zejména do aktivit, jejichž cílem je zkvalitnění evaluace a měření konkurenceschopnosti cestovního ruchu, a to projektu, který se věnuje tvorbě indikátorů cestovního ruchu a aktivitě věnované vízové politice. Byla vydána další edice publikace „OECD Tourism trend a policies“. V tomto roce se v listopadu za podpory OECD uskutečnilo na Islandu Globální statistické fórum cestovního ruchu. Zajímavostí je, že tato prestižní mezinárodní akce se v roce 2014 uskuteční v Praze v České republice.

MMR ČR každoročně přispívá na aktivity Výboru finanční částkou ve výši 10 tis. EUR, stejně tak se stalo i v roce 2012.

Informace o činnosti výboru pro cestovní ruch: [www.oecd.org/cfe/tourism](http://www.oecd.org/cfe/tourism)

## Evropská komise – Poradní výbor pro cestovní ruch

Odbor cestovního ruchu je prostřednictvím členství v Poradním výboru pro cestovní ruch (Tourism Advisory Committee – TAC) zapojen do koordinace aktivit pod gescí Evropské komise v zájmu prohloubení spolupráce a kooperace mezi státy Evropské unie v oblasti dalšího rozvoje cestovního ruchu.

Implementace opatření Evropské komise v oblasti cestovního ruchu je zásad-

In 2012, there were two important meetings held and several important projects based on the Committee's main priorities were launched in which the Czech Republic took an active part. The meetings were held on 2–3 April, 2012 at the OECD headquarters in Paris and then on 23–26 September, 2012 in Muju, South Korea. The Czech Republic participated mainly in those activities whose goal is to improve the quality of evaluating and measuring competitiveness in tourism, namely a project focusing on tourism indicators, and also in a visa policy activity. A new OECD Tourism Trend and Policies report was published. In 2012, the Global Forum on Tourism Statistics was held in Iceland in partnership with the OECD. For the sake of interest, this prestigious international event will take place in Prague, Czech Republic in 2014.

The Ministry for Regional Development of the Czech Republic annually contributes to the Committee's activities by EUR 10,000 and 2012 was no exception.

Information about the Tourism Committee: [www.oecd.org/cfe/tourism](http://www.oecd.org/cfe/tourism)

## European Commission – Tourism Advisory Committee

Through its membership in the Tourism Advisory Committee (TAC) the Tourism Department participates in coordination of activities managed by the European Commission in order to deepen co-operation and collaboration among EU member states on further development of tourism.

Implementation of the Commission's measures in tourism is a key instrument for enforcing principal qualitative and conceptual objectives of the Communication on Tourism in national strategic documents (in particular the National Tourism Policy Concept).

ním nástrojem k prosazování zásadních kvalitativních a koncepčních cílů Evropské strategie do národních strategických dokumentů (zejména Koncepce státní politiky cestovního ruchu).

V roce 2012 byly stěžejními aktivitami Evropské komise v cestovním ruchu:

Podpora posílení propagace a turistických produktů (kulturní stezky napříč Evropou, projekt EDEN 2012 a diversifikace ve směru k podpoře malého a středního podnikání); podpora konkurenceschopnosti z pohledu statistických výstupů – Virtual Tourism Observatory; posílení mimosezónního období v turistických destinacích projektem podpory sociálního cestovního ruchu a rozšířením nabídky pro potenciální klientelu ze třetích zemí; rozvoj udržitelného cestovního ruchu a zvýšení kvality služeb; posílení destinace Evropy v rámci světového trhu cestovního ruchu; komunikační strategie Evropy na zámořských zahraničních trzích v zájmu posílení spolupráce (USA, Čína, Kanada, Argentina); diskuse a příprava opatření EK ve vztahu k ochraně spotřebitele – novela směrnice 90/314 (Package Travel Directive); odstranění bariér ve vízové politice s třetími zeměmi (zejména Rusko, Ukrajina, Čína) při respektování zásad bezpečnosti a snížení rizik v sektoru mezinárodního cestovního ruchu; příprava finanční politiky ve vztahu k rozvoji cestovního ruchu (program COSME 2014–2020) s cílem posílit konkurenceschopnost, podnikatelské aktivity a služby cestovního ruchu.

Česká republika se v roce 2012 podílela především v pracovní skupině pro tvorbu Evropské značky kvality (European Tourism Quality Label), na programu Calypso a soutěži EDEN.

### Visegrádská čtyřka

Aktivity Evropské komise jsou totožné s cíly společné spolupráce zemí V4 v ob-

In 2012, key activities of the European Commission in the field of tourism included:

Support to enhanced tourism promotion and tourism products (cultural routes across Europe, EDEN 2012 and diversification towards supporting SMEs); supporting competitiveness through statistics – Virtual Tourism Observatory; promoting the off-season period in tourist destinations by supporting social tourism and expanding the offer for potential third country clients; development of sustainable tourism and enhancing the quality of services; promoting 'Destination Europe' internationally; Europe's overseas communication strategy in order to enhance co-operation (USA, China, Canada, Argentina); discussion and preparation of the Commission's measures with respect to consumer protection – amendment to Package Travel Directive 90/314; elimination of barriers in the third country visa policy (mainly Russia, Ukraine, China) while observing security principles and reducing risks in international tourism; preparation of financial policy in relation to tourism development (COSME 2014–2020) aiming at improving competitiveness, business activities and tourism services.

In 2012, the Czech Republic participated mainly in the working group for development of the European Tourism Quality Label, the Calypso programme and the EDEN competition.

### Visegrad Four

Activities of the European Commission are in line with the objectives of mutual co-operation of the V4 countries in the field of tourism. In this respect, the European Commission and the European Travel Commission (ETC) have agreed on future co-operation in this field and on promot-

lasti cestovního ruchu. V této souvislosti se Evropská komise s Evropským výborem pro cestovní ruch (European Travel Commission – ETC) dohodla na budoucí spolupráci v této oblasti i při propagaci destinace Evropa. Tato spolupráce je soustředěna do šesti hlavních oblastí:

- propagace destinace Evropa na vzdálených trzích, především v zemích BRIC – Brazílie, Ruská federace, Čína a Indie;
- rozvoj a propagace panevropských kulturních a tematických cest a turistických produktů; spolupráce v oblasti digitálních marketingových aktivit; značka destinace Evropa; společná účast na setkáních; výměna příkladů dobré praxe.

V roce 2012 byla Česká republika předsednickou zemí V4 a zorganizovala dvě marketingová setkání národních turistických centrál a setkání vrcholných představitelů zemí V4 zodpovědných za cestovní ruch. Výstupem je Protokol o vzájemné spolupráci v oblasti cestovního ruchu podepsaný náměstky ministrů zemí V4 a společný marketingový plán na rok 2012, na kterém se shodli zástupci národních turistických centrál zemí V4.

Zástupci centrál cestovního ruchu podepsali Memorandum o společném postupu národních turistických centrál zemí V4 v rámci Evropského výboru pro cestovní ruch (ETC) pro zintenzivnění spolupráce při společné marketingové propagaci na zámořských trzích v rámci uskupení „European Quartet – One Melody“.

### Excelentní destinace cestovního ruchu (EDEN VI)

V zájmu praktické výměny zkušeností a poznatků nositelů prestižního ocenění Evropské komise – EDEN při prezentaci projektů udržitelného rozvoje cestovního ruchu pokračovala v roce 2012 aktivita k vytváření sítě NETWORK EDEN. Tato cílená propagačně marketingová kampaň

ing 'Destination Europe'. This co-operation focuses on six major areas:

- promotion of 'Destination Europe' in long-haul markets, mainly BRIC countries – Brazil, Russian Federation, China and India;
- development and promotion of pan-European cultural routes and thematic itineraries and tourism products; collaboration on digital marketing activities; 'Destination Europe' brand; joint presence at events; best practice sharing.

In 2012 the Czech Republic had the V4 presidency and organised two marketing events of national tourist authorities and a high level meeting of V4 representatives responsible for tourism. The outputs of the meetings are the Protocol on Tourism Co-operation signed by deputy ministers of V4 countries and the 2012 Joint Marketing Plan agreed upon by the representatives of V4 national tourist authorities.

Representatives of tourist authorities signed a Memorandum on Joint Actions of V4 National Tourist Authorities within the European Travel Committee (ETC) in order to intensify co-operation in joint marketing promotion overseas within the "European Quartet – One Melody" initiative.

### European Destinations of Excellence (EDEN VI)

For the benefit of exchanging practical experience and knowledge of the winners of the prestigious EDEN award granted by the European Commission to sustainable tourism development projects, the EDEN NETWORK development activity continued also in 2012. This dedicated promotional and marketing campaign on the EU tourism market was endorsed also by the Ministry for Regional Development which presented award-winning destinations from national competitions (České Švýcarsko, Bystřicko and Slovácko

v rámci evropského trhu cestovního ruchu byla podpořena i ze strany Ministerstva pro místní rozvoj pro prezentaci vítězů národních kol soutěže v České republice (Turistické destinace – České Švýcarsko, Bystřicko a Slovácko ve finanční výši 1 500 EURO.

Tematické zaměření VI. ročníku soutěže Evropské komise v rámci udržitelného rozvoje cestovního ruchu bylo vyhlášeno k podpoře přístupného cestovního ruchu v rámci EU. Soutěžní aktivity zapojených turistických destinací do této soutěže sledovaly tyto segmenty trhu cestovního ruchu:

- přístupná infrastruktura a zařízení cestovního ruchu,
- přístupné dopravní režimy a prostředky (letecká a silniční doprava, cestování na moři a vodních cestách) pro děti, rodiny s dětmi, seniory a lidi se zdravotním handicapem,
- kvalitní úroveň služeb (profesionální personál zařízení přístupného cestovního ruchu, odborná úroveň pracovníků turistických zařízení pro všechny účastníky cestovního ruchu se zdravotním postižením),
- aktivity, prezentace, nabídka turistických cílů pro segment sociální turistiky,
- marketing, rezervační systémy, webové portály a turistické informační služby v rámci podpory zlepšení přístupnosti cestovního ruchu.
- zviditelnění méně exponovaných turistických destinací v duchu filosofie udržitelného rozvoje cestovního ruchu.

Soutěžící destinace zároveň byly současně motivovány k optimálnímu využití potenciálu přístupného cestovního ruchu a k vytvoření zajímavé turistické nabídky s důrazem na rozmanitost, autentičnost a originalitu.

regions). The award-winning destinations received financial assistance of EUR 1,500.

The European Commission has chosen Accessible Tourism as the 6th year's theme in order to promote sustainable tourism development within the EU. The tourism destinations that participated in the competition focused on the following tourism market segments:

- Accessible tourist infrastructure and facilities;
- Accessible transport modes and means (air and road transport, sea and water way travel) for children, families with children, senior citizens and the disabled;
- Quality of services (professionalism of the staff of accessible tourist facilities, expertise of the staff of tourist facilities for all disabled tourists);
- Activities, presentation and offer of tourist destinations for the social tourism segment;
- Marketing, reservation systems, web portals and information services for tourists focusing on better tourism accessibility;
- Making less frequented tourism destinations more visible while respecting sustainable tourism development principles.

At the same time, the participating destinations were motivated to optimally use the accessible tourism potential and to create an interesting offer for tourists with an emphasis on diversity, authenticity and originality.



# Spolupráce

2 nové mezinárodní smlouvy v oblasti spolupráce v cestovním ruchu

## Co-operation

2 new international agreements on co-operation in the field of tourism



### Víza

MMR ČR v současné době vnímá v oblasti turistických víz celkové zlepšení situace. I díky mezirezortní pracovní skupině se většinu problémů daří řešit.

V mezirezortní pracovní skupině, která byla ustanovena v roce 2010, mají pod vedením náměstka ministra pro místní rozvoj Ing. Michala Janeby mimo Ministerstvo pro místní rozvoj zastoupení také Ministerstvo zahraničních věcí (které odpovídá za vyřizování krátkodobých víz, tzv. schengenská víza), Ministerstvo vnitra (odpovídající za vnitrostátní vyřizování dlouhodobých víz), Ministerstvo pro místní rozvoj (koordináční a informativní role) a zájmové skupiny – např. asociace cestovních kanceláří, Asociace krajů, apod. Zástupci spolu jednájí o současných trendech a aktualitách souvisejících s procesem vydávání víz, které mohou mít vliv na cestování turistů do České republiky/schengenského prostoru, a o možnostech, jak zlepšovat vízovou praxi.

MMR ČR si uvědomuje a reaguje i na takové argumenty, že rychlost řízení o vydání víz omezuje stávající vytíženost personálních kapacit zastupitelských úřadů České republiky v zahraničí, které někdy nestačí reagovat na stávající situaci. V této oblasti se významně podařilo za poslední období zlepšit dané podmínky v Ruské federaci, Ukrajině a Číně. Ministerstvo se zaměřuje na metodickou podporu poskytovanou cestovními kancelářemi a dalším subjektům zainteresovaných na zahraničním turismu, přičemž hlavní propagací cestovního ruchu České republiky se zabývají zahraniční zastoupení Ministerstva pro místní rozvoj – agentury CzechTourism. Tato zastoupení prostřednictvím agentury CzechTourism rovněž úspěšně spolupracují s mezirezortní pracovní skupinou pro krátkodobá turistická víza.

### Visas

The Czech Ministry for Regional Development has recorded an overall improvement in the tourist visa situation. Most problems have been successfully dealt with, also thanks to the interministerial working group.

Established in 2010, the interministerial working group headed by Deputy Minister for Regional Development Michal Janeba comprises also officials from the Ministry of Foreign Affairs (in charge of short-term, or Schengen visa), the Ministry of the Interior (in charge of inland procedures for issuing long-term visa), the Ministry for Regional Development (coordination and informative role), and various interest groups – e.g. the Association of Czech Travel Agents, the Association of Regions of the Czech Republic, etc. Working group members hold discussions on current trends and topical issues related to the visa procedure which may have an impact on tourists incoming to the Czech Republic/Schengen area, and consider opportunities for improvement of the current visa practice.

The Ministry acknowledges and accommodates the fact that the speed of the visa procedure is currently limited by the work overload of the staff at Czech Republic's diplomatic missions abroad who sometimes cannot quickly respond to immediate situation. Major improvement in this respect has been achieved in the Russian Federation, the Ukraine, and China. The Ministry focuses on methodological guidance to travel agencies and other stakeholders involved in foreign tourism; the key role in promoting the Czech Republic's tourism sector is played by foreign offices of the Ministry for Regional Development's CzechTourism. CzechTourism's foreign offices have

Během roku 2012 byly uzavřeny dvě mezinárodní smlouvy v oblasti spolupráce v cestovním ruchu mezi kompetentními ministerstvy daných zemí, a to s Brazílií a Ázerbájdžánem.

Důležitost uzavření těchto dokumentů je dána předpokládanými trendy rozvoje světového cestovního ruchu. Brazílie i země střední a východní Asie zaznamenávaly v posledních letech přední umístění ve statistikách zemí s největším nárůstem cestovního ruchu. Pro Českou republiku by bylo další zvýšení incommingu turistů ze zmiňovaných zemí přínosem. Rozvoj spolupráce v cestovním ruchu České republiky s těmito zeměmi je plně v souladu s marketingovými cíly uskupení V4.

### Středoevropská iniciativa (CEI)

Středoevropská iniciativa (Central European Initiative – CEI/SEI) je největší a zároveň i nejstarší sdružení, které se zaměřuje zejména na rozvoj spolupráce členských zemí Evropské unie a podpory nečlenských zemí při jejich začleňování do procesu evropské integrace a ke zlepšení jejich přístupu k Evropské unii. Napomáhá tedy tak k procesu jejich transformace, jakož i rozvoji regionální spolupráce v řadě oblastí. Středoevropská iniciativa pracuje v podmínkách vzájemného pochopení a souladu prostřednictvím příprav, zajišťování a hodnocení národních i mezinárodních projektů a je také zaměřena na posilování soudržnosti a solidarity v Evropě a úsilí vyhnout se vzniku nových dělících čar na kontinentu. V současnosti tvoří CEI osmnáct států. MMR ČR spolu s Ministerstvem zahraničních věcí ČR, které je za Českou republiku hlavním gestorem a platí dobrovolně příspěvky do fondů, se pravidelně účastní jednání v rámci „sítě expertů – workinggroups“.

been also successfully collaborating with the interministerial working group for short-term tourist visa.

In 2012, two international agreements on co-operation in the field of tourism were concluded between the relevant ministries of the respective countries, namely with Brazil and Azerbaijan.

The importance of these agreements stems from the anticipated development trends in global tourism. Brazil as well as countries of Central and Eastern Asia have been ranking highest in statistics of the strongest tourism growth. Further increase in numbers of incoming tourists from those countries would be certainly for the benefit of the Czech Republic. Developing co-operation in tourism between the Czech Republic and the said countries fully complies with the V4 marketing objectives.

### Central European Initiative (CEI)

The Central European Initiative – CEI/SEI – is the largest and also the oldest association that focuses mainly on developing co-operation between EU member countries and support of non-member countries in their involvement in the process of European integration and towards the improvement of their approach to the EU. It thus aids the process of their transformation as well as development of regional co-operation in many areas. The Central European Initiative works in the conditions of mutual understanding and harmony through preparation, implementation and evaluation of national and international projects, and focuses also on the support of cohesion and solidarity in Europe, and the effort to avoid new division lines forming on the continent. The CEI currently has 18 member states. The Ministry of Regional Development of the Czech Republic

K informování široké veřejnosti slouží „CEI Newsletter“ vydávaný výkonným sekretariátem SEI v Terstu. CEI Newsletter, jakož i další informace, jsou dostupné na: [www.ceinet.org](http://www.ceinet.org)

### Memorandum ADS

Memorandum o porozumění ve věcech vízových a s tím spojených záležitostí týkajících se turistických skupin z Čínské lidové republiky (Memorandum ADS), bylo uzavřeno ve snaze pomoci organizovaným skupinám cestovat z Číny do států Evropské unie. Tyto cesty musí probíhat prostřednictvím registrovaných cestovních kanceláří a turisté se musí pohybovat v souladu s předem stanoveným cestovním programem. MMR ČR uzavírá s českými cestovními kancelářemi, či agenturami smlouvy o zajištění plnění závazků vyplývajících z Memoranda ADS a následně vydává aktualizovaný seznam subjektů, se kterými je smlouva uzavřena. V současné době MMR ČR vede na seznamu 130 cestovních kanceláří a agentur.

### Vydání odborné publikace „Cestovní ruch. Výkladový slovník“

MMR ČR pro místní rozvoj vzhledem k nutnosti objasnění pojmů z oblasti cestovního ruchu zabezpečilo druhé vydání odborné publikace „Cestovní ruch. Výkladový slovník“. Tato publikace byla distribuována na asociace působící v cestovním ruchu a vysoké školy zaměřené na cestovní ruch. Vzhledem k definicím jednotlivých pojmů a vymezení terminologie v oblasti průmyslu cestovního ruchu i statistickým údajům je přínosem pro odbornou veřejnost i studenty.

together with Ministry of Foreign Affairs, which is the main guarantor for the Czech Republic and pays voluntary contributions to funds, regularly meet as part of the “expert network – working groups”.

The interested public is informed via the “CEI Newsletter” that is published by the CEI executive secretary in Trieste. The CEI Newsletter, as well as other information, is available on: [www.ceinet.org](http://www.ceinet.org)

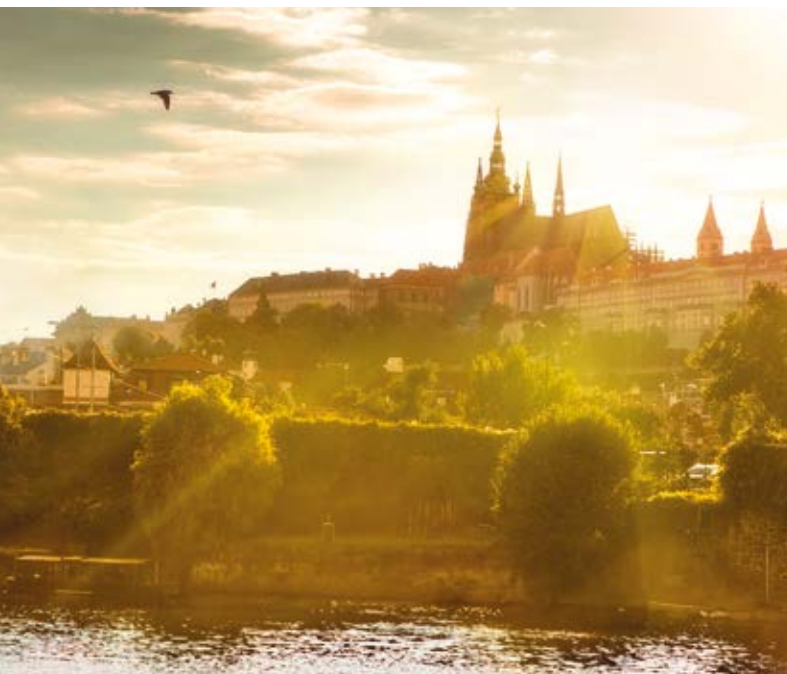
### ADS Memorandum

A memorandum of understanding in visa and related issues regarding tourist groups from the People's Republic of China (ADS Memorandum) was made in order to support organised group travel from China to EU states. These trips must be organised through registered travel bureaus and tourists must adhere to the pre-defined and agreed tour programme. The Ministry of Regional Development makes agreements with Czech travel bureaus and agencies on the provision of performing obligations based on the ADS Memorandum, and issues an updated list of subjects that have concluded this agreement. MRD CR currently lists 130 such travel agencies and bureaus.

### Publishing of a book “Tourism. An explanatory dictionary”

In order to clarify tourism-related terminology the Ministry for Regional Development arranged for the second edition of a book titled “Tourism. An explanatory dictionary”. The dictionary was distributed to associations active in the field of tourism and to colleges and universities specialising in tourism. As the book contains definitions of individual terms related to the tourism industry and statistical data on tourism, it is a useful tool for both expert public and students.









LIBERECKÁ RADNICE / TOWN HALL IN LIBEREC

KAPITOLA  
CHAPTER

# 4

**PROGRAMOVÉ FINANCOVÁNÍ**  
PROGRAMME FUNDING

## 4.1 NÁRODNÍ PROGRAM PODPORY CESTOVNÍHO RUCHU

### Cíle a zaměření Programu

Cestovní ruch je důležitým odvětvím národního hospodářství České republiky, které patří do sektoru služeb, a třetím nejdůležitějším hospodářským odvětvím v Evropské unii. Vzhledem k významu odvětví cestovního ruchu a jeho dopadům na regionální rozvoj, trh práce, malé a střední podnikání, obchod, kulturu, dopravu, životní prostředí, zdravotnictví, diverzifikaci činností ve venkovském prostoru a infrastrukturu a jeho citlivosti k vnějším zásahům je snahou MMR ČR vytvořit odpovídající podmínky pro jeho udržitelný rozvoj. Ministerstvo se v letech 2010–2013 zaměřuje prostřednictvím realizace systémového finančního nástroje v podobě **Národního programu podpory cestovního ruchu** (dále také „Program“) na rozvíjející se celosvětový trend a filozofii podpory sociálního cestovního ruchu a cestovního ruchu pro všechny.

Mezi hlavní cíle Programu patří podpora akcí se zaměřením na účastníky z cílových skupin (děti do 15 let, rodiny s dětmi, zdravotně handicapovaní, senioři), u kterých lze obecně konstatovat, že se jedná o osoby s určitým handicapem (fyzickým, psychickým, vyplývajícím z jeho věku nebo i příslušnosti k sociální vrstvě), podpora nových produktů cestovního ruchu a snížení sezónnosti v podnicích cestovního ruchu.

Základním kamenem sociálního cestovního ruchu je „právo na cestování“. Cílem sociálního cestovního ruchu je, aby právo na cestování bylo v praxi obecně dostupné. Je to způsob realizace všeobecného práva účastnit se na cestovním ruchu, cestovat, poznávat jiné regiony a země – sám základ cestovního ruchu. A právě zmíněný cíl se NPPCR snaží prostřednictvím dotovaných akcí naplňovat. Národní program podpory cestovního ruchu

## 4.1 NATIONAL TOURISM SUPPORT PROGRAMME

### Objectives and Focus of the Programme

Tourism is an important service industry of the Czech national economy and the third most important industry in the EU. With respect to the importance of this sector and its impact on regional development, the labour market, SMEs, trade, culture, transport, environment, health care, diversification of activities in rural areas and infrastructure, and its sensitivity towards external interventions, the Ministry for Regional Development of the Czech Republic strives to create appropriate conditions for its sustainable development. In 2010–2013, the Ministry focuses through the implementation of the systemic financial tool – the **National Tourism Support Programme** (hereinafter also the “Programme”) – on the emerging world-wide trend and philosophy of supporting social tourism and tourism for all.

Main objectives of the Programme include support of events focusing on target groups (children up to 15 years of age, families with children, the disabled, senior citizens) which can be generally characterised as groups of persons with a certain handicap (physical, mental, related to their age or social stratum), support of new tourism products and reduction of seasonality in tourism.

The cornerstone of social tourism is the “right to travel”. The aim of social tourism is to ensure general accessibility of the right to travel. It is a means of exercising the general right to participate in tourism, to travel, to get to know other regions and countries – the very basics of tourism. The National Tourism Support Programme strives to fulfil this objective by granting subsidies to projects. The National Tourism Support Programme is designed for business entities (business companies, individual entrepreneurs) with at least two years’ business track record. Apart



Year	Žadostí přijato Applications received	Dotované akce Subsidized projects	Dotace Subsidies
2010	83	36	64 318 000 Kč / CZK
2011	58	41	68 691 000 Kč / CZK
2012	64	35	48 071 000 Kč / CZK
<b>total</b>	<b>205</b>	<b>112</b>	<b>181 080 000 Kč / CZK</b>

€  
Přijaté žádosti  
& přidělené dotace  
Received applications  
and granted subsidies

je určen podnikatelským subjektům (obchodní společnosti, podnikající fyzické osoby) s minimálně dvouletou podnikatelskou historií. Finančním zdrojem jsou vedle prostředků státního rozpočtu i vlastní peněžní prostředky příjemců dotace. V současné době je realizace Programu schválena na období let 2010–2013. Dotace může dosahovat maximálně 50 % z celkových uznatelných nákladů akce a celkové výdaje jedné akce se musí pohybovat v rozmezí min. 250 tis. Kč a max. 5 mil. Kč. Dotace je poskytována v režimu de minimis. Program je od roku 2011 realizován podprogramem Cestování dostupné všem, v roce 2010 to byl podprogram Cestovní ruch pro všechny. Akce s poskytnutou dotací na základě výzvy v daném kalendářním roce mohou být realizovány i v roce následujícím po roce poskytnutí dotace a je zde uplatňován princip minimálně pětileté udržitelnosti.

Přijatelnost a kvalita Programu závisí vedle nastavení základních mechanismů a pravidel fungování také na samotných předložených záměrech jednotlivých akcí podnikatelskými subjekty, které pak za pomoci finanční investice veřejného sektoru, dokážou akci provést, zhodnotit svůj majetek, provozovat a přispět tak na několik budoucích let k rozvoji nejen sociálního cestovního ruchu, ale i zaměstnanosti a rozvoji ekonomiky měst a obcí.

### Podprogram cestování dostupné všem v roce 2012

Podprogram Cestování dostupné všem se zaměřuje na **rekonstrukce/vybudování odpočívadel, center služeb pro turisty a hygienického zázemí** pro pěší, cyklisty a handicapované turisty podél pěších tras, naučných stezek, cyklotras a zdrojových tras pro zvýšení návštěvnosti; **zpřístupnění atraktivit cestovního ruchu** (atraktivita neregionálního a regionálního významu) – městská kola, schodolezy, ekologicky šetrná doprava v místě atraktivity a do/od atraktivity; **zavedení / vytvoření navigačních a informačních systémů pro senzoricky handicapované** účastníky, s obecným cílem zkvalitnit a usnadnit pohyb po atraktivitách cestovního ruchu všem účastníkům, i těm se zdravotním omezením a zkvalitnit tak jejich zážitek z návštěvy dané atraktivity. Každá podpořená a realizovaná akce musí v sobě zahrnovat i marketing (propagaci) vytvořeného produktu.

from the state budget, the projects need to be co-funded from the beneficiaries' own sources. Currently, the Programme has been approved for the period of 2010–2013. The subsidy may reach up to 50 % of the total eligible expenditure of the project and the total expenditure per project must range from CZK 250,000 to 5 million.

The subsidy is granted under the de minimis principle. Since 2011, the Programme has been implemented through the Accessible Travel for All sub-programme; in 2010 through the Tourism for All sub-programme. Projects which received a subsidy following a call in a particular calendar year may be implemented also in the calendar year following the year of receiving the subsidy. A project must be sustainable for at least 5 years.

Apart from the setting of basic mechanisms and rules of functioning, acceptability and quality of the Programme depend also on the projects proposed by individual business entities which – using public funds – can then implement the project, improve their assets, operate them and thus contribute for several years to the development not only of social tourism, but also of employment and economic development of towns and municipalities.

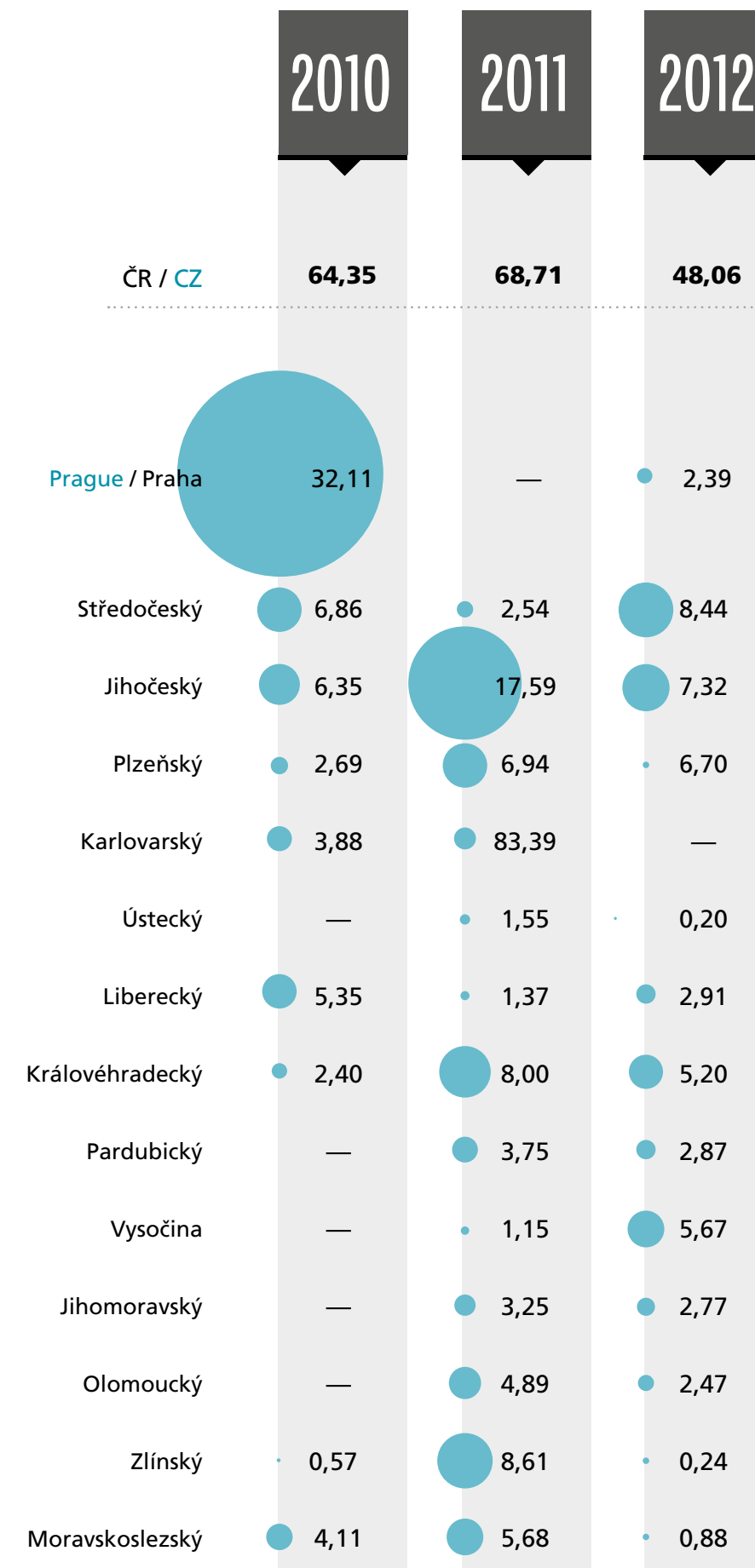
### Accessible Travel for All in 2012

The Accessible Travel for All sub-programme focuses on **reconstruction/building of rest areas, of tourist service centres and hygienic facilities** for pedestrians, cyclists and disabled tourists along hiking paths, nature trails, cycle routes and backbone routes in order to increase the number of visitors; **accessibility of tourist attractions** (attractions of supra-regional and regional importance) – city bicycles, wheelchair step climbers, environmentally friendly transport to/from and within the attraction; **introduction/improvement of navigation and information systems for tourists with sensory disability** in order to improve and facilitate movement within tourist attractions for all visitors, including those with disabilities, and thus improve the quality of the experience from visiting the attraction. Each supported and implemented project must include also marketing (promotion) of the created product.

### Statistika přidělených dotací dle krajů

Přidělené státní dotace v rámci Národního programu podpory cestovního ruchu (v mil. Kč)

Granted Subsidies  
Statistics by Regions  
Subsidies granted within the National Tourism Support Programme (in CZK million)





## Příklady úspěšně realizovaných projektů roku 2011/2012, 2012/2013

Akcí s pozitivním ohlasem nejen místní veřejnosti je „**Ekovláček z Benešova do Konopiště**“. Hlavní podstatou bylo a je zpřístupnění památky nadregionálního charakteru zámku Konopiště jinak než jen automobilem. Byla zavedena ekologická silniční doprava z města Benešov na zámek – lokomotiva s vagonem včetně zřízení sítě nástupních a výstupních míst, laviček, informačních tabulí a propagace. Vlákem umožňuje snadný nástup a výstup handicapovaným, seniorům a cestujícím s kočárky. Jedná se o atraktivní, ekologické a bezpečné zpřístupnění významné památky.

V rámci akce „**Centrum služeb při penzionu Kadlečák**“ byla vybudována půjčovna sportovního vybavení, srubová pergola a veřejné toalety. Tato akce dokazuje, že provozování a vybudování toalet pro veřejnost nemusí být vždy jen záležitostí města nebo obce. Veškeré vybudované objekty jsou dřevěné a nenásilně tak doplňují přírodní scenérii místa.

Dalším podpořeným záměrem, který ocení především děti a rodiny s dětmi je „**Pohádková země Brčálník**“. Byla zatraktivněna 3 km dlouhá naučná turistická stezka – přeměněná v Pohádkovou (naučnou) stezku Brčálník, vedoucí ze Špičáckého sedla do Pohádkové země v horském areálu Brčálník. Na stezce děti prožijí část příběhu "Putování pohádkovou zemí" a v Pohádkové zemi v Brčálníckém údolí se pak skutečně setkají s kouzelnými postavkami. Pohádková země je dětským hřištěm i sportovištěm. Celá stezka je pojata jako oživená cesta do pohádky. Doplnění stávající trasy mobiliárem (tabule, značení, lavice, odpočívadla apod.) vytváří živou cestu pohádkou, kde budou děti vtaženy do pohádkového příběhu. V rámci marketingových aktivit akce došlo k vytvoření webové stránky s virtuální pohádkovou (naučnou) stezkou a pohádkovou zahradou.

Ojedinelou a prospěšnou akcí v rámci oblasti navigačních a informačních systémů pro sensoricky handicapované účastníky cestovního ruchu je akce s názvem „**Informační a navigační systém pro sensoricky handicapované**“. Hlavní náplní akce bylo vytvoření a rozmístění informačního a navigačního systému pro sluchově a zrakově postižené návštěvníky expozice Království železnic. Expozice – železniční model celé České republiky je rozdělen na jednotlivé kraje. Významným efektem akce je vedle zpřístupnění sensoricky handicapovaným návštěvníkům také zlepšení komfortu návštěvy expozic pro seniory a menší děti. Jedná se o vytvoření speciálního software a instalaci několika info-kiosků s dotykovými obrazovkami s možností úpravy velikosti zobrazovaných informací. Informace o expozicích – významných objektech, jsou namloueny a některé převedeny do Braillova písma.

## Examples of successfully implemented projects in 2011/2012 and 2012/2013

One of the projects with a positive response not only from the local public is “**By Green Train from Benešov to Konopiště**“. The goal of this project is to make a tourist site of a supra-regional importance, the Konopiště chateau, accessible also by other means of transport than just by car. An environmentally friendly means of transport from Benešov to the chateau was introduced – a train engine with a carriage, including a network of stops, benches, information boards and promotion. The train makes it easy for the disabled, senior citizens and visitors with prams to get on and off. It offers an attractive, environmentally-friendly and safe access to an important sightseeing site.

The project called “**Kadlečák B&B’s Service Centre**” consisted of building a sports equipment rental, a log portico and public toilets. This project proves that building and operating public toilets does not necessarily need to be a task for a town or a municipality. All structures are made of wood and they nicely fit with the surrounding landscape.

Another supported project which will be mainly appreciated by children and families with children is the “**Brčálník Fairy-tale Land**“. A 3-km long nature trail was transformed into the Brčálník Fairy-tale (nature) trail leading from the Špičácké sedlo to the Fairy-tale Land in the Brčálník mountain grounds. Children will live part of the “Fairy-tale Wandering” on the trail and when reaching the Fairy-tale Land in the Brčálník valley they will indeed meet magical characters. The Fairy-tale Land is both a playground and sports ground. The trail is conceived as an animated journey into the fairy-tale. New additions to the trail (boards, signs, benches, rest areas, etc.) create a lively journey through the fairy-tale which draws the children in. Marketing activities comprise a website with a virtual fairy-tale (nature) trail and a fairy-tale garden.

A unique and beneficial project of navigation and information systems for visitors with sensory disabilities is called “**Information and Navigation System for Persons with Sensory Disabilities**“. The main purpose of the project was to create and deploy an information and navigation system for hearing and sight impaired visitors to the Railway Kingdom exhibition. The exhibition is a railway model of the whole Czech Republic broken down to individual regions. Apart from making the exhibition accessible also to sensory disabled visitors, the project improves the comfort for senior citizens and children. The project included development of a special software and installation of several information kiosks with touch screens which enable zooming the displayed information in and out. Information about the exhibits – important buildings and structures – is available in the audio format and some also in Braille.

## 4.2 INTEGROVANÝ OPERAČNÍ PROGRAM (IOP)

Integrovaný operační program je zaměřen na podporu veřejné správy, zkvalitnění veřejných služeb, územní rozvoj a cestovní ruch. Cílem IOP je prostřednictvím zefektivnění fungování veřejné správy a veřejných služeb podpořit socioekonomický růst České republiky a zvýšit kvalitu života občanů.

Cestovní ruch představuje významný faktor regionálního rozvoje a hospodářského růstu České republiky. Potenciál rozvoje cestovního ruchu v České republice není plně využit. Na podporu systémového rozvoje cestovního ruchu na národní úrovni je zaměřena prioritní osa 4.1 a, b Národní podpora cestovního ruchu IOP. Aktivita prioritní osy přispívají k vytvoření základního prostředí a nezbytných podmínek pro rozvoj cestovního ruchu na národní úrovni, včetně zlepšení podmínek podnikání v cestovním ruchu, zvýšení konkurenceschopnosti a zaměstnanosti v cestovním ruchu.

V rámci IOP jsou podporovány tzv. „měkké“ neinvestiční projekty, zaměřené jednotlivých projektů vychází z priorit Konceptu státní politiky rozvoje cestovního ruchu na období 2007–2013, základního strategického dokumentu rozvoje. IOP představuje jeden z nástrojů implementace Konceptu. Celková alokace prioritní osy 4.1a, b činí 76,73 mil. EUR (cca 2 mld. Kč), 85 % alokace IOP pochází ze zdrojů EU a 15 % alokace IOP tvoří spolufinancování ze státního rozpočtu České republiky.

IOP je zaměřen na podporu následujících aktivit:

- Zavedení národního informačního systému.
- Zavádění a informační podpora národních a mezinárodních standardů ve službách České republiky.
- Podpora marketingu na národní úrovni a tvorby zdrojových databází.
- Prezentace a propagace kulturního a přírodního dědictví.
- Podpora prezentace České republiky jako destinace cestovního ruchu.

Oprávněnými žadateli pro aktivity IOP jsou:

Aktivita IOP / IOP activity	Žadatel / Applicant
a	Agentura CzechTourism / CzechTourism Authority
b	Odbor cestovního ruchu MMR ČR / Department of Tourism of Ministry for Regional Development CR
c	Odbor cestovního ruchu MMR ČR, agentura CzechTourism a Organizační složky státu a jimi zřízené příspěvkové organizace / Tourism Department of the Czech Ministry for Regional Development, CzechTourism and organisational units of the state and organisations established by them receiving contributions from the state budget
d	Nestátní neziskové organizace v cestovním ruchu (o.s., o.p.s., církevní organizace), zájmové sdružení právnických osob / Non-governmental non-profit organisations in tourism (unincorporated associations, benevolent societies, church organisations), professional associations of legal entities
e	Agentura CzechTourism a Organizační složky státu a jimi zřízené příspěvkové organizace / CzechTourism and organisational units of the state and organisations established by them receiving contributions from the state budget

## 4.2 INTEGRATED OPERATIONAL PROGRAMME (IOP)

The Integrated Operational Programme focuses on public administration support, improvement of public services, territorial development and tourism. The IOP objective is to support social and economic growth of the Czech Republic while improving the quality of life of its population by increasing the efficiency of public administration and public services.

Tourism represents a significant factor in regional development and economic growth of the Czech Republic. The potential of tourism development in the Czech Republic has not been exploited in full. Priority axis 4.1 a, b (National Tourism Support) of the IOP focuses on the support of systemic development of tourism at the national level. Activities of this priority axis help create general environment and necessary preconditions for tourism development at the national level, including better conditions for business undertaking in tourism, increased competitiveness and employment in the tourism sector.

The IOP supports also soft non-investment projects. The focus of particular projects ensues from priorities set in the National Tourism Policy Concept of the Czech Republic for the period 2007–2013, a basic strategic document of the tourism sector published by the Ministry for Regional Development. The IOP represents one of the instruments of the Concept implementation. Total allocation of priority axis 4.1 a, b amounts to EUR 76.73 million (approx. CZK 2 billion); 85 % of the IOP allocation comes from EU funds and 15 % is co-financing from the Czech state budget.

The IOP supports the following activities:

- Introduction of a national information system;
- Introduction and information support of national and international standards in tourism services;
- Support of marketing at the national level and development of source databases;
- Presentation and promotion of cultural and natural heritage;
- Support of presentation of the Czech Republic as a tourist destination.

Eligible applicants:

**Postup realizace IOP v roce 2012 / Implementation progress of the IOP in 2012**

V roce 2012 bylo možné předkládat projekty do 12. kontinuální výzvy a zároveň v roce 2012 proběhla jedna časově uzavřená výzva.  
During the 2012 it was possible to submit projects in the 12. continuous call and also in the 13. time-limited call.

12. kontinuální výzva / 12 <sup>th</sup> ongoing call	
Termín vyhlášení výzvy Call announcement date	7. září 2011 7 September, 2011
Podporované aktivity Supported activities	a, b, c, e
Oprávněný žadatel Eligible applicant	Organizační složky státu a jimi zřizované příspěvkové organizace Organisational units of the state and organisations established by them receiving contributions from the state budget
Alokace výzvy Call allocation	a. CZK 220 884 000 Kč (zdroje EU / EU funds: CZK 187 751 400 Kč, SR 33 132 600 Kč) b. CZK 100 000 000 Kč, (zdroje EU / EU funds: CZK 85 000 000 Kč, SR 15 000 000 Kč) c. CZK 35 000 000 Kč, (zdroje EU / EU funds: CZK 29 750 000 Kč, SR 5 250 000 Kč) e. CZK 630 820 186 Kč, (zdroje EU / EU funds: CZK 536 197 158 Kč, SR 94 623 028 Kč) Celkem / Total of CZK 986 704 186 Kč (zdroje EU / EU funds: CZK 838 698 558 Kč, SR 148 005 628 Kč)
Aktualizace výzvy Call update	31. ledna 2012 31 January, 2012
Alokace výzvy Call allocation	a. CZK 220 884 000 Kč (zdroje EU / EU funds: CZK 187 751 400 Kč, SR 33 132 600 Kč) c. CZK 35 000 000 Kč (zdroje EU / EU funds: CZK 29 750 000 Kč, SR 5 250 000 Kč) e. CZK 730 820 186 Kč (zdroje EU / EU funds: CZK 621 197 158 Kč, SR 109 623 028 Kč) Celkem / Total of CZK 986 704 186 Kč (zdroje EU / EU funds: CZK 838 698 558 Kč, SR 148 005 628 Kč)
Předložené projekty Submitted projects	9 (2011 – 4, 2012 – 5)
Projekty v realizaci Projects under implementation	7
Předčasně ukončené projekty Prematurely terminated projects	0
Alokace projektů v realizaci celkem Total allocation to the projects under implementation	Celkem 904 417 070,31 Kč (zdroje EU 768 754 509,60 Kč, státního rozpočtu 135 662 560,71 Kč) Total of CZK 904,417,070.31 (EU funds: CZK 768,754,509.60, state budget: CZK 135,662,560.71)
13. časově uzavřená výzva / 13 <sup>th</sup> ongoing call	
Termín vyhlášení výzvy Call announcement date	14. prosince 2011 do 31. ledna 2012 14 December, 2011 – 31 January, 2012
Podporované aktivity Supported activities	b
Oprávněný žadatel Eligible applicant	Organizační složky státu a jimi zřizované příspěvkové organizace Organisational units of the state and organisations established by them receiving contributions from the state budget
Alokace Call allocation	Celkem 95 858 000 Kč (zdroje EU 81 479 300 Kč, státního rozpočtu 14 378 700 Kč) Total of CZK 95,858,000 (EU funds: CZK 81,479,300, state budget: CZK 14,378,700)
Předložené projekty Submitted projects	1 (2011 – 0, 2012 – 1)
Projekty v realizaci Projects under implementation	1
Alokace projektu v realizaci Allocation to the project under implementation	Celkem 95 738 960,15 Kč (zdroje EU 81 378 116,13 Kč, státního rozpočtu 14 360 844,02 Kč) Total of CZK 95,738,960.15 (EU funds: CZK 81,378,116.13, state budget: CZK 14,360,844.02)

Od počátku  
programového období  
k 31. 12. 2012 bylo celkem:  
From the beginning of the  
programming period until  
31 December, 2012 there were:

72

Předložených projektových  
záměrů (144 žádostí)  
Projects submitted  
(144 applications)

32

Realizovaných projektových  
záměrů (62 žádostí)  
Projects implemented  
(62 applications)

7

Ukončených projektových  
záměrů (14 žádostí)  
Projects completed  
(14 applications)

6

Předčasně ukončených projektových  
záměrů (12 žádostí)  
Projects prematurely terminated  
(12 applications)

V roce 2012 bylo předloženo  
6 projektových záměrů (12 žádostí),  
19 projektových záměrů (38 žádostí)  
bylo ve fázi realizace a 3 projektové  
záměry (6 žádostí) byly ukončeny.

In 2012, 6 projects (12 applications)  
were submitted, 19 projects  
(38 applications) were under  
implementation and 3 projects  
(6 applications) were completed.  
The following table shows an overview  
of the IOP financial progress from  
the beginning of the programming  
period by the end of 2012 and  
at the same time an overview of  
IOP PA 4.1 progress by years.



V následující tabulce je uveden přehled finančního stavu IOP od počátku programového období do konce roku 2012 a zároveň je zde uveden i přehled vývoje PO 4.1 IOP po jednotlivých letech. The following table summarizes the financial status of IOP from the beginning of the period to the end of 2012 and is shown here in an overview of PO 4.1 IOP for each year.

Finanční stav IOP k 31.12.2012 / Financial progress of the IOP as at 31 December, 2012								
Oblast intervence Intervention area	Alokace Allocation 2007–2013	Prostředky kryté Rozhodnutím / Smlouvou (dodatkem) <sup>1</sup> Funds covered by Decision / Grant Agreement (addendum) <sup>1</sup>			Proplacené prostředky příjemcům Funds reimbursed to beneficiaries		Certifikované prostředky předložené EK <sup>2</sup> Certified funds submitted to the Commission <sup>4</sup>	
		a) EUR	b) EUR	% b/a	c) EUR	% c/a	d) EUR	%d/a
4a	71 255 784	49 628 085	69,65 %	11 010 342	15,45 %	8 431 017	11,83 %	
4b	5 481 214	3 817 757	69,65 %	846 937	15,45 %	648 536	11,83 %	
<b>PO 4</b>	<b>76 736 998</b>	<b>53 445 842</b>	<b>69,65 %</b>	<b>11 857 279</b>	<b>15,45 %</b>	<b>9 079 553</b>	<b>11,83 %</b>	

Zdroj: MSC2007 ke dni 4.1.2013; Kurz CZK/EUR: 25,140; / Source: MSC2007 as at 4 January, 2013; EUR/CZK exchange rate: EUR 1 = CZK 25.140

Finanční stav IOP od roku 2007 / Financial status of the IOP since 2007								
Období Period	Alokace Allocation 2007–2013	Prostředky kryté Rozhodnutím / Smlouvou (dodatkem) <sup>3</sup> Funds covered by Decision / Grant Agreement (addendum) <sup>3</sup>			Proplacené prostředky příjemcům Funds reimbursed to beneficiaries		Certifikované prostředky předložené EK <sup>4</sup> Certified funds submitted to the Commission <sup>4</sup>	
		a) EUR	b) EUR	% b/a	c) EUR	% c/a	d) EUR	%d/a
2007	76 736 998	0	0 %	0	0 %	0	0 %	
2008	76 736 998	0	0 %	0	0 %	0	0 %	
2009	76 736 998	15 953 863	20,79 %	0	0 %	0	0 %	
2010	76 736 998	30 257 484	39,41 %	4 210 835	5,49 %	672 136	0,88 %	
2011	76 736 998	31 197 098	40,65 %	7 796 536	10,16 %	8 157 734	10,63 %	
<b>2012</b>	<b>76 736 998</b>	<b>53 445 842</b>	<b>69,65 %</b>	<b>11 857 279</b>	<b>15,45 %</b>	<b>9 079 553</b>	<b>11,83 %</b>	

Zdroj: Výroční zprávy IOP / Source: IOP Annual Reports

<sup>1</sup> U jednoho projektu z oblasti intervence 4.1b byl stav „Vydáno rozhodnutí o poskytnutí dotace“ doplněn zpětně v lednu 2013 ke dni 12.12.2012. Celková částka prostředků krytých Rozhodnutím/ Smlouvou (dodatkem) byla z tohoto důvodu upravena o částku 425 485,28 EUR odpovídající uvedenému projektu.

<sup>2</sup> Certifikované výdaje v oblastech intervence 3.1 a 5.1 jsou v IS MSC2007 chybně, z technických důvodů se nenačetly související národní zdroje ve výši 63 327 EUR u OI 3.1 a 1 890 924 EUR u OI 5.1. Částka v uvedeném sloupci je dopočítána.

<sup>3</sup> U jednoho projektu z oblasti intervence 4.1b byl stav „Vydáno rozhodnutí o poskytnutí dotace“ doplněn zpětně v lednu 2013 ke dni 12.12.2012. Celková částka prostředků krytých Rozhodnutím/ Smlouvou (dodatkem) byla z tohoto důvodu upravena o částku 425 485,28 EUR odpovídající uvedenému projektu.

<sup>4</sup> Certifikované výdaje v oblastech intervence 3.1 a 5.1 jsou v IS MSC2007 chybně, z technických důvodů se nenačetly související národní zdroje ve výši 63 327 EUR u OI 3.1 a 1 890 924 EUR u OI 5.1. Částka v uvedeném sloupci je dopočítána.

<sup>1</sup> One project under intervention area 4.1b had its status “Grant award decision issued” as at 12 December, 2012 added retroactively in January 2013. Consequently, the total amount of funds covered by the Decision/Grant Agreement (addendum) was adjusted by EUR 425,485.28 corresponding to the given project.

<sup>2</sup> The MSC2007 system contains incorrect information about certified expenditure under intervention areas 3.1 and 5.1. Due to technical reasons, related national co-financing in the amount of EUR 63,327 was not posted under intervention area 3.1 and EUR 1,890,924 under intervention area 5.1. The amount given in the column was calculated subsequently.

<sup>3</sup> One project under intervention area 4.1b had its status “Grant award decision issued” as at 12 December, 2012 added retroactively in January 2013. Consequently, the total amount of funds covered by the Decision/Grant Agreement (addendum) was adjusted by EUR 425,485.28 corresponding to the given project.

<sup>4</sup> The MSC2007 system contains incorrect information about certified expenditure under intervention areas 3.1 and 5.1. Due to technical reasons, related national co-financing in the amount of EUR 63,327 was not posted under intervention area 3.1 and EUR 1,890,924 under intervention area 5.1. The amount given in the column was calculated subsequently.

## Přehled realizace projektů odboru cestovního ruchu v roce 2012

### Projekt: Zkvalitnění informací pro zpracování Satelitního účtu cestovního ruchu České republiky

Stěžejní aktivitou projektu je kontinuální výběrové šetření „Příjezdový cestovní ruch“ o počtu a struktuře zahraničních návštěvníků České republiky a jejich výdajích na cestovní ruch v souvislosti s návštěvou naší země. Výsledky jsou publikovány se čtvrtletní periodicitou. V současné době jsou zahraniční návštěvníci při odjezdu z České republiky dotazováni na vhodných místech v blízkosti bývalých hraničních přechodů (supermarkety, benzínové stanice, turistické zajímavosti). Hlavním – ale zdaleka ne jediným – uživatelem zjištěných dat je Český statistický úřad, který výsledky šetření využívá pro pravidelnou konstrukci Satelitního účtu cestovního ruchu České republiky. V roce 2012 byly vedle pravidelných výstupů prezentovány krajské výsledky šetření včetně srovnávací analýzy jednotlivých krajů za období 2009–2011. V minulém roce také proběhl pilotní výzkum zaměřený na zahraniční návštěvníky, kteří zvolili organizovanou formu návštěvy České republiky – autobusový zájezd. Výsledky tohoto výzkumu byly zakomponovány do pravidelného šetření, čímž napomohly zkvalitnit statistická data jak na celostátní, tak především na regionální úrovni.

V roce 2012 bylo v rámci projektu vyčerpáno přes 15 mil. Kč, čerpání od počátku realizace projektu do konce roku 2012 dosáhlo přibližně 50 mil. Kč.

### Projekt: Zkvalitnění informací o vybraných sektorech cestovního ruchu

V roce 2012 během léta proběhla první fáze plošného šetření ubytovacích zařízení cestovního ruchu (terénní zjišťování), jejímž hlavním cílem bylo především vymezit sektor hromadného a sektor individuálního ubytování. Koncem roku navazovala druhá a podrobnější fáze šetření ubytovacích zařízení, a to prostřednictvím poštovního dotazování. Paralelně s ní byla realizována i první fáze šetření cestovních kanceláří a agentur na celém území České republiky. V 1. polovině tohoto roku probíhá zpracování výsledků, které významně zpřesní a doplní údaje publikované ČSÚ o návštěvnosti v hromadných ubytovacích zařízeních. Dále bude nově kvantifikována oblast individuálního ubytování a oblast cestovních agentur. Výsledkem šetření budou komplexní databáze údajů o hromadném a individuálním ubytování a o cestovních kancelářích a agenturách, které budou sloužit potřebám státního sektoru (např. ČSÚ, ČNB) i soukromé sféry – především formou veřejně přístupných údajů prostřednictvím webové aplikace, která zohlední konkrétní potřeby uživatelů.

V roce 2012 bylo v rámci zmíněného projektu vyčerpáno více než 11 mil. Kč, čerpání od počátku realizace projektu do konce roku 2012 dosáhlo přes 12 mil. Kč.

### Projekt: Zkvalitnění informací o kongresovém a incentivním cestovním ruchu

Během roku 2012 bylo úspěšně realizováno výběrové řízení s názvem „Statistické šetření organizátorů akcí KIT segmentu cestovního ruchu a poskytovatelů prostor pro akce KIT segmentu cestovního ruchu“, na jehož základě byl vybrán

## Tourism Department's projects implementation progress in 2012

### Project: Improving feed information for the Tourism Satellite Account of the Czech Republic

The core project activity is an on-going sample survey of inbound tourism to monitor the number and structure of foreign visitors to the Czech Republic and their tourism spendings in relation to their visit to the country. Results are published on a quarterly basis. Currently, foreign visitors are interviewed upon leaving the Czech Republic at suitable locations nearby the former border crossings (supermarkets, petrol stations, tourist attractions). The principal – though not only – user of the surveyed data is the Czech Statistical Office which uses the survey results for its regular compilation of the Tourism Satellite Account of the Czech Republic. In 2012, besides regular outcomes, outputs of regional surveys including a comparative analysis of regions for years 2009–2011 were also published. Also last year, a pilot survey took place focusing on foreign visitors coming to the Czech Republic by coach as a part of an organized tour. Outputs of the survey were incorporated in the regular surveys, helping thus improve the statistical data both at the national, but primarily at the regional level.

Over CZK 15 million were used for the project; since the start of implementation until the end of 2012 the total use of funds for the project reached approximately CZK 50 million.

### Project: Improving quality of information on selected tourism sectors

During summer 2012, the first phase of an overall survey of collective tourist accommodation establishments (field survey) took place whose key objective was in particular to define the sectors of collective and individual accommodation. At the end of the year, the second and more detailed phase of the survey followed, using direct mail questionnaires. At the same time, the first phase of travel agencies and tour operators' survey took place across the whole Czech Republic. In the first half of this year, the results were processed which would significantly improve and complement the data published by the Czech Statistical Office on occupancy of collective accommodation establishments. The sector of individual accommodation establishments and of travel agencies will be newly quantified. The output of the surveys will be comprehensive databases of both collective and individual accommodation establishments, and of travel agencies and tour operators, serving the needs of the state (e.g. the Czech Statistical Office, the Czech National Bank) as well as the private sectors – in particular in the form of data publicly available through a web application that will reflect specific needs of its users.

In 2012, the project used over CZK 11 million; since the start of implementation until the end of 2012 the total use of funds for the project reached over CZK 12 million.

### Project: Improving quality of information on congress and incentive tourism

A successful tender took place in 2012 entitled “Statistical Survey of MICE Organisers and Venue Providers” based on which a provider of the said survey was selected. Preparation for the survey was completed in 2012, while the survey itself is to be carried out



dodavatel již zmíněného statistického šetření. V roce 2012 byla dokončena příprava statistického šetření, přičemž k vlastní realizaci bude přikročeno v průběhu roku 2013. Výsledky zmíněného šetření (databáze organizátorů a realizátorů kongresového a incentivního cestovního ruchu, agregované prezentační výstupy, veřejná databáze údajů) budou stejně jako u předchozích projektů sloužit potřebám státní správy a samosprávy, pro účely profesní podnikatelské sféry a všem dalším uživatelům z řad veřejnosti.

V roce 2012 bylo v rámci tohoto projektu vyčerpáno 558,9 tis. Kč, čerpání od počátku realizace projektu do konce roku 2012 dosáhlo více než 1,922 mil. Kč.

#### Projekt: **Zkvalitnění informací o sektoru stravovacích zařízení v České republice**

V roce 2012 byl předložen nový projekt s názvem Zkvalitnění informací o sektoru stravovacích zařízení v České republice, jehož hlavním cílem je prostřednictvím terénního šetření zajistit informace o počtu a rozmístění samostatně stojících stravovacích zařízení na celém území České republiky. Data získaná prostřednictvím tohoto projektu rozšíří veřejně přístupnou databázi informací o cestovním ruchu vytvářenou ze statistických projektů MMR ČR. Získané informace budou sloužit jak uživatelům statistických dat, tak i široké veřejnosti.

V roce 2012 bylo v rámci tohoto projektu vyčerpáno 336,3 tis. Kč.

#### Projekt: **Národní systém kvality služeb cestovního ruchu v České republice**

Projekt je systémovým nástrojem Konceptu státní politiky cestovního ruchu, jehož záměrem je přispět ke zvýšení kvality služeb cestovního ruchu v České republice. Výsledkem projektu bude vytvoření Českého systému kvality služeb (ČSKS), do kterého se budou moci dobrovolně zapojovat subjekty cestovního ruchu a navazujících služeb, jimž bude schopen systematicky pomáhat při zvyšování kvality a pomůže jim získávat další odborné znalosti. ČSKS je vytvářen na základě licence německého systému kvality (Service Qualität Deutschland) a také s ohledem na záměr Evropské komise, jehož cílem je vybudování jednotné značky kvality v EU jako zastřešujícího systému pro obdobné evropské systémy. Součástí projektu je ve spolupráci s vybranými profesními sdruženími podpora a další rozvoj vybraných technických standardů.

V roce 2012 byl po přepracování původního záměru projekt schválen k realizaci, která pokračovala vypracováním metodiky systému zahrnující Standard ČSKS a Metodiku pro hodnocení kvality a vytvořením nové vizuální identity včetně komunikační strategie do roku 2015. Na konci roku 2012 bylo v rámci MMR ČR zřízeno Specializované pracoviště ČSKS, které bude garantem certifikace, jež bude zahájena v roce 2013. V roce 2012 bylo v rámci tohoto projektu vyčerpáno 6,3 mil. Kč, přičemž celkové uznatelné výdaje do konce tohoto roku dosáhly více než 12, 779 mil. Kč.

[www.csk.s.cz](http://www.csk.s.cz)

in the course of 2013. Like in previous projects, outputs of the survey (database of MICE organisers and providers, aggregate result presentations, public database) will serve the public and local administration, professional business, and all other users from among the public.

In 2012, the project used CZK 558,900; since the start of implementation until the end of 2012 the total use of funds for the project reached over CZK 1.922 million.

#### Project: **Improving quality of information on the catering sector in the Czech Republic**

A new project was submitted in 2012 for improvement of quality of information on the catering sector in the Czech Republic whose main objective is to establish information on the numbers and distribution of stand-alone catering facilities across the Czech Republic based on a field survey. Data obtained through the project shall extend the publicly available database of information on tourism developed based on the Ministry for Regional Development statistical projects. The collected information shall serve both statistical data users and general public.

In 2012, the project used CZK 336,300.

#### Project: **National quality system for tourism services in the Czech Republic**

The project is a systemic tool of the Tourism Policy and its objective is to contribute to improving the quality of tourism services in the Czech Republic. The output of the project will be a Czech Service Quality System (CSQS) which tourism and related service operators would join voluntarily; the system would help them systemically improve the quality of their services and acquire new expertise. The CSQS is developed under a licence of the German Quality System (Service Qualität Deutschland), taking also into account the European Commission's initiative to introduce a single EU quality label as an umbrella for similar European systems. The project also involves support and further development of selected technical standards in co-operation with selected professional associations.

After the original draft was reworked, the project was approved for implementation in 2012; the system methodology was developed which comprised of a CSQS Standard and a Quality Assessment Methodology, and a new visual identity including a communication strategy until 2015 was created. In late 2012, a dedicated unit was established at the Ministry for Regional Development to become the guarantor of certification which will be launched in 2013. In 2012, the project used CZK 6.3 million, with total eligible expenditures reaching over CZK 12.779 million by the end of the year.

[www.csk.s.cz](http://www.csk.s.cz)







2014 – 2020

NOVÁ KONCEPCE  
POLITIKY CESTOVNÍHO RUCHU  
THE NEW NATIONAL TOURISM POLICY



KAPITOLA  
CHAPTER

5

LEGISLATIVA / KONCEPCE  
LEGISLATION / POLICY



### Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2014–2020

Dne 27. března 2013 usnesením č. 220 vláda schválila novou Koncepti státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2014–2020. Stalo se tak po více než roce, kdy se Ministerstvo pro místní rozvoj intenzivně věnovalo jejímu zpracování. Výsledný dokument byl postupně projednán se všemi dotčenými subjekty působícími v oblasti cestovního ruchu, zejména pak se zástupci jednotlivých resortů, zástupci krajů, obcí, turistických regionů, profesních asociací a další odbornou a profesní veřejností.

Koncepce představuje základní strategický střednědobý dokument v oblasti cestovního ruchu pro nadcházející období 2014–2020. Jejím hlavním cílem je zvyšovat konkurenceschopnost celého odvětví cestovního ruchu na národní i regionální úrovni, udržení ekonomické výkonnosti i jeho pozitivních dopadů na socio-kulturní a environmentální rozvoj České republiky.

#### Priority Koncepce

- Priorita 1 – Zkvalitnění nabídky cestovního ruchu
- Priorita 2 – Management cestovního ruchu
- Priorita 3 – Destinační marketing
- Priorita 4 – Politika cestovního ruchu a ekonomický rozvoj

Jednotlivými prioritami průřezově prostupují prvky – kvalita, znalosti, inovace a udržitelnost, které mají akcelarovat a zefektivnit naplňování cílů Koncepce.

Nedostatkem dosavadní politiky cestovního ruchu byla po několik let absence funkčního systému organizace včetně nastavení systému financování, který by vytvořil stabilní podmínky pro fungování jednotlivých aktérů cestovního ruchu a dostatečně mohl být využit potenciál, kterým Česká republika disponuje. Výsledkem tak byla často realizace protichůdných opatření, jež měly za následek klesající výkonnost cestovního ruchu a ne vždy efektivně využití finanční zdroje.

Za pomoci připravovaného zákona o podpoře rozvoje cestovního ruchu, jež je nástrojem realizace Koncepce, je cílem podpořit a stabilizovat regionální spolupráci mezi veřejným, privátním a neziskovým sektorem na principech destinačního managementu. Výsledkem aplikace nové strategie bude vytvoření chybějícího

### The National Tourism Policy of the Czech Republic for the period 2014–2020

Pursuant to resolution No. 220 of 27 March, 2013 the Government approved a new National Tourism Policy of the Czech Republic for the period 2014–2020. This step was preceded by more than a year's intensive efforts on the part of the Ministry for Regional Development which drafted the Tourism policy. The resulting document was then discussed with all stakeholders from the tourism sector, particularly with ministerial and regional officials, municipalities, tourism regions, professional associations and expert and professional public.

The Tourism policy presents a fundamental strategic mid-term direction for tourism policy for the upcoming period of 2014–2020. Its main goal is to increase general competitiveness of the tourism sector at national and regional levels, to maintain its economic performance and positive impacts on the social, cultural and environmental development of the Czech Republic.

#### Concept priorities

- Priority 1 – Improving the quality of the tourism supply
- Priority 2 – Tourism management
- Priority 3 – Destination marketing
- Priority 4 – Tourism policy and economic development

The following cross-cutting elements are present in all individual priorities – Quality, Knowledge, Innovation and Sustainability, whose aim is to accelerate fulfilment of the Tourism policy objectives while making it more efficient.

For several years, the existing tourism policy lacked a functioning system of organisation including a system of funding which would create stable conditions for individual entities active in tourism and at the same time allow for exploiting the potential of the Czech Republic. This often resulted in contradictory measures leading to reduced performance of the tourism sector and far-from-efficient use of funds.

The aim of the currently prepared act on tourism support, a tool for the Tourism policy implementation, is to support and stabilise regional co-operation among public, private and non-profit sectors on the principles of destination management.



systému organizace cestovního ruchu, zahrnující srozumitelnější vymezení postavení a úkolů ministerstva, agentury CzechTourism, dalších subjektů jako jsou například kraje a zabezpečení jeho dlouhodobého financování. Fungující organizace destinačního managementu by měly být informačním a marketingovým základem pro kvalitní prezentaci České republiky v zahraničí a podporovat marketing českých destinací v rámci domácího cestovního ruchu.

Součástí Koncepce je i změna ve způsobu uplatňování dotační politiky realizované prostřednictvím evropských fondů. Ta bude nově zaměřena na využívání integrovaných přístupů na regionální úrovni, využívání nových finančních nástrojů, jakými jsou zejména zvýhodněné úvěry. Přímá dotační politika zaměřená na podporu komerční infrastruktury a služeb cestovního ruchu totiž v minulosti vedla k deformaci tržního prostředí. Tento způsob podpory byl kritizovaný nejen Evropskou komisí ale i samotnými podnikateli.

Koncepce je úzce provázaná s realizací národního marketingu, který je popsán a specifikován v ministerstvem schválené Marketingové koncepci cestovního ruchu agentury CzechTourism. Oba materiály byly připravovány současně a jsou tedy vzájemně provázané.

Schválení Koncepce představuje pouze první krok k úspěšné realizaci strategických záměrů. Ještě do konce roku 2013 budou Ministerstvem pro místní rozvoj připraveny a projednány navazující implementační dokumenty, a to zejména akční plán, kvantifikační analýza a další metodické dokumenty. Současně bude také probíhat příprava nového programovacího období a s tím spojená možnost získat finanční zdroje na uskutečnění jednotlivých záměrů Koncepce.

### **Zákon o podpoře rozvoje cestovního ruchu – postup realizace v roce 2012**

Návrh zákona o podpoře rozvoje cestovního ruchu představuje nástroj pro implementaci Koncepce státní politiky cestovního ruchu, zajištění provázanosti národní a regionální politiky cestovního ruchu, jednotné propagace České republiky, zvýšení jejich efektivity a udržení pozitivních dopadů cestovního ruchu na národní hospodářství a regionální rozvoj.

Mezi největší překážky rozvoje cestovního ruchu v České republice patří nejednotná implementace politiky cestovního ruchu a nejednotná ekonomická diplomacie a propagace České republiky (marketing cestovního ruchu).

Nejednotná implementace politiky cestovního ruchu má dopad na snižování efektivity realizovaných opatření (znásobování realizovaných aktivit, tříštění přínosů, někdy i protichůdné dopady), zbytečné využívání zdrojů (finanční, organizační, personální) a snižování výkonu a konkurenceschopnosti cestovního ruchu České republiky.

Překážkou výkonu činnosti destinačních managementů a provázanosti realizovaných aktivit je postavení destinačních společností, jejich složitá organizační struktura, nejasné zařazení destinací do jednotlivých úrovní organizace cestovního ruchu a nedostatečná specifikace úkolů / kompetencí destinačních společností na jednotlivých úrovních. Nejsou nastaveny mechanismy komunikace a spolupráce mezi jednotlivými Organizacemi destinačního managementu (DMO) v rámci úrovně ani mezi úrovněmi, nedochází ke koordinaci aktivit – snižuje se jejich efektivity,

The new strategy application should help create the missing system of tourism organisation including better defined positions and tasks of the Ministry, CzechTourism and other stakeholders such as regions, while ensuring its long-term funding. Well-functioning destination management organisations should become an information and marketing basis for a quality presentation of the Czech Republic abroad while supporting Czech destinations marketing within the framework of domestic tourism.

The Tourism policy introduces changes to the grant policy system implemented with the use of EU funds. The policy will be newly focused on the use of integrated approaches at the regional level and the use of new financial instruments, in particular preferential loans. Direct grant policy supporting commercial infrastructure and tourism services led in the past to distortion of the market environment. Such support was criticised not only by the European Commission, but also business owners themselves.

The Tourism policy is closely connected to implementation of the CzechTourism – Destination Marketing Strategy 2013–2020. Both materials were prepared simultaneously and they are mutually interlinked.

Approval of the Tourism policy represents just a first step to successful implementation of the strategic goals. By the end of 2013, the Ministry for Regional Development plans to prepare and circulate for comments related implementation documents, particularly an action plan, quantification analysis and other methodological documents. At the same time, preparations related to the new programming period will take place which will give us a chance to obtain funds for the implementation of individual Tourism policy objectives and measures.

### **Act on Support to Tourism Development – Implementation Progress in 2012**

Draft legislation on support to tourism development represents a tool to implement the Concept of National Tourism Policy, to ensure cohesion between national and regional tourism policies and uniform promotion of the Czech Republic, to increase their efficiency, and to sustain positive impacts of tourism on national economy and regional development.

Among major obstacles to tourism development in the Czech Republic belong uncoordinated implementation of tourism policy and inconsistent economic diplomacy and promotion of the Czech Republic (tourism marketing).

Uncoordinated implementation of tourism policy results in reduced effectiveness of implemented measures (duplicated activities, fragmented benefits, sometimes even contradicting outcomes), wasteful use of resources (financial, organisational, human), and reduced performance and competitiveness of the Czech tourism industry.

A major obstacle to destination management and cohesion of implemented activities is the position of destination entities, their complex organisational structure, vague positioning of destinations at different levels of tourism organisation, and inadequate specification of tasks/powers of the destination entities on different levels. There are missing mechanisms for communication and co-operation among different destination management organisations within a certain level and between the levels, activities are uncoordinated which reduces their efficiency as well as efficiency of the resources expended.

ale i efektivita vynaložených zdrojů.

Zavedení zákona o cestovním ruchu bylo opatřením první Koncepce státní politiky cestovního ruchu z roku 1999. S tvorbou současného návrhu věcného záměru zákona o podpoře rozvoje cestovního ruchu se začalo v roce 2009 a koncem roku 2010 byl návrh věcného záměru zákona předložen do vnějšího připomínkového řízení. V průběhu roku 2011 a 2012 probíhaly jednání za účelem vypořádání připomínek.

Počátkem roku 2012 (9. března) proběhlo projednání návrhu věcného záměru zákona o podpoře rozvoje cestovního ruchu na Komisi pro hodnocení dopadů regulace při Legislativní radě vlády České republiky. Výsledkem projednání bylo doporučení návrh věcného záměru zákona rozšířit a dopracovat. Komise především požadovala lépe popsat v návrhu zákona propojení navrhované úpravy s problémy rozvoje cestovního ruchu a vyčíslení dopadů zavedení zákona pro podnikatele.

Od března do srpna roku 2012 odbor cestovního ruchu MMR ČR zpracoval aktualizovanou a rozšířenou verzi návrhu, která byla následně projednávána na nově ustanovené pracovní skupině k zákonu o cestovním ruchu tvořené zástupci MMR ČR a profesní a odborné veřejnosti.

V prosinci roku 2012 proběhla další série jednání s Ministerstvem financí týkající se vypořádání vnějšího připomínkového řízení. Na žádost MF byl návrh věcného záměru upraven.

Upravená verze návrhu byla v souladu s Plánem legislativních prací vlády na rok 2012 předložena do vlády (7. ledna 2013).

Předpokládáné nabytí účinnosti zákona o podpoře rozvoje cestovního ruchu je v průběhu roku 2014.

### **Ochrana spotřebitele**

Jednou z aktivit Ministerstva pro místní rozvoj (odboru cestovního ruchu) je dohled nad vznikem a zakládáním cestovních kanceláří. Již od roku 1999 je v platnosti zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání a o výkonu některých činností v oblasti cestovního ruchu a o změně zákona č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, (dále jen „zákon č. 159/1999 Sb.“) a zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), ve znění pozdějších předpisů.

O zákonu č. 159/1999 Sb. se často nepřesně hovoří jako o „zákonu o cestovním ruchu“. Tento zjednodušující název je zavádějící, neboť zákon upravuje, pouze část cestovního ruchu. Tento zákon se dá charakterizovat následovně: jedná se o zákon, který zapracovává příslušné předpisy Evropské unie a upravuje podmínky, za kterých mohou provozovatelé cestovních kanceláří a agentur poskytovat své služby veřejnosti, povinnosti provozovatelů cestovních kanceláří a agentur, podmínky vydání koncesní listiny, povinné pojištění záruky pro případ úpadku cestovní kanceláře, dále zákon upravuje obsah činnosti horské služby a její výkon.

Základním smyslem zákona č. 159/1999 Sb., je ochrana zákazníků cestovních kanceláří v případě jejich úpadku v souladu s požadavky směrnice Rady Evropské unie č. 90/314/EHS ze dne 13. června 1990 o souborných službách pro cesty, pobyty a zájezdy, které jsou tímto zákonem zapracovány do českého právního řádu. Z toho důvodu je obsah zákona omezen pouze na úpravu těch skutečností, které se základním smyslem zákona souvisejí. Jde především o vymezení základních pojmů, dvou živností (provozování cestovní kanceláře a cestovní agentury), práv a povin-

Introduction of the Tourism Act was a measure resulting from the first National Tourism Policy from 1999. The current substance of the Act on Support of Tourism Development was first drafted in 2009 and submitted for an external round of consultations in late 2010. In the course of years 2011 and 2012, discussions were held to accommodate the comments.

In early 2012 (9 March), the draft substance of the Act on Support to Tourism Development was discussed by the regulation impact assessment working committee at the Government Legislative Council. As a result, it was recommended that the draft substance of the Act be extended and reworked. The committee particularly demanded that the draft better describe the linking-up of the proposed legislation with the tourism development issues and quantify the impact of the Act implementation on businesses.

Between March and August 2012, the Tourism Department of the Czech Ministry for Regional Development prepared an updated and expanded draft to be subsequently discussed by the newly established working group for the Tourism Act, which joined representatives of the Ministry with professional and expert public.

In December 2012, another round of talks with the Ministry of Finance took place concerning the accommodation of external comments. The draft substance of the Act was amended upon the Ministry of Finance's request.

In line with the Government Legislative Work Plan for 2012, the amended version was submitted to the Government (7 January, 2013).

It is anticipated that the Act on Support to Tourism Development become effective in the course of 2014.

### **Consumer Protection**

One of the activities of the Ministry for Regional Development (Tourism Department) is to supervise the establishment and foundation of travel agencies and tour operators. Act No. 159/1999 Coll., on certain conditions of businesses and on the performance of some activities in the field of tourism and on the change of to Act No. 40/1964 Coll., Civil Code, as amended, and to Act No. 455/1991 Coll., on Trade Business activities (“Trade Licensing Act”), as amended, (hereinafter “Act No. 159/1999 Coll.”), has been in force already since 1999.

Act No. 159/1999 Coll. is often mistakenly coined as the “Tourism Act”. This simplified title is misleading as the Act regulates just part of tourism. The Act could be characterised as follows: it is an act transposing relevant EU legislation and it sets forth conditions under which tour operators and travel agencies may provide their services to the public, their obligations, and conditions for issuing trade licences and for obligatory insurance in the event of travel agency insolvency. The Act also regulates activities of the Mountain Rescue and its performance.

The main purpose of Act No. 159/1999 Coll. is to protect customers of travel agencies in the event of travel agency bankruptcy in line with the requirements of the Council Directive 90/314/EEC of 13 June, 1990, on package travel, package holiday and package tours. These requirements are transposed by this Act into the Czech legal regulations. Therefore, the Act is limited only to regulation of those matters which are related to the basic purpose of the Act. In particular, these are definitions



ností souvisejících s poskytováním zájezdu, rozsahu povinného smluvního pojištění, cestovní smlouvy v občanském zákoníku a některých dalších skutečností.

Uvidíme v budoucím období, jaké změny přinese připravovaná revize Směrnice 90/314/EHS. Původní záměr Evropské komise byl předložit první legislativní návrh revize Směrnice začátkem roku 2011. Do této doby se však tak nestalo. Bude následovat řádný legislativní postup – přijetí Radou a Evropským parlamentem. Jednotlivé členské státy EU se budou moci vyjádřit k návrhu během projednávání v Radě EU. Konečné znění novely musí být následně implementováno do národních legislativ členských států EU.

### Novela zákona č. 159/1999 Sb.

Zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání a o výkonu některých činností v oblasti cestovního ruchu a o změně zákona č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů a zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), ve znění pozdějších předpisů (dále jen „novela zákona č. 159/1999 Sb.“) je v účinnosti od 1. října roku 2000 a dosud nebyl zásadním způsobem novelizován.

Hlavními důvody pro zahájení prací na novele bylo vyhodnocení současného stavu v oblasti podnikání na poli cestovního ruchu, podněty a konzultace se zástupci odborné veřejnosti a v neposlední řadě zpoždění předložení připravované revize směrnice 90/314/EHS, o souborných službách pro cesty, pobyty a zájezdy, ze strany Evropské komise.

Novela zákona začala být připravována Ministerstvem pro místní rozvoj na základě Plánu legislativních prací vlády za rok 2012. Hlavním účelem návrhu novely zákona je maximální snaha předkladatele zajistit zvýšenou ochranu zákazníků cestovních kanceláří. Jedním z hlavních cílů předkládané novely je co nejrychlejší zavedení opatření na zvýšení ochrany spotřebitele, která se budou týkat především úpravy pojištění cestovních kanceláří pro případ úpadku.

Návrh zákona byl dne 17. října 2012 rozeslán v souladu s čl. 76 Legislativních pravidel vlády do mezirezortního připomínkového řízení, kdy lhůta pro sdělení připomínek byla stanovena na deset pracovních dní a byl omezen okruh připomínkových míst. Termín k uplatnění připomínek byl stanoven na 31. října 2012. K předloženému návrhu bylo celkem uplatněno 59 připomínek, z toho 11 zásadních. Vypořádání připomínek je přílohou materiálu. Všechny uplatněné připomínky byly vypořádány, návrh zákona je předkládán bez rozporu.

Návrh zákona byl v roce 2012 projednán pracovními komisemi Legislativní rady vlády pro právo správní, pro právo finanční a pro soukromé právo. Návrh zákona byl rovněž projednán pracovní komisí Legislativní rady vlády pro hodnocení dopadů regulace (RIA).

### Statistika správní agendy

Níže uvedená data dále ukazují počty podniků a podnikatelské struktury cestovních kanceláří a agentur (včetně jiných rezervačních a souvisejících činností) podle nové klasifikace CZ NACE N 79 k poslednímu dni v měsíci červnu 2012. V meziročním srovnání se ukazuje mírné snižování počtu firem a jejich zaměstnanců.

of basic terms, two types of trade licences (tour operators and travel agencies), rights and obligations related to provision of tours, the scope of obligatory insurance, travel contracts in the Civil Code, and some other matters.

We will see in the future what changes will be brought by the revision of Directive 90/314/EEC which is under way. The original intention of the European Commission was to submit the first legislative draft of the revised Directive in early 2011. However, this has not happened. A proper legislative procedure will then follow – approval by the Council and the European Parliament. Individual EU Member States may comment on the draft during the reading in the EU Council. The final wording of the revision must be then implemented in the national legislation of the EU Member States.

### Amendment to Act No. 159/1999 Coll.

Act No. 159/1999 Coll., on certain conditions of businesses and on the performance of some activities in the field of tourism and on the change of to Act No. 40/1964 Coll., Civil Code, as amended, and to Act No. 455/1991 Coll., on Trade Business activities (“Trade Licensing Act”), as amended, (hereinafter “Act No. 159/1999 Coll.”), has been in force already since 1999.

Main reasons for starting work on the amendment were evaluation of the current situation in the tourism sector, initiatives from and consultations with the expert public and last but not least delay in the revision of Directive 90/314/EEC on package travel, package holiday and package tours on the part of the European Commission.

The Ministry for Regional Development started preparation of the amendment based on the Government Legislative Work Plan for 2012. The main purpose of the draft amendment is to ensure increased protection of travel agencies’ customers. One of the major objectives of the amendment is to introduce measures to increase consumer protection mainly with respect to the insurance of travel agencies in the event of insolvency.

On 17 October, 2012 the draft amendment was sent out to the interministerial consultation process in line with S. 76 of the Government Legislative Rules. The deadline for sending comments was set at 10 business days and the number of consultation bodies was limited. The deadline for comments was set to be 31 October, 2012. A total of 59 comments were received, of which 11 were of a fundamental nature. Settlement of the comments is shown in the appendix hereto. All comments were settled, the draft amendment is being submitted without conflict.

The draft amendment was discussed by the Government Legislative Council working commissions for administrative law, financial law, and private law. The draft was also discussed by the Government Legislative Council working commission for regulation impact assessment (RIA).

### Statistics of the Administrative Agenda

The data below show numbers of establishments and business structures of tour operators and travel agencies (including other reservation service and related activities) according to the new CZ NACE N 79 classification as at the end of June 2012. The year-on-year comparison shows a slight decrease in the number of establishments and their employees.

### Cestovní kanceláře, agentury a jiné rezervační činnosti k 30. 6. 2012 – počty podniků Travel agency, tour operator reservation service and related activities as at 30 June, 2012 – number of establishments

Sekce, oddíl, skupina CZ NACE CZ NACE Division, Group, Class		Počty organizací podle právních forem a NACE 3 / No. of organisations by legal form and NACE 3								
		celkem total	z toho / of which		z PO zejména / of legal entities in particular					
			FO individuals	PO legal entity	OS un-incorp. association	AS joint stock c.	družstva co- perative	SP state- owned c.	ZO a ostatní ZO and others	
	Činnost cestovních agentur, kanceláří a jiné rezervační a související činnosti Travel agency, tour operator reservation service and related activities	11 299	8 863	2 436	2 146	50	9	0	231	
79.1	Nezařazeno Not classified	4	4	0	0	0	0	0	0	
N	79.1	Činnost cestovních agentur a cestovních kanceláří Travel agency and tour operator activities	7 953	5 623	2 330	2 095	47	9	0	179
79.9	Ostatní rezervační a související činnosti (vč. průvodcovských) Other reservation service and related activities (incl. guides)	3 342	3 236	106	51	3	0	0	52	

K ekonomickým výsledkům NACE 79 uvádíme níže porovnání údajů vždy za první čtvrtletí běžného roku, od roku 2008. Celkové tržby za prodané zájezdy se za první čtvrtletí zvýšily o 756 mil. (+ 9,9 %). Ze souhrnného přehledu vyplývá mírně navýšující se stav počtu zaměstnanců a rostoucí průměrná hrubá měsíční mzda na jednu fyzickou osobu. Taktéž ostatní ekonomické ukazatele v meziročním srovnání rostou. As for economic results of NACE 79, below you can find comparison of data for the first quarter of each year since 2008. Total sales for tours grew by CZK 756 million (+9.9%) in the first quarter. The overview shows that there is a slightly growing trend in the number of employees and the average gross monthly wage per person. Also other economic indicators show year-on-year growth.

### Ekonomické výsledky CK a CA za 1. čtvrtletí let 2008 – 2012 – NACE 79

#### Economic results of tour operators and travel agencies in 1Q 2008-2012 – NACE 79

	I. čtvrt. / 1Q 2008	I. čtvrt. / 1Q 2009	I. čtvrt. / 1Q 2010	I. čtvrt. / 1Q 2011	I. čtvrt. / 1Q 2012
Pracovníci celkem / Total persons employed	13 161	13 063	12 244	11 781	12 228
v tom / of which	↓	↓	↓	↓	↓
Počet pracujících majitelů a spolupracujících členů domácnosti No. of active entrepreneurs and co-operating household members	4 182	4 339	4 119	3 969	4 124
průměrný evidenční počet zaměstnanců ve FO Average registered number of employees	8 979	8 724	8 125	7 812	8 104
Mzdy (bez ostatních osobních nákladů) v mil. Kč Wages (excl. other personnel expenses) in CZK million	481	498	502	502	570
Průměrná hrubá měsíční mzda na 1 FO v Kč Average monthly gross wage per person in CZK	17 835	19 021	20 603	21 415	23 460

pokračování / continuing

Tržby celkem v mil. Kč / Total turnover in CZK million	7 929	8 964	7 703	7 622	8 378
v tom / of which	↓	↓	↓	↓	↓
tržby za zboží v mil. Kč sales of goods in CZK million	45	36	105	86	118
tržby za vlastní výrobky a služby v mil. Kč sales of own goods and services in CZK million	7 884	8 928	7 598	7 535	8 261
Tržba na pracovníka tis. Kč Turnover per person in CZK thousand	602,4	686,2	629,2	646,9	685,2
Výkony vč. OM v mil. Kč Outputs incl. trade margin in CZK million	7 896	8 933	7 648	7 576	8 327
Výkonová spotřeba v mil. Kč Production consumption in CZK million	7 158	7 717	6 623	6 428	7 227
Účetní přidaná hodnota v mil. Kč Accounting value added in CZK million	738	1 215	1 025	1 147	1 100
Podíl účetní přidané hodnoty na výkonech v % Accounting value added to outputs in %	9,3	13,6	13,4	15,1	13,2

Pramen: ČSÚ / Source: Czech Statistical Office

#### Ekonomické výsledky CK a CA v roce 2011 – NACE 79

#### Economic results of tour operators and travel agencies in 1Q 2008-2012 – NACE 79

	I/4	II/4	III/4	IV/4	2011
Pracovníci celkem / Total persons employed	11 638	11 824	12 447	12 082	11 998
v tom / of which	↓	↓	↓	↓	↓
Počet pracujících majitelů a spolupracujících členů domácnosti No. of active entrepreneurs and co-operating household members	3 974	3 974	4 529	4 178	4 164
průměrný evidenční počet zaměstnanců ve FO Average registered number of employees	7 664	7 850	7 918	7 904	7 834
Mzdy (bez ostatních osobních nákladů) v mil. Kč Wages (excl. other personnel expenses) in CZK million	478	508	522	497	2 005
Průměrná hrubá měsíční mzda na 1 FO v Kč Average monthly gross wage per person in CZK	20 812	21 550	21 970	20 976	21 331
Tržby celkem v mil. Kč / Total turnover in CZK million	7 497	9 769	16 192	8 093	41 552
v tom / of which	↓	↓	↓	↓	↓
tržby za zboží v mil. Kč sales of goods in CZK million	20	72	91	63	245
tržby za vlastní výrobky a služby v mil. Kč sales of own goods and services in CZK million	7 477	9 697	16 102	8 030	41 307
Tržba na pracovníka tis. Kč Turnover per person in CZK thousand	644,2	826,3	1 300,9	669,8	3 463,4

pokračování / continuing

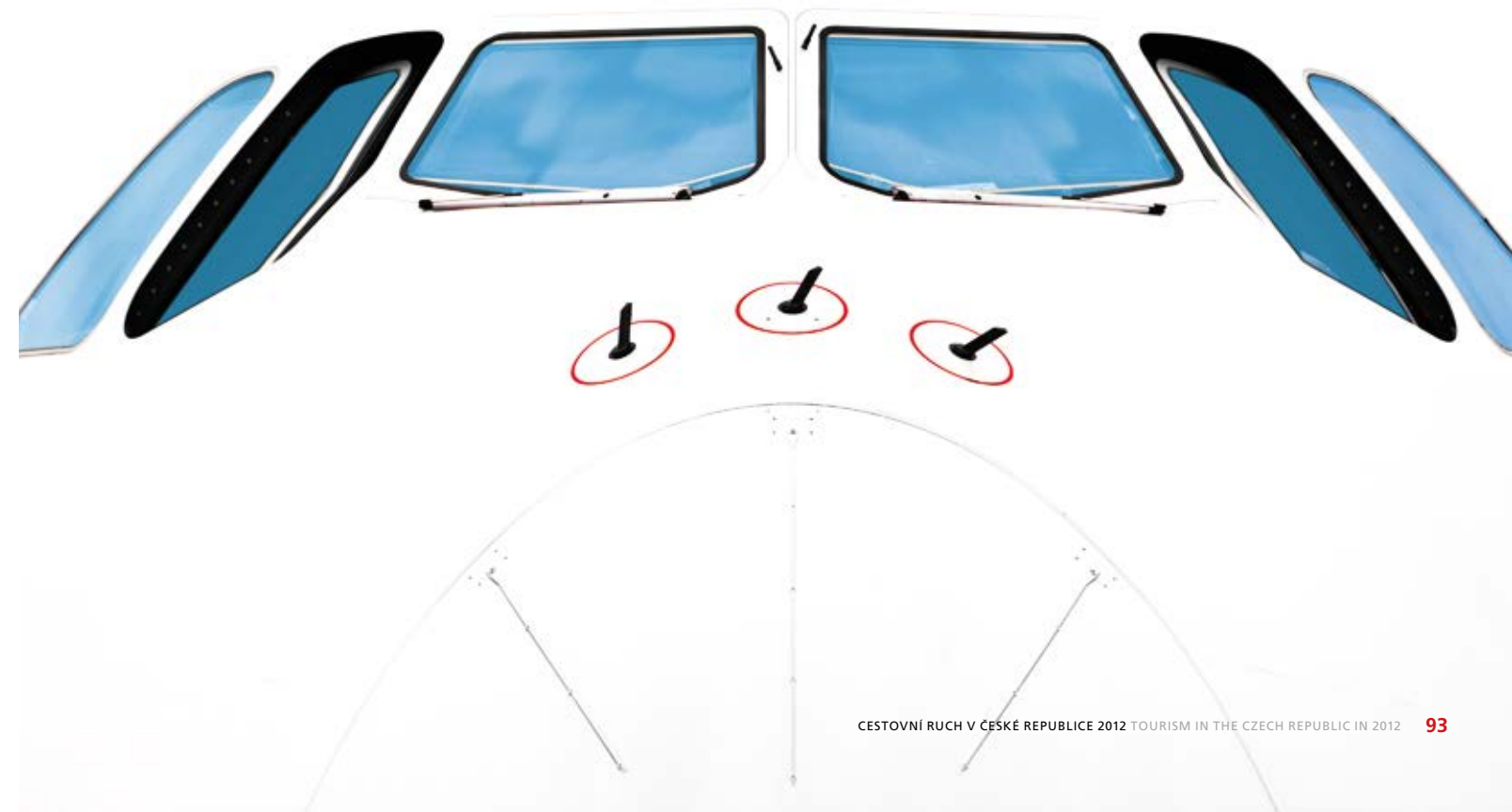
Výkony vč. OM v mil. Kč Outputs incl. trade margin in CZK million	7 481	9 713	16 107	8 039	41 339
Výkonová spotřeba v mil. Kč Production consumption in CZK million	6 353	8 888	13 470	7 696	36 408
Účetní přidaná hodnota v mil. Kč Accounting value added in CZK million	1 128	825	2 636	342	4 931
Podíl účetní přidané hodnoty na výkonech v % Accounting value added to outputs in %	15,1	8,5	16,4	4,3	11,9

ČSÚ / Source: Czech Statistical Office

Přehled o aktivních cestovních kancelářích, přerušeném podnikání a zrušených koncesích a o vydaných stanoviscích MMR ČR k žádostem o koncese – 2009, 2010, 2011 a 2012  
Overview of active travel agencies, suspended business activities and withdrawn trade licences and issued opinions of the Ministry for Regional Development of the Czech Republic on trade licence applications – 2009, 2010, 2011, and 2012

rok year	aktivní active	přerušeno/ suspended	zrušeno withdrawn	kladná stanoviska positive opinion	záporná stanoviska negative opinion	celkem kladných stanovisek total positive opinions
2009	1066	300	445	108	0	1841
2010	1064	302	510	83	1	1925
2011	1039	346	534	106	2	2031
2012	1092	432	564	80	2	2114

Pramen: MMR ČR / Source: Ministry for Regional Development





Přehled úpadků cestovních kanceláří za rok 2012 / Overview of travel agency insolvencies in 2012

Název CK Name	Datum úpadku Date of insolvency	Postižení klienti Affected clients	Pojišťovna Insurance	Plnění Compensation
<b>Redgreentours s.r.o.</b>	4. 6. 2012 4 June, 2012	97 Turecko, Kypr + cca 1100 klientů nevycestovalo 97 Turkey, Cyprus + ca. 1,100 clients did not depart	Union poisťovňa, a.s.	Úhrada veškerých závazků Discharge of all obligations
<b>CK Asteri Tour s.r.o.</b>	19. 6. 2012 19 June, 2012	Cca 200 klientů zakoupilo zájezdy ca. 200 clients purchased tours	Evropská cestovní pojišťovna a.s.	Klienti odškodněni v plné výši Full compensation to clients
<b>CK Filip s.r.o.</b>	26. 6. 2012 (insolvence -> přerušení) 26 June, 2012 (insolvency -> suspension)	20 klientů zakoupilo lázeňské pobyty 20 clients purchased spa stays	Česká podnikatelská pojišťovna, a.s.	Pojišťovna nedostala oficiální oznámení o úpadku -> lhůta 6 měsíců The insurer was not officially notified of the insolvency -> a 6-month deadline
<b>Globaltour s.r.o.</b>	4. 7. 2012 4 July, 2012	187 + 2 děti Turecko + cca 200 klientů neodletělo 187 + 2 children in Turkey + ca. 200 clients did not depart	Česká podnikatelská pojišťovna, a.s.	Zajištění návratu klientů z Turecka + zatím cca 200 klientů, kteří neodletěli (lhůta 6 měsíců) Organising clients' return from Turkey + so far ca. 200 clients who did not depart (a 6-month deadline)
<b>Marcela Pavelková</b>	6. 7. 12 6 July, 2012	296 Bulharsko 296 Bulgaria	Generali Pojišťovna a.s.	Repatriace všech klientů Repatriation of all clients
<b>Zuzana Pálová</b>	9. 7. 2012 oznámení pojišťovnou o nezaplacení pojistného -> 9. 7. 2012 MMR ČR návrh na zrušení ŽO 9 July, 2012 the insurer sends a notification that the insurance premium was not paid -> 9 July, 2012 the Ministry proposes to withdraw a trade licence	40 Chorvatsko 40 Croatia	Generali Pojišťovna a.s. (nezaplaceno pojistné, smlouva nebyla účinná) (insurance premium not paid, the policy was not in force)	Repatriaci zajistila Zuzana Pálová Repatriation organised by Zuzana Pálová
<b>CK Dolce Vita a.s.</b>	23. 7. 2012 23 July, 2012	77 klientů v zahraničí + 265 klientů neodletělo 77 clients abroad + 265 clients did not depart	Česká podnikatelská pojišťovna, a.s.	77 klientů přilet v řádném termínu + odškodnění 265 klientů, kteří zaplatili zálohu 77 clients arrived as scheduled + compensation to 265 clients who paid an advance
<b>Pradok spol. s.r.o.</b>	17. 8. 2012 17 August, 2012	172 klientů v zahraničí 172 clients abroad	Generali Pojišťovna, a.s.	Konečná výše poj. plnění bude známa po uplynutí lhůty 6 měsíců Final amount will be known when a 6-month deadline expires

**Zákon č. 179/2006 Sb. o uznávání výsledků dalšího vzdělávání a působnost odboru cestovního ruchu v oblasti činnosti Ministerstva pro místní rozvoj ve funkci autorizujícího orgánu**

Zákon č. 179/2006 Sb., o ověřování a uznávání výsledků dalšího vzdělávání a o změně některých zákonů (zákon o uznávání výsledků dalšího vzdělávání) doplněný prováděcí vyhláškou č. 208/2007 Sb., o podrobnostech stanovených k provedení zákona o uznávání výsledků dalšího vzdělávání, umožňuje ověření a uznání aktuálních znalostí a dovedností zájemců o Osvědčení o získání profesní kvalifikace (osvědčení). Tímto osvědčením se jeho držitel prokazuje na trhu práce a může si tak zajistit pracovní místo a start do nové kariéry.

Původní názvy úplná kvalifikace a dílčí kvalifikace byly v uvedeném zákonu nahrazeny novými termíny úplná profesní kvalifikace a profesní kvalifikace s platností od 1. dubna 2012. Úplnou profesní kvalifikací zákon rozumí odbornou způsobilost fyzické osoby vykonávat řádně všechny pracovní činnosti v určitém povolání; profesní kvalifikace znamená odbornou způsobilost fyzické osoby vykonávat řádně určitou pracovní činnost nebo soubor pracovních činností v určitém povolání, popřípadě ve dvou nebo více povoláních, v rozsahu uvedeném v kvalifikačním standardu.

MMR ČR jako autorizující orgán ve smyslu zákona č. 179/2009 Sb., uděluje autorizace pro povolání v oblasti domovního a bytového fondu, územního plánování a stavebního řádu, investiční politiky, cestovního ruchu a pohřebnictví.

Autorizací se rozumí oprávnění fyzické nebo právnické osoby ověřovat dosažení odborné způsobilosti fyzické osoby podle příslušného hodnotícího a kvalifikačního standardu profesní kvalifikace, pro kterou bylo oprávnění uděleno. Odbor cestovního ruchu posuzuje z odborného hlediska žádosti o autorizace ze skupiny 65 - Gastronomie, hotelnictví a turismus a při hodnocení postupuje podle hodnotících standardů profesních kvalifikací, pro které je autorizace požadována.

V roce 2012 odbor cestovního ruchu posoudil 32 žádostí o autorizace a MMR ČR udělilo celkem 39 autorizací, z toho 30 ve skupině Gastronomie, hotelnictví a turismus. Autorizované osoby vykonaly v témže roce celkem 1288 zkoušek adeptů na osvědčení, v dané skupině pak 1174. Mezi nejžádanější profesní kvalifikace patřily Příprava teplých pokrmů, Příprava minutek, Příprava pokrmů studené kuchyně a Průvodce cestovního ruchu.

Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy v roce 2012 schválilo celkem 7 profesních kvalifikací revidovaných Sektorovou radou pro pohostinství, gastronomii a cestovní ruch a tato sektorová rada schválila těchto 6 nových profesních kvalifikací: Místní zástupce cestovní kanceláře, Vedoucí zájezdu, Vedoucí pracovník turistického informačního centra, Pracovník turistického informačního centra, Průvodce Prahou a Horský průvodce.

Veškeré potřebné informace a podklady viz: [www.mmr.cz](http://www.mmr.cz), legislativa, autorizace osob v oblasti dalšího vzdělávání.

(Poznámka: doba platnosti autorizace je 5 let a může být opakovaně prodloužena vždy o dalších 5 let. Může být ovšem také odňata; viz § 16, zákona 179/2006 Sb.)

**Act No. 179/2006 Coll., on recognition of further education results, and the scope of powers of the Tourism Department of the Ministry for Regional Development as the authorising body**

Act No. 179/2006 Coll., on verification and recognition of further education results and on changes to certain acts ("Qualification Recognition Act"), complemented with implementing regulation No. 208/2007 Coll., on implementing details to the Qualification Recognition Act, together allow for verification and recognition of current knowledge and skills of applicants for the Professional Qualification Certificate ("Certificate"). The Certificate helps its holder to get a job on the labour market and start a new career.

Effective as of 1 April, 2012, original terms "full qualification" and "partial qualification" were replaced in the wording of the Act with new terms "full professional qualification" and "professional qualification". By full professional qualification the Act means professional competence of a person to duly perform all work activities in a certain profession; professional qualification means a professional competence of a person to duly perform a certain work activity or a complex of work activities in a certain profession, or two or more professions, within the scope determined in the qualification standard.

The Ministry for Regional Development as the authorising body to the effect of Act No. 179/2009 Coll. grants authorisations for professions in the field of housing, territorial planning, construction rules of procedure, investment policy, tourism, and funeral services.

An authorisation entitles an individual or a legal entity to verify the level of acquired professional competence of a person according to the relevant assessment and qualification standard for those professional qualifications for which the authorisation is granted.

The Tourism Department is in charge of assessing the professional aspects of applications for authorisation in group 65 – **Gastronomy, hotel industry, and tourism**; the assessment follows relevant standards of those professional qualifications for which the authorisation is requested.

In 2012, the Tourism Department assessed 32 applications for authorisation and the Ministry for Regional Development granted a total of 39 authorisations, of which 30 in the Gastronomy, hotel industry, and tourism group. In the same year, the authorisation holders tested altogether 1,288 applicants for a Certificate, of which 1,174 in the said group. Preparation of hot meals, preparation of minute meals, preparation of cold food, and tourist guide ranked among the most sought-after professional qualifications.

In 2012, the Ministry of Education, Youth and Sports approved a total of seven professional qualifications revised by the Sectoral Council for Catering, Gastronomy and Tourism, while the Council in turn approved six new professional qualifications: local delegation of a travel agency, tour leader, head of the tourist information centre, tourist information centre officer, Prague tourist guide, and mountain guide.

All necessary information and support materials are available at [www.mmr.cz](http://www.mmr.cz), see headings Legislativa (Legislation) / Autorizace osob v oblasti dalšího vzdělávání (Authorisation in further education).

(Note: Authorisation is valid for 5 years and may be repeatedly renewed each time for 5 years. It may also be withdrawn; see S. 16 of Act No. 179/2006 Coll.)

V minulých ročnících publikace jsme Vám, na těchto stránkách, představili Horskou službu ČR, o.p.s. Seznámili jsme Vás s její historií, současném právním postavení, náplni činnosti, vzdělávání i statistickými údaji úrazovosti na českých horách.

V loňském roce jsme zde představili mobilní aplikaci Horské služby, která dokáže pomocí GPS souřadnic lokalizovat raněného a tak přivolat záchranáře mnohem rychleji než dosud.

Nyní zde chceme představit nový produkt Horské služby „S Jetíkem po českých horách“

The Czech Mountain Rescue Service was introduced in the previous issues of the Yearbook. You received information about its history, current legal status, activities, training and statistical data on the accident rate in Czech mountains.

Last year, we wrote about the Mountain Rescue Service mobile application which can localize an injured using GPS coordinates and thus send for the rescuers much faster than in the past.

And now, we would like to talk about a new product of the Czech Mountain Rescue Service – “In the Footsteps of Yettie in the Czech Mountains”.

80 


Výzva k hledacím akcím  
Search and rescue calls

6 045 km

Celkem najezdila  
a nachodila za 1 620 hodin  
Total mileage driven  
and walked in 1 620 hours

7 262 

Celkem ošetřeno  
Total number of treated  
people

1 533 

Z toho předáno rychlé  
záchranné služby  
Of which referred to  
an emergency medical  
service

155 

Povolán vrtulník zdravotní  
záchranné služby  
Calls for a helicopter  
emergency medical service





## S Jetíkem po českých horách

V rámci programu Národní podpory cestovního ruchu byl Horské službě schválen projekt „S Jetíkem po českých horách“. Je to projekt zaměřený na rodiny s dětmi. Je plánován na dva roky a zasahuje do všech sedmi horských oblastí, ve kterých Horská služba působí. Primárně se zaměřuje na prezentaci nejdůležitějších předností jednotlivých horských oblastí s důrazem na bezpečnost návštěvníků hor a ochranu přírody. Zábavnou soutěžní formou zaměřenou převážně na mladou generaci nenásilně do podvědomí vštěpuje jak se chovat na horách a v přírodě.

Projekt obsahuje řadu prezentačních a propagačních aktivit na mezinárodní, národní, regionální úrovni. Je zaměřen převážně na českého návštěvníka. TOP nabídka českých hor je nasměrována i na zahraniční turisty. Realizací projektu je tak doplněna nabídka agentury CzechTourismu. Projekt tak přispívá

k jednotné prezentaci České republiky. Je postaven na spolupráci s informačními centry, krajskými úřady, správami národních parků a chráněných krajinných území ale i s odborem cestovního ruchu (OCR) a turistických regionů. Na základě pravidelného setkávání a výměny informací dochází ke koordinaci propagace cestovního ruchu.

Legenda o Jetíkovi, který se z Himálajů přestěhoval do malých českých hor, aby zjistil, že i v nich lze zažít mnohá dobrodružství, Vám může pomoci s motivací dětí i plánováním vhodných výletů a dovolených. Jetíka můžete stopovat dlouho. Na túry lze vyrazet pěšky, na kole i na běžkách.

**Pravidla hry jsou velmi jednoduchá.**

*Na význačných místech českých, moravských a slezských hor je připraveno přes 150 razítkovacích míst. Hráč razítka sbírá do Jetíkova pasu a pak je vyměňuje za originální Jetíkovy odznaky. Za 7 razítek*

*dostane základní zelený odznak, za 14 razítek pokročilý oranžový odznak a za 21 razítek prestižní červený odznak. Nositel červeného odznaku se pak může přihlásit do slosování o zajímavé ceny a upomínky na své putování v Jetíkových stopách.*

Hra startuje v květnu 2013 seriálem propagačních akcí. Už nyní si lze na Jetíkově webu [www.jetik.info](http://www.jetik.info) naplánovat svou sběratelskou strategii. Web obsahuje tipy na výlety a túry na známá i neznámá místa našich hor, kalendář zajímavých akcí a událostí, populární výklad zásad pro bezpečný pohyb v horském terénu, podrobná pravidla hry a další informace přizpůsobené dětskému čtenáři. Z webu si můžete stáhnout a vytisknout i Jetíkův pas.

Pak už jen sbalit batohy, zašněrovat boty – a hurá na výlet!



# Jetík Yettie

## In the Footsteps of Yettie in the Czech Mountains

The Czech Mountain Rescue Service submitted a project called "In the Footsteps of Yettie in the Czech Mountains" within the framework of the National Tourism Support Programme and it was approved. The project aims at families with children. It is planned for two years and relates to all seven mountain areas covered by the Mountain Rescue Service. Primarily, it focuses on presentation of key benefits of individual mountain areas with a special focus on mountain visitors' safety and nature protection. Through a fun competition aiming mainly at the young generation, it implants good behavioural patterns for visiting mountains and nature in its participants.

The project consists of several presentation and promotion activities at international, national and regional levels. It

focuses mainly on Czech visitors. The TOP offer of Czech mountains is also intended for foreign tourists. The project thus supplements the CzechTourism's offer and contributes to uniform presentation of the Czech Republic. The project is based on co-operation with information centres, regional offices, national parks and natural reserves administrations and tourism organisations in tourist regions. Tourism promotion is thus coordinated thanks to regular meetings and exchange of information.

The legend of Yettie who moved from the Himalayas to small Czech mountains to find out that there is adventure even here, will help you motivate children and plan suitable trips and holidays. You can follow Yettie's trail for long, whether on foot, by bicycle or cross-country skis.

Rules of the game are very simple. There are over 150 stamp points in the Czech, Moravian and Silesian mountains.

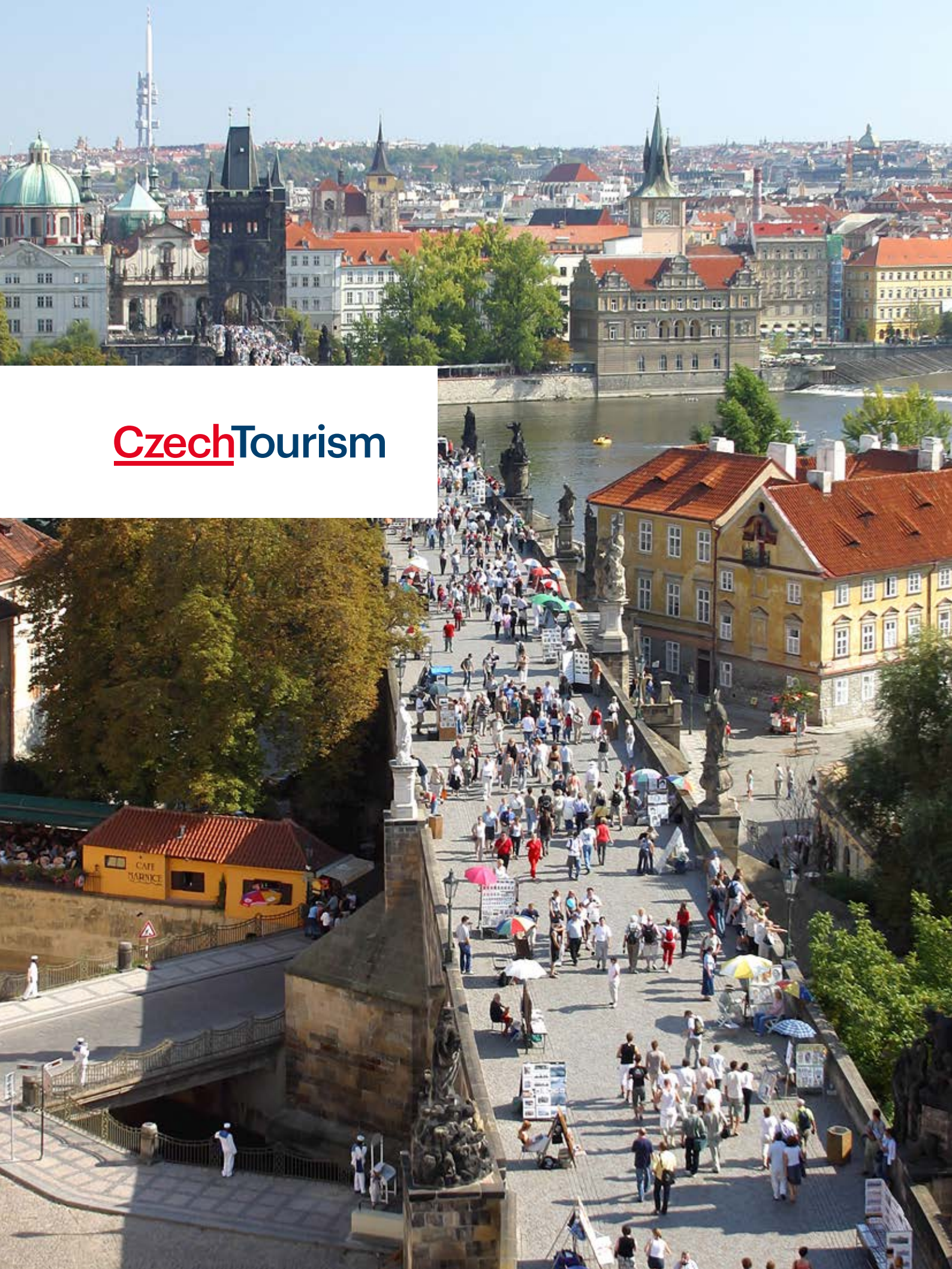
Players collect stamps to the Yettie's passport and then exchange them for original Yettie's badges. Seven stamps will get you a basic green badge, 14 an advanced orange badge and 21 stamps a prestigious red badge. Holders of red badges are entitled to take part in a draw and win interesting prizes and souvenirs to remind them of their tracking of Yettie.

The game starts in May 2013 by a series of promotion events. You can plan your collection strategy already now at Yettie's website [www.jetik.info](http://www.jetik.info). The website contains tips for tours and trips to well-known and unknown locations in the Czech mountains, a calendar of interesting events, principles of safe stay in the mountains, detailed rules of the game and other information adapted to young readers. You can also download and print out Yettie's passport.

And then just pack your backpacks, lace up your shoes and off you go!







**Czech**Tourism

**Rok 2012 byl turisticky nejsilnější za posledních 20 let**

Každý rok na tomto místě zmiňujeme poslání agentury CzechTourism, kterým je propagace České republiky jako ideální turistické destinace pro zahraniční a domácí turisty. Ohlédneme-li se za rokem 2012, nezbývá nám než konstatovat, že jsme toto poslání naplnili. Podle statistik přijelo loni do České republiky nejvíce zahraničních turistů v jeho samostatné historii a co je důležitější, Češi rozpochybovali domácí cestovní ruch v regionech.

Nejvyšší nárůst návštěvnosti České republiky jsme zaznamenali v první čtvrtině loňského roku, kdy do České republiky přijeli například ruští turisté slavit pravoslavné Vánoce. Kromě nich a návštěvníků z Německa vzrostl výrazně také počet turistů ze vzdálených trhů, především z Číny (+34 %), Jižní Koreje (+33 %) a USA (+17 %). Na rostoucí potenciál čínského trhu pohotově reagujeme a hodláme v Šanghaji otevřít nové zahraniční zastoupení, také v ekonomicky rostoucí Brazílii posilujeme marketingové aktivity. Slovy čísel – 137,8 mld. Kč u nás utratili v loňském roce zahraniční turisté a o 2,1 mld. Kč vzrostly příjmy z cestovního ruchu oproti roku 2011, což nás velmi těší.

Podpora kvality, rozvoj domácího cestovního ruchu a nové trendy v komunikaci jsou další výzvou pro naši agenturu. Agentura se zapojila do řady projektů realizovaných z fondů EU zaměřených například na kvalitu služeb informačních center (ATIC) anebo na vzdělávání v cestovním ruchu. Z letního výzkumu „Sběr

**In 2012, Tourism Was the Strongest in the Last 20 Years**

Each year in this place we reiterate the mission of the CzechTourism agency: to promote the Czech Republic as an ideal tourist destination for foreign and domestic visitors. Looking back at 2012, we dare say we accomplished the mission. Statistics show that the number of foreigners who visited the Czech Republic last year was the highest in the Agency's history. What is even more important, Czechs themselves got domestic tourism in regions going.

We saw the most significant boom in arrivals in the first quarter of 2012. Among others, Russian tourists came to the Czech Republic at that time to celebrate the orthodox Christmas holidays. Aside from Russian and German visitors, the number of tourists from long-haul markets also increased, in particular from China (+34 %), South Korea (+33 %) and the United States (+17 %). In response to the growing potential of the Chinese market, we plan to open a foreign office in Shanghai. We have also stepped up our marketing activities in Brazil due to its growing economy. To put the facts in figures: last year foreign tourists spent CZK 137.8 billion in the Czech Republic, and revenues from tourism increased by CZK 2.1 billion, compared to 2011. We are very pleased with these results.

Quality support, domestic tourism development and new communication trends pose more challenges for CzechTourism. The Agency has participated in a variety of EU-funded projects



informací – domácí cestovní ruch“ jsme vy sledovali nárůst středně dlouhých pobytů Čechů ve vlasti a stoupající tendenci jejich cest za aktivní dovolenou. Jedním z nejvýznamnějších zjištění výzkumu je rostoucí spokojenost se službami v regionech, respondenti také uvedli, že osobní doporučení je nejčastějším motivem návštěvy konkrétních míst a internet zůstává hlavním zdrojem informací o dané destinaci. Agentura CzechTourism aktivně nabízí tipy na výlety po Česku na svém portálu Kudy z nudy, který zaznamenal v loňském roce fenomenální úspěch v návštěvnosti. Společnost SOCIALBAKERS byl vyhodnocen osmou nejpopulárnější mediální značkou z hlediska vlivu na názor veřejnosti na sociální síti Facebook. To svědčí o cíli agentury jít s dobou, využívat nové druhy, styly i komunikační nástroje.

### Můžeme říci, že se agentura CzechTourism mění?

Můžeme i říci, že se agentura CzechTourism mění. Loni jsme odstartovali sérii změn vedoucích k nové definici pozice agentury coby lídra v cestovním ruchu. Za cíl jsme si stanovili udávat směr vývoje oboru v následujících letech. Proto jsme také v závěru roku dali zelenou přípravám ke vzniku Institutu cestovního ruchu ČR, který bude shromažďovat statistické údaje, analýzy, trendy a raporty ze zahraničních trhů a monitorovat nové možnosti pro turistický potenciál regionů.

Konec roku se nesl ve znamení dokončení nového vizuálního stylu agentury, který se bude postupně promítat do veškerých jejích aktivit nejen doma, ale hlavně v zahraničí. Nový vizuální styl a turistickou značku České republiky (CzechTourism) pro nás zpracovalo tuzemské designové studio Marvil, vítěz náročného tendru.

Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism chce i v dalších letech stát po boku moderních a úspěšných institucí, které sledují a následují současné trendy. Věřím, že nový jednotný vizuální styl, nové marketingové aktivity a dobře odvedená práce všech zaměstnanců nám otevírají dveře do roku 2013, k datu, kdy agentura

focused, for instance, on the quality of services provided by information centres (ATIC) and on education in tourism. A survey “Collecting Information – Domestic Tourism” conducted last summer documented an increase in medium-term holidays of Czechs in their home country and a stronger trend to seek active holidays. One of the most important findings of the survey is growing customer satisfaction with services in regions. In addition, respondents cited personal recommendation as the most frequent incentive for visiting specific sites and the internet as the key source of information about the selected destination. CzechTourism also actively promotes domestic tourism through the Tips for Trips (Kudy z nudy) website that scored a phenomenal success last year in terms of the number of visitors. As a result, SOCIALBAKERS ranked it the eighth most popular media brand judged by its impact on public opinion on Facebook. This success reaffirms the Agency’s goal to keep up with technology development and employ new kinds and styles of communication tools.

### Can we say that CzechTourism has been changing?

Yes, we can. Last year we started off a series of changes with the aim to redefine the Agency’s position as the leader in the tourism industry. Our objective is to become the trendsetter in the industry development in the coming years. For this purpose, we gave the green light to preparations for setting up a Czech Tourism Institute in late 2012 that will be gathering statistical data, analyses, trends, and reports from foreign markets, and monitoring new opportunities for bolstering the tourism potential in regions.

The end of the year was marked by finishing work on the Agency’s new visual style that will be gradually introduced in all its activities both at home and, in particular, abroad. The new visual style and the Czech Republic tourism brand was designed by the Czech design studio Marvil, the winner of a rigorous tender.

oslavuje 20. výročí od svého založení.

Agentura CzechTourism si definovala pro rok 2012 základní marketingové priority, které se povedlo v průběhu roku naplnit.

Patřilo mezi ně zpracování a **schválení střednědobé marketingové koncepce cestovního ruchu** na období 2013–2020. Tento dokument definuje budoucí strategii agentury CzechTourism ve vztahu k propagovaným produktům, nástrojům, trhům, sdělením apod. Tato koncepce zásadně ovlivňuje také činnost jednotlivých zahraničních zastoupení agentury a nový marketingový plán se dotýká všech odborů.

Dalším důležitým úkolem byl **rebranding destinační značky** a implementace nového vizuálního stylu agentury jako i **schválení nových marketingových projektů financovaných z Evropské unie**.

Dále došlo k zúžení produktové řady, kdy se kulturní dědictví stalo primárním produktem. Online komunikaci jsme zacílili na bonitní návštěvníky a začlenili jsme ji do integrovaných kampaní. Posílili jsme partnerský marketing v regionech a v rámci komerčního partnerství (ČSA, Letiště Praha, apod.). Přijali jsme opatření k zefektivnění činnosti zahraničních zastoupení. Vytyčili konkrétní opatření v oblasti výzkumu (pro potřeby manažerů, spokojenost partnerů, zprávy o cestovním ruchu apod.) a inovativních projektů (location placement, mobilní aplikace apod.) Připravili jsme manuál produktů a koncept národního informačního portálu.

Mimořádné postavení v implementaci marketingové strategie zaujímá projekt rebrandingu destinační značky České republiky a s ním související positioning České republiky coby země příběhů. Na základě výběrového řízení byl zvolen progresivní koncept grafického studia Marvil založený na hravém logu Czech Republiky. Toto řešení staví na on-line komunikaci jako hlavním sdělovacím prostředku pro potenciální návštěvníky České republiky a umožňuje prezentovat jednotlivé příběhy moderní formou.

In the years to come, CzechTourism aspires to rank among modern and successful organisations that keep track of and follow current trends. I believe the new, uniform visual style, new marketing events and hard work of all employees help open the door for us into 2013, the year when CzechTourism marks the twentieth anniversary since its founding.

The key marketing priorities defined by CzechTourism for 2012 were met in the course of the year.

One of them was devising and **approving a medium-term tourism marketing concept** for 2013–2020. The document defines future strategy of CzechTourism in respect of promoted products, tools, markets, public communications, etc. The concept has a fundamental impact on the operation of the Agency’s foreign offices, and the new Marketing Plan affects all its departments.

Another important task was **destination rebranding** and implementation of the Agency’s new visual style, as well as approval of **new marketing projects funded by the EU**.

Furthermore, the product line was narrowed down in that cultural heritage became our primary product. Online communication was targeted at higher-income visitors and was incorporated in integrated campaigns. We fostered partner marketing in regions and within business partnerships (Czech Airlines, Prague Airport, etc.). We adopted measures to streamline foreign offices’ activities. We drew up specific plans for market research (concerning managers’ needs, partners’ satisfaction, tourism reports, etc.) and innovative projects (location placement, mobile applications, etc.). We prepared a product manual and a concept of a national information portal.

The project of rebranding the Czech Republic as a tourist destination and the related positioning of the Czech Republic as a country of stories have been instrumental in the marketing strategy implementation. Marvil graphic studio’s progressive design was selected in a tender, based on the playful logo Czech Republiky. This solution builds upon online communication as the primary mode of communication for potential visitors to the Czech Republic and allows for narrating the stories in a present-day form.

### Produkty

Agentura CzechTourism se v roce 2012 ve své činnosti zaměřila především na rozvoj následujících produktů a témat:

- kulturní dědictví (města, památky, historie), lifestyle (gastronomie, společenské akce), netradiční turismus (nové trendy v cestovním ruchu apod.)
- sport a aktivní dovolená (letní a zimní dovolená, golf)
- lázeňství, wellness a medicínský turismus
- kongresová a incentivní turistika (více v kapitole Czech Convention Bureau)

Témata produktů se odrážejí v marketingových kampaních agentury v tuzemsku a zahraničí stejně jako na všech prezentačních akcích (workshopy, prezentace, semináře, veletrhy, výstavy). Na konkrétních tematických i regionálních projektech oddělení spolupracuje se zástupci organizací cestovního ruchu, profesionálních sdružení a podnikatelů.

### Činnost zahraničních zastoupení

V roce 2012 působilo ve světě celkem 24 zahraničních zastoupení agentury CzechTourism, z toho 20 tzv. prvního stupně a čtyři zastoupení druhého stupně. Během roku ukončilo činnost zahraniční zastoupení v Budapešti a v indickém Dillí. V roce 2012 se současně připravovala otevření dvou nových kanceláří, a to v americkém Los Angeles a v čínské Šanghaji.

Zastoupení CzechTourism ve světě mají za cíl propagovat Českou republiku jako ideální turistickou destinaci. K dosažení tohoto cíle zahraniční kanceláře spolupracují se zahraničními touroperátory, informují zahraniční novináře o turistické nabídce České republiky a prostřednictvím marketingových kampaní ovlivňují spotřebitelské chování. Zahraniční zastoupení využívají širokou paletu marketingových nástrojů, jako jsou prezentace, workshopy či fam tripy, pořádají tiskové konference, rozesílají tiskové zprávy a organizují press tripy, připravují online i offline marketingové kampaně a účastní se veletrhů.

Činnost zahraničních zastoupení je pak monitorována a vyhodnocována. Hlavní důraz je kladen na efektivitu marketingových aktivit.

### Products

In 2012, CzechTourism’s activities centred on the development of the following products and topics:

- Cultural heritage (towns and cities, monuments, history), lifestyle (gastronomy, social events), non-traditional tourism (new trends in the travel industry, etc.);
- Sports and active holidays (summer and winter holidays, golf);
- Spas, wellness and medical tourism;
- Convention and incentive tourism (for more see chapter Czech Convention Bureau).

The themes of the products are reflected in CzechTourism’s marketing campaigns at home as well as abroad and in all presentation events (workshops, presentations, seminars, trade fairs, exhibitions). In implementing specific thematic and regional projects, the Agency’s pertinent department collaborates with representatives of tourist organisations, professional associations and entrepreneurs.

### Foreign offices

In 2012, CzechTourism ran a total of 24 foreign offices worldwide, of which 20 were categorised as first-level and four as second-level. Foreign offices in Budapest, Hungary and New Delhi, India, closed down in the course of the year. Conversely, preparations were being made to open two new offices, one in Los Angeles, USA, and the other in Shanghai, China.

The primary goal of CzechTourism’s foreign offices across the globe is to promote the Czech Republic as the ideal tourist destination. To achieve this goal, the foreign offices collaborate with foreign tour operators, brief foreign journalists on the Czech travel offerings, and conduct marketing campaigns aimed at shaping up consumer behaviour. The foreign offices employ a broad range of marketing tools, such as presentations, workshops and fam trips, in addition to holding press conferences, disseminating press releases and organising press trips. They prepare online and offline marketing campaigns and take part in trade fairs.

Foreign offices’ operations are monitored and assessed with a key focus on the effectiveness



NOVÝ VIZUÁLNÍ STYL  
NEW VISUAL STYLE



CzechTourism

## Kampaně a B2C eventy

### Španělsko

Kampaň v rádiu ABC Punto (440.000 posluchačů denně) se vysílala u příležitosti konání Prague International Marathon od února do května 2012. Kampaň obsahovala tematické vsuvky o České republice, rozhovory ze studia v Praze (PIM) a microsite na www.abc.es, kde byly umístěny videa a fotografie. Dále kampaň běžela na sociálních médiích – Twitter, Facebook. Advertising value equivalent (AVE) vysílacího prostoru více než 20x převýšil počáteční investici do kampaně (AVE 2,3 mil. Kč).

### Polsko

V obchodním centru Galeria Dominikánská ve Wroclawi proběhl již šestý ročník prezentace zimní sezóny v České republice. Akce se zúčastnilo 19 českých partnerů převážně z privátní sféry. O úspěchu akce svědčí opakovaná účast většiny partnerů.

### Skandinávie

V Dánsku a ve Švédsku proběhla společná on-line kampaň s Travellink a ČSA. Kampaň se konala na podzim a tématem byla vánoční Praha. Součástí kampaně byl banner se speciální nabídkou a prolinkem na microsite, newsletter (255.000 adresátů) a soutěž o pobyt v Praze. Díky soutěži jsme získali 5.000 adresátů do B2C databáze. Výsledky kampaně vykazaly nadprůměrné CTR i vysoký počet unikátních návštěvníků microsite.

### Velká Británie

Netradiční marketingová akce proběhla v průběhu letních olympijských her v Londýně. Českou expozici navštívilo více než 75 tisíc návštěvníků. Stánek CzechTourism nabídl kromě turistického informačního servisu také doprovodný program v podobě interaktivního zařízení, ve kterém si všichni návštěvníci mohli vyrobit upomínkovou fotografii se značkou CzechTourism odkazující na webové stránky. Foto bylo možné vytisknout, poslat mailem, zavěsit na Facebook či poslat jako tweet.

## PR

### Německo

V Německu se povedly hned tři exkluzivní PR projekty. Díky press tripu pro deník Die Zeit vznikl Guide Prague s nákladem 525 571 kusů, jehož hodnota AVE přesáhla 7,5 mil. Kč. Na projektu se podíleli celkem tři novináři – hotelový kritik, food kritik a novinářka, která dělala rozhovor s Jaroslavem Rudišem, Tomášem Sedláčkem a zpěvačkou Martou Jandovou. Velkým úspěchem skončil i press trip do Karlových Varů v rámci Mezinárodního filmového festivalu, kterého se zúčastnilo sedm novinářů. Hodnota článků AVE již přesáhla 12,5 mil. Kč. Ve spolupráci s Karlovarským krajem vznikla 45minutová reportáž o českých lázních, která byla odvysílána ve veřejnoprávní německo-francouzské televizi ARTE.

### Rakousko

Rakouské zahraniční zastoupení CzechTourism uspořádalo ve spolupráci s městem Brno a Centrálou cestovního ruchu – Jižní Morava press trip do Brna při příležitosti znovuotevření Vily Tugendhat. Kombinace zajímavého tématu a výborného výběru médií (Krone Zeitung, Panorama Verlag, Der Standard, Traveller, Die Presse, Railtours, ÖBB Social Media Communication, BahnMax) přinesla vynikající mediální výstupy. Mezi nejzajímavější výstupy patřily např. trojstránkový článek v Krone Zeitung v hodnotě 1,6 mil. Kč nebo článek v Der Standard v hodnotě 675 tis. Kč.

### Slovensko

Na Slovensku proběhla série 11 tiskových konferencí, na kterých byly prezentovány všechny turistické regiony kromě hlavního města Prahy. Důraz byl kladen na UNESCO památky.

### USA

Česká republika se stala místem pro natáčení 7. epizody jednoho z nejsledovanějších pořadů americké televize ABC, The Bachelorette. Díky spolupráci CzechTourism, města Praha a Hotelu Aria se v téměř dvouhodinovém pořadu objevily záběry nejen z Prahy, ale i z hradů Křivoklát a Sychrov. Česká republika byla prezentována především jako ideální romantická destinace s krásnými historickými památkami a obrovským potenciálem pro honeymoon a wedding turistiku. Pořad byl odvysílán 25. června 2012, v hlavním vysílacím čase od 8–22 hodin na stanici ABC a sledovalo ho cca 7 milionu diváků.



## Spolupráce s touroperátory

### Benelux

Marketingová spolupráce s největším belgickým touroperátorem Jetair byla zaměřena na propagaci zimní a letní aktivní dovolené. Česká republika byla prezentována všem obchodním partnerům Jetair (cca 400 francouzských a 400 vlámských) na největším B2B akci v Belgii. Pro produkt manažera Jetair byly připraveny dva nákupní fam tripy a součástí byla i společná tisková konference na téma lyžování v Česku. Výsledkem spolupráce jsou čtyři nové stránky v zimním a letním katalogu s nabídkou českých hor a desítky mediálních výstupů. V prvním roce se také prodalo cca 1600 balíčků aktivní dovolené.

### Čína

MICE workshop s tiskovou konferencí a banketem se konal 11. listopadu 2012 v Pekingu ve věhlasném hotelu St. Regis. Tiskové konference se zúčastnilo 47 zástupců médií a všichni z akce připravili mediální výstup. Na banketu bylo přítomno 120 VIP hostů z cestovního ruchu a z médií. Během workshopu byly domluveny konkrétní akce (skupiny s 200 a s 80 účastníky). Ohlas na akci od touroperátorů a médií trval několik měsíců.



### Rusko

V Rusku proběhla prezentace Jižních Čech. V dubnu se uskutečnil fam trip funkcionářů HK KHL Avtomobilist Jekatěrinburg za účelem prověření možností konání tréninkových pobytů hokejistů KHL v České republice. Po úspěšných jednáních bylo nakonec realizováno sportovní soustředění na Hluboké a v Českých Budějovicích. Kromě velmi dobré prezentace Jižních Čech je zde přímý finanční přínos ve výši přes 3 mil. Kč.

V prosinci se uskutečnil workshop na téma „Pohádkové Jižní Čechy a Magická Šumava“, kterého se zúčastnilo 35 subjektů touroperátorů a novinářů. Na workshop navazovalo večerní slavnostní setkání pro 60 hostů z oblasti travel business a tisku.

### Latinská Amerika

V roce 2012 proběhla série akcí v šesti mexických městech, během které bylo osloveno téměř 1 500 zástupců cestovních kanceláří (CK) a tour operátorů (TO). V Monterrey (prezentace pro 150 zástupců CK, stánek na trade show), v Guadalajaře (prezentace pro 50 zástupců CK, stánek na trade show), v Leonu (prezentace pro 50 zástupců CK, stánek na trade show), v Mexico City (prezentace pro 50 zástupců CK, stánek na trade show), v Pueblu (prezentace pro 120 zástupců CK, stánek na trade show) a v Meridě (prezentace pro 180 zástupců CK, stánek na trade show).



## Campaigns and B2C events

### Spain

On the occasion of the upcoming Prague International Marathon, a media campaign was aired on ABC Punto radio (440,000 listeners daily) from February to May 2012. The campaign comprised thematic advertising spots featuring the Czech Republic, interview broadcast from the Prague studio (PIM), and a microsite at [www.abc.es](http://www.abc.es) for viewing videos and photographs. Twitter and Facebook were also engaged. The advertising value equivalent (AVE) of the airtime exceeded twenty times the initial investment in the campaign (AVE amounted to CZK 2.3 million).

### Poland

A presentation of the winter season in the Czech Republic was organised for the sixth time at the Galeria Dominikańska shopping centre in Wrocław, with 19 Czech partners taking part, predominantly from the private sector. Recurrent participation of the majority of partners testified to the success of the event.

### Scandinavia

A joint online campaign with Travelink and Czech Airlines was launched in Denmark and Sweden in the autumn, aimed at promoting Prague at Christmas. Part of the campaign was a banner with a special offer and a link to a microsite, a newsletter mailed to 255,000 recipients, and a contest for a holiday in Prague. The outcome of the contest was 5,000 new recipients added to the B2C database. The campaign resulted in an above-average CTR and a high number of unique visitors to the microsite.

### United Kingdom

An unconventional marketing event took place during the Summer Olympic Games in London. More than 75,000 visitors dropped by the Czech exhibition stand. Aside from providing tourist information, CzechTourism prepared an accompanying programme in the form of an interactive device where all visitors could make themselves a souvenir photo with the CzechTourism logo referring to the Agency's website. The photo could be printed, emailed, posted on Facebook or tweeted.

### PR

#### Germany

Three excellent PR projects were successfully completed in Germany. Thanks to a press trip arranged for the Die Zeit daily, 525,571 copies of a Prague Guide brochure were published with AVE surpassing CZK 7.5 million. Three journalists were involved in the project – a hotel reviewer, a food reviewer, and a journalist who conducted interviews with writer Jaroslav Rudiš, economist Tomáš Sedláček and singer Marta Jandová. A press trip to Karlovy Vary during the International Film Festival, with seven media representatives participating, was also a great success. The published articles generated AVE in excess of CZK 12.5 million. In collaboration with the Karlovy Vary region, a 45-minute programme was made featuring Czech spas and it was aired on the German-French public-service TV channel ARTE.

### Austria

CzechTourism's foreign office in Austria in collaboration with the City of Brno and the Tourist Authority – South Moravia organised a press trip to Brno to mark the reopening of Villa Tugendhat. The mix of an attractive topic and a remarkable media line-up (Krone Zeitung, Panorama Verlag, Der Standard, Traveller, Die Presse, Railtours, ÖBB social media, BahnMax) resulted in excellent media exposure. Among the most interesting contributions was a three-page article published by Krone Zeitung with AVE amounting to CZK 1.6 million, and an article in Der Standard worth CZK 675,000.

### Slovakia

A series of 11 press conferences was held in Slovakia, promoting all tourist regions with the exception of the capital Prague. Special focus was on UNESCO sites.

### USA

The Czech Republic was picked as the location for shooting the seventh episode of one of the most popular US shows aired on the ABC channel, The Bachelorette. Thanks to co-operation of CzechTourism with the City of Prague and the Aria Hotel, the almost two-hour show featured sights of Prague and also the Křivoklát and Sychrov castles.

The Czech Republic was presented mainly as an ideal romantic destination with breath-taking historical monuments and huge potential for honeymoon and wedding tourism. The show aired on the ABC channel on 25 June, 2012 at prime time from 8 to 10 p.m. and was watched by some seven million viewers.

## Collaboration with tour operators

### Benelux

Marketing collaboration with Belgium's leading tour operator Jetair focused on promotion of winter and summer active holidays. The Czech Republic was presented to all Jetair's business partners (about 400 French and 400 Flemish entities) at the largest B2B event in Belgium. Two shopping fam trips were arranged for Jetair's product manager and a joint press conference was held, promoting skiing in the Czech Republic. This collaboration resulted in four new pages in the winter and summer catalogues featuring Czech mountains, and dozens of media outputs. Some 1,600 active holiday package tours sold in the first year.

### China

A MICE workshop along with a press conference took place at Beijing's renowned St. Regis hotel on 11 November, 2012. It was attended by 47 media representatives and all of them produced media output on the event. In addition, 120 VIP guests from the tourism industry and media participated in the following banquet. During the workshop, concrete projects were fixed for groups of 200 and 80 participants. The tour operators' response to and media coverage of the event reverberated for several months.

### Russia

South Bohemia was featured at a presentation organised in Russia. A fam trip was arranged for the Yekaterinburg Avtomobilist ice hockey club officials to seek possibilities of training stays of KHL hockey players in the Czech Republic. Following successful negotiations, the cities of Hluboká and České Budějovice hosted training camps. The event contributed to a positive image of South Bohemia and brought a direct financial benefit in the amount of over CZK 3 million.

In December, 35 tour operators and journalists participated in a workshop "Fabulous South Bohemia and Magical Šumava Mountains". After the workshop, a gala evening was organised for 60 guests from the ranks of travel business and the press.

### Latin America

In 2012, six Mexican cities hosted a series of events targeted at some 1,500 representatives of travel agencies and tour operators: Monterrey – presentation for 150 travel agents, trade show booth; Guadalajara – presentation for 50 travel agents, trade show booth; Leon – presentation for 50 travel agents, trade show booth; Mexico City – presentation for 50 travel agents, trade show booth; Pueblo – presentation for 120 travel agents, trade show booth; and Merida – presentation for 180 travel agents, trade show booth.



### Mezinárodní spolupráce států Visegrádské čtyřky na vzdálených trzích

Společné aktivity národních turistických centrál zemí Visegrádské čtyřky (V4) probíhaly od 1. července 2011 po dobu jednoho roku pod záštitou České republiky. K tradičním zdrojovým zemím USA, Rusku, Japonsku, Brazílii, Indii a Číně v roce 2012 nově přibyl Tchaj-wan.

Ve škále propagačních nástrojů byly v roce 2012 posíleny zejména prezentace pro odborníky a média na cílových trzích. K těm patří např. studijní cesty, inzertní kampaně a on-line nástroje jako jsou e-learning, e-semináře, blog a prezentační spot pro odborníky. Spuštěna byla rovněž ruská, čínská a japonská jazyková mutace webového portálu [www.european-quartet.com](http://www.european-quartet.com).

V celkovém součtu realizovalo "Evropské kvarteto" 7 studijních cest, 6 road show, 2 veletrhy, 9 workshopů a prezentací. Přehled všech aktivit European Quartet včetně příjezdových statistik z cílových trhů a profilu členských států poskytuje brožura "European Quartet Facts & Figures", kterou v prosinci 2012 vydala agentura CzechTourism.

Produktově je společná marketingová kampaň orientována na tradiční i nová turistická témata – středoevropská města, kulturu a historii, památky UNESCO, lázeňství a zdravotní turismus, aktivní turistiku a zážitkovou dovolenou. Zahrnuje spolupráci se zahraničními incomingovými společnostmi, propagaci v médiích i aktivity zacílené přímo na samotné cestovatele. Projekt v neposlední řadě rovněž posiluje spolupráci národních turistických centrál s domácími subjekty cestovního ruchu. V celkovém součtu přispěly v roce 2012 středoevropské státy na společnou kampaň téměř 400 tis. EUR.

### International Co-operation of the Visegrad Four Countries in Long-haul Markets

Joint activities of national tourism authorities of the Visegrad Four (V4) countries were carried out under the auspices of the Czech Republic from 1 July, 2011 for the duration of one year. In 2012, Taiwan was newly added to traditional sources of incoming travellers, such as the United States, Russia, Japan, Brazil, India and China.

In a wide variety of promotional tools, the key focus in 2012 was on presentations for professionals and media in the target markets. These comprised study trips, advertising campaigns and online tools such as e-learning, e-seminars, a blog and a presentation spot for industry professionals. The website [www.european-quartet.com](http://www.european-quartet.com) was localised also into Russian, Chinese and Japanese.

In total, the European Quartet initiative organised 7 study trips, 6 road shows, 2 trade fairs, 9 workshops and presentations. All activities of the European Quartet, including statistics of inbound tourism from target markets and profiles of member states, are summed up in the European Quartet Facts & Figures brochure published by CzechTourism in December 2012.

In terms of products, the joint marketing campaign centred on both traditional and new travel themes – Central European cities, culture and history, UNESCO heritage sites, spa and medical tourism, active tourism and adventure holidays. The campaign comprised collaboration with foreign incoming tourist agencies, media advertising, and activities targeted directly at travellers. Furthermore, the project fostered collaboration of national tourism authorities with domestic travel organisations. Altogether, the Central European countries contributed nearly EUR 400,000 to the joint campaign in 2012.





# PŘEHLED VYBRANÝCH KONTAKTNÍCH ADRES LIST OF SELECTED CONTACT ADDRESSES

## STÁTNÍ ORGÁNY A INSTITUCE GOVERNMENT AGENCIES AND INSTITUTIONS

Ministerstvo pro místní  
rozvoj ČR [Ministry for Regional  
Development of the Czech  
Republic](#) [www.mmr.cz](#)

Česká centrála cestovního  
ruchu – CzechTourism  
[Czech Tourist Authority –  
CzechTourism](#)  
[www.czechtourism.cz](#)  
[www.czechtourism.com](#)

Národní památkový ústav  
[State Institute of Care of  
Historic Monuments](#)  
[www.npu.cz](#)

Český statistický úřad  
[Czech Statistical Office](#)  
[www.czso.cz](#)

## HLAVNÍ MĚSTO PRAHA CITY OF PRAGUE

Magistrát hl. m. Prahy  
[Prague City Council](#)  
[www.praha-mesto.cz](#)  
[www.prahainfo.cz](#)  
[www.praha.eu](#)  
[www.praque-city.cz](#)

Pražská informační služba  
[Prague Information Service](#)  
[www.praque-info.cz](#)  
[www.pis.cz](#)

Správa Pražského hradu  
[Prague Castle Administration](#)  
[www.hrad.cz](#)

Pražská asociace kongresové  
turistiky (PAKT)  
[Prague Convention Bureau](#)  
[www.praqueconvention.cz](#)

## SDRUŽENÍ A SVAZY MĚST A OBCÍ ASSOCIATIONS AND UNIONS OF TOWNS AND COMMUNITIES

Sdružení historických sídel Čech,  
Moravy a Slezska  
[Association of Historical  
Settlements in Bohemia,  
Moravia and Silesia](#)  
[www.shscms.cz](#)

Svaz měst a obcí ČR  
[Union of Czech Towns and  
Communities](#)  
[www.smocr.cz](#)

Asociace krajů České republiky  
(AKČR) [Association of Regional  
Authorities](#)  
[www.asociacekrajů.cz](#)

Sdružení lázeňských míst ČR  
[Czech Spa Towns Association](#)  
[www.spas.cz](#)

## PROFESNÍ ASOCIACE A SVAZY PROFESSIONAL ASSOCIATIONS AND FEDERATIONS

Asociace cestovních kanceláří  
ČR (ACK ČR) [Association of  
Travel Agencies of the Czech  
Republic](#) [www.ackcr.cz](#)

Asociace českých cestovních  
kanceláří a agentur (AČCKA)  
[Association of Tour Operators  
and Travel Agencies of the  
Czech Republic](#)  
[www.accka.cz](#)

Asociace hotelů a restaurací ČR  
[Czech National Federation of  
Hotels and Restaurants](#)  
[www.ahrcr.cz](#)

Asociace průvodců ČR  
[CR Guides Association](#)  
[www.asociacepruvodcu.cz](#)

Svaz obchodu a cestovního  
ruchu (SOČR ČR) [Czech  
Confederation of Commerce  
and Tourism](#) [www.socr.cz](#)

Asociace kuchařů a cukrářů  
ČR [Association of Chefs and  
Confectioners of the Czech  
Republic](#)  
[www.akc.cz](#)

Svaz venkovské turistiky  
[Union of Rural Tourism](#)  
[www.svazvt.cz](#)

Evropské centrum pro  
ekoagroturistiku (ECEAT CZ)  
[European Centre for Eco Agro  
Tourism CZ](#) [www.eceat.cz](#)

Horská služba ČR  
[Mountains Rangers](#)  
[www.horskaslužba.cz](#)

Svaz léčebných lázní ČR  
[Czech Spas Association](#)  
[www.lecebne-lazne.cz](#)

Camp.cz  
[www.camp.cz](#)

Asociace lanové dopravy ČR  
[Association of Cable Railway](#)  
[www.aldr.cz](#)

Asociace turistických regionů ČR  
(ATUR) [Association of Tourist  
Regions of the Czech Republic](#)  
[www.atur.cz](#)

Asociace turistických  
informačních center České  
republiky (A.T.I.C.)  
[Association of Tourist  
Information Centres of the  
Czech Republic](#)  
[www.aticcr.cz](#)

Asociace organizací cestovního  
ruchu [Association of Tourism  
Organizations](#)  
[www.asociaceocr.cz](#)

Česká golfová federace  
[Czech Golf Federation](#)  
[www.cgf.cz](#)

## KLUBY CLUBS

Klub českých turistů  
[Czech Tourist Club](#)  
[www.kct.cz](#)

Autoklub České republiky  
[Autoclub of the Czech  
Republic](#) [www.autoklub.cz](#)

ÚAMK – Ústřední  
automotoklub ČR [Central  
Auto-moto-club of the Czech  
Republic](#) [www.uamk.cz](#)

## MEZINÁRODNÍ VELETRHY CESTOVNÍHO RUCHU INTERNATIONAL TOURISM FAIRS

„GO“/„Regiontour“ Brno  
[www.bvv.cz/go](#)

„Holiday World“ Praha  
[www.holidayworld.cz](#)  
[www.incheba.cz](#)

MADI Travel Market  
[www.madi.cz](#)

„TOURFILM“ Karlovy Vary  
[www.tourfilm.cz](#)

## ODBORNÉ ŠKOLSTVÍ UNIVERSITIES

Vysoká škola ekonomická Praha  
[University of Economics](#)  
[www.vse.cz](#)

Vysoká škola hotelová  
[Hotel Management College](#)  
[www.vsh.cz](#)

Vysoká škola obchodní v Praze  
[University of Business](#)  
[www.vso.cz](#)

## MEZINÁRODNÍ INSTITUCE INTERNATIONAL INSTITUTIONS

Světová organizace cestovního  
ruchu [World Tourism  
Organization \(UNWTO\)](#)  
[www.unwto.org](#)

Gen. ředitelství pro podnikání  
a průmysl [DG Enterprise and  
Industry](#) [www.ec.europa.eu/  
enterprise/index\\_en.htm](#)

Poradní výbor pro cestovní ruch  
[Tourism Advisory Committee  
\(TAC\)](#) [www.ec.europa.eu/  
enterprise/services/tourism/  
index\\_en.htm](#)

Evropský statistický úřad  
EUROSTAT [www.epp.eurostat.  
ec.europa.eu](#)

Organizace pro ekonomickou  
spolupráci a rozvoj (OECD)  
[www.oecd.org/cfe/tourism](#)

Visegrádská čtyřka (V4)  
[www.visegradgroup.eu](#)  
[www.european-quartet.com](#)

Středoevropská iniciativa (CEI)  
[www.cei.int](#)

Kongresový a incentivní  
cestovní ruch  
[www.iccaworld.com](#)

