

## Gastronomie Michelin

Zveřejnění dle § 5 odst. 3 zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím (dále jen „InfZ“)

Žádost o poskytnutí informace podle InfZ.

### Žadatel požádal o poskytnutí následující informace:

- 1) Potvrzení nebo vyvrácení, zdali ČR bude nebo nebude platit poplatek společnosti Michelin za zařazení Česka do světového gastroprůvodce.
- 2) Jaká je aktuální výše poplatku a na jaké období tento poplatek ČR zaplatila? Pokud nezaplatila jeden poplatek, jaké všechny poplatky zaplatila a plánuje zaplatit?
- 3) Bylo rozhodnutí konzultováno s příslušnými svazy v oblasti gastronomie? S jakým výsledkem?
- 4) Jakým způsobem jste nastavili kritéria pro vyhodnocení této aktivity?
- 5) V dubnu 2024 začala vznikat prvotní analýza stavu české gastronomie. Ze smlouvy, kterou uzavřelo MMR vyplývá, že Michelin za ni chtěl 3,7 milionů korun. V jakém stavu je tato analýza? Bude zveřejněna?
- 6) Jaké další podpůrné aktivity plánujete, abyste zajistili návratnost investice?
- 7) Podle článku na Novinky.cz: „Ivan Bartoš (předseda Pirátů - pozn. red.) představil konkrétní analýzu toho, jak utrácení turistů na českém území. Útrata za gastronomické služby představuje v mnoha případech více než 30 procent jejich celkové útraty“. Můžete zveřejnit analýzu, na základě které jste rozhodli o dané investici?
- 8) Můžete stručně popsat současný průběh spolupráce se společností Michelin a ukázat další kroky, které jsou v plánu a kdy?

### Odpověď:

Po posouzení obsahu výše specifikované žádosti Ministerstvo pro místní rozvoj (dále jen „ministerstvo“) sdělilo k jednotlivým bodům žádosti následující:

Ad 1):

CzechTourism hradí část nákladů spojených se zavedením průvodce MICHELIN v ČR. Jedná se o financování komunikačních, digitálních a marketingových kampaní na propagaci výběru a jeho vysílání do světa. Především však průvodce MICHELIN Guide Czechia vznikl díky kvalitě kulinařské scény destinace, kterou znají inspektoři Michelin. Zapojení agentury CzechTourism do tvorby nového průvodce nemá žádný vliv na hodnocení inspektorů u restaurací ve výběru, ani na udělení hvězdiček. CzechTourism se dozví vybraný seznam restaurací současně s médii a šéfkuchaři. Smlouvu naleznete v registru smluv na: [Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism | Registr smluv](#).

Ad 2):

Finanční plnění a období spolupráce je popsán ve smlouvě v registru smluv: [Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism | Registr smluv](#).

Ad 3):

Spolupráce se společností Michelin je v gesci agentury CzechTourism. Ta postupuje dle schválené marketingové strategie a je v pravidelném kontaktu se svazy. Spolupráce byla se svazy konzultována a pro spolupráci je široká podpora.

Ad 4):

Bude hodnoceno průběžně během let s vydáním průvodce MICHELIN Česko (vždy po 12 měsících) a na konci celého projektu dle níže uvedených kritérií:

- a. Krátkodobá – mediální zásah vydání celostátního průvodce, ekonomický přínos pro oceněné restaurace (zvýšení tržeb), mediální viditelnost oceněných podniků a jejich šéfkuchařů;
- b. Dlouhodobá – gastronomie jako motivátor pro návštěvu ČR (výsledky Trackingu DCR a PCR z roku 2020, ve které faktor gastronomie pro ČR zcela propadl); srovnání podílu bonitní klientely na příjezdovém cestovním ruchu před a po.

Ad 5):

Analýza byla odevzdána MMR. Důvěrná část analýzy není určena ke zveřejnění z důvodu nenarušení procesu selekce restaurací a narušení marketingových aktivit.

Ad 6):

Marketingové aktivity plánuje a připravuje agentura CzechTourism. Společnost Michelin každý rok sestaví elektronickou podobu průvodce s výběrem nejlepších tuzemských restaurací a bude spravovat a aktualizovat českou sekci na webu <https://guide.michelin.com/cz/en>. Spolupráce zahrnuje také tvorbu obsahu včetně článků a videa, jež představí českou gastronomii, a placené kampaně na sociálních sítích.

Ad 7):

Jednalo se o data z průzkumu VISA. Pokud už zahraniční turista ČR navštíví, tvoří jeho výdaje za gastronomii 24–26 % celkových výdajů. Dle průzkumu VISA bylo v roce 2022 21 % všech plateb kartou VISA uskutečněno za stravování se v restauracích (VISA Destination Insights 2023). U států Německo, USA, UK, Itálie a Francie byly výdaje za gastronomii v letech 2019-2022 více než 27 % (I 34 %, USA 27 %, UK 30 %, A 29 %, D 26 %, H 36 %, JAP 30 %, F 29 %, CAN 28 %). Žadatelé byly zaslány podklady zaslání na vládu, které s analýzami pracovaly a citují je.

Ad 8):

Spolupráce se společností Michelin je v Gesci CzT. Rozsah a podoba spolupráce je obecně popsána ve smlouvě: [Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism | Registr smluv](#).