# PODPORA CESTOVNÍHO RUCHU PROSTŘEDNICTVÍM MÉDIÍ

Obsah

[PODPORA CESTOVNÍHO RUCHU PROSTŘEDNICTVÍM MÉDIÍ 1](#_Toc46302058)

[1. Úvod 1](#_Toc46302059)

[2. Nastavení rámcových podmínek přímé podpory cestovního ruchu prostřednictvím médií 4](#_Toc46302060)

[Podpora cestovního ruchu přímým zacílením na kampaň v médiích s celostátním dopadem. 4](#_Toc46302061)

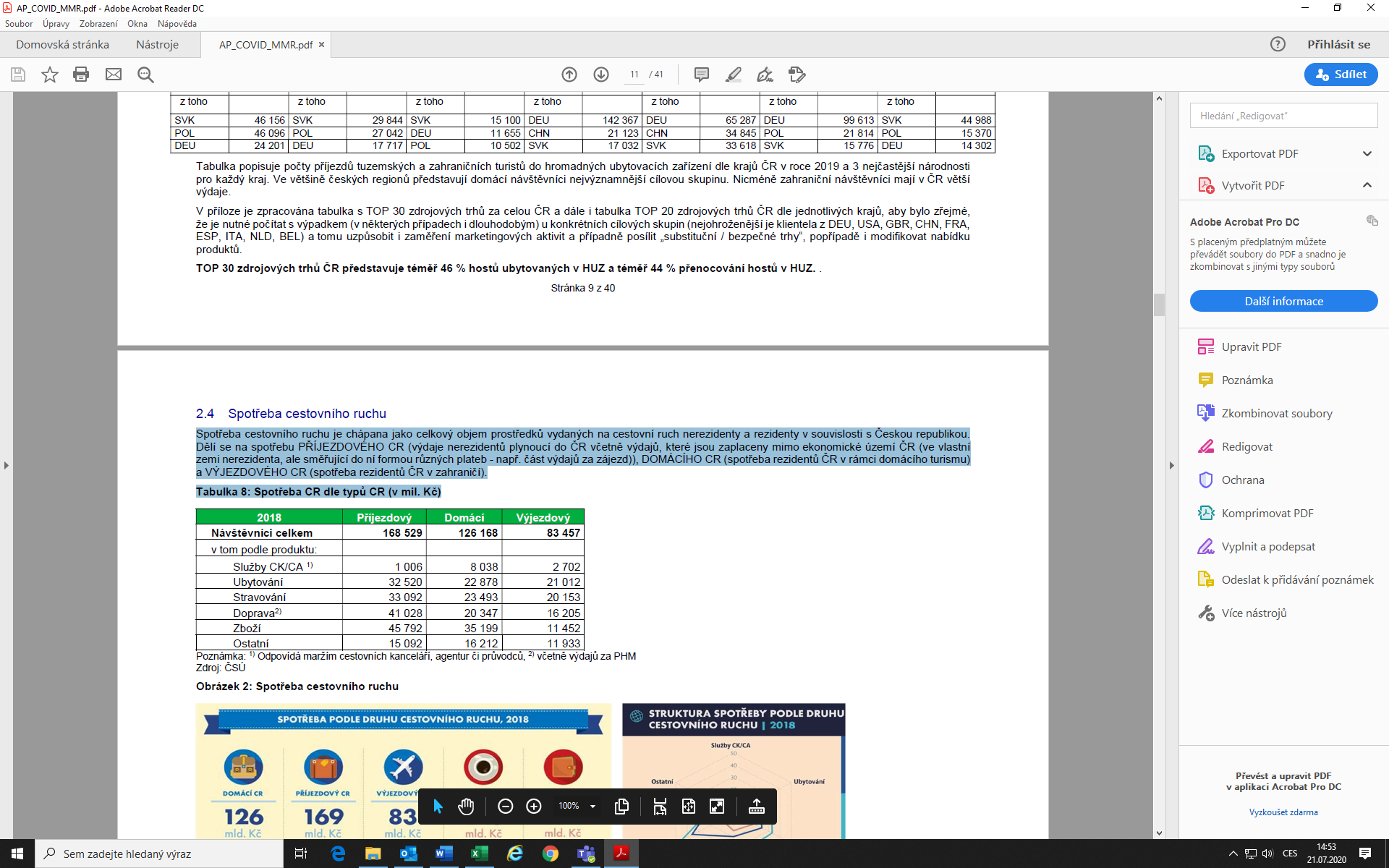
[3. Závěr 6](#_Toc46302062)

## Úvod

**Přínos cestovního ruchu pro ekonomiku ČR a dopady pandemie Covid 19**

**Spotřeba CR dle typů CR (v mil. Kč)**

Spotřeba cestovního ruchu je chápana jako celkový objem prostředků vydaných na cestovní ruch nerezidenty a rezidenty v souvislosti s Českou republikou. Dělí se na spotřebu PŘÍJEZDOVÉHO CR (výdaje nerezidentů plynoucí do ČR včetně výdajů, které jsou zaplaceny mimo ekonomické území ČR (ve vlastní zemi nerezidenta, ale směřující do ní formou různých plateb - např. část výdajů za zájezd)), DOMÁCÍHO CR (spotřeba rezidentů ČR v rámci domácího turismu) a VÝJEZDOVÉHO CR (spotřeba rezidentů ČR v zahraničí). V roce 2018 byla spotřeba vnitřního CR (incoming + DCR) téměř 295 mld. Kč, dle odhadů za rok 2019 tato spotřeba činila 300 mld. Kč.

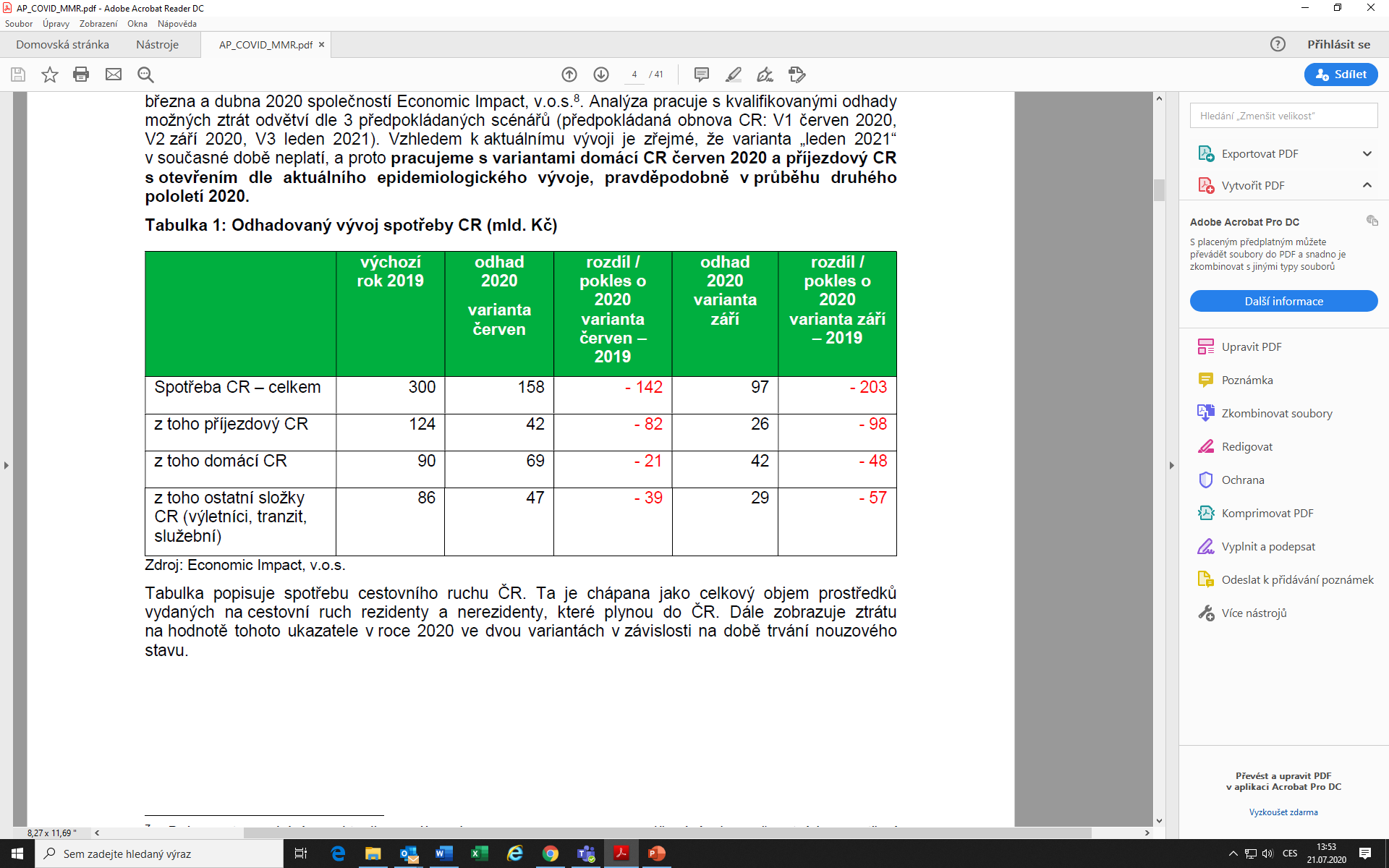


Situace kolem pandemie COVID-19 a nezbytná bezpečnostní opatření ovlivňují odvětví CR v ČR již od února 2020 a vygradovala uzavřením hranic, omezením pohybu obyvatel ČR7 a zákazem vykonávání činnosti určitých služeb a de facto uzavřením celé řady provozoven, včetně ubytovacích, stravovacích zařízení, kulturních institucí, turistických informačních center, památek a dalších atraktivit CR, včetně sportovišť.

V současné době nejsou dostupná data, která by umožnila přesné vyčíslení dopadu realizovaných preventivních opatření. Nejrelevantnějším zdrojem, který odhaduje dopady pandemie Covid 19 na cestovní ruch v Česku je **Analýza modelových dopadů na odvětví CR v ČR vyplývající ze světové pandemie koronaviru** zpracovaná na přelomu března a dubna 2020 společností Economic Impact, v.o.s.

Analýza pracuje s kvalifikovanými odhady možných ztrát odvětví dle 3 předpokládaných scénářů (předpokládaná obnova CR: V1 červen 2020, V2 září 2020, V3 leden 2021). Vzhledem k aktuálnímu vývoji je zřejmé, že varianta „leden 2021“ v současné době neplatí, a proto pracujeme s variantami domácí CR červen 2020 a příjezdový CR s otevřením dle aktuálního epidemiologického vývoje, pravděpodobně v průběhu druhého pololetí 2020.

Tabulka 1: Odhadovaný vývoj spotřeby CR (mld. Kč)



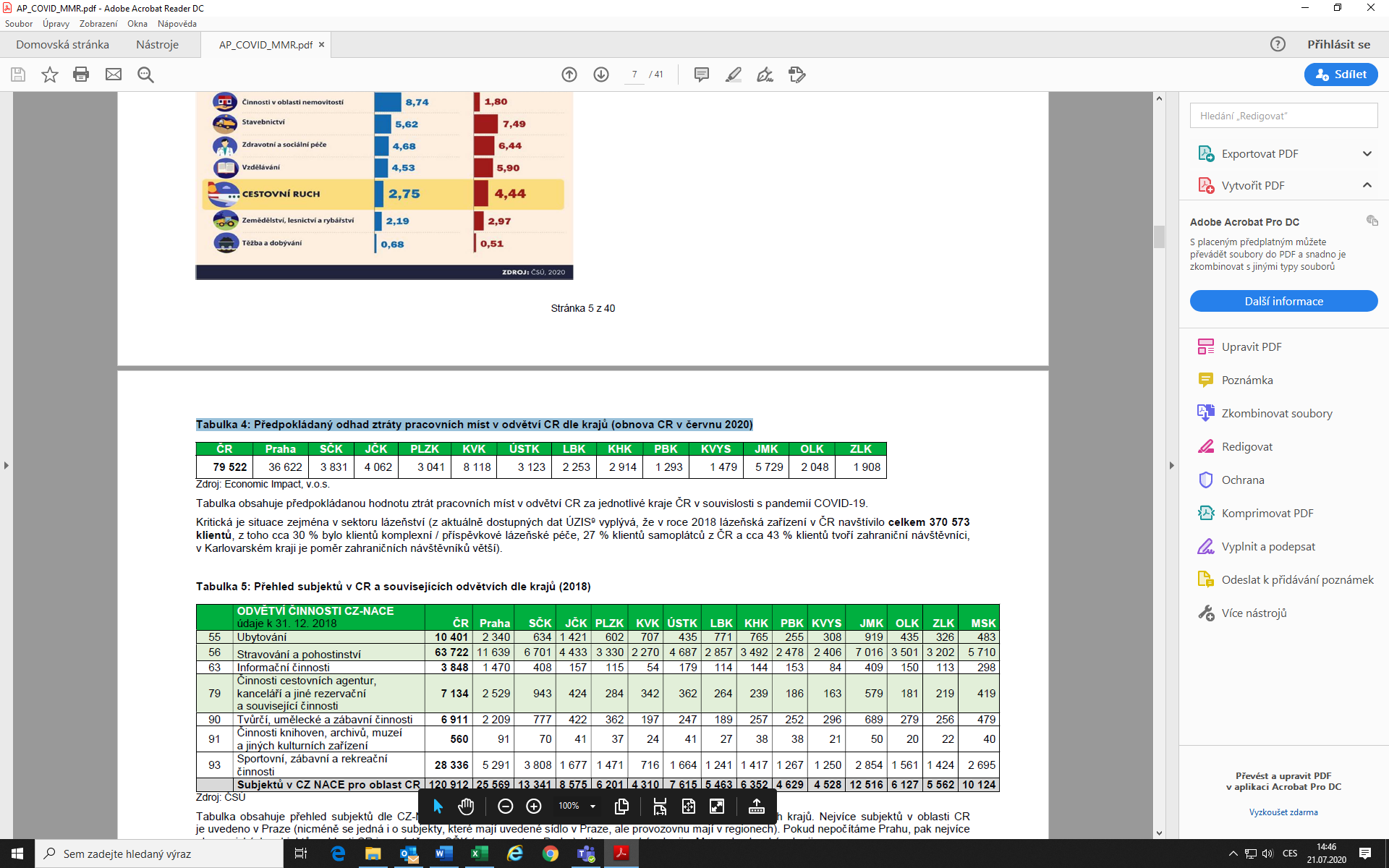
Zdroj: Economic Impact, v.o.s.

Tabulka popisuje spotřebu cestovního ruchu ČR. Ta je chápana jako celkový objem prostředků vydaných na cestovní ruch rezidenty a nerezidenty, které plynou do ČR. Dále zobrazuje ztrátu na hodnotě tohoto ukazatele v roce 2020 ve dvou variantách v závislosti na době trvání nouzového stavu. (jako reálná se tedy ukázala varianta „červen“, kdy ČR začala fungovat bez nouzového stavu).

**Zaměstnanost v cestovním ruchu**

V CR v roce 2018 pracoval každý 22. Čech. Sektor zaměstnával více osob než sektory zemědělství, lesnictví, rybářství, těžba a dobývání dohromady. Dopady a důsledky COVID-19 na CR mohou být kritické. Bez záchranných nástrojů a opatření může propad zaměstnanosti ve službách CR zvýšit nezaměstnanost v ČR o 3,2 % (bez multiplikace).

**Předpokládaný odhad ztráty pracovních míst v odvětví CR dle krajů (obnova CR v červnu 2020)**



Tabulka obsahuje předpokládanou hodnotu ztrát pracovních míst v odvětví CR za jednotlivé kraje ČR v souvislosti s pandemií COVID-19. Kritická je situace zejména v sektoru lázeňství (z aktuálně dostupných dat ÚZIS9 vyplývá, že v roce 2018 lázeňská zařízení v ČR navštívilo celkem 370 573 klientů, z toho cca 30 % bylo klientů komplexní / příspěvkové lázeňské péče, 27 % klientů samoplátců z ČR a cca 43 % klientů tvoří zahraniční návštěvníci, v Karlovarském kraji je poměr zahraničních návštěvníků větší).

**Segmentace domácího a příjezdového cestovního ruchu v Česku**

V České republice je vyrovnaný podíl zahraničních a domácích hostů. Obě skupiny se doplňují. Nejvíce zahraničních hostů přenocuje v Praze, Karlovarském a Jihočeském kraji. Domácí turisté vyhledávají zejména ubytování v přírodě mimo města. V posledních letech dochází k mírnému překryvu (němečtí turisté na Šumavě a v Krušných horách a polští turisté v Krkonoších a v Jeseníkách, naopak domácí turisté začali jezdit do Olomouce, Ostravy a dalších krajských měst - gastronomie, eventy a business klientela).

Aktuální (léto 2020) obsazenost ubytovacích kapacit v horských oblastech se pohybuje kolem 60 % v hlavní sezóně (červenec a srpen) a 30 % v září. V krajských městech je obsazenost naopak do 10 % přes prázdniny a cca 30 % v září (očekávané nastartování business klientely). Z hlediska přenocování jsou klíčové lázeňské služby, kde se odehraje téměř 25 % celkového počtu přenocování, a to zejména díky nadprůměrné délce pobytu.

Z hlediska útrat je klíčový kongresový turismus, který přináší až dvojnásobně vysoké útraty ve srovnání s klasickým leisure turismem.

**Ohrožené segmenty**

* Nejpostiženější segment budou větší ubytovací a kongresové kapacity v krajských městech, kterým klesla obsazenost na ekonomicky neudržitelných 5-10 % (v čele s Prahou), které ohrožuje výpadek zahraničních turistů a omezení kongresového turismu.
* V lázeňství bude postižena zejména část kapacit spoléhající na zahraniční klientelu, a to zejména v postiženém regionu Karlovarsku, kde výhled obsazenosti po zrušení restriktivních opatření dosahuje maximálně 20 % a některé velké hotely už oznámily zavření do konce roku 2020.
* Menší ubytovací kapacity v přírodě budou s velkou pravděpodobností obsazena přes letní prázdniny, důležité bude ale prodloužení sezóny do září a října.

**Obsazenost ubytovacích kapacit**

Průměrná obsazenost ubytovacích zařízení jen za první čtvrtletí 2020 poklesla v Praze (která představuje více než polovinu cestovního ruchu) o 34,4 %, konkrétně z 64,3 % na 42,2 % a RevPAR (tržby na jeden disponibilní pokoj) o 36,1 %, konkrétně ze 46,- € na 29,- €. Přičemž druhé čtvrtletí roku bude vzhledem k uzavření provozů ještě výrazně horší. Údaje vycházejí z pravidelné statistiky STR Report.

Dle dat společnosti Previo je obsazenost do konce letní sezony o 10 % nižší než ve stejném období loňského roku (data z konce května 2020). Rozdíly jsou v jednotlivých regionech, největší propad má dle očekávání Praha a Karlovarský kraj.

**Turismus ve světě – krátkodobá a střednědobá predikce**

Světový trh cestovního ruchu může v letošním roce v důsledku pandemie Covid 19 ztratit téměř pětinu globálních příjezdů. Vyplývá to z prognózy společnosti Tourism Economics z března 2020. Její pesimistický scénář počítá s poklesem příjezdů o 18 % v celosvětovém měřítku.

Scénář zahrnuje globální recesi se zpomalením růstu HDP z 2,6 % na 1,1 % v roce 2020, to bude mít dopad na všechny významné ekonomiky. V optimistické variantě počítají analytici s meziročním poklesem globálního turismu jen o 11 %. Propad cestovního ruchu nebude jen přímým důsledkem nařízených restrikcí, ale také neochoty firem i jednotlivců podstoupit riziko spojené s cestováním. Dobrou zprávou je, že jakmile pandemie odezní, bude cestovní ruch schopný velmi rychlé obnovy. Turistická poptávka se v minulosti několikrát projevila jako velmi odolná a schopná rychlé obnovy po různých krizích. Očekává se, že k plné obnově turismu dojde do roku 2023.

Dle průzkumu WTTC v případě krizí epidemií a krizí spojených se zdravotním rizikem trvalo cestovnímu ruchu v průměru 19,4 měsíců, než se zotavil na hodnotu příjezdů před začátkem krize. Minimální doba na zotavení byla 10 měsíců, maximální téměř 35 měsíců.

**Travel sentiment na zdrojových trzích**

Hlavní zjištění napříč všemi trhy

* Lidé museli přehodnotit své dovolenkové plány, chuť cestovat přetrvává, ale mění se jak cílová destinace, tak způsob trávení dovolené
* Většina cestovatelů zůstane na dovolené ve své zemi, případně vycestuje do nejbližšího okolí – je to hodně dáno tím, že mnohem méně budou cestovat letecky a volí raději auto
* Nechtějí cestovat v rámci větších skupin, místo zájezdů budou volit individuální cesty
* Ubytování volí rodinného charakteru, s možností vlastního stravovaní
* Motivací cestovat je nyní především pobyt na venkově, v přírodě, léčení, wellness a relaxace; je patrný odklon od dovolených ve městech a v turistických centrech
* Častěji plánují vycestovat do zahraničí mladší lidé, bezdětní, rodiny s dětmi zvolí pobyt doma a nejbližším okolí, lidé 60 + spíše letos do zahraniční nevycestují
* Největší potenciál pro ČR okolní země a dále bližší destinace, odkud je možné přicestovat autem (např. Nizozemsko) a pak Rusko (zde výzkumy i rozhovory se zástupci travel tradu ukazují velmi silnou chuť cestovat v podstatě okamžitě po uvolnění opatření).

**Manažerské shrnutí**

* Spotřeba cestovního ruchu v ČR je přibližně 300 mld. Kč, z toho 124 mld. připadá na příjezdový a 90 mld. Kč na domácí cestovní ruch. Zbylých 86 mld. Kč je spotřebováno jednodenními výletníky, tranzitujícími návštěvníky a osobami na služebních cestách.
* Nejoptimističtější varianta dopadů pandemie Covid 19 na odvětví CR v ČR odhaduje, že se spotřeba v roce 2020 propadne o 142 mld. Kč
* V cestovním ruchu pracuje 240 tisíc zaměstnanců, v důsledku pandemie Covid 19 hrozí ztráta více než 70 tisíc pracovních míst.
* Celosvětově je odhadováno, že se cestovní ruch vrátí naplno k hodnotám před pandemií do roku 2023. Rok 2020 se ponese především v duchu domácího turismu, v roce 2021 se očekává oživení především ze strany nejbližších destinací dosažitelných autem, k příjezdům ze vzdálených destinací ve větší míře dojde až cca od poloviny roku 2021.
* Každoročně stráví dovolenou v ČR okolo 11 mil. zahraničních a přibližně stejný počet domácích přenocujících hostů v hromadných ubytovacích zařízeních. Pro letošní rok odhadujeme propad incomingu o více jak 30 %. Domácí CR v letošním druhém pololetí pravděpodobně posílí, nicméně dle našeho názoru nezvládne dorovnat propad z prvního pololetí a zároveň významný výpadek zahraniční bonitní klientely. Problematické bude také rovnoměrné rozložení turistů po České republice také mimo exponovanou hlavní sezonu – předcházení overtourismu v nejoblíbenějších destinacích.
* Vzhledem k průběžnému monitoringu cestovatelských nálad nejen v ČR, ale také na zahraničních trzích jako nejvhodnější možnost eliminace dopadů vidíme podporu domácího cestovního ruchu mimo hlavní turistickou sezonu a zaměření se na okolní trhy, které pomohou vyrovnat propady v destinacích tradičně zaměřených především na zahraniční klientelu a kde není potenciál nalákat větší množství domácích hostů (Praha a další větší města, západočeské lázně, historická města a památky UNESCO).
* Z hlediska bonity hostů a podpoře turismu ve větších městech je také vhodné zaměřit se na segment MICE a podporu MICE akcí.

## Nastavení rámcových podmínek přímé podpory cestovního ruchu prostřednictvím médií

Pro rychlé oživení cestovního ruchu a zajištění propagace cestování po České republice, navrhuje Ministerstvo pro místní rozvoj mediální kampaň prostřednictvím médií s celostátním dopadem.

### Podpora cestovního ruchu přímým zacílením na kampaň v médiích s celostátním dopadem.

**Celkový rozpočet:** 2 000 000 000 Kč

**Termín realizace:** 15. 8. 2020 – 31. 7. 2021

Ministerstvo pro místní rozvoj při zadání kampaní využije zavedený dynamický nákupní systém (DNS). Prostřednictvím tohoto systému může zacílit kampaň na podporu cestovního ruchu cíleně v daném čase oslovením již zavedených dodavatelů.

Pro nákup vysílacího času v médiích využije HLAVU 4 §29 Obecné výjimky i) 2. Zákona o zadávání veřejných zakázek na veřejnou zakázku na „nákup vysílacího času, která je zadávána provozovatelům televizního nebo rozhlasového vysílání, nebo poskytovatelům audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání.“ Tato výjimka bude schválena Pracovní skupinou pro veřejné zakázky a Vládou ČR. Prostřednictvím této výjimky budou osloveny TV skupiny, Rozhlas a online média.

Ostatní inzerce v tisku a formou venkovní reklamy bude soutěžena prostřednictvím již zmiňovaného zavedeného DNS.

Kompletní propagační materiály jako podklad pro kampaň jsou již připraveny a zpracovány agenturou CzechTourism a budou pro využití ke kampani dodány médiím.

Intenzita kampaně bude řízena podle standardních indikátorů: prázdniny podzimní, jarní, Vánoce, letní prázdniny, dovolené. Zároveň bude vedena kampaň pro využití služeb v cestovním ruchu i mimo sezónu a v místech, která nejsou v centru zájmu turistů.

| **PODPORA CESTOVNÍHO RUCHU V ČR - MEDIÁLNÍ KAMPAŇ DOVOLENÁ V ČR** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ZADAVATEL** | **MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ** | | | | |
| **PODKLADY** | **AGENTURA CZECHTOURISM** | | | | |
|  |  |  |  |  |  |
| **TV skupina** | **podíl** | **formát** | **GRPs** | **počet spotů** | **rozpočet** |
| Nova group | 50% | 30 sec | 70 000,00 Kč | 5 000 | 350 000 000,00 Kč |
| Prima group | 43% | 30 sec | 70 000,00 Kč | 4 300 | 301 000 000,00 Kč |
| Barrandov group | 5% | 30 sec | 70 000,00 Kč | 500 | 35 000 000,00 Kč |
| Óčko group | 1% | 30 sec | 70 000,00 Kč | 100 | 7 000 000,00 Kč |
| ČT | 1% | 30 sec | 70 000,00 Kč | 100 | 7 000 000,00 Kč |
|  |  |  |  |  |  |
| **Celkem** | **100%** |  |  | **10 000** | **700 000 000,00 Kč** |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **Rozhlas** |  | **formát** | **cena/spot** | **počet spotů** | **rozpočet** |
| Soukromé stanice |  | 30 sec | 70 000,00 Kč | 3 900 | 273 000 000,00 Kč |
| Čro Radiožurnál |  | 30 sec | 70 000,00 Kč | 600 | 42 000 000,00 Kč |
| Čro Dvojka |  | 30 sec | 70 000,00 Kč | 500 | 35 000 000,00 Kč |
|  |  |  |  |  |  |
| **Celkem** |  |  |  |  | **350 000 000,00 Kč** |
|  |  |  |  |  |  |
| **Inzertní kampaň** |  | **formát** |  |  | **rozpočet** |
| Deníky a jejich suplementy |  | celostrana | 6x týdně/deník |  |  |
| Týdeníky |  | celostrana | 1x týdně/týdeník |  |  |
| **Celkem** |  |  |  |  | **400 000 000,00 Kč** |
|  |  |  |  |  |  |
| **Online kampaň** |  |  |  |  | **rozpočet** |
| PR články |  |  |  |  |  |
| Bannerová reklama |  |  |  |  |  |
| Videoreklama |  |  |  |  |  |
| **Celkem** |  |  |  |  | **400 000 000,00 Kč** |
|  |  |  |  |  |  |
| **Venkovní reklama** |  |  | **POČET PLOCH /měsíc** | **cena pronájmu/měsíc** | **rozpočet** |
| Duble bigboardy |  |  | 5 - 10 | 105 000,00 Kč | 9 000 000,00 Kč |
| Bigboardy |  |  | 30 - 50 | 52 900,00 Kč | 25 000 000,00 Kč |
| Smartboardy |  |  | 20 - 40 | 22 500,00 Kč | 9 400 000,00 Kč |
| Billboardy |  |  | 200 - 500 | 7 000,00 Kč | 22 000 000,00 Kč |
| Variopostery |  |  | 80 | 5 900,00 Kč | 5 000 000,00 Kč |
| Led obrazovky |  |  | 7 | 63 380,00 Kč | 4 700 000,00 Kč |
| CLV - města |  |  | 50 - 80 | 6 750,00 Kč | 4 500 000,00 Kč |
| CLV - nádraží |  |  | 30 - 50 | 5 450,00 Kč | 2 400 000,00 Kč |
| CLV - pražské metro |  |  | 30 - 50 | 12 250,00 Kč | 8 000 000,00 Kč |
| TISK, GRAFIKA |  |  |  |  | 60 000 000,00 Kč |
| **Celkem** |  |  |  |  | **150 000 000,00 Kč** |
|  |  |  |  |  |  |
| **CELKEM** |  |  |  |  | **2 000 000 000,00 Kč** |

## Závěr

Propagace míst České republiky a možností turismu představuje významnou motivaci k účasti na cestovním ruchu v ČR. Pokles poptávky po službách cestovního ruchu může vést až k omezení nabídky služeb v cestovním ruchu s dopadem do navýšení nezaměstnanosti. (uzavírání zařízení, propouštění personálu). Tento jev bude mít negativní dopad na regiony ČR, rezidenty z pohledu omezení nabídky služeb poskytovaných v regionu, ale i na kvalitu života občanů ČR.

Podpora poptávky po službách v cestovním ruchu významně přispěje k udržení stávajícího rozsahu a kvality poskytovaných služeb a udržení zaměstnanosti v oblasti cestovního ruchu. A dále též k udržení nabídky služeb a životní úrovně místních obyvatel. Rozhodnutí o výběru místa a formy podpory turismu v Čechách je ponecháno na konečném spotřebiteli, tak budou zachovány principy trhu, bude probíhat soutěž mezi poskytovateli služeb v cestovním ruchu. Aktivním zapojením médií do tvorby nabídky kvalitních produktů zaměřených na propagaci České republiky, bude zajištěna vysoká kvalita projektů.

S ohledem na multiplikační charakter cestovního ruchu se v několikaletém horizontu předpokládá návratnost dané aktivity prostřednictvím daňových a nedaňových příjmů veřejných rozpočtů.