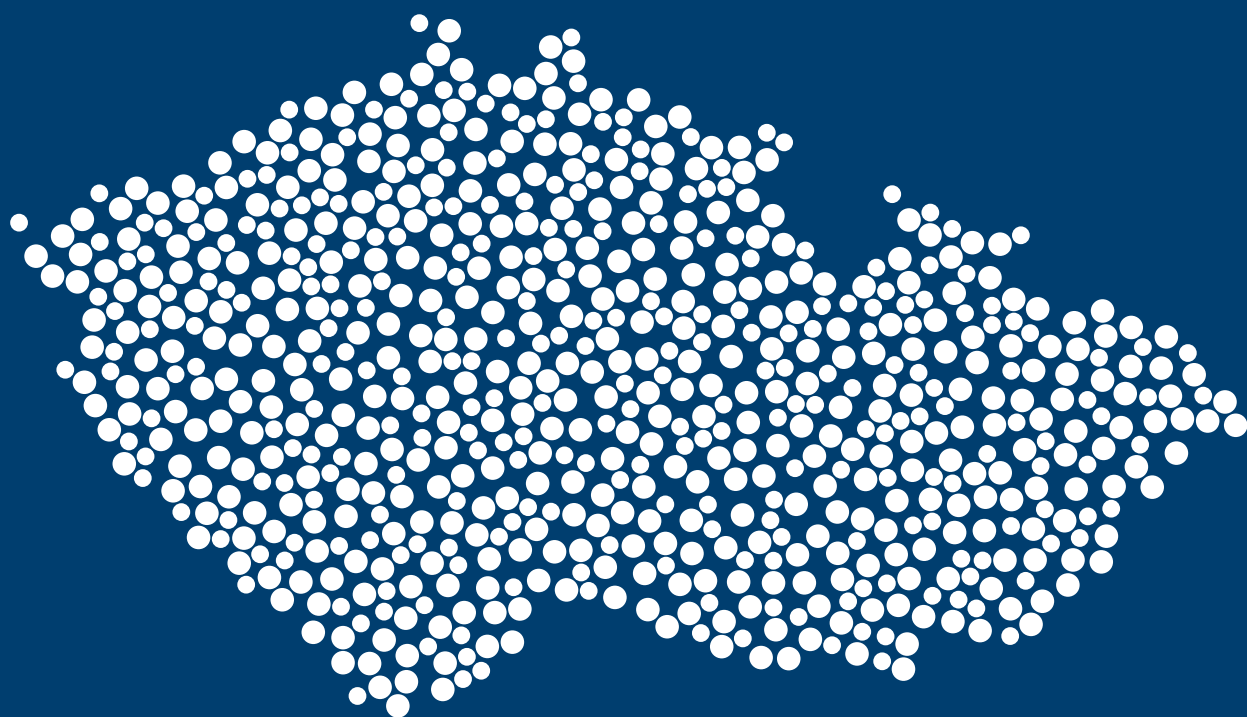


CzechTourism

Výroční zpráva 2023



Tvoříme
obraz Česka

Sada firemních značek

korporátní značka

CzechTourism

destinační značka

#VisitCzechia

produktové/projektové značky

 **kudyznudy.cz**
CzechTourism

 **Institut turismu**
CzechTourism

 **Czech
Convention
Bureau**
CzechTourism

 **Czechia
Travel Trade Day**
CzechTourism

 **Czech
Specials**

 **Pečujeme
o kvalitu**

Obsah

06 Úvodní slovo ministra pro místní rozvoj

07 Úvodní slovo ředitele agentury

09 Analytika roku 2023

- Příjezdový cestovní ruch a CzechTourism ve světě
- Domácí cestovní ruch a CzechTourism
- Analytický portál Tourdata

15 Digitalizace a online prezentace destinace

- Webová prezentace destinace
- Sociální sítě při prezentaci destinace
- Digital Media Library

25 Vzdělávání a odborné analýzy

- Příprava zákona o cestovním ruchu
- Vzdělávací modul
- Prezentace pro studenty a studentské práce
- Exportní workshopy ředitelů zahraničních zastoupení, e-learning
- Fórum cestovního ruchu

29 Marketingové téma: Tradice

- Ukázky z kampaní, zhodnocení výkonu
- Eventový marketing
- Zapojení ambasadorů do komunikace
- Spolupráce na kampaních třetích subjektů

37 Zahraniční zastoupení

- Přehled nejzajímavějších marketingových a PR aktivit zahraničních zastoupení

56 Management cestovního ruchu

- 3K platforma
- Rozvoj kvality služeb
- Czechia Travel Trade Day
- Kategorizace a certifikace destinačních společností
- Udržitelný cestovní ruch

63 Produkty cestovního ruchu

- Lázeňství
- Aktivní turismus
- Kulturní turismus
- Přístupný cestovní ruch
- Kongresový a incentivní turismus (MICE)

71 Ukázky speciálních projektů

- Hrdinové cestovního ruchu
- Neobjevené skvosty

75 Meziresortní a mezinárodní projekty a spolupráce

- ETC, V4, přeshraniční spolupráce
- Projekty ekonomické diplomacie
- Komise pro jednotnou prezentaci ČR / Národní marketingový tým

80 Finance

- Komentář k výsledku hospodaření
- Výkaz zisku a ztráty
- Rozvaha

Úvodní slovo ministra pro místní rozvoj



Vážení partneři a příznivci agentury CzechTourism,

těší mě, že vás po roce mohu opět oslovit ve Výroční zprávě agentury CzechTourism, která mapuje naše společné úspěchy i výzvy v oblasti cestovního ruchu. Minulý rok byl pro nás všechny plný náročných úkolů, zároveň nám ale poskytl příležitosti k inovacím a růstu. Agentura CzechTourism patří dlouhodobě ke klíčovým hráčům v podpoře turismu v České republice. Je hnací silou, která propojuje destinace, průmysl cestovního ruchu a širokou veřejnost, podporuje udržitelný turismus a posiluje naši image na mezinárodní úrovni. Naším cílem je tuto roli agentury dále rozvíjet. Pro letošní rok se nám pro ni podařilo zajistit 400 milionů korun – tedy o 14 % vyšší částku, než se kterou počítal původní návrh státního rozpočtu.

V uplynulém roce jsme byli svědky zotavení cestovního ruchu jakožto klíčového průmyslu pro naši ekonomiku. Na celkové zaměstnanosti se podílí více než čtyřmi procenty, což je více než například zemědělství, lesnictví a rybářství dohromady. Hromadná ubytovací zařízení loni přivítala přes 22 milionů hostů, to je meziroční růst o 13,5 % a návrat na úroveň před pandemií. Přes 9,5 milionu těchto hostů k nám zavítalo ze zahraničí – skoro o třetinu více v porovnání s předchozím rokem. Nejvíce turistů přijelo z Německa, zatímco nejvyšší procentuální nárůst jsme zaznamenali u Jižní Koreje (o 250 %), Itálie (o 55 %) a Spojeného království (o 43 %).

V tomto roce se chceme zaměřit na využití big data, která jsou pro řízení cestovního ruchu klíčová. Pracuji na tom, aby Česká republika byla atraktivním cílem nejen pro turisty, ale i pro investory a podnikatele. Na ministerstvu proto budeme i nadále podporovat projekty, které posilují infrastrukturu, kulturu a zachování přírodního dědictví.

V Integrovaném regionálním operačním programu resort nabízí nebo připravuje pro veřejnou infrastrukturu cestovního ruchu přes 1,7 miliardy korun z evropských zdrojů. Chystáme také vylepšení Národního programu podpory cestovního ruchu a příští rok spustíme nový program podpory destinačního managementu. Jsme na dobré cestě, abychom do Česka dostali ještě víc turistů ze zahraničí, a tím pádem i více peněz do míst, která navštíví. Na následujících stránkách této výroční zprávy naleznete detailní pohled na naše projekty a marketingové kampaně.

Děkuji vám za vaši podporu a spolupráci, která nám umožňuje společně budovat prosperující a udržitelný cestovní ruch v České republice. Společně můžeme tvořit příběhy, které lákají návštěvníky z celého světa a přinášejí jim jedinečné zážitky.

Ivan Bartoš,
*místopředseda vlády pro digitalizaci
a ministr pro místní rozvoj*

Úvodní slovo ředitele agentury



Vážení příznivci cestovního ruchu a destinačního marketingu,

je mi ctí se na vás poprvé obracet prostřednictvím úvodního slova ředitele České centrály cestovního ruchu – CzechTourism. Na tuto pozici jsem totiž nastoupil teprve 1. listopadu 2023, a tudíž na ní strávil pouhou šestinu období, které tato výroční zpráva pokrývá. V agentuře však nejsem nováček, před svým povýšením jsem od roku 2020 řídil odbor marketingu a zahraničních zastoupení a ještě několik let před tím také zahraniční zastoupení v Šanghaji, a tak mám na co navazovat, v čem pokračovat, co rozvíjet.

Rok 2023 představoval pro cestovní ruch velkou výzvu – dosáhnout maxima rekonvalescence po dlouhém období pandemie covid-19 na pozadí druhého roku války na Ukrajině a ke konci roku také konfliktu, který vypukl v Izraeli a Palestině. Nebylo to jednoduché, ale dovlím si říci, že to byl z pohledu turismu nakonec veskrze velice úspěšný rok. V absolutních číslech jsme se dostali na úroveň roku 2019, a přestože se změnil poměr počtu domácích a zahraničních turistů v neprospěch druhých jmenovaných, i na poli příjezdového cestovního ruchu jsme zaznamenali zásadní úspěchy.

Nejdůležitější evropské zdrojové trhy pro příjezdový cestovní ruch téměř bez výjimky rostly, a u zemí jako Nizozemsko či Slovensko jsme dokonce zaznamenali bezprecedentně rekordní počty návštěv Česka. Co se týče vzdálených trhů, došlo k obnovení přímého leteckého spojení s jižní Koreou a zároveň v červenci 2023 i k zavedení nové linky Praha–Taipei, která i díky našim marketingovým aktivitám zůstala plná i ve slabší podzimní sezóně. Začali jsme také zaznamenávat postupný návrat turistů z Číny, na které se rozhodně hodláme intenzivně zaměřit

v dalším období. Spojené státy americké jsme pak zasáhli konverzní kampaní ve spolupráci se zeměmi V4, která byla kofinancovaná ze strany European Travel Commission – od ETC se mimochodem CzechTourismu povedlo získat rekordní finanční zdroje na aktivity spojené s propagací naší země na vzdálených trzích.

V neposlední řadě musím zmínit také rebranding z Czech Republic na Czechia: CzechTourism od roku 2023 v návaznosti na strategii Ministerstva zahraničí ČR používá již téměř výhradně krátký název naší země na všech propagačních materiálech a ve webových aplikacích. Na to konto jsem také rád za to, že CzechTourism zůstal aktivním členem v meziresortních strukturách a intenzivně se podílí na diskusích ohledně jednotného vystupování a šíření dobrého jména Česka doma i v zahraničí.

Úspěšný rok 2023 nicméně také zakládá velká očekávání do dalších období. Musíme se soustředit na spoustu témat, ať už je to optimalizace interních procesů, digitalizace, datově orientovaný marketing, či vícezdrojové financování, která v celku povedou k dalšímu pozitivnímu vývoji na poli cestovního ruchu v Česku, k přibývání turistů, jejich vyšším útratám a delším pobytům.

Rád bych tímto také poděkoval všem našim partnerům z veřejné i soukromé sféry za spolupráci a zároveň celému týmu agentury CzechTourism za nasazení a za skvělou práci. Společně tvoříme obraz Česka.

František Reismüller,
ředitel ČCCR – CzechTourism

Seznam užívaných zkratek a odborných pojmů

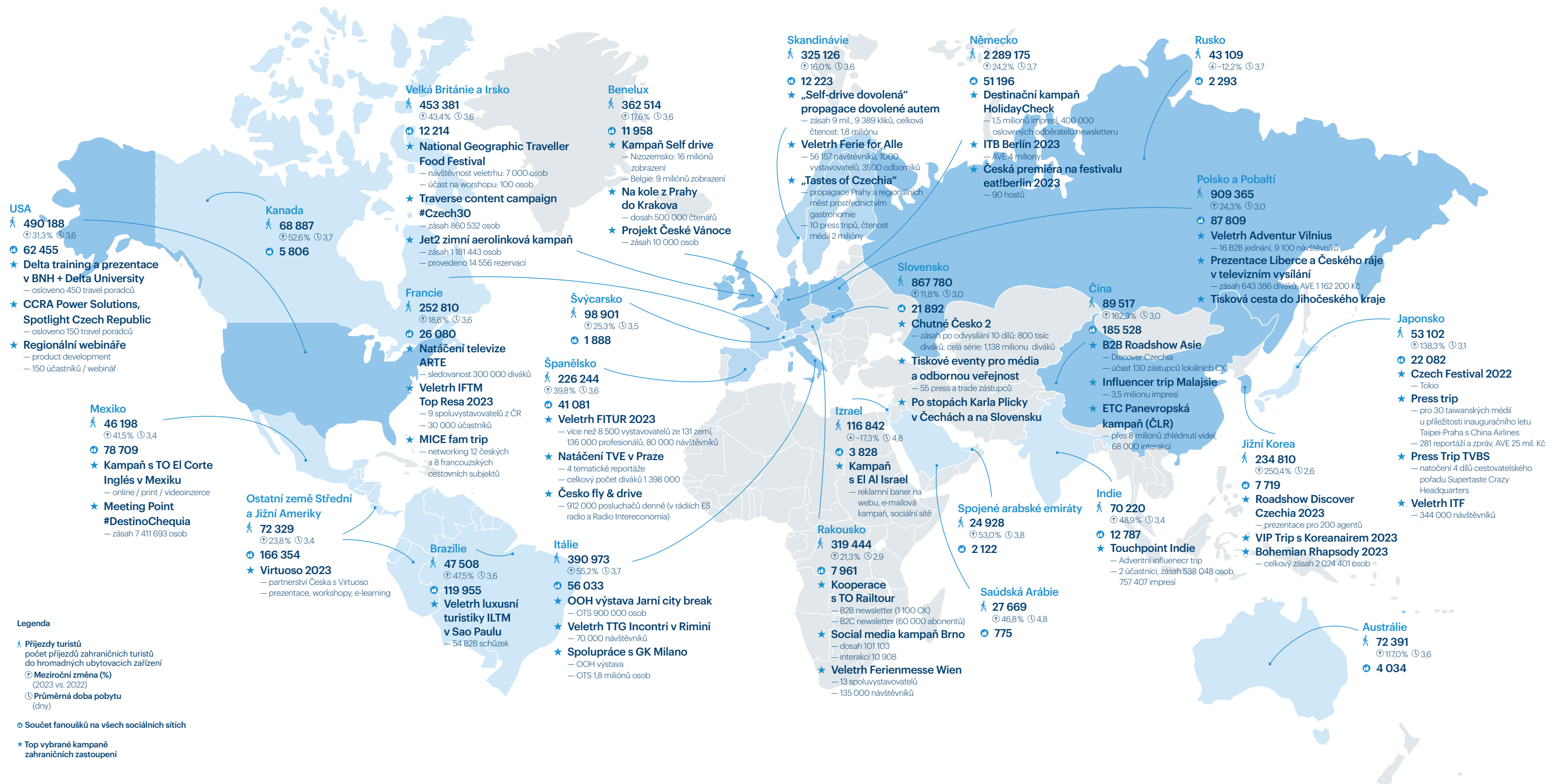
B2B	Business to business – obchodní vztah mezi společnostmi, prodejní či marketingový model cílený na podnikatelskou klientelu
B2C	Business to customers – prodejní či marketingový model cílený rovnou na koncového zákazníka
CK, CA	Cestovní kancelář, cestovní agentura
CR	Cestovní ruch
DMO/DMC	Destination management organisation/company. Organizace destinačního managementu
fee	Poplatek, agenturní provize
follower	Sledující, příjemce zpráv daného profilu/stránky na sociální síti
influencer/youtuber	Tvůrce digitálního obsahu pro sociální síť
Kudy z nudy	Název webového portálu (a projektů k tomu příslušejících) pro domácí cestovní ruch – www.kudyznudy.cz
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky
open rate	Marketingová veličina užívaná v e-mailovém marketingu – „míra otevření. Vypovídá o procentu otevřených e-mailů – udává, kolik příjemců otevřelo doručenou zprávu (například newsletter)
OTS	Opportunity to See, možnost zhlédnutí. Marketingová veličina měří, kolikrát měl příslušník cílové skupiny možnost vidět reklamní kampaň v jejím průběhu
pax	Persons approximately. Marketingová veličina, nejčastěji udává počet cestujících/lidí
PROPED	Projekty ekonomické diplomacie. Cíleně zaměřené akce na podporu českého exportu a prezentace českých podnikatelských subjektů
roadshow	Marketingová propagační akce zahrnující návštěvu více míst/měst
stories	Krátký příběh prezentovaný na sociálních sítích, často video či fotokoláž
TO	Touroperátor
ZZ	Zahraniční zastoupení

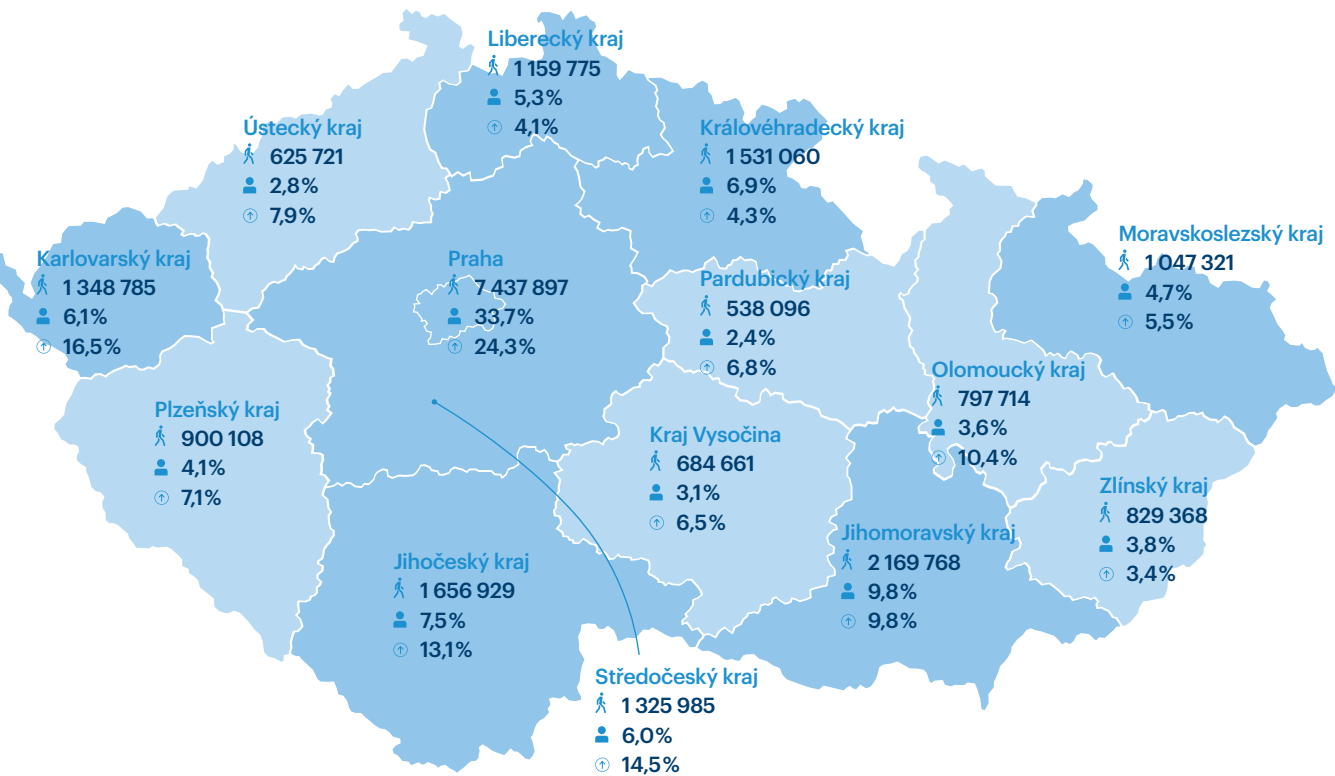
09

Analytika roku 2023

- Příjezdový cestovní ruch a CzechTourism ve světě
- Domácí cestovní ruch a CzechTourism
- Analytický portál Tourdata

Příjezdový cestovní ruch a CzechTourism ve světě





Legenda

Příjezdy turistů
počet příjezdů domácích turistů do hromadných ubytovacích zařízení

- 1 mil. a více
- 500 000–999 999
- 0–499 999

Podíl na příjezdech (%)
podíl kraje na celkovém počtu domácích turistů v hromadných ubytovacích zařízeních

Meziroční změna (%)
(2023 vs. 2022)

Vyhodnocení korporátních cílů a priorit za rok 2023

Perspektiva partnerů

- CzechTourism dosáhl výborných výsledků v oblasti PR. Celkové kladné AVE (pozitivní, ambivalentní a neutrální tonalita) je na úrovni 299 mil. Kč
- Velmi úspěšné weby: Kudyznudy.cz – 28 mil. návštěv, VisitCzechia.com – 2,4 mil. návštěv
- Snižuje se ale návštěvnost korporátních webů: Czechtourism.cz – 105 tisíc návštěv, Tourdata.cz – 10,2 tisíc návštěv
- Zvýšení počtu účastníků na vzdělávacích akcích pro veřejnost (celkem 930 účastníků)
- Mírně vyšší zájem o exportní workshopy (celkem 515 účastníků)
- Průměrná spokojenost se vzdělávacími akcemi pro partnery byla 4,2
- Celkem 15 zahraničních zastoupení a 4 zahraniční zastoupení 2. stupně
- 50 obslužených zemí

Perspektiva finanční

- Zlepšení efektivity marketingu – výdaje na jednoho zahraničního turistu klesly o 0,72 Kč
- Podíl nákladů do B2B marketingu se ustálil na úrovni roku 2021 (43 %)

Perspektiva interních procesů

- Schvalovací proces zůstal ve stejné podobě
- V přípravě je projekt ERP
- Rozpočet byl projednán veřejně se stakeholdery a je uveřejněn na webu agentury

Perspektiva růstu a učení se

- V oblasti vzdělávání došlo ke snížení celkového počtu účastníků, nicméně se v roce 2023 více realizovalo odborné vzdělávání, oproti tomu méně vzdělávání jazykové a obecné
- Míra fluktuace vzrostla na úroveň 21,88 %
- Šetření spokojenosti zaměstnanců je v plánu v roce 2024

Vyhodnocení destinačních cílů a priorit za rok 2023

Perspektiva návštěvníků

- Intenzita cestovního ruchu v národním průměru vzrostla na 5,15 přenocování na 1 občana
- Nejvíce vzrostla intenzita cestovního ruchu v Praze, Karlovarském, Jihočeském a Plzeňském kraji
- Iritační index rezidentů zůstal i přes vyšší intenzitu cestovního ruchu na stejné úrovni jako v předchozích letech, tj. 2,03
- Počet přenocování se již nezvyšoval tak rychle jako v předchozím roce – meziroční nárůst činil 10,71 %
- Podíl regionů na zahraničních přenocováních klesl o 1 % oproti předchozímu roku

Perspektiva finanční

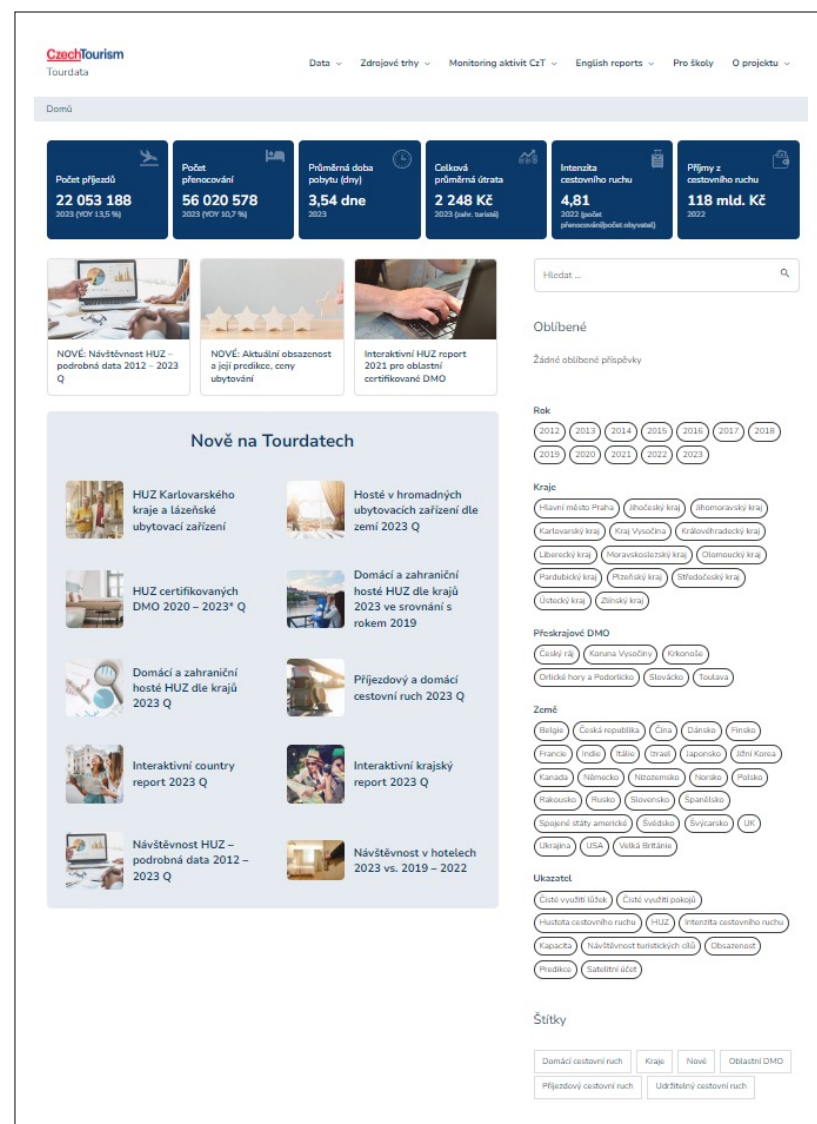
- Podíl turistů, kteří se do Česka vrací, vzrostl na 81 %

Perspektiva interních zdrojů

- 72 organizací destinačního managementu bylo certifikovaných nebo recertifikovaných

Perspektiva růstu a učení se

- Došlo k navýšení záznamů na seznamu světového dědictví UNESCO o jednu hmotnou a jednu nehmotnou památku
- Počet certifikovaných turistických informačních center vzrostl o 112 na 515



Portál Tourdata.cz

Analytický portál Tourdata

V roce 2023 došlo k dalším úpravám webového portálu Tourdata.cz, zaměřeného na odbornou veřejnost v oblasti cestovního ruchu. Jednou z klíčových novinek je přidání sekce Pro školy, která poskytuje informace o dostupných možnostech prezentací či workshopech agentury CzechTourism. Portál Tourdata i nadále obsahuje informace o klíčových ukazatelích týkajících se statistik cestovního ruchu, které jsou pravidelně aktualizovány.

Institut turismu na portálu mimo jiné pravidelně zveřejňuje výzkumy popisující plány Čechů na dovolenou v dané sezóně, tracking domácího a příjezdového cestovního ruchu, hodnocení atrakcí cestovního ruchu na portálech Booking a TripAdvisor nebo hodnocení a obsazenost ubytovacích zařízení na portálu Booking.com. Nově je na Tourdatech také možné najít srovnání počtu příjezdů a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních s největšími konkurenty Česka nebo informace o elektromobilitě v Česku.

V roce 2023 portál Tourdata navštívilo 4,4 tisíce unikátních uživatelů, kteří uskutečnili 10,2 tisíce návštěv. Průměrná doba trvání jedné relace byla 4 minuty a 48 sekund. Průměrná doba zapojení (průměrná doba, po kterou byla aplikace v popředí nebo webová stránka v prohlížeči aktivní) byla 2 minuty a 20 sekund.

Analytický portál
Tourdata.cz



15

Digitalizace a online prezentace destinace

- Webová prezentace destinace
- Sociální sítě při prezentaci destinace
- Digital Media Library

Digitalizace a online prezentace destinace

Webová prezentace destinace

V roce 2023 proběhl další rozvoj klíčových portálů v gesci agentury CzechTourism – VisitCzechia.com a kudyznudy.cz. V rámci infrastruktury byl uskutečněn přechod do cloudu Microsoft Azure, což přineslo větší stabilitu (bezproblémové zvládnutí peaků návštěvnosti v exponovaných termínech, jako jsou tradičně začátek prázdnin či podzimní svátky) a také možnost využívat nové funkcionality na bázi AI, které jsme úspěšně implementovali (např. Text to Speech). Oba portály překročily nastavená KPI.

Portál Visit Czechia v roce 2023 zaznamenal 2,4 mil. návštěv, což je o 0,2 mil. více než v roce 2022. Návštěvnost portálu byla z 84 % organická, kampaně ve vyhledávání přivedly na stránky 14 % návštěvníků. O zlepšující se kvalitě a atraktivitě obsahu vypovídá meziroční nárůst počtu stránek na jednu relaci (z 1,79 v roce 2022 na 2,47 v roce 2023) a také nízká bounce rate 32,71 %. Nejčastějšími návštěvníky jsou turisté z Německa (téměř 24 %).

Země	Počet uživatelů	Podíl z počtu uživatelů
Německo	461 559	23,76 %
Polsko	415 190	21,37 %
Česko*	242 798	12,50 %
Rakousko	119 338	6,14 %
Nizozemsko	83 745	4,31 %
Velká Británie	77 288	3,98 %
Itálie	64 009	3,30 %
Francie	57 650	2,97 %
USA	47 309	2,44 %
Španělsko	35 428	1,82 %

* Lokace se určuje na základě IP adresy, tzn. jedná se z velké části o turisty, kteří jsou již v Česku.

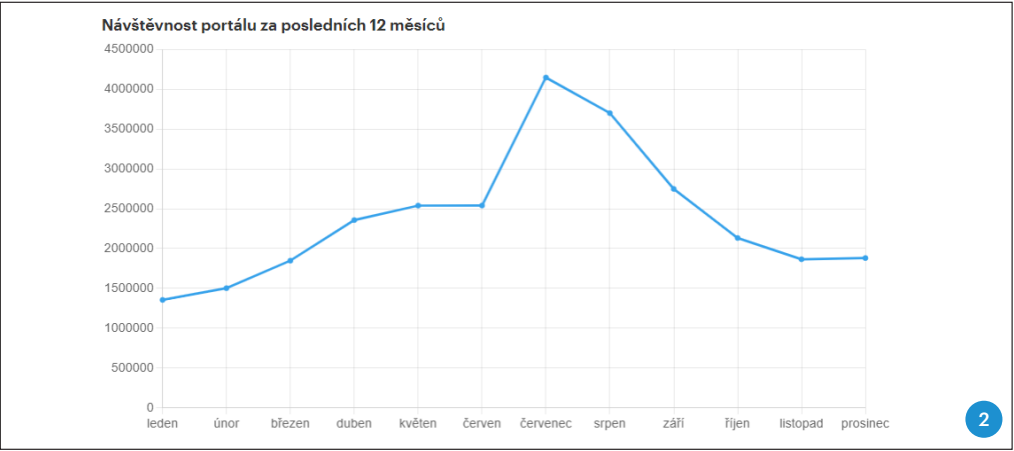
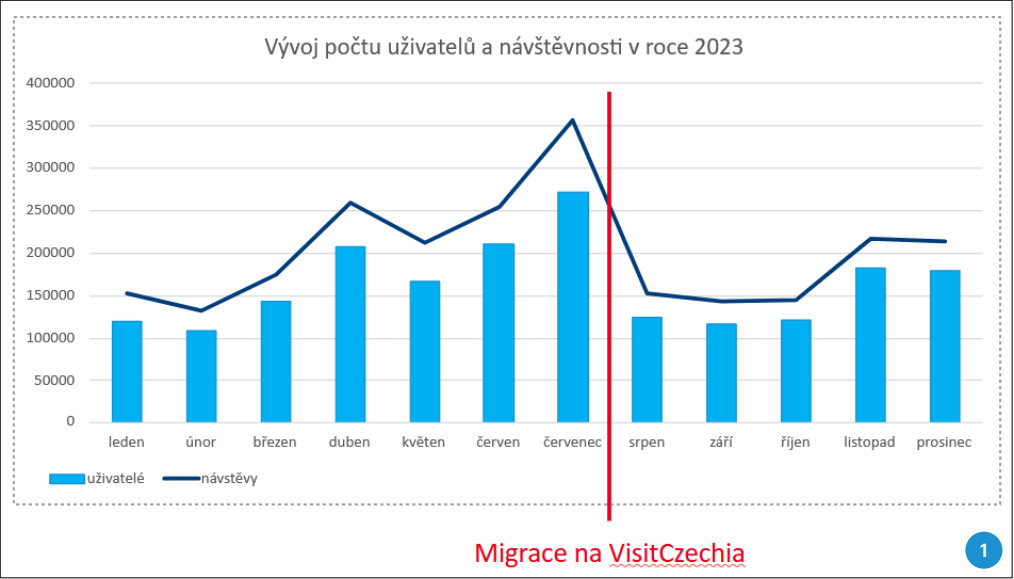
Proběhl přechod z domény VisitCzechRepublic.com na VisitCzechia.com, který s sebou přinesl očekávaný propad organické návštěvnosti, což se projevilo v celkové návštěvnosti.

Celý rok jsme se věnovali technické optimalizaci stránek s cílem zlepšit metriky Core Web Vitals, což se průběžně dařilo. Co se týká obsahu, vytvořilo se podstatně větší množství POIs, events, landing pages a news než v roce předchozím. Redakční plán byl až na drobné přesuny naplněn. Vytvořili jsme a rozšiřovali obsah landing pages pro kampaně (Tradice 2023 jaro/podzim/zima, celkem 14, Stay astonished, Lázně v Karlovarském kraji, Sustainable travel, Valentýn v Česku, Valentýn v Praze).

Portál Kudy z nudy zaznamenal v roce 2023 rekordní 28milionovou návštěvnost (překročení plánu o 4 mil.), udržuje si trvale vynikající počet stránek na jednu relaci (3,3) a velmi nízkou bounce rate (29,2 %). V červenci portál dosahoval denní návštěvnost překračující 160 tisíc. Hlavním zdrojem návštěvnosti Kudy z nudy bylo organické vyhledávání, přivádět návštěvníky pomáhaly KzN i sociální sítě, a to jak přímo, tak i prostřednictvím vlivu na organickou návštěvnost.

Kvantitativní výzkum znalosti a využívání portálů pro plánování výletů a dovolené potvrdil, že portál zná 90 % lidí, kteří plánují tuzemské výlety. Potvrdila se tedy dominantní pozice Kudy z nudy v rámci portálů s tematikou domácího cestovního ruchu.

Portál obsahuje přes 200 tisíc vydaných článků a 80 tisíc nabídek od provozovatelů na trávení volného času či akcí. Je na něm registrováno více než 100 tisíc lidí a 80 tisíc odběratelů B2C newsletteru (pravidelná distribuce vždy v úterý, 52 vydání a téměř 3,9 milionů rozeslaných e-mailů v roce 2023, nová šablona).



Celková data v roce 2023	
28 615 387	Celková návštěvnost portálu Počet návštěv na Kudy z nudy za rok
106 605 337	API a aplikace Přístupy k portálu od externích subjektů za rok
3 901 621	Odeslané newslettery Počet odeslaných newsletter emailů za rok

Redakce Kudy z nudy vytvořila ¼ nového obsahu a zpracovala průměrně 300 aktualizací (editací článků) denně. Bylo vytvořeno nebo aktualizováno přes 60 landing pages.

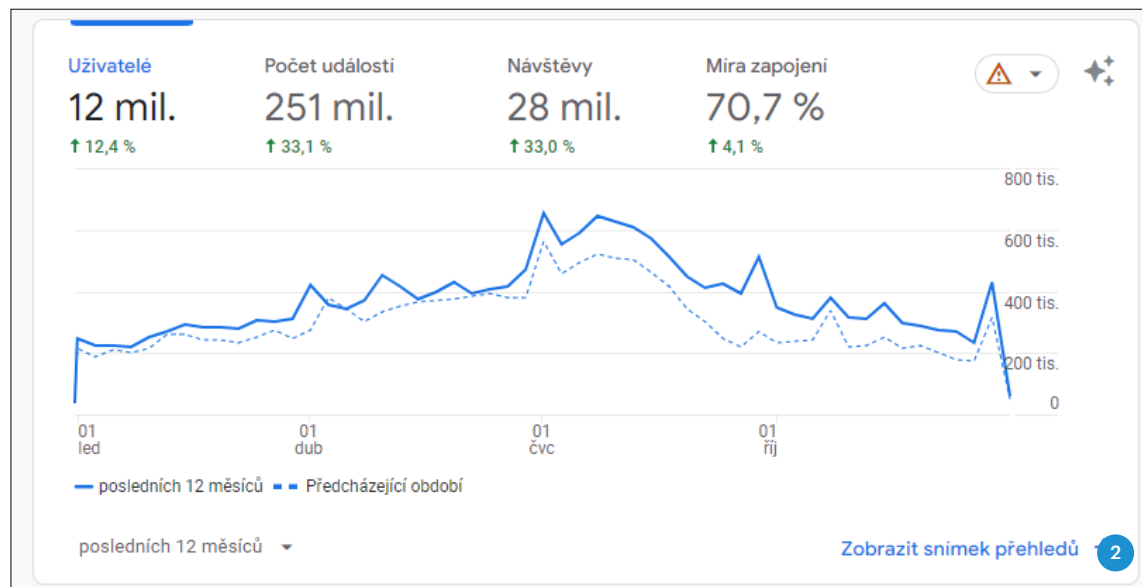
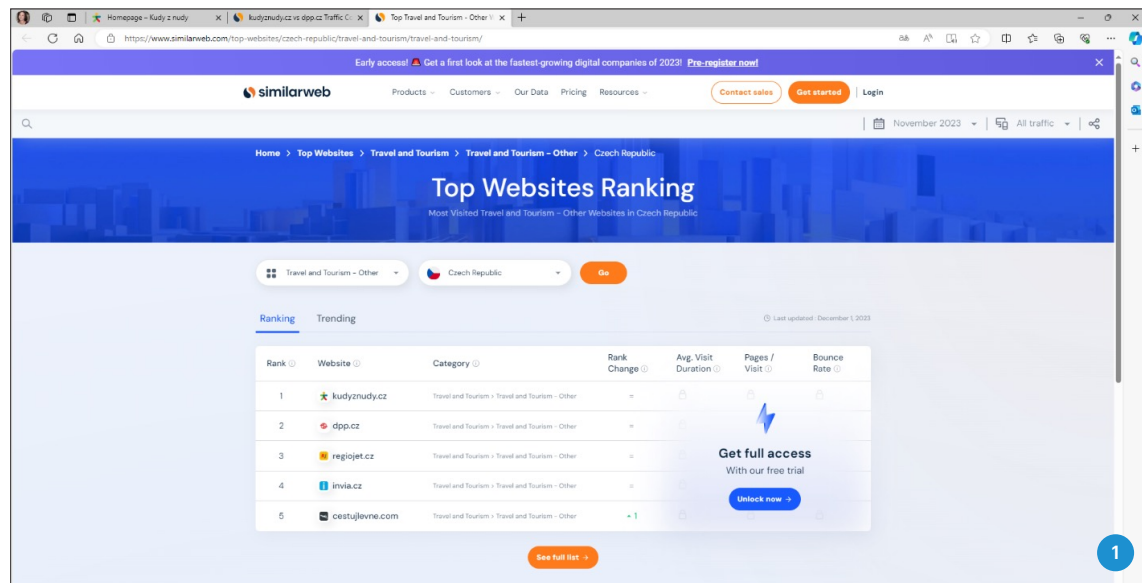
Nové funkcionality

Facebookovou stránku Kudy z nudy sledovalo téměř 520 tisíc sledujících, instagramový účet sledovalo přes 122 tisíc sledujících. V rámci uživatelů převažovaly ženy, nejčastěji ve věku 35–44 let.

- Zimní zpravodajství: zobrazení sněhových podmínek na horách, rozšíření dat skiareálů o denní zprávy z jednotlivých středisek z feedu Sitour
- Systém dvoustupňových certifikací: nástroj pro schvalování editorem (pilot pro ekologické cestování, připraveno i pro bezbariérové cestování)
- Lišta prvků sdílení nově k dispozici na každém detailu
- Zobrazení živých dat z webkamer: možnost vložení na detailech, možnost zadání i uživatelem

- Audioverze článků: generováno redakcí, zobrazení v obsahu a na samostatné LP (292 audiočlánků, denně nové)
- Města a obce: změna zobrazení statutu měst a úprava číselníku, správné označení město, městys, obec na všech datových typech, vytvoření přes 900 nových záznamů měst
- Rozvoj generických stránek: vytvoření 7,5 tis. nových vstupních stránek, SEO

- 1 Vývoj počtu uživatelů a návštěvnosti portálu VisitCzechia v roce 2023
- 2 Vývoj návštěvnosti portálu Kudy z nudy v roce 2023 dle serverových dat
- 3 Návštěvnost, externí přístupy a odeslané newslettery v rámci portálu Kudy z nudy za rok 2023



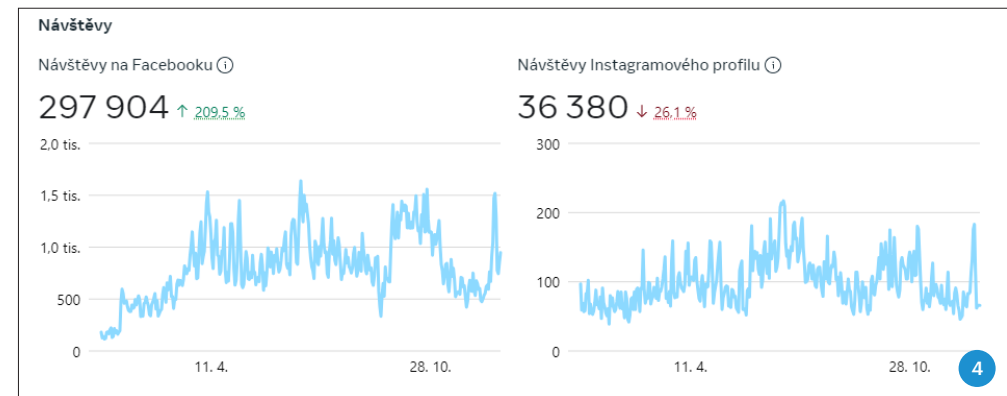
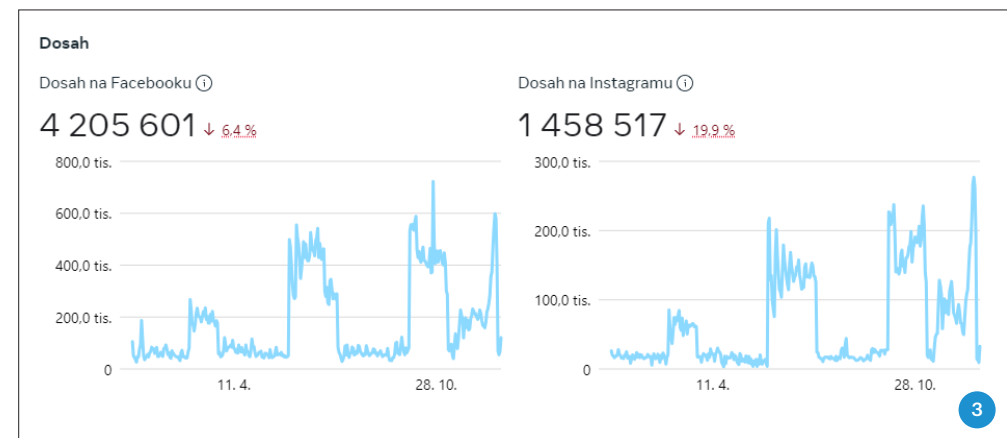
Datové aliance a spolupráce s externími subjekty v rámci Kudy z nudy

- Rozšíření Public API: další parametry – kategorie, lokace, certifikace
- Hotelstars: vznikla samostatná landing page s propojením na data certifikovaných zařízení AHR ČR (počet propojených subjektů: 498)
- Aktualizace sekce TIC dle požadavků ATIC, nově zobrazujeme pouze certifikovaná TIC
- Aktivní Česko: obsah a landing page vč. funkcionality pro provozovatele a schvalování tipů partnerem projektu

Kampaně Kudy z nudy

- PPC: správa kampaně ve vyhledávání a příprava relevantního obsahu tak, abychom dosáhli co nejnižší ceny za proklik při udržení nebo naopak zvýšení míry zapojení nad 60 %. V roce 2023 byly z PPC doručeny 4 miliony návštěv, prokliků bylo doručeno přes 4,8 mil.
- TV Nova: sponzorské vzkazy v sobotní Snídani s Novou (duben–listopad), redakční obsahová spolupráce, kulturní rubrika, pravidelné upoutávky na akce a místa výletů

- 1 Srovnání portálu Kudy z nudy s jinými portály z oblasti cestovního ruchu v rámci České republiky
- 2 Vývoj počtu uživatelů portálu Kudy z nudy v roce 2023
- 3 Dosah příspěvků na Facebooku a Instagramu v rámci profilů Kudy z nudy v roce 2023
- 4 Návštěvy na Facebooku a Instagramu v rámci profilů Kudy z nudy v roce 2023



Sociální sítě při prezentaci destinace

Globální přehled

V roce 2023 využila agentura CzechTourism pro intenzivní marketingovou komunikaci také svých sociálních sítí. Sociální sítě jsou důležitou součástí marketingové komunikace CzechTourism, a to jak při korporátní B2B komunikaci, tak pro domácí i zahraniční cestovní ruch. Dominantní zůstaly facebookové stránky a instagramové profily Kudy z nudy a Visit Czechia (Global). Nejlépe si na sociálních sítích pod značkou VisitCZ vedly tradičně příspěvky s českými highlighty. Nejvyšší dosahy měly posts zmiňující atraktivitu zapsané na seznamu světového dědictví UNESCO, vizuálně atraktivní fotografie a především krátká videa, tzv. reels, např. s motivy Prahy, zámku Lednice, zámku Hluboká, Pálavy. Reels mají okolo 45 tisíc unikátních zhlédnutí, dosah nejlepších fotografií je cca 30 tisíc zobrazení.

Nejlépe si v roce 2023 vedly příspěvky s motivem Vánoc a zimy (Bouzov, Josef Lada, Český Krumlov), které měly dosah přes 200 tisíc. Obecně se velmi daří instagramovým fotografiím českých hradů a zámků napříč republikou, stejně jako přírodním krásám typu skalních měst apod.

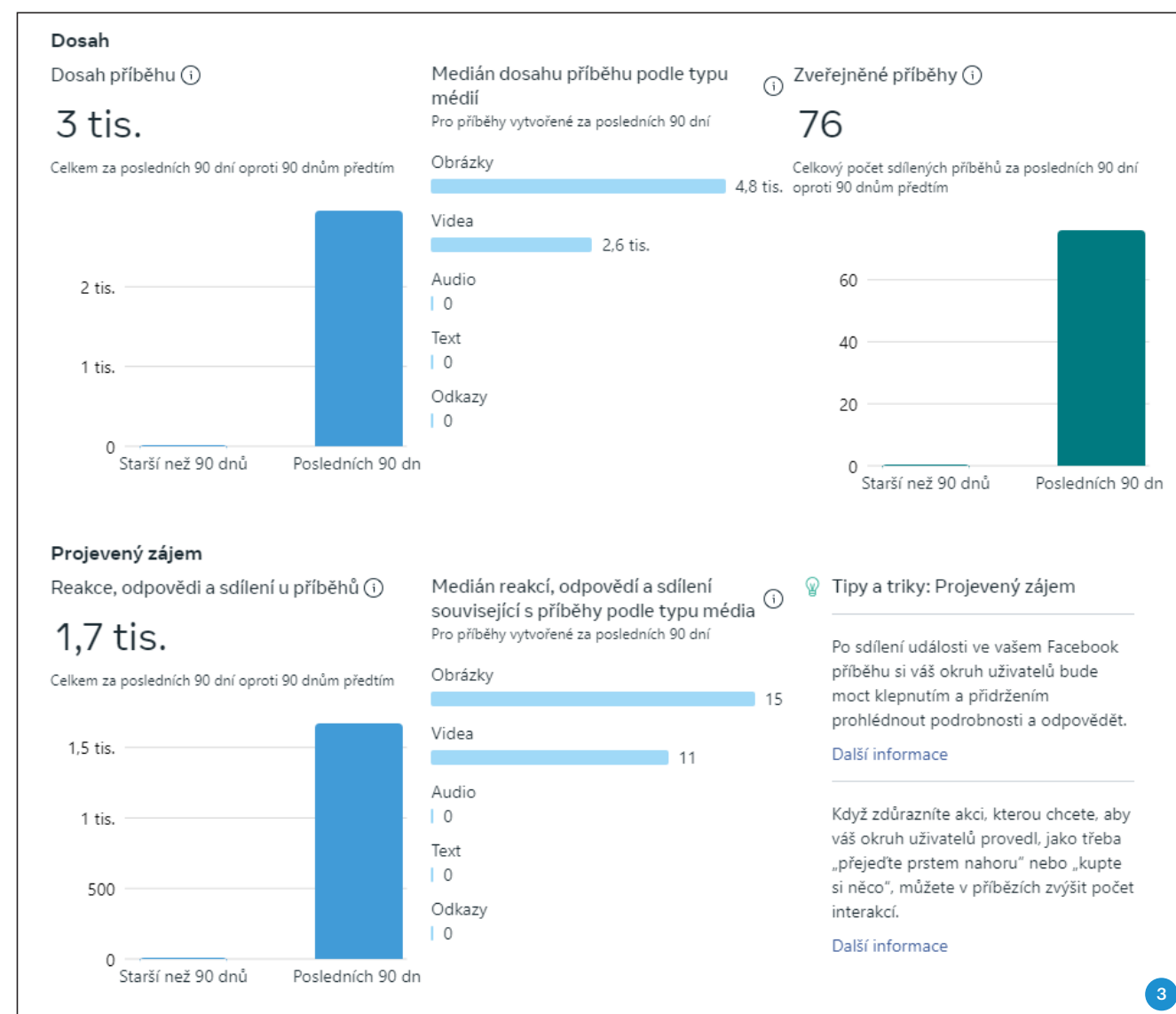
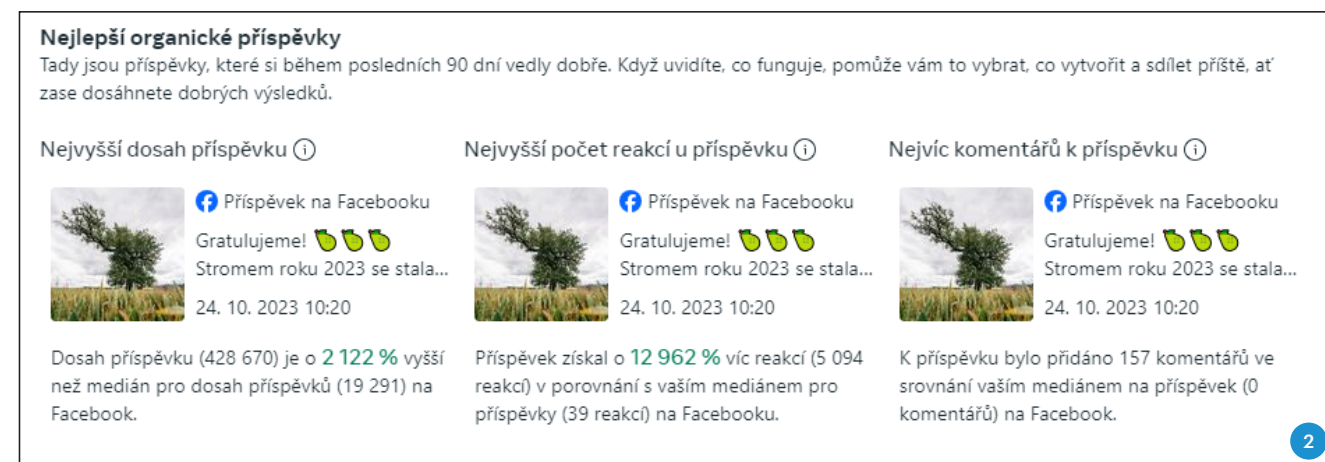
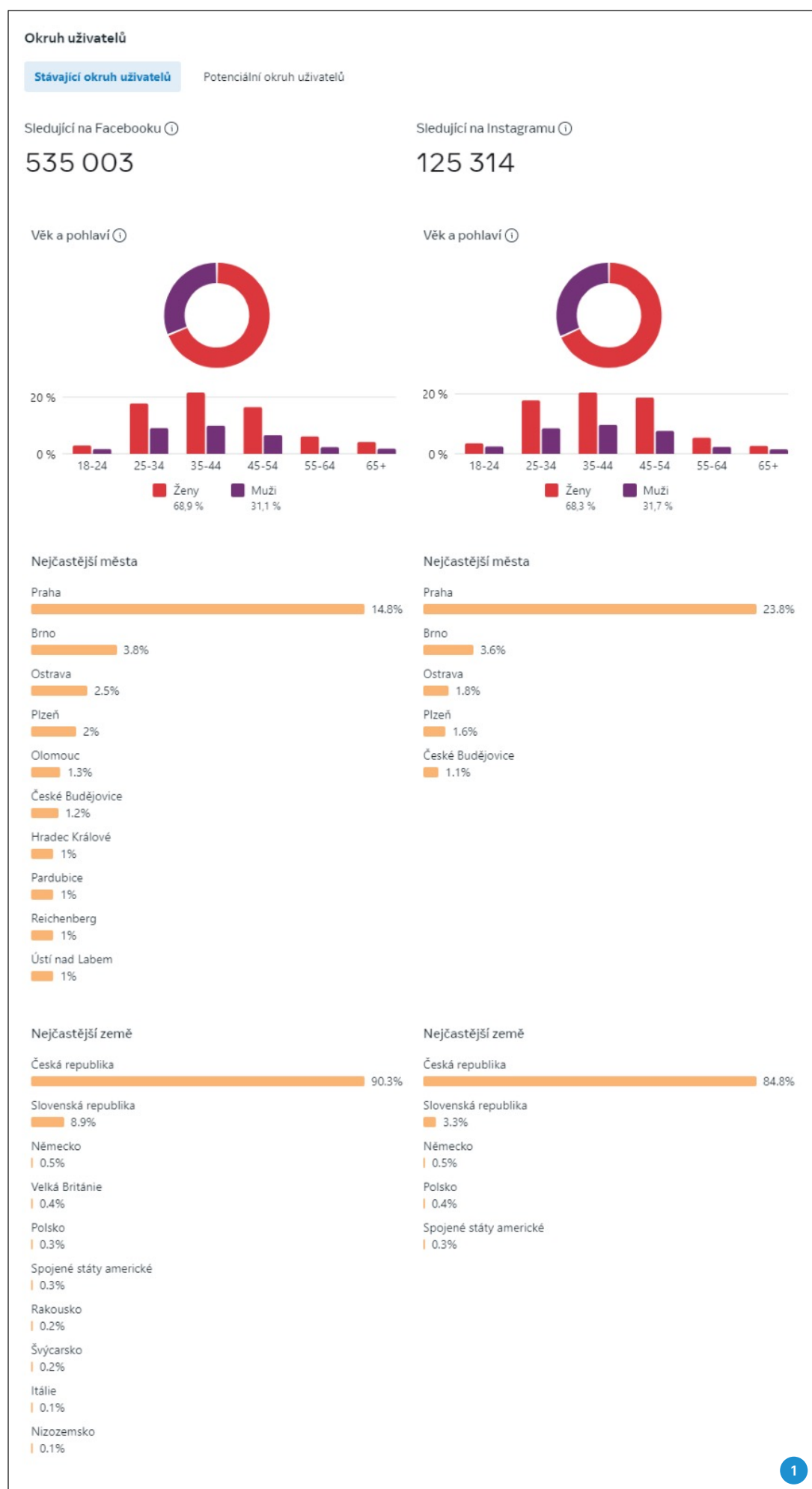
Kudy z nudy

Na Facebooku bylo ke konci roku 2023 téměř 540 tisíc fanoušků, na Instagramu přes 125 tisíc sledujících. Na Facebooku bylo zveřejněno přes 1 000 postů, na Instagramu 315 postů a přes 500 stories. Dosah na obou sociálních sítích je mírně nižší než předchozí rok, souvislost je především v algoritmech, kdy Meta upřednostňuje příspěvky placené reklamou, a omezeným zobrazováním odkazů (přesto jsou významné pro návštěvnost webu a SEO).

Celkové dosahy příspěvků na Facebooku byly přes 4 mil. a na Instagramu téměř 1,5 mil.

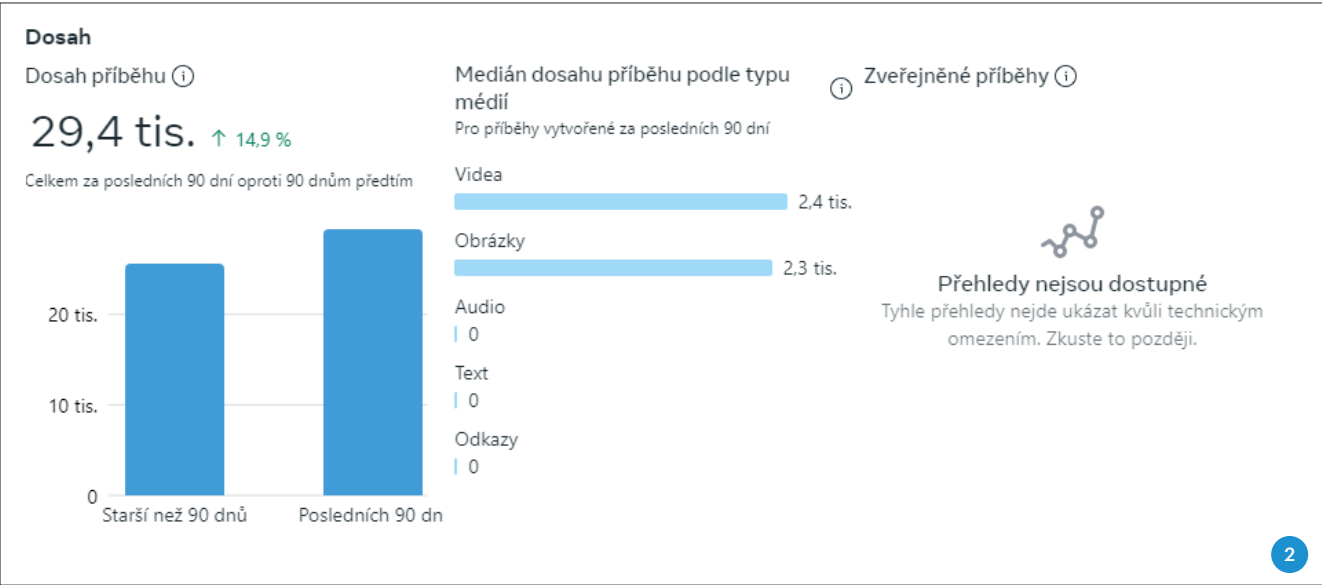
Návštěvy na Facebooku markantně narostly s přicházejícím jarem a létem, pokles byl vidět po letních prázdninách, nárůst přišel s Vánocemi. Na Instagramu je za celý rok pokles. Více návštěv je v letních měsících.

Mezi sledujícími převažují ze dvou třetin ženy a u obou sítí je nejvíce lidí z Prahy (u Instagramu až čtvrtina), což odráží i data z webu Kudy z nudy. Tudíž návštěvníci webu a sociálních sítí Kudy z nudy jsou podobná skupina lidí.

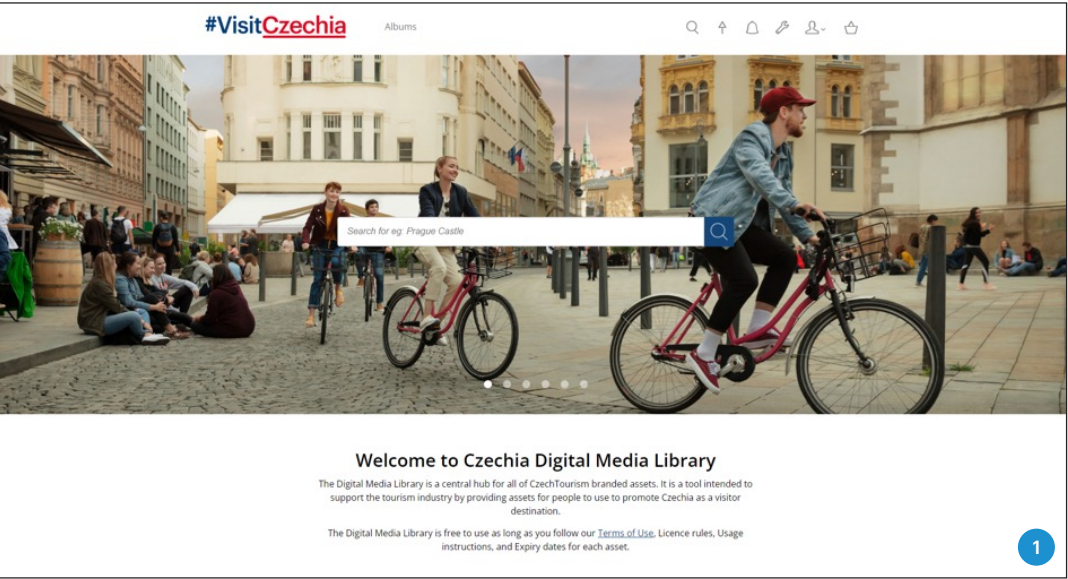


- 1 Okruh uživatelů Facebooku a Instagramu v rámci profilu Kudy z nudy
- 2 Nejlepší příspěvky na Facebooku v rámci profilu Kudy z nudy v roce 2023
- 3 Průměrná úspěšnost Facebook stories v rámci profilu Kudy z nudy

Název	Datum zveřejnění	Dosah	To s a rea
 Dnes je to 55 let od invaze vojsk Varšavské sml... kudyznudy_cz	Propagovat	21. 8. 2023	54,1 tis. Dosah
 Víte, kde se zchladit v parném létu 🤔? Mimo b... kudyznudy_cz	Propagovat	20. 8. 2023	45,4 tis. Dosah
 Den jako korálek za námi. Byli jste někde na výl... kudyznudy_cz	Propagovat	4. 11. 2023	37,9 tis. Dosah
 Babí léto je jako dělané na poznávání naší zem... kudyznudy_cz	Propagovat	29. 9. 2023	37,1 tis. Dosah
 Vínó dozrává na jihu Moravy letos trochu pozd... kudyznudy_cz	Propagovat	16. 8. 2023	37 tis. Dosah
 Myslíte si, že v Praze už všechny památky znáte... kudyznudy_cz	Propagovat	17. 8. 2023	34,9 tis. Dosah
 Již jedenáctý ročník Signal Festivalu se blíží 🤗.... kudyznudy_cz	Propagovat	10. 10. 2023	33,6 tis. Dosah



- 1 Nejlepší příspěvky na Instagramu v rámci profilu Kudy z nudy v roce 2023
- 2 Průměrná úspěšnost Instagram stories v rámci profilu Kudy z nudy



Digital Media Library

Agentura CzechTourism prostřednictvím Digital Media Library, fungující na adrese media.visitczechia.com, poskytuje multimediální obsah odborné i neodborné veřejnosti. V rámci této knihovny jsou uloženy videa, fotografie, loga i brožury (assets) s tematikou cestovního ruchu v Česku.

V roce 2023 přibylo do digitální knihovny 1 496 assetů a celkový počet se zvýšil na současných 9 610 assetů. V současnosti je registrovaných přes 1 800 uživatelů ze 73 zemí světa. Průměrné uživatelské hodnocení je 8,7 bodů z 10 možných bodů. Lidé nejvíce vyhledávali výrazy Český Krumlov (přes 7 500 dotazů) a Praha (přes 3 500 dotazů). Celkový počet stažení byl přes 22 tisíc.



- 1 Hlavní rozhraní Digital Media Library
- 2 Nejstahovanější fotka v roce 2023 – 139 stažení

úložiště multimediálního obsahu
media.visitczechia.com





25

Vzdělávání a odborné analýzy

- Příprava zákona o cestovním ruchu
- Vzdělávací modul
- Prezentace pro studenty a studentské práce
- Exportní workshopy ředitelů zahraničních zastoupení, e-learning
- Fórum cestovního ruchu

Vzdělávání a odborné analýzy

Příprava zákona o cestovním ruchu

V roce 2023 se pokračovalo v přípravě analýzy RIA, která měla sloužit k posouzení nutnosti vzniku legislativy na podporu cestovního ruchu v České republice. Výsledek analýzy bohužel nepodpořil vznik tohoto zákona. MMR tedy v návaznosti na tento výsledek vytvořilo pracovní skupinu, která se zabývá systémovým nastavením financování cestovního ruchu a transformací NPPCRR 2025+ (Národní program podpory cestovního ruchu).

Vzdělávací modul

V roce 2023 jsme navázali na školení pod názvem Akademie cestovního ruchu. Institut turismu realizoval celkem 28 online a prezenčních vzdělávacích kurzů. V rámci těchto kurzů bylo proškoleny více než 1 000 odborníků působících v cestovním ruchu.

Akademie cestovního ruchu je označení série workshopů, školení a přednášek otevřených pro pracovníky organizací destinačního managementu (TIC, hotelů, restaurací apod.). Formát realizací se v porovnání s předcházejícím rokem příliš nezměnil, převahu online kurzů určil vysoký počet zájemců o zvolená témata a také dostupnost přednášejících.

Během celého roku probíhala školení ve spolupráci se společností Google. Celkem proběhlo 8 vzdělávacích online školení, kterých se zúčastnilo téměř 400 osob působících v cestovním ruchu po celém Česku. Informace ze světa digitálního marketingu, marketing & technology & tools, marketingových trendů a soft-skills jim předali certifikovaní trenéři výlučně z Česka a Slovenska.

Prezentace pro studenty a studentské práce

V rámci vzdělávání byly uskutečněny prezentace pro školy, a to nejen pro veřejné a soukromé vysoké školy, ale také pro střední školy se zaměřením na cestovní ruch či hotelnictví. Celkem proběhlo 22 prezentací, kterých se účastnilo více než 600 studentů středních a vysokých škol. Prezentace se nejčastěji týkaly tématu představení agentury CzechTourism, její činnosti a strategie. Kromě přednášek pro školy proběhly také 4 prezentace pro delegace a studenty z Jižní Koreje a Belgie.



Fórum cestovního ruchu

Exportní workshopy ředitelů zahraničních zastoupení, e-learning

V roce 2023 byla agentura CzechTourism připravena pomoci s návratem cestovního ruchu na předcovidová čísla. Velkou roli v tom sehrála zahraniční zastoupení agentury, která propagují Českou republiku ve smyslu destinační značky, kterou je třeba podpořit. Z tohoto důvodu v roce 2023 proběhlo 8 exportních workshopů, které zasáhly celkem 515 účastníků z řad profesionálů v cestovním ruchu (destinační managementy, asociace, sdružení, koncoví podnikatelé...) dle jejich zájmu o příslušné trhy. Během jednotlivých workshopů ředitelé ZZ nabídli cenné know-how jak se prezentovat v zahraničí. Přiblížili aktuální situaci na prezentovaných trzích a seznámili účastníky s plánovanými aktivitami i možnostmi spolupráce. Během jednoho exportního workshopu se vždy představila dvě zahraniční zastoupení.

E-learning

I v roce 2023 umožňoval CzechTourism touroperátorům z téměř celého světa získat díky pořádanému e-learningu Master certifikát, případně jeho část. Dílčí certifikace se týkala oblastí Spa and Wellness, Culture and Gastronomy, LGBT, MICE, Cities, Gates to Regions.

Ke konci roku 2023 se také začalo pracovat na nové formě vzdělávání s cílem technického a grafického vylepšení stávající podoby e-learningového systému, a to pomocí platformy e-learningu Moodle. Systém je po technické stránce připraven pro vytváření programů a kurzů. Nové formy vzdělávání se veřejnost dočká v průběhu roku 2024.

Fórum cestovního ruchu 2023

Fórum cestovního ruchu proběhlo v pátek 17. 3. 2023 jako součást veletrhu HOLIDAY WORLD & REGION WORLD v PVA Expo Praha v Letňanech. Hlavním tématem fóra byla zvolena udržitelnost, a to nejen z pohledu ochrany životního prostředí, ale také v ekonomickém a sociálním ohledu. Domácí a zahraniční odborníci přinesli mnoho inspirace jak pro destinační management, tak pro podnikatele v cestovním ruchu. Mimo téma udržitelnosti se v jednotlivých přednáškách, debatách i praktičtěji zaměřených workshopech objevila celá řada námětů a inovativních nápadů týkajících se turismu. Celkem se na konferenci sešlo téměř 170 odborníků z různých odvětví cestovního ruchu.

Během fóra se na hlavním pódiu vystříдалo mnoho zástupců z Česka i zahraničí. Ze zahraničních promluvily např. Maša Klemenčič (Slovenian Tourist Board), která představila aktuální situaci v rámci udržitelnosti a udržitelného cestování ve Slovinsku, nebo Teodora Marinska (European Travel Commission), která přispěla prezentací na téma udržitelnosti a obnovy turismu po pandemii z evropské úrovně pohledu. Dále na fóru zazněla témata jako start-upy a inovace v turismu, ESG, DataSpace v turismu nebo odpovědnost a udržitelnost na hudebním festivalu Rock for People. Součástí fóra byly dvě panelové diskuze, na kterých se vystřídali zástupci českých i zahraničních subjektů v cestovním ruchu, a panelová konference zástupců MMR a ČUCR na téma financování marketingu a cestovního ruchu. Součástí fóra cestovního ruchu bylo také vyhlášení 16. ročníku Velké ceny cestovního ruchu COT group.



29

Marketingové téma: Tradice

- Ukázky z kampaní, zhodnocení výkonu
- Zapojení ambasadorů do marketingové komunikace
- Spolupráce na kampaních třetích subjektů

Marketingové téma: Tradice

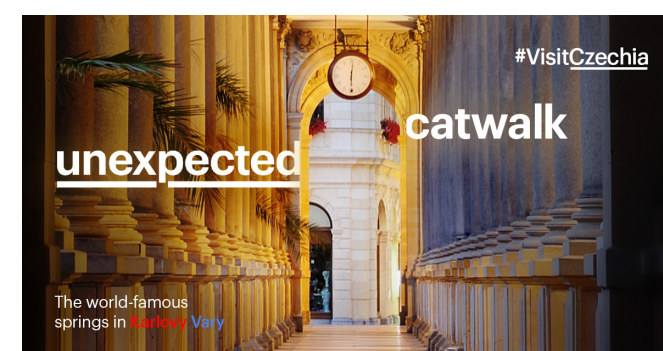
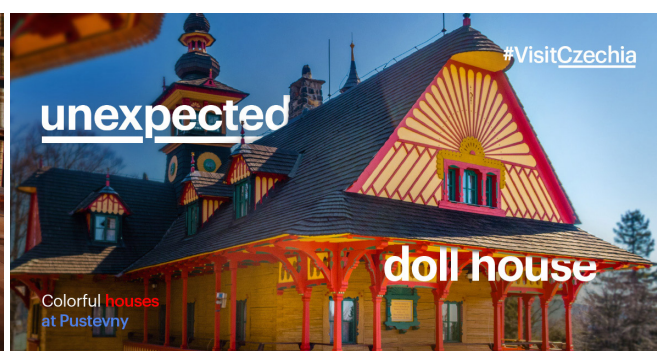
Ukázky z kampaní, zhodnocení výkonu

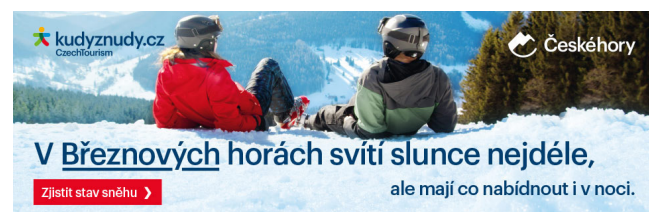
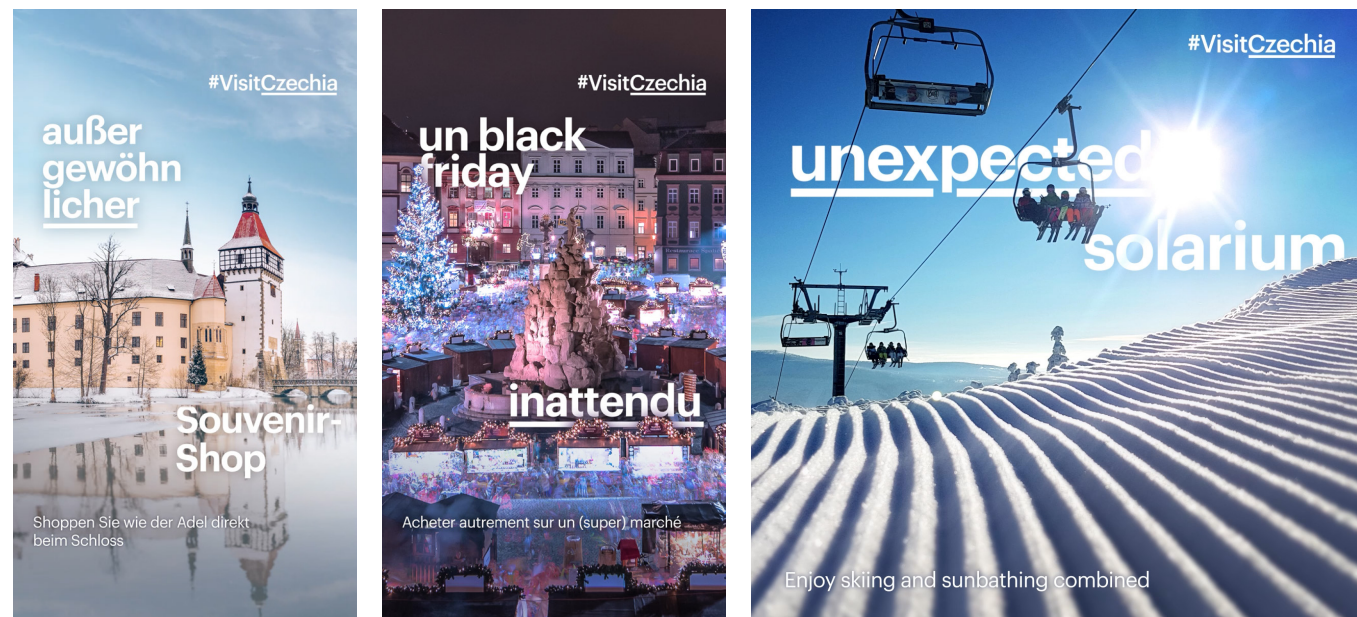
V roce 2023 jsme realizovali reklamní kampaně s tématem Tradice na podporu příjezdového turismu. Kampaně měly široký záběr – od lyžování po specifická témata zastupující každý ze čtrnácti krajů. Komunikovali jsme tak například vůni Olomouckých tvarůžků, neobvyklou aristokracii z kladrubských hřebčínů, nebo unikátní architekturu několika krajů. Jarní část kampaně na téma Tradice také odstartovala nový kreativní koncept Unexpected Traditions. Kampaň kromě jiného zaujala i české kreativce (na internetovém portálu Mediář byla v červnu vybrána jako nejlépe hodnocená kampaň). Rok jsme uzavírali kampaní Zimní tradice s tématy vánočních trhů a zimních aktivit na horách. V celkem čtyřech zahraničních kampaních realizovaných až na 14 trzích jsme kumulovaně zasáhli 212 milionů zahraničních uživatelů internetu. Kampaně byly postaveny na co nejširším zásahu relevantní cílové skupiny (celkově bylo realizováno 1,5 miliardy impresí).

Tematické kampaně Tradice jsme doplnili výkonnostní kampaní ve vyhledávání Google v průběhu celého roku. Podpořili jsme tak vyhledávání turistických cílů v příhraničních zemích a přivedli přes 1 milion zájemců o turistické cíle, lokality, tradice a novinky v Česku na portál VisitCzechia.com.

V únoru a březnu 2023 jsme domácí kampaní Březnové hory podpořili lyžování v období končící zimní sezóny. V této kampani cílené na české turisty jsme zasáhli 12 milionů uživatelů internetu při realizovaných impresích v počtu 93 milionů.

Produktové kampaně reprezentovala lázeňsky zaměřená kampaň na podporu posezónní návštěvnosti lázeňského Karlovarského kraje, při které jsme během září a října oslovili příhraniční spolkové země Německa s nabídkou jedinečného wellness zážitku na podporu zdraví. Celkem nabídka zasáhla přes 7 milionů německých uživatelů internetu a k nabídce se prokliklo přes 120 tisíc zájemců o lázeňské procedury.





Zapojení ambasadorů do marketingové komunikace

V roce 2023 byla naplánována komunikace produktů golf a pěší turistika.

Golfu se chopila nejlepší česká golfistka Klára Spilková, a to formou účasti na press tripu se zahraničními novináři v Moravskoslezském kraji. Konkrétně si s novináři užila turnaj v golfovém resortu v Ostravici. Výstupy budou promovat Česko jako golfovou destinaci.

Pěší turistiku pak představil v rámci projektu Stezka Českem olympijský vítěz a mistr světa ve vodním slalomu Jiří Prskavec. Jiří je kromě výborného slalomáře i milovníkem turistiky. Stezka Českem je pak pro něj výzvou. Dal si za cíl v příštích letech alespoň část této tour po hranicích Česka absolvovat.



1 2 Zapojení ambasadorů – Klára Spilková

3 Zapojení ambasadorů – Jiří Prskavec



Spolupráce na kampaních třetích subjektů

I v roce 2023 spolupracoval CzechTourism s krajskými centrály cestovního ruchu a případně s krajskými úřady na podpoře především DCR prostřednictvím cobrandových kampaní. Do krajských kampaní se tak dostala také komunikace Kudyznudy.cz, jako místa, kde je možné čerpat nejlepší informace pro trávení své dovolené v Česku. Konkrétně se jednalo například o propagaci venkovské turistiky (Vysočina), Českého Švýcarska (Ústecký kraj), pивní turistiky (Karlovarský kraj) a odpovědného cestování (Královéhradecký kraj).

Česko se jako ideální destinace také propagovalo v rámci kampaní v Polsku (Olomoucký kraj) a na Slovensku (Moravskoslezský kraj).

- 1 Propagace pivní turistiky
- 2 Propagace venkovské turistiky
- 3 Propagace odpovědného cestování





37

Zahraniční zastoupení

- Přehled nejzajímavějších marketingových a PR aktivit zahraničních zastoupení

Zahraniční zastoupení



Belgie – Nizozemí – Lucembursko

Kampaň Self drive

- Nizozemsko: 16 milionů zobrazení, Belgie: 9 milionů zobrazení

Online kampaň „Self drive“, probíhající v dubnu až květnu 2023 v Nizozemsku a Belgii, propagovala Česko jako ideální destinaci pro dovolenou. Primární cílovou skupinou byly rodiny s dětmi a aktivní generace 55+, kampaň se zaměřovala především na představení regionů. Online kampaň byla vedena prostřednictvím Google a Teads a uskutečnila se díky spolupráci ZZ Benelux a ZZ Skandinávie (trhy Švédsko a Dánsko).

Na kole z Prahy do Krakova

- Celkový zásah: 500 000 čtenářů

Press / blogger trip Na kole z Prahy do Krakova pro pět nizozemských a belgických médií se zaměřením na cykloturistiku. Program, během kterého novináři a bloggeři projeli trasu mezi Prahou a Krakovem, byl pořádán ve spolupráci s polským NTO během června 2023. Trasa vedla z Prahy přes Středočeský, Pardubický, Olomoucký a Moravskoslezský kraj, za jejichž organizační a finanční podpory se akce uskutečnila.

Projekt České Vánoce

- Zásah: 10 000 osob

Projekt České Vánoce v Nizozemsku uskutečnilo zahraniční zastoupení ve spolupráci s Českým centrem a velvyslanectvím České republiky v Nizozemsku na základě velkého úspěchu z loňských let. Na pěti veřejně přístupných

místech byly umístěny vánoční stromy s českými ozdobami od předních sklářů. Výrobky firem Glassor nebo Rautis byly k vidění v Muzeu skla v Leerdamu, v Goethe Institutu v Rotterdamu, v Den Haagu pak ve foyer hotelu Des Indes a v budově Europolu. Na tradičním českém vánočním koncertu mohlo ozdobu obdivovat téměř 300 hostů, pro které jsme navíc připravili pravé české vánoční cukroví.



Francie

Natáčení televize ARTE

- Sledovanost v době vysílání průměrně až 300 000 diváků

V termínu od 24. 4. do 4. 5. 2023 probíhalo v Praze, v Karlovarském a Plzeňském kraji natáčení veřejnoprávní televize ARTE, při kterém bylo natočeno celkem 8 reportáží o regionální gastronomii České republiky. Reportáže byly odvysílány jednotlivě od listopadu 2023 do února 2024.

Veletrh IFTM Top Resa 2023

- 9 spoluvystavovatelů z Prahy a regionů ČR, celková účast 30 000 profesionálů z oblasti cestovního ruchu ze 170 různých destinací z celého světa

Třídenní veletrh cestovního ruchu v Paříži, konaný 3. – 5. 10. 2023, je největším B2B veletrhem cestovního ruchu na francouzském trhu, jehož se účastní hlavní hráči cestovního průmyslu ve Francii. Veletrh byl spolufinancovaný projektem ekonomické diplomacie PROPED. Jednalo se též o spolupráci agentury CzechTourism a ZÚ za účasti velvyslance České republiky ve Francii, pana Michala Fleischmanna.

MICE fam trip

- Networking 12 českých a 8 francouzských cestovních subjektů

Hromadný MICE trip do Prahy a středních Čech spolufinancovaný z PROPED se zaměřením na MICE místa a destinace pro high-end klienty. Akce probíhala díky spolupráci několika partnerů, včetně Ambasády ČR v Paříži a Prague Convention Bureau. MICE trip se konal od 4. do 7. 12. 2023.



- 1 Projekt České Vánoce
- 2 Na kole z Prahy do Krakova
- 3 Natáčení televize ARTE
- 4 Veletrh IFTM Top Resa 2023
- 5 MICE fam trip



Itálie

OOH výstava Jarní city break

- Denně venkovní expozici navštívilo 65 000 návštěvníků, OTS: 900 000

Venkovní expozice velkoplošných fotografií představující nejkrásnější evropské destinace pro jarní city break byla vystavena během dubna v centru na Corso Garibaldi v Miláně. Jeden z vystavených panelů představoval město Brno, a to v návaznosti na nové přímé letecké spojení Milano–Brno společnosti Ryanair.

Veletrh TTG Incontri v Rimini

- Celkem veletrh navštívilo 70 000 návštěvníků, prezentace 55 zahraničních destinací

Ve dnech 11. až 13. 10. 2023 probíhala oficiální expozice agentury CzechTourism o velikosti 40 m² na nejvýznamnějším B2B veletrhu v Itálii. Z celkového počtu 2 700 vystavovatelů bylo 7 vystavovatelů z ČR: DIR Bohe-mia, AR tour, Jerome Incoming, Kompas Praha, Caldana TO, Clarion Congress Hotel Praha, Moravskoslezský kraj – MS Tourism. Výsledkem bylo představení kompletní turistické nabídky ČR, jednání s italskými TO, cestovními agenturami, zástupci médií a influencery.

Spolupráce s GK Milano – OOH výstava

- Celkový počet návštěvníků: 30 000 denně, OTS: 1,8 mil.

Venkovní expozice velkoplošných fotografií Brna na plotě generálního konzulátu v Miláně u příležitosti zahájení leteckého spojení mezi Milánem a Brnem společností Ryanair ve spolupráci s GK Milano a CCRJM, probíhající v termínu od května do června 2023.



- 1 Spolupráce s generálním konzulátem v Miláně
- 2 Výstava Jarní city break
- 3 Veletrh TTG Incontri, Rimini

- 1 Destinační kampaň HolidayCheck
- 2 ITB Berlín
- 3 Festival eat!berlin 2023

Německo

Destinační kampaň HolidayCheck

- Mediální přínos: 1,5 mil. impresí, 400 000 oslovených odběratelů newsletteru
- Obchodní přínos: 4 310 pax přenocování, obchodní přínos kampaně celkem 274 000 EUR (6 715 000 CZK)

V termínu od 31. 8. do 15. 11. 2023 probíhala destinační kampaň s německou OTA (online travel agency) Holiday-Check se znatelným mediálním a obchodním přínosem.

ITB Berlín 2023

- 5 interview, AVE: 4 mil. CZK

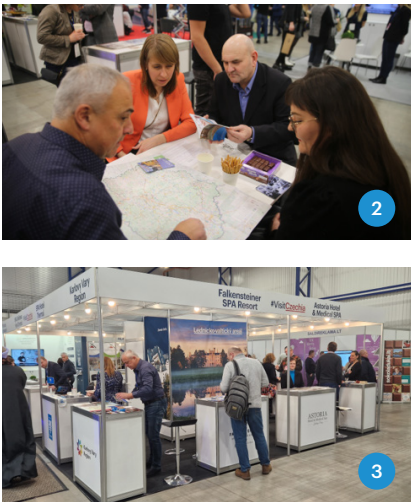
Ve dnech 7. až 9. 3. 2023 ZZ Německo zajišťovalo odborný program na veletrhu ITB Berlín 2023. V rámci veletrhu se konaly rozhovory, media relations a networkingové akce. Výsledky jsou následující: 5 rozhovorů na místě (včetně ČTK, DPA) s AVE 4 mil. CZK, dalších 80 B2B a media relations schůzek v rámci expozice a 150 hostů na networkingové akci realizované s Pilsner Urquell Original Beer Experience.

Česká premiéra na festivalu eat!berlin 2023

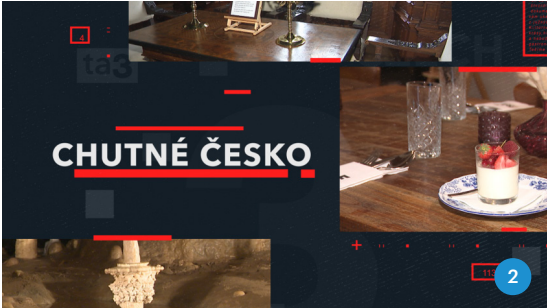
- 90 hostů na místě, mediální pokrytí

Dne 3. 11. 2023 proběhlo premiérové představení české gastronomie na prestižním kulinářském festivalu eat!berlin prostřednictvím Národního týmu Asociace kuchařů a cukrářů ČR s těmito výsledky: 90 hostů na místě (zástupci médií a platící hosté) a následující mediální pokrytí – prezentace na tiskové konferenci festivalu v červnu, zpráva v ČTK, rozhovory pro česká a německá média.





Zahraniční zastoupení 43



Skandinávie

Self-drive dovolená – propagace dovolené autem

- Celkový zásah: přes 9 mil. impresí s 9 389 prokliky, celková čtenost: 1,8 milionu

Jarní online kampaň prezentující ČR jako bezpečnou a dobře dostupnou destinaci pro cestování autem a objevování nových regionů. Cílem kampaně bylo přilákat víc hostů ze Skandinávie a prodloužit délku pobytu Belgičanů, Dánů, Nizozemců a Švédů v Česku. Jednalo se o obsahovou kampaň zaměřenou na cestování autem prostřednictvím propagace atraktivních itinerářů formou advertoriálů v dánských a švédských denících: SvD, Aftonbladet, Expressen, JP, Berlinske, JFM a Feriemagasinet.

Veletrh Ferie for Alle

- 56 157 návštěvníků, 1 000 vystavovatelů, 3 500 odborníků

Účast zahraničních zastoupení ve Skandinávii na největším B2C veletrhu ve Skandinávii, který se konal v Herningu v období od 24. do 26. 2. 2023. Celkem se veletrhu účastnili 4 čeští spoluvystavovatelé. Veletrh navštívilo 56 157 návštěvníků, více než 1 000 vystavovatelů a více než 3 500 odborníků na cestování.

Tastes of Czechia – propagace Prahy a regionálních měst prostřednictvím gastronomie

- 10 press tripů, celková čtenost médií: 2 miliony

V rámci této kampaně se konalo několik akcí. Proběhla série 10 press tripů, zaměřených na propagaci Prahy a regionálních měst prostřednictvím gastronomie, tradice pivovarnictví a vinařské turistiky pro národní deníky Berlingske, Jyllands-Posten, norský Aftenbladet, švédský Bonnier, TTNews, lifestyle magazíny a další média. Dále proběhla obsahová kampaň formou advertoriálů v dánských a švédských denících Kristeligt Dagbladet, Fysk Fynske Medier, Expressen a v lifestyle magazínech Gourmet, Mitt Kök, Damernas Värld, Amelia a Tara se zaměřením na gastronomii, kulturní scénu a destinační novinky. Celková čtenost byla 2 miliony. 10. 10. 2023 se pak konal v Kodani B2B event, který prezentoval českou gastronomii prostřednictvím lekce vaření pod taktovkou Sous Chef michelinské restaurace Geranium, Kristíny Nemčkové. Akce se zúčastnilo více než 30 nákupčích z Dánska a jižního Švédska. Završením kampaně byl 11. 10. 2023 Press & Trade Event Master Class s ochutnávkou vín vedenou Národním vinařským centrem ve spolupráci s CCRJM.

Slovensko

Chutné Česko 2

- Zásah po odvysílání 10 dílů: 800 000 diváků, celá série: 1,138 milionu diváků

Chutné Česko 2 – televizní dokumentární série ve spolupráci s televizí TA3. Cílem bylo představení atraktivit a lokální gastronomie ve všech 14 českých regionech, tedy celková regionální podpora ČR v období od května do října 2023. Celkem bylo vytvořeno 10 dílů v rozsahu 10 min, 9 PR článků na ta3.com, upoutávky v TV, upoutávky na SoMe TA3 a upoutávky na facebookovém profilu ZZ Slovensko. Celkový zásah po odvysílání 10 dílů byl 800 000 diváků, celkově měla série zásah 1,138 milionu diváků.

Tiskové eventy pro média a odbornou veřejnost

- 155 press a trade zástupců

Cílem těchto eventů byla propagace regionů a vybraných komerčních subjektů. Před hlavní sezónou jsme představili nabídku v těchto oblastech: regiony východních Čech a Sky Bridge 721, Vysočina a Resort Svatá Kateřina, ANOPA – Asociace nestátních památkových objektů, DSO České dědictví UNESCO a východní Morava. Celková návštěvnost byla 155 press a trade zástupců.



Po stopách Karla Plicky v Čechách a na Slovensku

- Fotosoutěž a výstava vítězných fotografií

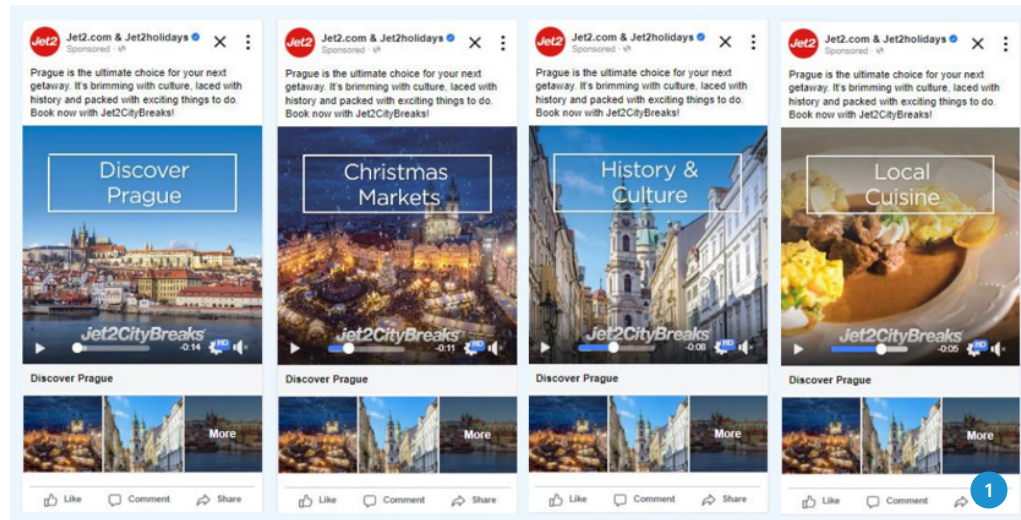
Soutěž probíhala od 1. dubna do 31. srpna 2023. Vernisáž nejlepších soutěžních fotografií byla spojená s vyhlášením vítězů a předáváním cen (za CzechTourism ubytovací voucher, který věnovaly Lázně Luhačovice a. s.) dne 12. 10. 2023. Výstava trvala do 31. 12. 2023. Velvyslanec ČR v SR pan Rudolf Jindrák převzal nad výstavou záštitu a osobně se vernisáže zúčastnil. Výstava byla realizována v úzké spolupráci s galerií ProLaika, kde také proběhla výstava vítězných prací.

1 2 Tastes of Czechia

3 Propagace dovolené autem

1 Po stopách Karla Plicky v Čechách a na Slovensku

2 3 Chutné Česko 2



- 1 Zimní kampaň s Jet2
- 2 3 Traverse content campaign

Velká Británie s působností pro Irsko

National Geographic Traveller Food Festival

- Návštěvnost veletrhu: 7 000 osob, účast na workshopu: 100 osob

Účast na dvoudenním veletrhu National Geographic Traveller Food Festival určeného primárně pro bonitní klientelu a předplatitele magazínu National Geographic Traveller. Veletrhu se společně s CzechTourism zúčastnilo město Brno, Centrála cestovního ruchu jižní Moravy a České vinařské centrum. Návštěvníkům byla odprezentována turistická nabídka a nabídnuta degustace vína a míchaných nápojů. Celková návštěvnost veletrhu byla 7 000 osob. Druhou částí akce byl B2B event s podtitulem „Czech Soirée“, zorganizovaný v rámci PROPED, kterého se zúčastnila média, influenceri a zástupci travel tradu. Na eventu měli čeští partneři možnost odprezentovat svou nabídku a navázat nové kontakty na britském trhu. Celkem se B2B workshopu zúčastnilo 100 osob.

Traverse content campaign #Czech30

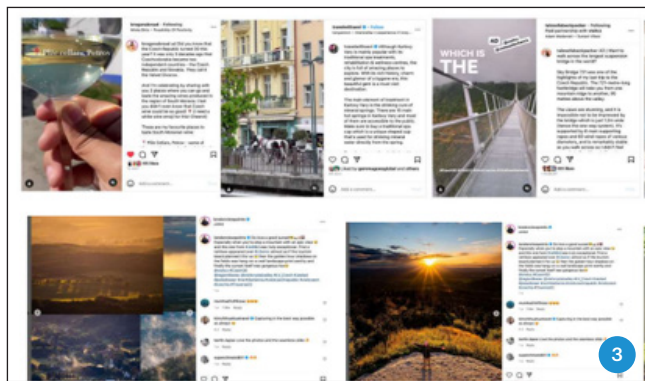
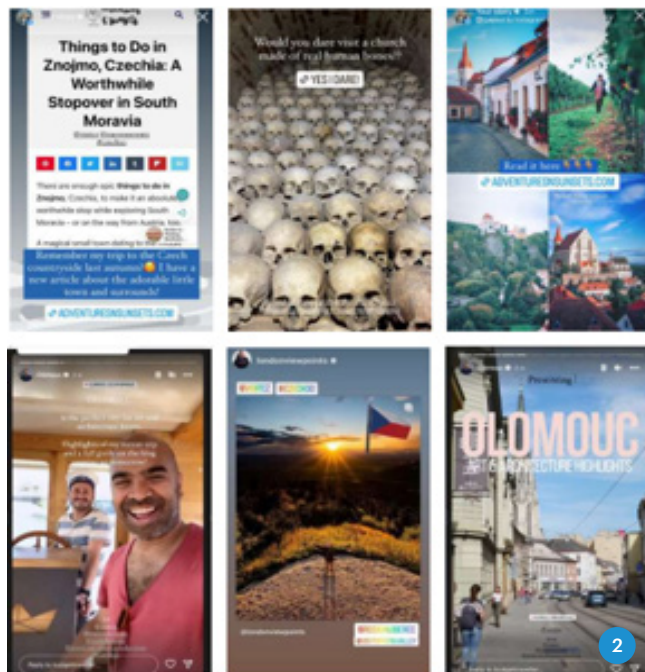
- Zásah kampaně: 860 532 osob

Od 1. 6. 2023 do 31. 12. 2023 probíhala contentová kampaň za využití nepublikovaného obsahu vytvořeného během konference Traverse 2022, abychom plně zužitkovali potenciál, který akce měla. Cílem bylo zviditelnění všech regionů, které se zapojily do tzv. Post Tours v rámci Traverse 2022. Využili jsme příspěvky na sociálních sítích a také blogové příspěvky. Kampaň zasáhla celkem 860 532 osob.

Zimní aerolinková kampaň Jet2

- Zásah: 1 181 443 osob, provedeno 14 556 rezervací

Zimní výkonnostní kampaň s aerolinkou Jet2 a touroperátorem Jet2 holidays, kteří obsluhují také regionální letiště v UK. Kampaň byla zaměřená na propagaci Česka jako



destinace s širokou nabídkou atraktivit včetně gastronomie, kultury a city break aktivit. Kampaň, která zahrnovala kombinaci obsahu na sociálních sítích a v newsletterech, probíhala v období od 1. 11. do 2. 12. 2023. Výsledkem byl zásah 1 181 443 osob a provedení 14 556 rezervací, což bylo o 30 % více než v roce 2022.

Španělsko

Veletrh FITUR 2023

- Více než 8 500 vystavovatelů ze 131 zemí, více než 136 000 profesionálů cestovního ruchu, více než 80 000 návštěvníků ze stran veřejnosti

Účast České republiky na největším veletrhu cestovního ruchu pro španělsky hovořící země ve sdíleném stánku realizovaném incomingovou cestovní kanceláří Isalex v termínu od 18. do 22. 1. 2023. V modulárním stánku o velikosti 42 m2 se prezentovalo 5 společností (Isalex, Mucha Praga, DZK, Air Consulting a SmartWings). ZZ se postaralo nejen o prezentaci České republiky jako ideální turistické destinace se širokou a různorodou turistickou nabídkou, ale také o prezentaci novinek v propagaci pro rok 2023 a významných výročí, která mohou přispět ke zvýšení příjezdů španělských turistů nejen do Prahy, ale také do českých regionů.

Natáčení TVE v Praze

- 4 tematické reportáže, celkový počet diváků: 1 398 000

Press trip pro štáb podvečerního prime time magazínu španělské veřejnoprávní televize TVE „Aquí la tierra“ do Prahy, konaný v termínu 28. 2. až 1. 3. 2023. Odvysílané pořady zvou nejen k návštěvě Prahy samotné, ale také k ochutnání české tradiční i moderní gastronomie nebo k návštěvě Holešovické tržnice či hledání lokálního produktu. Štáb televize navštívil také Zoo Praha, kde je možné vidět v zajetí raritního prehistorického člunozobce afrického. Konkrétní výsledky press tripu jsou následující: odvysílání 4 tematických reportáží v TVE, věnovaných Praze a gastronomii, s celkovým počtem diváků 1 398 000.



Česko fly & drive

- ES radio: 150 20sekundových inzertních vsuvek (656 000 posluchačů denně), Radio Intereconomía: 100 20sekundových inzertních vsuvek (256 000 posluchačů denně), podcast El Placer de Viajar: 8 678 stažení

Propagace cestování autem po Česku probíhala v rádiích ES radio a Radio Intereconomía v období od února do června 2023. Dále byly vytvořené inspirační texty s itineráři pro landing page, vydány tiskové zprávy a v rámci kampaně se konaly i press tripy. Prozatímní zásah press tripů byl 1 276 300 osob. Podcast El Placer de Viajar k 1. 7. 2023 zaznamenal 8 678 stažení.

- 1 Česko fly & drive
- 2 Natáčení TVE v Praze
- 3 Veletrh FITUR



Japonsko s působností pro Tchaj-wan

Press trip pro 30 tchaj-wanských médií u příležitosti inauguračního letu Tchaj-pej–Praha s China Airlines

- 281 reportáží a zpráv, AVE: více než 25 mil. CZK

Press trip pro mainstreamová média – novináře píšící na téma doprava a cestování z Tchaj-wanu u příležitosti otevření přímé linky Tchaj-pej–Praha. Účastnilo se 10 TV stanic, 9 novinářů a zástupci China Airlines. V rámci press tripu proběhlo slavnostní otevření letecké linky na letišti Tchao-juan v Tchaj-peji a na Letišti Václava Havla Praha, kde se novináři zúčastnili slavnostního banketu za účasti předsedy senátu a zástupce primátora hl. m. Prahy. Kromě cestovního ruchu byl kladen důraz i na rozvoj obchodních vztahů. Proběhla návštěva pražských památek, propagace českého designu, IT, centra excelence; návštěva Libereckého kraje a propagace sklářství.

Financováno z prostředků PROPED. Partneři akce: China Airlines, Letiště Václava Havla Praha, Magistrát hl. m. Prahy, PCT, ČEKK, MPO a Crystal Valley.

Press trip TVBS

- Vysílání na kanálech TVBS: Zábava (terestrický), To Nej (kabelová TV), Asia (satelit pro zahraničí vč. USA a jihovýchodní Asie); YouTube (214 000 zhlédnutí), web, SoMe

Press trip za účelem natočení 4 dílů cestovatelského pořadu Supertaste Crazy Headquarters o Česku se zaměřením na gastronomii a aktivní turismus. Partneři akce: TVBS, China Airlines, PCT, Živý kraj, JČCCR, Vysočina Tourism a Jižní Morava.

Czech Festival 2023

- Tokio: 15 000 návštěvníků (3 dny), Sakai: 12 000 návštěvníků (3 dny)
- TZ 29. 9. – AVE: 3 655 153 JPY (47 online médií), TZ 25. 10. – AVE: 11 090 431 JPY (51 online médií), 2 strany na Kineko Tabloid (náklad 7 000 výtisků)

Festival, který představuje českou kulturu, gastronomii a za pomoci přednášek Czech Goodwill Ambassadorů i krásy Česka, je pořádán tradičně již několik let. V roce 2023 se uskutečnil na konci října v Sakai a na začátku listopadu v Tokiu. Partneři festivalu: České centrum Tokio, Kineko International Film Festival, HK ČR Sakai, Kyowa Holdings, Suntori, Asahi, Divideo a Expo 2025 Czechia.

Veletrh ITF a Roadshow po Tchaj-wanu

- Celkem 344 000 návštěvníků (ITF), 38 společností z Tchaj-peje, 35 společností z Tchaj-čungu a 29 společností z Kao-siungu

Účast na Taipei International Travel Trade 2023, největším veletrhu cestovního ruchu na Tchaj-wanu a roadshow po Tchaj-wanu se sérií B2B meetingů v Tchaj-peji, Tchaj-čungu a Kao-siungu. Partneři veletrhu: Letiště Václava Havla Praha, Fashion Arena Prague Outlet, Enjoy Europe, Jan Hotels, Andaz Hotel a DaVinci.

- 1 Zahájení filmového festivalu Kineko a Czech Festivalu v Tokiu
- 2 Fam trip na podporu MICE pro účastníky z Tchaj-wanu



Jižní Korea s působností pro Filipíny

Roadshow Discover Czechia 2023

- Prezentace pro 200 korejských agentů, navázání post-covidového networkingu pro 17 českých firem v Koreji, prezentace českého obsahu (české speciality, sklo, kosmetika, tradice, hotely, infrastruktura, zázemí) a dvou regionů
- ČR se zařadila mezi top evropské trhy

Roadshow se čtyřmi workshopy a dvěma matchmakingovými semináři v Koreji (Tegu, Kwangdžu, Busan, Soul) cílí na B2B partnery, tour operátory a cestovní kanceláře k rozjezdu trhu a incomingového turismu z Jižní Koreje do Prahy a ČR. Akce proběhla za účasti 17 českých firem a ve spolupráci s Prague City Tourism a Libereckým krajem. Financováno z projektu PROPED.

VIP trip s Korean Air 2023

- Přímá prezentace partnerů, hotelů, regionů a infrastruktury turistického ruchu korejskému travel tradu
- Prestižní VIP event s velkým dosahem i mediálním pokrytím
- Úspěšný start obnovení letecké linky, která dosáhla během dvou měsíců 90% load faktoru

VIP trip organizovaný v rámci obnoveného přímého leteckého spojení ze Soulu do Prahy pro 10 CEO hlavních korejských tour operátorů, cestovních kanceláří a OTA ve spolupráci s Korean Air. V rámci tripu proběhla prezentace destinací, obsahu a VIP event v Lobkowiczském paláci za účasti podnikatelů, státního tajemníka MZV, Rady hlavního města Prahy a Letiště Václava Havla Praha.

Bohemian Rhapsody 2023

- Zásah celkem: 2 024 401
- Landing page – unikátní návštěvníci: 42 557, účastníci eventů: 8 085; DM (newsletter): 152 638 (míra otevření: 17,75 %), push notifikace: 117 529 (míra otevření: 11,40 %), Skypass Newsletter: 1 253 907 (míra otevření: 24,88 %), virální marketing – interakce: 23 428, členové Hyunday Card – push notifikace aplikace: 388 087 (konverze 0,53%)

Kampaň s Korean Air a Prague City Tourism na webu a sociálních sítích k propagaci Prahy na přímém leteckém spojení – se zapojením partnerského a destinačního obsahu a soutěžních eventů na sociálních médiích. Financováno z projektu PROPED.



- 1 Roadshow Discover Czechia 2024
- 2 Kampaň Bohemian Rhapsody byla realizovaná ve spolupráci s Prague City Tourism a Letištěm Praha
- 2 Obnovení přímé linky s Koreanair – VIP Fam trip s deseti CEO největších korejských CK a TO



Čína a jihovýchodní Asie

B2B Roadshow Asie – Discover Czechia

- Zúčastnilo se 130 zástupců lokálních CK a zástupci národních asociací cestovních kanceláří
- V Jakartě proběhla tisková konference s 12 odbornými novináři

Roadshow v Hongkongu, Bangkoku a Jakartě s destinační prezentací a workshopy. Zaměřeno na cestovní kanceláře a odborné novináře. Cílem bylo zvýšení povědomí o České republice, a tím navýšení počtu návštěvníků z těchto zemí. Realizováno v rámci projektu PROPED.

Influencer trip z Malajsie

- Přes 3,5 mil. impresí

Influencer trip z Malajsie pro propagaci ČR jako ideální destinace pro cestovní ruch z regionu.

V rámci propagace regionů a jejich aktivit se účastnily kraje: Plzeňský, Karlovarský, Středočeský a Liberecký.

Panevropská kampaň ETC (ČLR)

- 12 videí na společné online platformě, příspěvky na sociální síti Weibo
- V polovině kampaně přes 8 milionů zhlédnutí a více než 68 000 interakcí
- Spoluúčast na panevropské kampani ETC v ČLR. Propagace destinace formou videa natočeného čínskou influencerkou v ČR.

- 1 B2B Roadshow HongKong
- 2 B2B Roadshow Bangkok
- 3 ITB Asia Singapur



USA a Kanada

Delta training a prezentace v BNH + Delta University

- Celkem osloveno 450 cestovních poradců

Série 3 webinářů s Delta Airlines, destinační prezentace před zahájením přímého spojení New York – Praha. Delta Airlines věnovala 6 letenek. Účast na akci Delta University: 3 prezentace pro prodejce Delta Airlines.

CCRA Power Solutions, Spotlight Czech Republic

- Partnerství s předním americkým konsorciem CCRA

Destination Spotlight v Bohemian National Hall, ve spolupráci s GK New York a Letištěm Václava Havla Praha, 150 cestovních poradců, panelová diskuse o ČR s redaktorkou časopisu AFAR. Celodenní akce věnovaná České republice. Partneři akce: Generální konzulát České republiky v New Yorku, AFAR Magazine.

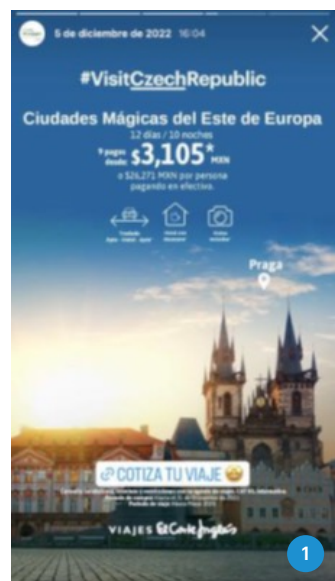
Regionální webináře – vývoj produktů

- 150 účastníků / webinář

Pravidelné webináře zaměřené na představení regionů a českých partnerů: Praha a střední Čechy, Vysočina – hrady a zámky, lázeňský trojúhelník, Moravskoslezský kraj.

- 1 CCRA Power Solutions
- 2 Veletrh IMEX
- 3 4 Regionální webináře
- 5 Delta training





Mexiko a Latinská Amerika

Kampaň s TO El Corte Inglés v Mexiku

- Video na obrazovkách v 85 CK (4 měsíce, každý měsíc zásah 2 340 123 klientů)
- Publikace zájezdu do Česka v digitálním katalogu Veli-konoce 2023 (301 434 impresí) a v katalogu nabídek pro klienty sítě obchodních domů Liverpool (zásah 700 000)
- Leták s nabídkou zájezdů do Česka: 45 000 ks (celkový zásah 2 231 350)
- Inzerce ve formě pozvánky do Česka v Heraldo TV (celkem 9 624 zhlédnutí)
- SM: 6 postů na Facebooku (508 358 impresí), 14 stories na Instagramu (1 204 716 impresí) a 1 video na YouTube (215 zhlédnutí)
- 4× e-mailing na databázi klientů ECI (120 000 kontaktů, míra otevření: 16,6 %, 16,3 %, 13,7 % a 14,8 %); celkem prodáno: 196 zájezdů (326 klientů, 472 přenocování)

Fam trip ETC: Česko–Berlín

Fam trip pro brazilské touroperátory a cestovní kanceláře realizovaný ve spolupráci s European Travel Commission a Visit Berlin. Celkem 10 účastníků navštívilo Prahu s jednodenním výletem do Českých Budějovic, Českého Krumlova a Berlína. V rámci fam tripu se uskutečnil workshop – B2B jednání mezi brazilskými účastníky a 12 českými subjekty (DMC, hotely) – 120 schůzek. Počet prodaných zájezdů/turistů budeme monitorovat především v roce 2024. Realizováno v rámci projektu PROPED.

Veletrh luxusní turistiky ILTM v São Paulu

Veletrh ILTM Latin America v São Paulu zaměřený na segment luxusní turistiky. Jednací místo Česka s agendou B2B schůzek s CK a TO z Brazílie, Mexika, Peru, Chile, Kolumbie a Argentiny.

Celkem se realizovalo 54 B2B schůzek, na kterých byla prezentována nabídka Česka (především Prahy) v segmentu luxusní a zážitkové turistiky. Česko bylo na veletrhu zviditelněno tiskovou konferencí (22 médií) a také ekologickým poznámkovým blokem (s logem na obálce, třemi inzertními stranami uvnitř a uvedením webových stránek na každé straně) pro účastníky veletrhu (celkem vytištěno 1 100 ks). Spoluvystavovatelem byl Eastern Europe Tours.

Meeting Point #DestinoChequia

- Celkový počet uživatelských účtů na sociálních sítích dosažených výběrem influencerů v Latinské Americe: 7 411 693
- Publikovaný obsah (k 30. 9. 2023) – Instagram: 935 příspěvků (19 doporučených postů, 837 stories, 29 reels, 10 postů); TikTok: 18 videí; Facebook: 207 (10 postů, 8 fotogalerií, 20 linků a 169 stories); X: 63 tweetů s 57 fotografiemi
- Audiovizuální materiály dosáhly 4 455 066 zhlédnutí, na různých sociálních sítích bylo sdíleno 138 obrázků a 102 článků či odkazů

Influencer trip pro tvůrce online obsahu ze Španělska a Latinské Ameriky. Celkem se účastnilo 30 tvůrců a novinářů píšících pro online magazíny, z toho 15 z Latinské Ameriky (Mexiko, Kolumbie, Argentina a Brazílie), kteří jsou aktivní především na sociálních sítích Instagram, TikTok, YouTube, Facebook a někteří i na Twitteru (X). V rámci projektu se seznámili s Prahou a rozdělení do tří skupin vycestovali za poznáním a zážitkovými aktivitami do Jihočeského, Karlovarského a Moravskoslezského kraje.



Virtuoso 2023

- E-learning o Česku v rámci vzdělávací akademie Virtuoso po dobu 5 měsíců (listopad 2023 – březen 2024, výsledky v dubnu 2024)
- Dvě virtuální 30minutové prezentace pro cestovní kanceláře (jedna věnována Praze, druhá českým regionům), celkem 386 registrovaných účastníků
- Tři prezenční workshopy (Virtuoso On Tour Brasil – 76 účastníků, Virtuoso On Tour Mexico City – 97 účastníků a Virtuoso Connects Monterrey – 57 účastníků)

Partnerství Česka s Virtuoso, globálním sdružením cestovních kanceláří specializujících se na segment luxusní a zážitkové turistiky v Latinské Americe.

- 1 Kampaň s TO El Corte Inglés
- 2
- 3
- 4 Fam trip ETC: Česko–Berlín
- 5
- 6
- 7 Virtuoso 2023



Trhy s významným potenciálem pro cestovní ruch

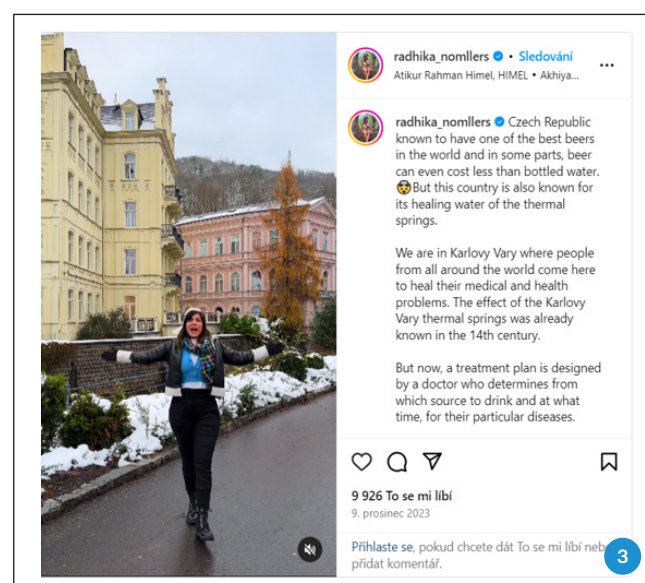
B2B Roadshow – Blízký východ

Ve dnech 30. 10. – 4. 11. 2023 se uskutečnila B2B Roadshow v zemích Blízkého východu, konkrétně v Kataru, Kuvajtu a Spojených arabských emirátech (SAE). Cílem B2B Roadshow bylo prezentovat destinaci Česko a nabídku služeb ze segmentu cestovního ruchu a souvisejících odvětví. Akce reagovala na kontinuálně rostoucí poptávku blízkovýchodních turistů po cestování do Česka a po nabídce turistických atraktivit zejména v segmentech leisure a lázeňství. B2B Roadshow byla koncipována jako platforma pro navazování obchodních partnerství mezi podnikateli z ČR, Kataru, Kuvajtu a SAE v oblasti cestovního ruchu. Akce zahrnovala odborný destinační seminář, výzový seminář, představení plánů ze strany leteckých společností Qatar Airways, Jazeera Airways, Emirates a B2B workshop ve všech třech zemích. B2B Roadshow se účastnilo kromě CzechTourismu 13 subjektů z Česka, z toho 10 lázeňských domů, 2 DMC a 1 region. Počet subjektů ze strany blízkovýchodních destinací – Katar: 53, Kuvajt: 59 a SAE: 52.

Kampaň s El Al Israel

Kampaň uskutečnil CzechTourism ve spolupráci s izraelskou leteckou společností El Al. Na domovské webové stránce El Al (průměrně 3 miliony zobrazení měsíčně) zobrazoval banner propagující Prahu. Banner vedl na landing page, která obsahovala branding, speciální ceny a informace o destinaci.

- Marketingový e-mail se speciální nabídkou a odkazem na stránku o Praze a destinaci Česko byl doručen přibližně 600 tisícům členů Matmid Frequent Flyers a zaregistrovaným uživatelům webových stránek společnosti El Al
- Facebook a Instagram El Al (95 000 followerů): příspěvky na Facebooku a Instagramu s reklamními informacemi o Praze a destinaci Česko. Příspěvek na Facebooku dosáhl 30 tisíc followerů, zapojilo se



865 sledujících; 15 příběhů na Instagramu – každý z nich se zásahem 10 tisíc followerů

- Destinační reklama v časopise El Al Atmosphere ve 3 vydáních

Touchpoint Indie – Adventní influencer trip

- Radhika Sharma – zásah: 365 022, imprese: 545 180
- Preethi Parthasarathy – zásah: 173 026, imprese: 212 227

Se záměrem představit okouzlující vánoční trhy v Česku indické klientele CzechTourism zorganizoval v termínu 4. až 9. 12. fam trip pro 2 prominentní influencerky: Radhiku Sharmu z Dillí a Preethi Parthasarathy z Bombaje. Cílem Adventního fam tripu bylo ukázat skrze influencerky sváteční atmosféru Česka a seznámit indické publikum s půvabem země v zimním období i podmanivými vánočními trhy.

- 1 Kampaň s El Al Israel
- 2 B2B Roadshow – Blízký východ
- 3 Touchpoint Indie – Adventní influencer trip



56

Management cestovního ruchu

- 3K platforma
- Rozvoj kvality služeb
- Czechia Travel Trade Day
- Kategorizace a certifikace destinačních společností
- Udržitelný cestovní ruch

Management cestovního ruchu

3K platforma

Stejně jako pro všechny DMO je 3K platforma zásadní pro správné fungování, komunikaci a koordinaci se všemi stakeholdery.

V roce 2023 pokračoval pravidelný týdenní informační servis pro krajské koordinátory, kterým jsou zasílány nejen novinky z CzT a aktuální nabídky spolupráce, ale mimo jiné také například požadavky na doplnění informací či obsahu. S koordinátory probíhá rovněž osobní jednání při zasedání krajských koordinátorů a CzT, které se koná dvakrát ročně. V návaznosti na podzimní setkání se pak koná setkání se všemi certifikovanými DMO.

Kromě pravidelného písemného informačního servisu, který se v průběhu roku 2023 rozšířil také o profesní asociace, bylo zorganizováno mnoho tematických kulatých stolů či dedikovaných jednání na rozvoj a podporu konkrétních produktů cestovního ruchu, například přístupného cestovního ruchu, venkovské turistiky, vinařské turistiky, udržitelnosti a wellness.

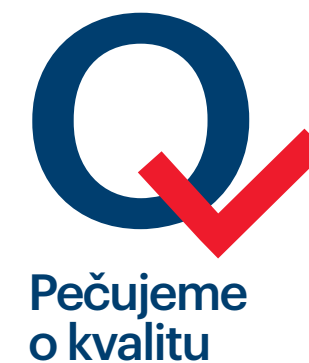
CzT také pravidelně reprezentuje, přednáší a představuje činnost agentury na mnohých konferencích, lokálních fórech cestovního ruchu a mimo jiné se jako stálý host účastní jednání Komise pro cestovní ruch Asociace krajů České republiky.



1 2 Zasedání krajských koordinátorů

Rozvoj kvality služeb

V roce 2023 jsme navázali na pilotní projekt Péče o kvalitu a vysoutěžili dodavatele na zajištění správy Řídicího centra kvality – Českou unií cestovního ruchu. Následně proběhla revize a aktualizace metodiky pro podnikatele, kteří se chtěli do projektu zapojit a podpořit tak zkvalitnění svých služeb. Agentura CzechTourism navázala spolupráci s 9 profesními asociacemi, které již do projektu byly zapojeny, kromě nich se k projektu přidala také Asociace průvodců. Celkem bylo podnikatelům v cestovním ruchu za rok 2023 uděleno přes 130 známek Q za péči o kvalitu.





Czechia Travel Trade Day

Již 6. ročník Czechia Travel Trade Day, nejvýznamnější incomingové akce v cestovním ruchu v Česku, se konal v termínu 24. a 25. dubna 2023 v Brně. Akci pod záštitou ministra pro místní rozvoj Ivana Bartoše uspořádala agentura Czech-Tourism ve spolupráci s Centrálou cestovního ruchu jižní Moravy a Magistrátem města Brna. Akce v Brně se zúčastnilo 74 nákupčích z 23 zemí světa, 100 českých subjektů z řad podnikatelů, regionů a dalších poskytovatelů služeb v cestovním ruchu a dále ředitelé zahraničních zastoupení agentury Czech-Tourism.

Jednalo se o dvoudenní akci plnou intenzivních mezinárodních obchodních jednání v rámci B2B workshopů, kterým předcházely poznávací cesty po celém Jihomoravském kraji (v termínu 21.–23. dubna) pro zahraniční cestovní kanceláře a novináře. Zahraniční hosté tak měli jedinečnou možnost poznat největší

skvosty, gastronomii, vinařskou turistiku a mnoho dalšího z jižní Moravy, aby mohli destinaci efektivně zapojit do své nabídky. Ředitelé zahraničních zastoupení poskytli účastníkům akce konzultace o aktuální situaci v cestovním ruchu v jednotlivých zemích, včetně tipů na obchodní příležitosti, informace o kulturních dimenzích či o tom, jací jsou turisté z jednotlivých částí světa a jaké mají preference.

Hlavním cílem akce Czechia Travel Trade Day je přispívat k rozvoji obchodních aktivit českých podnikatelů, posílit příjezdový cestovní ruch do regionů a podpořit destinační značku Česko na mezinárodních trzích.

Vyjádření k akci od zástupců CzechTourism a Jihomoravského kraje

Na přípravě už 6. ročníku Czechia Travel Trade Day intenzivně spolupracujeme s Centrálou cestovního ruchu – Jižní Morava a městem Brno. Hlavním cílem je zpropagovat bohatou turistickou nabídku Česka v regionech a přispět k rozvoji příjezdového cestovního ruchu.

Jan Herget
bývalý ředitel České centrály cestovního ruchu – CzechTourism

Turisté se do Česka vrací i díky akcím, jako je právě Czechia Travel Trade Day. Proto se každý rok, vždy v jiném regionu, ve spolupráci s kraji, městy a destinačními agenturami snažíme připravit originální program a maximálně podpořit zájem o TTD a Česko. Každý rok se na akci objeví nové trhy, letos se tak nově můžeme těšit na nákupčí z Litvy a Irska.

Veronika Janečková
ředitelka odboru produkt managementu, výzkumu a B2B spolupráce České centrály cestovního ruchu – CzechTourism

Pro účastníky Czechia Travel Trade Day připravujeme program vrcholící pondělním galavečerem. Hosté poznají nejen tradiční turistické cíle v centru města, ale například i nově otevřené a naprosto unikátní vodojemy na Žlutém kopci či Mendelův skleník a samozřejmě i proslulou brněnskou gastroscénu. Na Czechia Travel Trade Day se podílíme organizačně i finančně, tak jako loni na konferenci pro tvůrce digitálního obsahu Traverse 22 nebo o rok dříve na zasedání Asociace francouzských novinářů z oblasti turismu. Věříme, že tyto investice mají vysoký potenciál přilákat do Brna nové turisty, a to díky účasti novinářů a nákupčích z celého světa, kteří Brno dostanou do širšího povědomí.

Markéta Vaňková
primátorka statutárního města Brno

Turisté ze zahraničí i z Česka mají po Praze dlouhodobě nejvíce zájem o Jihomoravský kraj. Máme z toho radost, zájem podporujeme a chceme ho dále rozvíjet.

Jan Grolich
hejtman Jihomoravského kraje



Top fakta z Travel Trade Day 2023

- Klíčová akce agentury CzechTourism s významnou mezinárodní účastí a jedna z největších tuzemských akcí na podporu incomingu.
- Koná se pravidelně od roku 2016 s dvouletou nucenou přestávkou kvůli covidu. V roce 2023 šlo o 6. ročník. V minulosti TTD hostila Olomouc, Plzeň, Liberec, České Budějovice a Karlovy Vary.
- Akce se zúčastnilo 74 nákupčích z 23 zemí světa a 100 českých partnerů. Ve dvou dnech proběhlo 1 800 individuálních B2B jednání mezi zahraničními touroperátory, českými subjekty a zahraničními zastoupeními agentury CzechTourism.
- Tiskové konference se účastnilo 10 zahraničních a 8 tuzemských médií.

- 1
- 2
- 3 Czechia Travel Trade Day
- 4
- 5
- 6 Ukázky medializace Travel Trade Day



Příklady aktivit vznikajících na základě Travel Trade Day

- Německo: TO Frankenlad Travel Group – aktualizace stávajících produktů pro jižní Moravu, např. Krajinný ráj jižní Morava – 5 dní, Dovolená na jižní Moravě či Silvestr a Vánoce v Brně; TO Service Reisen – nový kontrakční partner Hotel International Brno; v přípravě je set nových produktových balíčků; zařazení balíčku Klenot v kopcích: jižní Morava a víno do stálé nabídky
- Itálie: TO Velabus vytvořil itinerář Brno a kouzlo Moravy
- Jižní Korea: TO Hyecho Travel – nový itinerář zahrnující také jižní Moravu; Hana Tour zavedli první mono destination package po Česku
- USA: TO Paths Less Travelled – itinerář 8denní cesty po Česku, z toho 4 dny na Moravě; OK Cycle Tours – 2 tours zahrnující Moravu na rok 2024

BRNO E IL FASCINO DELLA MORAVIA

L'altro volto della Repubblica Ceca

Durata del Tour:
8 giorni • Dettettioe 2
Da: 26/12/2024 Al: 31/12/2024

Quote di Partecipazione:

FASCIA A:	0,00 €
FASCIA B:	0,00 €
FASCIA C:	0,00 €
FASCIA D:	0,00 €
Suppl. Single:	0,00

Tour valido per la promozione "Buona Fedeltà"

Programma

1° Giorno: Italia - Austria
Ritorno dei Signori partecipanti nella località prescelta e partenza in pullman G.T. verso l'Austria. Sosta durante il percorso per il pranzo libero. Sistemazione in hotel nei dintorni di Vienna, cena in hotel o ristorante e pernottamento.

2° Giorno: Valico - Lednice - Brno
Prima colazione in hotel e proseguimento per la Repubblica Ceca. Visita dell'area di Valico e Lednice, conosciuta come il "Giardino d'Europa", oggi Patrimonio UNESCO. Questo straordinario complesso, costruito tra il Settecento e l'Ottocento dal castello moravo-austriaco dei Liechtenstein, rappresenta un vero capolavoro paesaggistico. Visita del castello di Valico, gioiello barocco e cuore pulsante della cittadina. Costruito nel XVII secolo, è la residenza principale della casata dei Liechtenstein. Grazie alle sue sale magnificamente decorate, ai suoi eleganti arredi e alla ricca collezione, il castello rappresenta con la stessa corte imperiale di Vienna per stanzo e bellezza. Pranzo libero e proseguimento per Lednice. Passeggiata nei suoi giardini, anch'essi Patrimonio dell'Umanità UNESCO, ulivati di bellezza con paesaggi pittoreschi e maestose strutture architettoniche, tra cui spiccano l'acquedotto romano e la torre panoramica Minaretto. Al termine della visita trasferimento a Brno. Sistemazione in hotel, cena in hotel o ristorante e pernottamento.

3° Giorno: Brno
Prima colazione in hotel e in mattinata visita guidata di Brno, seconda città della Repubblica Ceca dopo Praga, città incantevole e bazarina con due municipi, una piazza dalla forma triangolare, un drago leggendario e un orologio che batte il tempo ogni ora. Questa moderna metropoli è nota per la forte tradizione industriale, ma vanta una ricca vita culturale ed artistica. Il centro storico, di chiara impronta ottocentesca, con

Day 4: Telč - Vranov nad Dyjí 67 km • 870 m
Do you take sugar in your coffee or tea? If so, you will be happy to visit Telč where the first sugar cube was produced. We wander our way there using quiet roads known to only a few cyclists (and less cars) that takes us through undiscovered highlands and peaceful villages near to the Austrian border. On the border road we can see a well-preserved system of fortifications from the beginning of WW I. These fortifications have never been used, and therefore, are well-preserved for today's tourists. Riding along, the route will pass by the Renaissance castle of Písecká and medieval castle of Písecký. Before we reach our destination, we will take a detour to the scenic Vranov water dam to reward ourselves with amazing views of Blouk castle. Should you wish, please enjoy the views from one of the biggest castle ruins in Moravia – Conibitz. The final destination of today's stage is the town of Vranov nad Dyjí, nestled on the edge of the Písecký National Park. Easy option: You can take a morning train transfer to Slavonice to take just along the Austrian border.

Day 5: Vranov nad Dyjí - Znojmo 46 km (shortest 38 km) • 875 m
This day explores Písecký National Park, enchanting everyone with its untouched beauty. From the ruins of Nový Hrádek, as well as from the viewpoint over the majestic medieval castle of Hradčovice, we will be able to see where the Dyje River finds its way through the countryside creating unforgettable meanders. A memorial of the Iron Curtain, located in Cílov, is a quiet reminder of former, relatively recent, times. While descending to the Dyje River through Štěpán vineyard, why not pause for a glass of white wine? This place was marked as one of the 10 best vineyards in the world! Our next stop will be the town of Slatky, where we will have the possibility to visit a uniquely preserved Cold War fortification, a curiously painted wine cave, cozy wine cellar streets, and an educational path leading through vineyards of old wine varieties. We will conclude the day in the last town of the Moravian Premyšlůvský Dynasty – in the town of Znojmo.

Day 6: Znojmo - Mikulov (Lednice)/Valtice cultural landscape 38 km (shortest) • 188 km • 295 m
In the morning we will leave the town along the river and then continue through fields and vineyards to the Austrian border. The border line will then take us next with a stop in the town of Jaroslavice and to Renaissance chateau. Crossing the border into Austria, we'll visit the picturesque wine growing area of Gaisberg. From here we follow a nice new bike trail meandering through the peaceful countryside to Mikulov. This hidden gem will capture your attention with its Baroque Castle and wine museum, an historic synagogue and a local curiosity – a gigantic wine can big enough for a chamber orchestra. TIP: Culture and wine lovers can take a morning train transfer to Blatná and spend whole day biking in unique Lednice – Valtice UNESCO area!

OK Cycle & Adventure Tours Inc. • 666 Kilwood Ave. • Suite B102 • Ottawa, Ontario Canada K1Z 5A9
www.okcyclingtours.com Toll Free 1-888-621-6818 Local 613-702-9350

Discover The Czech Republic

Suburban Matějovka

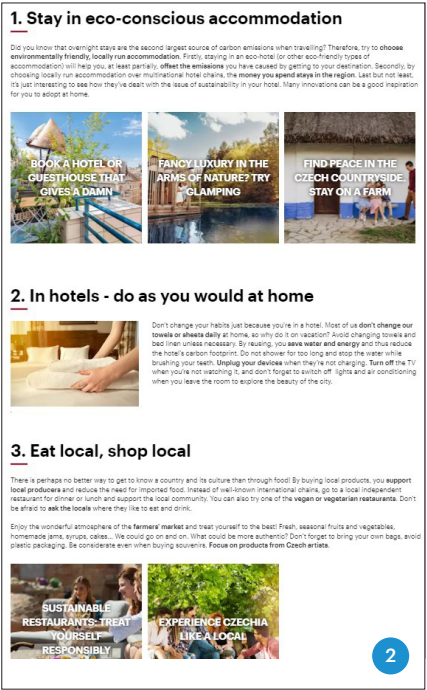
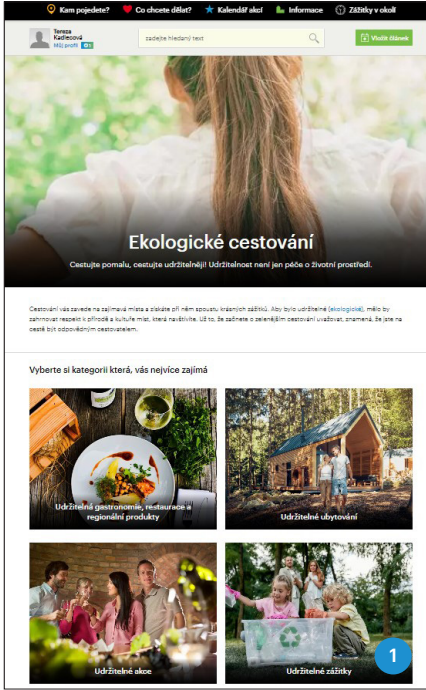


Kategorizace a certifikace DMO

Počet certifikovaných DMO v roce 2023 meziročně mírně poklesl: ze 74 certifikovaných společností v roce 2022 na 72 certifikovaných v roce 2023 (z toho 11 krajských, 54 oblastních a 7 lokálních – pokles o 2 lokální a 1 oblastní DMO, nárůst o 1 krajské DMO). Stoupl počet získaných certifikací na 3 roky (zavedení v roce 2022). Na konci roku již bylo evidováno 39 úspěšných žadatelů s tříletou platností certifikátu (oproti 30 žadatelům v roce 2022).

Agentura CzechTourism provedla v roce 2023 hodnocení fungování systému Kategorizace a certifikace DMO a návazně i činnosti DMO v několika aspektech. Kromě činnosti DMO byla hodnocena i efektivita koordinace marketingu a spokojenost partnerů a stakeholderů s činností DMO. Hodnoceny byly DMO všech úrovní, od krajských až po lokální. Výsledky byly prezentovány na jednání Certifikační komise, zasedání krajských koordinátorů a na jednání Komise Rady Asociace krajů ČR. Z provedeného hodnocení vyplynulo, že zavedený systém vede ke zkvalitňování činnosti DMO.

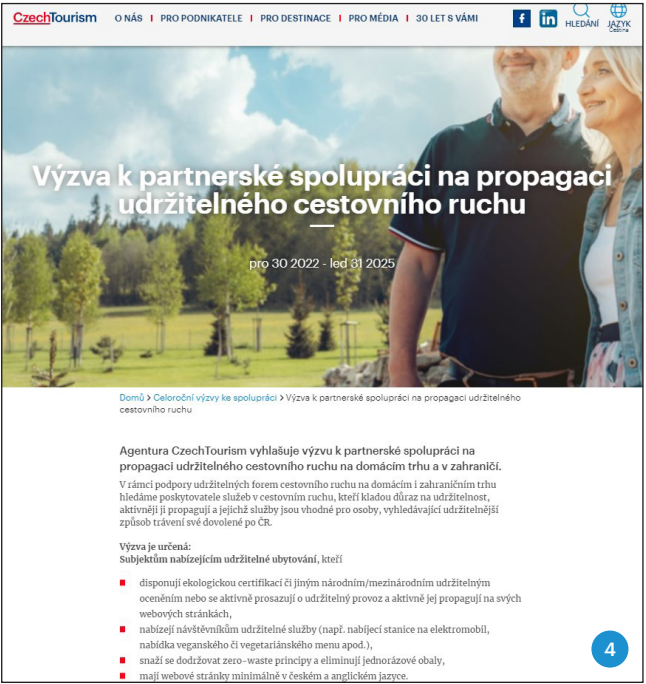
Výsledky provedeného hodnocení napomohou agentuře CzechTourism ve spolupráci s MMR ČR, členy Certifikační komise a dalšími partnery k dalšímu zkvalitňování systému Kategorizace a certifikace DMO. Díky Kategorizaci organizací destinačního managementu mají certifikované subjekty možnost podílet se na aktivitách agentury CzechTourism (včetně marketingu zahraničních zastoupení) a dosáhnout tak zviditelnění destinace na evropských i vzdálených trzích.



Udržitelný cestovní ruch

V roce 2023 byly činnosti v oblasti udržitelného cestovního ruchu zaměřeny na rozsáhlou rešerši stávající metodiky, strategií (národních i mezinárodních), stávající nabídky a infrastruktury v regionech a postojů zainteresovaných subjektů k dané problematice. Díky výsledkům dotazníkových šetření byl zajištěn základní a aktuální obraz o stavu udržitelného turismu v Česku. Tato sada dotazníků zahrnovala rezidenty, organizace DM i podnikatelský sektor. V rámci podpory subjektů podnikajících v turismu, které zařazují prvky udržitelnosti do svého provozu, vyslala agentura veřejnou výzvu ke spolupráci a propagaci (zviditelnění nabídky). Tyto subjekty byly zařazeny na novou landing page podporující odpovědné cestování a udržitelné zážitky po Česku. Tato landing page na incomingovém webu visitczechia.com, obsahující tipy pro odpovědné cestovatele, byla spuštěna v březnu 2023. Pro podporu domácího turismu byla na portálu Kudy z nudy spuštěna obdoba v podobě microsite, která je zaměřena na ekologické cestování. V rámci této microsite vznikla nová kategorie „ekologicky šetrná akce/služba“.

V rámci agendy udržitelného rozvoje turismu v destinacích se začala intenzivně řešit také otázka přetížených přírodních lokalit a nedostatečné infrastruktury. Vznikla mj. pracovní skupina s řadou odborníků na problematiku udržitelného turismu z různých oborů. Dále se v roce 2023 zintenzivnila spolupráce s řadou partnerů, např. s agenturou CENIA (nyní MŽP) na podporu ekologického značení EU Ecobele ubytovatelů. Ke konci roku se začaly chystat podklady k metodickým činnostem na podporu šíření povědomí o udržitelných principech (příprava e-learningu, metodik, B2B sekce na webu Czechtourism.cz).



- 1 Ekologické cestování na portálu Kudy z nudy
- 2 3 Odpovědné cestování na portálu Visit Czechia
- 4 Výzva k partnerské spolupráci



63

Produkty cestovního ruchu

- Lázeňství
- Aktivní turismus
- Kulturní turismus
- Přístupný cestovní ruch
- Kongresový a incentivní turismus (MICE)

Produkty cestovního ruchu

Lázeňství

I v roce 2023 probíhala ze strany CzT kontinuální práce na systémové podpoře a rozvoji produktu lázeňství, které kromě probíhající války na Ukrajině začalo v průběhu roku čelit dalšímu problému v podobě válečného konfliktu v Izraeli. Využívali jsme kompletní portfolio nástrojů (workshopy, press a fam tripy, účasti na veletrzích). Nezapomínali jsme ani na českého návštěvníka lázní a společně s ČT vznikl pořad „Naše lázně“, který bude odvysílán v průběhu roku 2024.

CzT se soustředil na stabilní propagaci produktu tradičního českého lázeňství na trzích CIS, které jsou alternativou za klienty z Ruské federace, především v Ázerbájdžánu a Uzbekistánu. Veletrh AITF v Baku, který se konal v dubnu 2023 a jehož se zúčastnilo celkem 6 zástupců lázeňských subjektů, byl velmi úspěšný nejen z pohledu CzT, ale také z pohledu lázeňských subjektů, které se na trh chtějí soustředit i do budoucna. V návaznosti na tento veletrh se zorganizoval fam trip pro ázerbájdžánské cestovní kanceláře, které během veletrhu projevíly zájem o produkt českého lázeňství.

Na podzim roku 2023 (5. až 6. 10. 2023) proběhla v Karlových Varech prestižní mezinárodní konference ESPA věnovaná lázeňství a balneologii. V návaznosti na toto skutečně jedinečné setkání proběhl také B2B workshop SPA-CE, na jehož organizaci se CzT aktivně podílel a zajistil akvizici nákupčích z Litvy (6 pax), Izraele (6 pax), Blízkého východu (4 pax), Ázerbájdžánu (5 pax), Ukrajiny (1 pax) a Německa (5 pax). Kromě zástupců cestovních kanceláří se akce účastnili také zástupci médií z Ázerbájdžánu a Německa.

Další z významných akcí byla účast na mezinárodním veletrhu TITF v Taškentu. Uzbecký trh má z pohledu českých lázní velký potenciál. Federace odborových svazů Uzbekistánu projevila velký zájem o spolupráci s českými lázněmi, v květnu 2023 uspořádala v Karlových Varech konferenci na téma léčebné turistiky (potenciál až 10 tis. klientů ročně) a iniciovala spuštění charterové



letecké linky Taškent–Praha v období jaro–podzim 2023. V roce 2024 bude operovat pravidelná linka.

Kromě trhů, které mohou alternovat výpadek ruských turistů, samozřejmě probíhaly aktivity také na tradičních trzích, jako je Německo (B2B workshop, fam trip), Polsko a Slovensko (press a fam trip)..



Aktivní turismus

V roce 2023 se podařilo podpořit několik zajímavých projektů, zajistit marketingovou podporu strategickým partnerům a asociacím i uskutečnit aktivity pro zahraniční novináře a touroperátory. Aktivní turismus se zároveň zaměřil více na potenciál českých hor a příhraničních regionů, které nabízí velké množství aktivních zážitků, tudíž potenciál, jak tyto regiony oživit. Rok 2023 byl odstartován DCR kampaní „Březnové hory“, která byla zaměřená na podporu prodloužení zimní turistické sezóny na horách v Česku. Ve spolupráci s ČT, KČT a krajskými centrály cestovního ruchu vznikly dva zajímavé pořady, které poběží v roce 2024 na obrazovkách ČT. Prvním je desetidílný cyklus „Stezka Českem“, který divákům představí podobu dálkové pěší turistiky a příběhy, které vznikají při přechodu naší země, i krásy českého příhraničí. Druhým pořadem je osmidílný cyklus „Cyklodálky“, který si dává za úkol divákům přiblížit atmosféru dálkových a tematických cyklotras (Stezka železné opony, říční cyklostezky, vinařské cyklostezky atd.).

Podpora regionů a místních podnikatelů, spolupráce se strategickými partnery a rozvoj produktů aktivního a udržitelného turismu se promítnul i do marketingových aktivit určených pro incoming. Od jara do podzimu pro-



- 1 Cyklistický press trip L'Etape Czech Republic by Tour de France
- 2 Golfový press trip za účasti Kláry Spilkové
- 3 Cyklus Stezka Českem

běhlo několik zajímavých press tripů. Prvním z nich byla akce ve spolupráci s projektem L'Etape Czech Republic by Tour de France, při níž měli zahraniční novináři za účasti cyklistické legendy Zdeňka Štybara možnost projet trať závodu a zároveň si užít atraktivit a gastro zážitků středních Čech. Úspěšný byl také press trip, který spojil cyklo produkt Labská stezka s vinařskou scénou Porta Bohemica a Mělnicka. Článek belgického novináře byl dokonce nominován na cenu „Best Culinary Cultural blog in Belgium“. Podzim roku 2023 se nesl ve znamení golfového turismu. Nejdříve proběhl za účasti Kláry Spilkové hromadný press trip na golfových hřištích v Severní Moravě a na Ostravsku. Následně se CzechTourism s B2B partnery zúčastnil největšího mezinárodního golfového veletrhu IGTM v Lisabonu.





Kulturní turismus

Agenda kulturního turismu byla v roce 2023 zaměřena především na propagaci vinařské turistiky a gastroturistiky. Obě témata představují aktuálně silný světový trend, který má navíc potenciál přitáhnout bonitní klientelu do různých regionů Česka. Dle řady mezinárodních studií jsou obě témata pro turisty obrovské lákadlo a mohou mít značný ekonomický přínos. Povědomí o kvalitách české kuchyně a českých vín i atraktivitách vinařských oblastí je však ve světě stále mizivé, což se právě CzechTourism ve spolupráci s partnery, jako je Národní vinařské centrum, snaží změnit svými aktivitami.

Jednou z hlavních akcí na toto téma byla účast a prezentace na oblíbeném National Geographic Food Traveller Festival v Londýně, na kterém se destinace představovaly prostřednictvím svých kulinařských tradic a produktů širokému publiku gastrocestovatelů. V rámci veletrhu pro veřejnost bylo také na „wine stage“ představeno české víno a vinařské regiony a stezky.

Druhou velkou akcí, na které byla česká kuchyně prezentovaná v moderním hávu a jako skvěle se snoubící s českými víny, byla B2B akce pro skandinávské tour-



operátory v Kodani za přítomnosti českých byznys partnerů. Na touroperátory v oblasti vinařské turistiky byla cílená rozsáhlá prezentace českého vína a navazující Masterclass na International Wine Tourism Conference ve španělské Tarragoně, jejíž pořadatelství v roce 2025 jsme ke konci roku získali. Kromě uvedených aktivit v zahraničí byly také realizovány dva press tripy pro



zahraniční novináře zaměřené na víno v kombinaci s českým kulturním dědictvím a aktivní dovolenou, konkrétně cyklistikou, na jižní a východní Moravě a dále v Ústeckém a Středočeském kraji.

Kromě výše uvedených témat pokračoval také produkt rozvoje venkovské turistiky a agroturistiky Prázdniny na venkově ve spolupráci se Svazem venkovské turistiky a agroturistiky, který se snaží českým návštěvníkům představit český venkov jako atraktivní místo pro dovolenou a kvalitní a autentické zážitky. Cílem projektu bylo kromě podpory venkovských zařízení také zvýšení atraktivity regionálních potravin a české regionální kuchyně, zachování tradic a podpora udržitelných forem cestovního ruchu. Vzhledem k nedostatku finančních prostředků musel být projekt ke konci roku 2023 ukončen.



Czech Specials

(společný projekt CzechTourism a Asociace kuchařů a cukrářů ČR)

Pro propagaci projektu Czech Specials a podporu českých restaurací byly využívány všechny hlavní marketingové nástroje: tištěné a online články promující české restaurace, kavárny, cukrárny, českou regionální kuchyni, šéfkuchaře českých restaurací, sezónní a tematické nabídky českých jídel a další gastrotémata. Projekt byl prezentován na Prima Fresh Festivalu v pěti festivalových městech (Plzeň, Olomouc, Brno, Pardubice a Liberec), na Festivalu minipivovarů na Pražském hradě a Symposiu Culinary Prague. Prezentace projektu se realizovala také v rámci nejprestižnější kuchařské soutěže Světové asociace kuchařů a cukrářů (WACS) Global Chefs Challenge 2023 v Rimini, kde byl Czech Specials partnerem Národního týmu kuchařů a cukrářů AKC ČR, který odprezentoval Česko nejenom na této soutěži, ale i na jednom z nejlepších kulinařských světových festivalů eat!berlin, kde se prezentoval 4chodovým menu reprezentujícím kulinařské dědictví České republiky a značku Czech Specials. Na zahraniční turisty byla cílena krátká videa o vaření, která seznamují s postupy přípravy tradičních českých jídel. Pro zahraniční novináře byly připraveny kulinařské kurzy se specialitami české kuchyně, ze kterých vznikly zajímavé reportáže. Certifikováno či recertifikováno bylo v roce 2023 celkem 103 restaurací a kaváren/cukráren.

- 1 2 3 National Geographic Traveller Food Festival
- 4 International Wine Tourism Conference
- 5 B2B workshop v Kodani



Přístupný cestovní ruch

V roce 2023 byl přístupný (bezbariérový) cestovní ruch zaměřen na vzdělávání odborníků v cestovním ruchu. Hlavním cílem bylo rozšířit povědomí o přístupnosti a pomoci nalézt cestu k vytvoření lepších podmínek pro cestování osob s postižením. Na podporu vzdělávání proběhly interaktivní kurzy, zajišťované organizací Pestrá, a začaly se připravovat podklady pro tvorbu e-learningu k přístupnému cestovnímu ruchu pro odborníky. Veškeré aktivity byly projednávány s odborníky na zdravotní postižení a přístupnost. V lednu 2023 proběhlo setkání s odborníky v rámci pracovní skupiny, která vznikla v roce 2022. Mimo to se také uskutečnila jednání s organizacemi k propojení sil k možné spolupráci a sjednocení aktivit v tomto odvětví. Na podzim se uskutečnil press trip pro německou influencerku na vozíku – Kim Lumelius, která v rámci své cesty navštívila Plzeňský a Jihočeský kraj.

Tschechien barrierefrei erleben

19. November 2023 · von Kim Lumelius · Schreibe einen Kommentar



*Werbung – Diese Reise ist in Kooperation mit CzechTourism – der Tschechischen Zentrale für Tourismus – entstanden. In diesem Beitrag findet ihr davon unabhängig, wie immer, meine freie Meinung.

Inhalte [Verbergen]

- 1 Pilsen – Tschechien barrierefrei
 - 1.1 Plzeňka Restaurant
 - 1.2 Techmania Science Center
 - 1.3 Pilsner Urquell Brauerei Tour
 - 1.4 DEPO 2015
 - 1.5 Puppen Museum
 - 1.6 Republika24 Restaurant
- 2 Südböhmen – Tschechien barrierefrei
 - 2.1 Nationalpark Šumava
 - 2.2 Lipno nad Vltavou
 - 2.3 Baumwipelpfad Lipno
 - 2.4 České Budějovice
 - 2.5 Restaurant Masné krámy
 - 2.6 Hloubětín
 - 2.7 Vrbenské rybníky
 - 2.8 Schloss Hluboká nad Vltavou
 - 2.9 Erb Restaurant
 - 2.10 ZOO Hluboká nad Vltavou
- 3 Barrierefreiheit
- 4 Unterkünfte – Tschechien barrierefrei

Den goldenen Oktober haben wir für unsere Reise nach Tschechien als Reisezeitraum ausgewählt. Gemeinsam mit **CzechTourism** haben wir ein Programm zusammengestellt, in dem es sich vor allen Dingen um **Barrierefreiheit** dreht und welche Aktivitäten man mit Rollstuhl in Tschechien

1 Setkání pracovní skupiny k přístupnému cestovnímu ruchu

2 Press trip pro německou influencerku

3 MICE workshop Velká Británie

4 Events Club Forum Praha



Kongresový a incentivní turismus (MICE)

V roce 2023 byly činnosti v oblasti kongresového a incentivního cestovního ruchu zaměřeny na tři hlavní pilíře – 1) propagaci Česka jako unikátní MICE destinace na domácím i zahraničním trhu, 2) rozvoj produktu v regionech a leadership a 3) mezinárodní spolupráci.

V první oblasti byla realizována účast Česka na čtyřech nejvýznamnějších oborových veletrzích – **IMEX Frankfurt, IBTM World, IMEX America a IBTM Mexiko**. Dále proběhla ve zcela novém formátu dvou-denní networkingová akce pro české partnery s britskými MICE nákupčími a Česko bylo prezentováno na několika významných zahraničních MICE kontrakčních a prezentačních akcích – MCE Association Forum, Meet the Bidder Poland, Meet Berlin, MICE & More Event Milano. Pro zahraniční nákupčí byly realizovány tripy zaměřené na hlavní zdrojové trhy v oblasti MICE: Velká Británie, Skandinávie, Francie, USA, Latinská Amerika a Spojené arabské emiráty.

V červnu 2023 proběhl druhý ročník akce **Events Club Forum Praha** – mezinárodního kontrakčního MICE fóra s bonitními mezinárodními nákupčími doplněného odborným konferenčním programem a řadou networkingových akcí. Akce se konala za účasti více než 250 partnerů a navázaly na ní fam tripy do 4 regionů.

V oblasti rozvoje produktu na domácím trhu pokračovaly nad rámec pravidelných zasedání Czech Convention Bureau odborné konzultace s regionálními convention bureaux i inspirativní měsíční online setkání. Zahájena byla série edukačních MICE workshopů v jednotlivých regionech – v roce 2023 se podařilo zrealizovat workshopy pro Liberecký kraj, Karlovarský kraj, Ústecký kraj, Vysočinu a Jihočeský kraj. Dvě odborná školení byla připravena rovněž pro zástupce regionálních convention bureaux. Proškoleny byly celkem 240 účastníků.



V únoru proběhl druhý ročník **Regionálního workshopu Czech Convention Bureau**, během kterého měli zástupci všech regionů možnost představit aktuální nabídku zástupcům z řad cestovních agentur, DMCs, PCOs, korporací i mezinárodních asociací.

V roce 2023 byla rovněž zahájena publikace inspirativního měsíčníku Czech Convention Bureau určeného pro domácí i zahraniční nákupčí, který přehledně prezentuje tematickou MICE nabídku v jednotlivých regionech.

Pro zástupce českých agentur a korporací byly připraveny fam tripy do Libereckého, Ústeckého, Karlovarského a Olomouckého kraje a satební fam trip na Vysočinu. Dvě networkingové akce proběhly v Praze a byly zaměřeny na představení nabídky Prahy a Ostravy.

V oblasti mezinárodní spolupráce se činnost Czech Convention Bureau zaměřuje na aktivity v rámci členství ve **Strategické Alianci Evropských Národních Convention Bureaus**, jejímž je Česko zakládajícím členem. V roce 2023 proběhlo zasedání historicky poprvé v Praze a v návaznosti na něj byla publikována studie zaměřená na společný postup evropských convention bureaux v oblasti udržitelnosti a byly zahájeny dílčí kroky pro jeho naplňování – příprava evropského hubu zaměřeného na udržitelnost v oblasti MICE i prvního ročníku konference věnované tomuto tématu. V květnu 2023 proběhl rovněž **první ročník Globálního fóra národních convention bureaux**.

V oblasti edukace proběhl první ročník akce **Czech Convention Bureau Inspirational Afternoon**, jehož se zúčastnilo více než 170 partnerů z odborné veřejnosti. Na akci vystoupilo 5 mezinárodních řečníků a představilo aktuální trendy v oblasti kongresové turistiky.

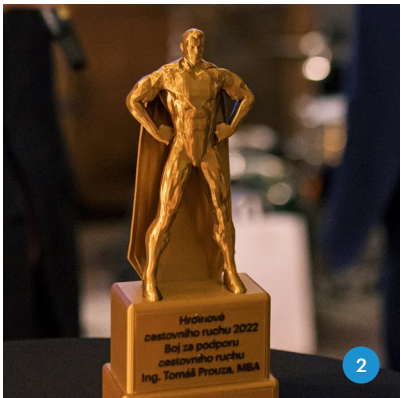
V roce 2023 byla ve spolupráci s Institutem turismu zrealizovaná studie zaměřená na očekávání korporátních nákupčích na německém trhu a ověření bariér pro organizaci akcí v ČR. Rovněž byl zahájen sběr MICE dat ve spolupráci s regionálními convention bureaux.



71

Ukázky speciálních projektů

- Hrdinové cestovního ruchu
- Neobjevené skvosty



Hrdinové cestovního ruchu

V roce 2023 byly již podruhé vyhlášeny výsledky ankety Hrdinové cestovního ruchu. Tentokrát se ocenění vztahovalo k 30letému výročí vzniku České republiky a agentury CzechTourism. Hrdinové cestovního ruchu jsou oceněním, které vyhláší CzechTourism na základě nominací od profesních organizací z oblasti turismu. Agentura tak chce upozornit na výjimečné osobnosti, projekty a produkty, které podle odborné i laické veřejnosti nejvíc pomohly turismu.

Kategorie pro rok 2023:

Osobnost cestovního ruchu

Oceněný: Bohumil Starý in memoriam

Osobnost, která zásadním způsobem ovlivnila cestovní ruch za posledních 30 let.

Digitalizace v cestovním ruchu

Oceněný: Worldee – aplikace pro autentické cestování

Projekt digitalizace za posledních 30 let, který nejvíce ovlivnil odvětví cestovního ruchu v ČR.

Výjimečný počín v cestovním ruchu

Oceněný: Moravské vinařské stezky

Jednorázový výjimečný počín v cestovním ruchu, inovativní projekt/produkt cestovního ruchu, lze zařadit i start-upy.

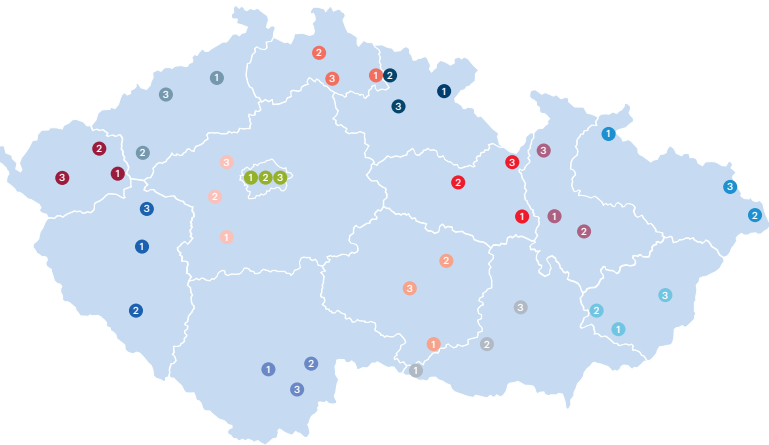
Speciální cenu ředitele agentury CzechTourism – **Hrdinky cestovního ruchu za posledních 30 let** si převzalo 13 žen, které zásadním způsobem přispěly k rozvoji cestovního ruchu v posledních 30 letech. Oceněny byly: Markéta Bláhová, Helena Fléglová, Eva Frindtová, Martina Grůzová, Vladana Horáková, Šárka Litvinová, Kristína Nemčková, Kateřina Pavlíková, Kateřina Šrámková, Lenka Víková, Zuzana Vojtová, Amara Zemplerova a Lenka Žlebková.



- 1 Hrdinky cestovního ruchu za posledních 30 let, speciální cena
- 2 Detail sošky pro vítěze v jednotlivých kategoriích
- 3 Ocenění hrdinové cestovního ruchu

Neobjevené skvosty

Málo známá turistická místa, jež zatím zůstávají skrytými poklady – výběr těch nejzajímavějších připravil Institut turismu ve spolupráci s kraji a regiony již poněkolkáté. Mezi kritéria pro nominace neobjevených skvostů roku 2023 patřila návštěvnost. Počet návštěvníků se pohyboval od necelých 2 tisíc do 110 tisíc za rok. Regiony tento rok nominují celkem 42 neobjevených skvostů, přičemž každý kraj přispěl třemi tipy.



Praha

název cíle	návštěvnost v tis.*
1 Klementinum – Astronomická věž, Nové Město	110,3
2 Clam-Gallasův palác, Staré Město	3,6
3 Hvězdárna Ďáblice, Ďáblice	7,9

Středočeský kraj

název cíle	návštěvnost v tis.*
1 Památník Karla Čapka, Stará Huť	9,0
2 Sklárna Růckl, Nížbor	10,3
3 Hornický skanzen Mayrau, Vinařice	9,7

Jihočeský kraj

název cíle	návštěvnost v tis.*
1 Vodárenská věž České Budějovice, České Budějovice	3,5
2 Vodárenská věž a galerie buddhistického umění, Třeboň	2,0
3 Tvrz Žumberk, Trhové Sviny	10,5

Plzeňský kraj

název cíle	návštěvnost v tis.*
1 Semlerova rezidence, Plzeň	3,4
2 Pavilon skla Pask, Klatovy	6,5
3 Centrum stavitelského dědictví Národního technického muzea, Plasy	23,8

Karlovarský kraj

název cíle	návštěvnost v tis.*
1 Zámek a zámecký pivovar Chýše, Chýše	4,7
2 Muzeum Mattoni, Kyselka	4,4
3 Důl Jeroným, Rohná	4,5

Ústecký kraj

název cíle	návštěvnost v tis.*
1 Státní zámek Velké Březno, Velké Březno	6,9
2 Státní zámek Krásný Dvůr, Krásný Dvůr	11,2
3 Podkušňohorské technické muzeum, Litvínov	7,1

Liberecký kraj

název cíle	návštěvnost v tis.*
1 Krkonošské muzeum Jilemnice, Jilemnice	15,7
2 Rodný dům Fernanda Porsche, Vratislavice nad Nisou	5,4
3 Muzeum Českého ráje, Turnov	47,8

Královéhradecký kraj

název cíle	návštěvnost v tis.*
1 Zřícenina hradu Vízmburk, Havlovice	odhad 2
2 Muzeum lyžování, Dolní Branná	1,8
3 Galerie minerálů, Dvůr Králové nad Labem	14,2

Pardubický kraj

název cíle	návštěvnost v tis.*
1 Zámek Moravská Třebová, Moravská Třebová	8,5
2 Muzeum českého karosářství, Vysoké Mýto	7,1
3 Rozhledna Suchý vrch, Orlíčky	7,5

Kraj Vysočina

název cíle	návštěvnost v tis.*
1 Muzeum Moravské Budějovice, Moravské Budějovice	5,7
2 Chrám Nanebevzetí Panny Marie, Žďár nad Sázavou	4,6
3 Rodný dům Josefa Hoffmanna, Brtnice	4,0

Jihomoravský kraj

název cíle	návštěvnost v tis.*
1 Státní zámek Uherčice, Uherčice	9,3
2 Zámek Moravský Krumlov, Moravský Krumlov	67,1
3 Sklep pod Novou radnicí, Brno	nově otevřeno

Olomoucký kraj

název cíle	návštěvnost v tis.*
1 Arboretum Bílá Lhota, Bílá Lhota	11,8
2 Hanácké muzeum v přírodě, Příkazy	5,3
3 Pivovarské muzeum Hanušovice, Hanušovice	8,0

Zlínský kraj

název cíle	návštěvnost v tis.*
1 Galerie Joži Uprky, Uherské Hradiště	2,8
2 Barokní hřbitov, Střílky	2,7
3 Tjiwara: Muzeum mizející africké kultury, Vizovice	3,8

Moravskoslezský kraj

název cíle	návštěvnost v tis.*
1 Zámek Linhartovy, Albrechtice	3,0
2 Světové muzeum a Knihovna Bible, Jablunkov	3,8
3 Archeopark Chotěbuz, Chotěbuz	21,3

* registrovaný počet platících a neplatících návštěvníků za rok 2022
Vypracoval: Institut turismu, CzechTourism, 2023.



75

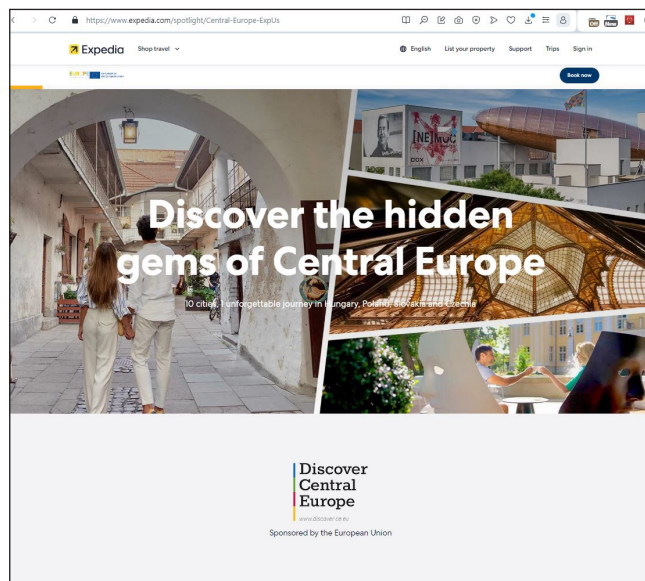
Meziresortní a mezinárodní projekty a spolupráce

- ETC, V4, přeshraniční spolupráce
- Projekty ekonomické diplomacie
- Komise pro jednotnou prezentaci ČR / Národní marketingový tým

European Travel Commission (ETC)

Česká republika je členem ETC od roku 1995, teprve v posledních letech se však stala členem aktivním, zapojeným do většiny projektů, které tato organizace nabízí. V roce 2023 jsme se jakožto členové výzkumné pracovní skupiny Market Intelligence Group podíleli na průběžné práci na výzkumné strategii ETC. Také jsme se stali členy nově se ustavující skupiny Chapter Earth, která se zabývá tématem klimatické změny. Ještě aktivnější jsme pak byli na poli marketingu v rámci tzv. Marketing Group, a především v jejích nově vytvořených orgánech – Marketing Committee a Marketing Expert Groups. Ve všech těchto malých týmech, jejichž primárním účelem je přinášet všem členům ETC vysoce specializovanou expertízu na poli nej-různějších témat spojených s destinačním marketingem, jsme měli své zástupce, vybrané napříč organizační strukturou agentury CzechTourism.

Podíleli jsme se také na kampaních, do nichž ETC nabízí svým členům zapojení. Nejdůležitější z nich byla kampaň „Creative Cities of Central Europe“, se kterou jsme se společně se zeměmi V4 úspěšně ucházeli o kofinancování ze strany ETC ve výši 160 tisíc EUR. Tato kampaň na americkém trhu probíhala na portálu Expedia a byla zaměřena na šíření obrazu střední Evropy jakožto destinace pro kreativní nadšence hledající autentické zážitky v moderně orientovaných městech. Cílem kampaně bylo prodat americkým turistům co nejvíce cest do tohoto regionu. Česku se při investici cca 1,3 milionu Kč podařilo získat 9,5 tisíce pokojonocí, což znamená 18násobnou návratnost vynaložených prostředků. Kromě této kampaně jsme se prostřednictvím našeho zahraničního zastoupení v Pekingu podíleli také na online kampani v Číně. V rámci panevropské online kampaně natáčela čínská influencerka ve vybraných krajích ČR své zážitky. Video měla propagovat široké spektrum nabídky aktivit a zaměřit zájem potenciálních návštěvníků mimo hlavní turistické cíle. Výsledkem bylo 10 krátkých videí, která měla více než 11,5 milionu zhlédnutí a přes 130 tisíc interakcí. Celkové náklady na kampaň a její zajištění: 351 000 Kč.



Ukázky z kampaně Creative Cities of Central Europe



V4 spolupráce

I v roce 2023 pokračovalo aktivní zapojení agentury CzechTourism do spolupráce zemí Visegrádské čtyřky, jejíž cílem je podpora příjezdového cestovního ruchu do regionu střední Evropy pod společnou značkou Discover Central Europe.

Z důvodu přetrvávajícího rusko-ukrajinského konfliktu je i nadále přerušena veškerá působnost na ruském trhu. Prioritou tak zůstalo posílení pozic v USA a Kanadě, a to prostřednictvím výukového programu s názvem Destination Specialist Program, který je určený pro americké a kanadské cestovní kanceláře a agentury, a také prostřednictvím OTA kampaně kofinancované ETC (viz výše) i fam tripu pro americké cestovní kanceláře směřujícího do všech čtyř zemí.

Posilování konkurenční výhody propagací na vzdálených trzích zůstalo důležitou oblastí spolupráce. Ta v roce 2023 zahrnovala kampaň na sociálních sítích v Izraeli, B2B workshopy v Tel Avivu, Dubaji a Praze i B2B roadshow v Asii (Jižní Korea a Japonsko).

Česko v červenci 2023 převzalo od Slovenska předsednictví V4. Prioritami v oblasti cestovního ruchu byly práce na společném marketingovém plánu V4 pro nadcházející období, spolupráce v rámci Evropské komise pro cestovní ruch a v dalších celoevropských platformách, spolupráce mezi národními orgány cestovního ruchu, vyhodnocení nejdůležitějších zdrojových trhů a vypracování střednědobé strategie. Za tímto účelem Česko zorganizovalo dvě jednání: první CEOs and Marketing Directors Meeting proběhl počátkem října v Praze a byly na něm dohodnuty cílové trhy a společné marketingové aktivity na rok 2024. Během druhého jednání Working Group Meeting, které se konalo online na konci listopadu, byly představeny a vyhodnoceny aktivity v roce 2023 a byl finalizován společný marketingový plán na rok 2024. V březnu 2024 se v Praze v rámci českého předsednictví v uskupení V4 uskutečnil High-Level Tourism Meeting, jehož výsledkem bylo podepsání Protokolu o spolupráci zemí v oblasti cestovního ruchu.



Přeshraniční spolupráce

V rámci přeshraniční spolupráce se konala např. akce organizovaná zahraničním zastoupením v Beneluxu a pod záštitou Českého centra v Bruselu. Za účelem představení české kultury, designu a cestovního ruchu byl v atraktivní a rušné lokalitě v centru Bruselu otevřen kreativní prostor Café Hoffmann. V rámci této meziresortní spolupráce měla veřejnost možnost zúčastnit se workshopů českých umělců, zhlédnout panelovou výstavu a najít zde informace o Česku jako ideální turistické destinaci. Akce probíhala v termínu září–říjen 2023 a zúčastnilo se jí 870 návštěvníků.

Zahraniční zastoupení v Rakousku v rámci přeshraniční spolupráce uspořádalo sérii aktivit, během kterých se představily příhraniční regiony. Např. B2B workshop v březnu 2023 pro zástupce CK v budově velvyslanectví ve spolupráci s jihomoravským regionem a cca. dvaceti subjekty z jižní Moravy, z nichž většina byla z příhraničního regionu Znojemska.

Zahraniční zastoupení Německo ve spolupráci s Německou turistickou centrálou v ČR připravilo kampaň Ahoj Nachbarn! – Hallo souse!., promující příhraniční regiony a společné česko-německé fenomény. Díky na míru vytvořenému obsahu se v rámci různých sociálních médií podařilo oslovit více než 300 tisíc lidí. V červnu 2023 proběhla společná prezentace CzechTourism a Ústeckého kraje v rámci Sommerfest Thüringen (spolková země Durynsko) v Berlíně.

1 V4 B2B workshop

2 Ukázka přeshraniční spolupráce Café Hoffmann, Brusel



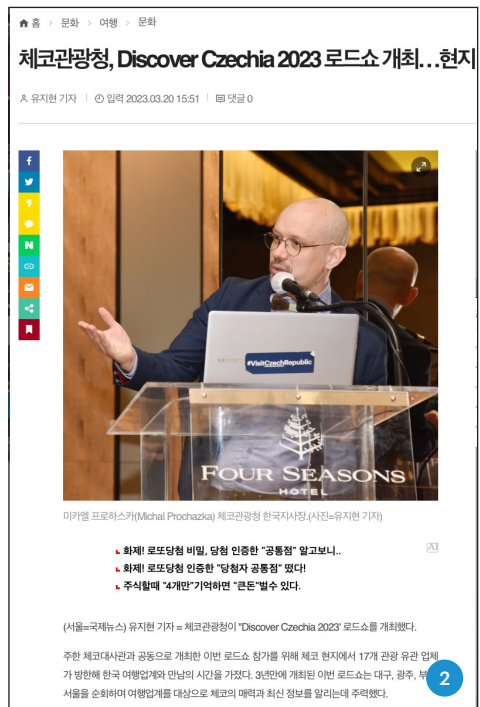
Projekty ekonomické diplomacie

Zapojení Ministerstva pro místní rozvoj do projektů ekonomické diplomacie (PROPED) umožňuje agentuře CzechTourism každoročně realizovat projekty zaměřené na rozvoj obchodních příležitostí a destinační marketing. V roce 2023 CzechTourism spolupracoval na realizaci více než 40 projektů v souhrnné výši 13 650 000 CZK. Tyto projekty využívaly široké spektrum nástrojů pro propagaci Česka v zahraničí, a to od workshopů a roadshow, přes incomingové mise a veletrhy až po marketingové kampaně.

Například ve spolupráci se **ZÚ GK Hongkong** agentura CzechTourism realizovala Roadshow Discover Czechia 2023 v termínu 11. až 17. 3. 2023. Proběhly čtyři workshopy a dva matchmakingové semináře v Koreji (Tegu, Kwangdžu, Busan, Soul), cílicí na B2B partnery, tour operátory a cestovní kanceláře, pro nastartování postpandemického trhu a podporu incomingového turismu z Jižní Koreje do Prahy a ČR. (Prezentace pro 200 korejských agentů, navázání postcovidového networkingu pro 17 českých firem v Koreji, prezentace českých produktů – české speciality, sklo, kosmetika, tradice, hotely, infrastruktura, zázemí).

Ve spolupráci se **ZÚ Abú Dhabí** agentura CzechTourism po třech letech zprostředkovala účast osmi českých partnerů na na veletrhu Arabian Travel Market (ATM) Dubaj, největším B2B a B2C veletrhu na Blízkém východě, který se konal od 1. do 4. 5. 2023. Navázali jsme tak na aktivity ZZ 2 bez zahraničního zastoupení na Blízkém východě s cílem představit pestrou nabídku českých poskytovatelů služeb CR. Výsledky: Účast 8 partnerů z ČR, návštěvnost eventu: cca 30 000 osob.

- 1 PROPED ZÚ Abú Dhabí veletrh ATM Dubaj
- 2 Roadshow Discover Czechia 2023



Komise pro jednotnou prezentaci ČR v zahraničí / Národní marketingový tým

CzechTourism byl aktivní také v meziresortních jednáních, která se týkají šíření dobrého jména Česka nejen v zahraničí. V rámci práce Komise pro jednotnou prezentaci ČR, již svolává ministerstvo zahraničních věcí, a jí podřízeného Národního marketingového týmu ČR jsme spolupracovali na projektech, které se týkají jednak zavádění používání zkráceného názvu země (Česko/Czechia) a jednak vládního materiálu schváleného 20. prosince 2023, na základě kterého má být i za účasti Ministerstva pro místní rozvoj, potažmo CzechTourismu vytvořen jednotný vizuální styl státní správy.



80

Finance

- Komentář k výsledku hospodaření
- Výkaz zisku a ztráty
- Rozvaha

Finance

Komentář k hospodářskému výsledku

Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism je státní příspěvkovou organizací zřízenou Ministerstvem pro místní rozvoj, z jehož rozpočtu je také převážně financována. Ostatní prostředky získává z jiných rozpočtových kapitol.

Výnosy v roce 2023

Celkové výnosy byly ve výši 343 919 837 Kč z hlavní činnosti a 47 000 Kč z hospodářské činnosti. Největší část výnosů byla tvořena příspěvkem zřizovatele na provoz ve výši 326 448 949 Kč. Druhý největší podíl na výnosech měly výnosy z prodeje služeb ve výši 11 167 770 Kč fakturovaných spolupracujícím subjektům. Jednalo se zejména o poplatky za účasti na roadshow, workshopech nebo veletrzích.

Náklady v roce 2023

Celkové náklady byly ve výši 342 518 295 Kč z hlavní činnosti a 42 906 Kč z hospodářské činnosti.

Největší podíl tvořily marketingové náklady, a to zejména náklady na marketingové propagace, prezentace a kampaně ve výši 102 965 204 Kč, náklady na veletrhy ve výši 29 621 697 Kč a náklady na monitoringy či analýzy ve výši 11 215 692 Kč.

Mzdové náklady byly ve výši 43 012 207 Kč a náklady z titulu sociálního pojištění a veřejného zdravotního pojištění zaměstnanců měly výši 14 296 350 Kč. Osobní náklady na zahraničních zastoupeních zahrnuté v ostatních službách činily 25 228 976 Kč. Dalšími významnými položkami v nákladech byly mj. výplaty zvýšených životních náhrad v souvislosti s vysláním zaměstnanců do zahraničí ve výši 12 632 904 Kč, náklady na reprezentaci ve výši 5 425 224 Kč, náklady na propagační tiskoviny a předměty ve výši 1 687 656 Kč a odpisy dlouhodobého majetku ve výši 2 729 833 Kč.

Výsledkem hospodaření za rok 2023 byl celkový zisk ve výši 1 405 636 Kč, z toho 1 401 542 Kč z hlavní činnosti a 4 094 Kč z hospodářské činnosti. Největší vliv na výsledek hospodaření měly úroky z nesprávně stanovené daně ve výši 4 247 856 Kč a zúčtování do nákladů položek, hrazených v minulých letech, které nebyly v minulých letech proúčtovány ve výnosech příštích období.

Výkaz zisku a ztráty

Kalendářní den: 31. 12. 2023

Položka výkazu		Syntetický účet	Hl. činn. – běž. období v Kč	Hosp. činn. – běž. období v Kč	Hl. činnost – min. období v Kč	Hosp. činn. – min. období v Kč
A.	NÁKLADY CELKEM	–	342 518 295	42 906	339 995 220	
A.I.	Náklady z činnosti	–	341 028 409	42 906	338 521 385	
A.I.1.	Spotřeba materiálu	501	3 335 804		5 084 826	
A.I.2.	Spotřeba energie	502	987 146		809 113	
A.I.3.	Spotřeba jiných neskladovatelných dodávek	503				
A.I.4.	Prodané zboží	504				
A.I.5.	Aktivace dlouhodobého majetku	506				
A.I.6.	Aktivace oběžného majetku	507				
A.I.7.	Změna stavu zásob vlastní výroby	508				
A.I.8.	Opravy a udržování	511	155 395		562 216	
A.I.9.	Cestovné	512	4 390 558		3 002 911	
A.I.10.	Náklady na reprezentaci	513	5 425 224		5 273 292	
A.I.11.	Aktivace vnitroorganizačních služeb	516				
A.I.12.	Ostatní služby	518	249 895 127	38 170	248 185 566	
A.I.13.	Mzdové náklady	521	43 008 664	3 543	40 098 462	
A.I.14.	Zákonné sociální pojištění	524	14 295 157	1 193	13 390 472	
A.I.15.	Jiné sociální pojištění	525	176 629		162 727	
A.I.16.	Zákonné sociální náklady	527	1 099 433		1 031 353	
A.I.17.	Jiné sociální náklady	528	782 280		696 240	
A.I.18.	Daň silniční	531				
A.I.19.	Daň z nemovitostí	532	31 712		31 712	
A.I.20.	Jiné daně a poplatky	538	200 862		184 077	
A.I.22.	Smluvní pokuty a úroky z prodlení	541	100			
A.I.23.	Jiné pokuty a penále	542	1 342 679		269	
A.I.24.	Dary a jiná bezúplatná předání	543				
A.I.25.	Prodaný materiál	544				
A.I.26.	Manka a škody	547	63 692			
A.I.27.	Tvorba fondů	548	22 314		2 000	
A.I.28.	Odpisy dlouhodobého majetku	551	2 729 833		3 619 960	
A.I.29.	Prodaný dlouhodobý nehmotný majetek	552				
A.I.30.	Prodaný dlouhodobý hmotný majetek	553	238 000		477 000	
A.I.31.	Prodané pozemky	554				
A.I.32.	Tvorba a zúčtování rezerv	555				
A.I.33.	Tvorba a zúčtování opravných položek	556	29 684		–171 662	
A.I.34.	Náklady z vyřazených pohledávek	557			195 351	
A.I.35.	Náklady z drobného dlouhodobého majetku	558	1 105 765		1 423 942	
A.I.36.	Ostatní náklady z činnosti	549	11 712 350		14 461 557	
A.II.	Finanční náklady	–	1 489 887		1 473 835	
A.II.1.	Prodané cenné papíry a podíly	561				
A.II.2.	Úroky	562	106 681			
A.II.3.	Kurzové ztráty	563	1 383 206		1 473 835	
A.II.4.	Náklady z přecenění reálnou hodnotou	564				
A.II.5.	Ostatní finanční náklady	569				
A.III.	Náklady na transfery	–				
A.III.1.	Náklady vybraných ústředních vládních institucí na transfery	571				
A.III.2.	Náklady vybraných místních vládních institucí na transfery	572				
A.V.	Daň z příjmů	–				
A.V.1.	Daň z příjmů	591				
A.V.2.	Dodatečné odvody daně z příjmů	595				

Položka výkazu		Syntetický účet	Hl. činn. – běž. období v Kč	Hosp. činn. – běž. období v Kč	Hl. činnost – min. období v Kč	Hosp. činn. – min. období v Kč
B.	VÝNOSY CELKEM	–	343 919 837	47 000	318 501 772	
B.I.	Výnosy z činnosti	–	12 844 035	47 000	8 593 419	
B.I.1.	Výnosy z prodeje vlastních výrobků	601				
B.I.2.	Výnosy z prodeje služeb	602	11 120 770	47 000	7 425 509	
B.I.3.	Výnosy z pronájmu	603				
B.I.4.	Výnosy z prodaného zboží	604				
B.I.8.	Jiné výnosy z vlastních výkonů	609				
B.I.9.	Smluvní pokuty a úroky z prodlení	641	6 000			
B.I.10.	Jiné pokuty a penále	642				
B.I.11.	Výnosy z vyřazených pohledávek	643				
B.I.12.	Výnosy z prodeje materiálu	644				
B.I.13.	Výnosy z prodeje dlouhodobého nehmotného majetku	645				
B.I.14.	Výnosy z prodeje dlouhodobého hmotného majetku kromě pozemků	646	219 008		395 868	
B.I.15.	Výnosy z prodeje pozemků	647				
B.I.16.	Čerpání fondů	648	1 439 480		469 762	
B.I.17.	Ostatní výnosy z činnosti	649	58 777		302 281	
B.II.	Finanční výnosy	–	4 626 853		388 037	
B.II.1.	Výnosy z prodeje cenných papírů a podílů	661				
B.II.2.	Úroky	662	4 247 856		967	
B.II.3.	Kurzové zisky	663	140 997		161 848	
B.II.4.	Výnosy z přecenění reálnou hodnotou	664	238 000		225 222	
B.II.6.	Ostatní finanční výnosy	669				
B.IV.	Výnosy z transferů	–	326 448 949		309 520 316	
B.IV.1.	Výnosy vybraných ústředních vládních institucí z transferů	671	326 448 949		309 520 316	
B.IV.2.	Výnosy vybraných místních vládních institucí z transferů	672				
C.	VÝSLEDEK HOSPODAŘENÍ	–				
C.1.	Výsledek hospodaření před zdaněním	–	1 401 542	4 094	–21 493 449	
C.2.	Výsledek hospodaření běžného účetního období	–	1 401 542	4 094	–21 493 449	

Položka výkazu		Syntetický účet	Brutto – běžné období v Kč	Korekce – běžné období v Kč	Netto – běžné období v Kč	Netto – minulé období v Kč
AKTIVA						
Aktiva celkem		–	168 109 783	48 285 591	119 824 192	174 591 940
A.	Stálá aktiva	–	70 369 609	48 239 665	22 129 944	53 884 540
A.I.	Dlouhodobý nehmotný majetek	–	42 563 339	22 648 467	19 914 872	10 082 634
A.I.1.	Nehmotné výsledky výzkumu a vývoje	012				
A.I.2.	Software	013	3 131 439	1 468 942	1 662 496	1 920 128
A.I.3.	Ocenitelná práva	014	27 031 440	13 829 853	13 201 587	7 794 969
A.I.4.	Povolenky na emise a preferenční limity	015				
A.I.5.	Drobný dlouhodobý nehmotný majetek	018	7 483 928	7 349 672	134 256	134 256
A.I.6.	Ostatní dlouhodobý nehmotný majetek	019	2 788 505		2 788 505	
A.I.7.	Nedokončený dlouhodobý nehmotný majetek	041	1 678 512		1 678 512	233 280
A.I.8.	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý nehmotný majetek	051	449 515		449 515	
A.I.9.	Dlouhodobý nehmotný majetek určený k prodeji	035				
A.II.	Dlouhodobý hmotný majetek	–	27 806 270	25 591 198	2 215 072	43 801 906
A.II.1.	Pozemky	031				173 250
A.II.2.	Kulturní předměty	032				
A.II.3.	Stavby	021				42 710 230
A.II.4.	Samostatné hmotné movité věci a soubory hmotných movitých věcí	022	11 824 928	9 609 856	2 215 072	691 656
A.II.5.	Pěstitelské celky trvalých porostů	025				
A.II.6.	Drobný dlouhodobý hmotný majetek	028	15 981 342	15 981 342		
A.II.7.	Ostatní dlouhodobý hmotný majetek	029				
A.II.8.	Nedokončený dlouhodobý hmotný majetek	042				226 770
A.II.9.	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý hmotný majetek	052				
A.II.10.	Dlouhodobý hmotný majetek určený k prodeji	036				
A.III.	Dlouhodobý finanční majetek	–				
A.III.1.	Majetkové účasti v osobách s rozhodujícím vlivem	061				
A.III.2.	Majetkové účasti v osobách s podstatným vlivem	062				
A.III.3.	Dluhové cenné papíry držené do splatnosti	063				
A.III.5.	Termínované vklady dlouhodobé	068				
A.III.6.	Ostatní dlouhodobý finanční majetek	069				
A.IV.	Dlouhodobé pohledávky	–				
A.IV.1.	Poskytnuté návratné finanční výpomoci dlouhodobé	462				
A.IV.2.	Dlouhodobé pohledávky z postoupených úvěrů	464				
A.IV.3.	Dlouhodobé poskytnuté zálohy	465				
A.IV.5.	Ostatní dlouhodobé pohledávky	469				
A.IV.6.	Dlouhodobé poskytnuté zálohy na transfery	471				
B.	Oběžná aktiva	–	97 740 174	45 926	97 694 248	120 707 400
B.I.	Zásoby	–	2 076 594		2 076 594	2 352 228
B.I.1.	Pořízení materiálu	111				
B.I.2.	Materiál na skladě	112	2 076 594		2 076 594	2 352 228
B.I.3.	Materiál na cestě	119				
B.I.4.	Nedokončená výroba	121				
B.I.5.	Polotovary vlastní výroby	122				
B.I.6.	Výrobky	123				
B.I.7.	Pořízení zboží	131				
B.I.8.	Zboží na skladě	132				
B.I.9.	Zboží na cestě	138				
B.I.10.	Ostatní zásoby	139				
B.II.	Krátkodobé pohledávky	–	23 622 187	45 926	23 576 260	37 268 027
B.II.1.	Odběratelé	311	1 015 752	45 926	969 826	997 231
B.II.4.	Krátkodobé poskytnuté zálohy	314	5 863 788		5 863 788	2 756 728
B.II.5.	Jiné pohledávky z hlavní činnosti	315				

Položka výkazu		Syntetický účet	Brutto – běžné období v Kč	Korekce – běžné období v Kč	Netto – běžné období v Kč	Netto – minulé období v Kč
B.II.6.	Poskytnuté návratné finanční výpomoci krátkodobé	316				
B.II.9.	Pohledávky za zaměstnanci	335	2 359 401		2 359 401	3 632 779
B.II.10.	Sociální zabezpečení	336				
B.II.11.	Zdravotní pojištění	337				
B.II.12.	Důchodové spoření	338				
B.II.13.	Daň z příjmů	341				
B.II.14.	Ostatní daně, poplatky a jiná obdobná peněžitá plnění	342				
B.II.15.	Daň z přidané hodnoty	343				
B.II.16.	Pohledávky za osobami mimo vybrané vládní instituce	344				
B.II.17.	Pohledávky za vybranými ústředními vládními institucemi	346				
B.II.18.	Pohledávky za vybranými místními vládními institucemi	348				
B.II.28.	Krátkodobé poskytnuté zálohy na transfery	373				
B.II.30.	Náklady příštích období	381	13 254 844		13 254 844	29 864 744
B.II.31.	Příjmy příštích období	385				16 544
B.II.32.	Dohadné účty aktivní	388	1 128 401		1 128 401	
B.II.33.	Ostatní krátkodobé pohledávky	377				
B.III.	Krátkodobý finanční majetek	–	72 041 394		72 041 394	81 087 145
B.III.1.	Majetkové cenné papíry k obchodování	251				
B.III.2.	Dluhové cenné papíry k obchodování	253				
B.III.3.	Jiné cenné papíry	256				
B.III.4.	Termínované vklady krátkodobé	244				
B.III.5.	Jiné běžné účty	245				
B.III.9.	Běžný účet	241	70 230 482		70 230 482	79 192 456
B.III.10.	Běžný účet FKSP	243	1 466 855		1 466 855	1 510 559
B.III.15.	Ceniny	263	27 219		27 219	78 351
B.III.16.	Peníze na cestě	262				
B.III.17.	Pokladna	261	316 837		316 837	305 780

Položka výkazu		Syntetický účet	Běžné období v Kč	Minulé období v Kč
PASIVA	Pasiva celkem	–	119 824 192	174 591 940
C.	Vlastní kapitál	–	86 787 181	129 559 487
C.I.	Jmění účetní jednotky a upravující položky	–	24 342 939	56 181 117
C.I.1.	Jmění účetní jednotky	401	24 125 880	55 964 058
C.I.3.	Transfery na pořízení dlouhodobého majetku	403	190 680	190 680
C.I.4.	Kurzové rozdíly	405		
C.I.5.	Oceňovací rozdíly při prvotním použití metody	406	–341 306	–341 306
C.I.6.	Jiné oceňovací rozdíly	407	–1	
C.I.7.	Opravy předcházejících účetních období	408	367 685	367 685
C.II.	Fondy účetní jednotky	–	61 038 606	94 871 818
C.II.1.	Fond odměn	411	1 808 355	1 808 355
C.II.2.	Fond kulturních a sociálních potřeb	412	1 438 519	1 353 314
C.II.3.	Rezervní fond tvořený ze zlepšeného výsledku hospodaření	413	33 731 607	56 664 535
C.II.4.	Rezervní fond z ostatních titulů	414	1 157 562	1 157 562
C.II.5.	Fond reprodukce majetku, fond investic	416	22 902 563	33 888 052
C.III.	Výsledek hospodaření	–	1 405 636	–21 493 449
C.III.1.	Výsledek hospodaření běžného účetního období	–	1 405 463	–21 493 449
C.III.2.	Výsledek hospodaření ve schvalovacím řízení	431		
C.III.3.	Výsledek hospodaření předcházejících účetních období	432		
D.	Cizí zdroje	–	33 037 012	45 032 454
D.I.	Rezervy	–		
D.I.1.	Rezervy	441		
D.II.	Dlouhodobé závazky	–		
D.II.1.	Dlouhodobé úvěry	451		
D.II.2.	Přijaté návratné finanční výpomoci dlouhodobé	452		
D.II.4.	Dlouhodobé přijaté zálohy	455		
D.II.7.	Ostatní dlouhodobé závazky	459		
D.II.8.	Dlouhodobé přijaté zálohy na transfery	472		
D.III.	Krátkodobé závazky	–	33 037 012	45 032 454
D.III.1.	Krátkodobé úvěry	281		
D.III.4.	Jiné krátkodobé půjčky	289		
D.III.5.	Dodavatelé	321	609 123	207 584
D.III.7.	Krátkodobé přijaté zálohy	324		
D.III.9.	Přijaté návratné finanční výpomoci krátkodobé	326		
D.III.10.	Zaměstnanci	331		900
D.III.11.	Jiné závazky vůči zaměstnancům	333	2 361 228	2 201 721
D.III.12.	Sociální zabezpečení	336	908 834	856 156
D.III.13.	Zdravotní pojištění	337	393 765	369 291
D.III.14.	Důchodové spoření	338		
D.III.15.	Daň z příjmů	341		
D.III.16.	Ostatní daně, poplatky a jiná obdobná peněžitá plnění	342	257 923	232 704
D.III.17.	Daň z přidané hodnoty	343	1 471 623	2 516 184
D.III.18.	Závazky k osobám mimo vybrané vládní instituce	345	9 450	15 988 039
D.III.19.	Závazky k vybraným ústředním vládním institucím	347	3 195 718	
D.III.20.	Závazky k vybraným místním vládním institucím	349		
D.III.32.	Krátkodobé přijaté zálohy na transfery	374	3 222 887	3 053 694
D.III.35.	Výdaje příštích období	383	3 435 597	3 673 983
D.III.36.	Výnosy příštích období	384	16 042 178	14 697 659
D.III.37.	Dohadné účty pasivní	389	1 128 401	1 234 254
D.III.38.	Ostatní krátkodobé závazky	378	285	285

Výroční zpráva 2023

Vydala Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism
Štěpánská 567/15, 120 00 Praha 2
czechtourism.cz

Fotografie: fotobanka CzechTourism, Karel Horáček, Ondřej Košík, David Marvan, Pavel Ouředník, Ladislav Renner, Libor Sváček /
Vydavatelství MCU, Michal Vitásek, Vydavatelství MCU

ISBN: 978-80-7513-249-9

