

CS 61

2001



Česká
centrála
cestovního
ruchu

Czech
Tourist
Authority

Výroční
zpráva
2001

Annual
Report
2001



Česká
centrála
cestovního
ruchu

Czech
Tourist
Authority

Výroční
zpráva
2001

Annual
Report
2001

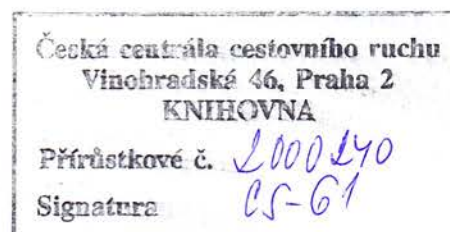


Obsah

Úvodní slovo ředitele	4
Malé ohlédnutí	6
Struktura ČCCR	7
Marketing	10
Podpora turismu v regionech	14
Festivaly	16
Proč k nám jezdí?	18
Hospodaření	21
Závěr Dozorčí rady ČCCR	22

Contents

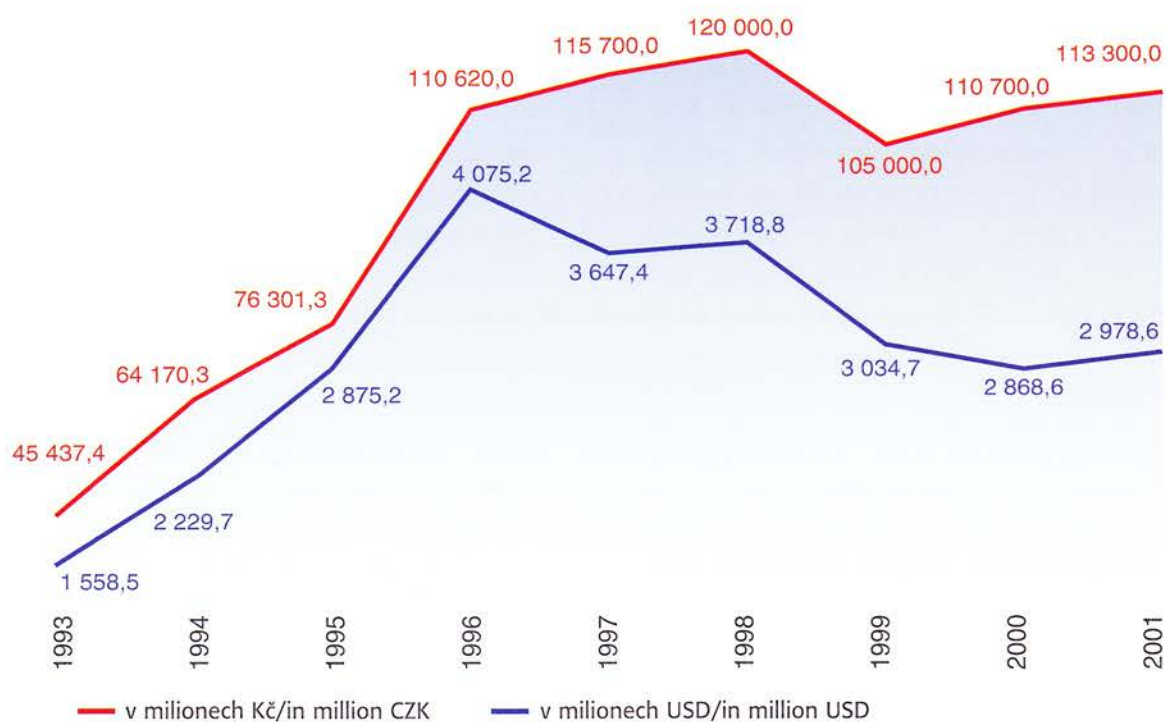
The Director's message	4
A Glance back	6
Structure of CTA	7
Marketing	10
Support of tourism in the regions	14
Festivals	16
Reasons for coming here	18
Economic results	21
Report of the CTA's Supervisory Board	22





Příjmy ČR ze zahraničního cestovního ruchu v letech 1993–2001

CR tourist receipts in 1993–2001



Pramen: Česká národní banka
Resource: The Czech National Bank

Úvodní slovo ředitele

Podle předběžných údajů Českého statistického úřadu vzrostl v lednu až listopadu 2001 počet zahraničních hostů v hromadných ubytovacích zařízeních oproti stejnému období roku 2000 o 9,7 %. V důsledku tragických událostí v USA a na Blízkém východě sice ubylo lukrativních Američanů (o 5,3 %) a Izraelců (o 3,1 %), ale tuto ztrátu svým počtem bohatě nahradili naši sousedé (německých turistů přijelo více o 5,3 %, polských o 26,4 %, rakouských o 16,4 % a slovenských dokonce o 55,0 %) a též Italové (o 26,8 %), Francouzi (o 17,6 %), Španělé (o 15,7 %), Švýcaři (o 13,4 %) a Rusové (o 8,7 %). Proto jsou i celoroční výsledky příjezdového cestovního ruchu pro Česko pozitivní.

Další události minulého roku, týkající se již pouze cestovního ruchu v Česku, byly rovněž příznivé. Počátkem roku se ujaly své funkce nově zvolené krajské samosprávy, předurčené stát se významným stimulem rozvoje cestovního ruchu v oblastním měřítku, podobně jako v turisticky vyspělých státech. Jednak jako přirozený koordinátor úsilí měst a obcí o místní rozvoj cestovního ruchu a jeho propagaci, ale též možností investic z vlastního rozpočtu např. do oblastní dopravy, značení turistických cílů a informačního servisu pro cestovní ruch vůbec. Jejich úloha decentralizovaného usměrňování a podpory turismu, na které neměly okresní úřady ani kompetence ani prostředky, poroste ovšem úměrně tomu, jak se budou podílet s centrem na výnosu daní. Jejich působení v oblasti cestovního ruchu již nyní Česká centrála cestovního ruchu všestranně napomáhá.

V minulém roce bylo také poprvé za existence České republiky vyslyšeno dlouhodobé volání podnikatelů v cestovním ruchu, že tento novodobý průmysl, přinášející do naší platební bilance každoročně miliardy v devizách, bude přinášet ještě víc, bude-li část z jeho výnosů do něj reinvestována. Turismu u nás sice již prospívají investice centra do dálniční sítě a železničních koridorů, a od dubna



1993, kdy byla ustavena ČCCR, financuje stát též zvyšující se měrou propagaci Česka jako cílové země zahraniční turistiky. Ale loni přispěla současná vláda prostřednictvím nového Státního programu podpory cestovního ruchu přímo obcím a podnikatelům na rozvoj infrastruktury, dokonce v dobře prosperující oblasti cestovního ruchu – v lázeňství. Nejedná se zatím o horentní částky, ale ledy byly prolomeny a Ministerstvo pro místní rozvoj, správce příslušné rozpočtové kapitoly, připravilo na letošní rok ještě širší záběr programu.

Bezespornou významnou událostí pro náš příjezdový cestovní ruch bylo též otevření pobočky ČCCR v již dvanáctém státě – Španělsku – v červenci minulého roku (Madrid). Počet španělských turistů u nás utěšeně roste; v období leden – září 2001 již postoupili v tabulce zahraničních hostů na desáté místo. Naproti tomu bylo z ekonomických důvodů uzavřeno druhé zastoupení ČCCR v Itálii – v Římě. Jeho agendu převzala pobočka v Miláně.

Ing. Karel Nejd, CSc.
ředitel ČCCR

The Director's message

According to the preliminary of the Czech Statistical Office the number of foreign tourists in accommodation facilities increased between January and November 2001 by 9.7%, in comparison with the same period of 2000. Due to the tragic events in the USA and Near East the number of lucrative Americans decreased by 5.3% and Israeli by 3.1%. This loss was fully compensated by our neighbors (German tourists came +5.3%, Polish +26.4%, Austrian +16.4%, Slovak even +55.0%). The same situation was with Italians (26.8%), French (17.6%), Spanish (15.7%), Swiss (13.4%) and Russians (8.7%). Therefore the year-round results of the incoming tourism are favourable for Czechia, too.

There are other positive last year's events concerning the Czech travel industry. At the beginning of the year, elected regional representatives took up offices. They are to become substantial stimulators of development within the travel industry on a regional basis, as well as in other developed countries. They are in a way natural coordinators in the development of towns and boroughs, they can advertise and invest from local budgets i.e. into transportation, tourist signs and information services for tourist industry. Their guiding decentralized role will grow according to tax revenues shared with the Head Office. The former district authorities had limited power and no finances. The Czech Center of Tourist Movement supports their activities broadly.

Last year, for the first time in the Czech Republic, sustain call of entrepreneurs in the travel industry was heard. This modern industry, bringing billions of hard currency into our budget, might bring more if a part of it was reinvested. Currently investments from the center into the highway network and railway corridors are prospering. Since April 1993, when the CTA was established, the state has also been financially supporting the promotion of the Czech Republic as a country of destination for foreign tourism. Last year, the government made

a financial contribution through the new State Program to Tourist Industry directly to municipalities and entrepreneurs to develop infrastructure even within the prosperous branch of tourist industry – health resorts. These are not exorbitant sums of money, but the ice was broken and the Ministry for Regional Development prepared for this year even a wider coverage of the program.

No doubt, an important event for our tourist industry was the opening of a new CTA office in the twelfth country – Spain – Madrid last July. The number of Spanish tourists is steadily rising; from January to September 2001 they ascended in the chart of foreign visitors up to the tenth position.

On the other hand, due to economic reasons, the second CTA office in Rome was closed. The office in Milan took over.

Ing. Karel Nejdle, CSc.
CTA Director

Malé ohlédnutí

Již v první polovině devadesátých let bylo zřejmé, že v silící soutěži nabídky mezinárodního turismu ve střední Evropě se Česká republika neobejde bez odborné marketingové organizace, propagující turistické přednosti našeho státu a pomáhající utvářet domácí nabídku. K 1. dubnu 1993 byla ustavena ČCCR jako příspěvková organizace tehdejšího Ministerstva hospodářství. (Po reorganizaci ústřední státní správy v roce 1996 přešla do působnosti Ministerstva pro místní rozvoj.) Svou činnost zahájila skromně se šesti pracovníky, s dvěma zahraničními zastoupeními v Berlíně a ve Vídni a s příspěvkem 24,9 milionu korun ze státního rozpočtu.

Významným předělem v postupném růstu centrály a rozsahu jejího působení bylo splynutí s druhou příspěvkovou organizací Ministerstva pro místní rozvoj – Orbisem – od roku 1998. Tato fúze pomohla posílit její personál řadou kvalifikovaných pracovníků a získat sídlo odpovídající jejímu poslání. Koncem roku 2001 již měla ČCCR 51 zaměstnanců, 12 zahraničních zastoupení a hospodařila se státním příspěvkem 140 milionů korun.

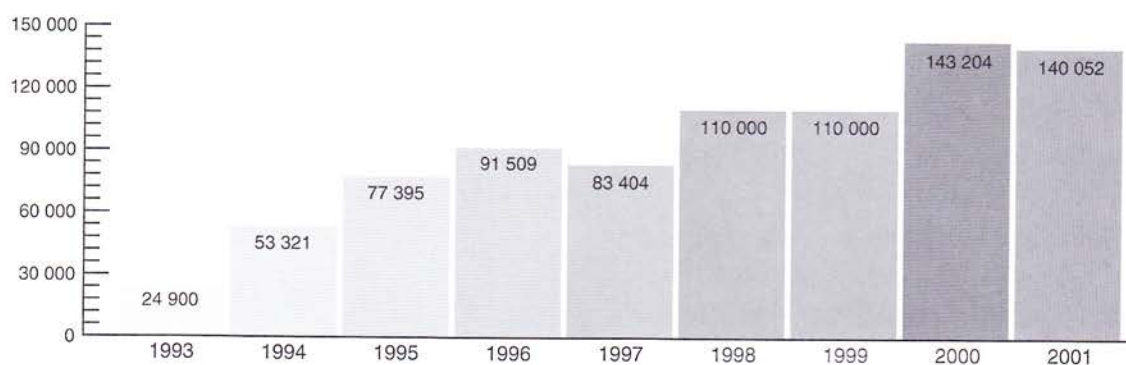
A glance back

In the early 90's, within the framework of a growing competitive offer of the international tourism in Central Europe the Czech Republic could not handle the situation without a professional marketing organization giving publicity to the tourist features of our country and helping to establish the domestic offer. On 1st April 1993, CTA was established as an organization supported by the government under the authority of the former National Economic Development Office. (After the state administration restructuring in 1996 it was under authority of the Ministry for Regional Development.) The beginning was quite modest with 6 workers and 2 foreign offices in Berlin and Vienna. The subsidy was 24.6 million from the state budget.

The significant turning point for the gradual growth of the Head Office and its scope of activities was a merger with another state-supported organization of the Ministry for Regional Development – Orbis in 1998. This merger confirmed and consolidated the staff with a number of skilled workers and helped to get an appropriate Head Office. By the end of 2001 CTA had already 51 employees, 12 offices abroad and managed a state allowance of CZK 140 million.

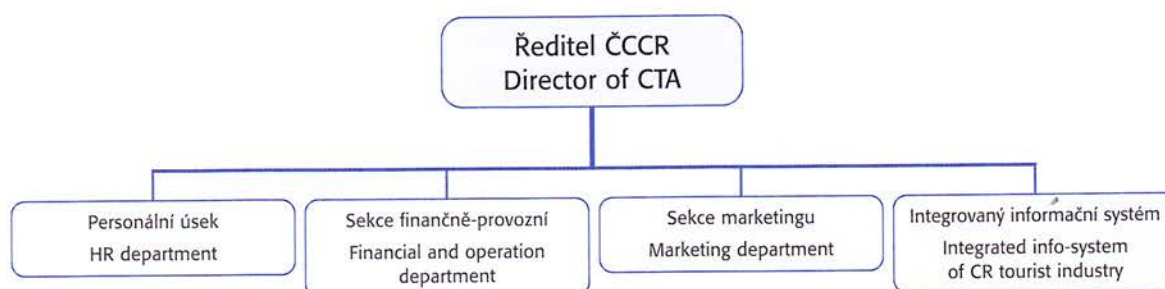
Príspevky na činnosť ČCCR ze štátného rozpočtu v rokoch 1993–2001 (v tisícoch Kč)

CTA's state budget contributions from 1993 to 2001 (in CZK thousands)



Pramen/Resource: MMR

Struktura ČCCR – Structure of CTA



V organizačním uspořádání centrály z konce minulého roku, se dvěma sekcemi a dvěma úseky podřízenými přímo řediteli, má v souladu se zaměřením její činnosti dominantní postavení sekce marketingu. Zahrnuje odbory informatiky, regionalistiky, propagace a oddělení analýz; do kompetence ředitelky sekce spadá i řízení 12 zahraničních zastoupení. Rostoucí důležitost elektronických informačních systémů v cestovním ruchu je vyjádřena zařazením příslušného útvaru do bezprostřední rozhodovací pravomoci ředitele ČCCR.

Klíčový význam v činnosti ČCCR mají její zahraniční zastoupení, která také jsou nejnákladnější složkou. Obstarávají centrále marketingový průzkum svěšeného teritoria, spolupracují s místními tour-operátory a sdělovacími prostředky, účastní se tamních veletrhů, výstav a workshopů cestovního ruchu a případně je i sama v menším měřítku organizují, pomáhají účelnému rozsevu propagačních materiálů ČCCR i jednotlivých regionů, pořádají tiskové besedy o České republice a přispívají do místních odborných časopisů, pomáhají organizovat propagační cesty (press tripy) vlivných novinářů po Česku a pečují o vlastní webové stránky. Cestovnímu ruchu slouží též dvě informační střediska ČCCR (na Staroměstském náměstí a v budově centrály) a veřejná odborná knihovna cestovního ruchu s čítárnou (rovněž v budově ČCCR).

Since the end of last year and within the 4 divisions straight under the director's control, the marketing department has been dominating. It consists of an info section, regional section, advertising and analytical section. The director of the section also runs 12 foreign offices. The growing importance of electronic IT systems within the tourist industry is proven by incorporation of the division into the direct command of the CTA's Director.

The key points of the CTA's activities are its foreign offices as they are the most costly parts. They provide the Head Office with marketing surveys of assigned territories, cooperate with local tour-operators and media, they attend local fairs, exhibitions and workshops related to the tourist industry and occasionally organize minor events, spread advertising materials of CTA and particular regions. They organize press conferences about the Czech Republic and publish in local professional journals, help to organize press trips of influential pressmen around the Czech Republic and take care about own web sites. Two CTA information centers (at Staroměstské Square and in the building of the Head Office) and a public research library with a reading room (also in the CTA building) support the tourist industry.

ZAHRAŇIČNÍ ZASTOUPENÍ ČCCR – FOREIGN OFFICES OF CTA

NĚMECKO – GERMANY



Tschechische Zentrale für Tourismus
Karl Liebknecht Str. 34
10 178 Berlin
Deutschland
Tel./Fax: +49 30 204 47 70
E-Mail: tourinfo@czech-tourist.de
www.czech-tourist.de

Jana Skala

NIZOZEMSKO – NETHERLANDS



Tsjechisch Bureau voor Toerisme
Strawinskylaan 517
1077 XX Amsterdam
Nederland
Tel.: +31 20 575 30 14
Fax: +31 20 575 30 15
E-mail: ccamsterdam@czech.cz

Ing. Jan Kotala

RAKOUSKO – AUSTRIA



Tschechische Zentrale für Tourismus
Vertretung für Österreich,
Schweiz, Slowenien und Ungar
Herrengasse 17
1010 Wien
Österreich
Tel.: +43 1 533 2193
Fax: +43 1 533 21 934
E-Mail: tourinfo-wien@visitczechia.at

Dipl. Ing. Hana Havlová

BELGIE – BELGIUM



BTTB
Tsjechisch Toerisme Buro
Bureau de Tourisme Tchèque
Boulevard Léopold II laan, 262
1081 Bruxelles
Belgique
Tél.: +32 2 414 20 40
Fax: +32 2 414 17 37
E-mail: big.europe@skynet.be

Danica Tomašević

ANGLIE – ENGLAND



Czech Tourist Authority
UK & Ireland
95, Great Portland Str.
London W1W 7NY
UK
Tel.: +44 20 72 91 99 25
Fax: +44 20 74 36 83 00
E-mail: ctainfo@czechcentre.org.uk
www.antor.com/Czech_Republic

Mgr. Iveta Schöppová

FRANCIE – FRANCE



Office National Tchèque du Tourisme
18, rue Bonaparte
75006 Paris
France
Tél.: +33 1 537 30 032, 34
Fax: +33 1 537 300 33
E-mail: crparis@attglobal.net

Milena Denot, ThLic.

ZAHRANIČNÍ ZASTOUPENÍ ČCCR – FOREIGN OFFICES OF CTA

ŠPANĚLSKO – SPAIN



Officina Nacional Checa de Turismo
C/Madre de Dios, 45
28016 Madrid
España
Tel.: +34 91 345 71 12, 13
Fax: +34 91 359 25 27
E-mail: turismochecho@telefonica.net

Mgr. Petr Lutter

SPOJENÉ STÁTY AMERICKÉ – USA



Czech Tourist Authority
1109 Madison Avenue
New York, N. Y. 10028
USA
Tel.: +1 212 288 08 30
Fax: +1 212 288 09 71
E-mail: travelczech@pop.net
www.czechcenter.com/travel.htm

Mgr. Kateřina Pavlitová

ITÁLIE – ITALY



Centro del Turismo Ceco
Via Cadamosto 8
20 129 Milano
Italia
Tel.: +39 02 20 47 680
Fax: +39 02 29 40 63 96
E-mail: czechtour@libero.it

RNDr. Jaroslava Havelková-Nencini

KANADA – CANADA



Czech Tourist Authority
401 Bay Street, Suite #1510
Toronto, Ontario M5H 2Y4
Canada
Tel.: +1 416 363 99 28
Fax: +1 416 363 02 39
E-mail: ctacanada@iprimus.ca
www.czechcenter.com/travel.htm

Mirjana Sebek-Heroldová

RUSKO – RUSSIA



Национальное туристическое
управление Чешской
Республики
ул. Юлиуса Фучика 12/14
123056 г. Москва
Россия
Tel./fax: +7 095 234 40 56
E-mail: centrala@mtu-net.ru

Mgr. Miroslav Rončák

JAPONSKO – JAPAN



Czech Tourist Authority
Czech Village
876-15 Fumoto, Mizobe-cho
Aira-gun, Kagoshima-ken
Japan
Tel.: +81 955 58 48 68
Fax: +81 955 58 36 21
E-mail: cta@czta.org
www.czta.org

Masahiro Yamamoto

Marketing

Stěžejním úkolem ČCCR je marketingová propagace turistických předností České republiky. Začíná sběrem informací o vývoji poptávky na trhu mezinárodního turismu. Centrála těží především z informací svých poboček ve 12 státech, významných pro náš příjezdový cestovní ruch. Důležitým zdrojem informací o příjezdové turistice v roce 2001 byl též tradiční průzkum spotřebního chování zahraničních návštěvníků v České republice. (Viz zvláštní část této zprávy: „Proč k nám přijeli?“)

Základní statistické údaje o vývoji cestovního ruchu shrnuje ČCCR každoročně do „Kompennia statistik cestovního ruchu v ČR“, které rozesílá významným českým organizacím v oboru. V roce 2001 byly navíc zpracovány analýzy zahraničního cestovního ruchu (country reports) 22 států přínosných pro Českou republiku. Zájemcům jsou k dispozici na internetu (www.cccr-info.cz) a v knihovně ČCCR. Na základě údajů Evropské komise pro cestovní ruch byly též zpracovány studie výjezdového cestovního ruchu Japonska, Jižní Afriky, Indie, Kanady a USA; jsou nabízeny na téže webové adrese.

Na analýzy trhu navázala aktivní opatření ČCCR. V roce 2001 byla podřízena marketingovému heslu roku „1000 let architektury v Česku“. S ním zorganizovala centrála účast na 39 veletrzích a výstavách cestovního ruchu v zahraničí (z toho ve 13 případech poprvé) a na sedmi v tuzemsku. Dvacet akcí realizovala ČCCR přímo z ústředí, pět prostřednictvím svých zahraničních zastoupení a zbytek prostřednictvím agentur. Českým vystavovatelům na oficiálních expozicích ČR umožnila účast úhradou části nákladů spojených s provozem stánku. České expozice v zahraničí navštívilo celkem 2,4 milionu zájemců.

Svým významem zasluhuje zvláštní zmínku již druhý ročník úspěšného workshopu VISIT CZECHIA. Konal se v červnu ve střední hale Průmyslového paláce v Holešovicích a zúčastnilo se ho 73 tuzemských

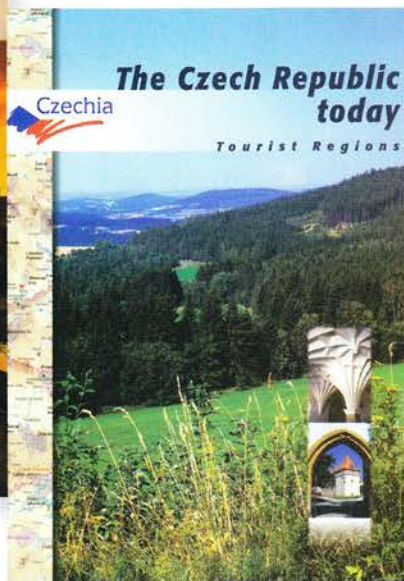
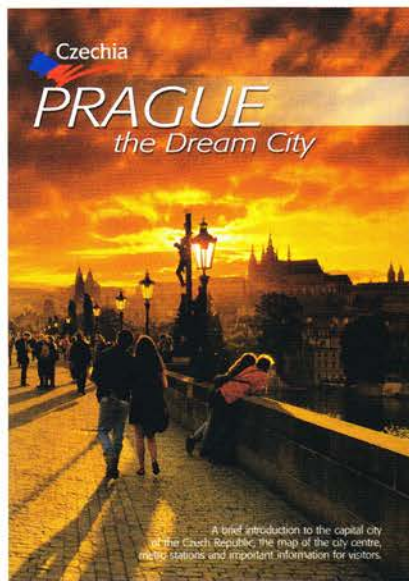
Marketing

The main task of CTA is the promotion of tourist features of the Czech Republic. It starts by collecting information about the demand on the market of international tourism. The Head Office benefits from the information coming from the offices in the 12 countries important for our incoming tourists movement. An important source of information about the incoming tourist movement in 2001 was also the traditional survey of consumption demand of foreign visitors in the Czech Republic. (See the special part of the report: „Reasons for coming here“)

The basic statistical data on the tourist industry development is annually summarized by CTA into „Consolidated Statistics of Tourist Movement in CR“, which is sent to prominent Czech professional organizations. In 2001, country reports were worked out about 22 countries profitable for the Czech Republic. They are available on Internet (www.cccr-info.cz) and in the resource center of CTA. Following the data of the European Commission for Tourist Movement there are also surveys of tourism in Japan, South Africa, India, Canada and USA; they are available at the same web site.

The marketing analysis was followed by active measures of CTA. 2001 stood under the marketing slogan of the year „1,000 years of architecture in Bohemia“. The Head Office organized participation at 39 fairs and exhibitions of travel industry abroad (13 out of them for the first time) and at 7 locally. 20 events were organized by CTA directly from the Head Office, 5 through own offices abroad and the rest by means of agencies. The Czech exhibitors were enabled to attend the official CR events by having a part of the costs related to the stand operation covered. Up to 2.4 million people abroad visited the Czech displays.

The successful second annual workshop VISIT CZECHIA deserves a special reference. It was held in June in the central hall of the Industrial Palace in



vystavovatelů, 83 zahraničních nákupců a 14 zahraničních novinářů. Součástí programu pro zahraniční účastníky byly též návštěvy vybraných regionů.

Aktuální poptávkou se řídila i ediční činnost ČCCR. Bylo vyrobeno 947 tisíc výtisků propagačních materiálů ve 13 jazykových mutacích (poprvé též v dánštině, švédštině, norštině a maďarštině) v hodnotě 20 milionů Kč a formou grantů bylo podpořeno a usměrněno vydání 25 materiálů marketingových regionů. Podnikatelům v příjezdové turistice byl dán k dispozici CD ROM se 70 atraktivními fotografiemi vybraných turistických objektů v ČR.

Rostoucí význam v propagační činnosti ČCCR má internet. V únoru 2001 byla uvedena do provozu webová prezentace centrály pro odbornou veřejnost: www.cccr-info.cz. Současně byla technicky přebudována a doplněna dalšími databázemi webová prezentace ČCCR pro širší turistickou veřejnost. Od 1. července 2001 funguje v nové podobě na adrese www.visitczechia.cz a do konce roku již přilákala 61 829 návštěvníků. V roce 2001 již byly v provozu také webové stránky zahraničních zastoupení centrály v USA, Kanadě, Velké Británii, Rusku a Japonsku. V zájmu sjednocení formy internetových stránek všech poboček svěřila ČCCR jejich centrální správu firmě BEDY, která bude též spravovat oficiální integrovaný informační systém cestovního ruchu Czechtourservice, zahajující činnost v letošním roce.

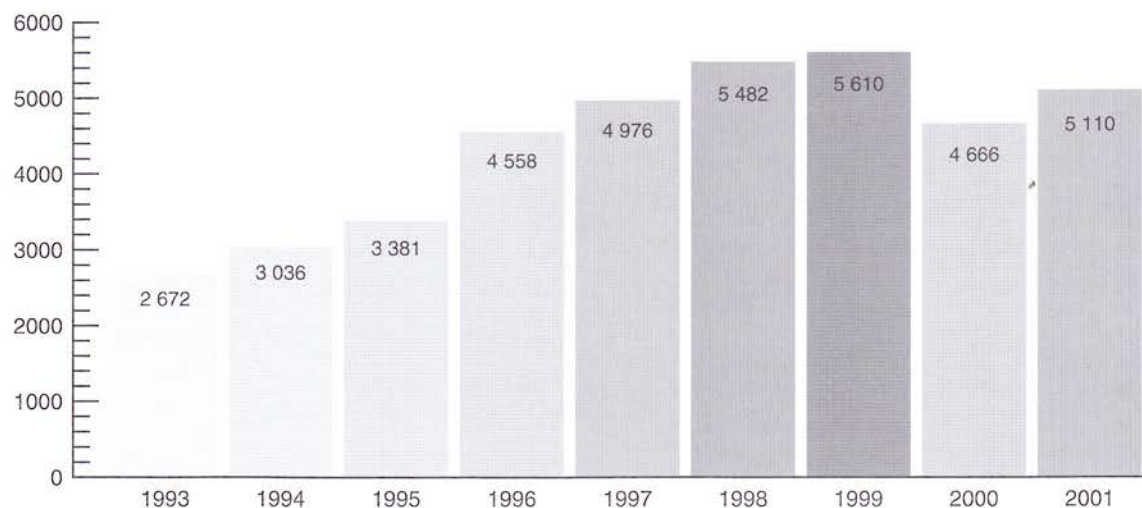
Holešovice and 73 domestic exhibitors took part at it, 83 foreign buyers and 14 foreign journalists. Visiting selected regions became a part of the program for foreign participants.

The current demand also influenced the editorial activities of CTA. 947 thousand copies of advertising material were printed in 13 languages (firstly in Danish, Swedish, Norse and Hungarian) at the amount of CZK 22 million and through grants 25 documents of marketing regions were supported. The entrepreneurs in incoming tourist industry were provided with a CD ROM with 70 attractive photographs of selected tourist objects in CR.

The Internet has growing importance for advertising of CTA. In February 2001 a web presentation of the Head Office for professionals www.cccr-info.cz was brought into life. Simultaneously the web site of CTA for wide public was rebuilt and completed with other databases. Since 1st July 2001 it has been working with a new face lift at the address www.visitczechia.cz. By the end of the year the address attracted 61,829 visitors. In 2001, web sites of offices located abroad were already in operation in the USA, Canada, Great Britain, Russia and Japan. For the benefit of a uniform appearance of the Internet pages of all branches CTA authorized the BEDY Company to maintain the official integrated IT system of the travel industry Czechtourservice, starting its operation this year.

Zahraníční turisté v ČR v letech 1993–2001 (v tisících)

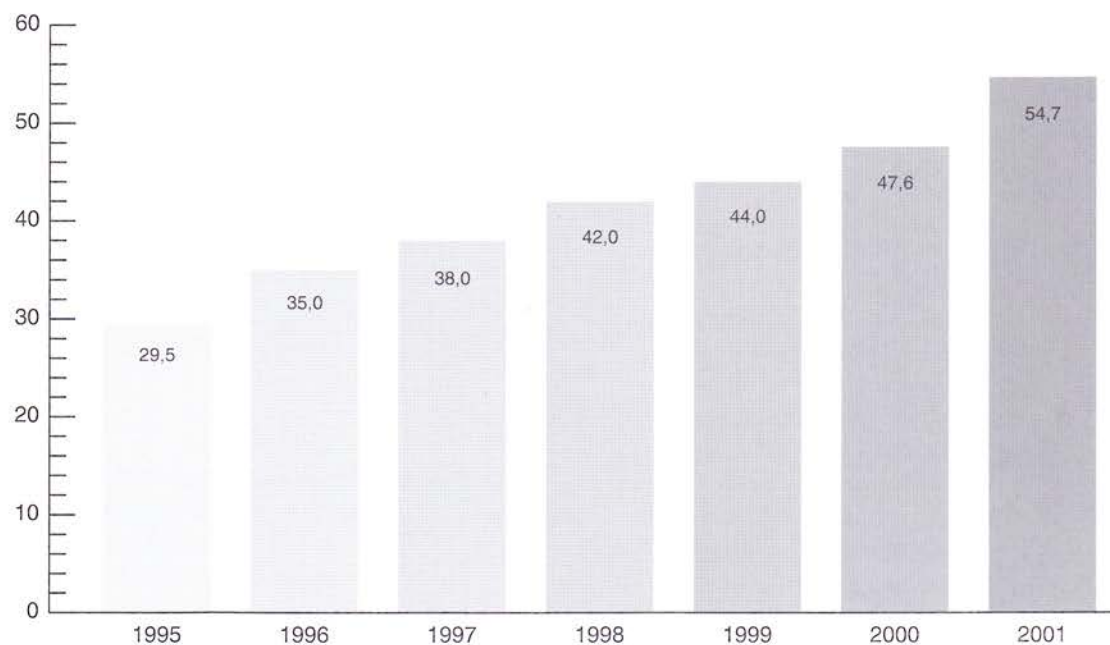
Foreign tourists in CR in 1993–2001 (in thousands)



Pramen: Český statistický úřad
Resource: Czech Statistical Office

Průměrné denní výdaje zahraničních návštěvníků v ČR v letech 1995–2001 v USD

Average daily spending of foreign visitors in CR 1995–2001 in USD



Pramen/Resource: GfK Praha, IBRS, TNSF

Podpora turismu v regionech

Druhým okruhem činnosti ČCCR, kterým byla pověřena po rozšíření její kapacity v roce 1998, je vytváření a propagace přirozených marketingových regionů. V roce 2001 byla tato aktivita ovlivněna reformou veřejné správy, takže především probíhalo navazování vztahů centrály s novými krajskými samosprávami. ČCCR se přitom i nadále zaměřovala na tři formy podpory rozvoje regionálního cestovního ruchu:

- zpracování programů rozvoje turistických regionů,
- grantová politika,
- regionální prezentace.

Hlavním cílem rozvojových programů je zmapování turistického potencionálu regionu a návrh optimálních způsobů jeho využití. ČCCR stanovila rámcovou metodiku zpracování těchto programů a podílí se na financování realizace. (Náklady na zpracování jednoho programu se pohybují v rozmezí 0,7–1,2 milionu korun.)

Druhou, již osvědčenou formou podpory, zůstává přidělování grantů. V roce 2001 proběhlo 5. a 6. kolo grantového řízení – své projekty přihlásili 104 žadatelé. (Největší počet žádostí zaslaly agentury regionálního rozvoje a cestovního ruchu.) Komise pro posuzování žádostí vybrala 25 projektů o celkové výši 13,5 milionu Kč realizačních nákladů. Centrála na ně poskytla 4,75 milionu Kč, zbytek si hradili žadatelé.

Support of tourism in the regions

Another field of CTA activities delegated to it after its enlargement in 1998 is to promote and develop natural marketing regions. In 2001 this activity was influenced by the reform of the state administration, where it consequently took some time to build contacts between the Head Office and new regional authorities. To support the tourist industry in particular regions CTA focused on three forms:

- working out region development programs,
- grant policy,
- regional representation.

The main goal of the development programs is the tourist potential of the region and concepts of optimal ways of exploitation. CTA defined framework and methods of working out the programs and participate in financing of their realization. (One program costs between 0.7 and 1.2 million CZK.)

Another form of support, already time-tested, is the allocation of grants. In 2001 the 5th and 6th phase were held. 104 applicants submitted their applications. (Numerous applications were sent from agencies for regional development and tourist industry) The commission chose 25 projects with the realization costs of CZK 13.5 million. The Head Office provided CZK 4.75 million and the applicants covered the rest.

Na základě zkušeností z minulých let došlo k podstatné změně v organizaci a zaměření regionálních prezentací. Jejich počet byl v roce 2001 redukován na deset a zaměřeny byly přímo na nabídku specifického produktu, jak již prozrazují jejich názvy: Sklářská cesta, Zlatá stezka, Po stopách husitství, Židovská cesta, Jantarová stezka, Pohraniční pevnosti atp. Při výběru zvaných účastníků byly tentokrát preferováni zástupci cestovních kanceláří. Celkem se prezentací zúčastnilo 62 cestovních kanceláří a agentur a 33 novinářů.

Based on former experience throughout the years, the organization underwent changes. The number of presentations was reduced to ten and these presentations aimed at focusing on specific products, as their names reveal: Sklářská cesta/Glass Path, Zlatá stezka/Golden Path, Po stopách husitství/Traces of the Hussites, Židovská cesta/Jewish Path, Jantarová stezka/Amber Path, Pohraniční pevnosti/Border Fortresses etc. Representatives of Czech travel agencies were preferred and total number of participants was 62 travel agencies and offices plus 33 journalists.



Kraje ČR

Regions of the Czech Republic

- 1 Praha/Prague
- 2 Středočeský kraj/Central Bohemia
- 3 Jihočeský kraj/South Bohemia
- 4 Plzeňský kraj/Plzeň Region
- 5 Karlovarský kraj/Karlovy Vary Region
- 6 Ústecký kraj/Ústí nad Labem Region
- 7 Liberecký kraj/Liberec Region
- 8 Královéhradecký kraj/Hradec Králové Region
- 9 Pardubický kraj/Pardubice Region
- 10 Vysočina/Highland
- 11 Jihomoravský kraj/South Moravia
- 12 Olomoucký kraj/Olomouc Region
- 13 Zlínský kraj/Zlín Region
- 14 Moravskoslezský kraj/Moravian-Silesian Region

Marketingové turistické regiony ČR

Marketing tourist regions in the Czech Republic

- Praha/Prague
- Okolí Prahy/Prague and its environs
- Jižní Čechy/South Bohemia
- Šumava/Šumava
- Plzeňsko/The Plzeň region
- Západočeské lázně/West Bohemian Spas
- Severozápadní Čechy/North-west Bohemia
- Český sever/The North of Bohemia
- Český ráj/Bohemian Paradise
- Východní Čechy/East Bohemia
- Vysočina/The Bohemian-Moravian Highlands
- Jižní Morava/South Moravia
- Střední Morava/Central Moravia
- Severní Morava a Slezsko/North Moravia and Silesia

Festivals

Již tradičně organizovala ČCCR, především oddělení vztahů s veřejností (PR), dvě velké akce, přesahující svým kulturním významem rámec její činnosti.

Ve spolupráci s agenturou Avant Promotion uspořádala centrála koncem května v Písku osmý festival filmů s tematikou regionálního cestovního ruchu TOUR REGION FILM 2001, společně s pátým ročníkem výstavy propagačních materiálů TOURPROPAG a s třetím ročníkem seminářů TOUR REGION FORUM.

Filmy soutěžily ve dvou kategoriích:

- snímky do 30 minut – soutěžilo 75 titulů a zvítězil film Jihočeské doteky, přihlášený OkÚ České Budějovice;
- snímky do 5 minut – soutěžilo 14 snímků a vyhrálo Zimní Železnobrodsko přihlašovatele Video Kunc Havlíčkův Brod.

Vítězné filmy reprezentovaly Česko na mezinárodním festivalu TOURFILM 2001 v Karlových Varech. Ve třetí soutěžní kategorii – CD ROM a webové stránky – zvítězila www.bohemian-paradise.cz Sdružení Český ráj Turnov.

V soutěži TOURPROPAG 2001 dokumentovalo 408 přihlášených tiskových materiálů a kolekcí v sedmi kategoriích rostoucí estetickou úroveň tiskovin s tematikou regionálního cestovního ruchu. Účastníci přidruženého odborného semináře TOUR REGION FORUM diskutovali o problematice zvyšování image, a tím i návštěvnosti regionů.



Festivals

CTA, namely its Public Relations department, has been traditionally organizing two substantial events, which cultural framework is beyond its activities.

In cooperation with the Avant Promotion Agency the Head Office organized in Písek, at the end of May, the eighth TOUR REGION FILM 2001 film festival together with the fifth year of the exhibition of advertising materials TOURPROPAG and the third year of seminars TOUR REGION FORUM.

The films were divided in two categories:

- The first category (films up to 30 minutes) had 75 competitors and the winning film was Jihočeské doteky/Touches of South Bohemia, by OkÚ České Budějovice.
- The second category (films up to 5 minutes) had 14 films and Zimní Železnobrodsko/Železnobrodsko in Winter by Video Kunc Havlíčkův Brod won.

In September, the selected films represented the Czech Republic at the TOURFILM 2001 international festival in Karlovy Vary. The third category – CD ROM and web sites – was won by Sdružení Český ráj Turnov www.bohemian-paradise.cz.

At the TOURPROPAG 2001 competition, 408 contestants presented growing aesthetic quality of printed materials and collections in seven categories, covering regional tourist industry. Participants of the associated professional seminar TOUR REGION FORUM discussed problems of increasing image and regional attendance.

S pomocí téže agentury, pod patronací Ministerstva pro místní rozvoj a města Karlovy Vary, organizovala ČCCR v září 2001 již 34. ročník mezinárodního karlovarského festivalu turistických filmů TOURFILM.

Soutěž měla tři kategorie:

- videosnímky prezentující země, regiony a města (do 30 minut),
- videosnímky propagující komerční turistiku (do 30 minut),
- dokumentární a publicistické pořady pro TV vysílání (do 60 minut).

Početem 365 přihlášených snímků a multimédií ze 102 států byl vytvořen historický rekord festivalu.

Grand Prix festivalu získal thajský snímek „Life is beautiful“. Ve třetí kategorii televizních cestopisných filmů zvítězil snímek německé televize ZDF „Australien – Kontinent aus Feuer“. V soutěži více než sta turistických webových stránek a CD ROM zvítězil přihlašovatel ICEP Portugal s webovou stránkou www.portugalinsite.com a v nové soutěžní kategorii vyhlášené ředitelem ČCCR – O nejlepší zahraniční snímek o České republice – vyhrál španělský televizní film „Chequia – espejo de Europa“ (Česko – zrcadlo Evropy).



With the assistance of the same agency, under the patronage of the Ministry for Regional Development and the town of Karlovy Vary, CTA already organized 34th year of the international festival TOURFILM in Karlovy Vary in September 2001.

The festival had three categories:

- Video presenting countries, regions and cities (up to 30 minutes)
- Video advertising commercial tourism (up to 30 minutes)
- Documentary and journalist programs for TV broadcasting (up to 60 minutes).

A new record of the festival was reached – there were 365 films and multimedia presentations from 102 countries.

Festival Grand Prix was awarded to the Thai movie „Life is Beautiful“. In the third category of television travel films, the winning film was „Australien – Kontinent aus Feuer“ by the German ZDF TV. In the competition of more than a hundred tourist web sites and CD ROMs, ICEP Portugal with the web site www.portugalinsite.com was the best. In the new category, declared by the director of CTA – The best foreign film about the Czech Republic – the Spanish film „Chequia – espejo de Europa“ (Bohemia – the mirror of Europe) triumphed.

Proč k nám jezdí?

K zaplnění mezer v oficiální statistice cestovního ruchu zadává ČCCR každoročně předním agenturám reprezentativní šetření struktury, motivace a spotřebního chování zahraničních návštěvníků České republiky. V minulém roce bylo svěřeno společnosti Taylor Nelson Sofres Factum a shrnulo názory 9 302 respondentů ze 16 států, dotazovaných před odjezdem z Česka v průběhu rozšířené letní sezóny na 18 hraničních přechodech, na letišti Praha-Ruzyně a na dvou pražských nádražích.

Průzkum především umožní odlišit devizové výdaje „skutečných“, tj. v ČR alespoň jednou přenocujících turistů (podle propočtů TNSF dosáhly v roce 2001 zhruba dvou miliard USD) od podílu tzv. výletníků, přicházejících ze sousedních zemí především výhodně nakoupit v našem příhraničí.

Podle TNSF činila loni u nás průměrná denní útrata zahraničních turistů ekvivalent 57 USD, z toho 35,5 % připadalo na ubytování, 23,8 % na stravování, 23,6 % (!) na nákupy, 11,2 % na dopravu a 5,9 % na jiné služby. Průměrná útrata jednodenních výletníků se rovnala hodnotě 48,10 USD, z toho 50,3 % činily nákupy. Zatímco z dotazovaných turistů bylo u nás 35,4 % poprvé, 25,2 % dvakrát až pětkrát a 32,5 % více než pětkrát, 16,6 % výletníků bylo již u nás nejméně šestkrát a 58,1 % tolikrát, že ani nedokázali přesný počet návštěv určit.

Více než polovina (51 %) turistů k nám přijela na dovolenou, za rekreaci a poznáním, téměř pětina (19,8 %) služebně, 11,8 % na návštěvu příbuzných a známých, 6,2 % na kongres, seminář nebo veletrh, 5 % na nákupy a 3,8 % na léčení v lázních. Pro 44,9 % krátkodobých výletníků byly přiznaným hlavním cílem nákupy, 15,4 % naším státem jenom projíždělo, 16,7 % uvedlo jako cíl či důvod rekreaci a poznání, 14,9 % služební povinnosti a 12,4 % návštěvu příbuzných či známých.

Reasons for coming here

To fill in the gaps of the official tourist statistics, CTA requires from the agencies surveys to follow a particular structure. This includes finding out the motivation and commercial behavior of foreigners in the Czech Republic. Last year Taylor Nelson Sofres Factum gathered opinions of 9,302 respondents from 16 countries. They were asked before leaving the Czech Republic during an extended summer season at 18 border crossings, at the Praha-Ruzyně Airport and at two Prague railway stations.

The survey above all, enables distinguishing foreign exchange expenditures from „real“ tourist spending at least one night in CR (according to TNSF in 2001 they reached roughly 2 billion USD) from trippers coming from neighboring countries to do profitable shopping in our border regions.

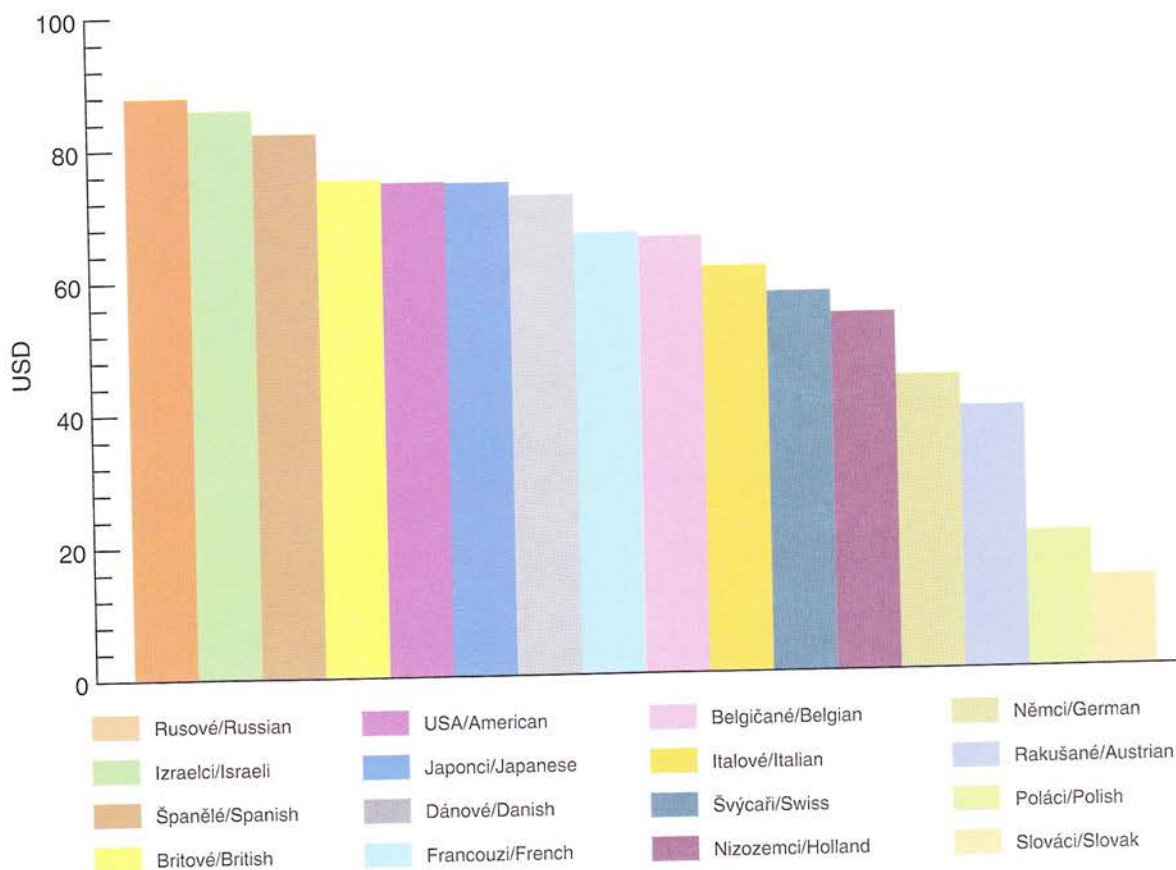
According to TNSF the average daily spending of foreign tourists was 57 USD, out of this 35.5% for accommodation, 23,8% for catering, 23,6% (!) for shopping, 11,2% for transport and 5,9% for other services. The average expenditures of one-day trippers were 48.10 USD, out of this 50.3% for shopping. 35.4% respondents were here for the first time, 25.2% two up to five times and 32.5% more than five times, 16.6% tourists were here at least six times and 58.1% so many times, that they could not even remember the number of their visits.

51% tourists came here on holiday, for recreation or education, almost one fifth (19.8%) on business, 11.8% to see relatives and friends, 6,2% for congresses, seminars or fairs, 5% to do the shopping and 3,8% for spa treatment. For 44.9% short term visitors, shopping was the main goal, 15.4% were just crossing our country, 16.7% mentioned recreation and education as their reason, 14.9% were on business duties and 12.4% were visiting relatives or friends.

A co je hlavní: celkově byli respondenti – turisté i výletníci – s pobytem u nás vysoce spokojeni. Potvrzuje to i prohlášení 97,4 % turistů a 94,8 % výletníků, že návštěvu ČR doporučí svým příbuzným a známým. Turisté si nejvíce pochvalovali nabídku kulturních zážitků, ceny stravovacích služeb, suvenýrů a zboží vůbec, kvalitu stravovacích a ubytovacích služeb a naše chování vůči cizincům. U krátkodobých návštěvníků hrály prim ceny zboží a služeb. Naproti tomu kritické připomínky – pokud se vůbec objevily – se týkaly především stavu silnic, našich jazykových znalostí a rozsahu informací pro turisty.

The main thing: the respondents – tourists and trippers – were generally very satisfied with their stay here. This is confirmed by the proclamation of 97.4% tourists and 94.8% trippers, that they would suggest their relatives and friends to visit CR. Tourists especially appreciated the „offered“ cultural life, prices of catering, souvenirs and goods generally, the quality of catering and accommodation services and our attitude towards foreigners. Short-term visitors mostly appreciated the prices of goods and services. The critical comments – if any – applied to the quality of roads, our language skills and the scope of information for tourists.

Průměrné denní výdaje zahraničních turistů v ČR v roce 2001 v USD
Average daily USD spending of foreign tourists in CR 2001



Pramen/Resource: TNSF



Hospodaření

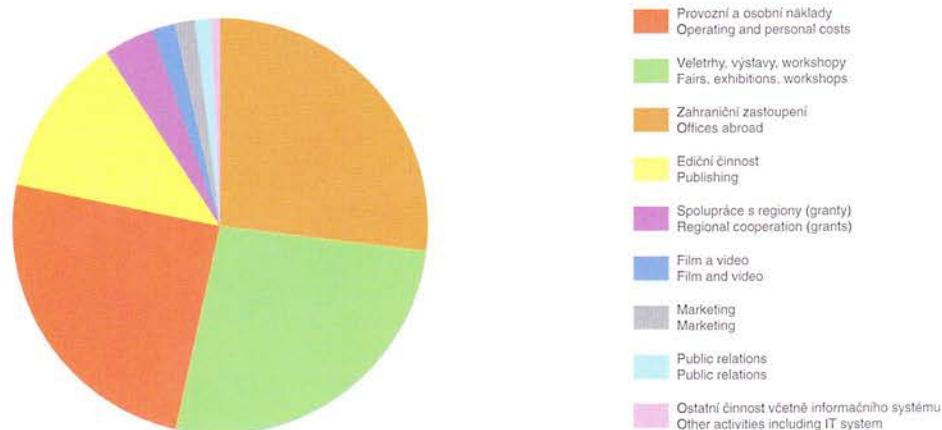
Zřizovatel – Ministerstvo pro místní rozvoj ČR – nám stanovil pro rok 2001 limit 58 zaměstnanců, celkové náklady ve výši 128 052 tis. Kč, příspěvek ze státního rozpočtu na činnost (po dodatečném zvýšení o 12 milionů Kč) 140 052 tis. Kč a vyrovnaný hospodářský výsledek. Systémová dotace na investice byla přiznána ve výši 4 321 tis. Kč. Vyrovnaný hospodářský výsledek byl dosažen.

Celkové výnosy činily 6 710 tis. Kč (tj. 243,5 % skutečnosti roku 2000), z toho rozhodující položkou – 6 607 tis. Kč – byly příspěvky vystavovatelů na účast na veletrzích a výstavách organizovaných centrálou. Celkové náklady dosáhly výše 146 749 tis. Kč (100,5 % skutečnosti roku 2000).

Použití příspěvku 140 052 tis. Kč ze státního rozpočtu a změny oproti roku 2000 ilustrují následující tabulka a graf.

Položky/Items	Částky v tis. Kč Amounts (CZK 000)	Index 2001/2000
Zahraniční zastoupení/Offices abroad	37 796	132,6 %
Veletrhy, výstavy, workshopy/Fairs, exhibitions, workshops	37 013	110,4 %
Provozní a osobní náklady/Operating and personal costs	34 715	84,7 %
Ostatní činnost včetně informačního systému/ Other activities including info-system	970	24,25 %
Public relations/Public relations	1 777	116,9 %
Marketing/Marketing	2 141	80,4 %
Spolupráce s regiony (granty)/Regional cooperations (grants)	5 523	70,8 %
Ediční činnost/Publishing activities	17 600	81,8 %
Film a video/Film and Video	2 517	93,1 %
CELKEM/TOTAL	140 052	97,8 %

Struktura použití příspěvku ze státního rozpočtu v roce 2001 Distribution of the state budget contribution in 2001



Pramen: ČCCR
Resource: CTA

Economic results

The promoter – the Ministry for Regional Development of the Czech Republic – had to set a limit to its expenditure (CZK 128,052 thousand) and to the number of our employees (58). After the additional increase of CZK 12 million, the contribution from the state budget amounted CZK 140,052. The investment funds were CZK 4,321 thousand. Balanced profit and loss was reached.

Total takings were CZK 6,710 thousand (i.e. 243,5% of 2000), out of this, substantial post – CZK 6,607 thousand – were contributions of exhibitors attending fairs and exhibitions organized by the Head Office. Total costs amounted at CZK 146,749 thousand (100.5% of 2000).

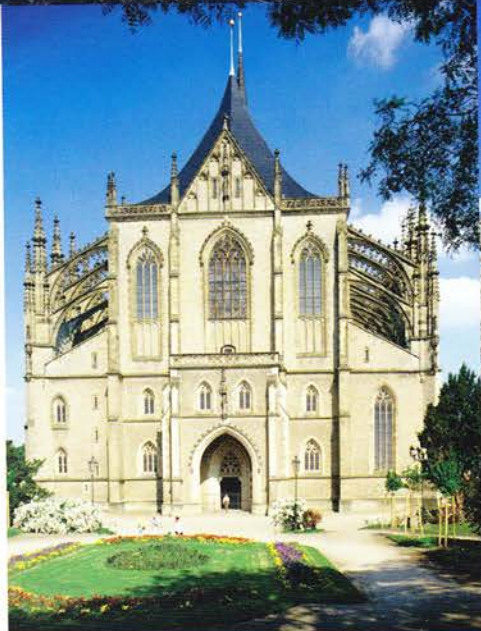
The contribution of CZK 140,052 thousand from the state budget was used as follows (sums are in thousands of CZK, in brackets see comparison with 2000):

Ze zápisu Dozorčí rady ČCCR

Na svém zasedání dne 13. března 2002 schválila Dozorčí rada ČCCR, složená z vedoucích pracovníků zřizovatele – Ministerstva pro místní rozvoj – v čele s náměstkem ministra dr. Čestmírem Sajdou, hospodaření České centrály cestovního ruchu v roce 2001 bez výhrad.

Report of the Supervisory Board

At the meeting of 13 March 2002, the Supervisory Board of CTA consisting of promoter's managers – Ministry for Regional Development – headed by the Minister's deputy Dr. Čestmír Sajda, adopted the financial management results of the Czech Tourist Authority in 2001 without reservation.





Česká centrála cestovního ruchu

Czech Tourist Authority

Vinohradská 46
P. O. BOX
120 41 Praha 2
tel.: +420 2 21 58 01 11
fax: +420 2 24 24 75 16
www.cccr-info.cz

