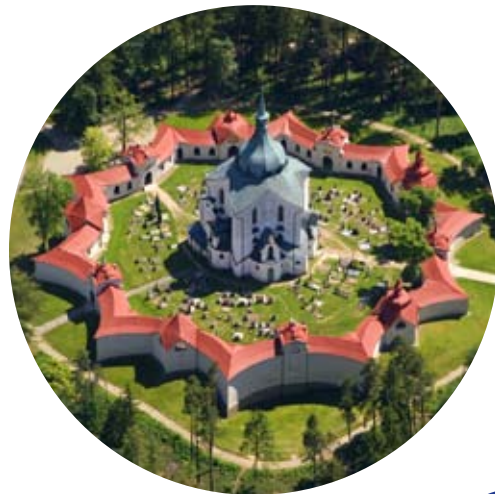




2008
Výroční
zpráva




CzechTourism

- 1 Sloup Nejsvětější trojice, Olomouc
- 2 Ohňostroj nad chrámem Sv. Petra, Brno



Od druhé poloviny roku 2003 se CzechTourism systematicky věnuje propagaci domácího cestovního ruchu.

Obsah

02	Úvodní slovo ředitele
04	Základní charakteristika
08	Činnost v roce 2008
30	Finanční zabezpečení věcné činnosti
32	Platební bilance cestovního ruchu České republiky

Úvodní slovo ředitele

Vážené dámy a pánové,

jsem rád, že se během posledních let podařilo ještě více prohloubit vzájemnou spolupráci s kraji, městy, obcemi i profesními asociacemi a zlepšit tak pozici České republiky v odvětví cestovního ruchu.

Česká republika zaznamenávala v posledních letech vysoké tempo růstu v příjezdech zahraničních turistů a i v době celosvětové recese si vede dobře ve srovnání s okolními státy. Agentura CzechTourism usiluje o to, aby plnila co nejlépe svůj účel – propagaci České republiky jako atraktivní turistické destinace na zahraničním a od roku 2003 také na domácím trhu.

Dovolte mi zrekapitulovat rok 2008 z pohledu příjezdového a domácího cestovního ruchu.

Pokud jde o incoming, Česká republika zaznamenala 0,4% pokles počtu zahraničních turistů.

Ve srovnání s rokem 2007 se nám nezměnilo pořadí na prvních dvou místech, která i nadále zaujímají tradiční tahouni – Německo a Velká Británie, i když u obou zemí došlo k poklesu v počtu příjezdů. Na třetí místo se před Itálii dostalo Rusko, které má druhý rok po sobě více jak 30% nárůst. Velký nárůst v příjezdech měli také Poláci, a to o 25 %.

Co se týče příjezdů do krajů, prim hrála opět Praha, kam za celý rok 2008 přicestovalo 4,1 mil. turistů (nárůst o 1,3 %). Toto číslo představuje 61 % z počtu všech zahraničních turistů přijíždějících do České republiky. Druhým nejnavštěvovanějším místem byl Karlovarský kraj (473 604 turistů, +0,3 %) a třetí místo obhájil Jihomoravský kraj s 450 tis. turisty – nárůst o 4,2 %.

Dovolím si říci, že na zvyšujícím se zájmu o cestování do ČR se významnou měrou podílí agentura CzechTourism se svými 26 zahraničními zastoupeními, která v roce 2008 realizovala několik významných akcí.

Kromě tradičních PR aktivit agentura připravila kampaň České republiky v Rusku ve formě největší vlakové roadshow po Transsibiřské magistrále. Tuto akci navštívilo téměř 500 představitelů ruských médií a významných touroperátorů zaměřujících se na prodej destinace Česká republika. Mezi tradiční marketingové projekty patřily v roce 2008 festivaly Tourfilm, Tourregionfilm, TOURMAP, Tourproag a EuroregionPropag či spolupráce s agenturou Česká olympijská na propagaci Česka v rámci Letní olympiády v Pekingu.

Významným krokem bylo spuštění portálu www.133premier.cz, kde jsou v 7 jazykových mutacích dostupné novinky v cestovním ruchu určené novinářům, cestovním kancelářím i veřejnosti. Proběhlo několik velkých mediálních kampaní organizovaných našimi zástupci v zahraničí – obrazová kampaň na dopravních prostředcích ve Vídni, Dublinu či bannerová kampaň v londýnském Undergroundu



ve spolupráci s hlavním městem Prahou. V roce 2008 pokračovala intenzivní propagace České republiky coby golfové destinace, proběhlo několik fam a press tripů.

Na poli kongresové a incentivní turistiky byl představen strategický projekt pro rozvoj kongresové turistiky v celé České republice – Czech Convention Bureau. Konkrétně se jedná o vytvoření jednotlivých kongresových kanceláří v regionech, které umožní lepší koordinaci marketingových aktivit a využijí synergického efektu prezentací na zahraničních trzích.

Agentura CzechTourism se zúčastnila 49 veletrhů cestovního ruchu po celém světě a k distribuci bylo připraveno celkem 15 titulů propagačních materiálů v celkovém nákladu 919 630 ks. V oblasti propagace lázeňství jsme využili tradičních workshopů a prezentací, pokračovali jsme s prezentacemi lázeňských míst v obchodních domech v ČR a okolních státech a připravili další

ročník Karlovarského týdne – festivalu turistických filmů Tourfilm a Lázeňského festivalu včetně lázeňské konference pro profesionály v této oblasti.

CzechTourism pokračoval v propagaci domácího cestovního ruchu mimo jiné prostřednictvím portálu Kudy z nudy, který byl v roce 2008 obohacen o další aktivity, a zároveň byla spuštěna možnost jejich jednotlivého hodnocení. Pro návštěvníky portálu tato služba přináší „nový pohled“ na nabídku českých podnikatelů z oblasti turistiky a přispívá k výrazně vyšší atraktivitě tohoto webu a vyšší interakci s návštěvníky. Součástí hodnocení jsou i statistiky zobrazení stránek jednotlivých aktivit.

Cílem agentury CzechTourism je v roce 2009 dokončení projektu Czech Specials – propagace Česka doma i v zahraničí přes národní a regionální kulinářské speciality, internetové mediální kampaně a kampaně na palubách leteckých společností. V návaznosti na celosvětovou recesi probíhá ještě intenzivnější

propagace domácího cestovního ruchu. Jao úspěh budeme v příštím roce vnímat stagnaci, resp. mírný pokles do 2–3 % a udržení přední pozice mezi středoevropskými státy.

Ing. Rostislav Vondruška
ředitel agentury CzechTourism

Základní charakteristika

ZÁKLADNÍ ÚČEL A PŘEDMĚT ČINNOSTI

CzechTourism v rámci svého poslání koordinuje státní propagaci cestovního ruchu s aktivitami prováděnými podnikatelskými a regionálními subjekty, rozvíjí střednědobou strategii pro marketing cestovního ruchu na domácím a zahraničním trhu a napomáhá rozvoji turismu v regionech.

V souladu se schváleným Statutem uskutečňuje CzechTourism činnost formou:

- propagační, reklamní a inzertní činnosti,
- výstavnické činnosti, workshopů,
- vydavatelské a nakladatelské činnosti neperiodických tiskovin,
- překladatelské činnosti,

- sběru, zpracování, analýzy, distribuce a prezentace informací,
- zprostředkovatelské činnosti v oblasti informatiky,
- obchodní činnosti,
- přednáškové a poradenské činnosti,
- výrobou obrázkových a zvukových nosičů.

ZMĚNY V POSTAVENÍ ORGANIZACE

V agentuře CzechTourism, jejímž zřizovatelem je MMR ČR, nedošlo v roce 2008 k žádné změně v postavení.

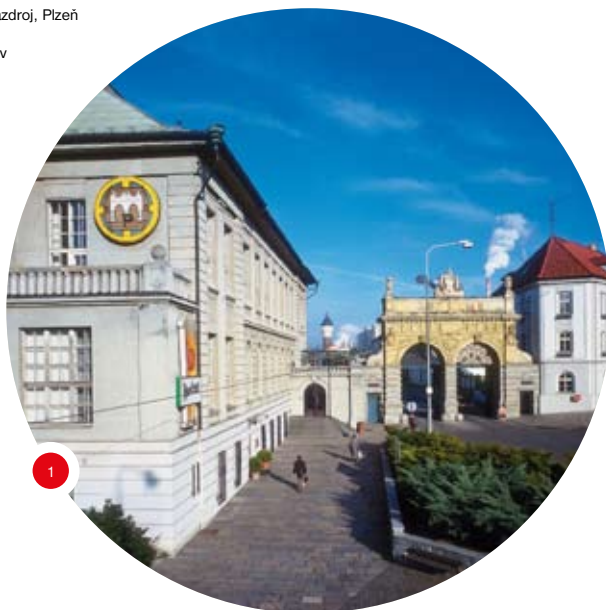
ŘÍZENÍ A STRUKTURA ORGANIZACE

V CzechTourism bylo v průběhu roku 2008 uplatňováno třístupňové řízení odvíjející se od postavení ředitele, který je jejím statutárním orgánem a koncepčně, komplexně i operativně organizaci řídí.

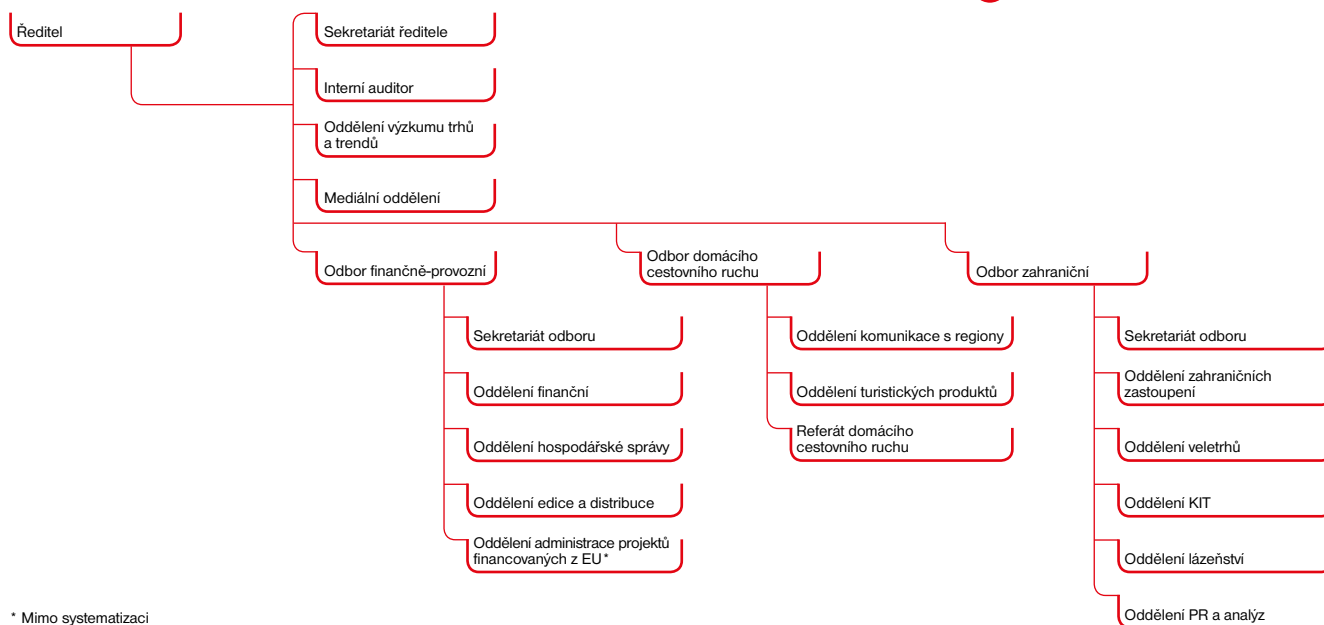
Základním organizačním stupněm řízení a rozhodování jsou odbory, v jejichž čele stojí ředitel, jmenovaný ředitelem CzechTourism. Nižší organizační složkou jsou oddělení.

V průběhu roku 2008 došlo ke změnám v organizační struktuře. Nově byly zřízeny Mediální oddělení, Golfové oddělení a Oddělení výzkumu trhů a trendů.

- 1 Píseňský Prazdroj, Plzeň
- 2 Náměstí
- 3 Hrad Buchlov



ORGANIZAČNÍ SCHÉMA PLATNÉ PRO ROK 2008:



* Mimo systematizaci





3



4

- 1 Karlštejn
- 2 Švihov
- 3 Bílé Karpáty
- 4 Brno
- 5 Zámek Hluboká, Jižní Čechy
- 6 Mariánské Lázně



5



6

Činnost v roce 2008

Odbor domácího cestovního ruchu

ODDĚLENÍ KOMUNIKACE S REGIONY

V únoru 2008 proběhla čtvrtá etapa seminářů „Poznejte regiony Česka“ určených zejména pro průvodce. Cílem těchto seminářů bylo představení českých turistických regionů průvodcům před novou sezonou. Nabídka by je měla inspirovala k tomu, že své zahraniční klienty přivezou nejen do Prahy, ale i do dalších regionů. Celkový počet evidovaných přihlášek činil 303.

„Regionální prezentace“

Regionální prezentace jsou jedním z nástrojů, kterými Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism podporuje rozvoj cestovního ruchu v turistických regionech a oblastech

Návštěvnost jednotlivých seminářů

	Semináře	Počet účastníků
1.	25. 2. – Okolí Prahy, Severní Morava a Slezsko, Jižní Čechy	208
2.	26. 2. – Plzeňsko, Šumava, Jižní Morava	193
3.	27. 2. – Český ráj, Vysočina, Střední Morava	166
4.	28. 2. – Severozápadní Čechy, Krkonoše, Východní Čechy	160
5.	29. 2. – Český sever, Západočeské lázně	159

České republiky. Jejich cílem je představit regionální turistickou nabídku českým incomingovým cestovním kancelářím a agenturám.

Jedná se o představení turistických produktů, kvalitních ubytovacích kapacit (3* a výše, specializovaných především na skupinovou a incentivní turistiku), nepříliš známých turistických atrakcí daného regionu, resp. oblasti a dále novinek, které jsou uvedeny

na webech Kudy z nudy a 133 premiér. Nedílnou součástí programu je také workshop, jehož smyslem je, aby si odpovědní zástupci cestovních kancelářů individuálně dojednali obchodní podmínky s představiteli místní podnikatelské sféry. Pro každou cestu je vypracován speciální manuál s veškerými informacemi o navštívených místech a dalšími informacemi z regionu. Manuál je také k dispozici ke stažení na stránkách www.czechtourism.cz v sekci Regiony.



- 1 Štemberk
- 2 Rokytnice nad Jizerou
- 3 Přírodní scenerie, Špindlerův Mlýn
- 4 Kašperské hory
- 5 Ještěd, Český sever

Zde jsou také uveřejňovány pozvánky na připravované prezentace a krátké zprávy o prezentacích, které již proběhly (s hodnocením a fotodokumentací).

Největší úspěch, pokud se nepočítají smíšené prezentace, měla prezentace Plzeňska 2. dubna, účastnilo se jí 33 zástupců.

Celkem se účastnilo přes 200 škol a 1 600 žáků, kteří zaslali přes 700 prací. Každý ročník byl zakončen Velkým finále. Třetí ročník vyvrcholil v Centru Babylon v Liberci.

Datum	Region	Navštívená místa
11. března	Okolí Prahy – smíšená	Loučeň, Rožďalovice, Kouřim, Kolin
2. dubna	Šumava a Plzeňsko	Domažlicko, Český les
16. – 17. dubna	Vysočina	Pelhřimovsko, Havlíčkobrodsko, Třešť, Dalešice
13. května	Okolí Prahy – press trip	Rakovnicko, Karlštejnsko
20. – 21. května	Severní Morava a Slezsko	Těšínské Slezsko, Valašsko
4. června	Severozápadní Čechy	České Švýcarsko, Šluknovsko
10. června	Východní Čechy	Broumovsko, Ardšpach
16. června	Labská lodní cesta – smíšená	Roudnice nad Labem, Litoměřice, Ústí nad Labem
24. června	Okolí Prahy	Po stopách Přemyslovců
3. září	Východní Čechy	Podorlicko a Orlické hory
9. září	Český ráj – press trip	Putování za regionálními výrobky
24. a 25. září	Jižní Čechy a Šumava	Horažďovicko, Prácheňsko, Strakonicko
7. a 8. října	Jižní Morava	Slavkovsko a Vyškovsko
15. října	Český sever	Jablonec nad Nisou, Jizerské hory
5. listopadu	Okolí Prahy	Benešovsko, Příbramsko
12. listopadu	Krkonoše – press trip	Novinky ve východních Krkonoších

Celkem se regionálních prezentací a press tripů účastnilo 398 účastníků, což je o 58 více než v loňském roce. Průměrná účast zástupců incomingových cestovních kanceláří a agentur je 27 a průměrná účast novinářů je 23. Oproti loňskému roku se průměrná účast u cestovních kanceláří zvýšila o jednoho účastníka a u press tripů o tři účastníky.

Soutěž „Turisté vítání“ www.turistevitani.cz je projektem České centrály cestovního ruchu – CzechTourism. Již po třetí byla pořádána pro žáky základních a středních škol v celé republice, tentokrát pod záštitou Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy.

Soutěž „Turisté vítání“ nabízí žákům možnost zamyslet se nad budoucím povoláním v cestovním ruchu a současně se snaží vést rodiče k zamyšlení nad podnikáním v tomto oboru.

Každý ročník je rozdělen do tří kategorií podle stupně základní, resp. střední školy. V ročníku 2008/09 je v první kategorii tématem pro žáky 4. až 6. tříd základních škol „**Obvyklý den pracovníka nebo podnikatele v cestovním ruchu**“. Děti mají možnost představit si, **jak asi vypadá běžný pracovní den lidí zaměstnaných v této oblasti. Co se jim na povolání líbí a co všechno musí pracovník, který je vykonává, umět. Co a jak se musí naučit a jak se má chovat k turistům.** Druhá kategorie je určena žákům 7. až 9. tříd základních škol. Ti se mají zamyslet na tím „**Jak přilákat do regionu, ve kterém žijí, více turistů**“. Třetí kategorie je určena těm nejstarším, žákům středních škol. Jejich téma je „**Zakládáme vlastní firmu podnikající v naší obci/měste v oblasti cestovního ruchu**“. V této kategorii se objevují velmi zdařilé projekty, které by bylo možné hned realizovat. Každý projekt je vlastně podnikatelským záměrem se všemi potřebnými náležitostmi, jako jsou analýza konkurence, náklady, možnosti úvěrů, návratnost kapitálu atd.

Odbor zahraniční

ODDĚLENÍ ZAHRANIČNÍCH ZASTOUPENÍ

CzechTourism spravuje celkem 26 zahraničních zastoupení.

Rok 2008 se nesl ve znamení posilování pozic na evropských trzích, především ve **Skandinávii**. Na základě stále rostoucího zájmu švédských turistů o ČR bylo v říjnu otevřeno zahraniční zastoupení prvního stupně ve Stockholmu. Nárůst švédských turistů za rok 2008 o 11 % v hromadných ubytovacích zařízeních (ve srovnání s rokem 2007) svědčí o vzrůstající oblibě ČR. Tato skutečnost je založena na vnímání ČR jako země s unikátním kulturním a historickým odkazem. Švédové k nám přijíždí především za aktivní a zážitkovou dovolenou, golfem, do lázní či za nákupy. V roce 2008 navštívilo ČR 84 745 švédských turistů. V hodnocení TOP destinací se Švédsko nachází na 16. místě v pořadí jednotlivých zdrojových zemí příjezdového cestovního ruchu ČR.

Každý rok přijíždí do České republiky více než **1,5 milionu německých turistů** a právě pro tento největší trh českého incomingu připravil CzechTourism Berlín novou aktualizovanou podobu katalogu „Kommen Sie nach Tschechien“. V tomto praktickém průvodci pro cestování o rozsahu 124 stran může německý turista nalézt širokou škálu užitečných informací od důležitých kontaktů v ČR a zdravotního

pojištění přes tipy na ubytování až po turistické slevové karty. Katalog „Kommen Sie nach Tschechien“ vyšel v nákladu 10 000 výtisků a CzechTourism Berlín společně s CzechTourism Mnichov, který dodal seznam cestovních kanceláří z jihu Německa, jej distribuoval na všech svých akcích v roce 2008. Kromě individuálních turistů byl katalog určen pro cestovní kanceláře, novináře a diplomatická zastoupení ČR na našem největším zdrojovém trhu cestovního ruchu. Obdobnou turistickou příručku vydalo i zahraniční zastoupení ve Vídni. Rakousko je na 11. místě v počtu příjezdů do ČR a tvoří zhruba 3 % všech turistů přijíždějících do ČR. Kvalitu obou zmíněných materiálů potvrzuje i fakt, že jsou zcela financovány z inzertních příspěvků českých i zahraničních komerčních subjektů.

Významné akce

Jednou z nejvýznamnějších akcí konaných v ČR byl bezpochyby **šestisetčlenný kongres asociace sdružující elitní touroperátory z Latinské Ameriky, OMVESA**. O prestižní setkání OMVESA soutěžila ve španělském Badajozu v březnu 2007 Česká republika, Španělsko a Egypt. Obhajoba kandidatury naší země, na které se podílela se svými partnery státní agentura CzechTourism, se setkala s pozitivním ohlasem a pracovní setkání s prezentací České republiky z pohledu cestovního ruchu se uskutečnilo od 20. do 25. února



1



2



3

2008 v českých krajích – Karlovarský, Jihočeský a hl. m. Praha. Region střední a východní Evropy, do kterého se řadí Česká republika, se stává módní destinací pro latinskoamerické turisty, kteří u svých cestovních kanceláří žádají stále více informací a pobytů. Latinská Amerika představuje trh s více než půlmiliardou obyvatel, z níž více než 2 miliony ročně cestují do Evropy. CzechTourismu se naskytla neopakovatelná možnost představit turistický potenciál a nabídnout jej k „prodeji“ zahraničním touroperátorům.

Na úspěšný kongres OMVESA navázal **kongres SNET** (Syndicat National des Entreprises de Tourisme) sdružující na 200 francouzských subjektů z oblasti cestovního ruchu. Na konci března se do Plzně a do Prahy sjelo na 106 zástupců francouzských cestovních kanceláří a autodopravců. Francie je v žebříčku zdrojových zemí pro ČR na 10. místě.

U příležitosti oslav Mezinárodního dne cestovního ruchu WTO v hlavním městě Peru se konal **festival české gastronomie v Limě** (22.–27. září). Hlavním protagonistou byl český šéfkuchař, kterého do Peru vyslala Asociace hotelů a restaurací České republiky. Jednalo se o první a zároveň velice úspěšnou akci, při které se v této destinaci představila česká kuchyně.

V září přivítala ČR nejdůležitější zástupce **americké asociace cestovního ruchu USTOA** (United States Tour Operators Association), která sdružuje špičkové americké touroperátory. Spojené státy jsou pro Českou republiku významným zdrojovým trhem. V roce 2008 k nám přijelo 305 240 Američanů, což je mezi zahraničními turisty řadí na 6. příčku.

Nevšední cestopis České republiky vytvořil v září japonský štáb ve spolupráci s **japonským zahraničním zastoupením** CzechTourism. Role moderátorky a průvodkyně se ujala jedna z nejpoblábnějších zpěvaček v Japonsku Hiromi Iwasaki, která se v květnu 2008 stala tzv. ambasadorem přátelství České republiky a pravidelně se objevuje na prezentačních akcích CzechTourism v Japonsku. Čtyřdílný cestopis zachytil místa jako Český Krumlov, Karlovy Vary a Prahu. Japonští turisté se řadí mezi nejsolventnější cestovatele – za den utratí v průměru 3 400 Kč na osobu.

Zahraniční zastoupení CzechTourism v **Londýně** ve spolupráci s asociací ABTA připravilo na konci října vydání katalogu Czech Republic Guide 2009, určeného všem cestovním kancelářím ve Velké Británii. Katalog čítající 50 stran obsahoval kromě nejnovějších informací z České republiky a tradičních marketingových témat také dva nové produkty, které dosud nebyly ve Velké Británii prezentovány, a to **Wedding Tourism a Brewing City of**

Pilsen. Britové tvoří druhou nejdůležitější zdrojovou destinaci s více než 485 000 turisty za rok 2008.

Spojení významné sportovní události s představením turistického potenciálu České republiky využilo **zahraniční zastoupení v Pekingu** v prostorách lobby „olympijského hotelu“ Gloria Plaza v době konání LOH v Pekingu. Informační stánek CzechTourism doprovázela expozice českého skla s ukázkou ručního rytí skla a video projekcí o ČR, což budilo mezi přítomnými velký zájem. Ještě před zahájením LOH proběhla velká medializace ČR na nejvýznamnějších čínských TV stanicích (např. CCTV, Phoenix TV, The Travel Channel, Guangzhou Cable TV), a to na základě press tripů, které se uskutečnily v ČR v první polovině roku 2008. Počty čínských turistů, kteří v roce 2008 přicestovali do ČR, narostl v porovnání s rokem 2007 o více než 38 %, což je rekordní nárůst mezi všemi destinacemi vůbec.

Oblíbenost ČR u našich **polských sousedů**, která začala výrazně stoupat již v roce 2007, pokračovala i v roce 2008, kdy celkový nárůst činil 25 % s počtem necelých 384 000 turistů. Hlavní důvody nárůstu lze spatřovat v intenzivní spolupráci s internetovými portály věnujícími se turistice, v pravidelném týdenním rozesílání newsletterů novinářům, v pořádání studijních cest pro

- 1 FOTO MEDALNI KAMPANE
- 2 FOTO MEDALNI KAMPANE



zástupce polských cestovních kanceláří a aktivním působení zahraničního zastoupení ve Varšavě.

Druhý největší nárůst turistů v roce 2008 (o 30 %) připadl **turistům z Ruska**, kteří se zařadili na 3. příčku z hlediska příjezdů do ČR. Průměrná doba pobytu ruských turistů v ČR v rozsahu cca 6 dnů patří tradičně k nejdelším, což je dáno především dlouhodobějšími pobyty v českých lázních. Nejen s ohledem na růstový potenciál této destinace, ale též k 10. výročí působení CzechTourismu v této destinaci se v roce 2008 uskutečnila řada prezentačních akcí, ať už ve formě největší vlakové roadshow po Transsibiřské magistrále (v délce 5 192 km) či lázeňsky zaměřených akcí.

Mediální kampaně

Po dobu celého roku 2008 probíhala unikátní obrazová kampaň na dopravních prostředcích ve Vídni, a to formou 8

velkoplošných tabulí v nejexponovanějších stanicích vídeňského metra.

Nosný slogan „Už jste byli na návštěvě u svých sousedů“ spolu s vhodně zvolenými fotografiemi atraktivit ČR zaujaly též největší rakouskou mediální agenturu Gewista. Ta vyhlásila soutěž o nejpoutavější reklamu v rámci ME v kopané, v níž se agentura CzechTourism umístila na pátém místě v oblíbenosti u vídeňské veřejnosti (obstáli jsme tak v konkurenci s takovými subjekty, jako jsou A1, Rauch, Puma, Bank Austria, Deník Österreich, Wiener Städtische a mnoho dalších).

V lednu a únoru 2008 probíhala v **londýnském Undergroundu bannerová kampaň**, kterou CzechTourism spolu s pražským Magistrátem zval britskou veřejnost k návštěvě ČR. Bannery byly umístěny v celkem 20 centrálně položených stanicích, mezi kterými nechyběly jak

nejvýznamnější nádraží jako Liverpool Street Station, King's Cross a Victoria, tak vůbec nejrušnější stanice londýnského metra jako Oxford Circus, Picadilly Circus nebo Green Park.

Reklamní image kampaň v Německu

„Česká republika – symfonie zážitků“ představila v průběhu celé první poloviny roku 2008 naši zemi jako zajímavou turistickou destinaci v nejvýznamnějším německém turistickém časopise FWW. Uvedený časopis patří do rozsáhlé sítě vydavatelství FWW Mediengruppe, které má dominantní roli v oblasti ČR. Časopis FWW spoluvytváří a komentuje vývoj v německém cestovním ruchu se zaměřením na vyšší a střední management, který má řídicí a určující roli při výběru a zařazení jednotlivých destinací do svých katalogů. Zmíněný prestižní časopis odebírá více než 34 000 cestovních kanceláří po celém Německu.



V říjnu 2008 byla v **Irsku spuštěna kampaň s názvem „Czech Out beyond Prague“**, která navazuje na propagační aktivity v Irské republice.

Kampaň měla hned několik důležitých cílů – v první řadě přilákat do České republiky více irských turistů a představit jim v naší zemi kromě Prahy i další turistické regiony. Podpořit by měla i růstový trend příjezdů Irů do ČR. Účelem sloganu bylo nalákat turisty i do zajímavých míst v regionech, která jsou v dojezdové vzdálenosti od hlavního města. V posledních dvou letech byl patrný nárůst v příjezdech irských turistů do ČR, v roce 2007 to byl 20% přírůstek a v prvním pololetí roku 2008 dokonce 31% oproti stejnému období roku 2007.

ODDĚLENÍ VELETRHŮ

V roce 2008 organizoval CzT prostřednictvím oddělení veletrhů oficiální účast České republiky na 49 veletrzích cestovního ruchu v Evropě a ve světě.

Z Prahy byly realizovány velké veletrhy s množstvím vystavovatelů, veletrhy v zemích, kde není zahraniční zastoupení, a dále pak veletrhy s náročnější účastí ve vzdálenějších destinacích. Výrazná sezonnost cestovního ruchu každoročně směřuje konání větší části veletrhů do prvního a čtvrtého čtvrtletí roku.

V roce 2008 došlo na veletrzích CzechTourism, organizovaných z Prahy, ke zvýšení počtu obrazovek v expozici na všech organizovaných akcích. V roce 2008 bylo vytipováno 11 akcí s prezentačním prostorem spoluvystavovatelů o ploše 6 m². Na zbývajících 38 veletrzích náležela každému ze spoluvystavovatelů prezentační plocha o velikosti 4 m². CzT podpořil všechny expozice množstvím zajímavých doprovodných akcí. Osvědčenými lákadly byly restaurace s typickou českou kuchyní a pivem, hudební produkce a představení řemesel. Pro odborné návštěvníky to byly prezentace, workshopy a party na stánku. Z řemesel nejvíce zaujaly ukázky rytí do skla, zdobené pardubických perníčků a jako ukázka české produkce jsou prezentovány také korálky z Jablonexu.

Oddělení veletrhů také obměňovalo na každém veletrhu motivy velkoplošných podsvícených backlightů, které byly součástí této expozice.

Podpora regionů a vystavovatelů

Také v roce 2008 poskytla agentura CzechTourism podporu vystavovatelům na vybraných akcích. Na 11 vytipovaných akcích obdrželi zástupci krajských úřadů a regionálních sdružení podporu ve vyšší ceny za celý prezentační sektor, měli tedy účast na těchto akcích zdarma.



- 1 Jindřichův Hradec
- 2 Slapy

Jednalo se o tyto akce: Vakantie Utrecht, Ferienmesse Vídeň, Fitur Madrid, Reisen Hamburk, CBR Mnichov, ITB Berlín, MITT Moskva, TT Varšava, UTM Kyjev, WTM Londýn a TC Lipsko.

Komerčním vystavovatelům náležela na všech akcích, tzn. včetně vytípaných 11, podpora ve výši – z celkové ceny sektoru.

Veletrhy 2008

V roce 2008 ubyly veletrhy HWS Dublin, BTL Lisabon, OTM Mumbai, AIME Melbourne, OTM Dílí, Golf Show Praha a Locations Mumbai a přibylo 11 akcí uvedených na dalším listu v příloze.

V porovnání s rokem 2007 stojí za zmínku vysoký meziroční nárůst počtu vystavovatelů na veletrzích Vakantie Utrecht a MITT Moskva. Překvapující byl poměrně vysoký zájem o první oficiální účast na veletrhu UITT Kyjev, BITE Peking, 50+Beurs Utrecht a EIBTM Barcelona. Stabilně vysokou účast i úroveň si drží Vakantie Utrecht, ITB Berlín, MITT Moskva, WTM Londýn a TuC Lipsko. Menší meziroční pokles nastal u veletrhů Fitur Madrid, BIT Miláno, RDA Kolín, Odykh Moskva, UTM Kyjev a WTM Londýn. V roce 2008 se Česká republika účastnila veletrhů JATA Tokio a CITM Šanghaj v rámci V4.

	Název veletrhu	Datum	Plocha
1	Vakantie Utrecht	8.–13. 1.	374
2	Go Brno	10.–13. 1.	200
3	Reiseliv Oslo	10.–13. 1.	50
4	CMT Stuttgart	12.–20. 1.	170
5	Ferienmesse Vídeň	17.–20. 1.	240
6	Slovakiatour Bratislava	17.–20. 1.	80
7	Vakanz Lucemburk	18.–20. 1.	30
8	Ferie Kodaň	25.–27. 1.	42
9	Fitur Madrid	30. 1.–3. 2.	260
10	Fespo Curych	31. 1.– 3. 2.	40
11	Reisen Hamburk	6.–10. 2.	220
12	Vacances Brusel	7.–11. 2.	156
13	Balltour Riga	8.–10. 2.	100
14	HW Praha	14.–17. 2.	180
15	CBR Mnichov	14.–18. 2.	380
16	Tourest Tallin	15.–17. 2.	64
17	BIT Miláno	21.–24. 2.	190
18	Utazás Budapešť	28. 2.–2. 3.	140
19	Vivattur Vilnius	29. 2.–2. 3.	40
20	ITB Berlín	5.–9. 3.	563
21	MAP Paříž	13.–17. 3.	40
22	TUR Göteborg	13.–16. 3.	100
23	Silesiatour Katowice	14.–16. 3.	80
24	Intourmarket Moskva	16.–19. 3.	100
25	MITT Moskva	19.–22. 3.	500
26	UITT Kyjev	26.–28. 3.	60

	Název veletrhu	Datum	Plocha
27	WTF Šanghaj	27.–30. 3.	48
28	Imex Frankfurt	22.–24. 4.	170
29	KITF Alma-Ata	24.–26. 4.	150
30	ATM Dubaj	6.–9. 5.	100
31	KOTFA Soul	5.–8. 6.	40
32	ITE Hong Kong	12.–15. 6.	40
33	BITE Peking	19.–21. 6.	50
34	RDA Kolín n. Rýnem	5.–7. 8.	140
35	Top Resa Paříž	16.–19. 9.	100
36	50+ Beurs Utrecht	17.–21. 9.	60
37	JATA Tokio	19.–21. 9.	100
38	Motivation Show Chicago	23.–25. 9.	30
39	TT Varšava	25.–27. 9.	200
40	ITF Taipei	říjen	36
41	Otdych Moskva	říjen	330
42	UTM Kyjev	7.–9. 10.	200
43	UTE Jekatěrinburk	9.–12. 10.	100
44	TS Poznaň	16.–18. 10.	100
45	WTM Londýn	10.–13. 11.	450
46	TC Lipsko	19.–23. 11.	400
47	CITM Šanghaj	20.–23. 11.	100
48	EIBTM Barcelona	2.–4. 12.	150
49	ILTM Cannes	9.–11. 12.	35

Sektor 6 m², podpora krajů

Sektor 4 m²

ODDĚLENÍ KONGRESOVÉ A INCENTIVNÍ TURISTIKY

Rozvoj České republiky (ČR) v oblasti kongresové a incentivní turistiky

je nepochybný. Rozvíjejí se služby v této oblasti, stejně tak jako se zvyšují ubytovací a kongresové kapacity. Jednou ze zkoušek, které Praha každým rokem podstupuje ve formě pořádání velkých kongresových akcí, se uskutečnila také v roce 2008 – Světový kongres psychiatrů, který Praha hostila v září. Praha v tuto dobu poskytla zázemí cca 8 000 kongresových návštěvníků. Právě oni prověřili kvalitu a připravenost ubytovacích služeb, kongresových kapacit a dalších doprovodných služeb.

Kongresové prostory a hotely v ČR jsou známé svou vysokou úrovní služeb, kvalitními restauracemi a pestrou nabídkou doprovodných programů.

Všechny tyto možnosti však vyžadují značnou **marketingovou podporu**, která ze strany zahraničních klientů zajistí zájem o ČR jako destinaci. Právě tato podpora a získávání akcí pro ČR je jednou ze základních činností KIT CzechTourism, kterému jsou při samotné realizaci marketingových aktivit významným partnerem soukromé subjekty z oblasti kongresového a incentivního turismu. Pro zlepšování pozice Prahy mezi ostatními světovými kongresovými destinacemi KIT CzechTourism využívá především zahraničních tematických

prezentací ve formě MICE workshopů či veletrhů. Ty umožňují oslovit zahraniční „hosted buyers“ a představit jim Prahu a Českou republiku jako ideální místo pro konání kongresů, konferencí, seminářů a incentivních programů. Tematické prezentace jsou primárně zaměřeny na klíčové zahraniční destinace, které se přizpůsobují dle statistických přehledů návštěvnosti ČR. Prezentace rozvíjejí pozitivní image Prahy a České republiky, což je předpokladem pro úspěšný rozvoj kongresové turistiky. Prezentačním materiálem je tzv. „**Bid book**“, jednotný materiál se souhrnnou nabídkou kongresových prostor a služeb v Praze a České republice. Tento materiál je k dispozici také všem subjektům, které mají zájem profesionálně prezentovat své kongresové prostory, ubytovací kapacity, doprovodné služby apod.

Jedním z konkrétních projektů, který podporuje získávání velkých kongresových akcí pro Prahu a Českou republiku, je společný projekt agentury CzechTourism a Prague Convention Bureau „**Bidding for Prague, bidding to win**“. Projekt v první fázi analyzuje potenciální akce především z mezinárodní databáze ICCA (International Congress and Convention Association), následně se připraví nabídka, která je prezentována vedení mezinárodní asociace a ČR tak vstupuje do tendru s ostatními metropolemi, které se o konkrétní akci ucházejí.

Strategickým projektem pro rozvoj kongresové turistiky v celé České republice je vznik **Czech Convention Bureau**. Konkrétně se jedná o vytvoření jednotlivých kongresových kanceláří v regionech, které umožní lepší koordinaci marketingových aktivit a využijí synergického efektu prezentací na zahraničních trzích.

Další rozvoj kongresové turistiky podpořilo také otevření nového terminálu Sever 2 na **letišti Ruzyně**, který zvyšuje okamžitou odbavovací kapacitu cestujících. Terminál Sever 2 odbaví až 10 milionů pasažérů ročně a v plánu je další rozvoj. Rozvojová strategie letiště počítá v budoucnu s roční kapacitou 20 milionů cestujících. V současné době letiště zajišťuje přímé spojení mezi Prahou a 103 světovými destinacemi cca 50 leteckých přepravců s průměrem 400 letů denně.

Kongresové **aktivity** se rozvíjejí nejen v Praze, ale také v **regionech**. Regiony jsou vnímány jako partneři zejména v souvislosti s doprovodnými programy. Jsou to destinace nepříliš vzdálené od Prahy, s dobrou dopravní dostupností a jsou **ideální lokalitou pro zpestření několikadenních kongresových akcí** realizovaných v hlavním městě. Nabízejí široký výběr kvalitních incentivních programů. Pokud jde o úroveň a kvalitu veškerých služeb souvisejících s organizací a realizací kongresových akcí,

patří Česká republika mezi vyhledávanou světovou špičku.

Regiony mohou pořádat ve srovnání s Prahou rozsahem menší akce, ale jejich kapacita se stále buduje a zvětšuje.

KIT CzechTourism bude i nadále v kooperaci s klíčovými subjekty na trhu kongresové a incentivní turistiky usilovat o rozvoj marketingových aktivit, které zajistí České republice silnou pozici mezi konkurenčními světovými kongresovými destinacemi.

Vybrané anotace jednotlivým realizovaným akcím

(podrobné zprávy ze všech akcí jsou k dispozici v kanceláři KIT CzechTourism)

Rozvoj kongresové a incentivní turistiky v regionech České republiky

11. ledna 2008 se v Brně v rámci REGIONTOURU a GO uskutečnila konference pořádaná CzechTourismem zaměřená na kongresovou a incentivní turistiku s názvem Rozvoj kongresové a incentivní turistiky v regionech České republiky.

BEDOUK Paříž a CONFEX Londýn

KIT CzechTourism se v průběhu měsíce února prezentoval na dvou mezinárodních veletrzích, které jsou zaměřené na kongresovou a incentivní turistiku.

Prvním z nich byl **pařížský BEDOUK**, který umožnil představit ČR francouzským hosted buyers. Tento veletrh se jako již tradičně konal v prostorách pařížského výstaviště Paris EXPO v termínu 6. a 7. února 2008. Druhým veletrhem, kde CzechTourism KIT představil ČR, byl **londýnský CONFEX**. Tento veletrh probíhal 12. – 14. února v prostorách výstaviště Earls Court v Londýně. Zájem o prezentaci České republiky pod záštitou agentury CzechTourism byl po celou dobu konání veletrhu značný. V rámci tohoto veletrhu kongresové a incentivní turistiku zorganizoval KIT CzT ve spolupráci s PCB, zahraničním zastoupením CzT v Londýně a Velvyslanectvím České republiky v Londýně také MICE workshop. Cílem workshopu bylo představit Českou republiku a Prahu londýnským nákupčím a oslovit tak potenciální klientelu, která přinese České republice nové obchodní příležitosti v podobě konání seminářů, konferencí, kongresů a incentivních akcí.

Akce, která probíhala 13. února v prostorách Velvyslanectví České republiky v Londýně, se zúčastnilo 97 „hosted buyers“ a je velmi příjemné konstatovat, že tato prezentace byla více než úspěšná. Vzhledem k efektivitě **MICE workshopů** se KIT CzechTourism také v budoucnu zaměří

Veletrhy MICE

12.–14. 2.	Londýn	CONFEX	www.international-confex.com
19.–20. 2.	Melbourne	AIME	www.aime.com.au
6.–7. 2.	Paříž	BEDOUK	www.salon.bedouk.com
19.–20. 3.	Brusel	EMIF	www.aboutemif.com
22.–24. 4.	Frankfurt	IMEX	www.imex-frankfurt.com
8.–10. 4.	Abu Dhabi	GIBTM	www.gibtm.travel
18.–20. 4.	Londýn	MPI	www.mpiweb.org
12.–15. 6.	Hong Kong	ITE MICE	www.itemice.com
19.–20. 8.	Toronto	Incentive Works	www.meetingscanada.com
23.–25. 9.	Chicago	Motivation Show	www.motivationshow.com
1.–5. 11.	Victoria	ICCA	www.iccaworld.com
2.–4. 12.	Barcelona	EIBTM	www.eibtm.com

Workshopy MICE

Workshop KIT na BVV Brno	11. 1. 2008
MICE Workshop Londýn	13. 2. 2008
MICE Workshop Tallinn	12. 3. 2008
MICE Workshop Brusel	18. 6. 2008
MICE Workshop Toronto	20. 8. 2008
MICE Roadshow USA	29. 9.–1. 10. 2008

na pořádání těchto prezentací/workshopů v evropských metropolích, které jsou v oblasti kongresové a incentivní turistiky pro ČR přínosné.

Workshop Tallinn

Workshop s názvem „Česká republika – ideální incentivní a lázeňská destinace“ byl připraven ve spolupráci oddělení kongresové a incentivní turistiky s oddělením lázeňství CzT a ČSA Talin, které jeho konání iniciovalo. Cílem bylo představit incentivní a lázeňskou nabídku země na estonském trhu a podpořit estonské touroperátory při tvorbě a nabídce nového produktu.

Prezentace na kanadském a americkém trhu

V termínu 19.–20. srpna KIT CzT představil Českou republiku na veletrhu Incentive Works v kanadském Torontu.

Návazně na tuto akci se konal také workshop zaměřený na oblast kongresového a incentivního turismu. V rámci workshopu se uskutečnila prezentace České republiky jako ideální destinace pro MICE, a to 21. srpna 2008 v reprezentativních prostorách Estate Of Sunny Brook Toronto, kam byli pozváni zástupci „hosted buyers“, zástupci státní správy, novináři a televizní štáby. Na obě tyto akce, veletrh i workshop, zahraniční zastoupení CzechTourism v Torontu pozvalo více než 300 partnerů, kteří projevíli zájem o Prahu a Českou republiku

jako destinaci pro pořádání dalších svých plánovaných akcí. Samotný workshop umožnil českým subjektům oslovit 60 kanadských nákupčích.

Další podzimní akcí, kde se ČR prostřednictvím KIT CzT prezentovala, byl veletrh Motivation Show v Chicagu a následně série MICE workshopů v Los Angeles, Dallasu a Atlantě.

Incentivní katalog

Nový koncept „Incentiva v České republice – kompletní průvodce pro organizátory malých skupin nebo zájemce o incentivní programy v ČR“ byl představen na počátku roku 2008. Naším cílem bylo vytvořit katalog, který nebude pouze seznamem firem a jejich reklamou, ale především materiálem, který klientům představí možnosti těchto firem. Zmíněný způsob prezentace destinace – vzdělávání klientů v oblasti incentivní nabídky – je neocenitelnou devizou, která nám v další fázi pomůže vzbudit zájem klientů o destinaci jako takovou.

Záměrem agentury CzechTourism je také upozornit na incentivní příležitosti v každém z českých regionů. Regiony jsou představeny následujícím způsobem – první strana obsahuje všeobecné informace (jméno a logo regionu, mapu, základní informace, počet hotelů, penzionů, jednacích prostor, přehled významných událostí, vzdálenost z Prahy apod.) Druhá část složky je věnována

českým incentivním agenturám a ideálním jednacím místům. Každá incentivní společnost má v katalogu jednu stranu, kde má možnost představit svůj produkt. Tato strana zahrnuje název firmy a logo, kontaktní informace, krátký popis, v čem spočívá specializace firmy, a velmi krátký příklad jejího nejlepšího incentivního programu s fotografií. Celý katalog je zakončen zbývajícími incentivními společnostmi, ideálními jednacími místy a přehledem partnerů.

Kampaně kandidatur

V důsledku rozvoje se KIT CzechTourism aktivně zaměřuje mimo jiné i na získávání nových kongresových akcí pro ČR. KIT CzT bude po získání akce spolupracovat se subjekty, a to v první fázi s kategorií organizátorů kongresů, dále s poskytovateli příslušných služeb – kategorií hotelů, poskytovatelů AV techniky, cateringovými firmami a dalšími. Připravovaný projekt v první fázi analyzuje pro naši destinaci vhodné potenciální akce především z mezinárodní databáze ICCA (International Congress and Convention Association). Dále se projekt rozšiřuje na budování podpory zástupců místních oborových asociací, kteří mohou získání konkrétní akce pro ČR odborně podpořit.

V roce 2008 CzechTourism KIT podpořil a spolupracoval na následujících Kampaních kandidatur:

- 1 Český Ráj
- 2 Cykloturistika

Ortopedický kongres 2014

IMGC Prague Conference, November 2008

WPA 08

5. ročník Mezinárodního symposia rytého skla

2009 ASME PVP Conference-Prague Hilton-July 26.-30, 2009

The 1st Meth conference in Prague/ September 2008

JWC Covenant/Leukemia 2009

EDTNA-ERCA konference - 6.-9. 9. 2009

TMAC 2011

Světový kongres IUCR

convention ABTA 2009-2014

IEEE Panel of Conference Organizers Meeting July 2009

IFHP Mikulov 2009, Světový slévárenský kongres 2009

ADPD Conference in March 2009

Higher Education in a Global Context

European Association for Sport Management Congress 2011

ICM 2014

SAE International Meeting

FIP 2011 - International Congress of Pharmaceutical Sciences

International Congress on Mathematical Physics

7th European American Congress on Venous Diseases & XXXIIIrd Annual Congress of the Czech Society of Phlebology, Praha, 2009

16th International Oral History Conference, Praha, 7.-11. 7. 2010

21st International Congress on Fibrinolysis & Proteolysis, Praha, 2012

Ninth World Shakespeare Congress, Praha, 17.-22. červenec 2011

IPOS 12th World Congress

2009 ACTE Global Education Conference

AMERICAN EXPRESS ANNUAL MEETING IN PRAGUE

BODY-MIND-SPIRIT CONFERENCE

28th Coaltrans World Coal Conference kongres FERMA

8th Annual IAFMHS Conference

MPI + M & I FORUM 2009

Educational ROUTES DEVELOPMENT CONFERENCE

European Route Development Conference

WCCPC 08

IPVS

FAM TRIPY MICE

Fam Trip Kenes - významná agentura v organizaci mezinárodních kongresů - 02/08

Fam Trip Irsko - ve spolupráci se ZZ UK - 02/08

Fam Trip Indie - Oddělení KIT 06/08

Fam Trip Francie - SNET - ve spolupráci se ZZ Francie 03/08

Fam Trip Itálie - ve spolupráci se ZZ Itálie - 03/08

Fam Trip AMEX - The Travel Team - 05/08

PRESS TRIPY MICE

Press Trip Francie - IPT Evenements et Conventions 06/08

Meetings Magazine - 06/08

Business Destinations Magazine - 03/08

Press Trip Kanada - ve spolupráci se ZZ Kanada - 09/07

CONVENTION AND INCENTIVE CATALOGUE

V roce 2008 proběhla aktualizace katalogu KIT. Nechali jsme vyrobit další jazykové verze pro zahraniční PCO a DMC. Nový aktualizovaný katalog KIT je možné obdržet v angličtině, němčině, francouzštině, ruštině a češtině.

INZERCE MICE

Bedouk Catalog - 2008

Meetings and Conventions Magazine - 2008 - celosvětový

Czech MICE Guide in Meetings and Conventions Magazine - 03/08

Business Destinations Magazine - 04/08 - celosvětový

Overseas Living Magazine - 05/08

Meetings Magazine, Netherlands - 10/08

Meetings and Congress Magazine - 10/08 - Itálie





ODDĚLENÍ LÁZEŇSTVÍ

Oddělení lázeňství CzechTourism, které funguje již čtvrtým rokem, je dnes mezi odbornou veřejností známým a vyhledávaným partnerem na poli propagace českého lázeňství doma i v zahraničí.

V roce 2008 pomohl CzechTourism zviditelnit unikátní české medicínské lázeňství nejen v tuzemsku, ale také na zahraničních trzích. Hned tři lázeňské **workshopy** proběhly v ruských regionech (Rostov na Donu, Volgograd, Krasnodar) a poprvé i v Pobaltí (Talin, Riga, Vilnius), dále pak, též nově, dva ve Skandinávii (dánská Kodaň a švédský Stockholm) a jeden na Ukrajině (Doněck). Poprvé proběhly prezentace v zahraničních obchodních centrech v polské Wroclawi a slovenské Bratislavě. V Německu se lázeňské společnosti mohly představit

v drážďanské Markthalle na prezentaci českého lázeňství, která proběhla v rámci Dnů české a německé kultury pořádaných Českým centrem v Drážďanech. České lázně v Německu prezentoval CzechTourism také rozsáhlejší inzerci. Vkládaná osmistránková imageová brožurka „Malý průvodce českými lázněmi“ vyšla ve všech 33 500 říjnových výtiscích prestižního německého týdeníku Travel Talk, který se dostává do rukou pracovníkům cestovních kanceláří v celém Německu.

Pokračovala také propagace lázeňství na domácím trhu, oddělení lázeňství uspořádalo tři prezentace s bohatým doprovodným programem v nákupních centrech v Praze, Liberci a v Ostravě.

Čistě lázeňskou expozici uspořádal CzechTourism také na významném

regionálním **veletrhu** cestovního ruchu Reisen&Caravan v Erfurtu. CzechTourism nechyběl ani na specializovaném a odborném lázeňském veletrhu Spa Show v Londýně. Do českých lázní na pozvání agentury CzechTourism **přijeli touroperátoři a zástupci cestovních agentur** z Ruska, Ukrajiny, Itálie, Kanady či SAE, dále pak **novináři** z Itálie, Ukrajiny, novinářka a televizní štáb ze SAE a též kanadský televizní štáb. Skupina kazašských lékařů navštívila západočeské lázně a Teplice a v rámci semináře s českými kolegy načerpala informace o léčebných účincích našich lázní.

Agentura CzechTourism je realizátorem projektu **Karlovarský týden, jehož třetí ročník proběhl v říjnu 2008 v Karlových Varech**. Dominantním tématem „Karlovarského týdne“ je české lázeňství a cestovní ruch, jeho současný

- 1 Kost
- 2 Rezervace SooS
- 3 Chrám sv. Mikuláše, Znojmo

stav a perspektivy v celoevropském kontextu. Spojení již tradičního festivalu **Tourfilm s Lázeňským festivalem a Konferencí Sdružení lázeňských míst** opět přilákalo do známého lázeňského místa řadu odborníků, 55 zahraničních zástupců z mnoha zdrojových trhů (Číny, Kanady, Ukrajiny, Německa, Španělska, Itálie, Švýcarska, Ruska, Litvy, Bulharska, Finska, Estonska, Nizozemí a Francie) i laickou veřejnost. Součástí projektu byl i workshop, kde na 30 českých a moravských lázní předvedlo svou nabídku všem zahraničním účastníkům.

Shrnutí 2008	Počet zemí	Počet českých účastníků	Počet zahraničních
18 workshopů, prezentací, veletrhů, z toho:	12	187	8632
11 workshopů, prezentací	8	108	482
1 veletrhů	1	9	5000
6 prezentací OC	4	70	3150
8 tripů, z toho	6		50
1 hromadných press tripů	1		3
5 hromadných fam tripů	5		36
1 individuálních press tripů	1		2
1 infotripů pro lékaře	1		9

ODDĚLENÍ PR

Organizace cest novinářů a touroperátorů do České republiky

Jedním ze středobodů propagace České republiky v zahraničí je názorné představení turistického potenciálu zahraniční odborné veřejnosti, novinářům a představitelům touroperátorů.

Oddělení press a fam tripů v roce 2008 pokračovalo v mezinárodním incomingovém projektu „LOOKING FOR CHARM AND ATMOSPHERA? ENJOY THE CZECH REPUBLIC 2008“. Součástí těchto akcí pro touroperátory (TO) a novináře byl vždy workshop pro české subjekty nabízející turistický potenciál v oblasti ubytování, gastru, zábavy a podobně. Úspěšného projektu se v roce 2008 zúčastnilo celkem 206 zahraničních účastníků (128 TO a 78 novinářů).

Druhá akce Enjoy s podtitulem Indian Summer (v termínu 11. – 16. 9.) byla realizována s cílem představit národní turistické produkty s akcentem na českou hudbu, českou kuchyni, architekturu a technické památky a směřovala do všech regionů České republiky.

ENJOY THE CZECH REPUBLIC

	TO	Novináři
Jaro	65	43
Podzim	63	35
Celkem	128	78

Kromě projektu Enjoy the Czech Republic 2008 bylo ve spolupráci se zahraničními zastoupeními zorganizováno celkem 65 hromadných fam tripů (HFT), individuálních a hromadných press tripů (IPT a HPT) a hromadných press a fam tripů (HPFT) pro 876 osob.

Z významnějších akcí lze jmenovat press trip Perly pražské architektury (v termínu 10. – 13. 6.) zakončený party v Lossové vile na Smichově, press trip na podporu Mistrovství světa v klasickém lyžování v Liberci 2009 (realizovaný v prosinci 2008) či press trip „Za historií a moderní architekturou České republiky“ pro německé a rakouské novináře v rámci partnerství ČR na veletrzích v Essenu a ve Vídni (26. – 29. 11.).

První akce roku 2008 (8. – 13. 5.) byla zaměřena na propagaci českého lázeňství spojeného se zahájením lázeňské sezony v Mariánských Lázních. Hosté navštívili západočeský lázeňský trojúhelník (Mariánské Lázně, Karlovy Vary, Františkovy Lázně) a další atraktivitu v okolí (zámek Kynžvart, hrad Loket, hrad a zámek Bečov nad Teplou).

	Počet akcí	Počet osob
IPT	34	60
HPT	11	137
HFT	16	444
HPFT	4	235
Press a fam tripy celkem	65	876
TV	28	111
CELKEM	93	987

Servis pro televizní štáby byl zajištěn 28x, a to pro 111 zástupců z 18 zemí světa, což představuje více jak 100% nárůst ve srovnání s rokem 2007. Mezi nejvýznamnější TV štáby patřil Travel Channel z VB, Discovery Channel z USA, RAI 2 z Itálie či RTL4 z Nizozemí.

STRATEGICKÉ MARKETINGOVÉ PROJEKTY ODDĚLENÍ

Kampaň České republiky v Rusku

Propagace České republiky v Ruské federaci. Reklamní nosiče: speciální vlaková souprava s týmem propagujícím turistický potenciál v hlavních městech ruských oblastí na trase Moskva–Vladivostok. Reklamní sdělení: tiskové konference za přítomnosti odborníků na tuto problematiku, České večery s prezentací tradiční české gastronomie, inzerce v printových médiích a CLV s bannerem: Česká republika – symfonie zážitků. Akci navštívilo téměř 500 představitelů ruských médií a významných touroperatorů zaměřujících se na prodej destinace Česká republika.

Mezi tradiční marketingové projekty

patřily v roce 2008 festivaly Tourfilm, Tourregionfilm, TOURMAP, Tourproag a EuroregionPropag. Agentura spolupracovala s agenturou **Česká olympijská** na propagaci Česka v rámci **Letní olympiády v Pekingu**. Tradičními marketingovými nástroji (press and fam trips, tiskové zprávy, tiskové konference – Německo, Rakousko, Polsko) systematicky podporovala MS v klasickém lyžování Liberec 2009.

Činnost Oddělení turistických produktů Odboru regionálního v roce 2008

Regionální info-bulletin

Regionální informační bulletin je jedním z projektů podpory domácího cestovního ruchu. Obsahuje informace o dění v regionech České republiky, které přinášejí tipy nejen pro cestovatele, ale i odborníky v cestovním ruchu. Jde o elektronické měsíční periodikum zasílané zájemcům e-mailovou formou nebo je k dispozici na <http://regionbulletin.czechtourism.cz>.

Kudy z nudy

Internetový portál www.kudyznudy.cz nabízející širokou škálu volnočasových aktivit v českých regionech, prošel letech 2007 a 2008 kompletní inovací. Kromě nového grafického designu a rozšíření nabídky o nové aktivity jsou jeho součástí také plánovače tras, informace o počasí, kalendář akcí apod. Portál komunikuje se

zahraniční veřejnosti také svou anglickou mutací. Zároveň slouží jako zdroj informací pro tuzemská média a českou odbornou veřejnost působící v oblasti cestovního ruchu.

133 premiér

Přehled novinek v cestovním ruchu. Na portálu www.133premier.cz, který byl v roce 2008 nově spuštěn, jsou dostupné novinářům, cestovním kancelářím i veřejnosti průběžně aktualizované novinky v 7 jazykových verzích. Mezi premiéry se objevují nové hotely, sportoviště, wellness centra nebo znovuzpřístupněné hrady a zámky.

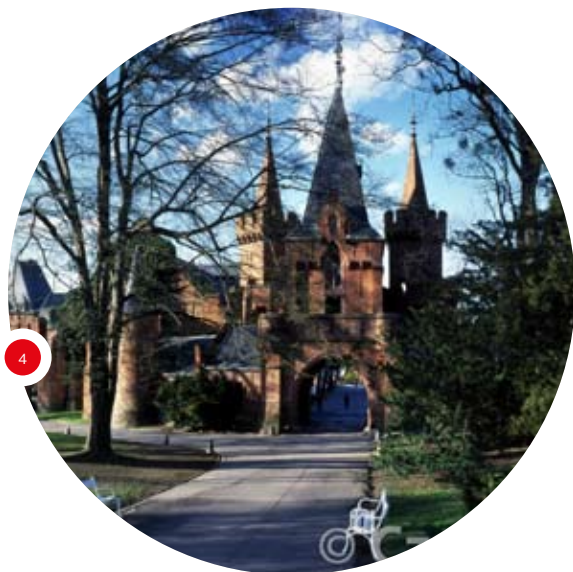
Kalendář akcí cestovního ruchu

Odbor regionalistiky spolupracuje s regionálními subjekty při propagaci turistické nabídky regionů ČR. V rámci aktivit agentury CzechTourism sestavuje seznam obsahující přehled významných kulturních a sportovních akcí nadregionálního a mezinárodního charakteru, které se v České republice uskuteční.

Naše další projekty

- Regionální info-bulletin – <http://regionbulletin.czechtourism.cz>
- Monitoring návštěvníků – <http://monitoring.czechtourism.cz>
- DVD Česká hudba
- Připravujeme DVD Technické památky, DVD Encyklopedie epoch

- 1 Bečov
- 2 Minaret
- 3 Lázně Teplice
- 4 Hradec nad Moravicí
- 5 Rožmberk



GOLFOVÉ ODDĚLENÍ**Stejně jako v roce 2007**

- veletrhy:
 - 6 zahraničních (Německo, Švédsko, Finsko, Holandsko, Velká Británie, Španělsko),
 - 3 české,
- druhé vydání katalogu golfových hřišť Golf Guide,
- 3 press tripy pro zahraniční novináře (cca 30 účastníků),
- 3 fam tripy pro zahraniční touroperátory ve spolupráci s Czech Golf Travel Association.

Nově v roce 2008

- účast na třech PGA turnajích v zahraničí formou informačního stánku se spoluvystavovatelem z ČR – Německo, Nizozemí, Švédsko,
- nový golfový film s Alešem Valentou Welcome to the Golf Republic,
- nové golfové fotografie do fotobanky,
- podpora projektu 1 fee pro 2 hráče ve spolupráci s časopisem Golf – distribuce brožur s vouchery na zahraničních veletrzích a prostřednictvím zastoupení CzechTourism,
- seminář Golfový turismus v hotelovém průmyslu – setkání hoteliérů s provozovateli golfových hřišť a touroperátory.

Odbor finančně-provozní**ODDĚLENÍ EDICE A DISTRIBUCE**

V roce 2008 bylo vydáno celkem 15 titulů propagačních materiálů v celkovém nákladu 919 630 ks. Ediční činnost zahrnovala 7 zcela nově koncipovaných reklamních tiskovin – Česká republika / prezentace témat českého cestovního ruchu/, Bohatství historie, Aktivní dovolená, Dovolená pro rodiny s dětmi, Památky židovské kultury, Česká hudba a Česká republika pro japonský trh. Zcela novým projektem bylo zpracování a výroba CD se souhrnnými informacemi o České republice a jednotlivých regionech, mapami a videospotem.

Tiskové materiály byly zpracovány podle jednotného vizuálního konceptu s použitím loga České republiky a tvořily graficky ucelenou ediční řadu, která navázala na předchozí produkci. Materiály byly vydány ve 13 cizojazyčných verzích s ohledem na selektivní přístup k jednotlivým zahraničním trhům.

Ediční činnost zahrnovala zejména propagační materiály podporující pozitivní image Česka jako destinace cestovního ruchu i tituly obsahující konkrétní informace, mapy a plakáty. Pracovní názvy jednotlivých titulů včetně celkových nákladů a počtů jazykových verzí jsou uvedeny v tabulce.

Propagační materiály CzT

Název	Náklad v ks	Počet jazykových verzí
ČR A4 – prezentace témat	140 000	9
Bohatství historie	170 000	12
Aktivní dovolená	65 000	5
Dovolená s dětmi	60 000	6
Židovské památky	50 000	4
Česká republika pro Japonsko	100 000	1
Česká hudba	50 000	3
Mapa atraktivit	26 000	2
Leták Prahy skládaný	100 000	3
Plán Prahy skládaný	30 900	2
Plán Prahy v blocích	50 000	čtyřjazyčně
Camping	10 000	trojjazyčně
Plakáty	20 400	1
Desky na tiskové zprávy	8 000	1
Vítáme Vás v Praze	31 330	6
Lyžařská střediska 2008/2009	8 000	trojjazyčně
Celkem	919 630	

Propagační materiály byly distribuovány zejména prostřednictvím zahraničních zastoupení CzT a na specializovaných veletrzích cestovního ruchu. K distribuci těchto tiskovin v zahraničí bylo využíváno také spolupráce s Ministerstvem zahraničních věcí a dlouhou řadou dalších institucí a subjektů cestovního ruchu i jiných odvětví. V roce 2008 CzechTourism rozeslal celkem 1 460 310 ks propagačních materiálů do mnoha zemí celého světa.

MEDIÁLNÍ ODDĚLENÍ

V únoru roku 2008 vzniklo samostatné mediální oddělení, které zodpovídá za komunikaci s českými a zahraničními novináři. Do jeho gesce spadá veškerá agenda související s médii – vydávání tiskových zpráv, poskytování rozhovorů, příprava podkladů, korektury textů aj. Tvář mediálního oddělení je tiskový mluvčí, který zastupuje agenturu navenek.

Jedním z úkolů odd. je také dodržování jednotného vizuálního stylu agentury CzechTourism v inzerci a prezentacích. Mediální oddělení zhotovuje grafické vizuály pro propagaci v rámci domácího i příjezdového cestovního ruchu, poskytuje logo agentury CzechTourism atd.

Publikovaný počet článků v médiích (2007/2008)

Rok	Počet článků v denících	Počet rozhlasových a TV reportáží	Počet zpráv v ČTK	Počet článků uveřejněných na Internetu
2007	225	69	145	96
2008	250	67	150	477

Nejdůležitější aktivity mediálního oddělení v roce 2008 v číslech:

- ve spolupráci s regionálním oddělením organizace 5 press tripů pro české novináře na různá místa v České republice,
- 64 tiskových zpráv (57 v roce 2007) o aktivitách agentury CzechTourism, ale i o zajímavostech a nabídce cestovního ruchu v ČR,
- 14 newsletterů v češtině o novinkách v cestovním ruchu a 5 mezinárodních info-bulletinů v angličtině, němčině, ruštině a češtině,
- 26 PR článků pro zahraniční veřejnost, a to včetně jejich překladů do angličtiny, němčiny, španělštiny, francouzštiny a ruštiny,
- 10 prezentací pro studenty a odbornou veřejnost v angličtině a češtině.

Mediální oddělení spravuje a aktualizuje servis pro novináře na webových stránkách www.czechtourism.cz, kde jsou k dispozici veškeré vydané tiskové zprávy a zajímavosti z cestovního ruchu, aktuality z ciziny apod.

Monitoring médií

Veškeré mediální aktivity agentury CzechTourism pro zahraniční veřejnost byly čtvrtletně monitorovány zahraničními zastoupeními a přehledy monitoringu byly rozděleny podle jednotlivých typů sdělovacích prostředků: elektronické (televize, rozhlas, Internet), printové (deníky, společenské magazíny, suplementy deníků, odborná média).

V roce 2008 jsme zaznamenali nárůst v počtu zpráv a informací o České republice iniciovaných agenturou CzechTourism ve světě.

ODDĚLENÍ VÝZKUMU TRHŮ A TRENDŮ

V roce 2008 bylo v rámci změny organizační struktury ustanoveno nové oddělení výzkumu trhů a trendů. Cílem tohoto oddělení bylo sledování a monitorování situace v oblasti mezinárodního cestovního ruchu.

Oddělení výzkumu trhů a trendů se v roce 2008 zaměřilo především na tyto oblasti své činnosti:

1. Zpracování aktuálních dat:

- a) Statistiky Českého statistického úřadu
 - počet zahraničních hostů v hromadných ubytovacích zařízeních (zpracováváno čtvrtletně),
 - domácí a výjezdový cestovní ruch,
 - hromadná ubytovací zařízení (počet).
- b) Statistiky České národní banky
 - platební bilance cestovního ruchu České republiky – devizové příjmy a výdaje (zpracováváno čtvrtletně).

2. Zpracování reportů o mezinárodním cestovním ruchu:

- a) Country reporty
 - aktivní zpracování dokumentů – ekonomické analýzy trhu, statistiky příjezdů do ČR, výsledky marketingových šetření.
- b) Sledování trendů v cestovním ruchu a marketingu
 - podklady z mezinárodních organizací – ETC, UNWTO ap.,
 - ostatní zdroje.

3. Mezinárodní spolupráce:

- a) Propagace cestovního ruchu České republiky v rámci zemí Visegrádské 4 – příprava a účast na společných akcích např. veletrhy cestovního ruchu, workshopy

- b) European Destination of Excellence (EDEN) – příprava projektu (podání žádosti a schválení žádosti)
- c) European Travel Commission (ETC) – mezinárodní spolupráce v rámci propagace evropského příjezdového cestovního ruchu

European Quartet – One Melody – propagace cestovního ruchu České republiky v rámci zemí Visegrádské 4

V roce 2008 pokračovala spolupráce zemí Visegrádské 4 (Česká republika, Maďarsko, Polsko a Slovensko). Navázalo se na zlepšení propagace v Rusku, Asii a Severní Americe. Od června 2008 se do čela tohoto uskupení postavilo Polsko.

Agentura CzechTourism se účastnila či spolupracovala na všech níže uvedených projektech:

- Promotional movie (English, Chinese, Japanese, Russian)
- Study Tour – Russia
- Road Show USA
- ITB Asia Singapore
- Touroperator Academy
- Educational Program US market
- Exhibition – JATA Tokyo
- Exhibition – CITM Shanghai
- V4 map (English, Japanese, Chinese, Russian language) – 40 000 ks
- Workshops:
- Krasnojarsk
- Rostov nad Donem

V rámci aktivit uskupení zemí tzv.

Visegrádské 4, kde byla odpovědnou stranou Česká republika (CzechTourism), byly realizovány následující projekty:

- European Quartet Promotional Road Show USA – ve čtyřech amerických městech: San Diego, Los Angeles, Portland, Seattle,
- European Quartet Destination Specialist Training Program – pokračoval on-line výukový program pro severoamerické travel agenty a home-based travel agenty (<http://www.travelagentacademy.com/EQ/index.html>),
- Mapa regionu zemí V4 – byla vydána a distribuována na veletrzích a pomocí zahraničních zastoupení (anglická, japonská, čínská a ruská jazyková mutace),
- participace na Rusia Study Tour – fam/press trip pro 5 zástupců touroperatorů 4 novinářů nejen na území České republiky.

European Destination of Excellence (EDEN)

Česká republika se v roce 2008 poprvé zapojila do přípravy projektu European Destination of Excellence (EDEN), který je vyhlašován Evropskou komisí. Garantem projektu byla agentura CzechTourism. V roce 2008 byla připravena a schválena žádost k účasti v tomto projektu a započalo se s jeho propagací. Cílem projektu je podpora méně známých

- 1 Vila Tugendhat, Brno
- 2 Lázně Luhačovice
- 3 Lázně Karlovy Vary

turistických destinací, a to s přihlédnutím k trvale udržitelnému rozvoji cestovního ruchu. Hlavním mottem projektu bylo: „Společně na cestě k trvale udržitelnému rozvoji cestovního ruchu“.

TURISTICKÉ INFORMAČNÍ CENTRUM CZECHTOURISM

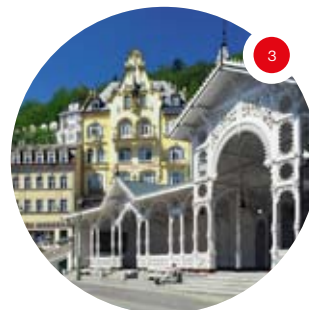
- trvale zajišťuje informační servis pro zahraniční i domácí turisty,
- průběžně vyřizuje dotazy nejen osobně, ale i e-mailem a telefonicky, a to jak z tuzemska, tak ze zahraničí,
- odpovídá na dotazy individuálních zájemců o ČR, ale i různých firem z celého světa,
- zajišťuje propagační brožury, letáky z regionů.

Knihovna

Knihovní fond je, stejně jako v minulých letech, doplňován o české i zahraniční odborné publikace, časopisy a regionální tiskoviny. Jsou zde také nabízeny publikace vydané v rámci projektu Vzdělávání v cestovním ruchu. Školám cestovního ruchu byly nabídnuty a rozdány publikace „Atlas cestovního ruchu“ a „250 legislativních opatření EU ovlivňujících sektor hotelů, restaurací a kaváren“ a studentům těchto škol možnost využívání služeb knihovny. Kromě osobních dotazů jsou vyřizovány i e-mailové a telefonické dotazy.

K rozvoji činnosti organizací cestovního ruchu v regionech přispělo i **uzavření smluv o poskytnutí služeb v roce 2008 mezi CzechTourism a regionálními OCR**. Uzavřeny byly smlouvy s 19 regionálními organizacemi cestovního ruchu). Celková výše finančních prostředků, které byly vyčleněny na splnění povinností vyplývajících ze smlouvy, činila 2 953 000 Kč. Mezi základní služby, které měly destinační managementy ve stanoveném termínu splnit, patřily:

- 1) zpracování článků vztahující se k turistické oblasti,
- 2) informace pro Kalendář akcí 2009,
- 3) příspěvky do regionálního bulletinu,
- 4) náměty pro projekt „133 premiér České republiky 2009“,
- 5) organizace regionálních/oblastních fór cestovního ruchu,
- 6) zprostředkování provozovatelů aktivit pro „Kudy z nudy“,
- 7) dodání vzorků tiskovin a propagačních předmětů,
- 8) průběžné dodávky tiskovin pro informační centra CzechTourism,
- 9) účast na projektu „Regionální příležitosti v cestovním ruchu“.







- 1 Litomyšl
- 2 Karlovy Vary
- 3 Sv. Jan pod Skalou
- 4 Mariánské Lázně
- 5 Mariánská vyhlídka, Český ráj
- 6 Konopiště

Finanční zabezpečení věcné činnosti

CzechTourism vykazuje za rok 2008 rozpočet ve výši 374 105 tis. Kč v této struktuře:

Neinvestiční příspěvek CzT	372 005 tis. Kč
Investiční příspěvek CzT	2 100 tis. Kč
Celkem	374 105 tis. Kč

Rozbor zaměstnanosti a čerpání mzdových prostředků:

Čerpání mzdových prostředků se sleduje v CzT druhově

- Mzdové prostředky centrála hlavní pracovní poměr
- Mzdové prostředky centrála ostatní osobní náklady (DPČ a DPP)

Na mzdy zaměstnanců CzT byla v roce 2008 vyčerpána suma 17 610 000 Kč při výši rozpočtu 17 622 000 Kč. Průměrný počet zaměstnanců na plný pracovní úvazek činil 57.

Na odměny pracovníků na DPČ a DPP byla v roce 2008 vyčerpána suma 2 027 000 Kč při rozpočtu 2 027 000 Kč.

Na dohody o pracovní činnosti nebo dohody o provedení práce jsou najímáni pracovníci a brigádníci z důvodu zabezpečení narůstajícího objemu činnosti CzT. Tito pracovníci vykonávají méně odborné, ale časově náročné práce – výpomoc ve skladu, kopírování PR materiálů, zpracování kontaktů a jiných přehledů.

DEVIZOVÉ PŘÍJMY Z CESTOVNÍHO RUCHU

Devizové příjmy z cestovního ruchu České republiky v roce 2008 činily 130,738 mld. Kč, což představuje pokles oproti roku 2007 o 2,5 % (jedná se především o výdaje cizinců v ČR).

Devizové výdaje činily 77,5 mld. Kč a vzrostly oproti roku 2007 o 5,5 % (jedná se především výdaje Čechů v zahraničí).

Výrazné posilování české koruny vůči Euru a americkému dolaru v průběhu roku 2008 se také projevilo v růstu devizových příjmů vyjádřených v těchto měnách.

Devizové příjmy z cestovního ruchu v roce 2008 činily 5,245 mld. Euro (+8,6 %) nebo 7,722 mld. USD (+16,4 %).

Metodika sběru dat devizových příjmů a výdajů

Devizové příjmy z cestovního ruchu představují finance, které zahraniční turisté a návštěvníci vydali na cestovní ruch v ČR. To znamená, že se jedná o peníze, které byly směněny za české koruny v bankách, směnárnách ap. na území ČR nebo v zahraničí.



- 1 Pramen Vltavy, Šumava
- 2 Frýdlant
- 3 Lázně - xxxxxxxx

Devizové výdaje z cestovního ruchu představují peníze, které čeští turisté a návštěvníci vydali na cestovní ruch do zahraničí. To znamená, že se jedná o české koruny, které Češi směnili v bankách, směnárnách ap. za devizy v ČR nebo v zahraničí.

Saldo devizových příjmů a výdajů znamená rozdíl mezi devizovými příjmy, které nám přináší cizinci, a devizovými výdaji, které utrácí Češi.

Pro příjezdový cestovní ruch jsou důležité devizové příjmy. Pro domácí cestovní ruch jsou důležité výdaje českých turistů a návštěvníků, kteří cestují po ČR, ale ty nevstupují do platební bilance.



Platební bilance cestovního ruchu České republiky

(v mil. Kč)	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Bilance služeb	61 935,7	41 501,3	54 559,8	57 984,9	21 850,8	13 236,7	16 564,4	36 937,1	46 403,8	56 626,1	81 992,7
Příjmy	246 703,2	243 851,0	264 806,2	269 689,6	231 131,1	219 151,1	247 084,8	282 411,4	314 032,3	346 583,3	377 343,7
Doprava	44 829,3	53 520,3	53 734,3	57 492,3	56 560,5	60 556,3	69 859,0	76 701,5	85 700,7	101 840,5	105 484,8
Cestovní ruch	124 902,0	109 142,0	115 071,0	118 133,0	96 289,2	100 310,1	107 231,8	112 234,4	124 744,2	134 058,3	130 738,2
Ostatní služby	76 971,9	81 188,7	96 000,9	94 064,3	78 281,4	58 284,7	69 994,0	93 475,5	103 587,4	110 684,5	141 120,7
Výdaje	184 767,5	202 349,7	210 246,4	211 704,7	209 280,3	205 914,4	230 520,4	245 474,3	267 628,5	289 957,2	295 351,0
Doprava	22 794,0	27 071,4	27 543,0	30 570,5	29 332,8	33 725,7	47 571,4	56 254,1	62 140,7	73 128,4	75 288,8
Cestovní ruch	61 121,0	51 760,0	49 370,0	52 802,0	51 549,3	54 419,2	58 398,0	57 777,6	62 174,3	73 450,3	77 518,2
Ostatní služby	100 852,5	123 518,3	133 333,4	128 332,2	128 398,2	117 769,5	124 551,0	131 442,6	143 313,5	143 378,5	142 544,0

Zdroj: ČNB, údaje k 11. 3. 2009

Devizové příjmy a výdaje z cestovního ruchu 1993–2008 (v mil. Kč)

cestovní ruch	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Příjmy	124 902,0	109 142,0	115 071,0	118 133,0	96 289,2	100 310,1	107 231,8	112 234,4	124 744,2	134 058,3	130 738,2
Výdaje	61 121,0	51 760,0	49 370,0	52 802,0	51 549,3	54 419,2	58 398,0	57 777,6	62 174,3	73 450,3	77 518,2
Saldo	63 781,0	57 382,0	65 701,0	65 331,0	44 739,9	45 890,9	48 833,8	54 456,8	62 569,9	60 608,0	53 220,0

Zdroj: ČNB, údaje k 11. 3. 2009

Devizové příjmy a výdaje z cestovního ruchu 1993–2008 (v mil. USD)

cestovní ruch	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Příjmy	3 893,9	3 150,6	2 971,9	3 102,9	2 963,1	3 565,9	4 188,4	4 677,2	5 540,9	6 632,1	7 722,2
Výdaje	1 907,5	1 492,6	1 275,5	1 386,1	1 596,7	1 934,3	2 280,9	2 405,6	2 765,4	3 643,6	4 588,9
Saldo	1 986,4	1 658,0	1 696,4	1 716,8	1 366,4	1 631,6	1 907,5	2 271,6	2 775,5	2 988,5	3 133,3

Zdroj: ČNB, údaje k 11. 3. 2009

Devizové příjmy a výdaje z cestovního ruchu 1993–2008 (v mil. EUR)

cestovní ruch	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Příjmy	3 465,0	2 961,3	3 233,9	3 469,7	3 129,9	3 147,8	3 369,1	3 771,3	4 403,4	4 830,3	5 245,2
Výdaje	1 698,7	1 403,8	1 386,8	1 551,1	1 678,4	1 707,1	1 835,7	1 941,9	2 195,2	2 648,4	3 114,5
Saldo	1 766,3	1 557,5	1 847,1	1 918,6	1 451,5	1 440,7	1 533,4	1 829,4	2 208,2	2 181,9	2 130,7

Zdroj: ČNB, údaje k 11. 3. 2009



Foto na titulní straně

- 1 Hrad Orlik
- 2 Kroměříž
- 3 Telč
- 4 Zelená Hora, Žďár nad Sázavou
- 5 Chrám Sv. Barbory, Kutná Hora

Kontakty

Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism

Vinohradská 46

P.O.Box 32

120 41 Praha 2

tel.: +420 221 580 111

fax: +420 224 247 516

www.czechtourism.cz

www.czechtourism.com

www.kudyznudy.cz

www.european-quartet.com

© 2009

Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism

Design a produkce: ENTRE s.r.o.



www.czechtourism.cz
www.czechtourism.com
www.kudyznudy.cz
www.european-quartet.com