



CELÝ
O TURISMU

LEDEN 2021

Nárůst domácího turismu – trend, nebo východisko z nouze?

Místní poplatky
z pobytu v roce 2021

Dovede nás certifikace
DMO k zákonu?

2021: Trendy v on-line
marketingové komunikaci



Ať vás PES nezardousí!

Který segment cestovního ruchu vyjde z aktuální koronakrizy jako vítěz? Devět z deseti oslovených zástupců oboru bez většího rozmýšlení odpoví, že rok 2021 bude ve znamení domácího turismu. A budou mít nejspíš pravdu. Však taky do podpory cestování po Česku investují města a kraje nemálo financí a úsilí.

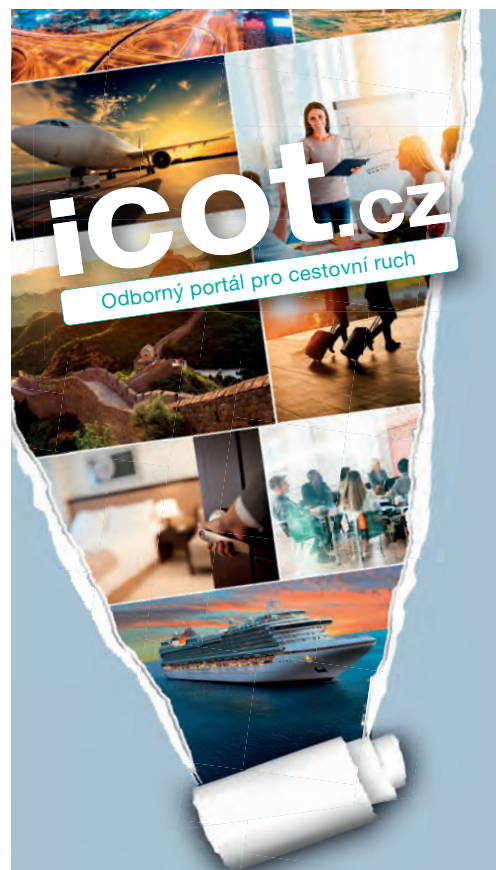
Jenže na základě vývoje v posledních měsících, a zejména pak na konci roku 2020, se obávám, že i domácí cestovní ruch bude letos jiný, než jaký jsme ho znali. A „jiný“ v tomto případě neznamená „lepší“. Rád bych se mýlil, ale nabídka ubytovacích a stravovacích možností se na letošní léto zřejmě zúží. A to nejspíš v těch oblastech, v kterých už loni nebylo podnikatelům do smíchu. Typicky v Praze a dalších větších městech závislých hlavně na zahraniční klientele. Tam všude loni v létě vouchery, kampaně a případné další formy podpory pomohly podnikatelům přežít, jenže na podzim příběh rozrušený PES a plány mnoha hoteliérů a restaurátérů rychle rozcupoval. Ano, vláda sice po konzultacích s profesními svazy přišla s nabídkou kompenzací, ale ty určitě nespasí všechny. Nehledě na to, že spoléhat se na systém kompenzací nelze donekonečna.

Mnozí z ubytovatelů a restaurátérů, kteří nemají dostatečně velké železné zásoby z minulosti, budou nejspíš muset skončit. Ti šťastnější budou mít v létě zřejmě opět plno a asi tomu také uzpůsobí ceny, což jim samozřejmě nelze vyčítat. Nikdo to ale zcela jistě nebude mít bez práce. I za této situace se totiž o klienty povede boj. Ten ostatně začíná už nyní, v době, kdy se velká část klientely rozhoduje, kam v létě vyrazí. Abychom vás ve vašem snažení podpořili, rozhodli jsme se k loňskému milionu, který jsme věnovali na pomoc cestovnímu ruchu, přidat v letošním prvním čtvrtletí inzertní prostor v celkové hodnotě 300 000 korun. I vy tak můžete, díky zvýhodněným cenám inzerce a na ně vázaným bonusům, oslovit odbornou i laickou veřejnost, a položit základy k úspěšné hlavní turistické sezoně.

Ať už se ale rozhodnete pro komunikaci prostřednictvím našich titulů, nebo vsadíte na jinou kartu, budu vám všem osobně držet palce, aby pro vás byl rok 2021 po všech stránkách úspěšný a ať se touto cestou potkáváme i nadále.



Petr Manuel Ulrych
šéfredaktor COT – Celý o turismu
a webového portálu iCOT.cz
petr.ulrych@cot.cz



**Každý den nové zprávy
ze světa cestovního ruchu**

**COT CELÝ
O TURISMU**

ADRESA VYDAVATELE A REDAKCE:
COT group, s. r. o., Komplex Olšanka
Táboritká 23/1000, 130 00 Praha 3

VYDAVATEL A NAKLADATEL: COT group, s. r. o.
Eva Fríndtová, Gabriela Ben Ahmed

ŠÉFREDAKTOR: Petr Manuel Ulrych

REDAKCE: Gaja Koláčková

KOREKTURY: Pavel Tahovský

FOTO NA TITULNÍ STRANĚ:
Shutterstock.com

LAYOUT: Jaroslav Semerák

OBCHODNÍ ODDĚLENÍ: tel.: +420 226 257 720,
e-mail: inzerce@cot.cz

PRODUKCE: Jan Doležal, Martina Pomykalová

GRAFICKÁ ÚPRAVA A SAZBA:
Jaroslav Semerák

MARKETING: Zdeněk Novák, marketing@cot.cz

ASISTENTKA REDAKCE: tel.: +420 226 257 720,
fax: +420 267 092 231, e-mail: asistentka@cot.cz

TISK: Triangl, a. s.

CENA VÝTISKU: 70 Kč

ROČNÍ PŘEDPLATNÉ: 649 Kč, předplatné zajišťuje:
pro ČR – SEND Předplatné, e-mail: send@send.cz
pro SR – Slovakia Press.

COT vychází 11 × ročně.

Registrováno pod číslem MK ČR E 8133, ISSN 1212-4281
Nevyžádané materiály se nevracejí.

Za obsah inzerátů a PR článků zodpovídají jejich zadavatelé.

OBSAH



6 AKTUÁLNĚ

Krátké z domova

V záplavě zpráv týkajících se cestovního ruchu v Česku jsme pro vás vybrali ty alespoň trochu pozitivní.



9 TÉMA MĚSÍCE

Domácí cestovní ruch Novinky pro rok 2021

Aktuální vývoj napovídá, že i letos bude domácí cestovní ruch klíčovou disciplínou. Rozebrali jsme proto aktuální situaci a trendy v tomto segmentu. Mimo to jsme se pokusili zjistit, jak budou v letošním roce města a kraje podporovat domácí turismus, posvětili si na projekt kategorizace organizací destinačního managementu či na situaci v horských střediscích. A naše exkluzivní mapa ukáže, jak se pro letošek změnily sazby místních poplatků z pobytu ve vybraných městech a obcích.



31 REGION MĚSÍCE

Ústecký kraj

Současný stav destinačního managementu. A potenciál kraje pro náročné turisty. To jsou témata dvou celoročních seriálů, které vydáním zaměřeným na Ústecký kraj končí.



40 MARKETING

V marketingové rubrice vás seznámíme s trendy očekávanými letos v on-line marketingu a s třemi inovacemi, které budou hýbat marketingem v cestovním ruchu.



42 TECHNOLOGIE

Používáte ve svém ubytovacím zařízení channel managera? Pokud ne, vysvětlíme vám, proč byste měli změnit přístup. A dozvíte se také, jaké dopady na vaše hospodaření má cenová parita.



46 TRENDY A INOVACE

Momentální situace na trhu je příležitostí k obnově či posílení vazeb mezi všemi subjekty na trhu, zejména ale mezi hotely a cestovními kancelářemi. Přispět k tomu má i skupina #český cestovní ruch.



51 LEGISLATIVA

Zamyslet se s námi můžete také nad nedávnými změnami právních předpisů upravujících cestovní ruch v Česku a nad výhledy pro příští měsíce.



52 DATA A ANALÝZY

Český statistický úřad se v tomto vydání zabývá vývojem cestovního ruchu v Evropě v loňském roce. A Institut turismu analyzoval situaci v domácím turismu České republiky.



55 ASOCIACE

Přinášíme novinky z činnosti tuzemských profesních svazů.



10

Foto: Shutterstock.com



30

Foto: Shutterstock.com



40

Foto: Shutterstock.com



42

Foto: Shutterstock.com



Nárůst domácího turismu – trend, nebo východisko z nouze?



V tom období 2020, kdy se alespoň po Česku cestovat smělo, byl domácí cestovní ruch králem. To, že Češi objevili Česko, byla jen z nouze ctnost, nebo si Češi všimli, že je u nás plno atraktivních možností dovolené a památek, kolikrát přinejmenším srovnatelných s těmi v zahraničí, a že se rozhodnou věnovat domovně větší dávku pozornosti a času než dosud?

Domácí cestovní ruch (DCR) má pro ekonomiku státu ve srovnání s incomingem relativně menší význam: spotřebu přenáší mezi regiony, zatímco incoming exportuje. Nadto poměrně velká část se realizuje v kapacitách mimo veřejné služby (chaty, chalupy i nezdaněná část ubytování v soukromí). Proto se domácímu cestovnímu ruchu v celostátním měřítku zpravidla věnuje menší pozornost i menší propagace. Proto se většinou publikují údaje o růstu incomingu či pro média zajímavější informace o výjezdech do zahraničí než o cestách po vlasti. Krom toho se zahraniční cestou blysknu ve společnosti pořád ještě spíš než tuzemským cílem. Přes to všechno domácí turismus je a bude základem. Zvláště na regionální úrovni, kde je to různorodější: záleží na možnostech nabídky, atraktivitě, jedinečnosti a charak-

teru poskytovaných služeb. Za koupáním a přírodou pojedou bez dalšího klidně na stejné místo každoročně, zatímco Karlštejn přes jeho nespornou krásu každý rok navštívit nemusím, k tomu mne musí přilákat programem. A také jsou u nás stovky krásných míst, které unikají itinerářům. Najdou se na portálu agentury CzechTourism Kudy z nudy – jenže tam je toho tolik, že kdo nehledá cíleně, ten se brzy v tom množství ztratí.

Vývoj DCR

Cestovní ruch v posledních letech všeobecně narůstal. V roce 2018 dosáhl počet tuzemských hostů v hromadných ubytovacích zařízeních výše počtu obyvatel (více než 10,6 milionu), v roce 2019 měl již téměř o půl milionu více. Počet zahraničních turistů byl až do roku 2017 včetně ještě vyšší

než těch domácích, na rozdíl od DCR se ale jeho dynamika v posledních dvou letech snížila. I přes určitou dominanci DCR bylo zahraničních turistů pořád o něco málo víc než obyvatel. Krásné výsledky a nadějně perspektivy. Oproti roku 2018 představoval v roce 2019 nárůst domácích turistů 4,4% a zahraničních 2,6%, počet přenocování rezidentů vzrostl o 3,8% a cizinců o 1,6%. Ani rok 2020 nezačal pro domácí cestovní ruch špatně – opět nárůst, a sice v lednu o 3,5% a v únoru o 3,9%. Pak přišla pandemie, která srazila březnové výsledky na 41% předchozího roku, o dubnu raději pomlčet, květen zaznamenal 11% předchozího roku a ještě v červnu to byly jen dvě třetiny. Incoming vypadal ještě mnohem masivněji. To už bylo celkem jasné, že do zahraničí v létě vyjedou jen ti odvážnější, takže dovolená v Česku byla východiskem.



Z průzkumu ERV Evropské pojišťovny vyplynulo, že zatímco v roce 2019 vyrazilo na letní dovolenou do zahraničí 34 % Čechů, v roce 2020 to byla už jen třetina z nich, ostatní trávili dovolenou cestováním po Česku, tedy doma či na chatě.

Podpory

Pro provozovatele služeb byli domácí hosté jedinou, byť ne dostatečnou spásou. Potřebovali vykrytí nejen dobu nuceného uzavření, ale i výpadek incomingu a dostalo se jim v tom zaslouženě i veřejné podpory. Jak komu, jak kde; v tomto článku nejde o ekonomické aspekty, ale o vývoj poptávky včetně její stimulace. Podpora domácího cestovního ruchu byla realizována na celostátní úrovni poměrně masivním způsobem propagačně a následně i finančně, to však výlučně pro lázeňský sektor pomocí voucherů. Pro spotřebitele snadno dostupných, vydaných brzy po začátku plné sezony. Znamenaly nespornou stimulaci poptávky. Po hříchu i tehdy a tam, kde by se byly kapacity obsadily i bez této injekce, protože kvalitní, resp. komfortnější služby byly poptávány jako náhrada za dovolenou v zahraničí. Některé lázně proto v sezoně přijímání voucherů omezily, resp. vyloučily. Všechnou propagaci uplatnily i regiony. Některé přidaly i finanční stimulaci, a to ze svých zdrojů i v kombinaci s využitím slev ze strany ubytovatelů. V jižních Čechách uplatnilo 12 000 hostů vouchery na slevy z ubytování a zároveň byly poskytnuty slevy na vstupné, podobně to bylo i na Vysočině, kde slevový poukaz uplatnilo na osm tisíc turistů. Pražskou kampaň „V Praze jako doma“, kombinující slevy z ubytování se vstupem do atraktivních objektů, využilo v létě na 70 000 turistů.

Srovnávat srovnatelné

Vzhledem k naprosto unikátním podmínkám v roce 2020 musí nutně jakákoliv srovnání výsledků kulhat. Z hlediska dostupnosti cestování se srovnávat s předchozím rokem dá jen třetí čtvrtletí, kdy nebyla uplatňována výrazná omezující opatření. Přesto působily dva protichůdné vlivy: na jedné straně záporný – obavy části lidí z pobytu v hromadných ubytovacích zařízeních a finanční dopad ze zavření ekonomiky, na druhé straně pro DCR kladný strach z cest do zahraničí a výše uvedené stimuly. Nejméně nebezpečí a nejvíce volnosti bez roušek skýtaly chaty a chal-

py. Výrazně proto vzrostla poptávka po dovolené na chatě. **Roman Šikuta** ze společnosti Region k tomu říká: „Na začátku koronavirové krize na jaře jsme zaznamenali na cca 14 dnů úplně zastavení rezervací a prodeje chat a chalup. Následně ale došlo k prudkému zvýšení zájmu. Díky tomu se velmi rychle vyprodala většina kvalitních objektů na hlavní letní sezonu a vysoká byla obsazenost i ostatních objektů. Také

**Dá se očekávat,
že pokud cestování nebude
podléhat územně selektivním
restrikcím, DCR v letní sezoně
již nezazáří jako kometa,
ale pořád bude svým
postavením nad průměrem
předkoronavirových let.**

září se velmi hezky projevilo v prodeji.“ Pro letošní rok ale varuje před tendencí ubytovatelů zdražovat: „Majitelé očekávají opět vyšší zájem oproti předchozím letům. Také situace na reálném trhu, kde jsou chaty rovněž hitem, není pro klienty a jejich peněženky příznivou zprávou. Bohužel se dá i díky tomuto očekávat navýšení cen pobytů na chatách a chalupách, ale zřejmě i v DCR obecně. Naše společnost majitelům doporučuje velmi pečlivě zvažovat zdražování a spíše to nedoporučujeme. Cenovou politiku doporučujeme vázat výhradně na kvalitu objektu a zvyšování kvality, případně atraktivitu lokace.“

3. čtvrtletí – kdo uspěl nejvíc

Pokud jde o samotný domácí cestovní ruch, uspěly v třetím kvartálu všechny regiony. Což neznamená, že tím všechny vykryly výpadek zahraničních hostů. To se povedlo jen tam, kde mívají výrazně menší podíl incomingu, konkrétně v regionech Vysočina, Královéhradeckém, Libereckém, Pardubickém a Plzeňském.

V celostátním měřítku došlo za 3. čtvrtletí k nárůstu o cca 17 %, a to jak v počtu turistů, tak i v počtu přenocování. Ve srovnání s obvyklým meziročním nárůstem 3–4 % je to impozantní číslo. Skokanem 3. čtvrtletí byl Karlovarský kraj, který se do té doby o domácí cestovní ruch příliš nesnažil. Poučení z krizového vývoje však vzali vážně, investovali do zdařilé propagace i do vou-

cherů na ubytování – a zvítězili. Počet turistických hostů se oproti stejnému období předchozího roku zvýšil o 62 %, počet přenocování o 42 %. A není to jen tzv. albánský efekt. Přírůstek 105 000 osob je druhý nejvyšší ze všech regionů. Absolutním vítězem jsou ovšem jižní Čechy, následované jižní Moravou. Poptávka v nejnámějších místech převyšovala kapacity, takže hlavním úkolem bylo ji rozptýlit tam, kde na ni čekali. Méně se dařilo přilákat nové domácí hosty v Praze. Přírůstek činil jen 5 % osob, ale 13 % nocí. Celkem pochopitelně, v letní sezoně se do velkoměst moc nejezdí, pobídky nepobídky. Bez nich by to bylo ještě slabší. Ostatně na výraznějším prodloužení pobytu je vidět, že zabraly. Prodloužit pobyt se dále podařilo i na jižní Moravě, ve Zlínském a Středočeském kraji.

Domácí turismus a cestovky

Jestli byl domácí cestovní ruch pro cestovky i v klidných letech tvrdý chlebiček, v době koronavirové to platilo dvojnásob. Sice se zvýšila poptávka, ale řádově narostla konkurence. Útočiště tu hledaly některé kanceláře, které dosud organizovaly jen zahraniční zájezdy, případně i agentury. **Petr Krč** z CK ATIS, která je největším touroperátorem v oblasti DCR, k tomu říká: „Volalo nám velké množství hoteliérů (se kterými ATIS dlouhodobě spolupracuje), že je kontaktují „nové“ cestovní kanceláře. Smutný byl fakt, že mezi nimi byli i někteří naši prodejci. Moc jsem je nechápal. V naší nabídce měli stejné hotely jako „na zlatém podnose“ bez práce, připravené k okamžitému prodeji. Ale možná to bylo k něčemu dobré. Řada z nich poznala, s jakou mravenčí prací je DCR spojen. ATIS má v nabídce téměř 500 pobytových míst v celoročních termínech. Věřím, že to byla jen určitá touroperátorská nezahálecí aktivita při zavřených hranicích. Tady skutečně platí pravidlo, že „dobrý prodejce vydělá víc než průměrný touroperátor.“ A **Marek Plášil** z CK OK-TOURS dodává: „Konkurence byla na tomto poli značná. Na DCR se de facto vrhl, potažmo byl nucen se vrhnout, téměř každý subjekt aktivní na poli cestovního ruchu.“

Taková konkurence je nicméně legitimní. Jenže v nabídce pobytů v DCR se cestovky dostaly do podstatně horšího konkurenčního prostředí. Nejen že hoteliéři začali nabízet své neobsazené kapacity napřímo, ale všechny podpory, ať již státní, či regionální, šly mimo cestovní kanceláře.



Anketa: Jak kraje podpoří domácí turismus?

Zástupce krajů a krajských organizací destinačního managementu jsme oslovili s jednou jednoduchou otázkou – zajímalo nás, jakými aktivitami letos budou usilovat o rozvoj domácího cestovního ruchu a zda hodlají realizovat podporu formou slevových voucherů.

Radek Stojan

Centrála cestovního ruchu
Olomouckého kraje



Olomoucký kraj i přes nepříznivý vývoj veřejných rozpočtů bude i v roce 2021 výrazně podporovat cestovní ruch prostřednictvím svých dotačních titulů. Největší objem financí půjde na rozvoj infrastruktury cestovního ruchu, mezi další oblasti podpory pak patří akce s potenciálem cestovního ruchu a turistická informační centra. Prostřednictvím své centrály cestovního ruchu bude kraj realizovat na příslušné období marketingové kampaně, které budou vycházet z dlouhodobého produktového portfolia našeho regionu. Možnost podpory domácího cestovního ruchu, např. formou voucherů, se bude realizovat dle dalšího vývoje pandemie koronaviru. Každopádně stejně jako v loňském roce se chceme soustředit na podporu celokrajského produktu Olomouc region Card.

Jakub Šeps

Krajský úřad
Libereckého kraje



Cestovní ruch posledních dnů a měsíců prochází nejturbulentnějším obdobím

ve své historii, proto není úplně jednoduché plánovat konkrétní aktivity pro rok 2021. Jasně však je, že v Libereckém kraji budeme na opětovný start připraveni. A to pro domácí a i zahraniční návštěvníky. Proto jsme v minulých dnech spustili turistický portál www.liberecky-kraj.cz v angličtině a inovovali i polskou a německou mutaci. V roce 2021 se zaměříme také na cizojazyčnou prezentaci na sociálních sítích. Možná to bude znít jako klišé posledních let, ale právě v nich vidíme stále obrovský potenciál. Velkou novinkou budou také větší tematické kampaně, které budeme propagovat nejenom tradičními propagačními kanály, ale i ve spolupráci s influencery.

Leitmotivem celého roku bude aktivní využití od pěší turistiky přes cyklo či adrenalin až po vodní radovánky. Zůstává tu s námi atraktivní a klíčové téma skla a bižuterie pod hlavičkou Křišťálového údolí. Z dalších témat se zaměříme na moderní architekturu a výlety s karavany. Jako nedílnou součást dalšího rozvoje vidíme spolupráci s Německem a Polskem v rámci euroregionu Nisa, ostatně naše poloha k tomu přímo nabízí. Vznikne Euro Nisa

Ticket+, jízdenka a bonusová karta v jednom, jejíž pomocí bude návštěvník moci cestovat a navštěvovat památky celého regionu. Připravujeme také projekt Za společným dědictvím na kole i pěšky ve spolupráci s Ústeckým krajem. Pokud to situace dovolí, tak chceme vyjet ven a prezentovat Liberecký kraj přímo na velkých venkovních akcích, hudebních festivalech, sportovních kláních atd.

Pavla Pelánová

Centrála cestovního
ruchu – Jižní Morava



Podpora domácího cestovního ruchu se chystá zejména formou marketingových aktivit (propagace vybraných turistických cílů, výletů a témat). Podpora prostřednictvím voucherů se v tuto chvíli nechystá.

Tento rok se z pohledu volnočasového cestovního ruchu budeme zaměřovat prioritně na domácí cestovní ruch a na incoming ze sousedních zemí, kde je možnost dojezdu na jižní Moravu autem. S ohledem na aktuální situaci nejsme schopni plánovat žádnou větší spolupráci se vzdálenějšími trhy.



Tematicky budeme nadále propagovat méně známé lokality, které mají turistický potenciál, budeme pokračovat ve strategii s cílem rozptýlit turisty časově i geograficky po celém regionu, a ulevit tak vytiženým lokalitám. Více se zaměříme na udržitelný cestovní ruch, podporu agroturistiky, turistiky spojené s návštěvou (eko)farem, vinařství, pivovarů, čokoládoven a dalších lokálních výrobců. Jednou z priorit pro nás rovněž bude podpora cestování bez aut, tedy s využitím autobusové a vlakové dopravy.

Vzhledem k aktuální situaci se budeme i v rámci kongresové a konferenční turistiky zaměřovat primárně na domácí trh a příhraniční regiony, na akce spíše menší až střední velikosti, vždy s důrazem na kvalitu nabízené služby v Brně a Jiho-moravském kraji.

Tomáš Čihák

Vysočina Tourism



Novinkou, kterou Vysočina Tourism připravil ještě v loňském roce, je nový e-shop s nabídkou turistických publikací o Vysočině a s propagačními předměty. Zájemci v něm najdou například originální Igráčky, vysočinského turistu a turistku, či barevnou publikaci Vysočina – příroda a krajina, plnou krásných fotografií.

Hlavním marketingovým tématem Vysočina Tourism pro rok 2021 bude Vysočina dětem. V přípravě je spousta tištěných materiálů jako brožura turistických cílů a aktivit pro rodiny s dětmi všech věkových kategorií, prázdninový průvodce pro děti a další překvapení.

Petr Židlický

Živý kraj – Destinační agentura pro Karlovarský kraj



Převážnou část návštěvníků Karlovarského kraje vždy tvořili zahraniční turisté a posledních několik let se nám dařilo zvyšovat také podíl těch domácích, za což jsme byli nesmírně vděční. Loňská situace v cestovním ruchu však prověřila, jak rychle je naše destinační agentura schopná reagovat na změny, které v podstatě od základu mění nejen skladbu publika, ale způsob a pře-

devším obsah komunikace. Zareagovali jsme takřka okamžitě. On-line kampaň na podporu DCR jsme spustili již 1. dubna a další aktivity následovaly v rychlém sledu. Připojily se kampaně a pobídky jednotlivých lázeňských měst a výsledkem byl nárůst počtu domácích hostů ve 3. čtvrtletí o 62,1% a zvýšení počtu jejich přenocování o 42,4%. Z jejich reakcí, které jsme sbírali nejen v terénu, ale i na sociálních sítích, pak bylo zřejmé, že byli širokou nabídkou vyžití v Karlovarském kraji mile překvapeni.

Takto poučení proto vyrazíme do roku 2021 s komunikační strategií „Karlovarský kraj má smysl(y)“ a věříme, že bude minimálně stejně úspěšná, jako ta loňská. V rámci on-line kampaní nadále zvyšujeme penetraci cílové skupiny a v roce 2021 budeme testovat nové reklamní kanály. Chystáme se například výrazně zvyšovat investice do videoinzerce. Již nyní systematicky plánujeme spolupráci s lokálními influencery, abychom se přiblížili ještě většímu publiku. Budeme také pokračovat v nastavené obsahové strategii, kdy vytváříme blogové příspěvky, které sledují aktuální zájmy a potřeby uživatelů. Zároveň pracujeme na tvorbě nového fotografického obsahu, který se čím dál více přibližuje populárnímu „mobilnímu obsahu“ generovanému samotnými uživateli, a nepůsobíme tak sterilním katalogovým dojmem. Nutno podotknout, že se stejnou intenzitou budeme cílit i na vybrané zahraniční trhy. Pokud jde o podporu formou voucherů, naše destinační agentura nic takového neplánuje, což ovšem neznamená, že s takovou pobídkou nepřijdou jednotlivá města nebo Karlovarský kraj.

Alena Horáková

Destinační společnost Východní Čechy



Pardubický kraj prostřednictvím Destinační společnosti Východní Čechy bude pokračovat v komunikační kampani směrem k domácímu návštěvníkovi s využitím témat, která rezonovala již v koronavirové době roku 2020. Tématem, které je pro náš kraj typické, je cykloturistika, nahrává tomu i hustá síť kvalitních cyklostezek a masivní kam-

paň formou soutěže Cyklopecky východních Čech. Aktivní turistiku chceme v kampaních propojit s turistikou poznávací, které budeme věnovat velkou pozornost. Zaměříme se na propagaci hradů, zámků i originálních muzeí v Pardubickém kraji s konkrétní nabídkou itinerářů pro různé cílové skupiny. Kampaně chceme realizovat v on-line prostředí, a pokud to bude situace dovolovat, tak bychom rádi propagovali zvolená témata i na významných akcích ve vybraných krajích. Dále se chceme věnovat soutěžím, které k nám vždy přitáhnou pozornost a pomohou potenciálním návštěvníkům s identifikací naší destinace. Aktuálně slevové vouchery neplánujeme.

Zuzana Vojtová

Středočeská centrála cestovního ruchu



Je těžké odhadnout, kdy mnohá opatření dovolí cestovnímu ruchu se rozběhnout i v mezinárodním měřítku. Určitě se budeme od začátku roku zaměřovat především na domácí klientelu, ale také se dále budeme snažit udržovat povědomí i v zahraničí, především v blízkých sousedních zemích. Komunikaci připravujeme hlavně prostřednictvím sociálních sítí a webového portálu. Připravujeme jeho další rozvoj. Rádi bychom jej ve spolupráci s oblastními a lokálními DMO naplnili dalšími tématy a výlety i do méně známých lokalit. Určitě budeme pokračovat v roadshow po celé České republice i Středočeském kraji, kdy máme možnost vlastními silami a za minimálních nákladů oslovit velkou část české populace. O nabídce Středních Čech královských se jistě dočtete i v tisku a uslyšíte v rozhlasu, ale vše s ohledem na naše možnosti a trochu nižší rozpočet. Zda bude podpora probíhat také prostřednictvím voucherů, zatím není rozhodnuto. Budeme ale hledat i jiné motivační nabídky, jako hry pro děti, sbírání razítek v pohádkových cílech apod. Těšíme se, až se naše turistická informační centra opět naplní zájemci o inspiraci, turistické známky a výlety v našem regionu. ■

Anketu sestavil: -pmu-

Foto: archiv, Shutterstock.com



Místní poplatky z pobytu v roce 2021

Města a obce v České republice mohly pro letošní rok zvýšit sazbu místního poplatku z pobytu až na 50 korun za osobu a noc. Pohled do městských vyhlášek ale napovídá, že této možnosti využila jen malá část z nich. V některých případech se radnice naopak rozhodly podnikatele podpořit odpuštěním poplatku.

Na úvod připomeňme, že místní poplatek z pobytu je v České republice vybírán od počátku loňského roku, kdy nahradil dva dřívější místní poplatky – z ubytovací kapacity a za lázeňský nebo rekreační pobyt. Jeho maximální výše byla pro rok 2020 stanovena na 21 Kč za každý započatý den pobytu, přičemž den příjezdu se nezapočítává. Zákon č. 278/2019 Sb., kterým se mění zákon č. 565/1990 Sb., o místních poplatcích, pak městům a obcím umožňuje denní sazbu poplatku zvýšit až na 50 Kč.

Pro města a obce s intenzivnějším cestovním ruchem je místní poplatek z pobytu samozřejmě zajímavým zdrojem příjmů. Například v případě Prahy počítaly původní odhady s výběrem téměř 370 mil. Kč. Jenže pandemie onemocnění covid-19 způsobila dramatický pokles cestovního ruchu a tím

i adekvátní pokles příjmů městských a obecních pokladen. Na druhou stranu je třeba si uvědomit, že místní poplatky z pobytu jsou pro města a obce také možným nástrojem podpory podnikatelů. V této souvislosti nás zajímalo, jak se v důsledku pandemie změnil plány samospráv pro tento rok. A výsledek našeho pátrání najdete v mapě – barevně jsme odlišili města a obce, u kterých byla do uzávěrky tohoto vydání potvrzena změna sazby zmiňovaného poplatku pro letošní rok. Ať už směrem vzhůru, či dolů.

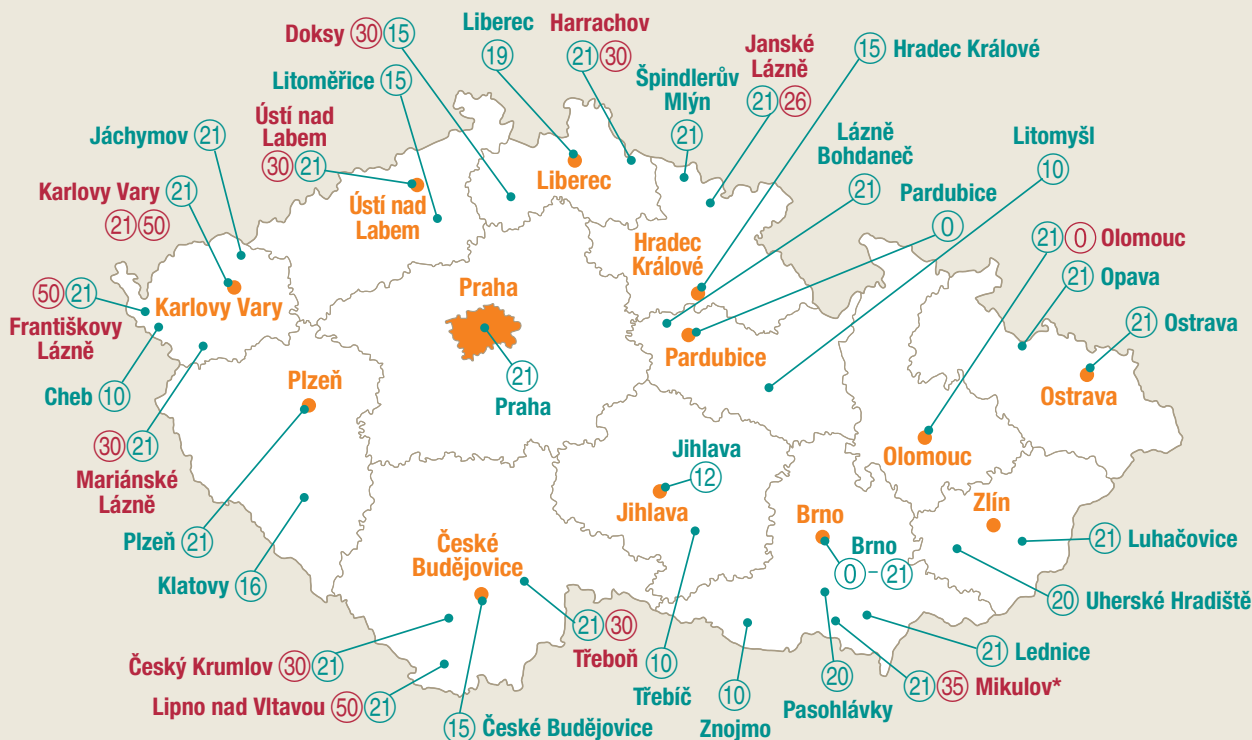
V úvahu jsme brali města a obce s výraznější intenzitou cestovního ruchu, resp. ty, které disponují významnější ubytovací kapacitou. Jak je na první pohled patrné, u většiny z námi zkoumaných měst a obcí ke změně sazby nedošlo, případně bylo příslušné jednání zastupitelstva naplánová-

no až na období po uzávěrce tohoto vydání časopisu. Lze rovněž konstatovat, že ve většině případů letos sazba poplatku zůstává na 21 korunách, tedy na horní hranici dané zákonem pro rok 2020.

Zdražení v lázních a na horách

Řada měst a obcí využila možností daných zákonem a ve svých obecně závazných vyhláškách přistoupila ke zdražení poplatku. K zvýšení na maximální možnou (tedy 50 korunovou) denní sazbu ovšem sáhlo jen minimum samospráv. Poměrně logicky se tak stalo tam, kde je cestovní ruch jedním z hlavních zdrojů příjmu obecních pokladen. Jedním z takových měst jsou Karlovy Vary, kde došlo k navýšení z loňských 21 korun na 50 Kč. Zdražení se ovšem týká jen pobytů do délky 3 nocí. Delší pobyty zůstanou nadále s poplatkem 21 korun. Město tím chce podpořit

DENNÍ SAZBA MÍSTNÍHO POPLATKU Z POBYTU VE VYBRANÝCH MĚSTECH V LETECH 2020 A 2021



Pozn.: Červeně jsou odlišena města a obce, u kterých byla pro rok 2021 potvrzena změna ve výši sazby poplatku z ubytování. V ostatních městech a obcích buď zůstává sazba pro letošní rok na loňské úrovni, případně tamní zastupitelstva rozhodovala o nové sazbě až po uzávěrce tohoto vydání.
*návrh platný v době uzávěrky

Mapa: Shutterstock.com



zejména tradiční lázeňské pobyty, které trvají delší dobu. Výběr poplatků ale i tak město v tomto roce očekává výrazně nižší než v letech před koronavirovou krizí, řekla novinářům primátorka města **Andrea Pfeffer Ferklová**. Dosud mělo město z ubytovacích poplatků příjem ročně okolo 60 milionů korun. Do toho ale výrazně zasáhla opatření proti koronaviru. „U poplatků předpokládáme v roce 2021 propad zhruba o 30 procent proti roku 2019. V roce 2020 byl ten propad téměř 70procentní. My jsme přesto, že byl takový propad a uvědomujeme si, že v cestovním ruchu je problém, který bude trvat dva až tři roky, museli přistoupit ke zvýšení poplatku z pobytu,“ uvedla Pfeffer Ferklová. Při jednáních s hoteliéry ale město přistoupilo na kompromis a zavedlo zmiňovanou dvojitou sazbu poplatku. Nové podmínky budou platit od 1. května, aby měli hoteliéři dostatek času informovat své obchodní partnery i hosty, dodala primátorka.

Padesátikorunu za den budou nově vybírat také v dalším lázeňském městě, totiž ve Františkových Lázních. Jak ale vysvětlil starosta města **Jan Kuchař**, nejde o reakci na loňskou koronavirovou krizi, letošní maximální sazba byla stanovena v městské vyhlášce již před rokem spolu se sazbou pro rok 2020.

Příliš nepřekvapí ani informace o tom, že na maximální výši poplatku pro letošní rok sáhlo také zastupitelstvo Lipna nad Vltavou. V dalších městech a obcích přistoupili k méně výraznému růstu sazby. Kupříkladu v Českém Krumlově je pro letošní rok stanovena sazba 30 Kč za osobu a noc. K dalšímu navýšení na maximálně možných 50 Kč pak dojde od roku 2022. Podle starosty **Dalibora Cardy** se tak město snaží „o alespoň částečnou úhradu nákladů spojených s cestovním ruchem ve městě, resp. zvýšení příjmů do pokladny města pro zdokonalování služeb pro obyvatele a cestovní ruch v následujících letech“. Místostarosta **Martin Háek** v této souvislosti pro COT označil za chybu systému skutečnost, že poplatek platí jen turisté starší 18 let. „Jako by náctiletí nezatežovali město odpady nebo nerušili noční klid?“ uvedl Háek. Hosté mladší 18 let by podle jeho slov měli odvádět poplatek třeba v poloviční výši, osvobozeny by od něj měly být děti mladší 6 let. „Bez peněz to nebude nikdy fungovat. Kvalita něco stojí, to snad už všichni víme,“ dodal místostarosta Českého Krumlova.

POPLATEK Z POBYTU V KOSTCE

Místní poplatek z pobytu se vztahuje na všechny krátkodobé pobyty (max. 60 po sobě jdoucích dnů) osob, které nejsou v dané obci přihlášeny k trvalému pobytu. Poplatek může zavést kterákoliv obec na území Česka. Plátcí jsou všichni poskytovatelé úplatného pobytu, nikoli jen provozovatelé zkolaudovaných ubytovacích zařízení.

V Liberci mělo podle původního záměru dojít ke zdražení místního poplatku z pobytu na dvojnásobek, tedy z 19 na 40 korun za noc. Radnice tím reagovala na propad příjmů způsobený pandemií covid-19 a na původní verzi daňového balíčku, kvůli které by rozpočet města přišel na sdílených daních až o 220 mil. korun. Zvýšená sazba poplatku měla městu přinést asi 3,5 mil. korun ročně. Daňový balíček v podobě schválené v prosinci senátory by měl ale propad sdílených daní snížit na cca 45 mil. korun, město tedy od záměru zvýšit sazbu poplatku z pobytu nakonec ustoupilo.

Podobně uvažovali také v krkonošském středisku Harrachov, kde je letos vybírán poplatek ve výši 30 Kč namísto loňských 21 Kč. Od zdražení poplatků z ubytování a za odpad, stejně jako od růstu daně z nemovitosti si radnice slibuje peníze na další rozvoj střediska a zlepšení služeb, část peněz z ubytování chce využít na podporu cestovního ruchu. Pro ČTK to uvedl harrachovský starosta **Jaroslav Čech**. „Za rok 2020 získá radnice z ubytování čtyři miliony korun, kvůli koronaviru zhruba o pětinu méně, než předpokládala. Máme takovou představu, že tím, co získáme díky zvýšení poplatku navíc, bychom podpořili rozvoj cestovního ruchu,“ řekl starosta. Radnice chce ale podle něj přitvrdit proti těm, kdo pronajímají své byty a apartmány načerno bez toho, že by z tohoto příjmu odváděli poplatky a daně. Na Booking.com nebo Airbnb jsou takových nabídek desítky.

O růstu poplatku z 21 na 30 Kč za osobu a noc nás informovala také **Tereza Fajfrová** z kanceláře primátora Ústí nad Labem, ke stejnému růstu dochází také v Třeboni nebo Mariánských Lázních. Janské Lázně pak zdražily z 21 na 26 Kč za osobu a noc.

Podpora skrze poplatek

V dalších městech a obcích se pak odhodlali buď k úplnému prominutí poplatku,

případně k přechodnému snížení (nebo alespoň nezvýšení) jeho sazby. Například v Českých Budějovicích mělo letos dojít ke zvýšení sazby poplatku z 15 na 25 Kč. Jak ale pro náš magazín uvedl **Martin Mlčák** z českobudějovického magistrátu, v reakci na aktuální situaci se město rozhodlo sazbu ponechat na loňské úrovni.

Podpořit ubytovatele se prostřednictvím výše poplatku rozhodli také v Olomouci. Tam byl místní poplatek z pobytu kvůli probíhající pandemii od 1. ledna 2021 zrušen, podle **Lucie Bartovské** z olomouckého magistrátu bude znovu zaveden až od 1. ledna 2023 a to ve výši 21 korun. Poplatek není vybírán ani v Pardubicích, stejně jako v loňském roce.

Specifické Brno

Ojedinelé, pokud jde o sazbu místního poplatku z pobytu, je Brno. Její výše se totiž v jednotlivých městských částech liší, jak dokládá tabulka.

TAB.: DENNÍ SAZBA MÍSTNÍHO POPLATKU Z POBYTU V BRNĚNSKÝCH MĚSTSKÝCH ČÁSTECH PRO ROK 2021

Brno MČ	Sazba Kč /den/osoba	Brno MČ	Sazba Kč /den/osoba
Bohunice	21	Medlánky	19
Bosonohy	20	Nový Lískovec	17
Bystrc	21	Ořešín	15
Černovice	19	Řečkovice a Mokrá Hora	19
Chřilice	2	Sever	21
Ivanovice	19	Slatina	21
Jehnice	15	Starý Lískovec	21
Jih	21	Střed	21
Jundrov	21	Tuřany	5
Kníničky	21	Útěchov	0
Kohoutovice	21	Vinohrady	21
Komín	21	Žabovřesky	18
Královo Pole	15	Žebětín	20
Lišeň	21	Židenice	21
Maloměřice a Obřany	21		

Zdroj: Magistrát města Brna

Jak uvedla **Martina Pospíšilová** z Magistrátu města Brna, výše poplatku vybíraná v brněnských městských částech se meziročně nezměnila, za připomenutí nicméně stojí skutečnost, že od 25. května 2020 do konce loňského roku byly místní poplatky z pobytu na celém území statutárního města Brna prominuty. ■

-pmu-



Jedna velká neznámá

S Kateřinou Neumannovou, prezidentkou Asociace horských středisek (AHS), jsme se sešli jen pár hodin po rozhodnutí vlády, která potvrdila otevření skiareálů v České republice na termín 18. prosince. Bývalá česká běžkyně a olympijská vítězka tento verdikt sama považuje za „úspěch“. Pokud nás tedy čtete na českých horách a v brzké době si chystáte nazout přezkáce, upřímně vám gratulujeme!

Vypadá to, že se tuzemské sjezdovky navzdory některým negativním prognózám zaplní ještě před Vánoce. Co se teď děje na českých horách? Jsou provozovatelé horských středisek spíše optimisté, nebo pesimisté?

Upřímně doufám, že čtenáři našeho rozhovoru už mají jasno. Ještě včera však byli všichni extrémně nervózní, protože investují mnoho prostředků do přípravy sezony. Řeší technické zasněžování a samozřejmě sezonní pracovníky. Bez nich se provoz neobejdou. Nervózní byli samozřejmě i lyžaři a lidé, kteří by na hory rádi vyrazili. Obrovská nejistota ale panovala nejen



My jsme už od října sledovali dění v okolních zemích. Nejbližší kontakty máme s Rakouskem a já historicky i se severní Itálií. Pečlivě jsme vnímali, jak právě tam plánují regulovat své provozy. První zkušenosti jsme sbírali už z prvních podzimních víkendů, kdy lidé vzali rakouské ledovce útokem. V různých opatřeních se projevila „slabá místa“. Všimli jsme si reakcí středisek na příjezd relativně velkého množství lidí, a to nejlepší se z nich snažili převzít.

Mají tedy česká lyžařská střediska přesně stanovená pravidla, která musejí nastavit při spuštění lyžařské sezony?

Česká horská střediska jsou průběžně zatažena do celého procesu komunikace. Návrh pravidel vznikl právě se samotnými provozovateli a majiteli středisek po republice. Jsou to oni, kdo mají konkrétní zkušenosti a znalosti. Oni vědí, jak to na místě probíhá. Všichni jsme si vědomi toho, že nebude vůbec jednoduché uřídit nával lidí na hory během vánočních svátků. Jsem si ale jistá, že areály pro bezpečnost nás všech udělají maximum.

V médiích se skloňují dvoumetrové rozeztupy ve frontách, omezení kapacity na lanovkách nebo „nonstop“ nasazený nákrčník přes nos a ústa. Souhlasíte s těmito omezeními?

Svým selským rozumem jsem hlavně přesvědčená, že opravdové nebezpečí hrozí někde úplně jinde než na lanovkách, sjezdovkách a vlastně i v těch frontách, kde jsou lidé stále ve venkovním prostředí. Když budeme respektovat základní pravidla, tak je hrozba nebezpečí minimální. Všichni samozřejmě tušíme, že večírky a radovánky, které k horám patří, budou reálné zřejmě až v nadcházející sezoně. Obecně mám bohužel pocit, že byly hory zasaženy tou mediální zkratkou, podle které nám sem covid-19 přivezli lyžaři z Itálie. Do určité míry to asi byla pravda, na druhou stranu jde o velmi zkratkovitý myšlenkový pochod. Kdyby



u provozovatelů lyžařských areálů, ale i u dalších profesí, které jsou na zimní sezonu navázány. Jde o malé obchůdky, půjčovny, drobné živnostníky, kteří mají sezonní práci spojenou s horami. Strašně dlouho se nic nevědělo. Stejně jako v některých jiných oborech se informace mění turbulentně. Období příslibů střídá změny pohledu na věc. V AHS však velmi intenzivně vnímáme vážnost situace. Víme, že jsou tady opravdu nemocní lidé a že lyžování na horách pro někoho není důležitá věc. Na druhou stranu musíme řešit to, že lyžařská sezona živí spoustu lidí. Jsme přesvědčeni o tom, že pohyb na horách problém není.

AHS kritizovalo vládu za to, že součásti systému PES nejsou přesná pravidla pro

fungování lyžařských areálů. Je šance, že by se tam ještě dala umístit?

Byli jsme jedním z hlavních hráčů v období, kdy se ty podmínky připravovaly. Řešily se jak na úrovni úředníků, tak s příslušnými ministerstvy. Snažili jsme se je komunikovat tak, aby dávaly smysl. Zařazení podmínek do jednotlivých stupňů systému PES byla především naše práce. Stále voláme po jejich schválení. Samozřejmě už je ale mimo naše možnosti, v jaké fázi pandemie se republika nachází. V tuto chvíli už jsme jen nervózními provozovateli a čekatelí na to, co se stane.

Byl vám jako prezidentce AHS vysvětlen důvod, proč byla lyžařská střediska v systému PES opomíjena?

Z mého osobního pohledu se tak trochu čekalo na to, jaká opatření vejdu v platnost u našich sousedů. To je však při odborné znalosti našeho prostředí sporné. Porovnávat se s Alpami a Dolomity, kde máte jednu uzavřenou gondolu vedle druhé a nespočet kabinových lanovek, je prostě zavádějící. Vždyť u nás jsou jen dvě! Víím, že je to politicky komplikované, ale my bychom se měli dívat na české podmínky, které jsou opravdu jiné než ve velehorách okolo nás.

Když jste zmínila zahraničí, inspirujete se v pravidlech právě tam?



ta nákaza nepřijela z Itálie, tak se objeví z jiné oblasti, ve které ve stejném množství probíhaly právě zmíněné mejdany.

Dají se už v této době (polovina prosince 2020) odhadovat ztráty provozovatelů českých horských středisek?

Musíme brát v potaz už konec loňské sezony, ve které jarní vlna pandemie uzavřela areály o nějakou dobu dříve – většinou šlo minimálně o týden. Záleželo na tom, jak velké zásoby technického sněhu centra měla a jak dlouhý provoz plánovala. Celkově se ale zisky průměrně propadly o dvacet procent. Následovalo letní období, které bylo lehce nadprůměrné. Pro provozovatele, kteří své služby nabízejí i v létě, jde však většinou o minoritní, doplňkový příjem. V současné – stále nezahájené zimní sezóně samozřejmě přicházejí provozovatelé s již připravenými sjezdovkami o milionové zisky. Zásadní je však každoročně období vánočních prázdnin.

Italský premiér Giuseppe Conte navrhoval zrušení lyžařské sezony po celé Evropské unii. Co by to znamenalo pro česká lyžařská střediska?

Vnímám to tak, že Itálie je velká země, která má geograficky lyžařskou oblast sice malou, ovšem velmi silnou. Konkrétně pro severní Itálii by to bylo likvidační. Mám v této oblasti přátele a z vlastní zkušenosti vím, že právě tam je lyžování nejkrásnější zážitek. Nedokážu si to vůbec představit. Já jsem tuhle výzvu úplně nepochopila. Rozumím tomu, že například Němci jezdí lyžovat do všech okolních zemí. Lyžařských center

v kontextu s německou ekonomikou je opravdu málo. Tam to smysl dává, ale plošně zavření si nedokážu představit. Jen u nás je na lyžařská střediska navázáno 45 000 pracovních míst. To je nemyslitelná věc. Ani nechci odhadovat, co by se s těmito lidmi stalo.

Svým selským rozumem jsem přesvědčená, že opravdové nebezpečí hrozí někde úplně jinde než na lanovkách, sjezdovkách a vlastně i v těch frontách, kde jsou lidé stále ve venkovním prostředí.

Prezidentkou AHS jste se stala v květnu 2019. Předpokládám, že jste nepočítala s tím, že budete mít tolik práce?

Nastupovala jsem do pozice, která byla původně z jedné strany společenská a z druhé díky mým kontaktům odborná. Je ale pravda, že tohle nemohl čekat nikdo. Pozitivní pro nás jako pro AHS bylo to, že jsme byli schopni v posledních týdnech aktivně fungovat a pružně se scházet. Získávali jsme jednoznačná stanoviska od majitelů a provozovatelů jednotlivých středisek. Byli jsme schopni rychle komunikovat s příslušnými ministerstvy, vytvářet podklady, bavit se se svými členy. Podstata AHS se ukázala bez ohledu na to, jaký bude výsledek. Každý večer jsme se prostřednictvím on-line hovorů ba-

vili s majiteli areálů i s jejich výkonnými řediteli. Myslím si, že až skončí ten největší šok a náraz, který všichni prožíváme, a situace se stabilizuje, shrneme to jako velmi poučné období.

V současné době AHS sdružuje zhruba dvě třetiny horských středisek v České republice. Můžete odtajnit plány asociace pro rok 2021?

Pandemie určitě ukázala oblasti, do kterých je potřeba investovat finanční prostředky. Často například potřebujeme právní stanoviska, různé analýzy. Hlavně ale musíme být flexibilní a reagovat na trable, které doba přináší. V minulém období se nejvíce řešily odběry vody v souvislosti s umělým zasněžováním. Protože ale bylo loni povrchové vody dost, tuhle sezonu to nikdo neřeší.

Zkusme skončit pozitivně. Kromě zmíněné aktivity AHS – je v probíhající zimní sezoně něco, co vám udělalo radost?

Možná větší zájem o běžky. Bavila jsem se s kamarády, kteří provozují prodejny a půjčovny zimního vybavení a na rozdíl od lyží je po nich velká poptávka. Otázkou však zůstává, zda budou letos běžecské trati na českých horách udržované. Málokdo ví, že se o ně většinou ze své vlastní dobré vůle starají právě provozovatelé lyžařských areálů. ■

Text: **Martin Minha**
Foto: archiv Kateřiny Neumannové,
Shutterstock.com

Ústecký kraj v datech ČSÚ

V hromadných ubytovacích zařízeních (HUZ) v Ústeckém kraji se v červenci, srpnu a září roku 2020 ubytovalo 248 234 hostů. I z důvodu koronavirové epidemie to představuje ve srovnání se stejným obdobím předloňského roku pokles o 3 procenta. Naprostou většinu hostů tvořili tuzemští turisté, kterých v kraji přespalo 201 243. Cizinců bylo 46 991. Turisté strávili v třetím čtvrtletí loňského roku v regionu 680 416 nocí, což je v meziročním srovnání o 6 procent méně. Za celý rok 2019 přijelo do kraje 659 902 turistů, což odpovídá nárůstu v hodnotě 4,4 procentního bodu. ■

TAB. 1: NÁVŠTĚVNOST HUZ V 3. ČTVRTLETÍ 2020 A ZA CELÝ ROK 2019

Období	Počet hostů		
	Nerezidenti	Rezidenti	Celkem
červenec	16 490	78 282	94 772
srpen	18 050	79 925	97 975
září	12 451	43 036	55 487
3. Q 2020	46 991	201 243	248 234
Podíl na ČR	4,5 %	4,1 %	4,2 %
rok 2019	222 988	436 914	659 902
Podíl na ČR	2,0 %	3,9 %	3,0 %

Období	Počet přenocování		
	Nerezidenti	Rezidenti	Celkem
červenec	36 724	226 817	263 541
srpen	42 595	233 689	276 284
září	30 164	110 427	140 591
3. Q 2020	109 483	570 933	680 416
Podíl na ČR	4,2 %	3,9 %	3,9 %
rok 2019	583 425	1 160 201	1 743 626
Podíl na ČR	2,1 %	3,9 %	3,1 %

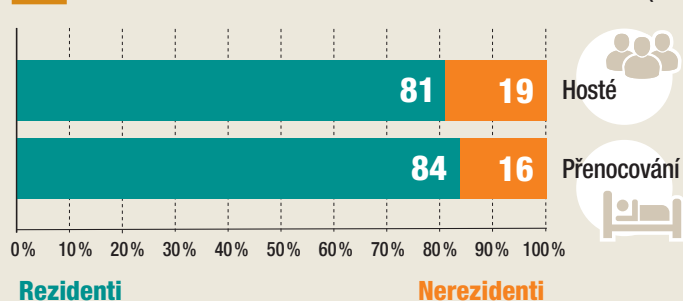
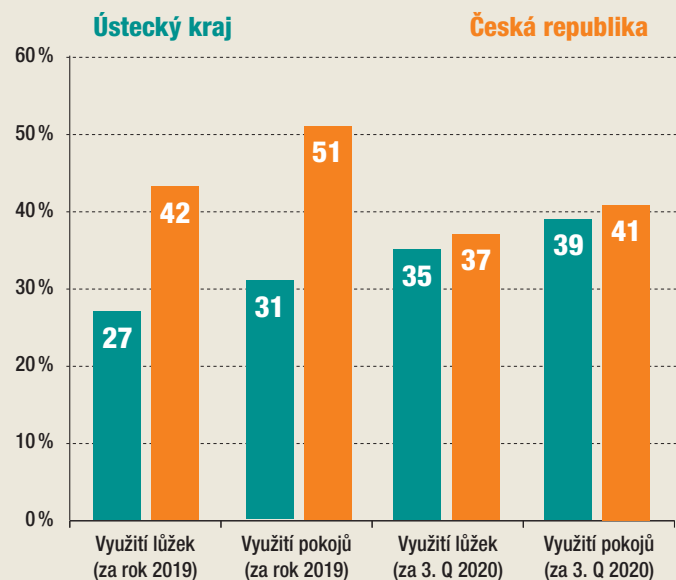
TAB. 2: MEZIROČNÍ ZMĚNY V NÁVŠTĚVNOSTI HUZ

Období	Přírůstek/Úbytek hostů v %		
	Nerezidenti	Rezidenti	Celkem
červenec	-40,7	+17,3	+0,2
srpen	-36,2	+15,4	+0,4
září	-42,7	+2,2	-13,1
3. Q 2020	-39,7	+13,0	-3,0
rok 2019	+3,0	+5,1	+4,4

Období	Přírůstek/Úbytek počtu nocí v %		
	Nerezidenti	Rezidenti	Celkem
červenec	-55,3	+12,2	-7,3
srpen	-42,7	+13,5	-1,4
září	-43,4	+4,0	-11,9
3. Q 2020	-47,8	+11,0	-6,0
rok 2019	-1,6	+6,0	+3,3



Foto: Shutterstock.com

Graf 1: PODÍL REZIDENTŮ/NEREZIDENTŮ NA POČTU HOSTŮ A PŘENOCOVÁNÍ (V %)

Graf 2: OBSAZENOST HOTELOVÝCH POKOJŮ A LŮŽEK ZA CELÝ ROK 2019 A V 3. ČTVRTLETÍ 2020 (V %)


Koně u obce Babiny

Šluknov má nově 23 km tras

Město Šluknov na Děčínsku dokončilo v loňském roce po mnoha desetiletích více než 23 km nových značených turistických tras. Doplnily původní turistické trasy, na které jsou napojené, a tvoří tak výletní okruhy. Příprava trvala necelý rok a začátkem loňského podzimu u příležitosti 30. výročí úmrtí bratrů Bienertových, zakladatelů turistiky nejen ve Šluknově, byly trasy zpřístupněny veřejnosti.

Městem prochází turistické trasy všech barevných značek. Na náměstí, kde stojí nový rozcestník, se všechny trasy potkávají, a tak lze zahájit výlet přímo ze srdce města. „Máme zpětnou informaci i od lidí, kolem jejichž domů trasy vedou, že od té doby, co je to naznačeno, tak chodí lidí hodně,“ uvedla vedoucí odboru kultury **Ivana Lukešová**. Dodala, že město připravuje turistické mapy, kde budou trasy vyznačené.

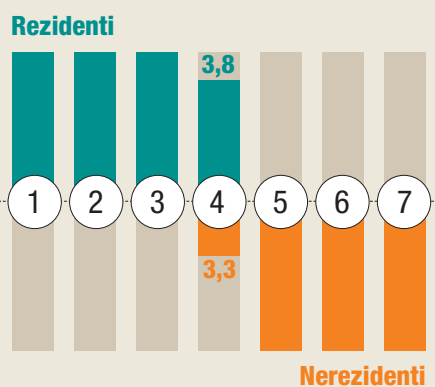
Poslední zelená trasa je kombinací nové žluté a stávající červené.

Do budoucna by měla vzniknout ještě trasa v Rožanech, a to od modré značky přes Javorovou bránu až na hranice s Němckem. A ani tím práce na nových trasách nekončí. Město čeká na dokončení realizace rožanské trasy, aby mohlo začít s propagací nových tras a jejich zanesením do map i turistických a propagačních materiálů.

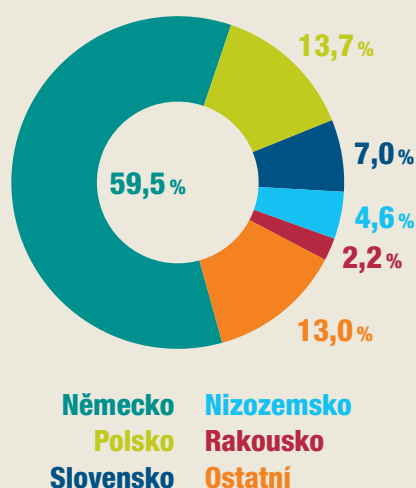


Revitalizované jezero Most

Graf 3 PRŮMĚRNÁ DÉLKA POBYTU REZIDENTŮ A NEREZIDENTŮ VE DNECH



Graf 4 STRUKTURA NEREZIDENTŮ PODLE ZEMÍ V 3. ČTVRTLETÍ 2020



Zdroj dat: -ČSÚ-



Rekreanti se mohou vydat po žluté na Knížecí, kde na ně čekají výhledy do okolí. Přes vrch Hrazený s vyhlídkou Volský kámen, kolem něž vede žlutá stezka, provádí červená pásová značka. Zpátky do města se lze vrátit přes Kunratice, Čítkův mlýn a Karlovo údolí. Další nová trasa, značená žlutou pásovou značkou, směřuje k severu, a to ze šluknovského náměstí do míst zaniklé osady Fösterei. Z trasy se lze vrátit na náměstí přes křížovou cestu a Království. Třetí trasa, značená zelenou pásovou značkou, vede z náměstí k vyhlídce na Židovském vrchu. Dál po trase za Novým Hraběcím se napojuje na modrou.

V rámci dotací z Ministerstva pro místní rozvoj bude také realizován nový městský informační systém „Příprava tohoto velkého projektu v současné době právě začala. Hotovo by mělo být do zahájení nové turistické sezony a nové turistické trasy tak budou čerstvě promítnuty nejen do velkoformátových map, které budou umístěny po celém městě, ale také do tištěných map a plánů města,“ doplnila Ivana Lukešová. Na turistické cíle budou turisty i návštěvníky navádět nové rozcestníky a každý turistický cíl dostane nový popis. ■

Text: -red-, -čtk-
Foto: Shutterstock.com



Cenová parita a její dopad na tržby hotelu

Cenová parita bylo asi jedno z nejméně zmiňovaných slovních spojení v oblasti revenue managementu v hotelnictví za posledních 20 let, a tak se každý další příspěvek s podobným obsahem může právem zdát nadbytečný. Rozhodně proto nehodlám sepisovat úvahu na téma pro a proti cenové paritě, ale rád bych na základě objektivně změřitelných veličin tento koncept podpořil zejména ve vztahu k ceně na vlastních stránkách hotelu.

Zvyšování objemu přímých rezervací je pro většinu hoteliérů prioritou, což ale může být náročné bez konkurenceschopné ceny. Cena zdaleka nejvíce ovlivňuje hosta při on-line rezervaci a cenový rozdíl v řádu nízkých jednotek může ovlivnit výběr hotelu (viz graf).

Vliv ceny je zesílen na metasearch kanálech jako Google, Kayak, TripAdvisor a Trivago, kde je snadné srovnání cen primárním lákadlem pro hosty. Uživatelé metasearch portálů se orientují dle ceny a jejich rezervační chování je vede k nejlépejšímu kanálu.

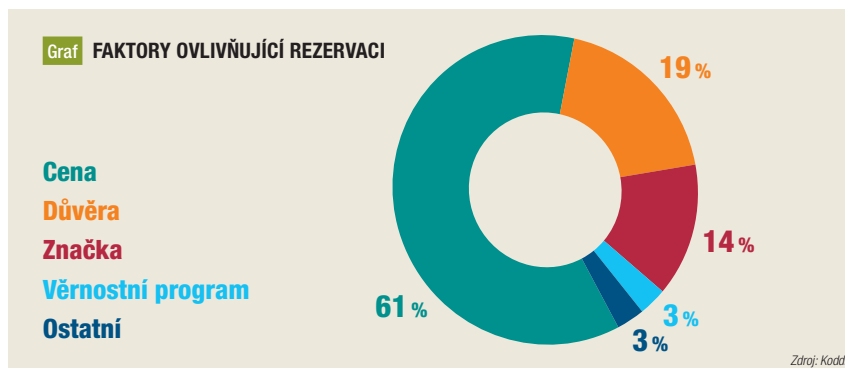
Hosté provedou rezervaci na webové stránce hotelu s pravděpodobností až o 20–30 % vyšší, pokud tato cena bude nejlepší mezi Google Hotel Ads.



Konkurenční ceny mají potenciál výrazně zlepšit:

- viditelnost** – algoritmy metasearch portálů zobrazují vlastní hotelové ceny často na vyšších pozicích za předpokladu jejich konkurenceschopnosti.
- míru prokliku** – u spotřebitelů je pravděpodobnost kliknutí na vlastní cenu hotelu o 10–20 % vyšší, pokud je tato cena alespoň v paritě s ostatními cenami.
- konverzi** – u spotřebitelů je o 20–30 % vyšší pravděpodobnost konverze přes hotelový web, pokud na Google Hotel Ads byla vlastní cena konkurenceschopnější.
- návratnost investic do reklamy** – vyšší míra konverze znamená více přímých rezervací a lepší návratnost marketingové investice

Když TravelClick nedávno oslovil skupinu hoteliérů s dotazem na jejich hlavní problémy, 8 z 10 respondentů zmínilo cenovou paritu a 60 % uvedlo, že se cítí „bez-



mocní“ nebo „nemají kontrolu“ proti vnějším silám způsobujícím jejich problémy s cenovou paritou. Zahájili jsme proto pilotní studii s 10 nezávislými hotely po celém světě s cílem identifikovat hlavní příčiny problémů s cenovou paritou, testovat řešení, která by mohla být široce implementována, a dosáhnout pozitivního výsledku pro zúčastněné hotely. Ve výsledku studie identifikovala následující 4 klíčové kroky, které by měl každý hotel podniknout k udržení cenové parity a konkurenceschopnosti a tím zlepšení dosažených tržeb. Tyto kroky jsou:

1 Revidujte parametry používané pro hodnocení výkonnosti hotelu a určete oblasti pro zlepšení

Zde je klíčová cenová parita v rámci metasearch kanálů. Ze studie vyplynulo, že výsledky hotelu se lepší v momentě, kdy počet případů, kdy je cena hotelu výhodnější na OTAs než na vlastním webu, nepřesáhne 20 %.

2 Proveďte analýzu metasearch portálů a identifikujte cenové disparity

Toto je jeden z nejdůležitějších kroků, jelikož přesnost a důslednost, s jakou jej provedete, výrazně ovlivní budoucí výsledky hotelu. Definujte různá období a testujte zobrazení cen svého hotelu na metasearch portálech a identifikujte případy (období, rezervační okno, délku pobytu, apod.), kdy není cena na hotelovém webu alespoň stejně výhodná jako na konkurenčních kanálech. Pro zefektivnění tohoto kroku lze

využít srovnávače cen jako např. Revenue Strategy 360 od Amadeus Hospitality.

3 Definujte příčinu disparity

Ve většině případů (zhruba 80 %) je problém s cenou na straně partnera, nikoli na vlastní stránce hotelu. Přesto je třeba pro jistotu zkontrolovat ceny na vlastní webové stránce a zajistit, že se správně na metasearch kanály propisují poplatky a daně, slevy či je aplikován správný kurz pro přepočítání měn. U partnerské OTA pak analyzujte, zda publikované ceny na metasearch kanálech jsou určeny pro webový nebo velkoobchodní model, skutečně lze cenu na OTA rezervovat a zda cena zahrnuje poplatky. Vyloučit nelze ani možnost, že OTA snižuje marži s cílem získat cenovou výhodu.

4 Nastavte plán zlepšení

Úpravy cen na vlastním webu a jejich projekci do metasearch zobrazení jsou prakticky snadno proveditelné, jelikož má hotel kontrolu nad cenotvorbou. Složitější je disparity způsobená externě. Pokud zde není možné jednoznačně identifikovat příčinu, pak nezbyvá nic jiného než se obrátit na kontaktní osobu OTA partnera a domluvit se na udržitelném řešení. ■

AUTOREM TEXTU JE
Ing. Jan Kameníček, MBA,
 regionální viceprezident společnosti
 TravelClick, an Amadeus company.
 Tel.: +420 604 817 317
 E-mail: jan.kamenicek@amadeus.com





Novinky GEOFUNu



Strážnická cesta k pramenům

Nově spuštěná geohra „Cesta k pramenům“ seznamuje zážitkovou formou s historií a zajímavostmi folklorního centra regionu Slovácko – městem Strážnice.

Šohaj Martin a jeho děvčica Anička byli zvoleni stárky a jejich veledůležitým úkolem je postarat se o zdárný průběh martinšských hodů ve Strážnici. Než ale propukne naplno hodové veselí, tak musejí zdolat poměrně spletitou cestu, jež je zvána Cesta k pramenům. Připravila ji na ně místní chasa, kterou o hodech povedou. Prý si je tak chtějí ještě vyzkoušet, jestli jsou opravdu správně vybraný stárek a stárka. Na cestě je potřeba plnit mnoho úkolů a kvízů. Kdo zdolá nelehkou cestu po městě a získá všechny součásti strážnického kroje, bude se moci přidat k místnímu hodovému průvodu.

Lenka Gronská z Turistického informačního centra Strážnicko k nové hře dodává: „Naše nová geolokační hra jistě potěší nejen stávající hráče GEOFUNu a návštěvníky našeho města, ale díky akčnosti, vtipu a novým IT technologiím i místní obyvatele, zvláště pak děti a mládež. Procházka městem Strážnice tak bude pro všechny příjemným edukačním zážitkem, o který se jistě rádi podělí se svými přáteli.“

Hru je možné odehrát kdykoliv během roku a je dobré si na ni vyčlenit alespoň jednu hodinu.

www.geofun.cz/cesta-k-pramenum ■

Černá neděle na Bílé hoře

Rok 1620 a proběhlá bitva na Bílé hoře se nesmazatelným způsobem zapsala do dějin našeho národa. Letos si její čtyřsté výročí připomínáme řadou událostí. Mezi ně se zařadila i nově spuštěná geohra s názvem „Černá neděle na Bílé hoře“.

Dne 8. listopadu 1620 proti sobě stanula vojska českých stavů na jedné straně, a spojená vojska katolické ligy a císařské armády na straně druhé. Jindřich Šlik, hrabě z Holíče a Pasounu, velí moravskému pěšímu pluku ve stavovské armádě. Naneštěstí mu právě dezertoval jeho fendrych (praporečník), kterého se nepodařilo dohnat. Nyní se již ale musí neprodleně vrátit ke svému pluku, který se nachází poblíž obory Hvězda.

Hráči se ve hře pod vedením hraběte Jindřicha Šlika stávají „přímými“ účastníky bitvy a mají za úkol pokusit se s jeho moravským pěším plukem zvrátit její nepříznivý průběh.



Martin Cholinský z občanského sdružení Bílá Hora 1620 k nové hře dodává: „Věřím, že tato nová geolokační hra určitě velmi potěší nejen stávající hráče GEOFUNu, ale i místní obyvatele a návštěvníky Prahy, kteří si tak budou moci zábavným způsobem připomenout tuto významnou událost našeho národa.“

Hru je možné odehrát kdykoliv během roku a je dobré si na ni vyčlenit alespoň jednu hodinu.

www.geofun.cz/bila-hora ■



MATERIÁLY PŘIPRAVIL

Vít Pechanec,

jednatel a projektový manažer GEOFUN, s. r. o.

Tel.: 603 799 819, vitek@geofun.cz

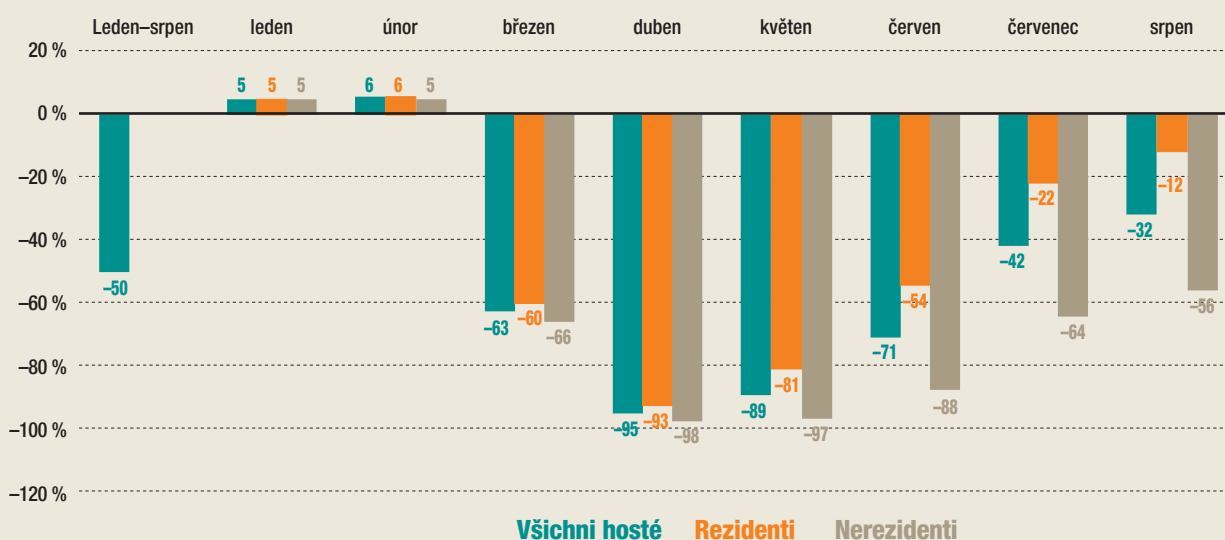
www.geofun.cz

GEOFUN®

Evropský cestovní ruch ve stínu covid-19

Celosvětový propad statistik cestovního ruchu se v roce 2020 nevyhnul ani starému kontinentu. Podle prozatímních odhadů je pokles měřený návštěvností hromadných ubytovacích zařízení (HUZ) zhruba poloviční. Mírné oživení přinesly letní měsíce, zejména červenec a srpen. V Česku od počátku roku do září ubylo meziročně 42 % hostů a 37 % přenocování.

Graf MEZIROČNÍ VÝVOJ POČTU PŘENOCOVÁNÍ V EVROPSKÝCH HUZ V PROCENTECH (LEDEN–SRPEN 2020)



Zdroj: Eurostat (Zpracování: COT group)

Sektor ubytovacích služeb stejně jako jiné subjekty podnikající v cestovním ruchu zasáhl rok červených čísel. Od ledna do srpna 2020 činil počet nocí strávených v hromadných ubytovacích zařízeních v EU celkem 1,1 miliardy, což bylo o 50 % méně než ve stejném období loňského roku. Pokles přitom postihl drtivou většinu všech hotelů, penzionů, kempů i jiných poskytovatelů prázdninového a krátkodobého ubytování.

Dynamika propadu byla v čase rozdílná. Zatímco leden a únor ještě znamenal pro většinu evropských zemí meziročně vyšší hodnoty, od března se trend zcela obrátil

Poznámky: Data za Irsko, Francii a Kypr nebyla prozatím k dispozici. Souhrn EU pro rok 2020 však zahrnuje i odhady pro chybějící země. Spojené království opustilo EU dne 31. ledna 2020. Více informací zde: [Partial recovery in tourism nights in summer 2020](#).



a v součtu za EU jako celek již návštěvnost nepřekonalala měsíční výsledky roku 2019. Zdaleka nejvýraznější pokles počtu přenocování zaznamenali evropští ubytovatelé v dubnu (-95 %) a květnu (-89 %). Kritické přitom byly zejména výsledky nadnárodního cestovního ruchu, kde ve zmíněných měsících bylo vykazováno jen 2 %, resp. 3 % loňských hodnot.

Ani léto nepřineslo spásu

V letním období došlo pouze k částečnému oživení. Počet noclehů v červnu

poklesl o 71 %, v červenci o 42 % a v srpnu o 32 %. Za oba prázdninové měsíce se v součtu počet nocí snížil ve srovnání se stejným obdobím roku 2019 o 37 %. Silnější byl u hostů ze zahraničí (-60 %) než u domácích hostů z vykazující země (-17 %).

Počet nocí strávených v hromadných ubytovacích zařízeních meziročně klesl v lednu až srpnu 2020 ve všech členských státech s dosud dostupnými údaji. Nejnižší propad patřil Nizozemsku (29 %), nejvyšší naopak Řecku (77 %). Meziroční úbytek u 16 z 25 členských států překročil hodnotu 40 %.

-ČSÚ-

www.czso.cz

**ČESKÝ
STATISTICKÝ
ÚŘAD**

S informačními centry do pohody nepohody



Jablunkov: Den s infocentrem

Již v první den otevření infocenter 3. prosince 2020 uskutečnili v Jablunkově malý den s informačním centrem. Pro žáky 3. tříd ZŠ zajistili procházku starým Jablunkovem s průvodcem. Děti si rozšířily znalosti o městě a regionu, seznámily se s historií významných budov a s osudy lidí, kteří ve městě žili. Děti byly informovány rovněž o infocentru – k čemu slouží, jak je označeno, a co v něm lze vyřídít a koupit.

Pracovníci infocenter jsou i v období pandemie tvořiví

Pracovníci TIC v období uzavření infocenter nezaháleli. Dále poskytovali informace v on-line prostoru i telefonicky či prostřednictvím e-mailů. Jedním z příkladů je MIC Liberec, kde prostřednictvím Facebooku, webu i newsletteru informovali veřejnost o konání on-line koncertů,



DOBŘanské dobble. V Mělníku využili přerušení provozu k úpravám a potřebným činnostem, které se jindy odkládají. S veřejností se setkávali zejména na Facebooku, kam umísťují mj. kvíz nazvaný Kratochvilný hlavolam. V něm se významné mělnické památky ukryly za obrázky, které jsou s nimi nějak spojené. Úspěšní luštitelé byli zařazeni do slosování o zajímavé ceny. A v Trutnově, kde mají ve znaku draka, se jeden takový nově objevil na materiálech TIC Trutnov. ■



INFORMAČNÍ CENTRA V ROCE 2021

I přes všechny negativní důsledky koronavirové pandemie se Asociaci turistických informačních center podařilo mnoho dobrého, naposledy elektronické hlasování členského fóra A.T.I.C. ČR. Na rok 2021 asociace plánuje opět mnoho již tradičních aktivit, z nichž mezi ty stěžejní bude patřit:

- vzdělávání pracovníků infocenter ve 14 krajích ČR,
- členské fórum v Olomouci ve dnech 22.–23. dubna 2021,
- členské fórum v Trutnově ve dnech 21.–22. října 2021,
- Den turistických informačních center,
- zapojení infocenter do letní prázdninové hry s ČT:D,
- vyhlášení ankety Obíbené informační centrum,
- spolupráce na soutěži propagačních materiálů Turistpropag.

MATERIÁLY PŘIPRAVIL:

Mgr. Jan Matouš,
sekretariát A.T.I.C. ČR
www.aticcr.cz
www.facebook.com/aticcr



Baví vás psát? Uvítáme i vaše příspěvky!

Pošlete nám své náměty, budeme se jim rádi věnovat.
Posvítíme si na nepoctivce, rozebereme problémy, oslovíme odborníky, dáme zaznít vašim názorům...

- ❓ Cítíte v cestovním ruchu problémy?
- ❓ Nevíte si ve svém podnikání rady?
- ❓ Trápí vás neférové tržní praktiky?
- ❓ Ztěžuje vám někdo podmínky pro podnikání?
- ❓ Chcete ovlivnit obsah nejlepšího odborného titulu v cestovním ruchu?

Své náměty, úvahy, dotazy
nebo články posílejte na: petr.ulrych@cot.cz



Napište nám!