**Ministerstvo pro místní rozvoj**

**Odbor Cestovního ruchu**

Cestovní ruch 2015 - 2016

Podklad pro jednání 123. Plenární schůze RHSD ČR

prosinec 2015

Obsah

[Úvod 3](#_Toc434585081)

[1. Implementace vybraných opatření Akčního plánu 6](#_Toc434585082)

[1.1. Vyhlášení národního programu podpory cestovního ruchu 6](#_Toc434585083)

[1.2. Rozvoj Satelitního účtu cestovního ruchu 7](#_Toc434585084)

[1.3. Realizace marketingových výzkumů 7](#_Toc434585085)

[1.4. Problematika místních poplatků 8](#_Toc434585086)

[1.5. Implementace marketingového plánu 9](#_Toc434585087)

[1.6. Koordinace politiky cestovního ruchu 10](#_Toc434585088)

[2. Další realizované aktivity nezahrnuté do Akčního plánu 10](#_Toc434585089)

[2.1. Implementace směrnice ES a Rady o souborných službách cestovního ruchu a cestách s asistovanou přípravou 10](#_Toc434585090)

[2.2. Sdílená ekonomika 11](#_Toc434585091)

[3. Přílohy 11](#_Toc434585092)

[3.1. Cestovní ruch v ČR – časové řady 11](#_Toc434585093)

# Úvod

Cestovní ruch má výrazné socio-ekonomické přínosy s dopadem na rozvoj regionů, podporu infrastruktury, podporu investic, podnikatelských příležitostí i zaměstnanosti, podporu kvality života v regionech a současně i podporu zachování kulturního a přírodního dědictví.

Vývoj odvětví cestovního ruchu a jeho význam pro národní hospodářství ČR lze patrně nejlépe demonstrovat na vývoji agregovaných ukazatelů Satelitního účtu cestovního ruchu ČR a jeho Modulu zaměstnanosti.

I když podíl cestovního ruchu na celkovém HDP celého národního hospodářství dlouhodobě klesá (z 3,5 % v roce 2003 na 2,9 % v roce 2013), nejedná se v našem případě o negativní jev, neboť HDP cestovního ruchu absolutně roste (z 90,8 mld. Kč v roce 2003 na 117,9 mld. Kč v roce 2013), stejně jako výběr daní z cestovního ruchu (z 10,8 mld. v roce 2003 na skoro 16 mld. v roce 2013). Důvodem tohoto jevu je fakt, že celkový HDP roste výrazně rychleji zejména díky průmyslovým odvětvím (například automobilovému průmyslu) založených na pásové výrobě. S jejich produktivitou nemůže cestovní ruch soupeřit, neboť je založen většinou na službách poskytovaných často na míru individuálním potřebám zákazníků, které jsou náročné na kvalifikovanou lidskou práci. Ostatně vysoký podíl cestovního ruchu na HDP je spíše znakem „třetích zemí“ s rozvíjející se ekonomikou.

V odvětví cestovního ruchu působí mnoho malých a středních podniků, které zaměstnávají velké množství pracovníků - a to i v regionech, kde by jinak hrozila vysoká míra nezaměstnanosti.

Absolutní počet zaměstnaných osob v CR i počet pracovních míst je od r. 2003 relativně stabilní (231,3 tis. osob v roce 2013 včetně pracujících majitelů firem a spolupracujících členů domácnosti a 230,1 tis. pracovních míst /přepočteno na plný úvazek/). Podíl zaměstnaných v CR na celkové zaměstnanosti do r. 2008 klesal (ze 4,74 % v r. 2003 na 4,48 %), za období 2009 - 2013 vzrostl na 4,59 %. Počet zaměstnaných a sebezaměstnaných osob pracujících v odvětví cestovního ruchu odpovídá celkovému počtu zaměstnaných osob v TOP 25 největších podnicích působících v ČR.

V roce 2014 navštívilo hromadná ubytovací zařízení ČR více než 15,5 mil. hostů, z nichž ale bylo skoro 8,1 mil. cizinců (51,9 %). Počet příjezdů rezidentů i nerezidentů jen mírně vzrostl ve zmíněném roce oproti roku předchozímu, nicméně v 1. pololetí tohoto roku vzrostl celkový počet turistů v hromadném ubytování meziročně o 9,5 %. Průměrná délka pobytu v HUZ ČR činila v 1. pololetí 2015 shodně u nerezidentů i rezidentů 3,7 dne.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Počethostů** | Meziroční index počtu hostů | **Nerezidenti** | Meziroční index počtu nerezidentů | Rezidenti | Meziroční index počtu rezidentů | **Počet přenocován**í | Meziroční index počtu přenocování |
| 2012\* | 15 098 817 | \* | **7 647 044** | \* | 7 451 773 | \* | 43 278 457 | \* |
| 2013 | 15 407 671 | 102,0 | **7 851 865** | 102,7 | 7 555 806 | 101,4 | 43 308 279 | 100,1 |
| 2014 | 15 587 076 | 101,2 | **8 095 885** | 103,1 | 7 491 191 | 99,1 | 42 946 929 | 99,2 |
| *1. pololetí 2015* | 7 440 118 | 109,5 | **3 884 181** | 107,9 | 3 555 937 | 111,3 | 19 994 511 | 108,2 |

Zachování přínosů cestovního ruchu a jeho další rozvoj jsou hlavním cílem státní politiky cestovního ruchu. V současné době je státní politika cestovního ruchu definovaná Koncepcí státní politiky cestovního ruchu ČR na období 2014-2020 (schválené usnesením vlády č. 220 ze dne 27. března 2013). Na zpracování a projednávání Koncepce se podíleli zástupci státní správy a samosprávy včetně subjektů cestovního ruchu (profesní asociace, akademická sféra, destinační společnosti), ale i zástupci odborů. Přehled priorit a opatření Koncepce viz tabulka níže.

|  |  |
| --- | --- |
| **Priority** | **Opatření** |
| 1. Zkvalitnění nabídky cestovního ruchu
 | * Zkvalitňování podnikatelského prostředí v CR
* Výstavba a modernizace základní a doprovodné infrastruktury CR
* Zkvalitnění nabídky služeb CR
* Zkvalitnění nabídky primárního potenciálu
 |
| 1. Management cestovního ruchu
 | * Podpora činností destinačních společností
* Posílení a inovace řízení destinace
* Rozvoj lidských zdrojů
 |
| 1. Destinační marketing
 | * Marketingová podpora domácího apříjezdového cestovního ruchu.
* Tvorba a marketing národních a regionálních produktů CR
* Marketingové informace
 |
| 1. Politika cestovního ruchu a ekonomický rozvoj
 | * Politika cestovního ruchu jako součást hospodářské a regionální politiky
* Statistika a výzkum v CR
* Krizové řízení a bezpečnost
 |

Na podporu implementace Koncepce byl zpracován Akční plán, jedná se o krátkodobý dokument s platností na dva roky. Akční plán blíže specifikuje a konkrétněji rozpracovává opatření a aktivity Koncepce, respektive způsob jejich plnění včetně identifikace harmonogramu, realizátorů, výstupů, indikátorů a zdrojů financování. Východiskem pro zpracování Akčního plánu byly výstupy ze zpracování Zprávy o plnění Koncepce 2007-2013, i požadavky subjektů cestovního ruchu sdělené v rámci jednání Kolegia cestovního ruchu.

Do Akčního plánu ke Koncepci CR pro období 2015 – 2016 jsou v této souvislosti začleněna opatření na podporu dalšího rozvoje Českého systému kvality služeb, podporu cestovního ruchu v destinacích, sledování efektivity a přínosů realizovaných aktivit včetně opatření na zkvalitnění sledování plnění Koncepce 2014 – 2020, zabezpečení dat a podpory rozhodovacích procesů, podporu udržitelného rozvoje, podporu koordinace politiky cestovního ruchu, krizové řízení a bezpečnost a v neposlední řadě na podporu managementu a marketingu destinací.

Podrobnější přehled opatření a aktivit viz následující tabulka:

|  |  |
| --- | --- |
| **Opatření** | **Aktivity** |
| **1. Další rozvoj systému kvality služeb CR, zajištění udržitelnosti systému**  | * Zajištění dalšího rozvoje ČSKS
* Podpora propagace ČSKS a značky kvality
 |
| **2. Cestovní ruch v destinacích** | * Zpracování a následné vyhlášení nového programu
 |
| **3. Podpora sledování efektivity a přínosů realizovaných aktivit** | * Vypracování metodiky vyhodnocování investic
* Vytvoření indikátorů pro sledování výkonnosti CR
 |
| **4. Zabezpečení dat a podpory rozhodovacích procesů** | * Rozvoj Satelitního účtu cestovního ruchu ČR
* Realizace marketingových výzkumů
 |
| **5. Podpora udržitelného cestovního ruchu** | * Rozvoj infrastruktury přírodního dědictví
* Podpora činnosti a vzniku nových geoparků
* Rozvoj udržitelné dopravy
* Podpora tvorby produktů udržitelného cestovního ruchu
 |
| **6. Marketing cestovního ruchu na národní úrovni** | * Implementace Marketingového plánu 2015
 |
| **7. Koordinace politiky cestovního ruchu** | * Koordinace politiky cestovního ruchu
 |
| **8. Krizové řízení a bezpečnost**  | * Krizový scénář – řešení poklesu konkurenceschopnosti CR
* Podpora Horské služby ČR
 |
| **9. Efektivnější management a marketing destinací**  | * Problematika veřejné podpory
* Zefektivnění managementu a marketingu destinací
 |

Vyhodnocení plnění aktuálního Akčního plánu bude předloženo do vlády v souvislosti se zpracováním Akčního plánu na období 2017 – 2018 do 30. června 2017.

V rámci zpracování byl Akční plán projednán na Pracovní skupině RHSD při MMR (dne 18. 6. 2015) a následně na 119. Plenárním zasedání RHSD (dne 22. 6. 2015). Následně byl Akční plán předložen pro informaci členů vlády (program jednání vlády 13. 7. 2015).

# Implementace vybraných opatření Akčního plánu

## Vyhlášení národního programu podpory cestovního ruchu

**NPPCR 2015**

* Program je zaměřen na podporu prosperity regionů, rozvoj domácího CR, zachování zaměstnanosti, podpora tvorby nových produktů, aktivní začlenění cílových skupin, pro které je účast na cestovním ruchu obtížná, do aktivit CR, snížení sezónnosti, vytvoření podmínek pro zlepšení infrastruktury cestovního ruchu a zpřístupnění atraktivit.
* Program je určen pro podnikatelské subjekty a obce.
* Max. výše dotace je 50 % celkových uznatelných výdajů akce. Program je realizován na principu podpory de minimis. Projekty mohou být v rozsahu 250 tis. Kč – 5 mil. Kč, v případě výstavby parkovacích domů pro kola až 10 mil. Kč.
* V roce 2015 byly vyhlášeny dvě výzvy. Na poskytnutí podpory bylo navrženo 76 projektů včetně 4 náhradních v celkovém objemu dotace 90,696 mil. Kč.

**NPPCR 2016**

* V průběhu roku 2015 došlo k prodloužení stávajícího programu do roku 2017. Zaměření programu podpory je stejné jako v roce 2015.
* Výzva pro předkládání žádostí o podporu je otevřená od 1.11.2015 do 15.1.2016.
* Alokace programu je cca 80 mil. Kč.

**NPPCR 2016 – 2020**

V současné době probíhají intenzivní aktivity na vytvoření nového národního dotačního titulu pro oblast cestovního ruchu na období 2016+. Je uvažováno o vytvoření dvou programů.

Jeden program by byl určen na podporu investic primárně pro podnikatelské subjekty, na určité aktivity by v rámci tohoto programu mohly čerpat i samosprávné subjekty i turistické informační centra.

Druhý program by byl zaměřen na realizaci neinvestičních / marketingových a vzdělávacích aktivit pro destinační společnosti, případně krajské oddělení cestovního ruchu v případě, že není zřízena krajská destinační společnost. V rámci tohoto programu se předpokládá vyhlášení dvou výzev a to výzvy pro krajské destinační společnosti a výzvy pro oblastní a lokální destinace.

**Program podpory cestovního ruchu**

* Oprávnění žadatelé:
	+ podnikatelské subjekty, samosprávné subjekty, TIC
* Návrh podporovaných aktivit:
	+ podpora vybudování/ rekonstrukce atraktivit regionu
	a doprovodné infrastruktury
	+ přizpůsobení infrastruktury cestovního ruchu specifickým cílovým skupinám
	+ modernizace stávajících kempů (sociální zařízení, vybavení kempů, společenské prostory, sportovní aktivity, kuchyňka)
	+ monitoring návštěvníků
	+ navigační a informační systémy pro účastníky cestovního ruchu
	+ podpora činnosti Turistických informačních center /TIC/ (ne provoz) a spolupráce TIC s destinačními společnostmi (rekonstrukce, dovybavení, bezbariérovost, prodej regionálních produktů, prostor pro propagaci území, atd.)

**Podpora cestovního ruchu v destinacích**

* Oprávnění žadatelé:
	+ Destinační společnosti
* Návrh podporovaných aktivit:
	+ tvorba nových produktů, podpora regionálních produktů, tvorba programů pro specifické cílové skupiny
	+ marketing a propagace domácího cestovního ruchu
	+ vytvoření loga a branding destinace
	+ propagace místních regionálních produktů se zaměřením na destinaci jako takovou-kulturně přírodní majetek
	+ podpora moderních IT technologií v destinacích (intranet destinace, marketingové informační a řídící informační systémy destinací, vytváření cestovatelských aplikací, pořízení IT vybavení)
	+ monitoring návštěvníků

Předpokládaná alokace obou programů je 300 mil. Kč v roce 2016. MMR prověřuje různé modely systémů poskytování podpory, které by umožnily další navyšování alokace a tím i zvýšení počtu realizovaných projektů a jejich přínosů.

## Rozvoj Satelitního účtu cestovního ruchu

Další rozvoj Satelitního účtu cestovního ruchu je realizován prostřednictvím projektu IOP a v rámci zakázky „Pilotní analýza alternativních metod šetření příjezdového cest. Ruchu“ (VZMR).

Na základě definitivní podoby metodiky stanovené pracovní skupinou na statistiku cestovního ruchu proběhlo v září a 1. týden v říjnu terénní šetření počtu a struktury zahraničních a tuzemských návštěvníků v 5 vybraných lokalitách vhodných pro dotazování (celkem 10 směn, do 10.10.2015). V průběhu šetření byly lokality zaměřeny i mobilním operátorem z důvodu srovnání získaných dat. Zároveň proběhlo podrobné dotazování zahraničních návštěvníků na výdaje spojené s návštěvou ČR (přes 400 rozhovorů).

Pracovníci OCR provedli 5 kontrol tazatelské sítě – v každé lokalitě v 1 termínu (Telč, ZOO v Lešné u Zlína, Adršpašsko-teplické skály, Karlštejn, OC Teplice).

Plnění proběhlo v souladu s harmonogramem projektu a dle smlouvy o dílo. Dne 15.10.2015 došlo k předání 2. části díla (zpracované výstupy: databáze GSM dat a databáze F2F sebraných dat + průvodní zpráva). Nyní probíhá zpracování dat dodavatelem a 13.11.2015 bude předána 3. a závěrečná část díla. V průběhu akceptačního řízení proběhne jednání pracovní skupiny (24.11.2015). V případě akceptace všech výstupů projektu by mělo dojít k proplacení hlavní zakázky projektu a čerpání částky 943 800,- Kč (s DPH).

## Realizace marketingových výzkumů

1. Přehled marketingových výzkumů realizovaných agenturou CzechTourism v roce 2015 dle témat:

**Analýzy a výzkumy**

* Příjezdový cestovní ruch 2015 – zaměřeno na získání dat o příjezdovém cestovním ruchu do ČR, slouží jako podklad pro tvorbu satelitního účtu cestovního ruchu, realizováno v období 04 – 12/2015
* Analýza Návštěvnost českých hor – zaměřeno na zjištění celkové návštěvnosti jednotlivých českých hor během různých období roku (vánoční svátky a Nový rok, zimní sezona, Velikonoce, letní sezona a mezisezona) a na zjištění profilu návštěvníků českých hor – k dispozici prefinální zpráva
* Mystery shopping turistických informačních center – proběhlo v létě 2015, k dispozici závěrečná zpráva
* Analýza přínosů pořádání velkých sportovních akcí pro ČR – k dispozici analýza
* Zjišťování spokojenosti rezidentů s rozvojem cestovního ruchu na území jejich bydliště – realizováno ve spolupráci s vysokými školami v regionech
* Omnibus – plány Čechů na letní sezonu, Plány Čechů na zimní sezonu (právě probíhá)

**Měření a testování aktivit CzechTourism**

* Měření PR aktivit ZZ – především ukazatele AVE, OTS, Favorability, k dispozici měsíční zprávy 01 – 08/2015 a pololetní souhrnná zpráva
* Měření aktivit na sociálních sítích - počet fanoušků, engagement rate, nejoblíbenější a nejúspěšnější příspěvky, k dispozici měsíční zprávy do 10/2015
* Atraktivita a přínos expozice na veletrzích ITB Berlín, HolidayWorld, k dispozici závěrečné zprávy
* Testování brožur CzechTourism – německý trh a DCR - k dispozici závěrečné zprávy
* Pre-test zimní DCR kampaně – testování spotu a vizuálů, k dispozici závěrečná zpráva
* Reporting 2015 – online systém zaměřený na průběžné vyplňování a vyhodnocování výstupů aktivit CzechTourism, k dispozici zpráva za 01 – 08/2015
* Pre-test kampaně Karel IV. 2016 – v přípravě
* Tracking kamapně „Česko – naše destinace“ – pre-test kampaně, vyhodnocení zásahu kampaně – k dispozici zpráva za pre-test a 1. vlnu trackingu
* Zjištění Location Placement Value kampaně k čínskému filmu Somewhere only we know, k dispozici závěrečná zpráva

**Zhodnocení nejvýznamnějších eventů**

* Plzeň 2015 – zjištění profilu návštěvníků a jejich výdajů na 10 vybraných akcích během roku, zjištění návštěvnosti vybraných 6 akcí v průběhu roku, k dispozici hrubé výsledky za proběhlé akce, celkové vyčíslení přínosu akce bude k dispozici v prosinci
* EXPO 2015 – zjištění profilu návštěvníků expozice CzechTourism, její atraktivita a spokojenost s návštěvou, k dispozici prefinální zpráva
1. Plán výzkumných aktivit realizovaných agenturou CzechTourism pro rok 2016

**Plán výzkumů 2016**

* Příjezdový cestovní ruch 2016
* Mystery shopping všech certifikovaných TIC
* Efektivita PR aktivit ZZ
* Měření aktivit na sociálních sítích
* Reporting webů agentury CzechTourism
* Testování hlavní kampaně na incoming a DCR (pre a post testy)
* Ad hoc výzkumy dle potřeb ostatních oddělení

## Problematika místních poplatků

Problematika místních poplatků z cestovního ruchu je upravena zákonem č. 565/1990 Sb., o místních poplatcích, který je kompetenci MF. V současné době v rámci cestovního ruchu je možné vybírat dva poplatky:

* poplatek z ubytovací kapacity, který platí ubytovatel a jeho maximální výše je 6 Kč za každé využité lůžko a den
* poplatek za lázeňský nebo rekreační pobyt lze vybírat v lázeňských místech a v místech soustředěného cestovního ruchu, pro obec jej vybírá od hostů ubytovatel a jeho maximální sazba je 15 Kč za osobu a den.

Z celkového počtu 6 242 obcí v České republice vybíralo v roce 2013 místní poplatek z ubytovací kapacity 1 442 obcí (23,1 %) a místní poplatek za lázeňský nebo rekreační pobyt 907 obcí (14,5 %).

|  |  |
| --- | --- |
| **2013** |  |
| Poplatek z ubytovací kapacity | 213,0 mil. Kč |
| Lázeňský / rekreační poplatek | 300,6 mil. Kč |

Dle stávající legislativy je rozhodnutí o výběru místních poplatků, stanovení výši sazby, výběru poplatků i jejich následné využití v samosprávné působnosti obcí.

MMR vnímá poplatky z cestovního ruchu jako nástroj pro generování interních zdrojů (které nezatěžují veřejné rozpočty) pro financování regionálního rozvoje a cestovního ruchu. Ministerstvo na základě výše uvedeného zjištění chce iniciovat jednání ohledně úpravy zákona o místních poplatcích. Cílem je zefektivnit výběr místních poplatků z cestovního ruchu (jak s ohledem na jeho výši i způsob výběru) i podpořit návratnost vybraných prostředků na rozvoj cestovního ruchu.

MMR spolupracuje s SOCR, AHR, AHS, SMO na vytvoření koncenzuláního návrhu úpravy zákona o místních poplatcích, který bude následně projednáván s MF, gestorem zákona o místních poplatcích i MV, problematika samostatné působnosti samosprávních celků.

## Implementace marketingového plánu

**Mezi dlouhodobé aktivity marketingového plánování pak patří důraz na:**

1. Co-branding – nabídka vizuálních výstupů ostatním partnerům, sdílení obsahů
2. PR – využití úspěšných eventů, destinační PR – filmový turismus apod.
3. Důraz na own media – tedy rozvoj vlastních webů, komunikace v sociálních médiích
4. Partnerský marketing – intenzivnější spolupráce s regiony, profesními asociacemi aj., iniciace společných projektů
5. B2B – pro zahraniční pobočky využití kooperace v rámci V4, ETC

**Aktivity realizované v roce 2015**

Zrealizováno bylo 5 marketingových kampaní realizovaných v rámci IOP projektů. Komunikace byla zaměřena především na evropské/sousední státy a Česko. Konkrétně šlo o kampaně:

Česko: naše destinace. Kampaň je zaměřená na domácí trh, realizováno ve spolupráci s Asociací horských středisek, kampaň je stále v realizaci (konec 12/2015).

Produktová kampaň COOL Česko. Kampaň zaměřená na zdrojové trhy se silnou studentskou populací (VB, Německo, Polsko), zasaženo bylo přes 10 milionů uživatelů, na web přivedeno téměř 250 tisíc návštěvníků, na studentských eventech bylo přímo osloveno přes 100 tisíc návštěvníků.

Další produktové kampaně (Tradiční Česko, Filmové Česko) a eventová kampaň na EXPO 2015 jsou k 31/10/2015 ukončeny, aktuálně probíhá vyhodnocení aktivit a předání závěrečných zpráv projektů.

Plán aktivit na rok 2016

Klíčovým tématem marketingového plánu je komunikace **700. výročí narození českého krále a římského císaře Karla IV**. Po celý rok tak bude výročí připomínáno prostřednictvím kreativního konceptu **Královské zážitky na karlovských místech**.

**Mezi aktivity související s podporou výročí patří:**

* společná komunikace s institucemi zapojenými do výročí – typu Národní památkový ústav, Národní galerie, Pražská informační služba atd.
* tvorba „turistického“ obsahu ve spolupráci s regiony – karlovské příběhy pro každý turistický region, itineráře, popisy karlovských míst
* komunikace produktu vůči B2B – prezentace na Travel Meeting Pointu, v rámci workshopů a seminářů zahraničních poboček aj.
* tvorba vizuální podoby komunikace – příprava inzerce, videí – poskytnutí těchto výstupů partnerům a veřejnosti
* realizace kampaní v zahraniční a Česku – karlovské výročí jako hlavní komunikační téma marketingových plánů jednotlivých zahraničích poboček i centrály

Kromě karlovského výročí bude CzechTourism pokračovat i v produktové komunikaci, která nebude přímo spojována s výročím (typu zimní kampaně Snow and Fun, medical tourism, B2B aktivity).

## Koordinace politiky cestovního ruchu

* Kolegium cestovního ruchu
	+ Uspořádání 4. zasedání Kolegia cestovního ruchu je plánováno na 4.12.2015. Na programu jednání by měla být prezentace aktivit MMR v oblasti cestovního ruchu na rok 2016 (vychází z Akčního plánu), představení Zprávy o plnění Koncepce státní politiky, diskuse k aktuálním překážkám rozvoje cestovního ruchu, nastavení podporovaných aktivit národního programu podpory cestovního ruchu 2016+ a další. Součástí jednání by mělo být i projednávání návrhů transformace Kolegia a jeho rozšíření o zástupce regionálních kolegií.
* Meziresortní koordinační komise pro cestovní ruch
	+ MMR obnovilo činnost meziresortní koordinační komise pro cestovní ruch. Proběhla nominace nových členů. Jednání meziresortní koordinační komise je plánováno na 3. čtvrtletí 2015. Kromě stálých členů (MK, MPO, MZd, MZe, MF, MD, MV), budou v roli hostů na jednání pozváni i zástupci ostatních resortů. Na programu jednání je projednávání spolupráce na propagaci ČR v zahraničí, problematika jednotné propagace ČR, i možnost spolupráce na plnění opatření Akčního plánu.
* Jednání o regionálním kolegiu
	+ MMR na jednání se zástupci RSK a NSK v průběhu prvního pololetí představilo myšlenku na zřízení tzv. regionálních kolegií cestovního ruchu, které by vznikly v rámci RSK. Většina krajů ČR považuje rozvoj cestovního ruchu jako jednu ze svých významných priorit, zástupci RSK a NSK pozitivně přijali vznik tzv. regionálních kolegií, jako komunikačních a koordinačních platforem pro rozvoj cestovního ruchu v regionu.
	+ MMR prověřovalo několik variant vzniku regionálních kolegií a připravilo statut a jednací řád pracovní skupiny RSK pro cestovní ruch. Varianty vzniku regionálních kolegií byly následně postoupeny regionálním subjektům k připomínkám. Na základě jednání k regionálním kolegiím cestovního ruchu, které proběhlo v říjnu 2015, bylo dohodnuto, že regionální kolegia vzniknou transformací ve většině krajů existujících komisí cestovního ruchu (Jednotlivé kraje zašlou MMR prohlášení o spolupráci regionální komise cestovního ruchu a RSK, soupis členů regionální komise cestovního ruchu, přehled činnosti regionální komise. Současně dojde k rozšíření členů RSK o zástupce regionální komise, který bude následně i členem národního kolegia cestovního ruchu).

# Další realizované aktivity nezahrnuté do Akčního plánu

## Implementace směrnice ES a Rady o souborných službách cestovního ruchu a cestách s asistovanou přípravou

Směrnice Evropského parlamentu a Rady o souborných cestovních službách a spojených cestovních službách byla v říjnu 2015 schválena Evropským parlamentem. Během listopadu 2015 by měla být publikována v Úředním věstníku EU. Směrnice byla přijata řádným legislativním postupem. Transpoziční lhůta pro členské státy EU byla stanovena na 24 měsíců od vstupu směrnice v platnost – tj. do konce roku 2017. Gestorem je Ministerstvo pro místní rozvoj.

Směrnice reaguje na rozvoj on-line prodejních technik v oblasti cestovního ruchu. Odstraňuje některá nejasná ustanovení platné směrnice. Má dojít k většímu sjednocení pravidel pro prodej cestovních služeb, což bude mít dopad na posílení konkurenceschopnosti a důvěru spotřebitelů v přeshraniční nákup služeb. Mezi konkrétní příklady novinek lze například uvést zavedení zcela nové kategorie tzv. spojených cestovních služeb, u kterých obchodníci zprostředkovávající tyto služby nebudou podléhat stejným povinnostem jako pořadatelé zájezdů. Další novinkou je právo na odstoupení spotřebitele od smlouvy v případě tzv. vis maior (jako např. živelné pohromy, válka, propuknutí epidemie) bez nutnosti zaplacení storno poplatků a konkretizace pomoci cestujícím v nouzi. Zpřesněna byla ustanovení týkající se povinnosti pořadatele zajistit ubytování cestujícímu až na tři noci v případě neočekávaných a mimořádných okolností v destinaci. Nově jsou dále upravena pravidla pro odstoupení od smlouvy pro cestujícího bez placení storno poplatků v případě zvýšení ceny o více jak 8%. Směrnice dále řeší kolizi nároků na náhradu škody, které vyplývají ze směrnice a z dalších unijních předpisů upravujících náhrady cestujícím v dopravě.

## Sdílená ekonomika

Rozvoj sdílené ekonomiky je úzce spojen s rozvojem informačních technologií. V evropském rámci zahrnuje tento fenomén nejen samotné „sdílení“ (např. auta nebo bytu), nýbrž také celou řadu služeb – půjčování věcí, stravování, maloobchod, spotřebitelské a řemeslné služby, hlídání dětí, zprostředkování služeb, média, zábavu atd.

Přednosti (pro spotřebitele): zpravidla nižší cena nabízených a poskytovaných služeb.

Negativa (pro spotřebitele): vytváření nerovné konkurence tradičním poskytovatelům služeb, nedostatečná ochrana spotřebitele - chybí odpovídající dohled a dozor (např. nedodržování přísných kritérií z pohledu požární ochrany).

Sdílená ekonomika vytváří potenciál pro existenci šedé ekonomiky, do svých cen nezahrnují náklady a odvody spojené s dodržováním povinností spojených s poskytováním ubytovacích služeb podle příslušných předpisů (jako jsou např. daně).

MMR podporuje přiměřenou formu regulace formou certifikace produktů či služeb sdílené ekonomiky a ochranu spotřebitele. MMR dále podporuje vymáhání již existujících předpisů, a zároveň upozorňuje na riziko nadbytečné regulace v oblastech, které nutně regulaci z povahy věci nevyžadují. Oblast cestovního ruchu – zejména poskytování ubytovacích služeb je sdílenou ekonomikou nejvíce ohrožena.

# Přílohy

## Cestovní ruch v ČR – časové řady

Viz samostatná příloha.