

Mgr. Milan Filip
Odbor strategického rozvoje kraje
Krajský úřad Zlínského kraje
třída Tomáše Bati 21
761 90 Zlín

Ve Zlíně, dne 24. června 2025

VĚC: Žádost o navýšení dotace na provoz a přesun části neinvestiční dotace na dotaci investiční

Vážený pane vedoucí,

obracím se na Vás s žádostí o navýšení dotace na provoz a současně s žádostí o přesun části neinvestiční dotace na dotaci investiční.

1. Žádost o navýšení dotace na provoz

Centrála cestovního ruchu Východní Moravy má uzavřenu smlouvu o poskytnutí vyrovnávací platby ve formě dotace č. D/3554/2024/STR na celkovou částku 13.000.000 Kč.

Žádost o platbu ve výši 13 mil Kč byla podána s ohledem na dodržení rozpočtového výhledu Zlínského kraje. V roce 2023 byla ale dotace CCRVM udělena ve výši 15 mil. Kč a na základě vyhodnocení potřeb byla v roce 2024 navýšena na 16 mil. Kč. Na základě navýšení rozpočtu probíhala v průběhu roku odpovídající marketingová kampaň.

V roce 2025, byly na základě snížení rozpočtu významně omezeny marketingové výstupy a téměř opuštěn print. Rádi bychom však alespoň posílili kampaň v on-line prostředí.

Proto žádáme o navýšení provozní dotace na rok 2025 o částku 1 000 000 Kč.

K navýšení přistupujeme s vědomím pokročilého období v rámci rozpočtového roku a v souladu s principem péče řádného hospodáře. Vzhledem k předpokládanému termínu schválení dotace by nebylo reálné zajistit efektivní a hospodárnou realizaci marketingových aktivit v rozsahu vyšším než odpovídá uvedené částce.

Navýšením dotace budou podpořeny především realizace online marketingových kampaní zaměřených na domácí, slovenský a polský trh. Zacílení online kampaní na tyto trhy je efektivním nástrojem pro oslovování cílových skupin, které mají reálný potenciál k návštěvě regionu. Zároveň se jedná o trhy, kde jsou dosavadní výstupy dobře měřitelné a vykazují pozitivní trend návratnosti v podobě zvýšeného zájmu o region i konkrétní turistické produkty.

Cestovní ruch představuje jeden z klíčových nástrojů ekonomického rozvoje Zlínského kraje. Dle dostupných dat za rok 2024 dosáhl odhadovaný počet návštěvo dnů cca 10,5 milionu, z toho více než 2,2 milionu realizovali zahraniční návštěvníci. Spotřeba návštěvníků v regionu činila přibližně 13,5 miliardy Kč, přičemž podíl zahraničních turistů představoval až 3,7 miliardy Kč. Cestovní ruch tak generuje významné příjmy do veřejných rozpočtů ve výši cca 5,5 miliardy Kč, a to jak na úrovni kraje, měst a obcí, tak prostřednictvím multiplikačních efektů i v rámci návazných odvětví (ubytování, stravování, doprava apod.).

Žádost o navýšení provozní dotace o 1 000 000 Kč v kontextu těchto přínosů není neoprávněná. Navýšení bude využito s maximální efektivitou na cílené online kampaně, a to především na slovenském a polském trhu, ale zároveň posílí komunikaci i v domácím prostředí.

Slovenský trh je pro Zlínský kraj přirozeně blízký z pohledu jazykového, kulturního i geografického a zdaleka není využit jeho potenciál. Slovenský návštěvník tvoří stabilní a významnou část zahraniční klientely, která v kraji nejen přenocuje, ale také generuje významnou spotřebu.

Polsko představuje rozvojový trh s rostoucím zájmem o kulturní, přírodní i wellness zážitky – tedy přesně o typy produktů, na které se Východní Morava specializuje. Cílenou kampaní na tomto trhu lze navýšit počet přenocování i celkovou útratu návštěvníků.

Poskytnutí vyrovnávací platby ve formě dotace považujeme za návratnou a multiplikovanou investici do regionální ekonomiky a kvality života. Využití navýšené částky o 1 000 000 Kč bude plně v souladu s aktuálními trendy efektivně zacíleno na klíčové trhy a přinese konkrétní a měřitelné výsledky ve formě snahy o vyšší návštěvnost a vyšší útraty v regionu.

Veškeré aktivity CCRVM jsou navrženy tak, aby docházelo k rozvoji cestovního ruchu v regionu. Cílem CCRVM je, aby region obstál v silné konkurenci ostatních českých regionů, ale také v konkurenci sousedních zemí. Tyto se prosazují na trhu nejen velmi dobře propracovanou turistickou nabídkou, ale také silnými propagačními kampaněmi, které není možné realizovat bez finančních prostředků.

Z navýšené částky dotace bude dále pořízena pro všechna turistická informační centra v regionu vlajka tzv. „muší křídlo“, což znamená cca. 160 000,- Kč.

Současně je nutné konstatovat, že CCRVM nespoleská jen na provozní dotaci, ale aktivně vyhledává dotační možnosti a předkládá projektové záměry v rámci národních i mezinárodních dotačních titulů. Je nutné podotknout, že možnosti získání dotace z jiných zdrojů je stále omezenější a podpora cestovního ruchu v nich není prioritou.

Prosíme o vyplacení této částky v termínu do 30 dní od uzavření dodatku ke smlouvě.

2. Žádost o přesunutí části neinvestiční dotace na dotaci investiční

CCRVM realizuje z programu Interreg Slovensko – Česko 2021 – 2027 projekt s názvem 12 měsíců ve Zlínském a Trenčínském kraji – živě a inovativně. Vlastní podíl financování tohoto projektu je zajištěn na základě uzavřené vyrovnávací platby ve formě dotace č. D/3554/2024/STR. V rámci realizace tohoto projektu došlo k upřesnění charakteru jednotlivých nákladových položek, přičemž některé náklady musí být vedeny jako investiční. Žádáme proto o přesun částky 460 000 Kč z neinvestiční dotace na dotaci investiční, tak aby odpovídala povaze realizovaných aktivit a účetním standardům.

Přehled celkových způsobilých výdajů na základě smlouvy č. D/3554/2024/STR je uveden níže:

Kategorie výdajů	Výše (Kč)
Celkové způsobilé výdaje po navýšení	14 000 000 Kč
z toho neinvestiční výdaje (dotace)	13 540 000 Kč

z toho investiční výdaje (dotace)

460 000 Kč

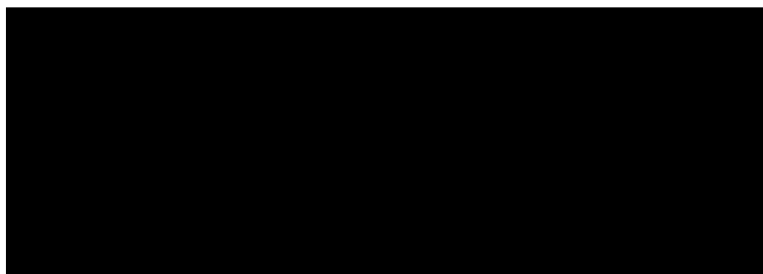
Investiční výdaje (460 000 Kč) budou použity na:

- pořízení 2 ks kiosku,
- pořízení a instalaci informačního systému kiosků,
- realizaci vlogu – 24 videí v průběhu období 5/2025 – 5/2026 s opakovaným využitím.

Přesun prostředků neznamená navýšení celkového objemu dotace, pouze správné rozdělení dle charakteru nákladů.

Velmi děkuji za pochopení a vyhovění žádosti.

S pozdravem



Příloha č. 1 – Výstupy CCRVM v roce 2025

Příloha č. 1 – Výstupy CCRVM v roce 2025

Výstupy CCRVM v roce 2025

Výstup - indikátor	Měrná jednotka (akce, osoba, ks, ...)	Počet
Destinační management		
Vzdělávací eventy pro partnery v CR	ks	2
Newslettery	ks	10
Analýzy v území	ks	1
Společná jednání s DMO	ks	10
Destinační marketing		
Tiskové zprávy	ks	24
Pořízení fotografií a reels	soubor	2
Produktová videa (1 min, 30s, 10s) – 5 produktů	ks	9
Presstripy, famtripy	ks	5
Online kampaň – letní a zimní (produktová) *	soubor	2
Výstupy v tištěných médiích	soubor	1
Veletrhy a prezentace	ks	6
Turistika a gastro festival	ks	1
Dotisk - jednotný materiál	druh	1
TV prezentace	soubor	1

Online kampaň – letní a zimní (produktová) *

- Soubor 1** – letní kampaň je zaměřena na propagaci kulturní pěší turistiky po Cyrilometodějské stezce. Na deník.cz a nationalgeographic.cz budou umístovány nativní články a bannerová reklama. Termín realizace červen – srpen.
- V rámci pravidelně čtvrtletně vydávané samostatné přílohy Mladé Fronty, zaměřené na turistickou nabídku Východní Moravy, probíhá malá on-line kampaň zaměřená vždy na vybrané téma, např. jaro na Východní Moravě, kam za zážitky, podzim – cykloturistika, vinařské slavnosti..., advent a zima.
- Soubor 2** -zimní kampaň je připravována ve spolupráci s marketingovou agenturou na období podzim – zima (kampaň bude zahájena od druhé poloviny léta) se zaměřením na domácí cestovní ruch s částečným přesahem na Slovensko. Tematicky bude zaměřena na kombinaci aktivní a relaxační nabídky.
- Navýšení rozpočtu o 1 mil. Kč** bude využito na rozšíření on-line kampaně viz soubor 2, především na silnější zásah Slovenska, spolupráci v sousedních regionech Polska a posílení souvislé, efektivnější komunikace v rámci České republiky. V rámci kampaně bude také posílena značka turistického regionu.