



Centrála cestovního ruchu Východní Moravy

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

Ve Zlíně, dne 26. května 2026

VĚC: Žádost o navýšení dotace na provoz

Vážený pane vedoucí,

Centrála cestovního ruchu Východní Moravy má se Zlínským krajem uzavřenu smlouvu o poskytnutí vyrovnávací platby ve formě dotace č. D/3719/2025/STR na celkovou částku 15.000.000 Kč.

Ve vazbě na změnu značky turistického regionu a v souladu s prioritami ZZK schválené aktualizace Konceptce udržitelného rozvoje cestovního ruchu ve Zlínském kraji 2030 je nezbytné zpracovat novou marketingovou a komunikační strategii krajské DMO. Tímto bychom Vás chtěli požádat o navýšení provozní dotace na rok 2026 celkem o 1,4 mil. Kč v položce marketingové aktivity. Navýšení bude využito na realizaci dvou klíčových aktivit podporujících rozvoj cestovního ruchu a propagaci Zlínského kraje:

- zajištění marketingové a komunikační strategie související se změnou značky turistické destinace Východní Morava (rebranding)
- realizaci propagačních a marketingových aktivit

Rebranding turistické destinace Východní Morava

Součástí marketingové a komunikační strategie bude zejména návrh nové značky destinace, komunikační a vizuální identity a nastavení jednotného vizuálního a komunikačního systému pro kraj a oblastní destinační společnosti. Bude tedy vytvořen vizuální styl, kdy součástí bude příprava loga, logo manuál, brand a corporate identity a dále bude vyhotovena komunikační a marketingová strategie, což považujeme za základní dokument pro plánování marketingové komunikace vč. nastavení online nástrojů.

Potřeba realizace této aktivity vychází ze schválené aktualizace Konceptce udržitelného rozvoje cestovního ruchu ve Zlínském kraji 2030, která identifikuje potřebu posílení destinačního marketingu, konkurenceschopnosti regionu a systematického budování silné a jednotné značky kraje.

Cílem rebrandingu je modernizace komunikace turistické destinace, sjednocení marketingové prezentace regionu a posílení povědomí o Zlínském kraji na domácím i zahraničním trhu. Realizace marketingové a komunikační strategie přispěje k efektivnější propagaci regionu, lepšímu zacílení marketingových aktivit a dlouhodobému posílení konkurenceschopnosti cestovního ruchu ve Zlínském kraji.

Systematická práce se značkou destinace a profesionální marketingová komunikace jsou proto nezbytnými nástroji pro udržení konkurenceschopnosti kraje v rámci České republiky i příhraničních trhů.

Propagační a marketingové aktivity

CCRVM bude realizovat propagační a marketingové aktivity zaměřené na podporu cestovního ruchu a posílení povědomí o turistické destinaci na domácím i zahraničním trhu. Aktivity budou realizovány prostřednictvím komunikačních kampaní, podpory regionálních témat a spolupráce s partnery v oblasti cestovního ruchu.

Důležitou součástí bude rovněž propagace regionu v příhraničním a zahraničním prostoru, zejména směrem ke slovenskému trhu, který představuje pro Zlínský kraj významnou cílovou skupinu návštěvníků. Marketingové aktivity budou podporovat budování povědomí o turistických atraktivitách regionu, nabídce aktivního trávení volného času, kulturním dědictví i přírodních lokalitách kraje.

Realizace aktivit přispěje k posílení image Zlínského kraje jako moderního, atraktivního a dostupného turistického regionu a současně podpoří rozvoj přeshraniční spolupráce a dlouhodobých partnerských vztahů v oblasti cestovního ruchu.

Závěr

Poskytnutí navýšené vyrovnávací platby ve formě dotace považujeme za důležitou investici do dlouhodobého rozvoje cestovního ruchu ve Zlínském kraji. Realizace uvedených aktivit umožní efektivnější propagaci regionu, lepší koordinaci marketingových aktivit, posílení identity turistické destinace a zvýšení povědomí o Zlínském kraji mezi domácími i zahraničními návštěvníky.

Současně je nutné konstatovat, že CCRVM nespolehá pouze na provozní dotaci, ale aktivně vyhledává dotační možnosti a předkládá projektové záměry v rámci národních i mezinárodních dotačních titulů. Možnosti získání podpory z jiných zdrojů jsou však stále omezenější.

V příloze č. 1 této žádosti přikládáme aktualizaci monitorovacích indikátorů.

Navýšené finanční prostředky, prosím, zašlete na účet uvedený ve smlouvě v termínu do 15. 8. 2026.

Velmi děkuji za pochopení a vyhovění žádosti.

S pozdravem

Ing. Michal Vala
ředitel Centrály cestovního ruchu Východní Moravy

Příloha č. 1 – Výstupy CCRVM v roce 2026

Příloha č. 1 – Výstupy CCRVM v roce 2026

Výstupy CCRVM v roce 2026 – aktualizované po navýšení

Výstup - indikátor	Měrná jednotka (akce, osoba, ks.)	Počet	Počet po aktualizaci
Destinační management			
Vzdělávací eventy pro partnery v CR	ks	2	2
Newslettery	ks	10	10
Společná jednání s DMO	ks	10	10
Destinační marketing			
Tiskové zprávy	ks	24	24
Pořízení fotografií a reels	soubor	2	2
Presstripy, famtripy	ks	5	5
Online kampaň	soubor	1	1
Výstupy v tištěných médiích	soubor	1	1
Veletřhy a prezentace	ks	6	6
Tvorba propagačních tiskovin	druh	1	1
TV prezentace	pořad	2	2
Propagační aktivity na Slovensku	soubor		1
Analýzy a strategické dokumenty			
Marketingová a komunikační strategie	počet		1