

## Koncepce udržitelného rozvoje cestovního ruchu ve Zlínském kraji 2030

*Aktualizace 2026*

Přehled klíčových informací z aktualizované  
koncepce — komplexní rámec pro řízení  
a rozvoj cestovního ruchu ve Zlínském kraji.

ZLÍNSKÝ KRAJ | třída Tomáše Bati 21, 761 90 Zlín  
Odbor strategického rozvoje kraje

Dodavatel:  
KROKEM s.r.o. | V Chaloupkách 379/17, 198 00 Praha



# Proč řešíme rozvoj turismu?

Cestovní ruch je významnou součástí ekonomiky kraje:

- vytváří obrat v multiplikaci cca 24 mld. Kč ročně,
- významně podporuje zaměstnanost,
- pozitivně ovlivňuje kvalitu života obyvatel.

13 5

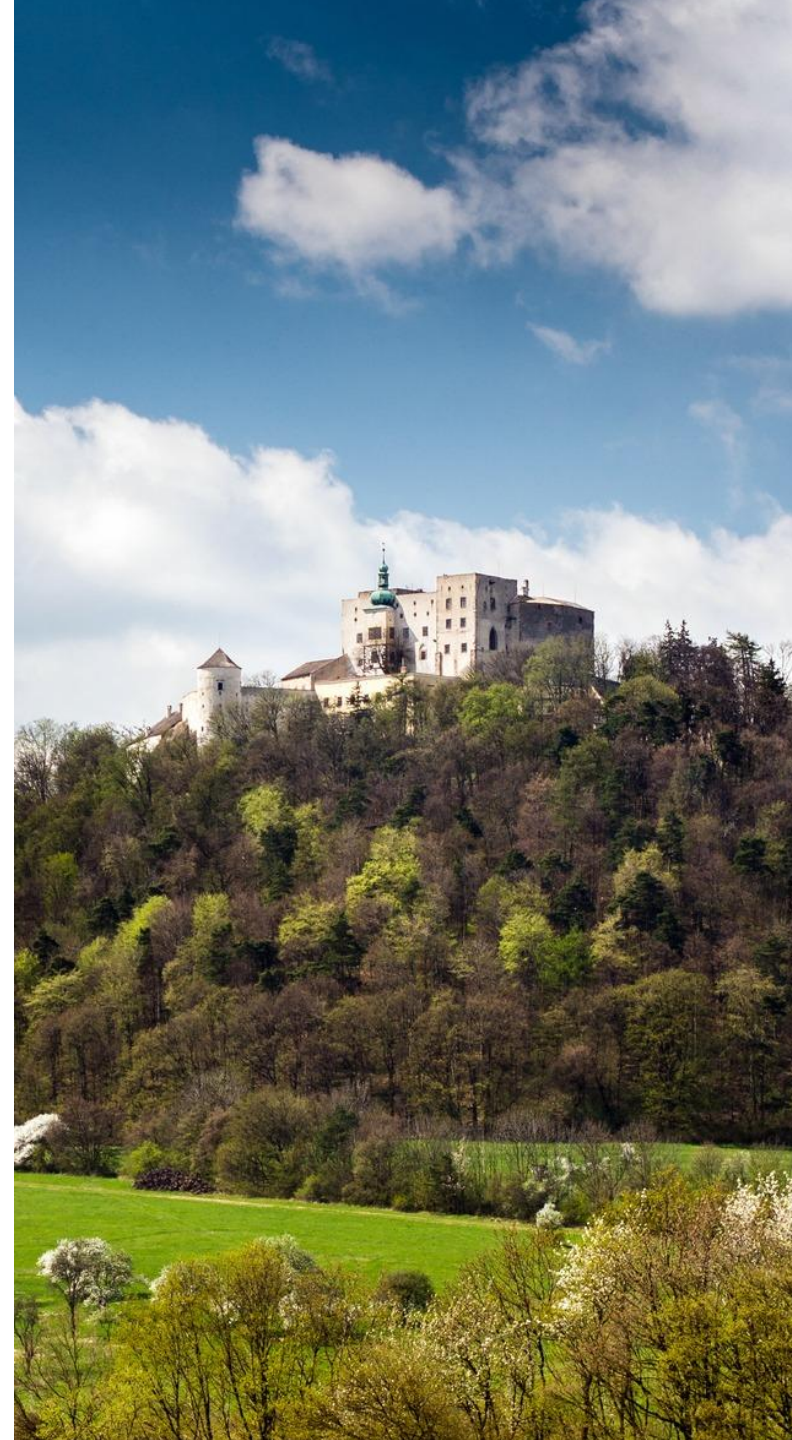
miliard Kč ročně

Iniciovaná spotřeba  
z návštěvnosti destinace  
(2024)

miliard Kč příjmy

Pro veřejné rozpočty ČR  
z návštěvnosti kraje  
(2024)

Institucionálně je zajištěno Zlínským krajem,  
krajskou centrálou cestovního ruchu a 4 oblastními  
organizacemi destinačního managementu.



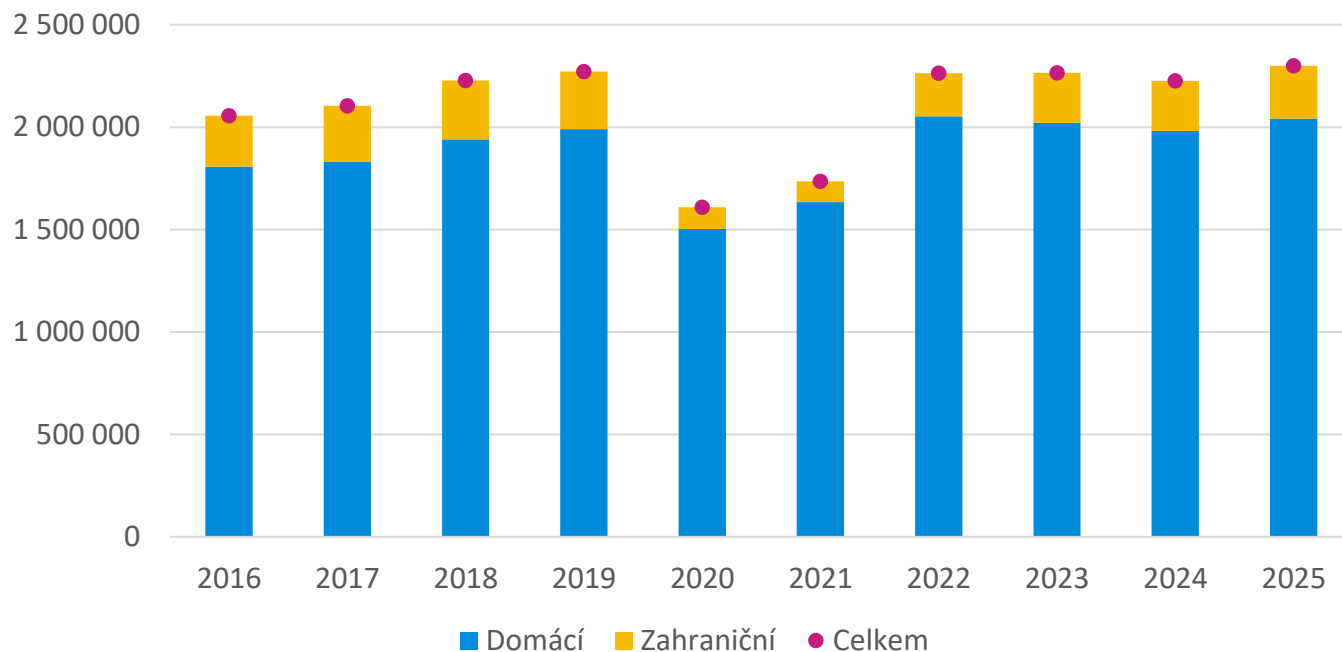
# Počet přenocování ve Zlínském kraji

# 2,2

mil. přenocování

Počet přenocování v HUZ  
v roce 2025

Vývoj počtu přenocování v HUZ ve Zlínském kraji (2016–2025)



## Vývoj návštěvnosti

Přes pokles v letech 2020–2021 se počet přenocování vrátil na předpandemickou úroveň. Pohybuje se okolo 2,2 mil. přenocování za rok.

# 3 mil.

Cílem aktualizované koncepce je dosáhnout 3 mil. přenocování v HUZ do roku 2030.

# SWOT analýza & vize Zlínského kraje v oblasti cestovního ruchu

## Silné stránky

- Výjimečné přírodní a kulturně-historické hodnoty
- Lázeňství, wellness
- Víno, folklor, tradice
- Hustá síť tras

## Slabé stránky

- Nedostatečné zázemí
- Nerovnoměrná návštěvnost
- Nejasná turistická značka
- Neefektivní systém řízení

# VIZE

- Zlínský kraj je **lídrem v podpoře rozvoje cestovního ruchu** v Česku. Nastavuje podmínky pro rozvoj turismu jako významného hospodářského odvětví, které přispívá k prosperitě regionu a kvalitě života obyvatel.
  - Opírá se o **dlouhodobá partnerství, efektivní využívání zdrojů a udržitelný přístup** k rozvoji destinací a potenciálu cestovního ruchu na svém území.
- Prostřednictvím krajské centrály cestovního ruchu a ve spolupráci s turistickými oblastmi a dalšími aktéry **zvyšuje konkurenceschopnost, inovativnost a atraktivitu regionu.**

## Příležitosti

- Rozvoj komplexních produktů
- Profesionalizace řízení
- Nový krajský brand & spolupráce s oblastními značkami

## Hrozby

- Přetížení vybraných lokalit
- Závislost na vybraných trzích
- Nedostatek financí

Atraktivita



Rozvoj



Identita



Viditelnost





# Strategické cíle koncepce

## 1

### **Rozvoj území**

Rozvíjet potenciál území a vyrovnat regionální disparity — infrastruktura pro aktivní turismus, zpřístupnění méně známých lokalit, dopravní dostupnost, profesionalizace služeb a kvalitní interpretace dědictví.

## 2

### **Řízení & spolupráce**

Efektivní systém řízení CR s jasným vymezením rolí a finančních toků — optimalizace nastavení, stabilní financování DMO (až 7 mil. Kč/rok), rozhodování na základě dat, rozvoj lidských zdrojů.

## 3

### **Marketing & značka**

Jednotná značka Zlínského kraje jako atraktivní destinace — nová značka destinace kooperující s oblastními značkami, krajské produkty, cílená komunikace, Karta návštěvníka.

# Nejvýznamnější změny

## Financování turismu



- Přejít z dotačního systému financování oblastních DMO na **členské příspěvky**
- Financování těch oblastních DMO, které nabydou právní formy **spolek** a kraj se stane jejich členem
- **Základní** příspěvek + **variabilní** příspěvek + **příspěvek na společné aktivity od krajské CCR**

**až 7 000 000 Kč ročně**

## Krajský brand



- Hledání varianty znění nové krajské značky turismu **„Zlínský kraj“**
- Koexistence s oblastními značkami, jejich preference v komunikaci pro B2C trhy
- Pro účely vybraných segmentů, např. MICE

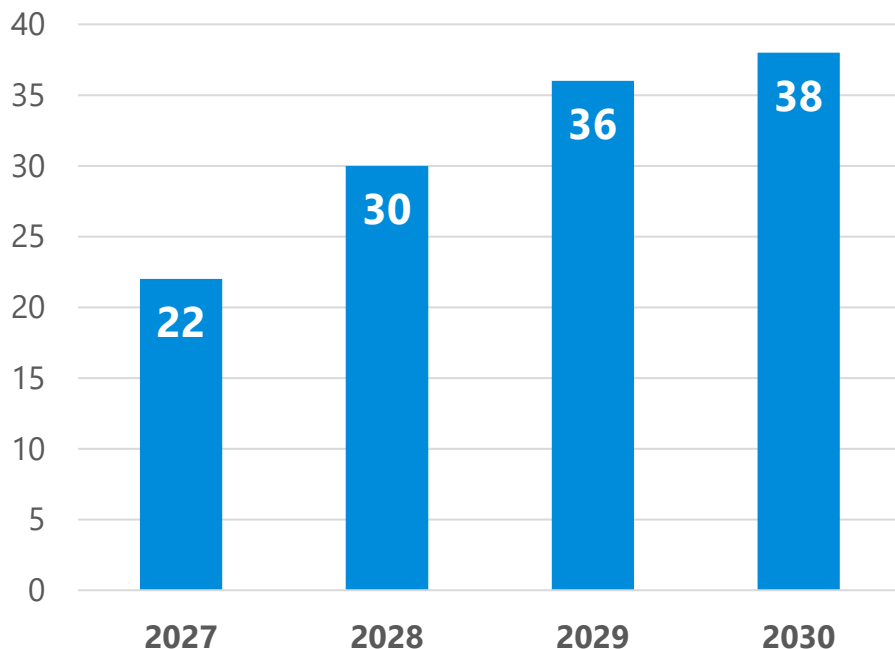
## Karta návštěvníka



- Návrh **celokrajského systému** s respektem ke stávajícím kartám
- Koordinace a přesah napříč regiony (vč. mezikrajských)
- Nástroj s přínosy pro návštěvníky, místní obyvatele i zapojené partnery

# Kolik to bude stát — a co to přinese?

Předpokládaná výše investice kraje (v mil. Kč)



## Rámcové náklady realizace koncepce

- zahrnují řízení destinace a marketing
- kombinují fixní a variabilní výdaje
- jsou průběžně upravovány o inflaci
- stabilizují financování systému

Investice 38 mil. Kč v roce 2030 může vygenerovat až:

**16 – 20 mld. Kč**

Iniciované spotřeby

**6 – 8 mld. Kč**

Příjmů pro veřejné rozpočty

**11 – 14 tis. FTE**

Objem práce přepočtený na celé úvazky

*\*Při splnění nárůstu počtu přenocování hostů v HUZ na 3 000 000 v roce 2030*

**Děkuji Vám za Vaši pozornost**

**ONDŘEJ ŠPAČEK**

Rozvoj regionů, turismus, kultura a sport

+420 602 265 851

[o.spacek@kreia.cz](mailto:o.spacek@kreia.cz)

[www.kreia.cz](http://www.kreia.cz)

*Zdroj foto: facebookový profil Východní Morava*

