

# MICE V DOBĚ (PO)KORONAVIROVÉ: PŘECHODNÝ STAV NEBO TRVALÁ REDEFINICE OBORU?

## MICE BUSINESS IN THE (POST)COVID TIMES: STATE OF TRANSITION OR A COMPLETE REDEFINITION OF THIS INDUSTRY?

Kateřina Chvátalová<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Mgr. Kateřina Chvátalová, Vysoká škola ekonomická v Praze, Fakulta mezinárodních vztahů, chvk02@vse.cz

**Abstract:** This article aims to describe and analyze the situation in the MICE part of the tourist business. MICE is struggling because of the coronavirus pandemic leaving many suppliers and parts of the industry on the verge of survival. MICE is a complex ecosystem that was able to generate significant economic benefits to business destinations before 2020. For instance Prague, one of the top 10 world most popular congress destinations in 2019, experienced an enormous decline in 2020 due to the COVID-19 pandemic. Compared to year 2019, 78.9% fewer congresses, conferences and other MICE events took place in the Czech capital city (Muška, 2021). The industry is trying to restart itself, but it is necessary to define the possibilities of implementing large-scale mass business events, new hygienic rules and conditions, legal description of the situation and support at the governmental as well as supranational level. The description of the current state and the reflection of the measures taken so far and the possibilities of implementing actions during the pandemic will answer the question of whether it is possible to return to MICE in pre-coronavirus state or if it is necessary to redefine the industry as such.

**Keywords:** Covid-19 pandemic, MICE, Tourism, Business Events

**JEL Classification:** L83

---

### ÚVOD

Již dva roky se nachází svět v situaci ohrožení koronavirovým onemocněním. Jedná se o atmosféru celospolečensky napjatou, omezenou a deprimovanou. Koronavirus ovlivňuje osobní, pracovní, politický i ekonomický život. Obory, které jsou obecně považovány za „zbytné“, tedy i všechny odnože turismu, trpí nejvíce, i přes to, že jsou pro ekonomiky některých států jedním z důležitých zdrojů růstu. Stejně tomu je i v případě MICE turismu. Důležitost segmentu MICE z ekonomického hlediska zdůrazňují i Huiwen He et al. (2020), stejně jako Getz (2008). Laická veřejnost si může jen obtížně představit, kolik přidružených dodavatelských segmentů je do ekosystému turismu zapojeno. Při pohledu pouze na mezinárodní MICE turismus (jedná se o typ turismu, který se zabývá tzv. *business events* – meetingy, incentivy, konferencemi, kongresy, výstavami a dalšími profesionálně organizovanými akcemi), lze najít namátkou tyto velmi citelně postižené přidružené dodavatelské segmenty a subjekty: letecká, autobusová a vlaková doprava, dodavatelé technických řešení (zejména audiovizuální technika), tlumočníci, překladatelé a průvodci, gastronomie s důrazem na luxusnější restaurace a cateringové společnosti, dodavatelé potravinářských surovin, potravin a nápojů, číšníci, kuchaři, hostesky, someliéři, půjčovny nábytku a vybavení pro pořádání eventů, hotely, kongresová a konferenční centra, historické budovy pronajímající prostory za účelem realizace eventů, ostatní místa a objekty (event venues) nabízející své prostory (kluby, moderní centra umění, divadla), incomingové cestovní kanceláře, odborníci na destinační management: DMC's (*Destination Management Companies*), DMO's (*Destination Management Organizations*), PCO's (*Professional Congress Organizations*), marketingové a PR agentury poskytující know-how v oblasti brandingů a propagace destinací, organizátoři mezinárodních výstav, veletrhů, festivalů a jiných masových akcí, dodavatelé květinových výzdob a jiných dekorací, umělci vystupující na akcích, profesionální speakeři a moderátoři, muzea, galerie apod., prádelny, dodavatelé hygienických,

sanitárních a kosmetických potřeb, bezpečnostní agentury a mnoho jiných profesí. Tento jistě ne zcela vyčerpávající přehled zasažených dodavatelů pomůže porozumět rozměru zásahu pandemie napříč profesemi a obory blízkými MICE segmentu.

Možnostmi překonání covidové krize v MICE odvětví se zabírají Hidalgo et al. (2022) s důrazem na možnosti obnovy v zasaženém španělském hotelnictví, situaci v japonském cestovním ruchu se věnuje Yagasaki (2021). Krizovému managementu v souvislosti s covidem věnovali svůj článek (Wut et al., 2021).

Je nutné si uvědomit, že již od března roku 2020 jsou všichni výše zmínění nuceni bojovat o udržení podniků ve velmi ztížených podmínkách (vládní omezení, protiepidemická opatření, masivní přesuny zaměstnanců směrem do jiných odvětví atd.). Naprostá většina business akcí a akcí kongresového či incentivního typu byla zrušena, nebo přenesena do virtuálního či hybridního prostředí. Ani na začátku roku 2022 nelze konstatovat, že by v odvětví zavládl přetrvávající optimismus. Již existuje zkušenost, vakcíny, očkovací certifikáty, plošné testování, ale onemocnění covid stále překvapuje novými mutacemi způsobujícími další covidové vlny.

Tím nejobtížnějším v obnově těžce zasaženého odvětví bude znovuzískání chuti cestovat, osobně se zúčastnit velké akce beze strachu, návrat do světa živých eventů a útlum akcí výlučně virtuálních.

Je potřeba se do hloubky zamyslet a analyzovat motivaci, která za organizací akcí MICE typu stojí, stejně tak jako pochopení touhy hostů se těchto akcí účastnit:

- Mezinárodní MICE akce se konají zpravidla na různých místech, často i na odlišných kontinentech. V tomto případě je motivací nejen samotný pracovní účel konferencí, kongresů, školení apod., ale též psychologická práce s dvojí přirozenou lidskou potřebou: objevovat nová místa a potkávat se s novými i staršími kontakty. Z uvedeného je zjevné, že virtuální akce tyto dvě potřeby nemohou nahradit, protože lidé jsou společenší a toužící objevovat (Chvátalová, 2020).
- Stejně tak incentivní akce pracují s motivačním základem, zde ještě silně podpořeným aspektem účasti „za odměnu“. Na akce incentivního typu většinou jezdí nejlepší zaměstnanci, noví zaměstnanci, kolegové z jedné firmy, kteří se dosud ale neznají osobně apod. Je to tedy prestižní moment v kariéře, ocenění účastníka organizované firmou či institucí. Zaměstnavatelé tímto motivují také ostatní zaměstnance, kteří ještě na tuto odměnu nedosáhli. To vše za společného sdílení zážitků, PR na sociálních sítích atd. Virtuální incentivní akce sice může existovat, ale plnohodnotný zážitek to není (Preston, 2012).

### Cíl a výzkumné otázky

S těmito pochybami souvisí přirozeně i mnoho otázek z oblasti ekonomické obnovy a nového rozvoje MICE oboru:

1. Vráti se obor do svých rekordních příjmů před rokem 2020? (Muška, 2021)
2. Má smysl investovat do nové MICE infrastruktury typu velké konferenční hotely, kongresová centra, meetingové prostory atd. (Mario, 2022)?
3. Podaří se rehabilitovat MICE na mezinárodní úrovni ve formě příjezdového i výjezdového profesního turismu?
4. Vráti se firmám a asociacím ochota a potřeba organizovat osobní/živé korporátní akce, symposia, školení atd. alespoň na domácím trhu v rámci profesních akcí na národní úrovni?
5. Lze nastavit universálně platná hygienická pravidla a opatření tak, aby jejich dodržováním bylo možné garantovat bezpečnost všech účastníků živých akcí?

Cílem tohoto článku je vytvořit rámec fungování MICE sektoru po pandemii COVID-19. Jedná se o velmi komplexní problematiku. Z tohoto důvodu je jisté, že úplné a obecně platné odpovědi nelze najít, proto se autorka článku rozhodla využít především příkladu Prahy, která je TOP světová MICE destinace a zažila velmi silný propad výkonů v této oblasti.

## 1. METODIKA

V článku autorka pracuje především s metodou desk research za účelem deskripce současného stavu v MICE sektoru z pohledu ekonomických ztrát a nových opatření spjatých s pandemií koronaviru.

Studium pramenů pro článek pochází také z oficiálních dokumentů organizací spojených jak s oborem, tak se stanovisky klíčových hráčů MICE odvětví. Inspirací bylo také studium publikací významných odborníků v oboru, jako jsou například Davidson (2019), Davidson et al. (2006), kteří se zaměřují na MICE a business events, a Anholt (2007), který zkoumá branding a management destinací.

Vzhledem k významnému propadu ekonomických ukazatelů v MICE oboru důsledkem epidemie koronaviru je nezbytné provést historicko-deskriptivní komparaci. Pro srovnání byla vybrána období rekordních let 2016 – 2019 a naopak období poklesu provázející roky 2020, 2021 i začátek roku 2022.

V další části byla provedena komparativní analýza na základě studia zahraničních i tuzemských případových studií. Analýza a komparace case studies ze Španělska, Itálie a České republiky významně pomohly v definování opatření a funkčních řešení, které jsou nezbytné pro exekuci velkých business MICE eventů i v době pandemie. Mnoho poznatků přinesl i hloubkový rozhovor s paní Petrou Lazarovou (Senior Event Manager společnosti Senator Meetings and Incentives) a odborná komunikace s paní Hanou Krejbichovou (Marketing a PR Manager Prague Convention Bureau).

Článek je ukončen syntézou poznatků a popisem trendů v oboru MICE tak, jak je lze stanovit na začátku roku 2022 spolu s odpověďmi na hlavní zkoumané otázky uvedené v cíli práce.

## 2. VÝVOJ ODVĚTVÍ MICE V OBDOBÍ 2020-2021

Rozsah ekonomického vlivu MICE odvětví v globálním měřítku i v měřítku České republiky je velký, jak plyne z údajů z „předcovidových“ let 2016–2019, která znamenala dosavadní vrchol. MICE segment (business events) globálně podle webu Event Industry Council (2021) měl v roce 2017 následující přímé dopady:

Počet účastníků dosáhl 1,5 miliardy ve více než 180 zemích. Tyto akce generovaly více než 1,07 bilionu dolarů přímých výdajů a představovaly celosvětově 10,3 milionu přímých pracovních míst. 621,4 miliard dolarů představuje přímý HDP. V průměru byly náklady na účastníka business akce 704 dolarů.

„1,5 bilionu dolarů celkového HDP podporovaného globálními business events by sektor zařadilo jako 13. největší ekonomiku na světě, což by bylo více než ekonomiky zemí jako Austrálie, Španělsko, Mexiko, Indonésie a Saúdská Arábie“ (Event Industry Council, 2018).

V České republice je nejzasazenějším turistickým MICE cílem jednoznačně Praha, která již delší dobu patří nejen mezi evropskou, ale dokonce i celosvětovou MICE špičku mezi městy (Prague city tourism, 2019). V době před pandemií se Praze dařilo nejlépe v historii: „Kongresový průmysl přináší Praze celou řadu pozitiv. Ročně přijede do Prahy více než 700 tis. účastníků na více než 5 000 mítinků. Průměrná denní útrata kongresového delegáta je téměř trojnásobná než u běžného turisty, a to 6 500 – 8 000 Kč za den. Kongresový průmysl má vysokou přidanou hodnotu návazných služeb. Obecně platí, že kongresový delegát čerpá větší objem služeb než běžný turista (jedná se o služby spojené s organizací kongresu). Zároveň bývá většinou ubytován v hotelech 4–5\* třídy a celkově čerpané služby jsou vyššího standardu. Kongresový průmysl má i významné neekonomické dopady, neboť umožňuje transfer know-how do/z České republiky. Často se také tyto akce pořádají mimo hlavní turistickou sezonu.“

Praha patřila před krizí dokonce do TOP 10 světových kongresových měst, zatímco celá ČR je až ve třetí desítce žebříčku (Magistrát hlavního města Prahy, b.r.): „Podle žebříčku, který každoročně sestavuje nejvýznamnější Mezinárodní kongresová asociace ICCA, je Praha 8. nejoblíbenějším městem pro pořádání kongresů. V roce 2017 se jich zde uskutečnilo celkem 151 a Praha v TOP10 předstihla portugalský Lisabon a jihokorejský Soul.“ (ICCA, 2020a) Tabulka č. 1 ukazuje top 20 měst a států v MICE turismu za rok 2019.

Tab. 1: ICCA statistiky za rok 2019. Top 20 kongresových států a měst

Města			Země		
1	Paris	237	1	U.S.A.	934
2	Lisbon	190	2	Germany	714
3	Berlin	176	3	France	595
4	Barcelona	156	4	Spain	578
5	Madrid	154	5	United Kingdom	567
6	Vienna	149	6	Italy	550
7	Singapore	148	7	China-P.R.	539
8	London	143	8	Japan	527
9	Prague	138	9	Netherlands	356
10	Tokyo	131	10	Portugal	342
11	Buenos Aires	127	11	Canada	336
12	Copenhagen	125	12	Australia	272
13	Bangkok	124	13	Republic of Korea	248
14	Amsterdam	120	14	Belgium	237
15	Seoul	114	15	Sweden	237
16	Dublin	109	16	Austria	231
17	Athens	107	17	Switzerland	221
18	Rome	102	18	Argentina	214
19	Taipei	101	19	Poland	213
20	Sydney, NSW	93	20	Brazil	209

Zdroj: (ICCA, 2020a)

Tabulka č. 1 ukazuje na velmi významný fakt: v roce 2019 byla Praha jediným zástupcem ze zemí střední Evropy původně patřících do východního bloku. Schopnost porazit Budapešť, Varšavu, Krakov, Bratislavu a další úspěšná města je pro pražský MICE segment zásadní zprávou, která by měla jednoznačně podpořit obnovu a další rozkvět MICE.

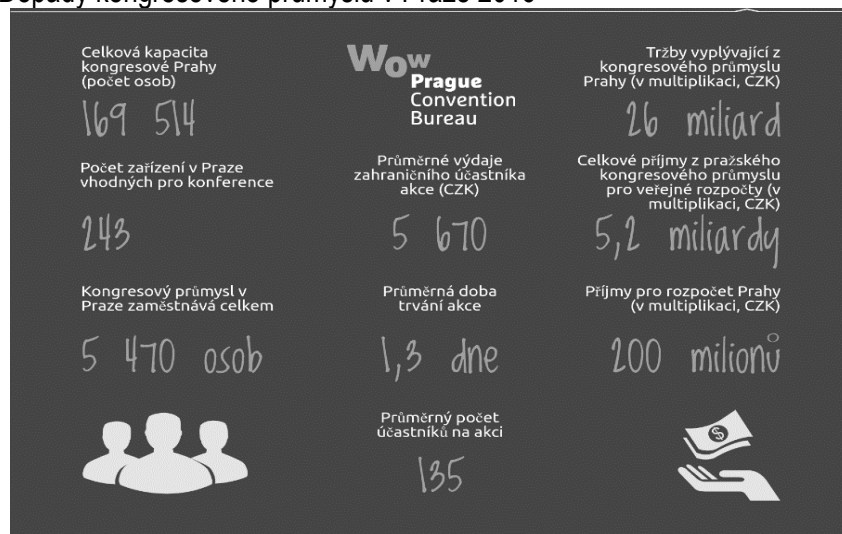
Péče o rozvoj MICE odvětví má také ekonomické motivy. To lze demonstrovat například na ekonomickém vlivu MICE odvětví v Praze (AITOM, b.r.): „Na základě analýzy KPMG představoval v roce 2016 výkon turismu Prahy, jehož klíčovou součástí tvoří také kongresový business, zhruba 33 až 34 miliardy korun, což je přibližně jedna třetina výkonu celé České republiky. Současně je to také 6 až 7 % ekonomické výkonnosti hlavního města, což řadí cestovní ruch mezi jedno z nejvýznamnějších ekonomických odvětví v Praze.“

Rozvoj MICE v Praze lze dokumentovat také na množství nových či rekonstruovaných staveb, které lze využít pro realizaci business events. Namátkou lze uvést hotel Stages, O2 Universum konferenční a kongresové centrum, Forum Karlín pro společenské i pracovní eventy a další.

Srovnání tak úspěšného období s dobou pandemie onemocnění covid-19 není pozitivní. Dle tiskové zprávy Prague Convention Bureau z 2. června 2021 (Muška, 2021) představuje meziroční srovnání 2019/2020 kvůli pandemii koronaviru propad o 78.9 % v počtu realizovaných kongresů, konferencí a dalších akcí. Tento údaj lze ještě lépe pochopit při srovnání delegátů (účastníků MICE akcí). V roce 2019 to bylo 715 000 delegátů versus 180 000 delegátů v roce 2020.

Tisková zpráva též vyzdvihuje zásadní rozdíl ve složení tohoto obecnstva v roce 2020: z počtu 180 000 účastníků jsou z většiny čeští klienti. Mezinárodní rozměr a dopad do odvětví tedy významně oslabil. Mezinárodní akce ustoupily do pozadí, jejich realizace byla možná pouze v prvním kvartálu roku 2020, tzn. ještě před vyhlášením tvrdých restriktivních opatření v souvislosti s nástupem vlny pandemie onemocnění covid-19.

Obr. 1: KPMG Dopady kongresového průmyslu v Praze 2016

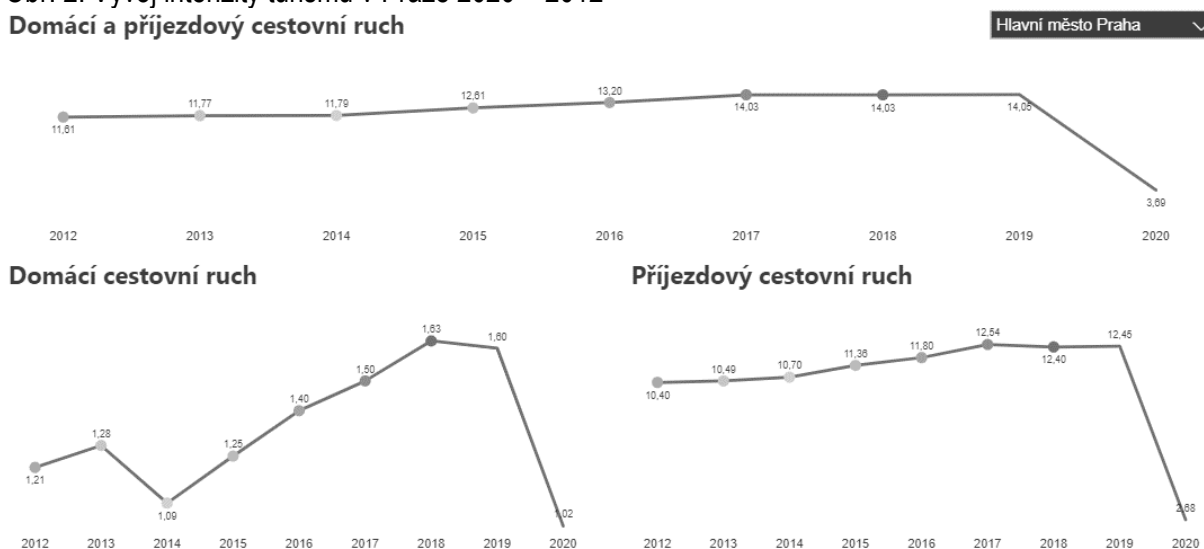


Zdroj: (KPMG, 2017)

Prague Convention Bureau dále zmiňuje, že realizované MICE akce navíc byly citelně zkráceny, v průměru z 2,65 dne na 1,32 dne, což znamená další ekonomické ztráty. Praha tak reflektuje v tomto negativním trendu celosvětový vývoj, který dle ICCA (International Congress and Convention Association) reprezentuje podíl 91 % asocičních kongresů a konferencí, které byly nějakým způsobem zásadně ovlivněny koronavirem během roku 2020 (ICCA, 2020b). Situaci lze dokumentovat i následujícím obrázkem, kde je zobrazena intenzita turismu v Praze v období 2012 – 2020 (Kupčíková, 2022).

Obr. 2: Vývoj intenzity turismu v Praze 2020 – 2012

Domácí a příjezdový cestovní ruch



Zdroj: (Kupčíková, 2022)

Je nutné si uvědomit, že MICE segment se může plně obnovit a nadále se rozvíjet pouze za předpokladu, že jeho zdrojem bude vedle domácích klientů také ta mezinárodní. Organizace *Strategic Alliance of the National Convention Bureaux of Europe* zaštiťující evropské národní zástupce (*convention bureaux*) k tomu ve své prezentaci z roku 2021 dodává: „Návštěvnost se obnoví do roku 2024, nicméně zotavení a obnova výdajů za kongresy a eventy se neočekává dříve než v roce 2026“ (Tourism Economics & Strategic Alliance of the National Convention Bureaux of Europe, 2021).

### 3. POSTOJE EVROPSKÉ UNIE K AKTUÁLNÍMU STAVU TURISMU A MICE

Z podzimu 2021 pochází dokument, který si nechal zpracovat Evropský parlament (odbor TRAN – komise pro dopravu a turismus EP) pod názvem „*Restart dopravy a turismu v EU po pandemii COVID*“ (Cvelbar et al., 2021).

Podle tohoto dokumentu podíl turismu na celkovém HDP v Evropě klesl z 9,5 % v roce 2019 na 4,9 % v roce 2020. Ve srovnání let 2019 a 2020 poklesl počet mezinárodních turistických příjezdů v Evropě o 70 %. Minimálně 3 600 000 pracovních míst v oboru v Evropě zaniklo (jedná se o průběžné číslo v rámci prvního roku pandemie). Městské aglomerace byly mnohem více postiženy než venkovské oblasti, což souvisí s nárůstem domácí poptávky po cestování. Významným bodem studie je poukázání na skutečnost, že nejvíce postiženým podoborem turismu je MICE sektor. Sektor volnočasového cestování zachraňuje především turistická mobilita domácího původu, MICE sektor, a to zejména ve městech, trpí velmi silně. CzechTourism uvádí následující údaje, které reflektují současnou covidovou krizi v oboru: „*Podíl turismu České republiky na hrubé přidané hodnotě české ekonomiky byl v roce 2019 větší než zemědělství, lesnictví a rybářství dohromady. Tvořil 2,9 % hrubého domácího produktu České republiky (165 miliard korun), zaměstnával 239,6 tisíce osob. Podle analýzy CzechTourism poklesla spotřeba turismu v roce 2020 o 161 miliard korun (z 300 mld. v roce 2019) a došlo ke ztrátě téměř poloviny pracovních míst. Podle negativního scénáře, který odpovídá průběhu letošní sezóny, lze v roce 2021 očekávat propad spotřeby turismu oproti roku 2019 o 165 miliard korun.*“ (Machová, 2020)

Pravděpodobně nejznámějším příkladem často prezentovaným veřejnosti je krize dopadající na ubytovací zařízení, zejména městské hotely konferenčního či kongresového typu (Holajová & Liebreich, 2021). Hotely měly velmi nízkou obsazenost, byly donuceny snižovat ceny, propouštět, a především také zavírat své provozy (Ulrych, 2020).

V roce 2021 se i nadále potvrdil trend velmi špatných ekonomických výsledků v MICE segmentu (ICCA, 2021). Při srovnání výsledků za poslední téměř nezasažené čtvrtletí, tj. první čtvrtletí roku 2020, s prvním čtvrtletím roku 2021, je znatelný pokles obsazenosti hotelů o 52 %. Autoři studie Cvelbar Knezovic, L., Rodrigues, M., Teoh, T., Antonucci, B., Cutrufo, N., & Marongiu, L. (2021, str. 17) také zdůrazňují skutečnost, že Evropa se jako kontinent s covidovou krizí v hotelovém segmentu vypořádává hůře než například Čína nebo USA.

Znepokojivé je, že dle prognóz se MICE segment zotaví jako jeden z posledních, přičemž se hovoří až o roku 2024. Toto je potvrzeno i zástupkyní PCB na dotaz, kdy lze očekávat návrat MICE segmentu v Praze do předcovidové doby: „*Nejrychleji se začnou vracet menší akce, jejichž konání je povoleno už nějakou dobu. Jedná se především o korporátní akce, které nezřídka využívají též technologie umožňující virtuální účast dalších delegátů. Větší akce stále ještě podléhají restrikcím. Jejich návrat tak bude záležet především na tempu rozvolnění a dále na délce jejich plánování. Velké asociační kongresy se nezřídka organizují s předstihem i několika let. Lze tedy očekávat, že návrat na předcovidová čísla bude v určitých ohledech pozvolný a v případě velkých asociačních akcí se bavíme i o řádu několika let.*“ (dle osobní komunikace s Hanou Krejbichovou – Marketing & PR Manager v PCB)

Je nutné vzít v potaz, že výše zmíněná studie pro Evropský parlament je koncipována jako resumé situace za rok 2020 s výhledem na roky nadcházející a nemohla předjímat situaci s nástupem nových mutací koronaviru. Restart turismu v původní podobě je tak nejistý, což studie zdůrazňuje i na vzestupu virtuálních a hybridních MICE akcí, které do značné míry nahrazují klasické akce.

Již nyní je však jasné, že zotavení turismu, a zejména MICE typu, se rozhodně neobejde bez koordinované pomoci ze strany národních vlád i Evropské unie (UNWTO, 2021). Epidemie koronaviru mění mnoho věcí, především každodenní návyky a danosti, které by nikoho nenapadlo před rokem 2020 řešit či zpochybňovat. Vzhledem k tomu, že úspěch turismu je založen na pozitivních zkušenostech a kladných recenzích všeho druhu, je zásadní, aby se vlády národní i EU shodly na takových pravidlech a opatřeních, která vnesou do celé situace řád a klid a pomohou vrátit důvěru a radost do (mezinárodního) cestování, a to za jakýmkoliv účelem.

Klíčovými dokumenty jsou bezesporu garance bezpečnosti a hygienického přístupu, potvrzení o bezinfekčnosti, prodělání nemoci či očkování, jasně stanovená pravidla pro organizaci skupinového

turismu a managementu velkých mezinárodních MICE akcí. Je proto naprosto zásadní, aby se Evropská unie stala garantem a koordinátorem opatření, která pozvednou turismus nejen ekonomicky, ale také dodají jasně formulovaná pravidla a nástroje.

Zatímco volnočasový turismus se může odehrávat individuálně, jako poznávání vlastní země nebo jako aktivita organizovaná klientem/klienty samotnými, mezinárodní MICE sektor čelí mnohem větším výzvám, poněvadž z principu organizuje kolektivní pobyty a velké akce pro mezinárodní publikum. Je potřeba definovat, jak má vypadat bezpečná hromadná mezinárodní akce v době pandemie koronaviru tak, aby se předcházelo organizačnímu chaosu, a naopak se postupně vrátila možnost bezpečného setkávání tváří v tvář.

Jak uvádí dokument ETC (European Travel Commission) shrnující druhé čtvrtletí roku 2021, chuť cestovat lze indikovat především u individuálních turistů. Stejně dokument vyzdvihuje zásadní roli vakcinace: „Nedávný průzkum EU ukazuje, že 75 % respondentů věří, že vakcíny proti Covid-19 jsou tím jediným pravým způsobem, jak ukončit pandemii. 49 % respondentů souhlasí s tím, že očkování je velmi důležité pro opětovné cestování“ (European Travel Commission, 2021).

Pro Evropskou komisi je klíčovým nástrojem od 1. července 2021 tzv. Digitální certifikát EU COVID (Evropská Komise, 2021). Tento certifikát platný ve všech 27 státech EU a uznávaný také v nečlenských státech EU jako je Island, Lichtenštejnsko, Norsko a Švýcarsko (Cvelbar et al., 2021) stojí na třech pilířích podporujících bezinfekčnost cestující osoby:

1. Potvrzení o prodělání nemoci;
2. Potvrzení o ukončeném očkování;
3. Potvrzení o negativním testu.

#### 4. CASE STUDY ÚSPĚŠNÝCH MICE AKCE BĚHEM PANDEMIE COVID-19

Kromě jasných pravidel a finanční podpory potřebuje sektor MICE také konkrétní povzbuzení z praxe: tedy příklady velkých eventů, které bezpečně proběhly již během epidemie. Jako případové studie byly vybrány akce, které díky přísným pravidlům a jasně stanoveným postupům dokázaly garantovat hygienickou bezpečnost. Navíc se jedná o typy tří odlišných zástupců MICE sektoru: slavnostní event, medicínský kongres a incentivní akci. V této kapitole jsou představeny případové studie MICE akcí ze zahraničí a tuzemska, které dokládají, jak lze organizovat MICE akci i v omezených podmínkách.

Tab. 2: Case study - Španělsko

<b>Španělsko</b>
<p><i>Představení nového Volkswagenu ID. 4</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <i>realizovaný event pro 330 osob</i></li><li>• <i>akce se konala v březnu 2021 v madridském Green Patio</i></li></ul> <p><i>Přijata a realizovaná opatření:</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <i>vzdálenost mezi sedačkami 2 metry</i></li><li>• <i>testování všech účastníků antigenními testy při vstupu na akci</i></li><li>• <i>povinné roušky</i></li><li>• <i>rozdělení účastníků do skupin po 50 lidech a podskupin po 8 lidech</i></li><li>• <i>každý účastník musel nosit náramek s technologií Rfid pro zajištění dohledatelnosti</i></li><li>• <i>nebyly servírovány obědy</i></li><li>• <i>před zahájením prezentace byla podána pouze káva.</i></li></ul>

Zdroj: Vlastní zpracování dle (Parini, 2021), 2022

Tab. 3: Case study – Itálie

<b>Itálie</b>
<p style="text-align: center;"><i>Kardiologický kongres</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• realizovaný event pro 1500 osob (kardiologů)</li><li>• akce se konala v říjnu 2020 ve Fortezza da Basso ve Florencii.</li></ul> <p><i>Přijata a realizovaná opatření:</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• K realizaci takto velké akce přispěly jasně dané postupy definované společností Firenze Fiera:</li><li>• měření teploty účastníků</li><li>• nepřetržitě dezinfikování</li><li>• rozestupy</li><li>• zajištění lékařského personálu a zdravotních sester na místě</li><li>• prostor obvykle využívaný pro takový typ kongresu, tedy 10 000 metrů čtverečních, byl zdvojnásoben</li><li>• dokonalá spolupráce mezi organizátorem (společnost Firenze Fiera) a všemi dodavateli.</li></ul>

*Zdroj: Vlastní zpracování dle (Parini, 2021), 2022*

Tab. 4: Case study – Česká republika

<b>Česká republika</b>
<p style="text-align: center;"><i>Americká incentivní akce v Praze v září 2021 realizovaná DMC Senator Meetings &amp; Incentives (Senator Meetings &amp; Incentives, 2021)</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• realizovaný incentivní program pro 110 osob (sales managers)</li></ul> <p><i>Přijata a realizovaná opatření:</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• nepřetržitě dezinfikování, covid balíčky k dispozici pro klienty (dezinfekce, roušky)</li><li>• rozestupy a povinnost nosit roušky dle vládních opatření</li><li>• zajištění PCR testů (povinných před návratem do US) – mobilní odběr přímo v hotelu</li><li>• menší skupinky na jednotlivé exkurze a programy</li><li>• zrušeno room delivery</li><li>• welcome drink ve venkovních prostorách</li><li>• prověření dodavatelé, očkování personál</li><li>• maximální počet hostů o stolů – dle vládního nařízení</li><li>• omezená možnost doprovodných programů (živá vystoupení jen v omezené míře a s odstupy)</li></ul>

*Zdroj: Vlastní zpracování dle osobního rozhovoru s Petrou Lazarovou, Senior Event Manager, 2022*

Výše uvedené příklady potvrzují, že i v době pandemie lze úspěšně realizovat hromadné akce MICE. Je ovšem nezbytné dodržovat striktní opatření bezpečnostní, hygienická i preventivní. Organizace takovýchto akcí je jistě náročnější a komplexnější. Ale není nemožná. Rozestupy, omezení sdružování ve vnitřních prostorech, nepřetržitá dezinfekce a nošení roušek tam, kde je to nezbytné, může být označeno za nekomfortní, ale zároveň nevybočující z každodenní rutiny pracovních dní. Kongresy, konference, meetingy, symposia a jiné akce pracovního typu se s tím vyrovnají jistě lépe než incentivy, které ze své podstaty bývají za odměnu, tedy založené na principu užít si. Jak vidno výše, ale i ty organizovat v pandemii lze.



## 5. BUDOUCNOST TURISMU A MICE TURISMU V DLOUHODOBÉM HORIZONTU

Poslední část článku se zaměřuje na oblast podpory turismu v rámci kontextu česko – evropských aktuálních vztahů a chystaného českého předsednictví v Radě EU v druhém pololetí roku 2022.

Předsednictví je vhodnou platformou pro zaměření pozornosti k oborům vyžadujícím celoevropskou podporu a společnou koordinovanou pomoc.

Vzhledem k tomu, že Evropská unie klade pro následující období hlavní důraz na podporu rozvoje udržitelného turismu, je velmi důležité propojit v rámci vytyčení priorit českého předsednictví následující aktuální okruhy společensky a ekonomicky velmi silně rezonujících témat:

- Dopad pandemie koronaviru
- Vymezení pravidel pro realizaci akcí v rámci turismu (včetně MICE)
- Udržitelný turismus

Rada EU přijala dne 27. 5. 2021 dokument s názvem „Turismus v Evropě v příštím desetiletí: udržitelný, přizpůsobivý (odolný), digitální, globální a sociální“ (Council of the European Union, 2021), který vymezuje několik aktuálních významných bodů a stanovisek (Dokument představuje resumé přijatých usnesení Radou EU):

- a) turismus je představen jako významná ekonomicko-společenská činnost s širokým dopadem na regionální rozvoj, která přispívá k uchovávaní a podpoře evropských hodnot a kulturního dědictví;*
- b) v roce 2019, tedy v posledním silném roce v oboru před nástupem koronavirové krize, ekosystém turismu zaměstnával v EU přibližně 20,3 milionu lidí. Tento ekosystém představoval 9,5 % HDP EU. Jako důsledek pandemie již některá pododvětví turismu klesla až o 80 % čisté hodnoty. Krize také zasáhla přibližně 11 milionů pracovních míst v EU (stav 2020);*
- c) Evropská komise definuje 14 ekosystémů. Turistický ekosystém potřebuje z těchto 14 ekosystémů největší investice;*
- d) ekosystém turismu je ovlivňován a sám ovlivňuje mnohé další sektory;*
- e) následky pandemie COVID-19 ovšem také poskytují EU příležitost k posílení spolupráce a koordinace v rámci Evropské agentury turismu;*
- f) turismus a cestování obecně potřebují transparentní informace a jasná kritéria týkající se podmínek přeshraniční mobility, a to zejména během zdravotních krizí;*
- g) všechny zúčastněné strany a všichni relevantní aktéři ekosystému turismu na všech úrovních by se měli zavázat k implementaci a urychlení opatření a akcí, které tento ekosystém učiní udržitelnější a sníží jeho dopad na životní prostředí;*
- h) pandemie COVID-19 může způsobit odlišný přístup spotřebitelů (a budoucích generací) k cestování a turismu. Dodavatelé by tak mohli působit jako hnací síla očekávaných změn a aktivně podporovat udržitelnější chování poptávajících.*

Zásadním poselstvím je jednoznačná reflexe míry postižení oboru koronavirovou pandemií, stejně tak ale výzva k tomu, aby obor využil tuto krizovou situaci i pro něco pozitivního a zvážil nové udržitelnější postupy.

Vláda ČR schválila v roce 2021 dokument Strategie rozvoje cestovního ruchu České republiky 2021-2030, jejíž hlavní vizí je (Ministerstvo pro místní rozvoj, 2021): „Česko je bezpečnou, udržitelnou a sebevědomou destinací, která svou konkurenceschopnost staví nejen na přírodním a kulturním dědictví, tradicích, přívětivých lidech a jedinečných zážitcích v Praze i v regionech, ale i na efektivním využití nových trendů v oblasti řízení, technologií a služeb.“

V rámci celé strategie chybí diferenciaci turismu podle segmentů potenciální klientely, neboť turismus není vždy vnímán zcela jako synonymum pro podnikatelské odvětví turismu: chybí základní členění cílů podle jejich zdrojové oblasti a zacílení. Ve strategii by měly být definovány specificky následující roviny:

1. Prezentace ČR navenek jako plnohodnotné destinace pro pobyt relaxační, pracovní, poznávací, obchodní.
2. Péče o brand země směrem navenek (citovaný pozitivní image je určen spíše pro prezentaci směrem dovnitř státu).

3. Možnost podpory a zviditelnění oboru<sup>1</sup>
4. Pandemie covidu jako hybatel (nemůže jít pouze o citovaný restart, mělo by se jednat o vymezení nového přístupu reagujícího na nutné a nevyhnutelné změny).
5. Základním problémem, který se stále opakuje, je, že je příliš obecný, neodlišuje Českou republiku od jiných států EU, což je nanejvýš nutné, a to na marketingové, produktové a dalších úrovních.

Problematice MICE turismu je věnována pouze 1 strana ze 134, navíc se hovoří pouze o Praze, nikoliv o dalších regionech.

Dokument o obecných prioritách vlády nabízí celkem pět hlavních témat nadcházejícího předsednictví (Úřad vlády ČR, 2021):

1. Evropa propojená vnitřním trhem, moderní a prosperující
2. Evropa silná a bezpečná
3. Evropa zdravá a udržitelná
4. Evropa soudržná a solidární
5. Evropa chytrá a kreativní.

Turismus je v něm velmi obecně a krátce zmíněn v rámci hlavy páté.

Z výše uvedeného vyplývá, že dosavadní příprava předsednictví českou stranou turismus příliš neakcentuje, spíše jej opomíjí.

Vzhledem k trendu udržitelnosti turismu obecně (a MICE nevyjímaje) by bylo vhodné propojit tematiku dopadu koronaviru, transformaci oboru následkem pandemie a vizi „nového MICE“ udržitelného, bezpečného a flexibilního (schopného adaptovat se na nové výzvy, krize a požadavky). Důležitost tohoto trendu reflektuje též UNWTO (World Tourism Organization), která již v roce 2020 vyzývala k tomu, aby se evropský turismus stal celosvětovým leaderem v oblasti udržitelnosti a odpovědnosti inspirované green deal politikou EU. Generální tajemník UNWTO Zurab Pololikashvili k tomuto řekl v lednu 2020 následující: *"Turismus je povinen využít své jedinečné síly k tomu, aby stál v čele reakce na krizovou situaci v oblasti klimatu a zajistil odpovědný růst. UNWTO se zavázala urychlit pokrok směrem k etablování nízkouhlíkového cestovního ruchu a jsem potěšen, že v tomto ohledu jsou UNWTO a Evropská komise na stejné vlně (UNWTO, 2020)."*

Lze předpokládat, že pandemie koronaviru paradoxně pomohla v možnosti implementovat tento trend do MICE segmentu: schopnost a nutnost omezit vlastní potřeby nebyla velmi dlouho prověřena celosvětově tak silně právě jako v posledních dvou covidových letech kvůli množství nařízení, opatření, zákazů, příkazů a povinností. Doba pocovidová bude zejména o schopnosti a ochotě dodržovat dobrovolně nové závazky a postupy i v rámci MICE a turismu obecně.

## ZÁVĚR

Článek poukazuje na složitou situaci v oblasti turismu zasaženého pandemií koronaviru s důrazem na segment MICE.

Ekonomický dopad koronavirové pandemie na segment MICE je devastující (jen při srovnání údajů za roky 2019 a 2020 podle ICCA (2020) lze konstatovat o 75% méně realizovaných akcí, a to z 13 252 v roce 2019 na pouhých 3 484 v roce 2020, odhadovaná ztráta představuje cca 9,2 miliardy USD), ale za předpokladu, že se neobjeví nová vlna či neznámá mutace, která by způsobila nové lockdowny a jiná celospolečenská omezení, lze k začátku roku 2022 předpokládat, že nebude ve většině případů pandemií likvidační. Situace ale je nadále vážná a podpora ze strany nadnárodních, vládních, regionálních a jiných sfér představuje nezastupitelný nástroj pro urychlení obnovy celého odvětví.

Stručně byl představen současný stav, dokumenty reflektující postoje a záměry na evropské úrovni i na úrovni české vlády. Lze konstatovat, že zjištění prezentuje velmi nízkou míru zájmu o tento sektor z pozice českých oficiálních orgánů: ať už se jedná o předsednické priority, či o dlouhodobější rámec.

---

<sup>1</sup> Během nadcházejícího českého předsednictví by bylo zviditelnění velmi vhodné

Návrat ekonomických parametrů a trendů (ve srovnání s dobou předcovidovou) se očekává nejdříve v roce 2024, nicméně je zjevné, že MICE obor nezanikl. Investice do oboru pokračují, live hromadné akce prokázaly svou životaschopnost jak v prvním, tak i v druhém roce pandemie koronaviru. Jako pozitivní příslib do budoucna lze označit i nadcházející otevření luxusního MICE hotelu Andaz v Praze v roce 2022 (Johnston, 2022).

Obor tedy projde restartem a jistě i redefinicí: z dříve nepředstavitelných požadavků na hygienu, zdravotní opatření a bezpečnost se stane nová norma.

Tento těžký nový začátek ale může vést i k pozitivním efektům jako je větší udržitelnost, omezení plýtvání, větší důraz na nové technologie a postupy.

To klíčové se ovšem nahradit nedá: osobní kontakt, poznávání nových lidí, networking, možnost sdílet, prožívat a získávat osobní live zkušenost.

Odpovědi na otázky položené v úvodu a cílu článku lze shrnout následovně:

- MICE segment se vrátí ke svým předcovidovým ziskům, ale nejdříve v horizontu let 2024-2026
- Investice do tohoto segmentu jistě smysl mají, neboť akce lze úspěšně realizovat i v době pandemie
- MICE segment se podaří obnovit v podobě incomingu, outgoingu a zejména live events
- Virtuální a hybridní eventy budou realizovány ve vyšší míře než před covidem, ale live events nenahradí
- Hygienická, bezpečnostní a legislativní opatření spjatá s režimem protiepidemických pravidel se stanou novou normou a každodenní meetingovou rutinou a realitou

MICE turismus jako nejzasaženější podobor sektoru turismu potřebuje uznání svého významu ekonomického, marketingového i diplomatického. Vláda by měla podpořit segment MICE v rámci nastupujícího předsednictví více finančními prostředky, silnějším PR a prezentací v médiích. Bez MICE specialistů se totiž neodehraje ani jedno zasedání EU, summit či meeting mezinárodního složení apod. O samotném předsednictví ani nemluvě.

## ZDROJE

AITOM. (b.r.). *Kongresy konané v Praze ročně přináší do veřejných rozpočtů až 5,2 miliardy korun*. Získáno 30. leden 2022, z <https://www.pragueconvention.cz/cz/novinky/kongresy-konane-v-praze-rocne-prinasi-do-verejnych-rozpocet-az-5-2-miliardy-korun>

Anholt, S. (2007). *Competitive identity: The new brand management for nations, cities and regions*. Palgrave Macmillan.

Council of the European Union. (2021). *Tourism in Europe for the next decade: Sustainable, resilient, digital, global and social*. <https://www.consilium.europa.eu/media/49960/st08881-en21.pdf>

Cvelbar, L. K., Rodrigues, M., Teoh, T., Antonucci, B., Cutrufo, N., & Marongiu, L. (2021). *Relaunching transport and tourism in the EU after COVID-19—Part IV: Tourism sector*. 53.

Davidson, R. (2019). *Business events* (Second edition). Routledge.

Davidson, R., Davidson, R., & Rogers, T. (2006). *Marketing destinations and venues for conferences, conventions and business events* (1st ed). Elsevier/Butterworth-Heinemann.

European Travel Commission. (2021). *Quarterly Report—Q2/2021*. [https://etc-corporate.org/uploads/2021/07/ETC\\_Quarterly\\_Report-Q2\\_2021.pdf](https://etc-corporate.org/uploads/2021/07/ETC_Quarterly_Report-Q2_2021.pdf)

Event Industry Council. (2018). *2018 Global Economic Significance of Business Events*. <https://insights.eventscouncil.org/Full-Article/2018-global-economic-significance-of-business-events>

Event Industry Council. (2021). *Home*. <https://www.eventscouncil.org/>

Evropská Komise. (2021). *Digitální certifikát EU COVID* [Text]. Evropská komise - European Commission. [https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/coronavirus-response/safe-covid-19-vaccines-europeans/eu-digital-covid-certificate\\_cs](https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/coronavirus-response/safe-covid-19-vaccines-europeans/eu-digital-covid-certificate_cs)

Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29(3), 403–428. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017>

- He, H., Lin, Z., & Li, H. (2020). Key survival factors in the exhibition industry. *International Journal of Hospitality Management*, 89, 102561. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102561>
- Hidalgo, A., Martín-Barroso, D., Nuñez-Serrano, J. A., Turrión, J., & Velázquez, F. J. (2022). Does hotel management matter to overcoming the COVID-19 crisis? The Spanish case. *Tourism Management*, 88, 104395. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104395>
- Holajová, D., & Liebreich, J. (2021). *Pražské hotely zdraží a nevyplatí ani prémie, ani dividendy | E15.cz*. <https://www.e15.cz/byznys/obchod-a-sluzby/jak-prezit-zimu-prazske-hotely-zdrazi-a-nevyplati-ani-premie-ani-dividendy-1385133>
- Chvátalová, K. (2020). *Event Management*. AMBIS vysoká škola, a.s.
- ICCA. (2020a). *ICCA announces record number of association meetings in 2019—News Archives ICCA Press Releases ICCA*. <https://www.iccaworld.org/newsarchives/archivedetails.cfm?id=2894936>
- ICCA. (2020b). *ICCA Statistics Study 2020*. [https://www.iccaworld.org/cnt/Research/ICCA%20Statistics%20Study%202020\\_270521\\_Final.pdf](https://www.iccaworld.org/cnt/Research/ICCA%20Statistics%20Study%202020_270521_Final.pdf)
- ICCA. (2021). *ICCA Association Meetings Outlook*. [https://www.iccaworld.org/cnt/Research/2021\\_ICCA\\_Association\\_Meetings\\_Outlook\\_.pdf](https://www.iccaworld.org/cnt/Research/2021_ICCA_Association_Meetings_Outlook_.pdf)
- Johnston, R. (2022). *First Hyatt hotel in Czechia opening in March in Prague's Cukrovarnický palác*. <https://www.expats.cz/czech-news/article/first-hyatt-hotel-in-czechia-opening-in-march-in-prague-s-former-sugar-palace>
- KPMG. (2017). *Dopady kongresového průmyslu v Praze za rok 2016*. <https://www.pragueconvention.cz/file/2528/dopady-kongresoveho-prumyslu-v-praze-2016.png>
- Kupčíková, T. (2022). *Intenzita cestovního ruchu v Praze 2012 – 2020*. Tourdata. <https://tourdata.cz/regionalni-reporty/intenzita-cestovniho-ruchu-v-praze-2020/>
- Magistrát hlavního města Prahy. (b.r.). *Praha je 8. Nejnavštěvovanější kongresovou destinací světa (Portál hlavního města Prahy)*. Získáno 30. leden 2022, z [https://www.praha.eu/jnp/cz/o\\_meste/magistrat/tiskovy\\_servis/tiskove\\_zpravy/praha\\_je\\_8\\_nejnavstevovanejsi.html](https://www.praha.eu/jnp/cz/o_meste/magistrat/tiskovy_servis/tiskove_zpravy/praha_je_8_nejnavstevovanejsi.html)
- Machová, S. (2020). *Dopady COVID19 2020 – 2021 – Tourdata*. <https://tourdata.cz/data/dopady-covid19-2020-2021/>
- Mario, K. (2022). „Busan HAEVENUE“, the best MICE destination in the post-pandemic era. *Travel Daily*. <https://www.traveldaily.com/busan-haeventue-the-best-mice-destination-in-the-post-pandemic-era/>
- Ministerstvo pro místní rozvoj. (2021). *Strategie rozvoje cestovního ruchu České republiky*. 134.
- Muška, R. (2021, červen 3). *TOP kongresová destinace světa zazila 80% propad*. Zpravodajství ze světa pohostinství - HOREKA. <https://www.horekaweb.cz/2021/06/03/top-kongresova-destinace-sveta-zazila-80-propad/>
- Parini, S. (2021). *Gli eventi sono sicuri e devono ripartire: Ecco le prove internazionali*. *Missionline*. <https://www.missionline.it/mission-mice-post/gli-eventi-sono-sicuri/>
- Prague city tourism (Ed.). (2019). *International Tourism Highlights, 2019 Edition*. Prague city tourism. <https://www.praguecitytourism.cz/file/edee/2020/11/koncepce-2020.pdf>
- Preston, C. (2012). *Event marketing: How to successfully promote events, festivals, conventions, and expositions* (2nd ed). John Wiley & Sons.
- Senator Meetings & Incentives. (2021). *Home*. <http://www.senatormi.eu/>
- Tourism Economics, & Strategic Alliance of the National Convention Bureaux of Europe. (2021). *The Impact of Coronavirus on Europe's Convention Sector 2021*. [https://convention-europe.com/wp-content/uploads/2021/05/Impact\\_corona\\_European\\_Convention\\_sector.pdf](https://convention-europe.com/wp-content/uploads/2021/05/Impact_corona_European_Convention_sector.pdf)
- Ulrych, P. M. (2020, listopad 30). *Pracovní trh v oblasti turismu: To nejhorší teprve přijde*. CELYOTURISMU.CZ. <https://celyoturismu.cz/pracovni-trh-v-oblasti-turismu-to-nejhorsí-teprve-prijde/>
- UNWTO. (2020). *Tourism Can Be Key Part of New EU Green Deal, UNWTO Tells FITUR*. <https://www.unwto.org/tourism-can-be-key-part-of-new-eu-green-deal-unwto-tells-fitur>

UNWTO. (2021). *UNWTO Welcomes EU Support and Urges Europe to Lead the Way in Tourism's Restart*. <https://www.unwto.org/news/unwto-welcomes-eu-support-and-urges-europe-to-lead-the-way-in-tourism-s-restart>

Úřad vlády ČR, V. R. (2021). *SEKTOROVÉ AGENDY PŘEDSEDNICTVÍ ČR V RADĚ EU 2022*. 33.

Wut, T. M., Xu, J. (Bill), & Wong, S. (2021). Crisis management research (1985–2020) in the hospitality and tourism industry: A review and research agenda. *Tourism Management*, 85, 104307. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104307>

Yagasaki, N. (2021). Impact of COVID-19 on the Japanese travel market and the travel market of overseas visitors to Japan, and subsequent recovery. *IATSS Research*, 45(4), 451–458. <https://doi.org/10.1016/j.iatssr.2021.11.008>