



*cutting through complexity*

# Analýza festivalů klasické hudby v ČR a vyhodnocení jejich přínosů

Analytická studie

červen 2015



3. června 2015

Vážený pane Boháči,

předkládáme Vám závěry **Analýzy festivalů klasické hudby v ČR včetně vyhodnocení jejich přínosů**. Účelem studie je popsat základní ukazatele hospodaření festivalů klasické hudby a popsat dopad, který jejich realizace má na ekonomiku České republiky.

Dokument je členěn do několika částí. V prvních dvou částech je na vzorku 18 festivalů klasické hudby (členů Asociace hudebních festivalů ČR) popsána ekonomika těchto akcí, přičemž pozornost je zaměřena na zdroje financování a nákladovou strukturu rozpočtů festivalů.

Ve třetí části dokumentu je vyčíslena ekonomická spotřeba (útrata) návštěvníků festivalů a organizátorů festivalů. Na základě vzorku 18 festivalů (členů AHF) je dopočtena spotřeba za dalších 44 festivalů v ČR, aby byla postihnuta ekonomika všech festivalů klasické hudby v ČR. V návaznosti na spotřebu vyvolanou festivaly klasické hudby je dopočten i multiplikační efekt – tedy návazné vytěžování odběratelsko-dodavatelských vazeb a z toho plynoucí další ekonomická spotřeba a její dopad na daňové příjmy do veřejných rozpočtů.

V závěrečných částech studie jsme uvedli seznam několika doporučení pro udržitelné zvyšování ekonomických dopadů festivalů a jsou popsány další efekty plynoucí z konání festivalů klasické hudby.

S pozdravem

**Zdeněk Tůma**  
Partner společnosti

### **Důležité upozornění**

*Práci na studii jsme započali 8. dubna 2015 a 3. června 2015. Od tohoto data jsme neučinili jakékoliv aktualizace této zprávy o jakékoliv další události či okolnosti.*

*V průběhu přípravy této studie jsme používali primární i sekundární zdroje informací. Primární zdroje zajištěny především prostřednictvím dotazníkového šetření mezi zástupci členů Asociace hudebních festivalů České republiky.*

*Sekundární sběr informací čerpal zejména z terénního výzkumu a vybraných festivalech klasické hudby (Economic impact, 2011) a z dat Českého statistického úřadu (ČSÚ), Národního informačního a poradenského střediska pro kulturu (NIPOS), databáze TLT Benchmark. V neposlední řadě jsme využili dalších databází a zkušeností odborníků společnosti KPMG. Zdroje pro konkrétní data vždy uvádíme v relevantní části dokumentu.*

*Musíme zdůraznit, že naše doporučení a závěry vycházejí z aktuální situace v oblasti festivalů klasické hudby (za roky 2014/2015). V případě změny výchozích předpokladů doporučujeme zvážit aktualizaci zde uváděných závěrů. KPMG se spoléhala na správnost, úplnost, pravdivost a přesnost informací, které obdržela. Obchodní ani žádné jiné informace nám poskytnuté nebyly nezávisle ověřovány.*

*Tento dokument se odkazuje na „Analýzu KPMG“; jedná se o případy, kdy jsme provedli určité analytické procedury na základě dostupných informací, abychom byli schopni prezentovat výsledná data. Nicméně nelze vyloučit případné nesrovnalosti či zkresení informací způsobené záměrným poskytnutím nepravdivých dat zdrojovými subjekty.*

*Tato práce nebyla předmětem auditu a neobsahuje tak stanovisko nezávislého auditora.*

*Tento dokument je určen pouze pro účely adresáta a neměl by být citován či jinak zmiňován, ať už jako celek nebo jeho část, bez předchozího písemného souhlasu KPMG, kromě případů souvisejících s vlastní realizací předmětného projektu.*

Vašimi kontaktními osobami  
ve společnosti KPMG  
zodpovědnými za tento  
dokument jsou:

**Zdeněk Tůma**

Partner

KPMG Česká republika,  
s.r.o.

Tel: + 420 222 123 390

Fax: + 420 222 123 100

ztuma@kpmg.cz

**Ondřej Špaček**

Manager

KPMG Česká republika,  
s.r.o.

Tel: + 420 222 123 668

Fax: + 420 222 123 100

ospacek@kpmg.cz

	<b>strana</b>
Manažerské shrnutí	3
1. Analýza festivalů klasické hudby v ČR	4
2. Analýza financování festivalů klasické hudby v ČR	10
3. Analýza ekonomické spotřeby vyvolané festivaly klasické hudby v ČR	13
4. Ekonomický dopad vyvolaný festivaly klasické hudby v ČR	16
5. Neekonomické dopady vyvolané festivaly klasické hudby v ČR	20
6. Závěrečná doporučení pro udržitelné zvyšování ekonomických dopadů	24
<i>Příloha 1 – možnosti financování kultury v ČR</i>	26
<i>Příloha 2 – seznam analyzovaných festivalů klasické hudby (členů Asociace hudebních festivalů ČR)</i>	32

- Festival je jednodenní či vícedenní veřejná slavnostní umělecká přehlídka (hudební, divadelní, taneční a další), která se obvykle koná periodicky a je tak **nástrojem pravidelného zajišťování kulturního vyžití, destinačního marketingu a stimulace ekonomiky**. **Festivally klasické hudby v České republice** se vyznačují **tradicí** (nejstarší festivaly klasické hudby se etablovaly na konci 40. let 20. století) a **popularitou** (na festivalech klasické hudby bylo v roce 2014 prodáno cca 300 tis. vstupenek).
- V rámci této studie byla detailně analyzována ekonomika **18 festivalů klasické hudby** – členů Asociace hudebních festivalů ČR (AHF) – a následně byl dopočítán ekonomický efekt za dalších 44 festivalů klasické hudby konajících se v České republice. Celkem byl tedy mapován **ekonomický dopad 62 festivalů klasické hudby za jeden rok** (referenčním rokem byl r. 2014).
- Rozpočty festivalů klasické hudby se liší v závislosti na jejich rozsahu a délce. U festivalů s nižší návštěvností (1 500 až 4 000 prodaných vstupenek) se celkový rozpočet pohybuje mezi 2-3 mil. Kč. Největší festivaly s mezinárodním programem (např. Český Krumlov, Litomyšl, Pražské jaro) a relativně významnější zahraniční návštěvností disponují rozpočty ve výši 30 a více mil. Kč. Na zkoumaném vzorku bylo zjištěno, že medián ukazatele **rozpočet na 1 návštěvníka (resp. jednu vstupenku) se pohybuje okolo 1 300 Kč**.
- Průměrný rozpočet festivalu klasické hudby je hrazen rovnoměrně z **vlastních zdrojů** (prodej lístků a návazných služeb), **soukromých zdrojů** (sponzorů) a **veřejných prostředků** (státní, krajské a obecní rozpočty), přičemž v průměru hlavním přispěvatelem z veřejných prostředků jsou obce.
- Finálním výstupem této studie je vyčíslení ekonomického dopadu vyvolaného konáním festivalů klasické hudby v České republice. V první řadě tedy byla vyčíslena **ekonomická spotřeba (útrata)** návštěvníků festivalů a organizátorů festivalů, která za celý vzorek festivalů činí **564 mil. Kč** (přičemž 55 % spotřeby připadá na 18 festivalů AHF). V návaznosti na spotřebu vyvolanou festivaly klasické hudby je dopočten i **multiplikační efekt** – tedy návazné vytěžování odběratelsko-dodavatelských vazeb a z toho plynoucí další ekonomická spotřeba, která činí **892 mil. Kč** (55 % spotřeby v multiplikaci opět připadá na 18 festivalů AHF).
- Celková **veřejná podpora festivalů klasické hudby činila v r. 2014 cca 108 mil. Kč**, přičemž **odvod do veřejných rozpočtů**, který byl způsoben zdaněním celkové výše spotřeby v multiplikaci (částky 892 mil. Kč), **činil 214 mil. Kč** (55 % přínosů pro veřejné rozpočty je zapříčiněn 18 festivaly AHF). Lze tedy vyvodit závěr, že **1 Kč vložená do podpory festivalů klasické hudby vygeneruje 1,98 Kč pro veřejné rozpočty**.
- Vedle ekonomických efektů mají festivaly klasické hudby, a kultura obecně, **řadu neekonomických či nepřímých ekonomických a nekvantifikovatelných efektů**. Mezi nejvýznamnější efekty patří dopad na propagaci města a do oblasti cestovního ruchu, dopad na kulturní vyžití a tvorbu kulturního kapitálu města a další.





*cutting through complexity*

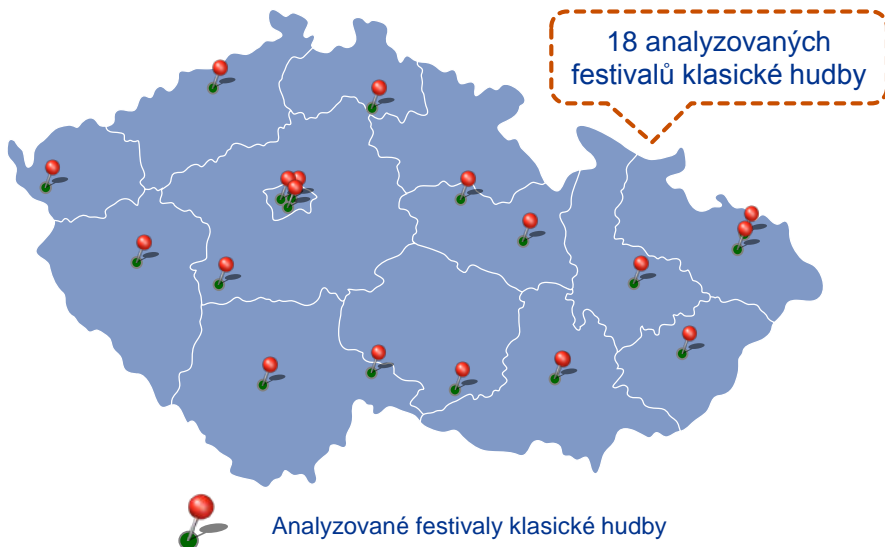
# 1. Analýza festivalů klasické hudby v ČR

**Festival je jednodenní či vícedenní veřejná slavnostní umělecká přehlídka** (hudební, divadelní, taneční a další), která se obvykle **koná periodicky a je tak** nástrojem pravidelného zajišťování kulturního vyžití, destinačního marketingu a stimulace ekonomiky. **Festivaly klasické hudby v České republice** se vyznačují **tradicí** (nejstarší festivaly klasické hudby se etablovaly na konci 40. let 20. století) a **popularitou** (na festivalech klasické hudby bylo v roce 2014 prodáno cca 300 tis. vstupenek).

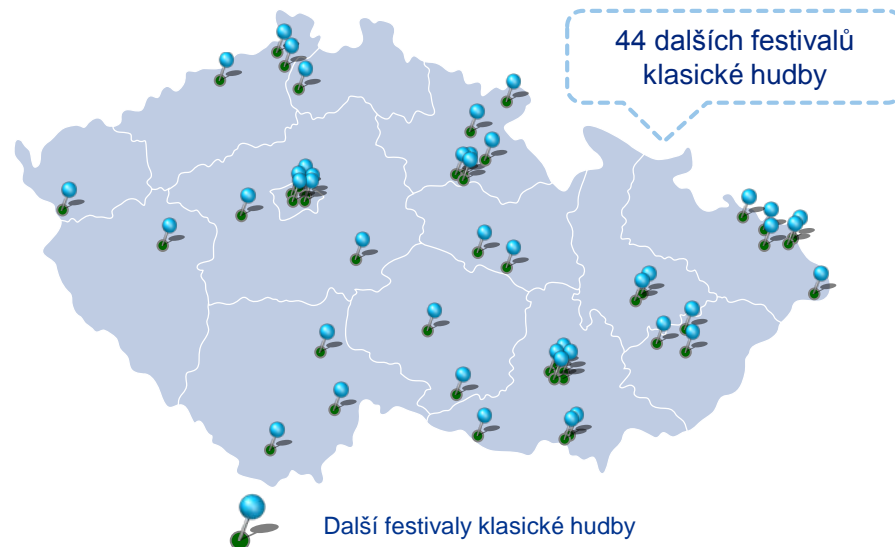
### Postup analýzy

- Ekonomické dopady festivalů klasické hudby jsou vyčísleny na základě dvou výchozích vstupů – **ekonomické spotřeby návštěvníků** (která byla vyzkoumána na vybraných festivalech a dopočítána za ostatní festivaly) a **ekonomické spotřeby vyvolané organizátory festivalů** (za honoráře umělců, technické zabezpečení, pronájem prostor apod.). Suma těchto dvou skupin útrat je následně vložena do multiplikačního modelu, s jehož pomocí je vyčíslen celkový dopad na ekonomiku (útrata návštěvníků i organizátorů festivalu vyvolává další vytěžování odběratelsko-dodavatelských vazeb, které dále stimulují ekonomiku).
- Jako vstupní data byly využity údaje za **rok 2014**. Zároveň je v analýze předpokládáno, že návštěvníci se nezúčastní více než jednoho koncertu denně (denní spotřeba návštěvníků je využita jako vstup pro vyčíslení ekonomických dopadů).
- **Detailní analýza ekonomické spotřeby byla provedena za rok 2014 na vzorku 18 festivalů (viz přílohu), které jsou členy Asociace hudebních festivalů ČR** a dopočtena za další festivaly klasické hudby s návštěvností nad 1 000 osob evidované *Národním informačním a poradenským střediskem pro kulturu (NIPOS)*.

### Analyzované festivaly klasické hudby

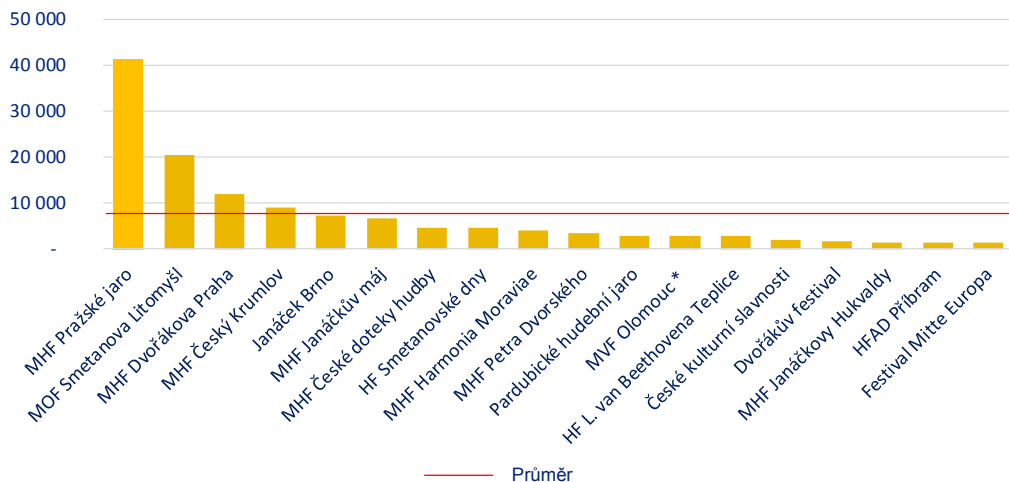


### Další festivaly klasické hudby



Zdroj: Data od členů Asociace hudebních festivalů ČR za rok 2014, NIPOS

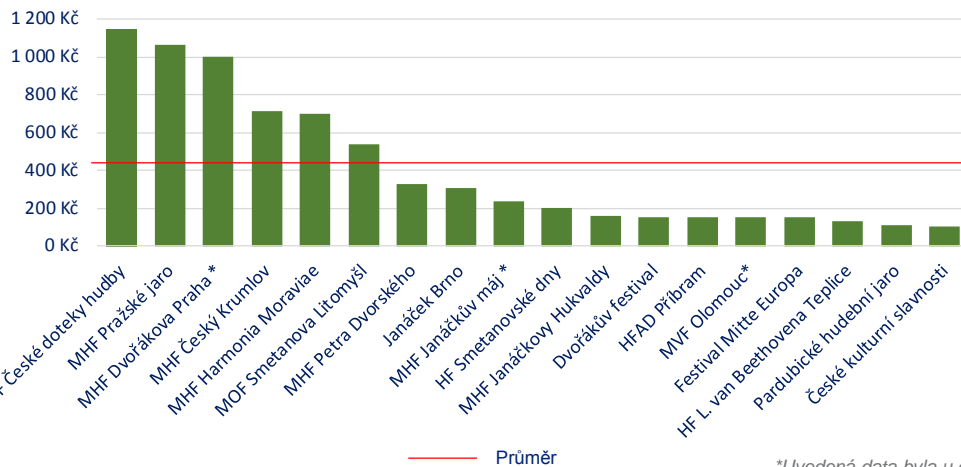
### Počet prodaných vstupenek analyzovaných hudebních festivalů



Průměr	Medián	Maximum	Minimum
7 262 vstupenek	3 759 vstupenek	41 225 vstupenek	1 394 vstupenek

- Vzhledem k tomu, že jeden návštěvník si mohl koupit více než jednu vstupenku, nemusí počet prodaných vstupenek plně odpovídat počtu návštěvníků.
- Z terénního výzkumu na čtyřech mezinárodních festivalech v České republice vyplývá, že jeden návštěvník navštíví v průměru 2 koncerty.
- Počet prodaných vstupenek je určen jednak délkou a popularitou festivalu, prostředky vyhrazenými na marketing a PR, ale také kapacitami, které jsou v místě konání k dispozici.

### Průměrná cena jedné zpoplatněné vstupenky



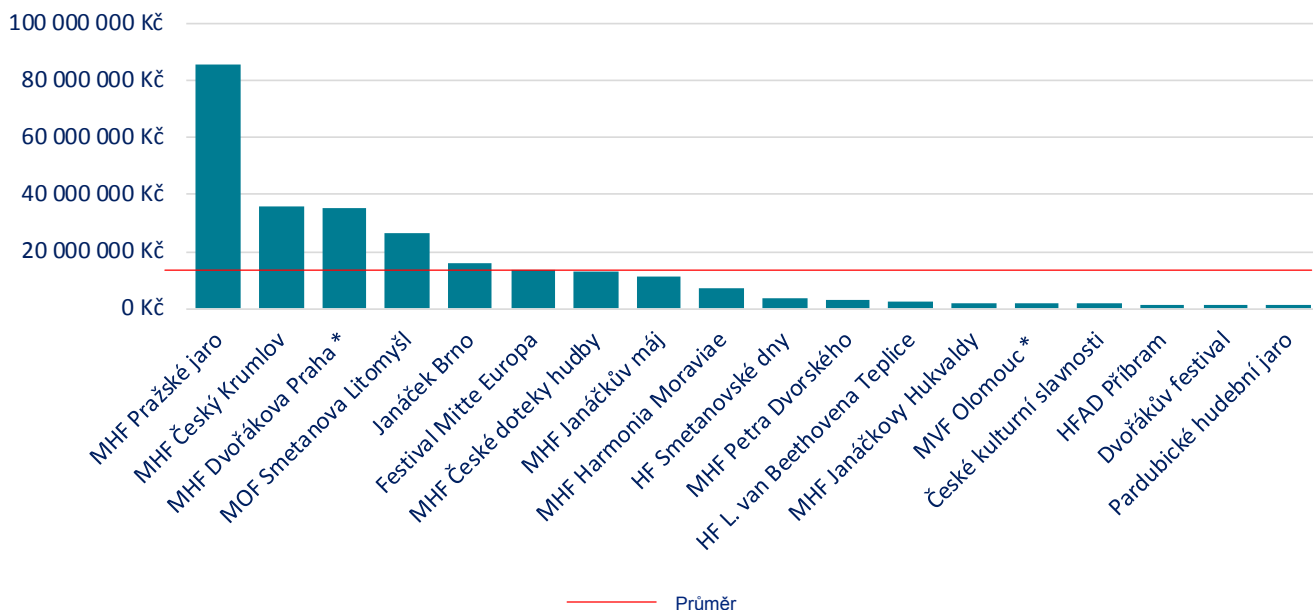
Průměr	Medián	Maximum	Minimum
408 Kč	218 Kč	1 150 Kč	100 Kč

- Prodej vstupenek je ve skupině příjmů z vlastní činnosti nejvýznamnější příjmovou položkou. Festivaly klasické hudby s nadprůměrně vysokým rozpočtem (ve srovnání se zbytkem vzorku 18 festivalů) mají proto relativně vysokou průměrnou cenu vstupenky přesahující 500 Kč.
- Vstupenky na akce v rámci festivalů klasické hudby je přesto žádoucí dotovat z veřejných prostředků, pokud má být udržena současná poptávka a tím byla zachována životnost festivalu.

\*Uvedená data byla u daného festivalu získána odhadem.

Zdroj: Data od členů Asociace hudebních festivalů ČR za rok 2014; Economic impactT

### Celkový rozpočet analyzovaných hudebních festivalů



<b>Průměr</b>	<b>Medián</b>
14,6 mil. Kč	5,6 mil. Kč
<b>Maximum</b>	<b>Minimum</b>
85,7 mil. Kč	1,2 mil. Kč

- Rozpočty festivalů klasické hudby se liší v závislosti na jejich rozsahu a délce. Především festivaly s mezinárodním programem a relativně významnější zahraniční návštěvností disponují rozpočty, které lze ve zkoumaném vzorku označit za nadprůměrné.
- Festivaly klasické hudby s nižší návštěvností (s cca 3 000 prodanými vstupenkami) disponují nižšími rozpočty, které se pohybují okolo 2 mil. Kč.
- Největší nákladovou položkou, bez ohledu na velikost festivalů, jsou honoráře umělců a organizace festivalu (včetně propagace).

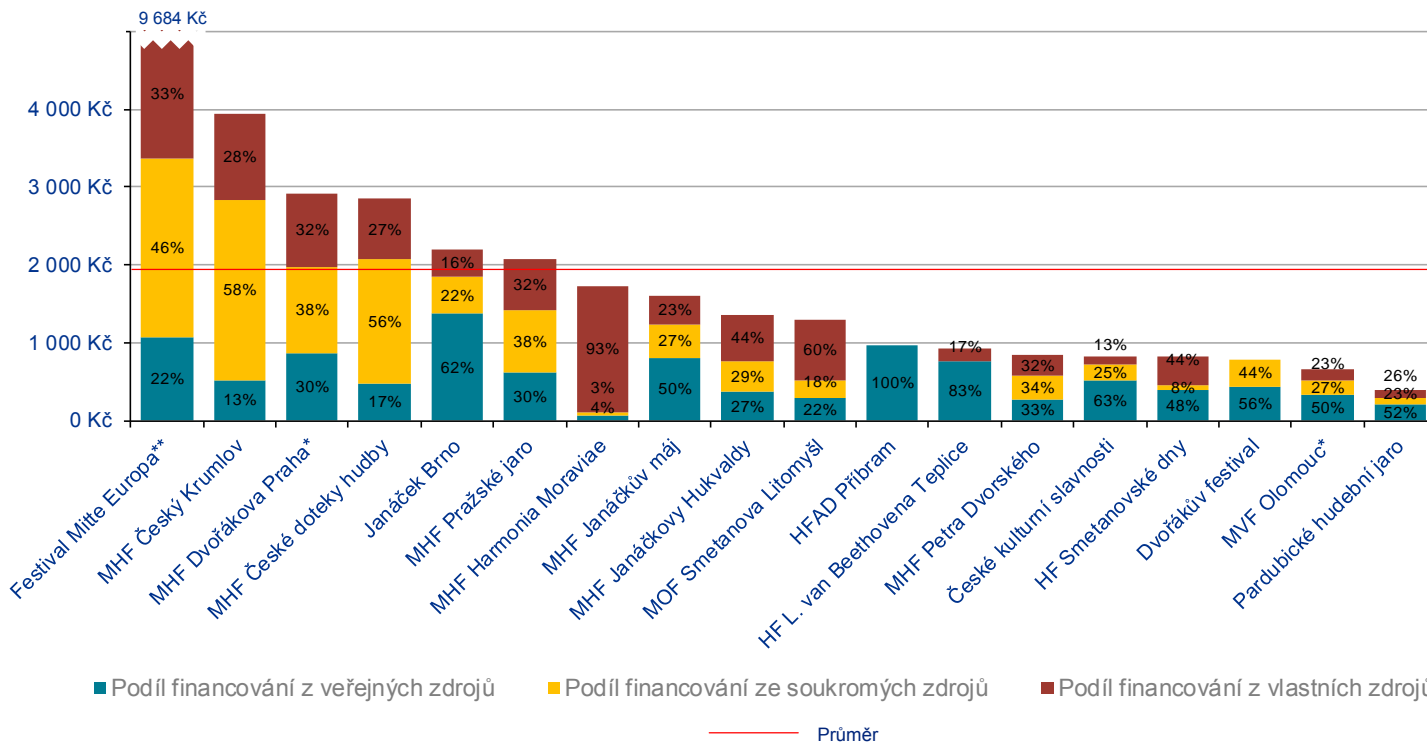
\*\* Festival Mitte Europa se odehrává v ČR a v Německu. Analyzovaný rozpočet je uveden pouze za akce v ČR, které jsou ale významně podporovány z německých veřejných prostředků.

\*Uvedená data byla u daného festivalu získána odhadem.

Zdroj: Data od členů Asociace hudebních festivalů ČR za rok 2014

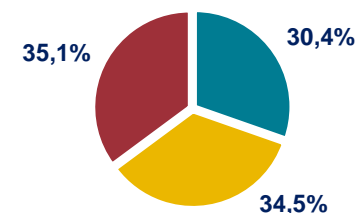


### Podíl celkových zdrojů (podle typu zdroje) na počet prodaných vstupenek



Průměr	Medián
1 995 Kč	1 331 Kč
Maximum	Minimum
9 684 Kč	393 Kč

### Zdroje financování festivalů klasické hudby\*



- Zdroje z veřejného sektoru (státní, krajské a obecní zdroje)
- Zdroje ze soukromého sektoru
- Vlastní zdroje

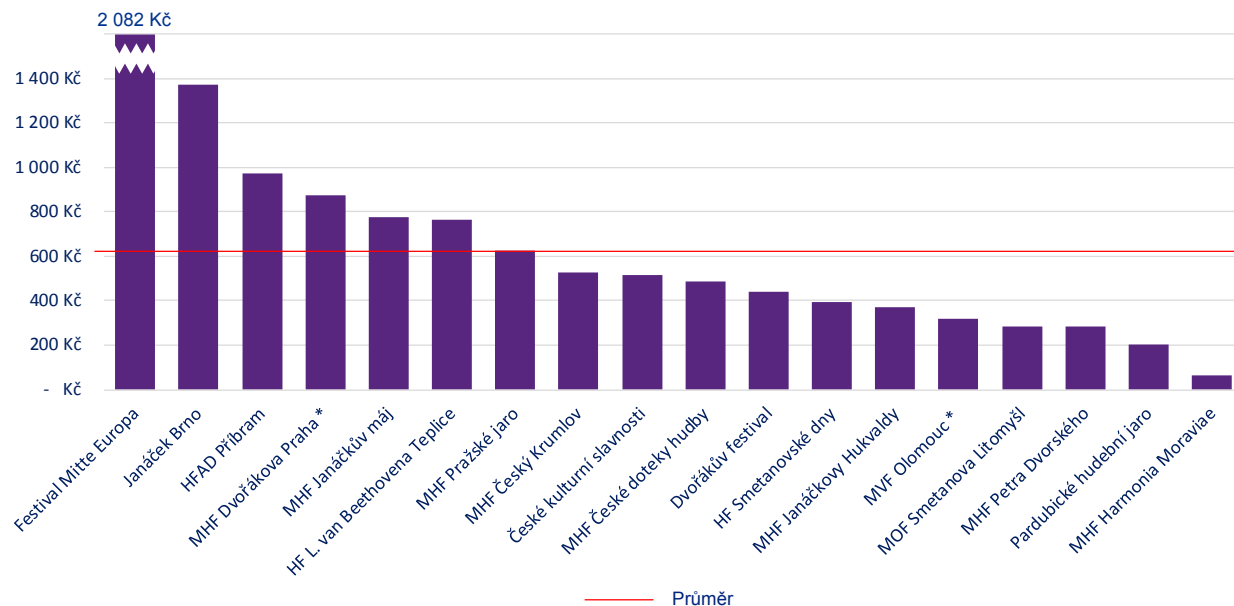
- Tento ukazatel vypovídá o nákladovosti festivalu v souvislosti s jeho rozsahem (resp. počtem prodaných vstupenek a tedy odvozeným počtem návštěvníků). Hlavními faktory, které určují jeho výši jsou požadavky na místo konání a infrastrukturu v místě, požadavky na dramaturgii festivalu (a tedy cílovou skupinu návštěvníků), doprovodný program a další.
- Na skladbě zdrojů financování je patrné, že management festivalů klasické hudby téměř ve všech případech využívá vícezdrojové financování (z veřejných, soukromých a vlastních zdrojů) a podíl financování z veřejných zdrojů se liší podle jednotlivých festivalů. V celkovém váženém průměru (kdy je váhou počet prodaných vstupenek) podíl veřejného financování netvoří ani jednu třetinu zdrojů.
- Ekonomická spotřeba návštěvníků (a tedy i přínosy do veřejných rozpočtů z ní plynoucí) je zpravidla vyšší na festivalech s vyšší mírou tohoto ukazatele. Například primární spotřeba návštěvníků na čtyřech vybraných festivalech s vysokou mírou tohoto ukazatele (MHF Český Krumlov, Dvořákova Praha, České doteky hudby a Pražské jaro) odpovídá 75 % z celkové spotřeby na sledovaném vzorku 18 festivalů.

\*\* Festival Mitte Europa se odehrává v ČR a v Německu. Analyzovaný rozpočet je uveden pouze za akce v ČR, které jsou ale významně podporovány z německých veřejných prostředků.

\*Uvedená data byla u daného festivalu získána odhadem.

Zdroj: Data od členů Asociace hudebních festivalů ČR za rok 2014

### Podíl zdrojů z veřejného sektoru na počet prodaných vstupenek



Průměr	Medián
631 Kč	502 Kč



Maximum	Minimum
2 082 Kč	62 Kč

### Podíl veřejných výdajů na jednu prodanou vstupenku

- V uvedeném grafu je dána do souvislosti veřejná finanční podpora (ze státních, krajských a obecních zdrojů) a rozsah festivalu (odvozený z počtu prodaných vstupenek). Festivaly s relativně významnějším podílem financování z veřejných prostředků a zároveň relativně nízkým počtem prodaných vstupenek zde dosahují nadprůměrných hodnot.
- V průměru se dotace z veřejných zdrojů na vstupenku pohybuje okolo 600 Kč, přičemž významný podíl veřejného financování není typický např. pro festivaly s menší návštěvností, ale je dán spíše ochotou veřejné správy (obvykle na úrovni obcí) financovat kulturní událost, která generuje ekonomický dopad a zvyšuje míru kulturního využití v regionu.

Zdroj: Data od členů Asociace hudebních festivalů ČR za rok 2014

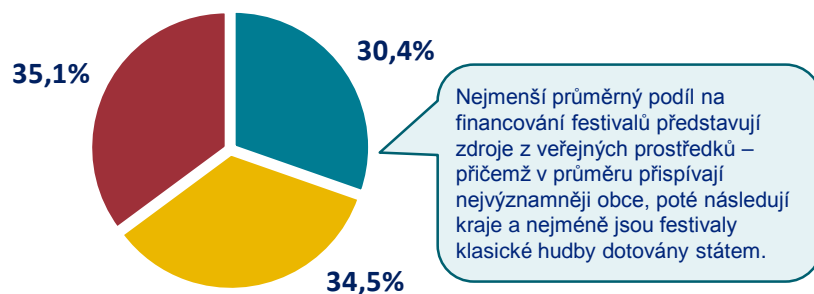


*cutting through complexity*

## **2. Analýza financování festivalů klasické hudby v ČR**

- Hudební festivaly mohou být financovány z vlastních zdrojů, ze zdrojů ze soukromého sektoru či ze zdrojů z veřejného sektoru. Obvyklé je však vícezdrojové financování a kombinace uvedených zdrojů. Poměr mezi těmito zdroji se u každého festivalu může lišit i o desítky procent.
- Graf uvádí vážený průměr využívání zdrojů financování u analyzovaných festivalů. Žádný z analyzovaných festivalů se neobešel alespoň bez částečného financování z veřejných zdrojů (veřejné finance tvoří v průměru necelou třetinu z celkových zdrojů).
- Na analyzovaném vzorku festivalů lze vidět, že festivaly klasické hudby využívají vyvážené vícezdrojové financování a jejich management aktivně přistupuje k zajištění alternativního financování vedle požadavků, které klade na zdroje od státu, krajů a obcí.

### Zdroje financování festivalů klasické hudby\*



- Zdroje z veřejného sektoru (státní, krajské a obecní zdroje)
- Zdroje ze soukromého sektoru
- Vlastní zdroje

\*Jedná se o průměr zdrojů financování vážené celkovými rozpočty festivalů.

#### Zdroje z veřejného sektoru

- Státní, krajské a obecní rozpočty jsou v průměru nejmenším, nicméně stále významným, zdrojem financování festivalů klasické hudby.

#### Zdroje ze soukromého sektoru

- Může jít o zdroje poskytnuté fyzickými nebo právnickými osobami, přičemž obvyklým důvodem pro podporu festivalu je u právnických osob spojení značky s prestižní akcí.
- Další zdroje ze soukromého sektoru jsou poskytovány formou mecenášství, kde motivace není obchodní, ale plyne z osobního přesvědčení.

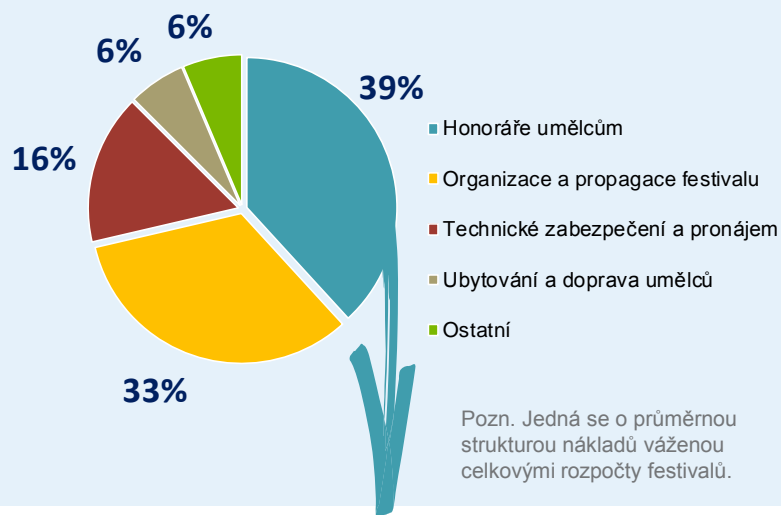
#### Vlastní zdroje

- Medián ceny vstupenky na analyzovaných festivalech se pohyboval mírně nad 200 Kč, ale výjimkou nejsou ani vstupenky přesahující částku 1 000 Kč.
- Vedle výnosů ze vstupného, které jsou nejvýznamnějším zdrojem vlastního financování, mohou být dalšími zdroji financování také prodej doplňkových služeb či provize za jejich zprostředkování.

Zdroj: Data od členů Asociace hudebních festivalů ČR za rok 2014

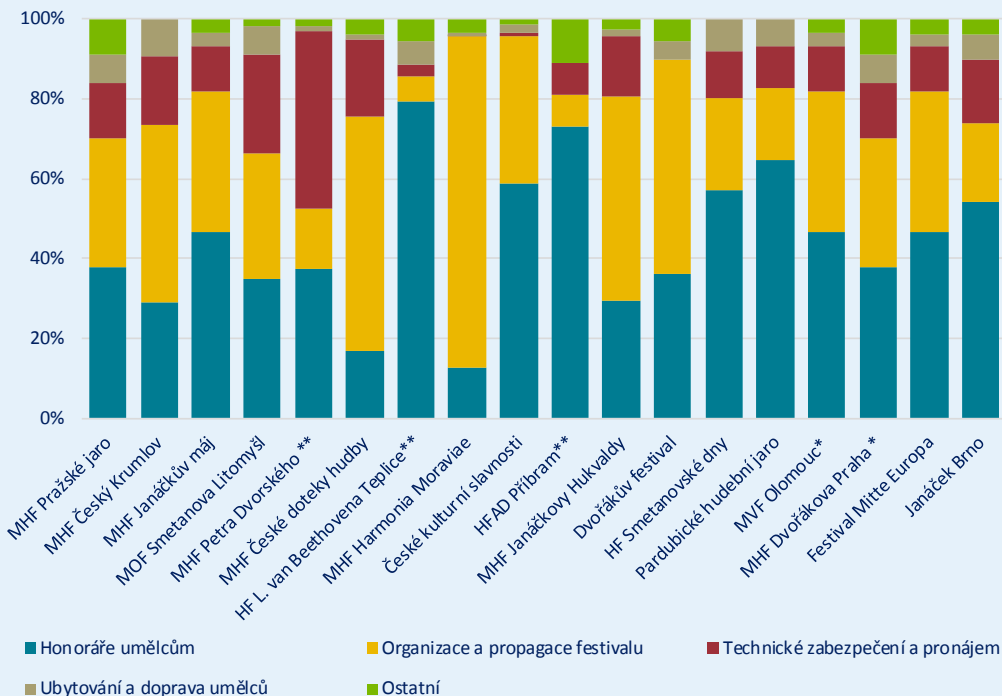
- Náklady festivalů klasické hudby byly sledovány v 5 základních skupinách. V průměru nejvyšší nákladovou položkou jsou výdaje na program festivalu – tedy honoráře vystupujících umělců.
- Druhou největší položkou jsou náklady na organizaci festivalu, která zpravidla trvá déle než rok (např. program festivalu se obvykle připravuje i na několik let dopředu) a na plný úvazek na něm pracuje 5 – 10 osob. Při samotném průběhu festivalu pak nároky na personální zajištění rostou (koordinace, bezpečnost, doprovod umělců a tak dále) a festival zaměstná další desítky až stovky lidí na částečný úvazek.
- Zbývající část nákladů tvoří technické zabezpečení festivalu (např. stavba pódia, oplocení, logistika apod.), náklady na péči o umělce (jejich ubytování a doprava) a ostatní náklady (např. poplatky kolektivním správcům autorských práv a další)

### Průměrná struktura nákladů festivalů



**Honoráře umělcům** jsou nejvýznamnější nákladovou položkou, protože celkový počet účinkujících se u větších festivalů pohybuje až ve stovkách osob. Většina ze sledovaných festivalů je navíc mezinárodní a výdaj na prestižní zahraniční umělce tvoří významný podíl na celkové částce vydané na honoráře.

### Struktura nákladů festivalů klasické hudby



\*Uvedená data daného festivalu byla získána odhadem.

\*\* Struktura nákladů není zcela přesná (např. organizace festivalu či honoráře umělců jsou zahrnuty ve standardních výdajích na činnost hudebního tělesa)

Zdroj: Data od členů Asociace hudebních festivalů ČR za rok 2014



*cutting through complexity*

### **3. Analýza ekonomické spotřeby vyvolané festivaly klasické hudby v ČR**

- Ekonomická spotřeba (útrata) je primárním vstupem do multiplikačního modelu, díky kterému je možné komplexně vyhodnotit ekonomické dopady a přínos pro veřejné rozpočty. **První sledovanou skupinou ekonomické spotřeby jsou výdaje organizátorů festivalů klasické hudby.**
- Ekonomická spotřeba festivalů je sledována odděleně za zkoumaný vzorek 18 festivalů a dopočítána pomocí koeficientů za dalších 44 festivalů klasické hudby.
- Spotřeba je sledována v 8 sdružených položkách (skupinách výdajů), u kterých se předpokládá stejná struktura odběratelsko-dodavatelských vazeb (neboli každá ze sledovaných skupin využívá podobného řetězce subdodavatelů) a tedy podobný multiplikační efekt a ekonomický dopad.

Spotřeba 18 festivalů pod Asociací hudebních festivalů ČR (mil. Kč)	
Honoráře umělcům	101,4
Organizace festivalu	48,4
Propagace festivalu	41,7
Technické zabezpečení	23,6
Pronájem prostor	16,2
Ostatní	14,6
Ubytování umělců	8,2
Doprava umělců	8,3
<b>CELKEM</b>	<b>262,4</b>



Spotřeba 44 dalších festivalů klasické hudby (mil. Kč)	
Honoráře umělcům	81,7
Organizace festivalu	39,0
Propagace festivalu	33,6
Technické zabezpečení	19,0
Pronájem prostor	13,1
Ostatní	11,8
Ubytování umělců	6,6
Doprava umělců	6,7
<b>CELKEM</b>	<b>211,5</b>

Spotřeba všech festivalů klasické hudby (mil. Kč)		
Honoráře umělcům	183,2	39 %
Organizace festivalu	87,4	18 %
Propagace festivalu	75,3	15 %
Technické zabezpečení	42,6	9 %
Pronájem prostor	29,3	7 %
Ostatní	26,4	6 %
Ubytování umělců	14,8	3 %
Doprava umělců	15,0	3 %
<b>CELKEM</b>	<b>473,9</b>	<b>100 %</b>

- Nejvýznamnější útrata je realizována za honoráře umělců, u kterých je však multiplikační efekt a ekonomický dopad na českou ekonomiku omezen. Je totiž konzervativně předpokládáno, že honoráře jsou v nadpoloviční výši vypláceny zahraničním umělcům, kteří tyto finanční prostředky vyvezou a nespotřebují v místní ekonomice.
- Výdaje na organizaci a propagaci festivalu, které jsou druhou a třetí nejvyšší položkou spotřeby, vytěží subdodavatelské služby ve službách, ale také například v logistice.
- Ubytování, které je významnější u návštěvníků festivalů spíše než u samotných organizátorů, má provazbu na spotřebu v gastronomii, nákup vybavení, zprostředkovatelské služby a další.

Zdroj: Data od členů Asociace hudebních festivalů ČR za rok 2014; Analýza KPMG a Economic impactT

- Útrata návštěvníků festivalů klasické hudby je **druhou sledovanou skupinou ekonomické spotřeby** a je opět sledována odděleně za zkoumaný vzorek 18 festivalů a dopočítána pomocí koeficientů za dalších 44 festivalů klasické hudby. V součtu pak přesahuje čtvrt miliardy Kč ročně.
- Spotřeba je sledována v 5 sdružených položkách (skupinách výdajů), u kterých se předpokládá stejná struktura odběratelsko-dodavatelských vazeb (neboli každá ze sledovaných skupin využívá podobné úrovně subdodavatelů) a tedy podobný multiplikační efekt a ekonomický dopad.

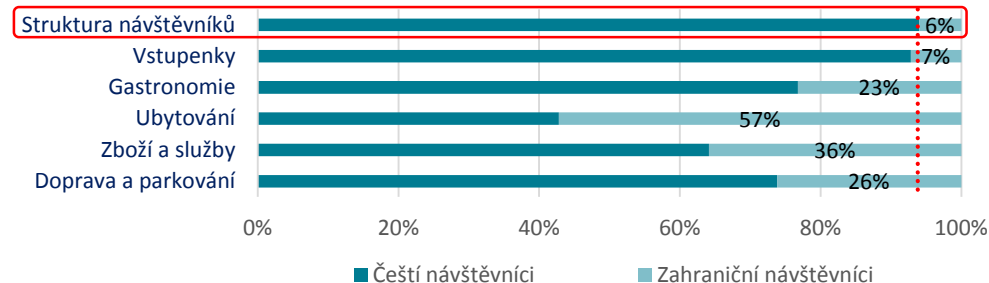
Spotřeba <u>návštěvníků</u> 18 festivalů pod AHF ČR (mil. Kč)	
Vstupenky	89,8
Gastronomie	14,4
Ubytování	13,6
Zboží a služby	11,2
Doprava a parkování	9,3
<b>CELKEM</b>	<b>138,3</b>



Spotřeba <u>návštěvníků</u> 44 dalších festivalů klasické hudby (mil. Kč)	
Vstupenky	77,9
Gastronomie	12,5
Ubytování	11,8
Zboží a služby	9,7
Doprava a parkování	8,1
<b>CELKEM</b>	<b>120,0</b>

Spotřeba <u>návštěvníků</u> na všech festivalech klasické hudby (mil. Kč)		
Vstupenky	167,7	65 %
Gastronomie	27,0	10 %
Ubytování	25,3	10 %
Zboží a služby	20,9	8 %
Doprava a parkování	17,4	7 %
<b>CELKEM</b>	<b>258,3</b>	<b>100 %</b>

Spotřeba návštěvníku dle národnosti



- Nejvýznamnější položkou výdajů návštěvníků je útrata za vstupenky. Výdaje za vstupenky zároveň odpovídají struktuře návštěvníků (rozdělení na domácí a zahraniční). U ostatních položek už je patrná vyšší spotřeba zahraničních návštěvníků.
- Zahraniční návštěvníci, i přes jejich nižší počet, mají tendenci více spotřebovávat – u ubytování jde o přirozenou skutečnost, vzhledem k tomu, že domácí návštěvníci často ubytování nevyužijí, protože se po akci dopraví do místa bydliště.
- Zatímco u domácích návštěvníků znamená návštěva festivalu spíše stimulaci ekonomické spotřeby, která by mohla být hypoteticky realizována i na jiném místě České republiky (a mít tak ekonomický dopad), u zahraničních návštěvníků jde o nové finanční prostředky, které plynou do české ekonomiky.

Pozn.: Spotřeba za vstupné je pro přehlednost zobrazena ve struktuře spotřeby návštěvníků, ale i samotných festivalů (kde jde o příjmy, které jsou následně vydány na honoráře umělců a další náklady), do multiplikačního modelu vstupují pouze jednou.

Zdroj: Data od členů Asociace hudebních festivalů ČR za rok 2014; Analýza KPMG a Economic impactT

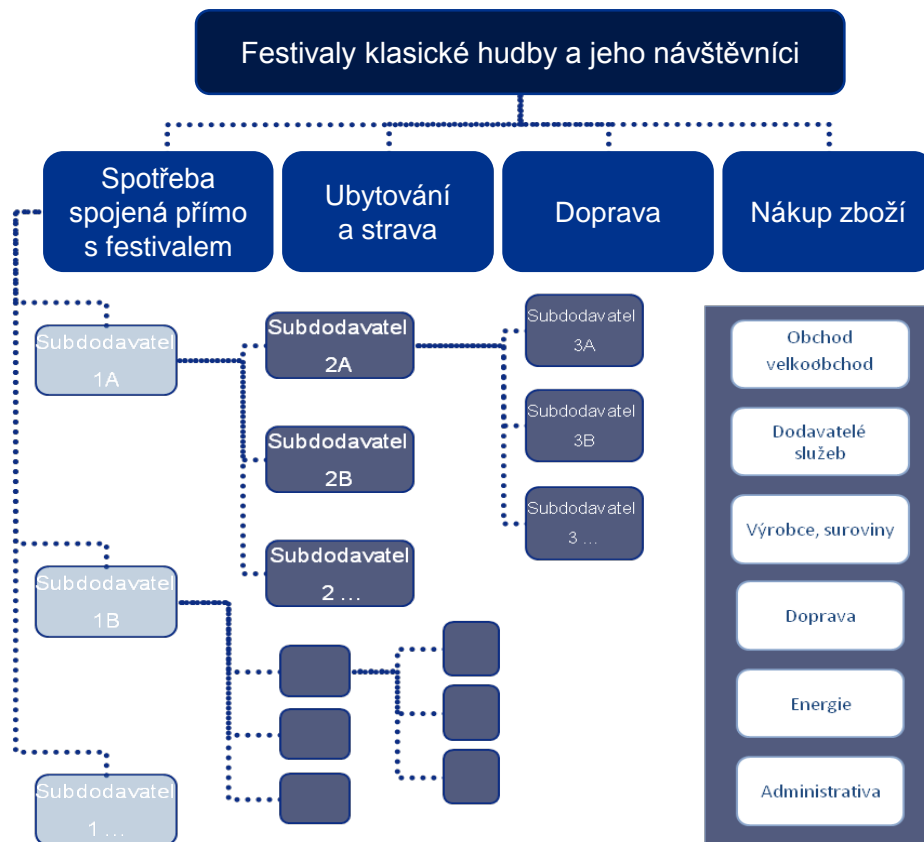




*cutting through complexity*

## **4. Ekonomický dopad vyvolaný festivaly klasické hudby v ČR**

- Hudební festivaly realizované v České republice mají podobně jako jiné společenské akce (např. sportovní události, výstavy apod.) dopad na celou řadu odvětví národního hospodářství. Význam tohoto dopadu pro veřejné rozpočty je možné kalkulovat pomocí analýzy odběratelsko-dodavatelských vztahů neboli multiplikačního modelu. Hudební festivaly mají zároveň nekvantifikovatelné dopady na společenský rozvoj a zvyšování míry kulturního využití.
- Analýza odběratelsko-dodavatelských vztahů zohledňuje co největší počet faktorů, které mohou mít přímý či nepřímý dopad na konečnou bilanci přínosu festivalů klasické hudby.
- Kromě přímého významu ve formě daňových přínosů má realizace hudebního festivalu význam i svými přínosy pro podnikatelské subjekty a zaměstnanost. Ceny produktů a služeb i daňové sazby odpovídají roku 2014.
- V analýze odběratelsko-dodavatelských vztahů je základním zdrojem spotřeba organizátorů hudebního festivalu a jeho návštěvníků v České republice, tedy nakoupené služby a produkty – primární tržby. Tyto výdaje se následně rozdělují mezi subdodavatele kupovaných služeb. Model zohledňuje rozčlenění původních výdajů návštěvníka až do 10. úrovně hierarchického modelu (přičemž je počítáno i s „úniky“ spotřeby do zahraničí – např. u položky „honoráře umělcům“ je počítáno s více než polovičním „únikem“ do zahraničí již v druhé úrovni). Do modelu vstupují externí aktéři jako dodavatelé v dopravě, energiích, surovinách apod.
- Pro vypracování byla použita široká databáze zahrnující data a informace z následujících zdrojů: Asociace hudebních festivalů, dotazníkové šetření na vybraných festivalech klasické hudby, Český statistický úřad, Národní informační a poradenské středisko pro kulturu, TLT Benchmark databáze, databáze a zkušenosti KPMG, CzechTourism a další.



Grafické zobrazení analýzy odběratelsko-dodavatelských vztahů

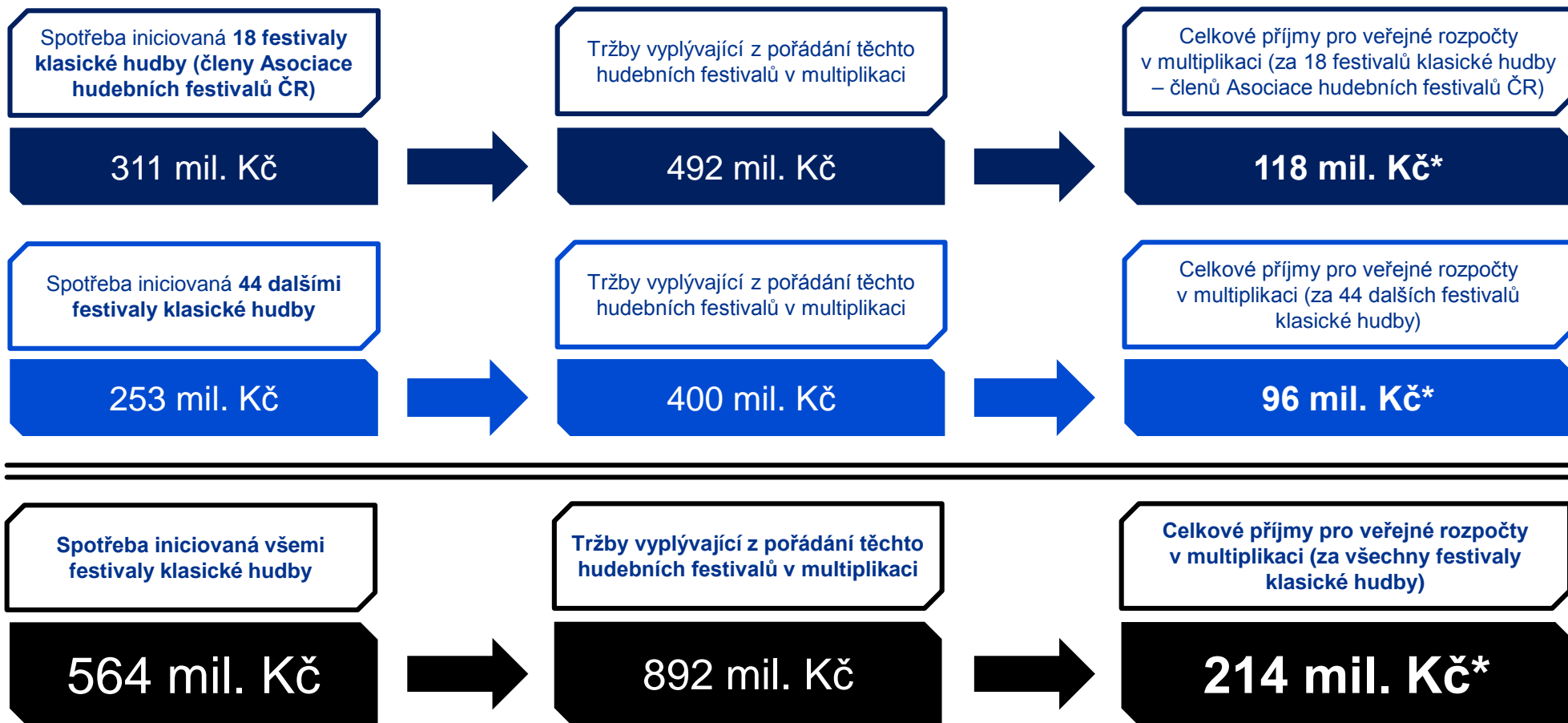
### Analýza odběratelsko-dodavatelských vztahů

- Rozčlenění do podskupin
- Vyčíslení výše poplatků za pobyt, stravování a dopravu
- Vyčíslení nákladů, odhad ziskové marže, kalkulace zisku
- Výpočet DPH a spotřební daně

- Výpočet daně z příjmů právnických osob
- Kalkulace počtu pracovních úvazků
- Odhad daně z příjmu fyzických osob, odvodů sociálního a zdravotního pojištění

### Vyčíslení výše reálných přínosů veřejným rozpočtům

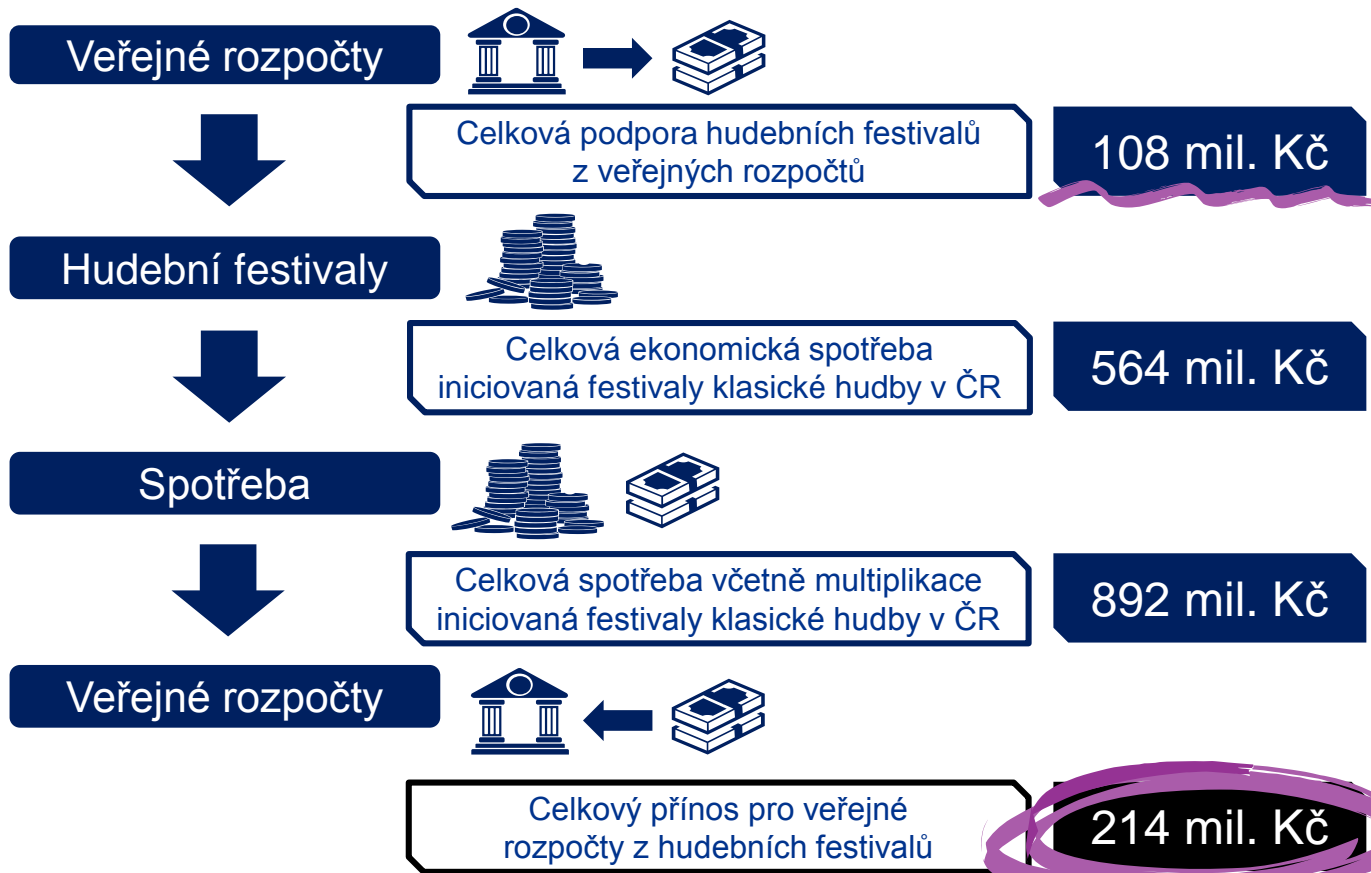
Pozn. Z dotazníku vyplynulo, že analyzované festivaly byly ve všech případech osvobozeny od tzv. kulturních poplatků (poplatků ze vstupného). Toto osvobození je předpokládáno i u dalších 44 festivalů, které vstupují do kalkulace.



**Každých 100 Kč výdajů návštěvníka generuje 38 Kč veřejných přínosů**

\* Součástí festivalů klasické hudby bývají i doplňkové akce jako např. konference a galavečery, které by bez festivalů neproběhly. Tyto akce generují další pozitivní ekonomický dopad, který nebyl předmětem této analýzy. Lze tedy předpokládat, že konečný dopad je vyšší o několik jednotek procent.

Zdroj: Analýza KPMG a Economic impactT

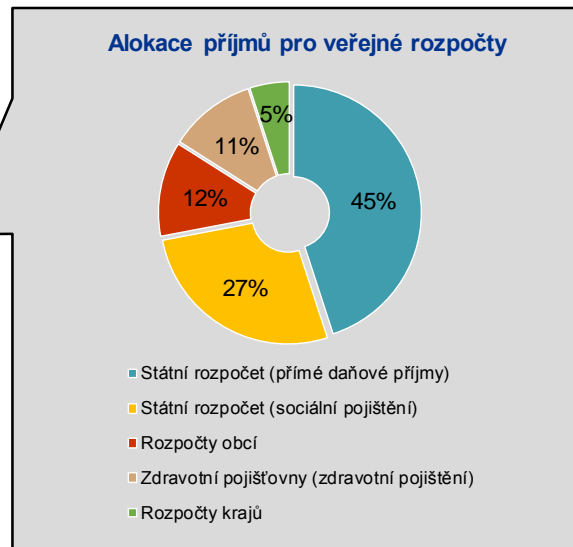


**720**

**Celkový průměrný počet plných ročních pracovních úvazků vytížených vlivem pořádání hudebních festivalů (odpovídá měsíční práci na plný úvazek pro 8 640 osob).**

**38 mil. Kč**

**Zisk soukromých společností plynoucí z pořádání hudebních festivalů v multiplikaci.**



**Každá 1 Kč vložená do podpory hudebních festivalů vygeneruje pro veřejné rozpočty 1,98 Kč prostřednictvím daňových příjmů.**



*cutting through complexity*

# 5. Neekonomické dopady vyvolané festivaly klasické hudby v ČR

Kultura má řadu neekonomických efektů, které mají dopad nejen na účastníka, ale i na nezúčastněné a daný region.

**Účastník** – Osoba, která se aktivně (přítomna na festivalu) či pasivně (sleduje jej z domova v TV, poslouchá v rádiu apod.) účastní hudebního festivalu nebo jeho doprovodného programu.

**Nezúčastněný** – Osoba, která se neúčastní hudebního festivalu ani jeho doprovodného programu. O události může vědět či nemusí a festival ji může ovlivňovat (omezení dopravy, zvýšení počtu osob v dané oblasti apod.).

**Region** – Územní jednotka vymezená na základě společných znaků, které se liší od znaků v sousedních regionech.

Společenský, lidský a kulturní kapitál	Účastník	Nezúčastněný	Region
Posilování sociálního života a zájmu místních iniciativ.	✓	✓	✓
Vytváření pocitu vlastní identity a sdíleného závazku, který je potřebný pro posílení obcí a komunit.	✓	✓	✓
Kultura má vzdělávací a osvětovou funkci, díky čemuž představuje v dnešní době veliký potenciál dalšího vývoje.	✓	✓	✓
Návštěvníci kulturních akcí jsou prokazatelně spokojenější a šťastnější.	✓	✓	✓
Utuzuje vztah mezi veřejným a soukromým sektorem.	✓	✓	✓
Vzdělávací aspekt plynoucí z hlavního i doprovodného programu hudebních festivalů (speciální programy pro děti, workshopy apod.).	✓		
Snižuje projevy násilného chování.	✓		

Hudební festivaly mají prokazatelné neekonomické dopady. Odráží se v kvalitě života komunity i samotné společnosti.

Společenský, lidský a kulturní kapitál	Účastník	Nezúčastněný	Region
Formování kolektivní identity milovníků kultury.	✓		✓
Prostor pro vyjádření společenských hodnot, utváření společenských vazeb a udržování tradic.	✓	✓	✓
Hudební festivaly přispívají ke vzniku prostoru k získávání nových schopností a znalostí.	✓	✓	✓
Díky hudebním festivalům navštěvuje města konání stále více mimořádných umělců.	✓	✓	✓
Kulturní vizitka daného města a kraje.	✓	✓	✓

Dopady na zdraví, psychiku a spokojenost jedinců	Účastník	Nezúčastněný	Region
Účast na uměleckých aktivitách má pozitivní vliv na zdraví, duševní spokojenost, kreativní schopnosti a výkonnost myšlení.	✓		
Účast na koncertech či jiných uměleckých představeních můžeme chápat jako duševní hygienu člověka (vede ke zlepšení vnitřní spokojenosti a pocitu „vnitřního štěstí“).	✓		
Účastníci hudebních festivalů mají lepší paměť a výkonnost myšlení. Mají významné tvůrčí schopnosti a dokážou lépe využít kreativitu i ve zcela běžných životních situacích.	✓		

Neužitné hodnoty	Účastník	Nezúčastněný	Region
Lidé mohou díky festivalům přijít do kontaktu s hudbou, kterou by jinak nepoznali, což zpětně ovlivňuje jejich umělecký vkus.	✓		
Návštěvnost hudebních festivalů v České republice stále roste, je proto pravděpodobné, že je v budoucnu navštíví i lidé, kteří je dosud nenavštívili a mají tak již dnes nepřímý užitek z jejich pouhé existence.	✓	✓	

Identita místa, sebeidentita a identita skupiny	Účastník	Nezúčastněný	Region
Festivaly přispívají ke kulturnímu vyžití a tím vytváří kulturní kapitál města – lákají do města nové obyvatele, investory, studenty a s nimi i inovace a vzdělanost. Tím dále přispívají k revitalizaci měst a pozitivní změny jejich image.	✓	✓	✓
Hudební festivaly jsou důležitými nástroji podpory cestovního ruchu a místa regionální soudržnosti a individuality.	✓	✓	✓
Seznámení mladých lidí s kulturou klasické hudby a posilování schopnosti utvářet vztah lidí k regionu či městu.	✓	✓	✓

Obnova a rozvoj města	Účastník	Nezúčastněný	Region
Rozvoj kulturní možnosti prostorů, které se využívají pro konání hudebních festivalů.	✓	✓	✓





*cutting through complexity*

## **6. Závěrečná doporučení pro udržitelné zvyšování ekonomických dopadů**

<p><b>Prodloužení délky pobytu návštěvníků</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zajištění lokality s optimálním množstvím a kvalitou poskytovaných služeb cestovního ruchu, jako jsou ubytovací zařízení, restaurační zařízení, infrastruktura, ale i další služby, které nesouvisí s pořádáním hudebních festivalů, ale mohou zajistit prodloužení délky pobytu návštěvníků (turistika, wellness, další kulturní vyžití apod.).</li> <li>• Poukázání na tyto možnosti dalšího vyžití pro návštěvníky festivalu za účelem zvýšení kvality jejich zážitku, který byl primárně spojený s hudebním festivalem.</li> </ul>	
<p><b>Zvýšení počtu prodaných vstupenek</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Počet prodaných vstupenek je určen délkou a popularitou festivalu, ale také kapacitami, které jsou v místě konání k dispozici.</li> <li>• Zvyšování počtu prodaných vstupenek lze nicméně podpořit cíleným marketingem a PR festivalu. Mezi další metody podpory prodeje lze zařadit slevy na větší odběr vstupenek, slevové balíčky, které kombinují vstup na festival s dalšími službami (ubytováním, gastronomií, dalšími kulturními událostmi apod.)</li> </ul>	
<p><b>Loajalita návštěvníků</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pro zvýšení loajality je potřeba zaměřit se na zájmy jednotlivých cílových skupin návštěvníků a podle preferencí přizpůsobit hlavní a doprovodný program (např. zařazení či rozšíření programu pro děti).</li> <li>• Zprostředkování bližších informací o festivalu a zajímavostí o jeho umělcích pomáhá rozvíjet bližší vztah návštěvníků k festivalu a přispívá tedy i k jejich loajalitě. Pokud to umožňují podmínky festivalu, může k věrnosti návštěvníků přispět i možnost setkat se s umělci na speciálních akcích jako jsou galavečeře apod.</li> </ul>	



*cutting through complexity*

# Příloha 1 – možnosti financování kultury v ČR

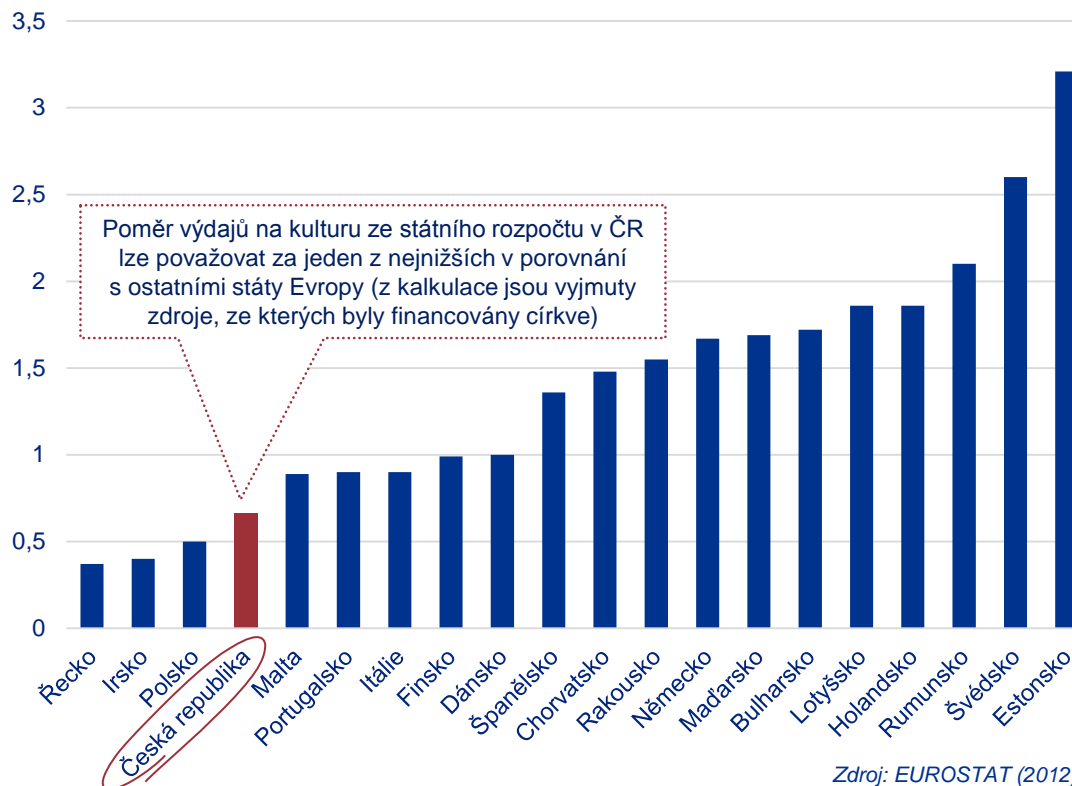
### Dotační programy na podporu hudebních festivalů

Název	Podmínky pro dosažení podpory
<p><b>Možnost získání finančních prostředků poskytnutých Ministerstvem kultury ČR</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Žádost o finanční prostředky na podporu projektů profesionálního hudebního umění</li> <li>• Termín uzávěrky žádostí pro rok 2015 byl 30. 9. 2014, nicméně žádosti bylo možné zasílat každoročně. Je možné předpokládat, že bude možné požádat o finanční prostředky i v roce 2015.</li> <li>• Nutnost splnění podmínek výběrového řízení (fyzická osoba: občan ČR nebo trvalé bydliště v ČR; nebo právnická osoba: sídlo v ČR; žádost předložena pořadatelem).</li> </ul>
<p><b>Nadační příspěvek z Nadace Český hudební fond</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Termín uzávěrky žádostí byl 31. 3. 2015, nicméně žádosti bylo možné zasílat každoročně. Je možné předpokládat, že bude možné požádat o finanční prostředky i v roce 2016.</li> <li>• Nutné vyplnění formuláře a podání žádosti před ukončením projektu (žádosti podané po ukončení projektu nebudou přijaty).</li> <li>• NČHF nepříspěvá na mimořádně finančně náročné projekty*, žádosti osobního či lokálního rázu a neposkytuje finanční půjčky.</li> </ul> <p><small>* Rozsáhlé festivaly, velkoryse koncipované mezinárodní soutěže, zahraniční koncertní turné sborů či orchestrů, nákladné vydavatelské projekty apod. Nadační příspěvek je vhodný pro méně rozsáhlé hudební festivaly.)</small></p>
<p><b>Národní podpora cestovního ruchu - Cíl Konvergence</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Téma: Cestovní ruch a kulturní dědictví</b></li> <li>• Termín uzávěrky žádostí je 30. 9. 2015, nicméně žádosti je možné zasílat každoročně. Je možné předpokládat, že bude možné požádat o finanční prostředky i v roce 2016.</li> <li>• Podání dvou kopií žádostí se všemi povinnými přílohami*.</li> <li>• Podpora projektů, které negenerují příjmy během realizace.</li> </ul> <p><small>* Seznam příloh, doklady o právní subjektivitě žadatele, podklady pro hodnocení kvality projektu, stanovisko odboru cestovního ruchu MMR, zadávací podmínky k zahájeným, resp. ukončeným, zadávacím a výběrovým řízením, doklad o partnerství, zmocnění k podpisu žádosti o dotaci podepsané statutárním zástupcem, rozpočet projektu, informace o identifikaci právnické osoby.</small></p>

Hudební festivaly jsou součástí **kulturního odvětví**, které je v České republice **financováno vlastními zdroji, zdroji ze soukromého sektoru a zdroji z veřejného sektoru**. Veřejné zdroje jsou pro financování kultury významné, nicméně z mezinárodního srovnání z r. 2012 vyplynulo, že **podíl výdajů na kulturu ze státního rozpočtu činí relativně nízkých 0,66 %**.

Země	Poměr výdajů na kulturu ze státního rozpočtu (%)
Řecko	0,37
Irsko	0,40
Polsko	0,50
<b>Česká republika</b>	<b>0,66</b>
Malta	0,89
Portugalsko	0,90
Itálie	0,90
Finsko	0,99
Dánsko	1,00
Španělsko	1,36
Chorvatsko	1,48
Rakousko	1,55
Německo	1,67
Maďarsko	1,69
Bulharsko	1,72
Lotyšsko	1,86
Holandsko	1,86
Rumunsko	2,10
Švédsko	2,60
Estonsko	3,21

Poměr výdajů na kulturu ze státního rozpočtu v r. 2012 (%)



## Možnosti financování ze soukromých zdrojů

**Fundraising a crowdfunding**

- Tento způsob byl primárně využíván v neziskovém sektoru. Mezi hlavní způsoby získávání finanční podpory patří veřejné sbírky, pořádání společenských akcí, telefonické a poštovní kampaně (Zaslání dopisu adresátovi, o kterém je známo, že by mohl přispět na hudební festival. Je nutné vytipovat potřebné dárce, načasovat kampaň, vytvořit správnou formu dopisu, přiložit předtištěnou odpověď a vytvořit originální děkovný dopis).

**Sponzoring**

- Nejrozšířenější možnost čerpání financí ze soukromých zdrojů. Potenciální sponzory je nutné informovat o výhodách, které pro sponzory ze sponzorství plynou, jako například reklama, logo na promočních materiálech, vstupenkách apod. Navíc náklady na propagaci a reklamu jsou daňově uznatelnými náklady. Sponzorský příspěvek tedy snižuje základ daně v plné výši.

**Nadace a nadační fondy**

- **Nadace:** Hlavní funkcí nadace je shromažďovat finanční a jiné dary a rozdělovat je jiným organizacím nebo jednotlivcům na obecně prospěšnou činnost.
- **Nadační fondy:** Jedná se o nezávislé subjekty finanční povahy založené za účelem podpory veřejně prospěšných aktivit a projektů.

**Dárcovství**

- Pro potřeby daňového zvýhodnění se uvádí v darovací smlouvě účel. Dárce může použít odčitatelnou položku snižující základ daně z příjmů pouze v případě, že hodnota jednoho každého daru (nebo všech darů jedné organizaci) bude činit alespoň 2 000 Kč. Základ daně lze snížit nejvýše o 5 % základu daně.  
Stále více společností jednorázově přispívá na veřejně prospěšné účely. Hlavní motivací dárců je zvýšení kreditu společnosti v očích veřejnosti.

**Dobrovolnictví**

- Dobrovolník vykonává pracovní činnost ve prospěch druhé osoby či instituce bez nároku na odměnu. Vztah je smluvně upraven právem dle občanského zákoníku a nikoliv zákoníku práce.

**Mecenášství**

- Za mecenáše lze považovat osobu, která poskytuje určitou formou podporu a nevyžaduje za ni žádnou protihodnotu, navíc je často anonymní.

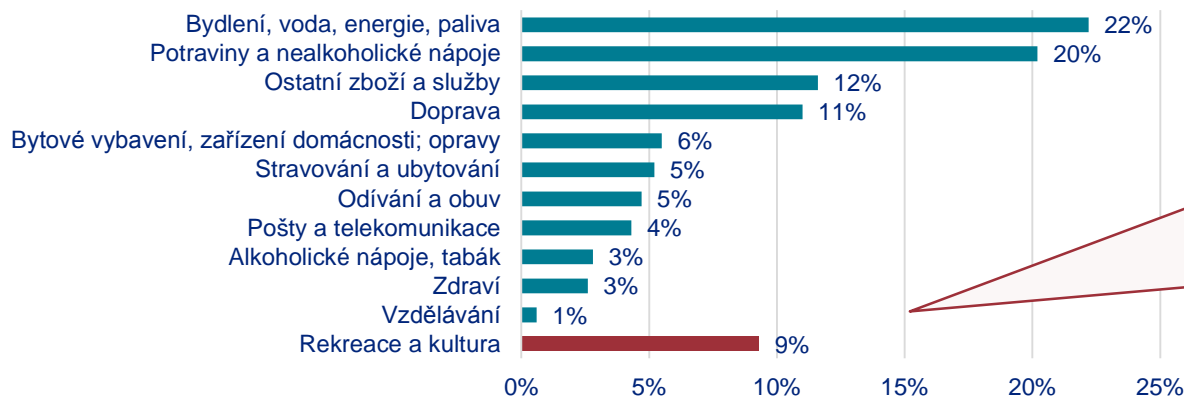
### Schéma rozdělování finančních prostředků na kulturu na centrální úrovni

Veřejné prostředky na kulturu jsou na státní úrovni rozdělovány prostřednictvím státního rozpočtu – Ministerstvo kultury ČR (MK):

- Financování prostřednictvím grantových a dotačních programů, které jsou zveřejněny na webových stránkách Ministerstva kultury České republiky. Žádosti pro rok 2015 jsou již uzavřené, ovšem žádosti bylo možné zasílat každoročně, proto je možné předpokládat, že bude možné žádat o finanční podporu i v roce 2016.

### Financování kultury domácnostmi

Struktura výdajů domácností v roce 2012



Struktura výdajů na rekreaci a kulturu v 2012



- Celkové výdaje domácností na kulturu a rekreaci tvořily cca 9 % výdajů. V případě, že abstrahujeme od aktivit spojených s rekreací, výdaje na kulturní služby tvořily **0,59 %** z celkových výdajů domácností.
- V roce 2012 činilo průměrné peněžní vydání na osobu celkem 700 Kč ročně. V letech 2009 až 2011 se průměrné peněžní vydání na osobu pohybovalo lehce nad 700 Kč.

### Možnost financování z loterií a her

V rámci mnoha zemí EU je v současné době kultura podporována prostřednictvím odvodu prostředků z loterií, které bývají často provozovány státem. Za nejpropracovanější systémy financování kultury z národních loterií lze považovat systémy ve Velké Británii nebo Itálii.

#### Spojené království Velké Británie a Severního Irsku

- Značná část prostředků sloužících k financování kultury je získána z Národní loterie.
- Přerozdělování prostředků z Národní loterie má v kompetenci DCMS (Department for Culture, Media & Sport). Získané prostředky jsou rozdělovány prostřednictvím 14 nezávislých organizací do oblasti sportu, kulturního dědictví, umění, charity, dobrovolnictví. Podporovány jsou také projekty v oblasti zdravotnictví, vzdělávání a životního prostředí.
- Finance jsou na projekty udělovány bez vlivu vlády nebo ministerstva. Od roku 1994, kdy byla Národní loterie zprovozněna, bylo na cca 300 500 projektů poskytnuto 22 mld. liber.
- Na umění a kulturní dědictví bylo vynaloženo 7,5 mld. liber v rámci 80 000 projektů.
- Jen v roce 2000 bylo alokováno na kulturu celkem 38 % zisku ze státem vlastněných loterií.



#### Itálie

- Za jeden z hlavních zdrojů podpory kultury v Itálii lze považovat veřejné zdroje (národní i mezinárodní dotační programy), kam lze taktéž řadit výnosy ze státní loterie.
- V Itálii v současné době neexistují žádné obecné zákony týkající se alokace veřejných zdrojů pro kulturu. Díky tomu, že v poslední době kultura trpěla snižováním rozpočtu, existuje několik specifických legislativních úprav za účelem finanční kompenzace těchto ztrát.
- Italská legislativa zaručuje přidělení kultuře část zisku státní loterie (poprvé aplikováno v roce 1998). Podle jiné právní úpravy byly 3 % výdajů na strategickou infrastrukturu věnovány na kulturu. Tento podíl, který je od roku 2005 zvýšen na 5 %, je distribuován společností ARCUS, založenou v roce 2003.



Obecně lze tvrdit, že ve většině zemí západní Evropy je běžnou praxí využití části z výtěžku z číselných loterií na účely spojené s kulturou, bez ohledu na to, zdali jsou loterie provozovány státní nebo nestátní institucí.





*cutting through complexity*

# **Příloha 2 – přehled analyzovaných festivalů klasické hudby (členů AHF)**

### Členské festivaly Asociace hudebních festivalů České republiky

1. České kulturní slavnosti
2. Dvořákův festival
3. Festival uprostřed Evropy Mitte Europa
4. Hudební festival Antonína Dvořáka v Příbrami
5. Hudební festival Ludwiga van Beethovena Teplice
6. Hudební festival Smetanovské dny
7. Janáček Brno
8. Mezinárodní hudební festival České doteky hudby
9. Mezinárodní hudební festival Český Krumlov
10. Mezinárodní hudební festival Dvořákova Praha
11. Mezinárodní hudební festival Harmonia Moraviae
12. Mezinárodní hudební festival Janáčkovy Hukvaldy
13. Mezinárodní hudební festival Janáčkův máj
14. Mezinárodní hudební festival Petra Dvorského
15. Mezinárodní hudební festival Pražské jaro
16. Mezinárodní operní festival Smetanova Litomyšl
17. Mezinárodní varhanní festival Olomouc
18. Pardubické hudební jaro



*cutting through complexity*

© 2015 KPMG Česká republika, s.r.o., a Czech limited liability company and a member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative ("KPMG International"), a Swiss entity. All rights reserved. Printed in the Czech Republic.

The KPMG name, logo and 'cutting through complexity' are registered trademarks or trademarks of KPMG International Cooperative (KPMG International).

