



Kraj Vysočina

Vysočina – atraktivní region v srdci České republiky
vhodný pro aktivní trávení volného času,
odpočinek, poznávání i setkávání

Strategie rozvoje cestovního ruchu v Kraji Vysočina na období 2017 – 2025



**Roční zpráva o realizaci
2020**

Roční zpráva o realizaci „Strategie rozvoje cestovního ruchu v Kraji Vysočina na období 2017-2025“ za rok 2020

Obsah

1.	Realizace Strategie CR za rok 2020.....	1
	Odbor kultury, památkové péče a cestovního ruchu.....	1
	Vysočina Tourism	2
2.	Organizační struktura implementace Strategie CR	2
3.	Akční plán – vyhodnocení Akčního plánu B.....	4
4.	Monitoring a hodnocení Strategie CR	14
	Monitorovací indikátory	15
	Hodnocení úspěšnosti projektů (hodnotící kritéria)	19
5.	Závěr	20

Roční zpráva o realizaci „Strategie rozvoje cestovního ruchu v Kraji Vysočina na období 2017-2025“ (dále jen Strategie CR) je výstupem průběžného hodnocení realizace Strategie CR. Předmětem evaluace je vyhodnocování naplňování Akčního plánu a naplňování jednotlivých opatření Strategie CR. Základní podklady tvoří přehledy realizovaných projektů/aktivit, kde nositelem byl Kraj Vysočina nebo jím zřizované příspěvkové organizace.

Roční zpráva o realizaci „Strategie CR“ obsahuje souhrnné informace o realizaci projektů a akcí včetně vyhodnocení roku 2020 vůči Akčnímu plánu B Strategie CR a sledování posunu u stanovených monitorovacích indikátorů za rok 2020. Dotýká se také struktury implementace Strategie CR prostřednictvím Rady pro Strategii, která je stěžejním subjektem monitoringu a hodnocení včetně informací o složení Rady a kapacitách vyčleněných pro cestovní ruch na Odboru kultury, památkové péče a cestovního ruchu Krajského úřadu Kraje Vysočina a v příspěvkové organizaci Vysočina Tourism. Hodnocení „Strategie CR“ poskytuje zpětnou vazbu, na jejímž základě jsou přijímána případná opatření pro výběr projektových záměrů do Akčního plánu na další období.

1. Realizace Strategie CR za rok 2020

Strategie CR je oficiálně realizována od schválení Zastupitelstvem Kraje Vysočina v dubnu 2018. Postupně jsou uplatňovány, příp. upravovány naplánované aktivity/projekty a dle potřeby a aktuální situace se zařazují i nové.

Odbor kultury, památkové péče a cestovního ruchu

Personální zajištění úseku cestovního ruchu:

- úředník na úseku cestovního ruchu: Zuzana Vondráková, Veronika Švarcová
- úředník na úseku cyklostrategie: Petr Stejskal

Úsek CR je personálně posílen od roku 2018, od té doby se podařilo navázat spolupráci v oblasti přeshraničních aktivit v rámci ERDV, uspořádat Setkání majitelů a správců hradů a zámků se sídlem v Kraji Vysočina (1. setkání tohoto druhu v historii Kraje Vysočina) a od roku 2020 zajistit administraci dalšího dotačního titulu na podporu zkvalitnění a rozšíření infrastruktury cestovního ruchu s názvem „INFRASTRUKTURA CESTOVNÍHO RUCHU 2020“.

Bližší popis realizovaných aktivit OKPPCR v roce 2020 je součástí kapitoly 3. Akční plán.

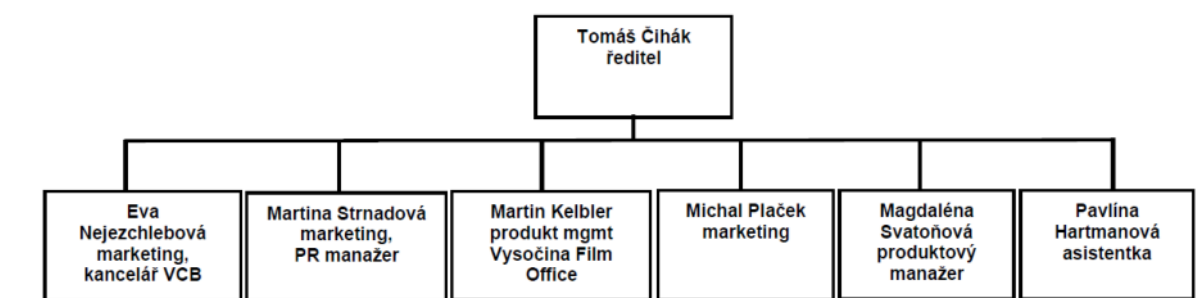
Vysočina Tourism

Pro rok 2020 byl organizaci schválen příspěvek na provoz ve výši 12 409 tis. Kč. V průběhu roku bylo schváleno jeho navýšení mimořádným příspěvkem na propagaci v rámci veletrhu Regiontour Brno 2020 o 79 tis. Kč.

K 31. 12. 2020 měla organizace Vysočina Tourism celkem 7 zaměstnanců. V průběhu roku došlo k personální obměně u pozice pracovníka zodpovědného za oblast marketingu a současně zástupce regionální kanceláře Vysočina Film Office, která posiluje a upevňuje pozici Kraje Vysočina v oblasti audiovizuální produkce.

Organizace obhájila příslušnost mezi subjekty – nositeli značky Český systém kvality služeb a je držitelem certifikátu v rámci Kategorizace organizací destinačního managementu, která definuje minimální požadavky na činnost DMO. Hlavním cílem Kategorizace je zkvalitnit výkon a efektivitu činností v oblasti destinačního managementu v České republice a přispět ke zvýšení kvality a efektivity realizovaných marketingových aktivit na domácím a zahraničním trhu, a to prostřednictvím vytvoření pravidel pro činnost organizací destinačního managementu.

Organizační schéma Vysočina Tourism, příspěvková organizace



Podrobné informace o činnosti organizace za příslušný rok jsou uvedeny ve Výroční zprávě Vysočina Tourism, p.o., která je ke stažení na [Výroční zpráva Vysočina Tourism, p.o. za rok 2020](#).

Bližší popis realizovaných aktivit Vysočina Tourism v roce 2020 je součástí také kapitoly 3. Akční plán.

2. Organizační struktura implementace Strategie CR

Součástí implementace Strategie CR je funkční řídicí a organizační struktura, která je tvořena tzv. strategickým týmem, který spolupracuje na naplňování cílů strategie s dalšími klíčovými aktéry.

Ustanovení strategického týmu schválila Rada Kraje Vysočina na svém zasedání dne 26. 6. 2018 usnesením č. 1172/19/2018/RK.

Organizační struktura implementace Strategie CR se skládá z tzv. **strategického týmu**:

- **Rada pro Strategii CR,**
- **Manažer Strategie CR.**

Kromě strategického týmu se na naplňování cílů Strategie CR podílí Zastupitelstvo a Rada Kraje Vysočina jako vrcholné a schvalující orgány, dále odbory (zaměstnanci) Krajského úřadu Kraje Vysočina, komise/výbory Kraje Vysočina, příspěvkové organizace Kraje Vysočina, zástupci subjektů působících v cestovním ruchu na Vysočině a další aktéři.

Členy Rady pro Strategii CR nominovala Rada Kraje Vysočina na základě doporučení odboru kultury, památkové péče a cestovního ruchu (dále také jen „OKPPCR“), navržení členové nominaci odsouhlasili. V průběhu roku 2020 došlo k obměně na pozici jednoho ze zástupců oblastního destinačního managementu. Novým předsedou spolku Koruna Vysočiny byl zvolen Ing. Martin Mrkos, ACCA.

Schválené složení členů Rady pro Strategii CR k 31. 12. 2020:

- a) Radní pro oblast cestovního ruchu (**předseda Rady pro Strategii CR**)
Ing. Jana Fischerová, CSc.
- b) Radní pro oblast regionálního rozvoje
Mgr. Pavel Pacal
- c) Zástupce Odboru kultury, památkové péče a cestovního ruchu (OKPPCR)
Ing. Ladislav Seidl, MBA (vedoucí OKPPCR)
Ing. Petr Stejskal (organizace a koordinace cykloturistiky, OKPPCR)
Ing. Zuzana Vondráková (úředník na úseku cestovního ruchu, **Manažer Strategie CR**)
- d) Zástupce Odboru regionálního rozvoje (ORR)
doc. RNDr. Iveta Fryšová, Ph.D. (vedoucí ORR)
- e) Zástupce Vysočina Tourism, příspěvková organizace
Ing. Tomáš Čihák (ředitel Vysočina Tourism)
- f) Zástupce oblastních destinačních managementů (Koruna Vysočiny, Rozvoj Třebíčska, příp. nově vzniklých)
Ing. Martin Mrkos, ACCA (předseda spolku Koruna Vysočiny)
Mgr. Pavel Pacal (předseda sdružení Rozvoj Třebíčska)
- g) Zástupce podnikatelského sektoru (Krajská hospodářská komora)
Ing. Richard Horký (předseda představenstva, OHK Třebíč)
- h) Zástupce měst a obcí
Mgr. Roman Fabeš (zástupce za SMO ČR a Svazek obcí České dědictví UNESCO)
- i) Zástupce neziskového sektoru
Mgr. Gustav Charouzek (ředitel krajské sítě MAS)
- j) Zástupce akademického sektoru – Vysoká škola polytechnická Jihlava
RNDr. Eva Janoušková, Ph.D. (vedoucí Katedry cestovního ruchu)

Pravidelná jednání Rady pro Strategii CR (dále jen RSCR), která poskytují prostor pro sdílení aktuálních informací z OKPPCR a Vysočina Tourism, p.o. ovlivnila protiepidemická opatření zavedená s cílem zabránit šíření onemocnění COVID – 19. V uplynulých letech se členům RSCR podařilo setkat minimálně dvakrát v průběhu kalendářního roku. V roce 2020 standardní jednání RSCR s ohledem na epidemiologickou situaci neproběhlo. Mezi pravidelně projednávané body patří „Plán činnosti Vysočina Tourism“, „Marketingový a komunikační plán“ a „Akční plán“ pro daný rok.

3. Akční plán – vyhodnocení Akčního plánu B

Akční plán představuje operativní dokument, prostřednictvím něhož je implementována strategie cestovního ruchu. Vychází z Návrhové části Strategie CR 2017-2025 a stává se jedním z podkladů pro sestavování rozpočtu kraje na jednotlivé roky (u projektů realizovaných Krajem Vysočina, příp. jeho příspěvkovými organizacemi - obsahuje především projekty a aktivity v přímé vazbě na rozpočet Kraje Vysočina, resp. finanční objem projektů navržených/zařazených do akčního plánu). Naplňování stanovených opatření probíhá prostřednictvím realizace projektů/aktivit (viz tabulka níže), některé mohou svým obsahem přesahovat i do více opatření.

Akční plán obsahuje typové projekty a aktivity, které povedou k naplnění stanovených cílů a opatření Strategie CR - akční plán B je vytvořen na tříleté období let 2019 až 2021. Předpokládané finanční objemy navržených projektů a aktivit za všechny 3 prioritní oblasti naplánovány ve výši 91 mil. Kč pro rok 2019, 65 mil. Kč pro rok 2020 a 59 mil. Kč pro rok 2021.

V roce 2020 byly realizovány následující projekty/aktivity:

Prioritní oblast	Opatření	Konkrétní projekt/aktivita	Náklady (v tis. Kč) Akční plán B (r. 2020)
Prioritní oblast A: Rozvoj a zkvalitnění nabídky cestovního ruchu v souladu s principy udržitelnosti	A1: Rozvoj a zkvalitnění základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu	GP Cyklodoprava a cykloturistika	9 000
		Podpora konkrétních projektů nadregionálního významu v oblasti cykloturistiky	1 602
		GP Infrastruktura cestovního ruchu 2021	1 500
		Obnova značení hipotras	200
		Podpora KČT na značení cyklotras	170
		Podpora KČT na značení pěších tras	272
		Plnění opatření vyplývajících z „Cyklostrategie 2014-2020“	767
		Monitoring cyklistů	60
		Akce s dopadem do CR	79
		VIP akce	6 296
		GP Regionální kultura	1 412
		Dotace městům s památkami UNESCO	1 500

A2: Rozvoj a zkvalitnění atraktivit cestovního ruchu/turistických cílů	Dotace vlastníkům kulturních památek	14 500
	Hrad Roštejn (projekt IROP)	2 510
	Zatraktivnění prezentací v muzejních a galerijních institucích	1 200
	Návštěvnické centrum Hradu Kámen	1 733
	Kaple Panny Marie Bolestné v obci Kámen	4 830
	Individuální dotace na mimořádnou činnost	200
	Dotace SE.S.TA "Umění baroka ze sbírek NG v Praze"	200
	Memorandum „Kraj Vysočina a Stat. Město Jihlava“	500
	Dotace na podporu celoroční činnosti CDF v Jihlavě	350
	Dotace na podporu projektů Geoparku Vysočina	200
	Individuální dotace pro ZOO Jihlava	785
	Stavebně technická příprava a prezentace sklářské instalace „Pocta sklářům“	50
	Vstupné 20 Kč do sbírkotvorných organizací zřizovaných Krajem Vysočina	4 344
	A3: Podpora informovanosti turistů/návštěvníků	FV Turistická informační centra 2020
A4: Rozvoj a zkvalitnění služeb CR, komplexní nabídky a podpora certif. systémů	-bez nároků na rozpočet-	
CELKEM	<i>Plán (v tis. Kč)</i>	55 840
	<i>Skutečnost (rozpočtováno, v tis. Kč)</i>	56 120

Mezi nejvýznamnější výstupy patří:

- **GP Cyklodoprava a cykloturistika 2020** – program na podporu rozvoje sítě cyklotras a cyklostezek a na zvýšení atraktivity a bezpečnosti cyklistiky je součástí schválené Strategie rozvoje cykloturistiky a cyklodopravy v Kraji Vysočina na období 2014 – 2020. Záměrem je podpora vzniku souvislých, bezpečných a komfortních koridorů pro cykloturistiku a cyklodopravu. Pro rok 2020 došlo ke snížení prostředků na 9 000 tis. Kč. Oproti roku 2019 zahrnoval 2 podprogramy: A) Projektová dokumentace a B) Cyklotrasy a cyklostezky. Podprogram Doprovodná infrastruktura byl přesunut do paralelně vyhlášeného programu „INFRASTRUKTURA CESTOVNÍHO RUCHU 2020“ a tím mohl být rozšířen na všechny druhy turistických tras. Z realizovaných projektů lze jmenovat úspěšnou realizaci Sportovního okruhu Záměš – Bažantnice (3,5 km dlouhý okruh pro cyklisty, in-line, běžce i pěší uživatele) a další etapu páteřní cyklostezky v Novém Městě na Moravě.
- **Podpora konkrétních projektů nadregionálního významu v oblasti cykloturistiky** – v dubnu 2020 byl veřejnosti otevřen nový singletrailový areál v atraktivní lokalitě Lipky v blízkosti Telče, projekt v oblasti terénní cyklistiky podpořený individuální dotací Kraje Vysočina ve výši 1 630 tis. Kč. Tratě v celkové délce 3 km navazují na realizovanou příměstskou cyklostezku a rozšiřují sportovní a volnočasovou infrastrukturu v blízkosti rekreačního areálu a kempu u

rybníka Roštejn zejména pro cílové skupiny rodin s dětmi a mládeže. Tento individuálně podpořený projekt navazuje na již dřív realizovaný projekt pumtracku v rámci singletracku v Novém Městě na Moravě a má za cíl těmito pilotními projekty postupně připravit prostor pro systémovou podporu terénní cyklistiky v rámci programu Cyklodopravy a cykloturistiky. Druhá trať svého druhu na Vysočině, „Singletraily Telč“ je zařazena na seznamu nejlepších single trailů v ČR.

- **Podpora značení turistických tras (hipo, cyklistické, lyžařské a pěší)** – Kraj Vysočina dlouhodobě přispívá na obnovu a údržbu turistických tras na svém území. S KČT dlouhodobě spolupracuje na obnově značení pěších a lyžařských turistických tras a údržbě turistických informačních prvků. V roce 2020 byla podpora pro Klub českých turistů, oblast Vysočina, na obnovu a údržbu značených pěších turistických tras a obnovu a údržbu značení cyklotras navýšena na 500 tis. Kč z důvodu vyšší náročnosti údržby tras poškozených kůrovcovou kalamitou, ale především výměny poškozených rozcestníků, map a instalací nových značek a směrovníků. Obnovu značení jezdeckých tras na území kraje smluvně zajišťuje Vysočina Tourism, příspěvková organizace; v roce 2020 pokračovalo dodavatelské zajištění služeb společností SOTHIS s.r.o. ve výši 200 tis. Kč.
- **GP Infrastruktura cestovního ruchu** – v prosinci 2019 schválilo Zastupitelstvo Kraje Vysočina vyhlášení nového programu s názvem „INFRASTRUKTURA CESTOVNÍHO RUCHU 2020“. Poskytované finanční prostředky byly určeny na podporu strojové úpravy stop lyžařských běžeckých tras a zvýšení vybavenosti různých druhů turistických tras a stezek na území Kraje Vysočina. Celková alokace programu ve výši 1 500 000 Kč byla rozdělena do dvou podprogramů. V rámci Podprogramu A) Lyžařské běžecké trasy s alokací 800 000 Kč, určeného pro upravovatele lyžařských běžeckých tras, mohli příjemci žádat o podporu v minimální výši 10 000 Kč, maximálně až 200 000 Kč na jeden projekt. Zbývajících 700 000 Kč alokovaných v podprogramu B) Doprovodná infrastruktura bylo určeno pro vlastníky doprovodné infrastruktury cestovního ruchu s podporou v rozmezí od 20 000 Kč do 100 000 Kč v rámci jednoho projektu. Minimální podíl spoluúčasti žadatele činil 50 % z celkových nákladů projektu. Program „INFRASTRUKTURA CESTOVNÍHO RUCHU 2020“ vznikl obnovením dříve vyhlášeného programu Lyžařské běžecké trasy, který byl naposledy vyhlášen v roce 2016 a jeho doplněním o podprogram B), který vznikl optimalizací programu CYKLODOPRAVA A CYKLOTURISTIKA. Důvodem tohoto nastavení je schopnost pružně reagovat na nepříznivé klimatické podmínky a možnost přerozdělit případné nevyčerpané prostředky z podprogramu A) do podprogramu B), a tím do maximální možné míry vyčerpat alokaci programu. Projekty byly nejčastěji zaměřeny na budování nových nebo rozšiřování stávajících odpočívek, pořízování informačních panelů podél tras, vybavení provozoven zařazených do programu certifikace služeb „Cyklisté vítání“ a vznik nových naučných stezek. Podpořeno bylo např. vybudování první turistické trasy pro vozíčkáře v Kraji Vysočina, odpočívek pod rozhlednou na Pekelném kopci a obnovy naučné stezky v Balinském a Nesměřském údolí.
- **Monitoring cyklistů** – zájem cyklistů a turistů o cyklostezky v regionu monitoruje Kraj Vysočina od roku 2016. Od roku 2018 disponuje již celkem dvanácti sčítači ve vybraných lokalitách. Výstupy jsou dostupné i veřejnosti na webu Kraje Vysočina na odkazu <https://www.kr-vysocina.cz/monitoring-navstevnosti/ds-303751/p1=91198>. Rok 2020 poskytuje zajímavá data z pohledu analýzy návštěvnosti. Zavedení protiepidemických opatření vyvolalo vlnu zájmu o cyklistiku, která se ve vybrané lokalitě Na Losích v Havlíčkově Brodě (Trpišovice, Jihlava, Telč) projevila celkovou návštěvností, kde sčítač zaznamenal přes 300 tis. průchodů. Zvýšenou návštěvnost zaznamenal také sčítač při rekreační cyklostezce v lokalitě Pilák ve Žďáře nad Sázavou.
- **UNESCO 2020** – v roce 2020 byla jednotlivým městům poskytnuta dotace ve výši 500 000 Kč na jedno město. Příspěvek od Kraje Vysočina města využívají např. na vydání propagačních

materiálů, marketingovou prezentaci nebo budování doprovodné infrastruktury v blízkosti turistických cílů.

- **Projekt „Hrad Roštejn – zpřístupnění nových expozic“** – v rámci IROP (specifický cíl 3.1) Kraj Vysočina od roku 2016 realizoval projekt pro Muzeum Vysočiny Jihlava, příspěvkovou organizaci (koordinaci všech spolupracujících subjektů zajišťuje OKPPCR). S ohledem na vysokou každoroční návštěvnost a vzhledem k morální i faktické zastaralosti expozic neodpovídajících současným muzejním trendům, bylo cílem projektu prostřednictvím nových atraktivních muzejních expozic a s nimi související stavební obnovy nemovité kulturní památky hradu Roštejn zpřístupnit a prezentovat sbírkové předměty, zajistit větší ochranu vystavovaných autentických předmětů a vyšší bezpečnost návštěvníků. V roce 2020 byly ukončeny veškeré realizační práce na projektu. V průběhu tohoto kalendářního roku pokračoval projekt závěrečnou etapou, která řešila nádvoří hradu. Veškeré práce v interiérech byly naplněny v rámci předchozích etap a v roce 2020 pokračovalo plné zpřístupnění hradu. Zpřístupněné expozice se v sezóně roku 2020 těšily rekordní návštěvnosti. Celkové výdaje projektu dosáhly k 69,5 mil Kč., z toho tvorba nových expozic přesáhla 12 mil. Kč. Dotace z evropských a státních zdrojů dosáhla 58,6 mil. Kč. Z důvodu zajištění bezpečnosti návštěvníků proběhla pravidelná údržba přilehlých ploch, dřevin a střech venkovních altánů využívaných pro doprovodné programy ve výši 196 tis. Kč, hrazená z prostředků kraje.

Po rozvolnění protiepidemických opatření podpořil Kraj Vysočina návštěvnost ve svých organizacích jednotnou výší vstupného ve výši 20 Kč, pro studenty a seniory byl vstup zdarma. Během hlavní sezóny (červenec – září) navštívilo hrad cca 44 000 návštěvníků.

- **Zatraktivnění prezentací v muzejních a galerijních institucích** – investiční příspěvek organizacím na úseku kultury za účelem rozšíření a zkvalitnění sbírkového fondu organizací. Tyto prostředky byly využity např. na nákup historických jednostopých vozidel pro prezentaci na Hradě Kámen.
- **Obnova raně barokní Kaple Panny Marie Bolestné v obci Kámen** – realizace akce pokračuje jak stavebními úpravami, tak restaurátorskými pracemi.
- **Návštěvnické centrum Hradu Kámen** – v roce 2020 byly zahájeny stavební práce, došlo k demolici stávajícího objektu. V červnu 2020 byly stavební práce pozastaveny. Na základě nových nálezů byl proveden archeologický průzkum. Z důvodu těchto nálezů bylo generálnímu projektantovi zadáno nové řešení stavebního projektu.
- **Dotační podpora subjektů za účelem rozšíření a zkvalitnění nabídky cestovního ruchu v kraji** – mimo systémové dotační nástroje poskytl Kraj Vysočina také individuální dotace na podporu činnosti subjektů působících v oblasti cestovního ruchu. Pro rok 2020 se jednalo o pokračování dlouhodobé podpory činnosti Centra dokumentárních filmů v Jihlavě. Nadále probíhala spolupráce v rámci uzavřených memorand („Memorandum o vzájemné spolupráci mezi Krajem Vysočina a Statutárním městem Jihlava“, jehož cílem je přispívat k rozvoji regionu s vědomím potřeby oboustranné spolupráce a koordinace aktivit, jak ve vztahu k jediné profesionální divadelní scéně v Kraji Vysočina, tak ve vztahu k zoologické zahradě, jediné svého druhu na území Kraje Vysočina; „Memorandum na podporu projektu „Umění baroka ze sbírek Národní galerie v Praze“). V roce 2020 byla dále nad rámec memoranda poskytnuta mimořádná dotace na projekt vybudování zimní expozice brodivých ptáků a bahňáků. Kraj Vysočina mimo jiné podpořil rozvoj turistického potenciálu Národního geoparku Vysočina s uplatněním zejména v tvorbě či inovaci nástrojů a produktů udržitelného cestovního ruchu a přípravě nových vzdělávacích a osvětových aktivit geoparku. Cílem podpořených aktivit bylo přilákat více návštěvníků a prodloužit dobu jejich pobytu na území geoparku. V rámci marketingového tématu Vysočina Tourism, příspěvkové organizace s názvem „Vysočina sklářská“ podpořil Kraj Vysočina realizaci plastiky „Pocta sklářům“ na

zámku ve Světlé nad Sázavou. Na její tvorbě se podíleli sklárny a výtvarníci nejen z Vysočiny, ale z celého Česka. Zámek ve Světlé nad Sázavou se stal místem konání celodenní akce „Zámecký sklářský den“, jejíž součástí byly vernisáže, výstavy a sklářský jarmark.

- **Turistická informační centra 2020** – finanční prostředky z tohoto dotačního titulu přispívají ke zkvalitnění služeb poskytovaných TIC v kraji a pravidelně je využívá cca 36 TIC. Dne 3. 4. 2019 vstoupila v platnost registrace značky bílého „i“ v zeleném poli jako ochranné známky, s níž jsou spojeny činnosti a služby informačních center. Příjemcem dotace tak poprvé v roce 2020 mohla být pouze TIC certifikovaná dle systému Jednotné klasifikace turistických informačních center České republiky nebo u nich byl proces certifikace zahájen (podána přihláška). V rámci jednoho projektu mohla TIC se sezónním provozem poprvé žádat o dotace v minimální a současně maximální výši 20 000 Kč. Pro celoročně provozovaná TIC byla maximální výše dotace nadále tvořena součtem základu ve výši 20 000 Kč a míry naplnění doplňkových podmínek v maximální hodnotě do 50 000 Kč. Doplňkové podmínky byly nově vázány na plnění v roce 2019. Podpořené projekty byly nejčastěji zaměřeny na vznik nových nebo dotisk stávajících propagačních materiálů, zaměstnávání sezónních pracovníků na základě DPP nebo DPČ, které provozovatelům umožňovalo zajistit provoz TIC v průběhu hlavní turistické sezóny, o víkendech a státních svátcích, pořízení výpočetní techniky a softwaru, úhradu členství a certifikace v profesních organizacích. V rámci plnění podmínek programu probíhá spolupráce s Vysočina Tourism, aktualizuje se regionální databáze, zpracovávají se statistické údaje, TIC podstupují utajenou službu kontroly služeb tzv. „Mystery shopping“ ze strany agentury CzechTourism apod. Alokace ve výši 2 mil. Kč zůstala stejná jako v roce 2019.
- **„Příspěvek na prezentaci Kraje Vysočina na veletrhu GO a REGIONTOUR 2020“** – v lednu 2020 se Kraj Vysočina za účasti příspěvkové organizace Vysočina Tourism prezentoval na veletrhu „GO a REGIONTOUR 2020“ v Brně. Prezentaci kraje zatraktivnila největší česká pohyblivá kovová loutka zapsaná v České knize rekordů původem z dílny třeštských kovářů. V souvislosti s realizací došlo k navýšení příspěvku na provoz Vysočina Tourism, příspěvkové organizace o částku 79 tis. Kč.
- **Vstupné 20 Kč do sbírkotvorných organizací zřizovaných Krajem Vysočina** – Rada Kraje Vysočina schválila na podporu návštěvnosti plošnou úpravu vstupného do všech stálých expozic a na výstavy ve svých sedmi sbírkotvorných organizacích (včetně poboček). V období od 1. července až do konce září 2020 mohla veřejnost navštívit instituce sídlící v historických objektech hradů, zámků a měšťanských domů za vstupné ve výši 20 korun. Bezplatně expozice navštívili žáci, děti, studenti, senioři a handicapovaní. Úprava vstupného se nevztahovala na speciální akce – představení, koncerty, přednášky, kostýmované nebo cizojazyčné prohlídky, výtvarné dílny apod. OKPPCR ve spolupráci s příspěvkovými organizacemi zajišťoval plošnou úpravu vstupného, sledování návštěvnosti a vyúčtování ztrát ze vstupného. Celková návštěvnost za tyto měsíce v porovnání s roky 2018 a 2019 byla rekordní a zejména během července a srpna dosáhla v součtu za všechny organizace dvojnásobku oproti běžné návštěvnosti. Největší zájem byl o hrady Roštejn a Kámen a také o zámek v Třebíči. Celkem za červenec až září návštěvnost přesáhla 115 tisíc návštěvníků, z toho Roštejn více než 43 tisíc a Kámen více než 28 tisíc.

Pozn. opatření A4: „Rozvoj a zkvalitnění služeb cestovního ruchu, komplexní nabídky a podpora certifikačních systémů“ zaměřené na nabídku cestovního ruchu s akcentem na zvyšování kvality služeb, tvorbu produktů a motivačních programů v CR, nemá v rámci zpracovaného Akčního plánu žádné nároky na rozpočet kraje. I přesto jsou realizovány aktivity v souladu s tímto opatřením, a to z důvodu přesahu obsahu některých aktivit do více opatření i prioritních oblastí (jako např. podpora 4 typů certifikace TIC v rámci grantového programu Fondu Vysočiny TIC 2020, podpora certifikace

Cyklisté vítání v rámci GP Infrastruktura cestovního ruchu 2020, realizace vzdělávacích akcí pro subjekty působící v CR, apod.).

Prioritní oblast	Opatření	Konkrétní projekt/aktivita	Náklady (v tis. Kč) Akční plán B (r. 2020)
Prioritní oblast B: Efektivní systém organizace a řízení cestovního ruchu, rozvoj destinačních managementů, funkční a efektivní partnerství subjektů cestovního ruchu, rozvoj lidských zdrojů	B1: Vybudování efektivního a silného systému organizace a řízení cestovního ruchu	Rozvíjení spolupráce s partnery v regionu (podpora existujícím i nově vznikajícím DMO)	0
		Iniciace a podpora konání odborných setkání s partnery	25
		Rozvoj organizace CR v kraji na bázi partnerství	6 500
		Soutěž Vysočina nejlepší dovolená	2 000
	B2: Rozvoj lidských zdrojů a jejich kvality	Pořádání školení, seminářů a konferencí	105
	CELKEM	<i>Plán (v tis. Kč)</i>	1 600
		<i>Skutečnost (rozpočtováno)</i>	8 630

Mezi nejvýznamnější výstupy patří:

- Rozvíjení spolupráce s partnery v regionu** – na území Kraje Vysočina působí 2 oblastní organizace destinačního managementu: Koruna Vysočiny, z.s. (od roku 2015) a Rozvoj Třebíčska, z.s.p.o. (od roku 2016). V průběhu roku 2020 se certifikovanou organizací destinačního managementu stala také Koruna Vysočiny, z.s. Certifikace je jednou z podmínek umožňujících čerpání z národních zdrojů. Další výhodou certifikace je také zintenzivnění spolupráce s národní DMO (možnost zapojit se a spolupracovat na aktivitách agentury CzechTourism a její sítě zahraničních zastoupení a dosáhnout tak zviditelnění destinace na evropských i vzdálených trzích).
Kraj Vysočina vnímá oblastní DMO jako klíčové partnery v oblasti řízení cestovního ruchu na území kraje a jejich činnost se snaží podporovat. V roce 2020 byly obě organizace podpořeny v rámci mimořádného podpůrného opatření, soutěže „Vysočina - nejlepší dovolená“ finančními dary v souhrnné částce 570 000 Kč.
- Soutěž „Vysočina – nejlepší dovolená“** – tématem soutěže byla podpora vzniku nových konkurenceschopných produktů v oblasti cestovního ruchu z určitého území Kraje Vysočina pro turistickou sezonu 2020, v reakci na trh ovlivněný pandemií COVID-19. Propojovala ubytovatele, provozovatele atraktivit a producenty regionálních produktů. Finančním darem ve výši 10–100 tisíc Kč bylo oceněno všech 42 soutěžních příspěvků. Celkem byly mezi soutěžící rozděleny dva miliony Kč a deseti nej kvalitnějším soutěžním příspěvkům byla nabídnuta možnost další propagace marketingovými kanály kraje. Nový či inovovaný produkt cestovního ruchu z určitého území Kraje Vysočina byl definován pro stanovenou cílovou skupinu na dobu nejméně 2 dnů včetně návrhu adekvátní marketingové kampaně

v kategoriích: 1) Víkendový pobyt (jedná se o produkt zahrnující 1 – 2 přenocování) a 2) Dovolená (jedná se o produkt zahrnující 3 a více přenocování).

- **Iniciace a podpora konání odborných setkání s partnery** – díky covidu-19 a souvisejícím restriktivním opatřením bylo organizování setkávání, workshopů a seminářů problematické. Distančně, online formou proběhlo dne 18. 12. 2020 setkání s partnery za účasti zástupců veřejného a soukromého sektoru, které poskytlo prostor pro rekapitulaci roku 2020 z pohledu cestovního ruchu na Vysočině a představení Marketingového a komunikačního plánu turistické destinace Vysočina na rok 2021.

Vysočina Tourism rozvíjela spolupráci se zástupci oblastních DMO, kromě pravidelného setkávání a sdílení zkušeností zorganizovala dvě školení zaměřená pouze pro DMO v Kraji Vysočina – spolupráce při online kampaních, kampaních na sociálních sítích a obecně strategii v online prostředí (1. a 8. 12. 2020).

Jako partner Vysoké školy polytechnické Jihlava zorganizovala Vysočina Tourism dne 4. 3. 2020 doprovodný program mezinárodní konference s názvem „Aktuální problémy cestovního ruchu“. Prostřednictvím exkurzí na sklářská místa ve Světlé nad Sázavou přiblížila účastníkům sklářskou tradici na Vysočině.

- **Pořádání školení, seminářů a konferencí** – 29. 1. 2020 proběhlo tradiční setkání TIC za účelem seznámit pracovníky s podmínkami nového dotačního titulu Fondu Vysočiny TIC 2020. Několik akcí se uskutečnilo s přispěním EU (v rámci realizovaných projektů Vysočina Tourism). Pro subjekty působící v cestovním ruchu v Kraji Vysočina organizovala Vysočina Tourism v roce 2020 tři školení. Fyzicky proběhl pouze workshop zaměřený na Instagram (8. 9. 2020), workshopy Nové metody v cestovním ruchu (23. 9. 2020) a Bezpečnost a bezpečné chování na internetu (13. 10. 2020) proběhly online formou.
- **Slevy na ubytování (systém turistických voucherů)** – slevu 1 000 Kč na osobu bylo možné uplatnit pouze u ubytovatelů registrovaných na webu slevy.vysocina.eu. Cílem bylo prostřednictvím slevy na pobyt ve výši 1 000 Kč na osobu přilákat do území více návštěvníků a zdržet je na minimálně tři noci. Do systému slev se zapojilo 120 hromadných ubytovatelů (podnikatelských subjektů) z Vysočiny, kterým bylo v období od poloviny července do konce října vyplaceno formou refundace za poskytnutou slevu přes 6,5 milionu Kč. Sleva platila pro nové rezervace. Vouchery byly určeny fyzickým osobám – pro rodiny, resp. skupiny 2–6 osob, přičemž minimálně jedna osoba ze skupiny musela být starší 18 let.

Prioritní oblast	Opatření	Konkrétní projekt/aktivita	Náklady (v tis. Kč) Akční plán B (r. 2020)
Prioritní oblast C: Efektivní marketing destinace a strategie značky	C1: Budování a komunikace značky	Posilování značky Vysočina (marketingový a komunikační plán vč. vizuálů a claimů)	0
	C2: Začlenění marketingových témat a produktů oblastních DMO do marketingové strategie a marketingového mixu turistického regionu Vysočina	Začlenění témat a produktů DMO	162
	C3: Realizace marketingové strategie na období 2017 – 2025, stanovení indikátorů a metodiky pro její vyhodnocování	Inzerce a placená reklama v online a tištěných médiích, na billboardech, CLV, rádiu, aj.	1 395
		Tvorba a dotisk propagačních materiálů	400
		Pořádání informačních cest/tripů	80
		Prezentace prostřednictvím sociálních sítí	78
		Tvorba tištěných turistických novin (magazínu)	91
		Prezentace na veletrzích CR a dalších akcích	1 198
		Propagační předměty	650
		GP Marketing v cestovním ruchu	10 000
		Webové portály a aplikace	335
		Zakoupení fotografií/ videí	204
		Analýzy, strategie, šetření, průzkumy, pořízení stat. dat	247
		Vysočina Film Office	126
Vysočina Convention Bureau	184		
CELKEM	<i>Plán (v tis. Kč)</i>	7 850	
	<i>Skutečnost (rozpočtováno)</i>	15 150	

Prioritní oblast C zaměřená na marketing destinace Vysočina je určena zejména pro Vysočina Tourism, která v roce 2020 realizovala mimo jiné tyto hlavní aktivity:

Naplňování prioritní oblasti C aktivitami bylo z pozice Vysočina Tourism v r. 2020 obtížnější než kdy předtím, kvůli protiepidemickým opatřením a souvisejícím restrikcím bylo nutno velmi flexibilně reagovat na změny na trhu cestovního ruchu a měnící se poptávku ze strany turistů. Přes výraznou změnu podmínek se organizaci podařilo zrealizovat většinu naplánovaných aktivit, a navíc z hlediska marketingu připravila zcela novou kampaň zaměřenou na domácí cestovní ruch „Dovolená doma, to je dovolená na Vysočině“, kterou realizovala prakticky po celý rok – obsahové zaměření je lišilo podle aktuální epidemické situace v ČR.

Vysočina Tourism se v reakci na pandemii COVID-19 zapojila spolu s Krajem Vysočina do přípravy a následné administrace pobídky – poskytování slev na ubytování v Kraji Vysočina (slevové vouchery v hodnotě 1000 Kč pro rodiny, resp. skupiny 2–6 osob ubytovaných v hromadných ubytovacích zařízeních po dobu min. 3 noci) – nastavila podmínky, obsluhovala infolinku od 1. 7. do 31. 10. 2020 (telefonické a emailové vyřizování dotazů a požadavků) a zajistila komunikaci směrem k ubytovatelům i turistům. Spolu s touto pobídkou komunikovala i akci zvýhodněného vstupného na kulturní památky ve vlastnictví Kraje Vysočina.

Co se týče „běžné agendy“, organizace jako každý rok stanovila základní marketingové téma, které v průběhu roku naplňovala vybranými aktivitami, pro rok 2020 se jednalo o téma „Vysočina sklářská“. Vedle informační brožury Vysočina sklářská vzniklé v předchozím roce připravila organizace produkt cestovního ruchu Vysočinou za skleněnkou – putování po sedmi herních místech s motivací získat cenu. Veškeré aktivity Vysočiny sklářské se soustředily do příslušné sekce na turistickém portálu Vysočiny, která obsahovala mimo jiné i kalendář akcí Vysočiny sklářské, krátká videa z činných sklářských míst přístupných veřejnosti a samozřejmě informace ke hře Vysočinou za skleněnkou. Vedle tohoto produktu pokračovala i Pivovarská stezka Vysočiny (16 pivovarů). Vysočina Tourism připravila ve spolupráci s partnery tyto propagační materiály: Vysočina sklářská (angličtina, polština), Vysočina (ruština, čínština – Taiwan, korejština), Kalendář akcí Vysočiny sklářské, Vysočinou za skleněnkou, Pivovary na Vysočině, image brožura Vysočina (trojjazyčná), set obsahující průvodce z oblastí Havlíčkovobrodsko, Jihlavsko, Pelhřimovsko, Třebíčsko a Žďársko. Tradičně se zástupci organizace účastnili veletržních a prezentačních akcí, byť kvůli covidu-19 byly mnohé akce zrušeny či přesunuty do roku 2021. Z veletrhů se organizace zúčastnila Regiontours v Brně, Ferienmesse Vídeň, ITF SlovakiaTour v Bratislavě, Reisemesse v Drážďanech, Holiday World & Region World v Praze a Dovolená Ostrava. Veletrhy plánované na březen a duben 2020, na nichž zástupci Vysočina Tourism taktéž plánovali prezentovat turistickou nabídku Vysočiny, byly organizátory pro rok 2020 zrušeny (Infotour a Cykloturistika Hradec Králové, For Bikes Praha, GLOBanie Katowice a Regiony České republiky v Lysé nad Labem). Vysočina Tourism naopak zajistila v období 13. 6. – 10. 9. 2020 prezentaci v jihlavském obchodním centru City Park, kde část expozice byla stálá a část se průběžně obměňovala. Dále turistickou nabídku prezentovala organizace v pražských obchodních domech Chodov a Nový Smíchov a prostřednictvím TV kampaně i obchodním domě Flora.

Vysočina Tourism tradičně spolupracovala s řadou influencerů, díky čemuž kromě zvýšení zásahu na soci. sítích pořídila i řadu velmi kvalitních fotografií či promo video (Tereza Váchalová, Chris Borg, Tereza Menclová, David Falat). Ve spolupráci s CzechTourismem zorganizovala press trip pro slovenské novináře. Bohužel řada dalších tripů musela být zrušena či odsunuta na neurčito.

Vysočina Tourism ve spolupráci s mediální skupinou MAFRA připravila přílohy MF Dnes Léto na Vysočině a Zima na Vysočině, ve spolupráci se společností m-ARK Marketing a reklama, s.r.o. vznikl v pořadí 2. průvodce Vysočinou (image).

Vysočina Tourism zajišťovala inzerci a placenou reklamu. Z tištěných médií využila k prezentaci Vysočiny např. turistický magazín KAM na výlet speciál, Deník Vysočina a okolí, turistický magazín Moje země, Turista, přílohu magazínu Inspirace na léto, Deník Jižní Morava a Vysočina či holandský magazín Kampeer Caravan Kampioen. Pro rozhlasovou kampaň se organizace domluvila na spolupráci

se stanicí Dálnice (celkem 300 spotů). Důraz byl kladen na on-line prezentaci (PR články na portálech IDNES, na epochanacestach.cz), kde dominovala bannerová kampaň prostřednictvím služby Sklik – dvě vlny. Co se týče outdoor reklamy, realizovaly se dvě kampaně v Praze (rollingboardy) a Brně (billboardy). První ze dvou kampaní byla realizována společně s městy Bystřice nad Pernštejnem, Chotěboř, Nové Město na Moravě, Třebíč, Telč, Žďár nad Sázavou a Jihlava. Druhá kampaň obsahující claim „Dovolená doma, to je dovolená na Vysočině“ byla spolufinancována CzechTourismem díky zahrnutí do jejich kampaně #světovéČesko. Pro propagaci na TV využila Vysočina Tourism spolupráci s CzechTourismem, díky které byly natočeny díly z Vysočiny pro pořady Snídaně s Novou, Loskuták na výletě, Toulavá kamera a V karavanu po Česku. Vysočina Tourism financovala natáčení pořadu ČT s Evou Samkovou a Tomášem Krausem a pořadu o Vysočině pro Czech-American TV. Vysočina Tourism byla aktivní na svých sociálních sítích – Facebook, Instagram – samostatně vč. placených příspěvků či ve spolupráci s partnery (sdílení). Realizovala taktéž kampaň #instavysocina – propojení instagramového účtu s tur. portálem Vysočiny.

Vysočina Tourism průběžně vylepšovala a obsahově doplňovala tur. portál Vysočiny www.vysocina.eu, za který obdržela 2. místo v rámci soutěže Zlatý erb v kategorii „Nejlepší turistická prezentace – kraje a regiony“. Portál byl mimo jiné rozšířen o ruskou jazykovou mutaci a zejména pak o eshop pro distribuci propagačních materiálů a prodej propagačních předmětů – hrnečky, trička, nákrčníky, školní sešity a zápisníky + tužka, igračci – chlapeček a holčička.

Vysočina Tourism připravila v rámci aktivit Vysočiny sklářské výstavu na Krajském úřadě Kraje Vysočina a zejména spoluorganizovala dva významné eventy, a to díky získané podpoře projektu „Česko-rakouská sklářská tradice znovu ožívá“ v rámci Fondu malých projektů programu Interreg V-A Rakousko – Česká republika. Jednalo se o Zámecký sklářský den na Zámku Světlá nad Sázavou (13. 6. 2020) a Sklářskou pouť na Hradě Ledec nad Sázavou (12. 9. 2020). Projekt umožnil i natočení TV pořadu Autobusem na výlet (regionalnitelevize.cz), vznik propagačního videa k tématu sklářství, pořízení propagačních předmětů (foukané a vinuté perly) a propagaci aktivit Vysočiny sklářské v ČR a Rakousku (online – bannerová kampaň – Seznam.cz, print – Deník Extra, placené příspěvky na soc. síti Facebook, tisk a výlepy plakátů – pouze po Vysočině).

Vysočina Tourism započala ve spolupráci s dalšími partnery a pod koordinací hlavního partnera Vysoké školy polytechnické Jihlava realizaci projektu Spolupráce institucí na Vysočině a v Horním Rakousku při podpoře zvyšování kvalifikace v oblasti digitalizace v kulturním cestovním ruchu („Digitalizace v cestovním ruchu“) v rámci programu Interreg V–A Rakousko – Česká republika 2014–2020, přičemž do aktivit projektu zahrнула primárně všechny kulturní organizace zřizované Krajem Vysočina, dle možností projektu pak i další kulturní organizace na Vysočině. V reakci na pandemii covid-19 spolu s dalšími partnery pod vedením lead partnera Jihočeská Silva Nortica připravila nový projekt taktéž do programu Interreg V–A Rakousko – Česká republika 2014–2020 s názvem „Kulturní a přírodní památky – šance pro obnovu přeshraničního cestovního ruchu po ukončení pandemie koronaviru“ („Venkovské památky“).

V rámci aktivit Vysočina Convention Bureau realizovala kampaň na Aktuálně CZ, bannerovou kampaň na portálech nakladatelství Economia, spustila anglickou jazykovou mutaci webu www.vysocina-konference.cz, inzerovala v Brand and Stories, zúčastnila se HR meetingu s managery a personalisty z celé ČR a inzerovala v týdeníku Respekt a měsíčníku Hospodářská komora.

Aktivity Vysočina Film Office vycházely převážně z podpořeného projektu ze Státního fondu kinematografie – „Činnost Vysočina Film Office v roce 2020“. Jednalo se především o vydání bookletu (česko-německý) prezentujícího činnost kanceláře, pořízení fotografií filmových míst Vysočiny, pořízení videospotu Vysočina – to pravé místo pro filmaře a dále pak propagaci filmových míst

Vysočiny a aktivit filmové kanceláře prostřednictvím placených příspěvků na sociální síti Facebook (@regionvysocina) a prostřednictvím soukromých subjektů na veletrhu Holiday World & Region World Praha ve dnech 13. – 16. 2. 2020.

Vysočina Tourism pokračovala v podpoře vzniku dokumentu Marketingový výzkum návštěvníka Kraje Vysočina (Profil návštěvníka Vysočiny) - na základě zadání Vysočina Tourism zajišťovala Vysoká škola polytechnická Jihlava). Organizace si nechala zpracovat analýzu modelových dopadů na odvětví cestovního ruchu v Kraji Vysočina vyplývající z celosvětové pandemie způsobené onemocněním Covid-19 a souvisejícími restrikcemi, analýzu týkající se smysluplnosti, popř. zaměření propagace na změněném trhu ovlivněném pandemií covid-19 „spočítej a komunikuj a v neposlední řadě SEO analýzu tur. portálu www.vysocina.eu.

- **GP Marketing v cestovním ruchu 2020** – v dubnu 2020 zrealizoval kraj dotazníkové šetření mapující aktuální a očekávané dopady první vlny pandemie Covid-19 na podnikatelský sektor v Kraji Vysočina, do nějž se zapojilo na 400 respondentů. S cílem podpořit a znovunastartovat nejvíce zasažené odvětví, tedy cestovní ruch připravil kraj koncept několika vzájemně provázaných nástrojů, mezi které patřil také program Marketing v cestovním ruchu 2020. Program s finanční alokací 10 mil. Kč byl vyhlášen jako program nesoutěžní. Podnikatelské subjekty, zájmová sdružení právnických osob, příspěvkové organizace nezřizované krajem nebo obecně prospěšné společnosti mohly získat dotaci ve výši 30 až 200 tis. při minimálně 20% spolufinancování na propagaci své nabídky v oblasti cestovního ruchu v letní sezóně 2020 nebo zimní sezóně 2020/2021. Podpořené subjekty při zohlednění konkrétní cílové skupiny vhodně kombinovaly klasické formy propagace, tzv. off-line marketing (letáky, billboardy, bigboardy, radio a videospoty apod.) i moderní formy propagace především za využití on-line nástrojů (PPC bannerové a textové kampaně, facebookové, instagramové a youtube kampaně, úpravy webových stránek ve vazbě na produkty, apod.). Z celkově 61 přijatých žádostí bylo podpořeno 59 žádostí.

4. Monitoring a hodnocení Strategie CR

Účelem monitoringu a hodnocení je sledování průběhu realizace Strategie CR a hodnocení jejího naplňování. V době realizace Strategie CR se provádí průběžné hodnocení.

Průběžné hodnocení Strategie CR

- Každoročně v průběhu realizace Strategie CR
- Předmětem evaluace bude vyhodnocování naplňování Akčního plánu, tj. realizovaných projektů a naplňování opatření/specifických cílů Strategie CR
- Součástí je každoroční vyhodnocení plnění/posunu u stanovených monitorovacích indikátorů
- Hodnocení bude představovat zpětnou vazbu, na jejímž základě budou přijímána případná opatření pro výběr projektových záměrů do Akčního plánu na další období s ohledem na přípravu rozpočtu Kraje Vysočina na další rok, případně pro aktualizaci Strategie CR
- Zpracovatel: Manažer Strategie CR + Rada pro strategii CR
- Výstup: **Roční zpráva o realizaci Strategie CR**

Pro hodnocení úspěšnosti projektů/aktivit Akčního plánu je stěžejní, jakým dílem přispěla jejich realizace také k naplnění stanovených monitorovacích indikátorů.

Monitorovací indikátory

Za účelem provádění monitoringu a vyhodnocování naplnění stanovených specifických cílů Strategie CR jsou navrženy také monitorovací indikátory. Sledovány jsou 2 typy indikátorů, primární (z oficiálních statistik) a sekundární (doplňkové, z neoficiálních zdrojů). S ohledem na srovnatelnost dat jsou uvedeny údaje za roky 2015 a porovnání roku 2020 s rokem předchozím.

Primární indikátory:

ID	Název indikátoru	Požadovaný trend/cíl do roku 2025	Vazba na opatření	Počáteční hodnota (2015)	2019	2020
P01	Ubytovací kapacita určená pro cestovní ruch – počet lůžek	Minimálně udržení stávající hodnoty	Vazba na celou strategii	23 989	24 034	26 677
P02	Návštěvnost kraje (hosté v HUZ, domácí turisté)	Nárůst návštěvnosti	Vazba na celou strategii	411 012	528 689	369 136
P03	Návštěvnost kraje (hosté v HUZ, zahraniční turisté)	Nárůst návštěvnosti	Vazba na celou strategii	62 700	76 637	28 373
P04	Počet přenocování v HUZ – domácí turisté	Minimálně udržení stávající hodnoty	Vazba na celou strategii	1 049 585	1 282 447	1 024 392
P05	Počet přenocování v HUZ – zahraniční turisté	Minimálně udržení stávající hodnoty	Vazba na celou strategii	151 944	171 413	68 467
P06	Průměrný počet přenocování	Minimálně udržení stávající hodnoty	Vazba na celou strategii	2,5	2,4	2,7
P07	Počet akcí konferenčního a incentivního cestovního ruchu (akce s 50 a více účastníky)	Nárůst počtu uskutečněných akcí	A1	951	983	340
P08	Počet účastníků akcí konferenčního a incentivního cestovního ruchu (akce s 50 a více účastníky)	Nárůst počtu návštěvníků	A1	75 189	86 522	26 894
P09	Návštěvnost 10 největších atraktivit kulturního a přírodního cestovního ruchu (hrady, zámky, muzea, galerie, apod.)	Nárůst návštěvnosti	A2	375,5 tis.	424,4 tis.	253,9
P10	Návštěvnost regionálního turistického portálu	Nárůst návštěvnosti	A3	99 621	130 681	247 481

ID	Název indikátoru	Požadovaný trend/cíl do roku 2025	Vazba na opatření	Počáteční hodnota (2015)	2019	2020
P11	Počet zařízení splňujících podmínky certifikačního systému ČSKS (Český systém kvality služeb)	Nárůst počtu zařízení	A4	61	17	15
P12	Délka sítě turistických tras – pěší	Minimálně udržení stávající hodnoty	A1	3 124 km	3 200,3 km	3 200,3 km
P13	Délka sítě turistických tras – cyklo	Minimálně udržení stávající hodnoty	A1	2 449,5 km	2 450 km	2 450 km

Požadovaný trend stanovený u primárních indikátorů se za rok 2020 daří naplňovat pouze u 5 z 13 definovaných indikátorů (ke srovnání dochází s počáteční hodnotou). Oproti předchozím sledovaným obdobím zaznamenávají primární indikátory významný propad. Tuto skutečnost způsobil negativní vliv restrikcí zavedených v souvislosti s dalším šířením onemocnění COVID-19, který způsobil značné poklesy v domácí i zahraniční návštěvnosti kraje a tím i počtu přenocování. Rozdíl v celkové návštěvnosti Kraje Vysočina oproti roku 2019 činí celkem 207 817 hostů.

V rámci primárních indikátorů ovšem můžeme sledovat rostoucí trendy ovlivněné, až na některé výjimky, mimořádným opatřením v podobě slevových voucherů:

- **P01** Ubytovací kapacita určená pro cestovní ruch = v souvislosti s nastavením podmínek poskytování slevových voucherů proběhla revize HUZ registrovaných v rámci ČSÚ (slevové vouchery mohly poskytovat pouze HUZ = 5 pokojů/10 lůžek). K registraci některých poskytovatelů ubytovacích služeb mohlo dojít právě v souvislosti s možností zaregistrovat své ubytovací zařízení do systému slevových voucherů a jejím prostřednictvím dané ubytovací zařízení zviditelnit v konkurenčním prostředí domácího cestovního ruchu. Počet hromadných ubytovacích zařízení na území Kraje Vysočina vzrostl oproti předchozímu roku z hodnoty 434 na 485 zařízení.
- **P06** Průměrný počet přenocování = dlouhodobě klesající ukazatel se podařilo vrátit na hodnotu, které dosahoval před osmi lety, v roce 2012. K rostoucímu trendu přispělo mimo jiné nastavení podmínek čerpání slevových voucherů, podmíněné minimálně třemi přenocováními. Především však nejistota při rozhodování o zahraniční dovolené, která z turistické sezóny roku 2020 vytvořila příležitost pro domácí cestovní ruch.
- **P10** Návštěvnost regionálního turistického portálu = v roce 2019 byl spuštěn zcela nový portál turistické destinace Vysočina s názvem www.vysocina.eu. Růst tohoto indikátoru v roce 2020 ovlivnilo pravděpodobně více faktorů. Vysočina Tourism začala aktivně pracovat se sociálními sítěmi a influencery, rezidenti častěji hledali tipy na výlety/místa, která nejsou tolik známá (Vysočina v tomto ohledu mohla sehrát roli neobjevené destinace) a v neposlední řadě propojení se systémem poskytování slevových voucherů.

Pozn. **P11** Počet zařízení splňujících podmínky certifikačního systému ČSKS (Český systém kvality služeb) = od roku 2010 realizovalo MMR ČR v rámci IOP projekt s názvem Národní systém kvality služeb cestovního ruchu v ČR, jehož výstupem je ČSKS. Od ledna 2016 (po skončení realizace projektu) systém převzala agentura CzT, došlo k úpravě systému a tedy nové certifikaci subjektů. I přes snahu CzT oživit systém např. prostřednictvím marketingových kampaní ČSKS, díky které se mohly subjekty s platnou certifikací ČSKS podílet na reklamě v televizní a rádiové produkci, hodnota ukazatele klesá.

Sekundární indikátory:

ID	Název indikátoru	Požadovaný trend do roku 2025	Vazba na opatření	Počáteční hodnota (2015)	2019	2020
S01	Délka sítě turistických tras – lyže	Minimálně udržení stávající hodnoty	A1	521,2 km	DT nebyl vyhlášen	z důvodu nepříznivých klimatických podmínek nebyly podány žádosti
S02	Délka sítě turistických tras – hipo	Minimálně udržení stávající hodnoty	A1	846 km	845,1 km	845,1 km
S03	Návštěvnost turistických informačních center	Nárůst návštěvnosti	A3	522 351	726 391	513 899
S04	Počet osob zapojených do vzdělávání v oblasti cestovního ruchu realizovaném krajskou nebo oblastními destinačními společnostmi	Nárůst zapojených osob	B2	139	450	170
S05	Počet vytvořených regionálních či převzatých národních marketingových témat	Minimálně udržení stávající hodnoty	C2	1	2	2
S06	Počet zpracovaných ročních marketingových plánů	Minimálně udržení stávající hodnoty	C3	1	1	1
S07	Počet zapojených subjektů do setkávání v rámci cestovního ruchu	Vytvoření stabilní základny subjektů a její dlouhodobé udržení	B1	-	2+13+40	2+13+40+50
S08	Počet uživatelů sociálních sítí – návštěvnost profilů	Nárůst návštěvnosti	A3, C1	-	2722/9766	5378/12265
S09	Počet stažení mobilních aplikací	Nárůst počtu stažení	A3	-	836	184
S10	Návštěvnost 10 největších atraktivit volnočasového charakteru (ZOO, zábavní parky, sportovní areály, relaxační centra, vzdělávací centra, apod.)	Nárůst návštěvnosti	A2	566,7 tis.	596,3 tis.	421,6 tis.
S11	Počet vytvořených regionálních produktů cestovního ruchu	Nárůst vytvořených produktů	C2	-	5+2	5+2

Požadovaný trend stanovený u sekundárních indikátorů se daří naplňovat u 6 z 11 definovaných. Vývoj jednotlivých indikátorů byl následující:

- **S01** Délka sítě turistických tras – lyže = v roce 2020 byla podpora úpravy lyžařských běžeckých tras zařazena v rámci grantové programu Fondu Vysočiny, „Infrastruktura cestovního ruchu

2020“ s celkovou alokací 800 tis. Kč. Z důvodu nepříznivých sněhových podmínek nebyly podány žádosti.

- **S02** Délka sítě turistických tras – hipo = obnovu sítě jezdeckých tras má ve své kompetenci Vysočina Tourism, která zajišťuje jejich pravidelnou obnovu v délce cca 846 km. Pokračuje spolupráce se společností Sothis CZ, která každým rokem provede obnovu 1/4 tras.
- **S03** Návštěvnost turistických informačních center = od roku 2020 tvoří statistiku návštěvnosti TIC na území Kraje Vysočina informace získané od Asociace turistických informačních center České republiky. Údaj za rok 2020 je součtem návštěvnosti 39 subjektů certifikovaných v rámci Jednotné klasifikace turistických informačních center (provozujících TIC na území Kraje Vysočina), z toho 7 660 tvořili zahraniční návštěvníci. Monitoring návštěvnosti je jedním ze závazných požadavků minimálního standardu služeb poskytovaných certifikovaným TIC. Roční návštěvnost TIC je zaznamenána do statistik v el. systému JK TIC. Navzdory omezení příjezdového cestovního ruchu dokládá návštěvnost v roce 2020 jejich důležitou roli v oblasti cestovního ruchu a opodstatnění krajské podpory.
- **S04** Počet osob zapojených do vzdělávání v oblasti cestovního ruchu realizovaném krajskou nebo oblastními destinačními společnostmi = uvedené počty zahrnují pouze akce pořádané krajskou DMO, případně pořádané ve spolupráci s OKPPCR. V roce 2020 se konalo celkem 7 vzdělávacích akcí, kterých se účastnilo 170 osob. Doposud se počet vzdělávacích akcí dařilo navyšovat díky realizovaným projektům, ve kterých je VT zapojena, výslednou skutečnost ovlivnila restriktivní opatření zamezující jejich pořádání.
- **S05** Počet vytvořených regionálních či převzatých národních marketingových témat = v roce 2020 byl kladen důraz na hlavní marketingové téma „Vysočina sklářská“ doplněné o kampaň „Dovolená doma, to je dovolená na Vysočině“, kterou Vysočina Tourism cílila na domácí turisty.
- **S06** Počet zpracovaných ročních marketingových plánů = organizace Vysočina Tourism zpracovává marketingový plán každým rokem. Do přípravy zapojuje oblastní DMO a další partnery s cílem neduplikovat aktivity na území kraje. Materiál je zveřejněn na webových stránkách Vysočina Tourism.
- **S07** Počet zapojených subjektů do setkávání v rámci cestovního ruchu = 2 oblastní DMO zapojené do přípravy ročního marketingového plánu VT (např. příprava společné jednotné kampaně a spolupráce na prezentaci pomocí CLV nosičů). Od září 2018 se pravidelně schází také Rada pro Strategii CR (13 členů, blíže viz kapitola 2. Organizační struktura implementace Strategie CR). Hodnota indikátoru zahrnuje dále zástupce TIC působící na území kraje. Na základě pokračující spolupráce s majiteli a správci hradů a zámků z území Kraje Vysočina byla hodnota indikátoru ve sledovaném období roku 2020 navýšena o zástupce 50 hradů a zámků se sídlem na Vysočině.
- **S08** Počet uživatelů sociálních sítí – návštěvnost profilů = jedná se zejména o facebookový profil „Dovolená na Vysočině“, který v roce 2020 dosáhl v průměru 5 378 sledujících (průměrný dosah příspěvků za jeden týden v letní sezóně 2020: 12 265 uživatelů), v porovnání s předchozím rokem je možné sledovat téměř dvojnásobný nárůst.
- **S09** Počet stažení mobilních aplikací = počet stažení je sledován u aplikace Cyklovýlety po Vysočině.
- **S10** Návštěvnost 10 největších atraktivit volnočasového charakteru (ZOO, zábavní parky, sportovní areály, relaxační centra, vzdělávací centra, apod.) Jeden ze sledovaných subjektů, Pohádková říše Fábula, nedodal pro rok 2020 hodnotu návštěvnosti. U ostatních subjektů je možné sledovat pokles návštěvnosti, nejvíce u těch provozovaných ve vnitřních prostorách, jejichž návštěvnost byla ovlivněna mírou nastavení povolených kapacit.
- **S11** Počet vytvořených regionálních produktů cestovního ruchu = organizace VT prostřednictvím webových stránek www.vysocina.eu propaguje regionální produkty

cestovního ruchu, v r. 2020 to byly „Vysočinou za skleněnou“ a „Pivovarská stezka Vysočiny“. Dále také pokračuje propagace témat Rozhledny, Památky židovského osídlení, Gastronomie, Barokní Vysočina a od roku 2018 také 100 let příběhů Vysočiny.

Hodnocení úspěšnosti projektů (hodnotící kritéria)

Základními podklady jsou přehledy realizovaných projektů/aktivit a přehledy výstupů těchto projektů zpracovávané v kapitole 4. Akční plán a výše uvedené Monitorovací indikátory. Pro vyhodnocování jednotlivých specifických cílů a projektů Strategie CR byla nastavena pětibodová škála (-2 až +2), vyšší hodnocení specifického cíle/projektu má pozitivní vliv na rozvoj cestovního ruchu v Kraji Vysočina.

Hodnotící kritéria:

1. Efektivnost financování (jestli prostředky byly vynaloženy tam, kde měly)

Nejhorší situace	Hodnocení	Nejlepší situace
Neúčelná podpora projektů, které nejsou spjaté s prioritami Strategie CR. Vyčerpání finančních prostředků na neefektivní projekty, nepoměr mezi vynaloženými prostředky a cíli projektů.	1	Podpora pouze takových projektů, které mají adekvátně nastavený rozpočet vzhledem k plánovaným výsledkům. U projektů je očekáván přínos pro rozvoj cestovního ruchu na Vysočině.
Textové zdůvodnění hodnocení	Realizovány jsou aktivity/projekty v souladu s Akčním plánem, které napomáhají naplňovat cíle Strategie CR (např. monitoring cyklistů, systémová i individuální dotační podpora subjektů v kraji). U všech projektů je uplatňován princip 3E.	

2. Vícezdrojové financování

Nejhorší situace	Hodnocení	Nejlepší situace
Na financování realizace projektů se podílí pouze samotný realizátor. Projevuje se nízká aktivita lokálních aktérů při získávání finančních prostředků z více různých zdrojů.	1	Na financování realizace projektů se podílí více různých zdrojů (rozpočet kraje, města, obce, EU, soukromé subjekty, stát a další).
Textové zdůvodnění hodnocení	I když je Akční plán navázán převážně na rozpočet Kraje Vysočina, daří se na financování realizace projektů využívat také jiné zdroje jako prostředky z přeshraniční spolupráce Interreg V-A Rakousko – Česká republika, IROP, prostředky měst a obcí (např. rollingboardová kampaň v Praze, spoluúčasti u dotačních titulů,...) a také soukromé subjekty (např. placené inzerce v turistickém magazínu, zapojení do fam/press tripů,...).	

3. Plnění cílů a opatření Strategie CR

Nejhorší situace	Hodnocení	Nejlepší situace
Jsou realizovány takové projekty, které nepřispívají k naplňování specifických cílů a opatření Strategie CR.	1	Postupnou realizací projektů dochází k naplňování specifických cílů a opatření Strategie CR.
Textové zdůvodnění hodnocení	Obecně lze konstatovat, že jsou úspěšně realizovány aktivity/projekty, které naplňují specifické cíle a opatření Strategie CR.	

4. Plnění indikátorů Strategie CR

Nejhorší situace	Hodnocení	Nejlepší situace
Monitorovací indikátory nejsou naplňovány, nebo dochází k opačnému vývoji/trendu, než je požadováno.	-2	Monitorovací indikátory jsou zcela naplněny, dochází k požadovanému vývoji/trendu.

Textové zdůvodnění hodnocení	Požadovaný vývoj monitorovacích indikátorů (primárních i sekundárních) významně ovlivnila restriktivní opatření související se zamezením šíření pandemie koronaviru. U některých se ale projevují aktuální trendy z oblasti CR (jako je např. prodloužení doby pobytu v rámci domácího cestovního ruchu), případně jsou ovlivněny jiným způsobem (jako např. ČSKS - změna systému, dostupnost dat o návštěvnosti - změna SW,...).
-------------------------------------	---

5. Závěr

V roce 2020 došlo ke změně v rámci Strategického týmu, tzv. Rady pro Strategii CR, na pozici zástupce oblastního destinačního managementu Koruny Vysočiny, z.s.

Přehled naplňování Akčního plánu za rok 2020 je zpracován formou přiřazení jednotlivých aktivit a projektů ke konkrétnímu opatření v dané prioritní oblasti a obsahuje především projekty a aktivity ve vazbě na rozpočet Kraje Vysočina (resp. finanční objemy projektů navržených/zařazených do akčního plánu a bližší popis nejdůležitějších výstupů). Akční plán B na roky 2019 až 2021 navazuje na splněný Akční plán A, který byl naplňován v letech 2017 – 2018. Předpokládané celkové náklady za všechny 3 prioritní oblasti byly pro rok 2020 plánovány ve výši 65 290 tis. Kč, skutečnost dosáhla částky 79 900 tis. Kč. Rozdíl 14 610 tis. Kč je dán především vyhlášením mimořádných opatření, které Kraj Vysočina realizoval v reakci na výstupy dotazníkového šetření mezi podnikateli. Výsledky tohoto šetření prokázaly, že šíření onemocnění Covid – 19 nejvíce postihla odvětví cestovního ruchu a na něj navazujících služeb. V reakci na výstupy šetření připravil kraj koncept několika vzájemně provázaných nástrojů. Jako první ze zmíněných nástrojů byla v červnu 2020 vyhlášena soutěž s názvem Vysočina nejlepší dovolená, která podporovala vznik nových produktů v oblasti cestovního ruchu pro turistickou sezonu 2020, propojovala ubytovatele, provozovatele atraktivit a producenty regionálních produktů. Dále byl s alokací 10 milionů Kč vyhlášen mimořádný program Marketing v cestovním ruchu 2020 podporující propagaci turistické nabídky v kraji. Třetím nástrojem bylo spuštění systému tzv. turistických voucherů, jehož cílem bylo prostřednictvím slevy na pobyt ve výši 1 000 Kč na osobu přilákat do území více návštěvníků a zdržet je na minimálně tři noci.

Rok 2020 byl pro rozvoj cestovního ruchu zcela zásadní. Opatření zavedená v souvislosti se zamezením šíření pandemie COVID – 19 pro vstup cizinců do České republiky výrazně omezila příjezdový cestovní ruch. Meziroční změna zahraniční návštěvnosti Kraje Vysočina zaznamenala oproti roku 2019 pokles o cca 63 %. I přes silnou letní sezónu došlo k poklesu také v rámci domácího cestovního ruchu, cca o 30%. Je nutné vyzvednout fakt, že navzdory pandemii se výrazně posunul indikátor „Průměrný počet přenocování“. Z této skutečnosti se dá vyvodit, že přes pokles návštěvnosti vzniká nový trend v prodloužení délky dovolené turistů na Vysočině.

Ve vazbě na naplánované aktivity a projekty byl proveden také průběžný monitoring a hodnocení Strategie CR – vyhodnocení naplňování stanovených monitorovacích indikátorů (primárních z oficiálních statistik i sekundárních doplňujících textovou část vyhodnocení) a hodnocení úspěšnosti aktivit/projektů pomocí hodnotících kritérií.

Zpracovala: V. Švarcová (OKPPCR)
Informace aktuální k 30. 6. 2021