



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
2021**

Roční zpráva o realizaci „Strategie rozvoje cestovního ruchu v Kraji Vysočina na období 2017-2025“ za rok 2021

Obsah

1.	Realizace Strategie CR za rok 2021.....	1
	Odbor kultury, památkové péče a cestovního ruchu.....	1
	Vysočina Tourism	2
2.	Organizační struktura implementace Strategie CR	3
3.	Akční plán – vyhodnocení Akčního plánu B.....	4
4.	Monitoring a hodnocení Strategie CR	16
	Monitorovací indikátory	16
	Hodnocení úspěšnosti projektů (hodnotící kritéria)	21
5.	Závěr	22

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 2021 vůči Akčnímu plánu B Strategie CR a sledování posunu u stanovených monitorovacích indikátorů za rok 2021. 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 (dále jen 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 2021

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: Veronika Švarcová, Dita Voborská
- úředník na úseku cyklostrategie: Petr Stejskal

Úseku cestovního ruchu krajského úřadu prošel v průběhu roku 2021 personálními změnami. Dosavadní manažerku Strategie CR (toho času na mateřské dovolené) zastupuje Veronika Švarcová. Agendu druhé pozicí na úseku cestovního ruchu zajišťuje od 1. 1. 2022 Dita Voborská.

Bližší popis realizovaných aktivit OKPPCR v roce 2021 je součástí kapitoly 3. Akční plán.

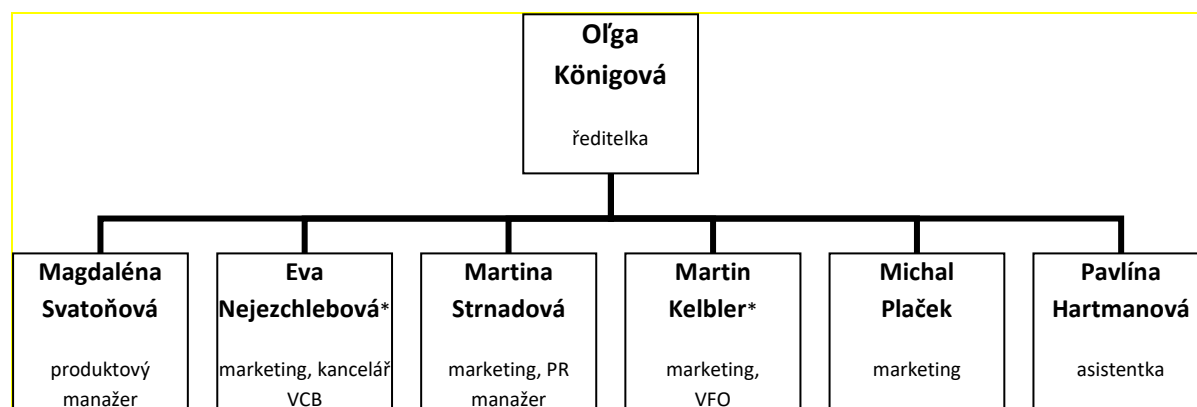
Vysočina Tourism, příspěvková organizace

Pro rok 2021 byl organizaci schválen příspěvek na provoz ve výši 11 097 tis. Kč.

Činnost organizace zajišťovalo k 31. 12. 2021 celkem 7 zaměstnanců. V průběhu roku 2021 prošla organizace řadou personálních změn. Na vedoucí pracovní místo ředitelky Vysočina Tourism, příspěvkové organizace jmenovala Rada Kraje Vysočina dne 21. 9. 2021 s účinností od 1. 10. 2021 Olgu Königovou. V pozici vystřídala dosavadního ředitele Ing. Tomáše Čiháka, který měl chod organizace na starost od roku 2009.

K dalším personálním změnám došlo v závěru roku 2021. Konkrétně na pozici pracovníka zodpovědného za oblast marketingu a současně zástupce regionální kanceláře Vysočina Film Office, a pracovníka odpovědného za činnost Vysočina Convention Bureau.

Organizační schéma Vysočina Tourism, příspěvkové organizace (stav k 31. 12. 2021)



Pozn. * k 31. 10. 2021,

Podrobné informace o činnosti organizace za příslušný rok jsou uvedeny ve Výroční zprávě Vysočina Tourism, příspěvkové organizace, která je ke stažení na [Výroční zpráva Vysočina Tourism, příspěvkové organizace za rok 2021](#).

Bližší popis realizovaných aktivit Vysočina Tourism v roce 2021 je součástí kapitoly 3. Akční plán.

Organizace obhájila držitelství 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.

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“), navržené členové nominaci odsouhlasili. V průběhu roku 2021 proběhlo několik renominací. Usnesením č. 0592/10/2021/RK ze dne 30. 3. 2021 nominovala Rada Kraje Vysočina Mgr. Romana Fabeše předsedou Rady pro Strategii cestovního ruchu a současně Mgr. Hanu Hajnovou a MgA. Karolínu Koubovou členkami Rady pro Strategii cestovního ruchu. Usnesením č. 1664/28/2021/RK ze dne 5. 10. 2021 nominovala Rada Kraje Vysočina Oľgu Königovou členkou a Veroniku Švarcovou manažerkou Rady pro Strategii cestovního ruchu.

Schválené složení členů Rady pro Strategii CR k 31. 12. 2021:

- a) Radní pro oblast cestovního ruchu (**předseda Rady pro Strategii CR**)
Mgr. Roman Fabeš
- b) Radní pro oblast regionálního rozvoje
Mgr. Hana Hajnová
- c) Zástupce Odboru kultury, památkové péče a cestovního ruchu (OKPPCR)
Ing. Ladislav Seidl, MBA (vedoucí OKPPCR)
Ing. Petr Stejskal (organizace a koordinace cykloturistiky, OKPPCR)
Bc. Veronika Švarcová (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
Oľga Königová (ředitelka 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

MgA. Karolína Koubová (předsedkyně Sdružení obcí Vysočiny a primátorka Jihlavy)

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)

V průběhu roku 2021 proběhla celkem 3 jednání Rady pro Strategii CR (dále jen RSCR). K jednáním byli průběžně přizváni hosté: zástupci obou certifikovaných oblastních organizací destinačního managementu (Koruna Vysočiny, z.s. a Rozvoj Třebíčska, z.s.p.o.), ředitel nově založené příspěvkové organizace Statutárního města Jihlavy s názvem Brána Jihlavy a Klára Hájek Velinská z Asociace kempování a karavaningu. Členové RSCR byli seznámeni s aktivitami organizací působících v oblasti cestovního ruchu na Vysočině a jejich vizemi do budoucna. Klára Hájek Velinská z Asociace kempování a karavaningu seznámila členy s problematikou aktuálního trendu karavaningu a příklady dobré praxe realizace karavanových stání. Členům RSCR byly mimo jiné prezentovány výsledky „Marketingového výzkumu návštěvníka Kraje Vysočina 2019 – 2020“ realizovaného ve spolupráci Vysočina Tourism a Vysoké školy polytechnické Jihlava a přípravy koncepce podpory cyklistiky pro období 2022+.

Jednání RSCR probíhají zpravidla 3x ročně. Mezi pravidelně projednávané body patří „Plán činnosti Vysočina Tourism“, „Marketingový a komunikační plán“, „Akční plán“ pro daný rok a „Roční zpráva o realizaci Strategie“ za rok uplynulý.

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 byly naplánovány ve výši 91 mil. Kč pro rok 2019, 65 mil. Kč pro rok 2020 a 59 mil. Kč pro rok 2021.

V průběhu let 2019 - 2021 byly realizovány následující projekty/aktivity:

Prioritní oblast	Opatření	Konkrétní projekt/aktivita	Náklady (v tis. Kč) Akční plán A		
			2019	2020	2021
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	8 050	9 000	12 500
		Podpora konkrétních projektů nadregionálního významu v oblasti cykloturistiky	1 630	1 602	1 320
		GP Infrastruktura cestovního ruchu		1 500	1 200
		Obnova značení hipotras	200	200	160
		Podpora KČT na značení cyklotras	150	170	150
		Podpora KČT na značení pěších tras	220	272	200
		Plnění opatření vyplývajících z „Cyklostrategie 2014-2020“	291	767	800
	A2: Rozvoj a zkvalitnění atraktivit cestovního ruchu/turistických cílů	Akce s dopadem do CR	344	79	30
		VIP akce	5 500	6 296	13 037
		GP Regionální kultura	1 800	1 412	1 000
		Dotace městům s památkami UNESCO	1 500	1 500	300
		Dotace vlastníkům kulturních památek	13 980	14 500	15 500
		Hrad Roštejn (projekt IROP)	17 906	2 510	
		Zatraktivnění prezentací v muzejních a galerijních institucích	1 200	1 200	1 200
		Revitalizace expozic p.o. na úseku kultury	309		254
		Revitalizace návštěvnických prostor p.o. na úseku kultury	496		196
		Návštěvnické centrum Hradu Kámen	59	1 733	253
		Kaple Panny Marie Bolestné v obci Kámen	3 868	4 830	10 741
		Hrad Kámen – nové expozice a revitalizace objektu			325
		CTLK (Lidová kultura/Volkskultur AT-CZ)	18 102		
		Horácká galerie (návštěvnické zázemí, depozitář, aj.)	500		
		Individuální dotace na mimořádnou činnost	400	200	390
		Dotace SE.S.TA "Umění baroka ze sbírek NG v Praze"	200	200	100
		Memorandum „Kraj Vysočina a Stat. Město Jihlava“	500	500	500
		Dotace na podporu celoroční činnosti CDF v Jihlavě	350	350	200
		Dotace na podporu projektů Geoparku Vysočina		200	200
		Individuální dotace pro ZOO Jihlava		785	
		Projekt „Cisterciácká kulturní krajina v Evropě podklad pro získání označení Evropské kulturní dědictví/European Heritage Label	100		200

		Stavebně technická příprava a prezentace sklářské instalace „Pocta sklářům“		50	
		Zvýhodněné vstupné do sbírkotvorných organizací		4 344	2 140
	A3: Podpora informovanosti turistů/návštěvníků	FV Turistická informační centra	1 860	1 734	0
		Ocenění aktivity TIC	68		
	A4: Rozvoj a zkvalitnění služeb CR, komplexní nabídky a podpora certif. systémů	-bez nároků na rozpočet-			
	CELKEM	<i>Plán (v tis. Kč)</i>	81 502	55 840	49 340
		<i>Skutečnost (rozpočtováno, v tis. Kč)</i>	79 583	55 994	62 896

Mezi nejvýznamnější výstupy patří:

- **GP Cyklodoprava a cykloturistika** – finanční alokace programu byla postupně navyšována. Pro rok 2021 byla schválena částka 8,5 mil Kč, která byla následně i s ohledem na významný převis poptávky navýšena na 12, 5 mil. Kč a rozdělena v plné výši. V rámci výzvy 2021 došlo také k rozšíření o nový podprogram zaměřený na terénní cyklistiku. Z realizovaných úspěšných projektů lze jmenovat nový asfaltový pumptrack v Havlíčkově Brodě. Maximální částkou 2 mil. Kč byla podpořena výstavba cyklostezky A. Důl – Štoky podél frekventované silnice I/38. Další podporou v maximální výši byl projekt Města Pelhřimov na výstavbu cyklostezky podél říčky Bělá a v souběhu se silnicí II/112. Podprogram Doprovodná infrastruktura byl ve sledovaném období přesunut do paralelně vyhlašovaného programu „INFRASTRUKTURA CESTOVNÍHO RUCHU“ a tím mohl být rozšířen na všechny druhy turistických tras.
- **Podpora konkrétních projektů nadregionálního významu v oblasti cykloturistiky** – ve sledovaném období byly podpořeny projekty zaměřené na terénní cyklistiku. V roce 2019 byl veřejnosti otevřen nový singletrailový areál v atraktivní lokalitě Lipky v blízkosti Telče podpořený individuální dotací Kraje Vysočina ve výši 1 630 tis. Kč. V roce 2021 byla individuální dotací podpořena realizace projektu „Pumptrack Český mlýn“ ve výši 1 320 tis. Kč.
- **Podpora značení turistických tras (hipo, cyklistické, lyžařské a pěší)**
Kraj Vysočina dlouhodobě podporuje obnovu a údržbu značení turistických tras na Vysočině. Od roku 2019 podpořil Klub českých turistů, oblast Vysočina částkou ve výši 1 162 tis. Kč na obnovu a údržbu značení pěších, cyklistických a lyžařských tras na území turistické destinace Vysočina. V souvislosti s kůrovcovou kalamitou, která zvýšila nároky na obnovu značení, byl příspěvek na značení turistických tras v roce 2020 mimořádně navýšen na 500 tis. Kč, z důvodu epidemiologických opatření však nebyl vyčerpán v plné výši. Obnovu značení jezdeckých tras na území kraje zajišťovala ve sledovaném období příspěvková organizace Vysočina Tourism dodavatelsky, prostřednictvím společnosti SOTHIS s.r.o. Mimo aktualizaci jezdeckých tras v GPS záznamu probíhala podél značených hipotras

pravidelná aktualizace působnosti jezdeckých stanic, jejich vybavenosti a rozsahu poskytovaných služeb.

Potřebnost turistického značení se jasně prokázala v uplynulých dvou letech, kdy kvůli nouzovému stavu byly uzavřeny vnitřní i venkovní volnočasové areály.

- **GP Infrastruktura cestovního ruchu** – ve sledovaném období podpořil Kraj Vysočina celkem 31 projektů zaměřených z převážné části na doprovodnou infrastrukturu v podobě turistických odpočívák a infopanelů podél turistických tras a naučných stezek. Zcela nový program schválený Zastupitelstvem Kraje Vysočina v prosinci roku 2019 vznikl obnovením dříve vyhlašovaného programu Lyžařské běžecké trasy, který byl naposledy vyhlášen v roce 2016 a jeho doplněním o podprogram B), který vznikl optimalizací programu CYKLODOPRAVA A CYKLOTURISTIKA.

Poskytované finanční prostředky jsou určeny na podporu strojové úpravy stop lyžařských běžeckých tras a zvýšení vybavenosti různých druhů turistických tras a stezek na území Kraje Vysočina. 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.

- **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>.
- **UNESCO** – ve sledovaném období přispěl Kraj Vysočina jednotlivým městům souhrnnou částkou 3 300 000 Kč. 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 zajišťoval OKPPCR). S ohledem na vysokou každoroční návštěvnost a vzhledem k 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 a 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. V průběhu roku 2021 pokračoval projekt závěrečnou etapou, která řešila nádvoří hradu. Z důvodu zajištění bezpečnosti návštěvníků proběhla pravidelná údržba přilehlých ploch, dřevin a střeš venkovních altánů využívaných pro doprovodné programy ve výši 196 tis. Kč, hrazená z prostředků kraje. Projekt byl formálně ukončen, Kraj Vysočina přijal poslední část dotace.
- **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** – byla zrealizována stavební obnova včetně restaurování mobiliáře.
- **Návštěvnické centrum Hradu Kámen** – ve sledovaném období probíhaly archeologické průzkumy a úpravy projektové dokumentace stavby vzhledem k nálezům provedených průzkumů.

- **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 2021 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“). 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.
- **Turistická informační centra** – cílem programu je podpora standardizace, zkvalitnění a rozšíření služeb poskytovaných certifikovanými (registrace značky bílého „i“ v zeleném poli jako ochranné známky od roku 2019) turistickými informačními centry v Kraji Vysočina v oblasti cestovního ruchu. Program pravidelně využívá cca 40 TIC v kraji, které jsou certifikovány dle Jednotné klasifikace turistických informačních center. Z důvodu úsporných opatření nebyl program v roce 2021 vyhlášen.
- **Zvýhodněné vstupné do sbírkotvorných organizací zřizovaných Krajem Vysočina** – s cílem přispět k podpoře cestovního ruchu a zvýšení návštěvnosti muzeí, galerií a památek na území kraje v době uvolnění protiepidemických opatření se pro veřejnost v letních měsících otevíraly krajem zřizované památky, muzea a galerie za zvýhodněné vstupné – v roce 2020 za symbolickou částku 20 Kč, v roce 2021 v souladu s hlavním tématem turistické sezóny „Vysočina dětem“ pro děti a studenty zdarma. Návštěvnost v roce 2020 byla v porovnání s roky 2018 a 2019 rekordní a zejména během července a srpna dosáhla v součtu za všechny organizace dvojnásobku oproti běžné návštěvnosti. V roce 2021 přesáhla 78 tisíc návštěvníků, což je zhruba o deset tisíc více než organizace evidovaly v běžných letech před příchodem pandemie.
- **Hrad Kámen** – probíhala projektová příprava vnitřních úprav hradu vzhledem k připravenému projektu nových expozic a k nutnosti generální opravy veškeré elektroinstalace a rozvodů v objektu. Zároveň byl připraven samostatný stavební projekt pro obnovu vnějšího pláště a průčelí.

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

Prioritní oblast	Opatření	Konkrétní projekt/aktivita	Náklady (v tis. Kč) Akční plán B		
			(r. 2019)	(r. 2020)	(r. 2021)
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)	145	0	621
		Iniciace a podpora konání odborných setkání s partnery	120	25	
		Rozvoj organizace CR v kraji na bázi partnerství		6 500	
		Soutěže na podporu nabídky v oblasti cestovního ruchu		2 000	2 000
	B2: Rozvoj lidských zdrojů a jejich kvality	Pořádání školení, seminářů a konferencí	216	105	33
	CELKEM	<i>Plán (v tis. Kč)</i>	1 600	1 600	1 650
		<i>Skutečnost (rozpočtováno)</i>	481	8 630	2 654

Mezi nejvýznamnější výstupy patří:

- **Rozvíjení spolupráce s partnery v regionu**

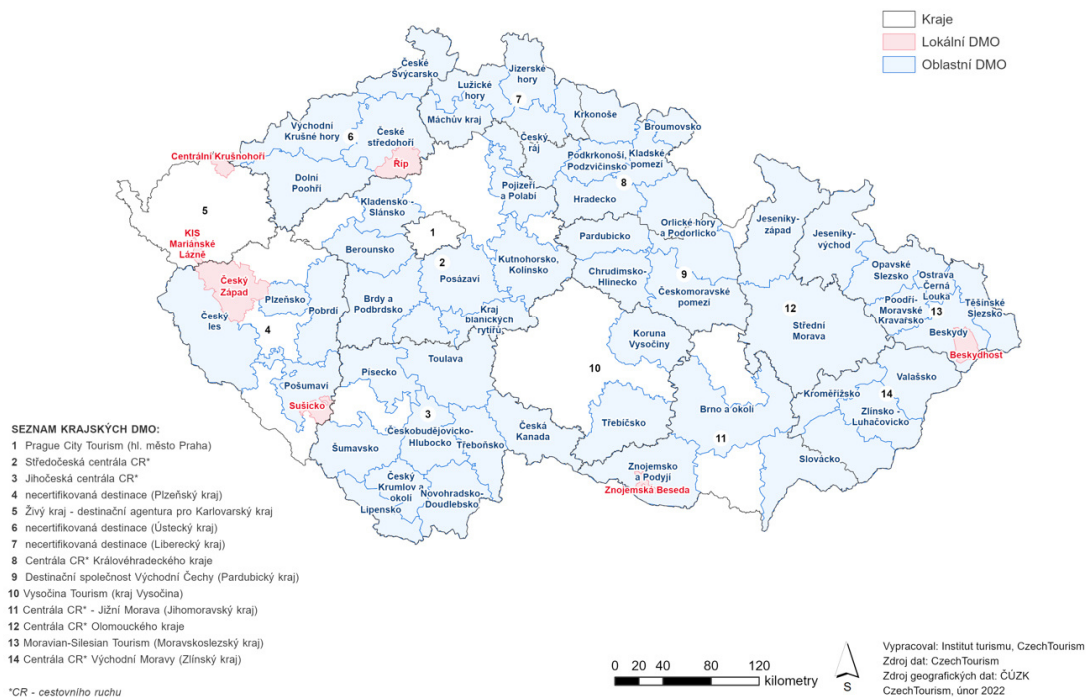
Ve sledovaném období působily na území Kraje Vysočina 2 oblastní organizace destinačního managementu (dále také jen „DMO“).

Od roku 2015 **Koruna Vysočiny, z.s.**, která v současné době pokrývá území Žďárska, Novoměstska, Bystřicka a Nedvědicka a od roku 2016 **Rozvoj Třebíčska, z.s.p.o.**, které tvoří oblasti Třebíčsko, Náměštsko, Hrotovicko, Jaroměřicko, Moravskobudějovicko a Jemnicko. Obě oblastní organizace destinačního managementu jsou držiteli certifikátu Kategorizace organizací destinačního managementu a mohou tak čerpat finanční podporu z národních zdrojů. V roce 2021 žádaly certifikované organizace destinačního managementu v Národním programu podpory cestovního ruchu v regionech, podprogramu Marketingové aktivity v cestovním ruchu o podporu projektů:

- Rozvoj a propagace destinace Třebíčsko – moravská Vysočina: 1 153 715 Kč
- Zvýšení povědomí o turistické oblasti Koruny Vysočiny: 419 865 Kč

Porovnání stavu plošného pokrytí území Kraje Vysočina certifikovanými organizacemi destinačního managementu k 31. 1. 2022 s dalšími kraji dokládá mapová aplikace destinačního managementu agentury CzechTourism.

CERTIFIKOVANÉ ORGANIZACE DESTINAČNÍHO MANAGEMENTU



Zdroj: www.czechtourism.cz

Kraj Vysočina vnímá oblastní DMO jako klíčové partnery v oblasti řízení cestovního ruchu na území kraje. Za účelem spolupráce v oblasti sběru, prezentace a analýzy vybraných kvalitativních a kvantitativních dat o turistické destinaci Vysočina na úrovni oblastních destinací podpořila Vysočina Tourism, příspěvková organizace v roce 2021 prostřednictvím jejího rozpočtu certifikované oblastní organizace částkou v souhrnné výši 230 tis. Kč. Další podpora směřovala do marketingových aktivit jednotlivých oblastí.

Díky certifikaci napříč úrovněmi destinačních managementů dochází mimo jiné k intenzivnější spolupráce na aktivitách CzechTourism, krajské a oblastních organizací destinačního managementu.

Ke konci roku 2021 zahájila činnost nová, v pořadí třetí oblastní organizace destinačního managementu s názvem Vysočina West, z.s. s cílem propagace a systematického řízení cestovního ruchu v západní části turistické destinace Vysočina.

Svoji činnost zahájila v roce 2021 také příspěvková organizace statutárního města Jihlavy působící v oblasti kultury a cestovního ruchu s názvem Brána Jihlavy.

- **Soutěže na podporu nabídky v oblasti cestovního ruchu**

Kraj Vysočina vyhlásil v letech 2020 a 2021 soutěže na podporu tvorby nových produktů cestovního ruchu z území turistické destinace Vysočina, do které se mohli zapojit nejen oblastní destinační společnosti, ale také podnikatelé, spolky, svazky obcí, místní akční skupiny a další subjekty cestovního ruchu z Vysočiny.

Nástroj k oživení cestovního ruchu a podpoře podnikatelů, kteří jsou na toto odvětví bezprostředně vázáni, soutěž „Vysočina - nejlepší dovolená“, využilo v roce 2020 celkem 30 subjektů s 42 soutěžními příspěvky.

S ohledem na projevený zájem partnerů v území, navázal kraj v roce 2021 druhým ročníkem soutěže s názvem „**Prožijte dovolenou na Vysočině**“ s cílem rozšířit nabídku pro domácí turisty. Z 52 soutěžních příspěvků od 38 subjektů získalo ocenění ve formě finančního daru 23 nejkvalitnějších produktů.

- **Iniciace a podpora konání odborných setkání s partnery**

Za účelem vzájemné výměny informací, koordinace realizovaných aktivit a spolupráce v destinaci probíhají v rámci **3K platformy destinační společnosti Vysočina Tourism** několikrát ročně setkání na úrovni destinačních managementů, turistických informačních center, zástupců soukromého a veřejného sektoru a dalších partnerů v oblasti cestovního ruchu s cílem rozvíjet turistickou destinaci Vysočina, aby byla konkurenceschopná a udržitelná.

Vysočina Tourism z pozice krajské organizace destinačního managementu každoročně seznamuje aktéry v cestovním ruchu s Marketingovým a komunikačním plánem turistické destinace Vysočina při příležitosti akce s názvem **Setkání s partnery**, kterého se účastní zástupci veřejného i soukromého sektoru. Marketingové plány za jednotlivá období jsou dostupné na webových stránkách organizace: <https://www.vysocinatourism.cz/cinnost-vysocina-tourism/marketingova-komunikace>

Kategorie hradů a zámků patří k druhému nejnavštěvovanějšímu segmentu turistických cílů na Vysočině. S cílem sdílet příklady dobré praxe v oblasti využívání kulturního dědictví a trendy v návštěvnosti památkových objektů inicioval Kraj Vysočina **Setkání majitelů a správců hradů a zámků na Vysočině**. První setkání se konalo v roce 2019 na zámku Velké Meziříčí; druhé setkání, jehož záměrem bylo poskytnout majitelům a správcům objektů vzájemnou inspiraci k využití zámeckých parků a zahrad, hostil Chateau Herálec.

Krajská příspěvková organizace Vysočina Tourism spolu s Katedrou cestovního ruchu Vysoké školy polytechnické Jihlava pravidelně pořádá **mezinárodní konferenci „Aktuální problémy cestovního ruchu“** a kompletně zajišťuje doprovodný program konference.

- **Pořádání školení, seminářů a konferencí**

V souladu s podmínkami grantového programu na podporu TIC připravovala příspěvková organizace Vysočina Tourism nabídku školení pro pracovníky TIC, která byla nejčastěji zaměřena na práci se sociálními sítěmi, práci v online prostředí a nové metody v cestovním ruchu. Několik akcí se uskutečnilo s přispěním EU (v rámci realizovaných projektů Vysočina Tourism).

- **Slevy na ubytování (systém turistických voucherů)**

Podpůrná aktivita v podobě slevových voucherů, do které se zapojilo 120 hromadných ubytovatelů z Vysočiny, přispěla k navázání spolupráce mezi krajskou organizací destinačního managementu Vysočina Tourism a poskytovateli ubytovacích služeb na Vysočině. Nastavenými podmínkami mohla kompenzace zajistit regionální ubytovatelům více než 30 000 přenocování.

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)	50
	C2: Začlenění marketingových témat a produktů oblastních DMO do marketingové strategie a marketingového mixu turistického regionu Vysočina	Začlenění témat a produktů DMO	400
	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.	1 400
		Tvorba a dotisk propagačních materiálů	400
		Pořádání informačních cest/tripů	500
		Prezentace prostřednictvím sociálních sítí	40
		Tvorba tištěných turistických novin (magazínu)	384
		Prezentace na veletrzích CR a dalších akcích	110
		Propagační předměty	500
		Webové portály a aplikace	200
		Zakoupení fotografií/ videí	270
		Analýzy, strategie, šetření, průzkumy, pořízení stat. dat	0
		Vysočina Film Office	2
		Vysočina Convention Bureau	193
CELKEM	<i>Plán (v tis. Kč)</i>	8 200	
	<i>Skutečnost (rozpočtováno)</i>	4 449	

Aktivity, které jsou uvedeny v Prioritní oblasti C: Efektivní marketing destinace a strategie značky, realizuje příspěvková organizace Vysočina Tourism.

V roce 2021 plánovala Vysočina Tourism aktivity s ohledem na stále trvající pandemii onemocnění Covid-19 a s ní spojenými protiepidemickými opatřeními, která významně zasáhla cestovní ruch a zásadně ovlivnila turistickou poptávku. Fakt, že v roce 2021 vzrostla návštěvnost turistické destinace Vysočina, dokládá, že kroky, které učinila Vysočina Tourism, byly správné. Kraj Vysočina se umístil na 3. místě v anketě Kraj mého srdce.

V roce 2021 představila Vysočina Tourism turistickou destinaci Vysočina prostřednictvím komunikačního claimu „Všude dobře, na Vysočině nejlíp“ jako čistý a bezpečný kraj, ve kterém nalezne návštěvník klid a pohodu.

Vysočina Tourism zvolila jako hlavní marketingová témata roku 2021, na která navazovaly marketingové kampaně, Vysočina dětem a Ochutnej a daruj Vysočinu. Marketingová kampaň Vysočina dětem představila turistické cíle vhodné pro rodiny s dětmi. V rámci kampaně byla vyhlášena soutěž Vysočinou s Igráčkem, která byla završena Igráčkovým festivalem plným zábavy v Outdoor Resortu Březová. V průběhu kampaně byly vytvořeny propagační materiály a propagační předměty jako například Cestovatelský deník, který obsahoval 32 tipů na rodinné výlety a stejný počet úkolů pro děti, brožura Vysočinou s dětmi, kreslená mapa, pexeso nebo hračka Igráček (figurka turistky a turisty) a na základě spolupráce se Seznam Brand Studiem, které nabízí službu Seznam Native, vznikla microsite Vysočina – cíl výletů pro děti a dospělé, která obsahuje 25 tipů na rodinné výlety. Kampaň následně získala speciální cenu v kategorii Nejlepší jednotná kampaň Velké ceny cestovního ruchu. Cílem kampaně Ochutnej a daruj Vysočinu byla podpora gastroturistiky a prodeje regionálních produktů a potravin v období adventu prostřednictvím turistického portálu Vysočiny, který byl propojen s webovými stránkami producentů regionálních produktů a potravin, a videa se šéfkuchařem Tomášem Seitlem a Lukášem Hejlíkem, autorem gastromapy, které zachycuje přípravu vánočních pokrmů z regionálních produktů a potravin.

Mezi vedlejší marketingová témata roku 2021 patřila Vysočina v srdci, Vysočina sklářská a Vysočinou na koni. Kampaň Vysočina sklářská připomněla sklářskou tradici v regionu a plynule navázala na hlavní marketingové téma roku 2020, jelikož některé aktivity, jako je například dětská hra Vysočinou za skleněnkou, nemohly být realizovány kvůli epidemiologické situaci. V průběhu kampaně byl vydán katalog Vysočina – dílo sklářů. Cílem kampaně Vysočinou na koni byla propagace hipoturistiky, jezdeckých stanic a stezek.

Vysočina Tourism pravidelně aktualizovala obsah webových stránek příspěvkové organizace <https://www.vysocinatourism.cz/>, webových stránek filmové kanceláře Vysočina Film Office <https://www.filmvysocina.cz/cs/>, webových stránek regionální kanceláře na podporu kongresové a incentivní turistiky Vysočina Convention Bureau <https://www.vysocina-konference.cz/cs/>, turistického portálu Vysočina <https://www.vysocina.eu/>, e-shopu s propagačními předměty a propagačními materiály <https://eshop.vysocina.eu/>, facebookové stránky Dovolena na Vysočině, instagramového profilu Vysočina Region, který obsadil 3. místo v soutěži Zlatý lajk za rok 2021, a videokanálu Vysočina Tourism na YouTube.

Vedle propagace turistické destinace Vysočina zvyšovala povědomí o marketingové značce Vysočina prostřednictvím on-line a off-line kampaní (Vysočina dětem, Ochutnej a daruj Vysočinu, Vysočina sklářská, Vysočinou na koni atd.), outdoorových kampaní v Praze (klasické i digitální billboardy) a v Brně (klasické billboardy) s komunikačním claimem Všude dobře, na Vysočině nejlíp, které spolufinancovala Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism, propagačních materiálů (brožury Vysočinou s dětmi v nákladu 7 500 ks, Vysočina – dílo sklářů v nákladu 5 000 ks, Vysočinou na koni v nákladu 5 000 ks, Vysočina příběhů a osobností v nákladu 3 000 ks atd.) nebo tištěné a on-line inzerce (magazíny Léto na Vysočině a Léto v Česku jako přílohy deníku MF Dnes, časopisy Turista a Brands&Stories, týdeník Jihlavské listy a WochenKurier Dresden, webové stránky Pro ženy, Blesk, CNN Prima NEWS, Prima ZOOM, sociální sítě Facebook a Instagram atd.).

Vysočina Tourism připravila dva press tripy pro novináře Petra Althause a Chrise Woutera a devět influencer tripů, například s influencery Chrisem Borgem, Annou Simonian alias Anshule, jejíž video z letní návštěvy umístěné na YouTube mělo přes 50 tis. zhlédnutí, nebo Evou Šedivou alias Flabgee, jejíž video z podzimního výletu umístěné na YouTube mělo přes 17 tis. zhlédnutí.

Zorganizovala natáčení televizních pořadů pro české televizní stanice (televizní pořady Loskuták na výletě s Petrem Rychlým pro TV Nova, Cyklosalon pro TV Prima, Běžkotoulky a V karavanu po Česku s Alešem Hárou a Českem nejen za sportem s Evou Samkovou a Tomášem Krausem pro ČT 2) a americkou televizní stanicí Czech American TV.

Vysočina Tourism zajišťovala chod filmové kanceláře Vysočina Film Office a regionální kanceláře na podporu kongresové a incentivní turistiky Vysočina Convention Bureau. Zadala inzerci do týdeníku WochenKurier Dresden a do časopisu Brands&Stories k propagaci MICE a zástupci Vysočina Tourism se zúčastnili školení o problematice MICE, které uspořádala Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism.

Spravovala e-shop s propagačními předměty a propagačními materiály, jako je tričko, nákrčník, hrnek, tužka, sešit, zápisník, pexeso, kreslená mapa, desková hra, hračka Igráček (figurka turistky a turisty), Cestovatelský deník, brožury Vysočinou s dětmi, Vysočina sklářská, Vysočinou na koni, Vysočina příběhů a osobností, Průvodce Vysočinou aj., jehož smysl zvýraznila pandemie onemocnění Covid-19 a s ní spojená protiepidemická opatření, kvůli kterým se nemohly konat veletrhy, a propagační předměty a propagační materiály tedy nemohly být bezprostředně distribuovány.

Vysočina Tourism se sice tradičně účastnila konferencí a veletrhů souvisejících s cestovním ruchem, ale vzhledem k pandemii onemocnění Covid-19 a s ní spojenými protiepidemickými opatřeními se nekonal ani 16. ročník konference Aktuální problémy cestovního ruchu, ani veletrhy cestovního ruchu jako například Holiday World & Region World, Regiontour, Infotour a Cykloturistika nebo For Bikes. Vysočina Tourism pravidelně organizovala doprovodný program konference Aktuální problémy cestovního ruchu, kterou každoročně pořádá Vysoká škola polytechnická v Jihlavě. Vysočina Tourism se zúčastnila jen dostihového závodu Velká pardubická, a to v souvislosti s kampaní Vysočinou na koni.

Na podzim roku 2021 uspořádala Vysočina Tourism 14. ročník dobročinné akce Křížem kráčem Vysočinou na kole. Pořadatelé stanovili pro účastníky 5 etap. Nadace Pomáhej pohybem založená

ČEZ, a. s., věnovala finanční dar Domovu Kamélie Křižanov, příspěvkové organizaci za 231 kilometrů, které účastníci dobročinné akce ujeli na kole napříč regionem.

V průběhu roku 2021 se v rámci 3K platformy, která slouží ke kooperaci, koordinaci a komunikaci subjektů v cestovním ruchu za účelem podpory rozvoje cestovního ruchu v regionu, setkávala Vysočina Tourism s podnikatelskými subjekty navázanými na cestovní ruch, zástupci certifikovaných, necertifikovaných nebo formujících se organizací destinačního managementu a turistických informačních center, pokud to epidemiologická situace dovolila.

Vzhledem k pandemii Covid-19 a s ní spojenými protiepidemickými opatřeními, která aktivity většinou přesunula do on-line prostředí, Vysočina Tourism prezenčně uspořádala pro partnery v cestovním ruchu například vzdělávací akci Technický marketing, která se konala na podzim roku 2021 v rozsahu šesti hodin.

Vysočina Tourism pokračovala v realizaci projektů v rámci programu Interreg V-A Rakousko – Česká republika Kulturní a přírodní památky – šance pro obnovu přeshraničního cestovního ruchu po ukončení pandemie koronaviru – zkratka projektu je Venkovské památky, jehož cílem je zvýšení návštěvnosti venkovských památek v Jihočeském kraji, Kraji Vysočina, Horním Rakousku a Dolním Rakousku, a Spolupráce institucí na Vysočině a v Horním Rakousku při podpoře zvyšování kvalifikace v oblasti digitalizace v kulturním cestovním ruchu („Digitalizace v cestovním ruchu“) – zkratka projektu je Digitalizace v cestovním ruchu, jehož cílem je vytvoření sítě veřejných institucí v oblasti digitalizace a příspěví ke zlepšení spolupráce mezi vzdělávacími institucemi a poskytovateli veřejných služeb

v oblasti kulturního cestovního ruchu. V Horním Rakousku se konala první část přeshraničního semináře Muzeum a cestovní ruch v rámci projektu Digitalizace v cestovním ruchu.

Z marketingového výzkumu návštěvníka Kraje Vysočina, který zpracovala Vysoká škola polytechnická v Jihlavě pro Vysočina Tourism na základě dat sesbíraných od více než 3 400 respondentů, vyplynulo, že typickým návštěvníkem turistické destinace Vysočina je obyvatel České republiky ve věku 35–49 let, který má minimálně středoškolské vzdělání s maturitou, přijíždí do destinace autem s partnerkou, partnerem nebo skupinou přátel za poznáním a sportem.

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 2021 s rokem předchozím.

Primární indikátory:

ID	Název indikátoru	Požadovaný trend/cíl do roku 2025	Vazba na opatření	Počáteční hodnota (2015)	2019	2020	2021
P01	Ubytovací kapacita určená pro cestovní ruch – počet lůžek	Minimálně udržení stávající hodnoty	Vazba na celou strategii	23 989	24 034	26 677	26 721
P02	Návštěvnost kraje (hosté v HUZ, domácí turisté)	Nárůst návštěvnosti	Vazba na celou strategii	411 012	528 689	369 136	417 552
P03	Návštěvnost kraje (hosté v HUZ, zahraniční turisté)	Nárůst návštěvnosti	Vazba na celou strategii	62 700	76 637	28 373	33 147
P04	Počet přenocování v HUZ – domácí turisté	Minimálně udržení stávající hodnoty	Vazba na celou strategii	1 049 585	1 282 447	1 024 392	1 121 400
P05	Počet přenocování v HUZ – zahraniční turisté	Minimálně udržení stávající hodnoty	Vazba na celou strategii	151 944	171 413	68 467	82 535

ID	Název indikátoru	Požadovaný trend/cíl do roku 2025	Vazba na opatření	Počáteční hodnota (2015)	2019	2020	2021
P06	Průměrný počet přenocování	Minimálně udržení stávající hodnoty	Vazba na celou strategii	2,5	2,4	2,7	2,7
P07	Počet akcí konferenčního a incentivního cestovního ruchu (akce s 50 a více účastníky)	Nárůst počtu uskutečněných akcí	A1	951	983	340	519
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	38 368
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	249,85
P10	Návštěvnost regionálního turistického portálu	Nárůst návštěvnosti	A3	99 621	130 681	247 481	319 980
P11	Počet zařízení splňujících podmínky certifikačního systému ČSKS (Český systém kvality služeb)	Nárůst počtu zařízení	A4	61	17	15	Udržitelnost skončila k 31. 12. 2020
P12	Délka sítě turistických tras – pěší	Minimálně udržení stávající hodnoty	A1	3 124 km	3 200,3 km	3 200,3 km	3 218, 5 km
P13	Délka sítě turistických tras – cyklo	Minimálně udržení stávající hodnoty	A1	2 449,5 km	2 450 km	2 450 km	2 455 km

Požadovaný trend stanovený u primárních indikátorů se za rok 2021 daří naplňovat pouze u 7 z 13 definovaných indikátorů (ke srovnání dochází s počáteční hodnotou).

- **P01 Ubytovací kapacita určená pro cestovní ruch**

V souvislosti s poskytováním slevových voucherů proběhla ve sledovaném období revize HUZ registrovaných v rámci ČSÚ, která pravděpodobně ovlivnila nárůst počtu lůžek v roce 2020. Hodnota indikátoru z roku 2021 zahrnuje lůžkovou kapacitu celkem 491 hromadných ubytovacích zařízení (v mezikrajském porovnání počtu ubytovacích zařízení se jedná o druhou nejnižší hodnotu), mezi kterými jednoznačně převládají penziony.

Z celkového počtu se cca 146 HUZ nachází na území destinace Koruna Vysočiny, 191 v destinaci Třebíčsko a 80 v destinaci Vysočina West.

- **P02 , P03 Návštěvnost kraje (hosté v HUZ, domácí turisté, zahraniční turisté)**

Ačkoliv dosahuje výsledná hodnota indikátoru v roce 2021 vyšší hodnoty, než je výchozí stav, cestovní ruch nadále ovlivňovala koronavirová pandemie a s ní spojené restriktce. V meziročním porovnání však turistická destinace Vysočina zaznamenala jeden z nejvyšších nárůstů návštěvnosti v porovnání s ostatními kraji, a to o necelých 13,4 %.

Počet zahraničních hostů bývá z dlouhodobého hlediska druhý nejnížší v rámci České republiky. Strukturu zahraničních hostů tvoří nejčastěji návštěvníci ze Slovenska, Německa a Polska. Z celkového počtu hostů, kteří přicestovali na Vysočinu v roce 2021, tvořili návštěvníci ze zahraničí přes 7%.

- **P04, P05 Počet přenocování v HUZ (domácí turisté, zahraniční turisté)**

Rok 2021 byl z pohledu cestovního ruchu příležitostí pro domácí cestovní ruch. Počet přenocování se pohyboval v průměru okolo 2-3 noci. Zajímavostí sledovaného období je rostoucí počet přenocování nejen v hlavní turistické sezóně. Nad průměrem se pohybuje i počet přenocování v průběhu podzimní sezóny (v součtu za měsíce září a říjen je hodnota nad čísly z roku 2019). Ve srovnání s hlavní turistickou sezónou je nižší pouze o jednu třetinu.

Na území Koruny Vysočiny se uskutečnilo 149 475 přenocování/průměrný počet přenocování 2,8, na území Třebíčska 91 060 přenocování/průměrný počet přenocování 2,9 a na území Vysočina West 50 421 přenocování/průměrný počet přenocování 2,7.

- **P06 Průměrný počet přenocování**

Dlouhodobě klesající ukazatel se podařilo vrátit na hodnotu z roku 2012. K rostoucímu trendu přispělo mimo jiné nastavení podmínek čerpání slevových voucherů v roce 2020, podmíněné minimálně třemi přenocováními. Především však nejistota při rozhodování o zahraniční dovolené, která z turistické sezóny roku 2020 vytvořila příležitost pro domácí cestovní ruch. Rostoucí trend průměrného počtu přenocování v roce 2021 navíc nadále ovlivňovaly pandemické podmínky a ne zcela jednotná „covidová“ pravidla pro cestování do zahraničí.

- **P07, P08 Počet akcí incentivního a konferenčního cestovního ruchu, Počet účastníků akcí kongresového a incentivního cestovního ruchu**

Hodnota indikátorů potvrzuje potenciál turistické destinace Vysočina v oblasti kongresové a incentivní turistiky. Ačkoliv se po covidové pauze nepodařilo vrátit na původní hodnotu, patří výsledné hodnoty počtu akcí uskutečněných na Vysočině a jejich účastníků k třetí nejvyšší v rámci ČR (za Prahou a Jihomoravským krajem). V předchozích letech zaujala Vysočina čtvrté místo.

- **P09 Návštěvnost 10 největších atraktivit kulturního a přírodního cestovního ruchu**

Pokles návštěvnosti zapříčinila rozsáhlá stavební obnova zámku Telč, kde návštěvnost v letech 2020 a 2021 významně klesla. V roce 2021 proto návštěvnosti památek ve správě NPÚ na území Kraje Vysočina poprvé vévodil hrad Lipnice.

Z důvodu oprav omítek a interiéru kostela klesla návštěvnost také u Poutního kostela sv. Jana Nepomuckého na Zelené hoře.

Naopak nadprůměrné návštěvnosti se těšilo Muzeum Vysočiny Jihlava, kde byla návštěvnost podpořena slevovou akcí Kraje Vysočina.

Snížená čísla návštěvnosti souvisí mimo jiné se změnou metodiky statistik návštěvnosti v příspěvkových organizacích na úseku kultury.

- **P10 Návštěvnost regionálního turistického portálu = návštěvnost turistického portálu** zaznamenala v roce 2021 maxima. Růst tohoto indikátoru 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. Rekordní návštěvnost v roce 2021 zaznamenal také portál Kudy z nudy, který u jednotlivých tipů na výlety odkazuje na webové stránky turistického portálu.

- **P11 Počet zařízení splňujících podmínky certifikačního systému ČSKS (Český systém kvality služeb) = konec udržitelnosti k 31. 12. 2020.**

Sekundární indikátory:

ID	Název indikátoru	Požadovaný trend do roku 2025	Vazba na opatření	Počáteční hodnota (2015)	2019	2020	2021
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	303,8 km
S02	Délka sítě turistických tras – hipo	Minimálně udržení stávající hodnoty	A1	846 km	845,1 km	845,1 km	864 km
S03	Návštěvnost turistických informačních center	Nárůst návštěvnosti	A3	522 351	726 391	513 899	523 434
S04	Počet osob zapojených do vzdělávání v oblasti cestovního ruchu realizovaném krajskou nebo oblastními destinačními společnostmi	Nárůst zapojených osob	B2	139	450	170	54
S05	Počet vytvořených regionálních či převzatých národních marketingových témat	Minimálně udržení stávající hodnoty	C2	1	2	2	5
S06	Počet zpracovaných ročních marketingových plánů	Minimálně udržení stávající hodnoty	C3	1	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	3+13+40+50
S08	Počet uživatelů sociálních sítí – návštěvnost profilů	Nárůst návštěvnosti	A3, C1	-	2722/9766	5378/12265	6807/9735
S09	Počet stažení mobilních aplikací	Nárůst počtu stažení	A3	-	836	184	20
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.	532,9

ID	Název indikátoru	Požadovaný trend do roku 2025	Vazba na opatření	Počáteční hodnota (2015)	2019	2020	2021
S11	Počet vytvořených regionálních produktů cestovního ruchu	Nárůst vytvořených produktů	C2	-	5+2	5+2	2

Požadovaný trend stanovený u sekundárních indikátorů se daří naplňovat u 5 z 11 definovaných. Vývoj jednotlivých indikátorů byl následující:

- S01 Délka sítě turistických tras – lyže**
 Údržbu sítě lyžařských běžeckých tras (LBT) se podařilo od roku 2020 opět začlenit do dotační politiky kraje. I díky této podpoře získáváme údaje o délce upravovaných tras v území a přehled o zveřejňování stavu aktuální sjízdnosti směrem k veřejnosti. Údaj z roku 2021 vychází pouze z podpořených projektů Subregionu Velké Dářko (84,51 km), příspěvkové organizace města Žďár nad Sázavou SPORTIS (80 km), města Ždírec nad Doubravou (30,3 km) a Svazku obcí mikroregionu Zálesí (109 km). Na území kraje působí další subjekty, které zajišťují úpravu LBT, ovšem o podporu v roce 2021 nepožádaly.
- S02 Délka sítě turistických tras – hipo**
 Kvalitní fungování sítě hipotras v Kraji Vysočina zajišťovala ve sledovaném období příspěvková organizace Vysočina Tourism prostřednictvím spolupráce se společností Sothis CZ, která každoročně provedla revizi a obnovu ¼ hipotras.
- S03 Návštěvnost turistických informačních center**
 Relevantní data návštěvnosti TIC na území kraje se daří získat díky Jednotné klasifikaci turistických informačních center Asociace turistických informačních center České republiky. Údaj za rok 2021 je součtem návštěvnosti certifikovaných TIC, z toho 7616 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 2021 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** = v roce 2021 se konaly celkem 3 vzdělávací akce, kterých se účastnilo 54 osob. Doposud se počet vzdělávacích akcí dařilo navyšovat díky realizovaným projektům, jejichž realizace skončila v roce 2019. Ke snížení počtu vzdělávacích akcí významnou měrou přispěla pandemická situace, jelikož většina vzdělávacích akcí nemohla být realizována v plnohodnotné formě (kurzy fotografie, úpravy webů apod.). Z důvodu nevyhlášení dotačního titulu na podporu TIC, neprobíhalo ani tradiční setkání TIC v měsíci lednu a květnu.
- S05 Počet vytvořených regionálních či převzatých národních marketingových témat** = v roce 2021 byl kladen důraz na hlavní marketingové téma „Vysočina dětem“ a „Ochutnej a daruj Vysočinu“ doplněné o „Vysočina v srdci“, „Vysočinou na koni“ a „Vysočina sklářská“. Jednotlivá témata propojil komunikační claim „Všude dobře, na Vysočině nejlíp“.
- 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. 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.

V roce 2021 se začala formovat nová oblastní DMO s názvem Vysočina West, která rozšířila seznam partnerů na úrovni destinačního managementu.

- **S08 Počet uživatelů sociálních sítí – návštěvnost profilů** = jedná se zejména o facebookový profil „Dovolená na Vysočině“, který v roce 2021 dosáhl v průměru 6 807 sledujících (průměrný dosah příspěvků za jeden týden v letní sezóně 2021: 9 735 uživatelů), v porovnání s předchozím rokem je možné sledovat téměř dvojnásobný nárůst. Návštěvnost u instagramového profilu Vysočina Region za rok 2021 dosáhla v průměru 4 438 sledujících (průměrný dosah příspěvků za jeden týden v letní sezóně 2021: 386 uživatelů).
- **S09 Počet stažení mobilních aplikací** = počet stažení ovlivňuje zvyšující se nedůvěra veřejnosti k používání mobilních aplikací z důvodu trasování pohybu osob v době pandemie. V roce 2021 navíc došlo ke změně názvu a obsahu aplikace, která byla spuštěna pod názvem „Průvodce Vysočinou“.
- **S10 Návštěvnost 10 největších atraktivit volnočasového charakteru (ZOO, zábavní parky, sportovní areály, relaxační centra, vzdělávací centra, apod.)** Růst indikátoru ovlivnila rekordní návštěvnost ZOO Jihlava v průběhu letních prázdnin, která tvoří více než 60 % vykazované návštěvnosti všech 10 sledovaných atraktivit. Výslednou hodnotu ovlivňuje další ze sledovaných subjektů, Pohádková říše Fábula, který ukončil v roce 2021 svoji činnost.
- **S11 Počet vytvořených regionálních produktů cestovního ruchu** = organizace VT prostřednictvím webových stránek www.vysocina.eu propagovala v roce 2021 produkty atraktivní pro domácí návštěvníky („Vysočinou za skleněnkou“ a „Cestovatelský deník“).

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	Nejllepší situace
Neúčelná podpora projektů, které nejsou spjaty 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	Nejllepší situace
Na financování realizace projektů se podílí pouze samotný realizátor.	1	Na financování realizace projektů se podílí více různých zdrojů (rozpočet kraje, města, obce, EU,

Projevuje se nízká aktivita lokálních aktérů při získávání finančních prostředků z více různých zdrojů.		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. spoluúčasti u dotačních titulů,...) a také soukromé subjekty (např. 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 realizované aktivity naplňují specifické cíle a opatření Strategie CR. Při sestavování turistické nabídky byl zohledňován aktuální stav na trhu cestovního ruchu, který v posledních dvou letech ovládli domácí turisté.	

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) nadále ovlivňovaly restriktivní opatření související se zamezením šíření pandemie koronaviru. U některých přetrvávají aktuální trendy, 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 průběhu roku 2021 došlo k několika renominacím v rámci Strategického týmu, tzv. Rady pro Strategii CR a personálními změnám na úseku cestovního ruchu krajského úřadu. Významnou personální změnou prošla také příspěvková organizace Vysočina Tourism. Na vedoucí pracovní místo ředitelky byla s platností od 1. 10. 2021 jmenována Olga Königová. Personální změnou prošla současně filmová kancelář a kancelář zaměřená na kongresovou turistiku.

Přehled naplňování Akčního plánu B za roky 2019 až 2021 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 2021 plánovány ve výši 59 190 tis. Kč, skutečnost dosáhla částky necelých 70 000 tis. Kč. K výsledku přispěla nejen některá navýšení dotačních titulů v průběhu roku, ale i možnost realizace kulturních, sportovních a dalších akcí 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.

Pozitivní zprávou pro cestovní ruch na Vysočině je jednoznačně přetrvávající chuť lidí cestovat a kvalitně trávit svůj volný čas, kterou dokládají hodnotící indikátory z veřejně dostupných zdrojů. Návštěvnosti v hromadných ubytovacích zařízeních na Vysočině významně dominovali domácí turisté, a to nejen v hlavní turistické sezóně, ale také v průběhu podzimních měsíců. Podzimní návštěvnost dokonce předčila čísla z roku 2019. Dá se usoudit, že chování turistů/návštěvníků se mění a aktéry v cestovním ruchu nutí naučit se na prudké změny pružně reagovat. Příspěvková organizace Vysočina Tourism proto závěrem roku spustila kampaně k prodloužení turistické sezóny s názvem „Ochutnej a daruj Vysočinu“ na podporu místních producentů a výrobců na Vysočině, a také „Vychutnej si přítomnost na lyžích“.

Navzdory některým významným omezením souvisejícím se stavebními opravami památkových objektů na Vysočině v roce 2021 vykazuje i návštěvnost turistických cílů pozitivní čísla, v některých případech byla dokonce rekordní.

Cestovní ruch stál v roce 2021 před novou zkouškou, a to udržet rostoucí trend průměrného počtu přenocování z roku 2020. Turistická destinace Vysočina si tento trend udržela. Přetrvávající epidemiologická situace a nejednotná „covidová pravidla“ pro cestování napříč Evropou totiž pravděpodobně ovlivnila rozhodování Čechů trávit svoji hlavní dovolenou v tuzemsku.

Rok 2021 byl jednoznačně příležitostí pro domácí cestovní ruch. Kraj Vysočina proto vyhlásil soutěž s cílem rozšířit nabídku pro cílové skupiny návštěvníků a vzbudit jejich zájem při rozhodování o výběru destinace. Vzhledem k tomu, že se Vysočina dlouhodobě těší zájmu ze strany turistů i jednodenních výletníků o poznávání kulturních památek, využil Kraj Vysočina platformu Setkání majitelů a správců hradů a zámků k představení aktivit příspěvkové organizace Vysočina Tourism a předání informací o turistické nabídce. A právě předávání informací hrálo a bude hrát důležitou roli v připravenosti destinace využít zájmu domácích turistů a přesvědčit je k opakované návštěvě Vysočiny v dalších letech. Výměnu informací bude do budoucna nutné zajišťovat nejen mezi krajem a turistickými informačními centry, ale i napříč oblastními destinačními managementy.

Příjezdový cestovní ruch byl v roce 2021 pod vlivem neustále se opakujících vln pandemie Covid-19 a s tím spojených restrikcí ze strany vlád jednotlivých zemí.

Sekundární indikátory dokládají nutnost klást důraz na kvalitu produktů cestovního ruchu, než na jejich kvantitu, usilovat o jejich další rozvoj a orientovat se detailněji na cílové skupiny návštěvníků.

Napříč aktivitami v cestovním ruchu rezonuje téma udržitelnosti, které však v současné době čelí problému podnikatelů obstat před dalšími zkouškami v podobě změny geopolitické situace v Evropě a odlivu pracovníků ze sektoru služeb cestovního ruchu.

Zpracovala: V. Švarcová (OKPPCR)
Informace aktuální k 25. 8. 2022