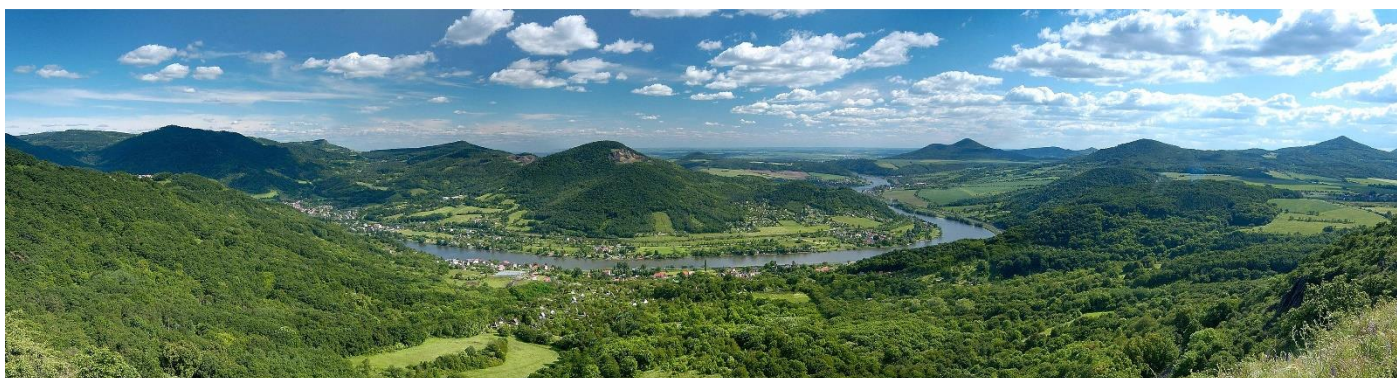


## PROJEKTOVÝ ZÁMĚR

k projektu:

„Smart destinace – pilotní projekt České středohoří“



### Žadatel:

Destinační agentura České středohoří, o.p.s.

Komenského 748/4

412 01 Litoměřice

Prosinec 2021

## Obsah

Úvodní informace .....	4
Základní identifikační údaje .....	4
1. Vstupní analýza .....	6
1.1. Potřebnost akce, reálnost a cíl akce a očekávaný přínos pro cestovní ruch .....	6
1.2. Stručný popis současného stavu .....	8
1.3. Stanovení místa realizace projektu (kraj) .....	9
1.4. Vazba projektu na národní strategické dokumenty pro oblast cestovního ruchu .....	10
1.5. Vazba projektu na region, strategické dokumenty a rozvojové priority kraje .....	10
2. Komplexnost řešení akce .....	12
2.1. Popis plánovaných a realizovaných aktivit, zdůvodnění, konkrétní rozpis jednotlivých marketingových aktivit 15	
2.2. Provázanosti jednotlivých aktivit .....	23
2.3. Komplexnost realizované akce .....	23
2.4. Udržitelnost výsledku akce (popis udržitelnosti, rozsahu udržitelných aktivit a zdrojů na zajištění udržitelnosti) .....	24
2.5. Harmonogram akce a jednotlivých aktivit .....	26
2.6. Stručný marketingový mix akce .....	26
3. Multiplikační efekty akce .....	28
3.1. Cíle a přínosy akce .....	28
3.2. Přínosy akce na vytvoření, resp. udržení stálého pracovního místa .....	29
3.3. Popis zaměření na cílové skupiny a popis potřeb cílových skupin .....	30
3.4. Multiplikační efekty akce .....	31
3.5. Další plán rozvoje akce .....	31
4. Parametry akce .....	32
4.1. Parametry programu .....	32
4.2. Parametry na úrovni podprogramu .....	32
4.3. Parametry výstupy akce (sledované ukazatele realizované akce) .....	32
5. Finanční plán akce .....	34
5.1. Náklady akce .....	34

5.2.	Náklady akce v členění na hmotný a nehmotný majetek, investiční a neinvestiční majetek .....	34
5.3.	Zdroje a způsob financování nákladů .....	35
5.4.	Plán průběhu financování akce (cash-flow).....	36
5.5.	Podrobný položkový rozpočet akce .....	37
6.	Zhodnocení socioekonomické přínosnosti akce .....	38
6.1.	Socioekonomická přínosnost akce.....	38
7.	Období využitelnosti výstupů akce .....	39
7.1.	Specifikace období využitelnosti.....	39
7.2.	Využití produktu ke snížení sezónnosti.....	39
8.	Rizika akce.....	39
8.1.	Analýza rizik akce a pravděpodobnost jejich výskytu.....	39
8.2.	Katalog / seznam rizik akce, způsob a zajištění eliminace rizik .....	40
9.	Vliv akce na horizontální témata .....	42
9.1.	Popis kladných a negativních vlivů realizace akce dle jednotlivých aktivit: .....	42
a)	k udržitelnému cestovnímu ruchu .....	42
b)	k naplnění principu rovných příležitostí .....	43
10.	Závěr .....	43

## Úvodní informace

Projektový záměr je zpracován jako povinná příloha k žádosti o podporu v rámci Národního programu rozvoje cestovního ruchu v regionech, podprogramu: „Rozvoj základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu“, dotačního titulu č. 3: „Rozvoj veřejné infrastruktury cestovního ruchu“.

Projektový záměr byl zpracován dle závazné osnovy projektového záměru zveřejněné v dokumentu „Zásady pro žadatele č.j.: MMR-69304/2021-57“ vydaném Ministerstvem pro místní rozvoj ČR, Odborem cestovního ruchu, pro výzvu č. 1/2022/117D72100.

## Základní identifikační údaje

### Žadatel:

#### Destinační agentura České středohoří, o.p.s.

Agentura pro cestovní ruch v destinaci České středohoří a Podřipsko

Obecně prospěšná společnost je zapsána v Rejstříku obecně prospěšných společností vedeném Krajským soudem v Ústí nad Labem, spisová značka O 325.

Adresa: Komenského 748/4, 412 01 Litoměřice

E-mail: info@ceskestredohori.info

Telefon: +420 412 871 140

Datová schránka: m3st44a

IČO: 28750853 | DIČ: CZ28750853

Bankovní spojení Česká spořitelna, a.s., č. účtu: 4371364389/0800

Sídlo: Komenského 748/4, 412 01 Litoměřice

Web: www.stredohori.cz

#### Zakladatelé Destinační agentury České středohoří, o.p.s.

- Ústecký kraj
- Město Litoměřice
- Biskupství litoměřické



Ústecký kraj

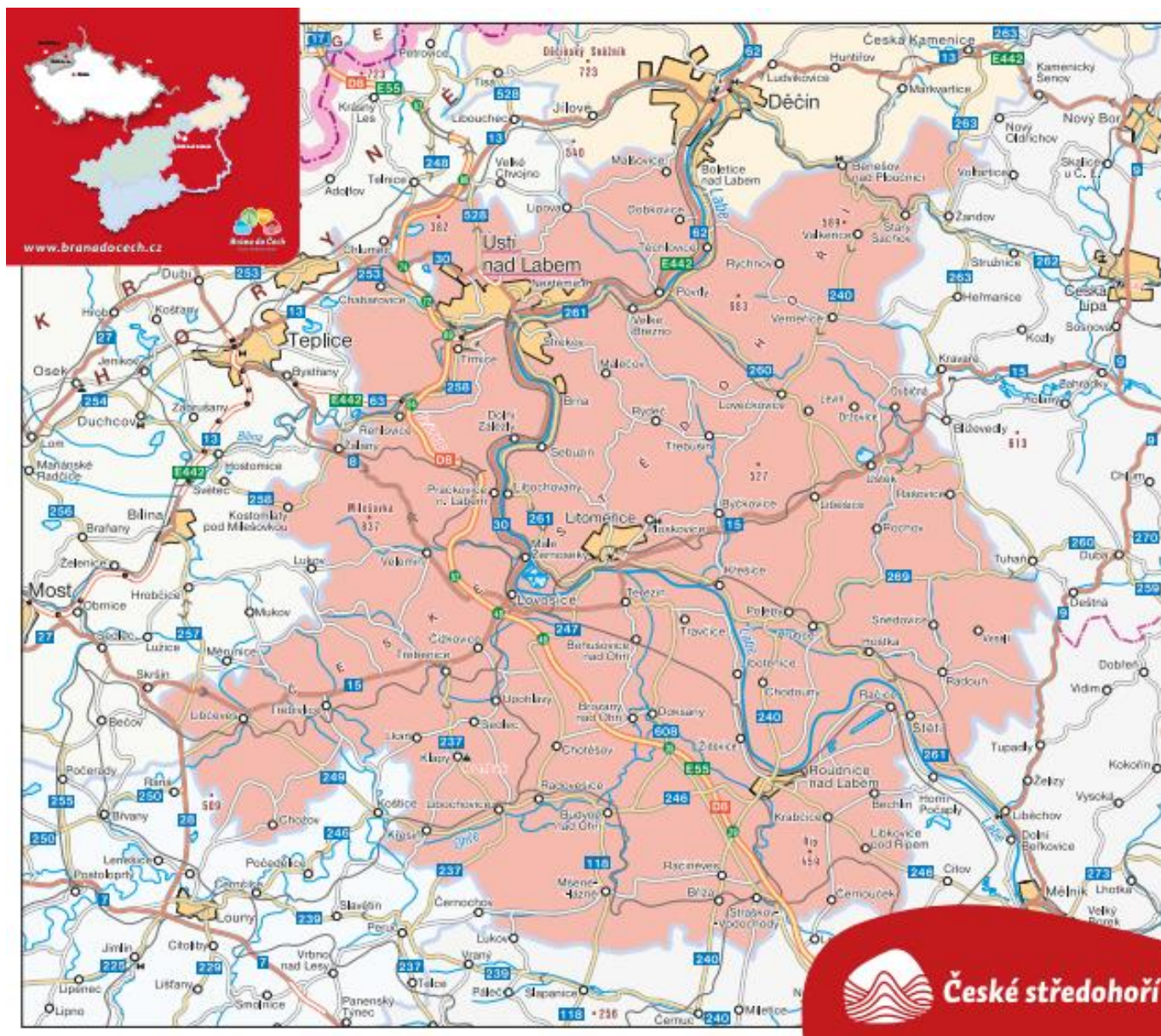
Litoměřice



BISKUPSTVÍ  
LITOMĚŘICKÉ



Obrázek č. 1 - Mapa destinace České středohoří



Destinační agentura je držitelem certifikátu prvního stupně v projektu „Český systém kvality služeb“ pro oblast služeb destinačního managementu. Je také certifikovanou destinační společností Ministerstvem pro místní rozvoj České republiky.

## 1. Vstupní analýza

Základem každého úspěšného projektu je vstupní analýza. Stávající podmínky, potřebnost projektu, zejména ve vztahu k místu a cílové skupině projektu, a jeho provázanost s komplexními strategiemi cestovního ruchu na lokální, krajské i celostátní úrovni jsou základním předpokladem k úspěšné realizaci, a především k udržitelnosti tohoto projektového záměru.

### 1.1. Potřebnost akce, reálnost a cíl akce a očekávaný přínos pro cestovní ruch

V České republice obecně chybí dostatek přesných zdrojů pro průzkum návštěvnosti regionů, komplexní metodika, a především analytický nástroj, ve kterém je možné kombinovat jednotlivé zdroje, tím dosáhnout přesnějších výsledků a porovnávat je s dalšími vlivy – mediální kampaně, meteorologické vlivy, sezónní vlivy, pořádání eventů apod.

**Základním cílem je takový systém vytvořit** – sdružovat veškerá data na jednom místě a umožnit v rámci jednotného rozhraní (přes webový prohlížeč), v uživatelsky přívětivém prostředí, tyto data třídit, porovnávat z různých hledisek a analyzovat.

Systémová platforma na bázi tzv. **smart řešení umožní sběrem dat a jejich vyhodnocením správně nastavit marketingové produkty v destinaci České středohoří zaměřených na podporu poskytovatelů služeb cestovního ruchu v oblasti a zvýšení udržitelné návštěvnosti**. Veškerá získaná data budou zpracována a vyhodnocována v aplikaci Smart destinace České středohoří, dále jen „Aplikace“.

Aplikace zajistí sběr dat ze stacionárních sčítačů a dalších zdrojů dat návštěvnosti, dat o vlivech na návštěvnosti v daných lokalitách destinace, a to včetně dat o marketingových kampaních.

#### Turistické cíle zahrnuté do projektu:

- Jezero Milada
- Hora Milešovka
- Hora Říp
- Město Terezín

**Cílem projektu je vytvořit systém, který bude sdružovat veškerá data o návštěvnosti vybraných turistických cílů na jednom místě a jejich sběr umožní vyhodnotit a správně nastavit marketingové produkty pro další rozvoj cestovního ruchu.**

## Přínosy projektu a jeho využití pro rozvoj cestovního ruchu:

- **Měřením lze ověřovat, zda se daří dosahovat cílů, jako jsou:** zvýšení návštěvnosti – počtu hostů, zvýšení počtu přenocování, prodloužení délky pobytu, zvýšení útraty, zastavení propadu snižování počtu přenocování v lázeňských zařízeních u rezidentů a podpora trvale udržitelného rozvoje. Při monitoringu jednotlivých komunikačních kanálů lze z dat lépe vyvozovat, které posílit, které utlumit a zda vynaložené zdroje mají pozitivní vliv.
- **Data pomohou lépe definovat silné stránky jednotlivých oblastí – kultura, rekreační možnosti, lázeňství, sportovně-rekreační, business (convention) tourism a další.** Umožní lépe podporovat silné a konkurenceschopné (vzhledem k okolí), případně slabší oblasti, ale s velkým nevyužitým potenciálem (unikátnost spojená s menší návštěvností a zájmem turistů).

Za klíčové konkurenční výhody České republiky lze považovat: Prahu a města, kulturní bohatství (České dědictví UNESCO). Dosud neobjevené regiony (gastronomické speciality, regionální produkty), Geografická blízkost, velmi dobrá dopravní dostupnost, Rozsáhlá síť tras a cyklostezek.

- **Informace o pohybu osob, vozidel a intenzitě provozu jsou skvělé podklady pro zlepšení mobility.** Vyhodnocená data mohou pomoci zlepšit dopravní obslužnost MHD, ulevit osobní dopravě ve městě, optimalizovat využití parkovacích míst, posílit poddimenzované, omezit nevyužívané a zavést nové spoje. Dále tím vést ke zlepšení kvality ovzduší a nižší zátěži životního prostředí prachem i hlukem.

V rámci strategického plánování je klíčovou oblastí doprava v klidu, a to parkování v historickém centru, ale také nedostatečná kapacita parkovacích míst na sídlištích. Chybí například přehled o tom, jaké záměry se v oblasti dopravy chystají.

- **Příležitost získat náskok** a tím větší šanci na úspěch – zpráva z roku 2019 uvádí Specifikace požadavků na koncepci „Chytrá Kutná Hora“. Městu též chybí Datová strategie (sběr, ukládání a využití velkých dat) a její pravidelná aktualizace.





## 1.2. Stručný popis současného stavu

V oblasti Českého středohoří neexistuje v současné době systém, který by sbíral a vyhodnocoval údaje týkající se návštěvnosti vybraných turistických cílů a umožnil tak dále pracovat s daty a rozvíjet region v oblasti cestovního ruchu.

**Z hlediska zkvalitňování služeb cestovního ruchu a rozvoje veřejné infrastruktury je potřebné tento systém vytvořit.** Také z ekonomického hlediska dává rovněž smysl motivovat turisty k pobytu v naší destinaci, což vyplývá i z odhadů UNWTO (2018) a WTTC (2018), které uvádějí asi 5 % přímý podíl cestovního ruchu na celosvětovém HDP, při započítání i nepřímých a indukovaných efektů je tento podíl až dvojnásobný. Důkazem důležitosti cestovního ruchu jsou také údaje o útratě zahraničních turistů v České republice za rok 2018, která činí 137,8 miliardy korun, což bylo o 2,1 miliardy více než v roce předchozím.

**Mění se také trendy, co se týče složení zahraničních turistů a je potřeba tyto trendy ověřovat a vhodně na ně reagovat.** Nejvyšší nárůst podle zdrojových zemí je patrný u Ruska (+57,5 %), Itálie (+22,45 %) a Polska (+18,9 %). Naopak propad v návštěvnosti: Německo (-5,1 %), Rakousko (-9,2 %). Zvyšuje se rovněž zájem u členských zemí EU (Rumunsko), potenciálních trhů ze skupiny BRIC: Čína (+46 %), Indie (+107,7 %). Populace v Německu stárne, od roku 2008 počet německých příjezdů do HUZ klesal za rok 2015 o 4,8 %, v roce 2016 již došlo k poklesu menšímu než v předchozím roce (o 3,3 %).



### 1.3. Stanovení místa realizace projektu (kraj)

Místem realizace projektu je Ústecký kraj, resp. 4 konkrétní významné turistické cíle v oblasti Českého středohoří, vymezené činností Destinační agentury České středohoří.

Realizace bude probíhat v těchto vybraných místech:

- Jezero Milada
- Hora Říp
- Hora Milešovka
- Město Terezín

#### Obrázek č. 2 – Hora Milešovka



#### 1.4. Vazba projektu na národní strategické dokumenty pro oblast cestovního ruchu

Projekt vychází z národních strategických dokumentů a jejich dílčích opatření. To je předpoklad k tomu, aby se stal součástí komplexního rozvoje cestovního ruchu, a byl v souladu s obecně sdílenými cíli cestovního ruchu v České republice.

Projekt je v souladu s následujícími národními strategickými dokumenty, resp. s jejich opatřeními:

#### **Strategie rozvoje cestovního ruchu ČR 2021-2030, Ministerstvo pro místní rozvoj**

2.3 Kontinuální rozvoj systému kvality služeb

2.4 Prevence a zmírnění dopadů CR na životní prostředí, přírodu a místní obyvatele

**4.2 Využívání SMART řešení při sdílení dat, informací a příkladů dobré praxe**

#### **Strategie agentury CzechTourism a destinace Česká republika 2021–2025**

##### **Strategický cíl: Digitalizace nabídky cestovního ruchu**

- Využití potenciálu digitalizace pro zefektivnění návštěvnického managementu (Online návštěvnický management)

##### **Strategický cíl: Efektivní destinační management**

- Podpora udržitelných forem cestování – vlaková doprava, MHD, cyklistika, pěší a vodní turistika  
- Propagace zaměřená na prodloužení hlavní sezony

##### **Strategický cíl – Maximalizace návštěvnického zážitku**

- Zvyšování kvality služeb

#### 1.5. Vazba projektu na region, strategické dokumenty a rozvojové priority kraje

Ústecký kraj, který je zároveň jedním ze zakladatelů žadatele, se dlouhodobě věnuje strategickému plánování rozvoje cestovního ruchu v Ústeckém kraji. Vzniká tak pravidelně klíčový dokument „**Strategie rozvoje cestovního ruchu**“, který je v současné době určený do roku 2027.

Dále řeší strategii cestovního ruchu v Ústeckém kraji Regionální stálá konference Ústeckého kraje, a to prostřednictvím plánů rozvoje a akčních plánů.

Projekt je v souladu s následujícími krajskými strategickými dokumenty, resp. s jejich opatřeními:

#### **Strategie rozvoje cestovního ruchu do roku 2027 Ústecký kraj**

B. Nastartování či restartování hospodářského rozvoje a modernizace regionální ekonomiky

D. Zlepšení a modernizace infrastruktury a veřejných služeb, zvláště pak dopravního napojení

## **Regionální stálá konference Ústeckého kraje - Regionální akční plány Strategie regionálního rozvoje ČR 2014 – 2023**

Opatření 1.1: Konkurenceschopnost regionální ekonomiky

Opatření 1.4: Udržitelný cestovní ruch

Opatření 2.4: Kultura, sport a volný čas

Projekt však nevychází jen ze státních a krajských strategií cestovního ruchu. Je provázán i se strategickými dokumenty lokálními. Jsou to strategické dokumenty např. měst, místních akčních skupin nebo svazků obcí:

## **Strategie komunitně vedeného místního rozvoje MAS České středohoří 2021 – 2027**

Opatření P.2.3: Budování marketingových nástrojů, kampaní incomingové turistiky a služeb podporujících návštěvnost

## **Strategický plán rozvoje města Roudnice nad Labem 2016 – 2025 (ORP Roudnice nad Labem)**

Specifický cíl 2.1. Zajistit koordinované řízení rozvoje cestovního ruchu

Specifický cíl 2.2. Zvýšit kvalitu a rozšířit infrastrukturu a produkty cestovního ruchu



## 2. Komplexnost řešení akce

Předmětem investičního záměru je vybudovat síť sčítačů a vytvořit softwarové prostředí – aplikaci zajišťující sběr dat, jejich analýzu, a následnou prezentaci a vyhodnocování.

Cílem je získání obrazu o skutečné návštěvnosti, vlivech na návštěvnost, vlivu kampaní, možnost doplnění závěrečných zpráv a hodnocení a výstupů pro změny v aktivitách DMO a partnerů projektu.

**Díky získaným a vyhodnoceným datům lze lépe plánovat další investiční a infrastrukturní akce v těchto oblastech.**

**V případě kladných výstupů tohoto projektu je v plánu rozšířit systém smart destinace na celý Ústecký kraj.**

Pro pilotní projekt umístění sčítačů a sběru dat byly vybrány následující atraktivní cíle a do realizace projektu budou u každého z nich zapojeni relevantní partneři:

### 1) Jezero Milada

Partner projektu: **Palivový kombinát Ústí, státní podnik**

- jedná se o nově se rozvíjející rekreační lokalitu nedaleko krajského města Ústí nad Labem
- umístěním sčítačů bude zajištěno sledování počtu návštěvníků přes všechny veřejné přístupové trasy
- zároveň bude umístěno meteorologické čidlo jako důležitý vstup dat pro zdůvodnění výkyvů návštěvnosti
- partner zajistí dodání dat o změnách v provozu a službách v lokalitě jako důležitý vstup dat pro zdůvodnění změny návštěvnosti; zároveň dodá data o svých marketingových aktivitách ve vztahu k lokalitě
- partner využije výstupy z Aplikace pro koordinaci a plánování dalšího rozvoje lokality, včetně nabídky služeb a pro své marketingové aktivity ve vztahu k lokalitě a jejich koordinaci s DMO

### 2) Hora Milešovka

Partner projektu: **Obec Velemín**

- jedná se o velmi využívanou turistickou lokalitu a hlavní cíl oblasti CHKO České středohoří
- umístěním sčítačů bude zajištěno sledování počtu návštěvníků přes všechny veřejné přístupové trasy
- získaná data budou v Aplikaci porovnávána s dříve získanými daty AOPK ČR a dále s daty získanými provozovatelem Chaty Milešovka a vrcholové rozhledny
- z veřejného placeného zdroje bude do Aplikace načítána data z meteorologické observatoře v místě jako důležitý vstup dat pro zdůvodnění výkyvů návštěvnosti

- získána data budou porovnána také s daty z vyhrazeného parkoviště pro návštěvníky v místě Bílka
- data budou doplněna o data přepravených osob dopravci integrovanými v systému Dopravy Ústeckého kraje do zastávek nástupních tras do lokality s vyloučením dat běžně cestující veřejnosti
- partner zajistí dodání dat o změnách v provozu a službách v lokalitě jako důležitý vstup dat pro zdůvodnění změny návštěvnosti; zároveň dodá data o svých marketingových aktivitách ve vztahu k lokalitě
- partner využije výstupy z Aplikace pro koordinaci a plánování dalšího rozvoje lokality, včetně nabídky služeb a pro své marketingové aktivity ve vztahu k lokalitě a jejich koordinaci s DMO

### 3) Město Terezín

Partner projektu: **Terezín – město změny, zájmové sdružení právnických osob**

- jedná se využívanou turistickou lokalitu, která se v posledních letech snaží posunout od tématu holokaustu k tématu barokní pevnosti z Josefské doby a historii této městské pevnosti jako takové; v posledních letech došlo ke značným veřejným investicím vedoucí k rozšíření nabídky turistických atraktivit pevnosti včetně infocentra a podzemních chodeb
- umístěním sčítačů bude zajištěno sledování počtu návštěvníků přes všechny veřejné přístupové trasy
- získaná data budou v Aplikaci porovnáována s dříve a průběžně získanými daty státní příspěvkové organizace Památník Terezín, která na území města Terezína zajišťuje projekt několika objektů včetně Malé Pevnosti a Muzea Ghetta.
- zároveň budou získaná data porovnáována průběžně získanými daty o využití místních služeb v turismu – místní hotely a gastro segment
- získána data budou porovnána také s daty ze dvou vyhrazených parkovišť pro návštěvníky, a to v místě infocentra a v místě Malé Pevnosti včetně o údaje dle typu vozidla – autokar, autobus, osobní automobil, obytný automobil
- data budou doplněna o data přepravených osob dopravci integrovanými v systému Dopravy Ústeckého kraje do zastávek v lokalitě s vyloučením dat běžně cestující veřejnosti
- z veřejného placeného zdroje bude do Aplikace načítána meteorologická data z nedaleké meteorologické observatoře Doksany jako důležitý vstup dat pro zdůvodnění výkyvů návštěvnosti
- partner zajistí dodání dat o změnách v provozu a službách a četných kulturně-společenských akcí v lokalitě jako důležitý vstup dat pro zdůvodnění změny návštěvnosti; zároveň dodá data o svých marketingových aktivitách ve vztahu k lokalitě
- partner využije výstupy z Aplikace pro koordinaci a plánování dalšího rozvoje lokality, včetně nabídky služeb a pro své marketingové aktivity ve vztahu k lokalitě a jejich koordinaci s DMO

#### 4) Hora Říp

Partner projektu: **Říp, o.p.s.**

- jedná se o velmi využívanou turistickou lokalitu a hlavní cíl destinace mimo oblast CHKO České středohoří
- **umístěním sčítačů bude zajištěno sledování počtu návštěvníků přes všechny veřejné přístupové trasy**; důležitý je též údaj o počtu cyklistů
- zároveň bude umístěno meteorologické čidlo jako důležitý vstup dat pro zdůvodnění výkyvů návštěvnosti
- získaná data budou v Aplikaci porovnávána s dříve získanými daty partnera a dále s daty získanými provozovatelem Chaty Říp a od římsko-katolické farnosti Roudnice nad Labem – provozovatele Rotundy sv. Vojtěcha a Jiří
- získána data budou porovnána také s daty ze vyhrazeného parkoviště pro návštěvníky v místě Rovné a chystaného parkoviště Ctiněves
- dále budou získána data porovnána s návštěvností dalších poskytovatelů gastro služeb v lokalitě na využívaných přístupových trasách, zejména Minipivovar Ctiněves, Štípárna Vesce, stánkové prodeje v aleji od Rovného a také od provozovatele služeb – Podřipsko koloběžky z úpatí hory a Podřipský betlém a Dílna lidových tradic Bechlín
- data budou doplněna o data přepravených osob dopravci integrovanými v systému Dopravy Ústeckého kraje do zastávek nástupních tras do lokality (Krabčice, Rovné, Ctiněves – i vlak, Mnetěš – i vlak, Vražkov – i vlak) s vyloučením dat běžně cestující veřejnosti
- data budou porovnána s daty z Informačního a dopravního centra Podřipska v Roudnici nad Labem, které slouží jako hlavní bod pro cestující veřejnost
- partner zajistí dodání dat o změnách v provozu a službách a četných kulturně-spoolečenských akcí v lokalitě jako důležitý vstup dat pro zdůvodnění změny návštěvnosti; zároveň dodá data o svých marketingových aktivitách ve vztahu k lokalitě
- partner využije výstupy z Aplikace pro koordinaci a plánování dalšího rozvoje lokality, včetně nabídky služeb a pro své marketingové aktivity ve vztahu k lokalitě a jejich koordinaci s DMO



## 2.1. Popis plánovaných a realizovaných aktivit, zdůvodnění, konkrétní rozpis jednotlivých marketingových aktivit

Celá obsahová část projektu je rozdělena na 2 aktivity, které jsou věcně a časově provázané. Jedná se o tyto aktivity:

### Aktivita č. 1: Vybudování sítě sčítačů

**Termín realizace: srpen – prosinec 2022**

V rámci aktivity č. 1 dojde k vybudování sítě sčítačů ve čtyřech turisticky atraktivních lokalitách.

#### 1. Pyrotechnické sčítače - 14 ks

Sčítače umístované žadatelem jsou na bázi pohybového (PIR) čidla, data jsou předávána přes samostatný rádio modul, který komunikuje se senzory v lokalitě a dále předává data Aplikaci přes IoT. Vybrané lokality jsou doplněny o malou meteorologickou stanicí provázanou s komunikačním čidlem.

Základní požadavky pohybových senzorů:

- PYRO BOX – tepelný senzor: Základem sčítače PYRO BOX je pasivní infračervený (tepelný) senzor, který zaznamenává tepelné záření procházejících i projíždějících osob. Pro detekci průchodu člověka využívá senzor PYRO kombinaci pasivní infračervené pyroelektrické technologie a vysoce přesných čoček, které zaznamenají skokovou změnu teploty již od 1°C. V důsledku jeho vysoké citlivosti může senzor zaznamenat průchod dvou lidí již při minimálním odstupu mezi nimi.

- i. Teplotní senzor
- ii. Detekce směru pohybu
- iii. Dosah až 15 m
- iv. Odolný proti prachu a vlhkosti (IP 66)
- v. Přenos dat v hodinových nebo 15 minutových intervalech
- vi. Velikost maximálně š/v/h 20 x 50 x 30

#### 2. Pyroelektrický sčítač + meteo senzor – 4 ks

Jde o pyrotechnický sčítač, doplněný o meteosenzor v následující konfiguraci:

zajišťují sběr dat o teplotě vzduchu, síle větru a množství srážek, komunikující s rádio modulem přes rozhraní RS-485.

- i. Odolný proti prachu a vlhkosti (IP 66)
- ii. Přenos dat v hodinových nebo 15 minutových intervalech
- iii. Velikost maximálně š/v/h 30 x 50 x 30

### 3. Komunikační modul

Komunikace s moduly senzorů a přenos dat prostřednictvím IoT (Internet věcí) do komunikačního rozhraní Aplikace

- i. Odolný proti prachu a vlhkosti (IP 66)
- ii. zabezpečený přenos dat alespoň v hodinových intervalech
- iii. Velikost maximálně š/v/h 30 x 50 x 30
- iv. Provoz na baterii minimálně rok
- v. Možnost zálohování dat pro offline provoz

### 4. Instalace sčítačů

Stavební část aktivity zaměřené na umístění sčítačů, meteosčítačů a komunikačních modulů do konkrétních lokalit.

#### Rozdělení sčítačů dle vybraných turistických cílů:

##### 1) Jezero Milada

Počet pyrotechnických sčítačů: 5

Počet pyrotechnických sčítačů + meteo senzor: 1

Počet komunikačních modulů: 2

#### Obrázek č. 3 - Znázornění umístění sčítačů, Jezero Milada



## 2) Hora Milešovka

Počet pyrotechnických sčítačů: 2

Počet pyrotechnických sčítačů + meteo senzor: 1

Počet komunikačních modulů: 1

**Obrázek č. 4 - Znázornění umístění sčítačů, Hora Milešovka**





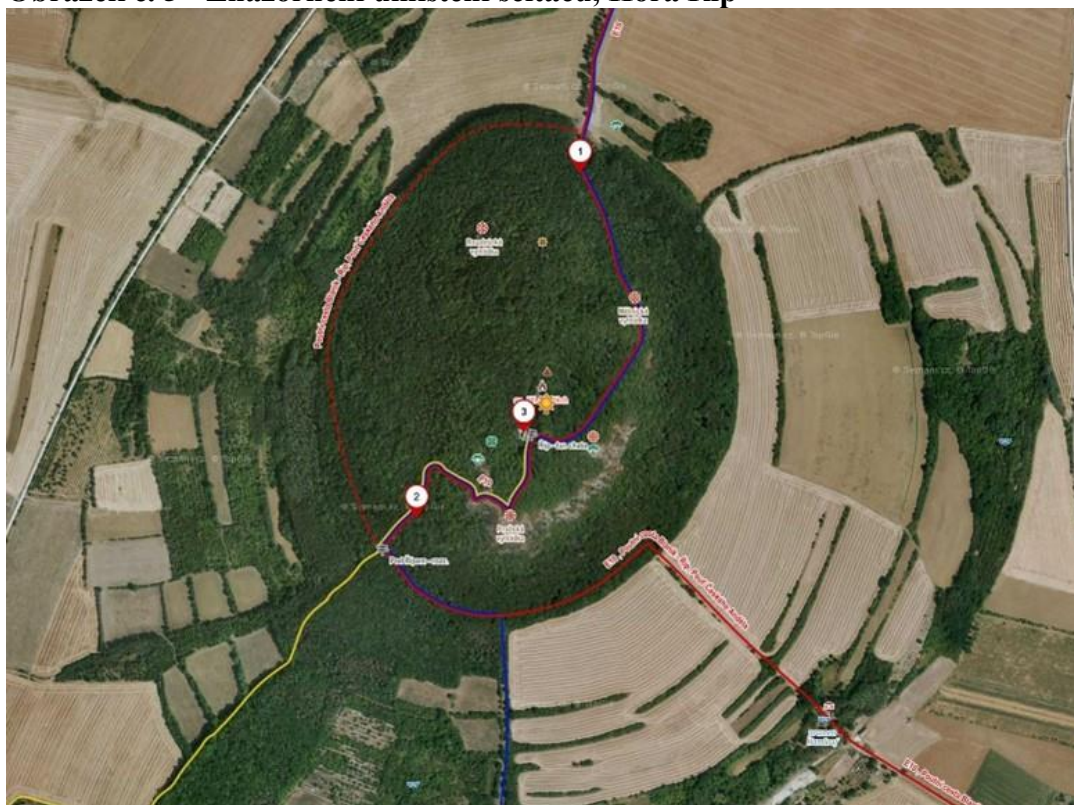
### 3) Hora Říp

Počet pyrotechnických sčítačů: 2

Počet pyrotechnických sčítačů + meteo senzor: 1

Počet komunikačních modulů: 1

**Obrázek č. 5 - Znázornění umístění sčítačů, Hora Říp**



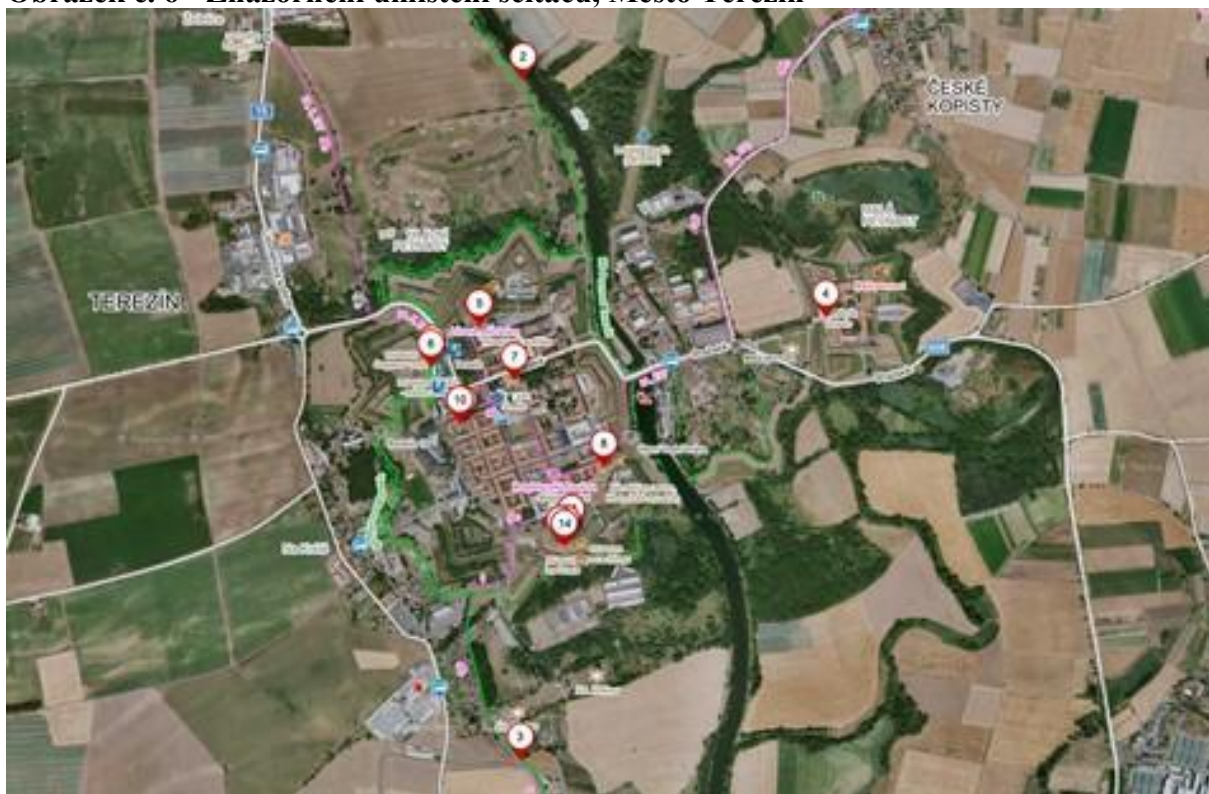
#### 4) Město Terezín

Počet pyrotechnických sčítačů: 5

Počet pyrotechnických sčítačů + meteo senzor: 1

Počet komunikačních modulů: 1

**Obrázek č. 6 - Znáznornění umístění sčítačů, Město Terezín**



## Aktivita č. 2: Tvorba softwarového prostředí

**Termín realizace: listopad 2022 – červenec 2023**

**V této aktivitě bude vytvořena aplikace zajišťující sběr dat, jejich analýzu, a následnou prezentaci a vyhodnocování. Díky vyhodnoceným datům bude možné správně nastavit marketingové produkty pro další rozvoj cestovního ruchu.**

Aktivita je rozdělná na následující 4 části:

### 1. Automatizované zpracování načtených dat

Nad surovými daty uloženými v databázi provede modul validaci, další zpracování dat přímo v databázi a jejich úpravu tak, aby bylo možné data dále vyhodnocovat v aplikaci.

Funkcí samostatného modulu pro zpracování dat (odděleného od modulu na příjem dat) je zejména zajištění stability přijímání dat a možnost snazšího škálování / navyšování počtu měřících modulů. Eliminují se tím případné výpadky v přijímání dat způsobené vytížením serveru během zpracovávání dat z jiných zdrojů. Zpracování může pak probíhat v časech nízkého vytížení, např. v nočních hodinách. Dále pak možnost snazších úprav v budoucnu, pokud vznikne požadavek na vypracování nových typů statistik nebo jiného pohledu na data, tak to vyřeší úprava tohoto modulu bez potřeby zásahu do přijímání dat.

Klíčovým výstupem jsou čistá data uložená a indexována v databázi tak, aby byla dále využitelná.

### 2. Komunikační rozhraní

Rozhraní zajišťuje komunikaci s moduly v terénu. Načítá data ze zařízení, kontroluje jejich úplný přenos, validitu a ukládání na server. Zároveň vytváří chybník, umožňuje tzv. vyžádanou komunikaci s prvky v terénu a kontrolu spojení a funkčnosti jednotlivých prvků.

V případě nedostupnosti měřících modulů umožní rozhraní zasílat notifikace na maily a sms určeným pracovníkům projektu pro zajištění servisního zásahu a minimalizaci výpadku v předávaných datech.

Klíčovým výstupem je bezchybný přenos všech dat ze všech zařízení na server a zajištěná obousměrná komunikace.

### 3. Rozhraní pro načtení dat

Rozhraní zajišťuje práci s daty, které předalo na server Komunikační rozhraní. Data jsou v různé datové struktuře, jsou přenesena v souborech, je třeba je zapsat do databáze. Rozhraní provede jejich parsování a načtení do databáze serveru v předem definované struktuře.

Zároveň zajišťuje načtení dalších dat z digitálních zdrojů (například statistiky on-line kampaní apod.) z předem definovaných zdrojů. Klíčovým výstupem je zpracování dat do validních formátů a jejich uložení přímo do vstupní databáze pro další zpracování.



#### 4. Rozhraní pro ruční doplnění automatických dat

Webové rozhraní umožní vybraným uživatelům prostřednictvím předem definovaných vstupních formulářů vložit do databáze další data, které se nezískávají automatizovaně. Jedná se zejména o data partnerů.

Klíčovým výstupem je získání dalších dat nutných pro naplnění cílů projektu.

#### 5. Aplikace pro výpočet a vyhodnocení výstupů

Veškerá data uložená v databázi je třeba vyhodnotit pro formu výstupů projektu. Výpočtová aplikace zpracuje data dle předem definovaných výpočetních vzorců a uloží je do samostatné databáze, která je následně využívána prezentační částí aplikace.

Výpočty spočívají zejména ve vyhodnocení návštěvnosti v čase, propojení těchto výstupů z dalšími datovými vstupy (meteo, kampaně, další zdroje zejména provozních informací z lokalit).

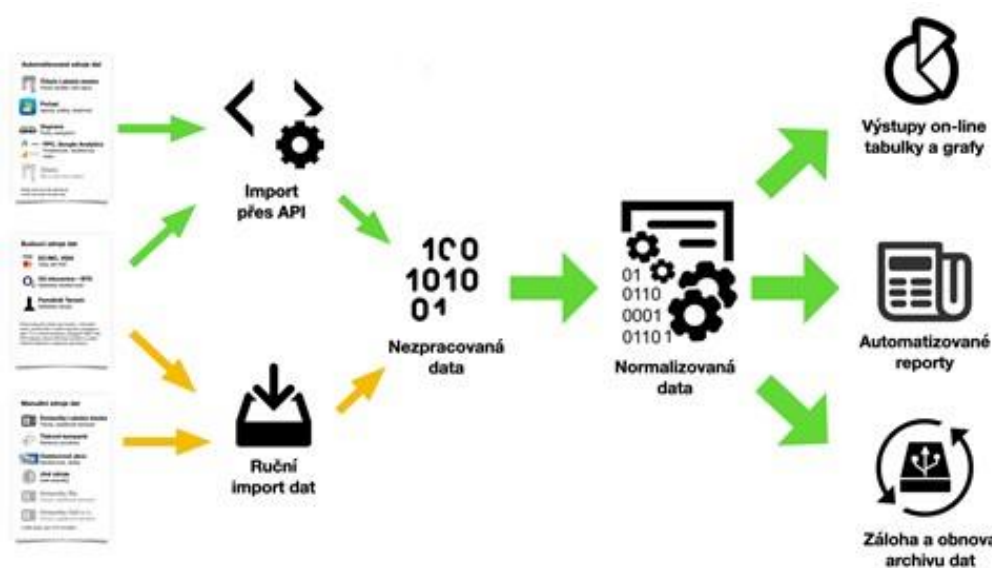
Klíčovým výstupem jsou strukturovaná vypočtená a prokombinovaná data určená pro prezentační část.

#### 6. Rozhraní pro správu dat a jejich bezpečnost

Aplikace jako celek disponuje webovým rozhráním, které umožňuje přístup k datům a výstupům. Rozhraní pro správu dat umožňuje nastavení práv k přístupu k datům ve všech výše uvedených částech aplikace, umožňuje definovat jejich omezení a rozsah přístupových práv k prezentační části.

Klíčovým výstupem jsou definovaná práva pro uživatele a jejich samotný přístup k Aplikaci a datům.

#### Obrázek č. 7 - Schéma přenosu a zpracování dat





## 7. Prezentační část aplikace

Z pohledu uživatelů a cílů Projektu klíčová část aplikace, která umožňuje zobrazení získaných dat ve formě výstupů (dash boardy, grafy apod.) a jejich exportů do dalších datových nebo zobrazovacích a prezentačních formátů. Umožňuje vykreslování dat do předem definovaných prezentačních výstupů ve webové aplikaci, jejich třídění a filtrování, doplňování uživatelských poznámek a komentářů k výstupům a jejich zdůvodnění.

Klíčovým výstupem je získání obrazu o skutečné návštěvnosti, vlivech na návštěvnost, vlivu kampaní, možnost doplnění závěrečných zpráv a hodnocení a výstupů pro změny v aktivitách DMO a partnerů projektu.

### Obrázek č. 8 - Příklady výstupů z prezentační části



## 8. Marketing projektu:

V každém vybraném turistickém cíli, který je součástí projektu a na němž budou instalovány sčítače, bude umístěna informační tabule. Celkem tedy budou vytvořeny 4 informační tabule, které budou návštěvníky destinace informovat o záměru projektu, cílech projektu, realizátorovi projektu, partnerech projektu, o financování projektu a o podpoře projektu z dotačního titulu MMR.

Dále bude vytvořena microsite k webovému portálu [www.stredohori.cz](http://www.stredohori.cz), vytvořena reklama na sociálních sítích a spuštěna PCC kampaň.

### 2.2. Provázanosti jednotlivých aktivit

Jednotlivé aktivity projektu na sebe logicky navazují tak, aby byla zajištěna plynulá a efektivní realizace celého projektu.

Projekt je tvořen **dvěma jednotlivými aktivitami**, které na sebe navazují jak obsahově, tak časově a tím tvoří ucelený projekt.

**Marketing projektu je stanoven jako závěrečná aktivita projektu a je zahrnut v rámci aktivity č. 2.** Budou instalovány 4 informační tabule, vytvořena k microsite k webovému portálu [www.stredohori.cz](http://www.stredohori.cz), vytvořena reklama na sociálních sítích a spuštěna PPC kampaň.

Téma projektu je ucelené – jsou vybrány **významné turistické cíle, kde dojde k instalaci sčítačů návštěvnosti** a vytvoření softwarů pro sběr, analýzu a vyhodnocování dat, které mají za cíl získat data o skutečné návštěvnosti, vlivech na návštěvnost, vlivu kampaní, možnost doplnění závěrečných zpráv a hodnocení a výstupů pro změny v aktivitách DMO a partnerů projektu. **Projekt má za cíl další rozvoj turistického ruchu v regionu.**

### 2.3. Komplexnost realizované akce

Komplexnost projektu je zajištěna **dostatečně širokou cílovou skupinou.**

**Cílem projektu je vytvořit systém, který bude sdružovat veškerá data o návštěvnosti vybraných turistických cílů na jednom místě a jejich sběr umožní vyhodnotit a správně nastavit marketingové produkty pro další rozvoj cestovního ruchu pro všechny cílové skupiny návštěvníků.**

V rámci projektu dojde k rozvoji potenciálu turistické destinace České středohoří, a to díky sběru dat návštěvnosti vybraných turistických cílů. Data budou využita pro rozvoj destinace, služeb v oblasti cestovního ruchu ve spolupráci s ostatními subjekty.

**Data o návštěvnosti budou určeny partnerům projektu a dalším subjektům poskytující služby pro veřejnost v určených oblastech. Sloužit jim budou k rozvoji a zkvalitňování služeb a k optimalizaci nákladů a dalším investičním záměrům.**

#### **Přínosy měření a zjištěných skutečností:**

**Měřením lze ověřovat, zda se daří dosahovat cílů, jako jsou:** zvýšení návštěvnosti – počtu hostů, zvýšení počtu přenocování, prodloužení délky pobytu, zvýšení útraty, zastavení propadu snižování počtu přenocování v lázeňských zařízeních u rezidentů a podpora trvale udržitelného rozvoje. Při monitoringu jednotlivých komunikačních kanálů lze z dat lépe vyvozovat, které posílit, které utlumit a zda vynaložené zdroje mají pozitivní vliv.

**Data pomohou lépe definovat silné stránky jednotlivých oblastí – kultura, rekreační možnosti, lázeňství, sportovně-rekreační, business (convention) tourism a další.** Umožní lépe podporovat silné a konkurenceschopné (vzhledem k okolí), případně slabší, ale s velkým nevyužitým potenciálem (unikátnost spojená s menší návštěvností a zájmem turistů). Za klíčové konkurenční výhody České republiky lze považovat: Prahu a města, kulturní bohatství (České dědictví UNESCO). Dosud neobjevené regiony (gastronomické speciality, regionální produkty), Geografická blízkost, velmi dobrá dopravní dostupnost, Rozsáhlá síť tras a cyklostezek.

**Informace o pohybu osob, vozidel a intenzitě provozu jsou skvělé podklady pro zlepšení mobility.** Vyhodnocená data mohou pomoci zlepšit dopravní obslužnost MHD, ulevit osobní dopravě ve městě, optimalizovat využití parkovacích míst, posílit poddimenzované, omezit nevyužívané a zavést nové spoje. Dále tím vést ke zlepšení kvality ovzduší a nižší zátěži životního prostředí prachem i hlukem. V rámci strategického plánování je klíčovou oblastí doprava v klidu, a to parkování v historickém centru, ale také nedostatečná kapacita parkovacích míst na sídlišťích, chybí například přehled o tom, jaké záměry se v oblasti dopravy chystají.

Projekt je v souladu se strategickými dokumenty Ústeckého kraje. Projektový záměr byl konzultován se širokou škálou spolupracujících subjektů.

#### **2.4. Udržitelnost výsledku akce (popis udržitelnosti, rozsahu udržitelných aktivit a zdrojů na zajištění udržitelnosti)**

**Jelikož je celý projekt investičního charakteru a je budován v úzké spolupráci s dalšími partnery (obec Velemín, Říp, o.p.s, Terezín, Palivový Kombinát Ústí nad Labem) je jeho udržitelnost zajištěna nejen pro období požadované poskytovatelem dotace**

Samotná realizace projektu je naplánovaná na období **srpen 2022 až červenec 2023**. Časový plán realizace projektu je stanoven s ohledem na přípravu instalace sčítačů a následných akcí. Časový plán je relevantní pro práce, které jsou pro celou výstavbu nutné. Součástí plánu je pilotní ozkoušení celého procesu. Červenec je obdobím, kdy dojde ke spuštění ostré

verze.

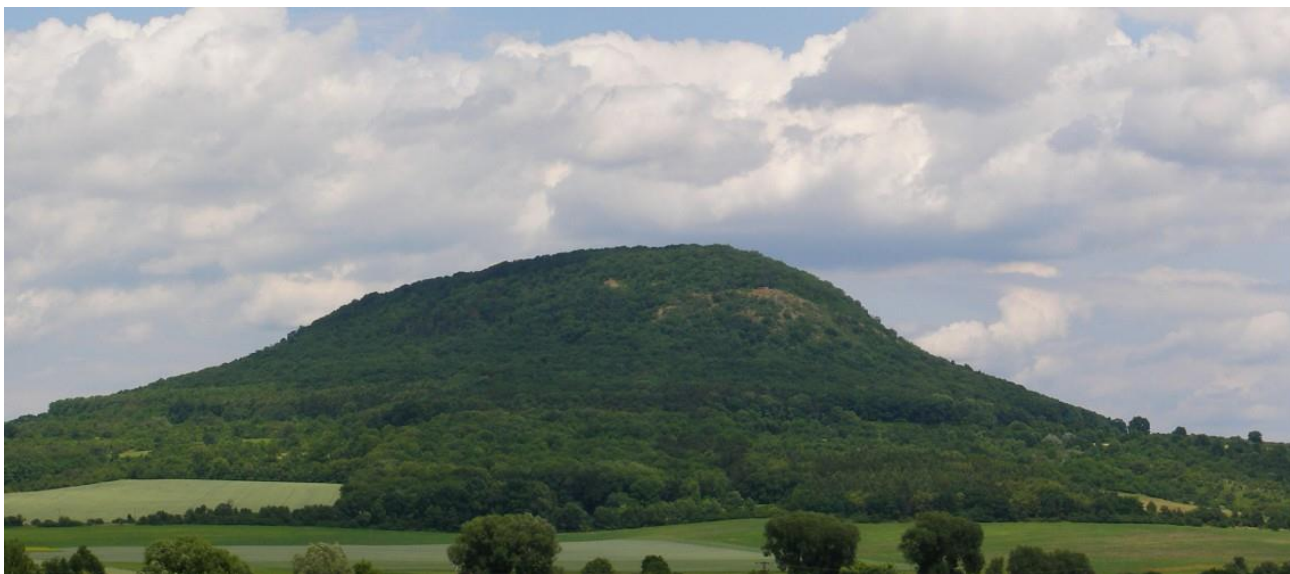
Druhým aspektem plánování realizace z hlediska času jsou podmínky poskytovatele dotace (financování projektu). Realizační fáze projektu by však měla pouze nastartovat následný rozvoj akce a soustavu dalších aktivit. **Jedná se o pilotní projekt, který má za cíl rozšíření SMART systému do dalších destinací, což je i jedním z cílů strategického plánování v rámci Ústeckého kraje.**

Po samotném uskutečnění projektu bude následovat fáze tzv. **udržitelnosti projektu, a to mezi lety 2023 a 2026** včetně. Během období dlouhého tři kalendářní roky bude Destinační agentura České středohoří, o.p.s. provádět další sběr a analýzu dat a budou prezentovány první výstupy projektu a doporučení pro marketingové aktivity s cílem zajistit další rozvoj destinace. Zároveň bude navazovat na krajskou strategii a dojde k rozšíření systému do dalších destinací. Jedná se tedy o kontinuální projekt s důležitým dlouhodobým dopadem pro rozvoj celé oblasti.

Finanční zdroje pro udržitelnost projektu v letech 2023-2026 budou zajištěny Destinační agenturou České středohoří, o.p.s., která je **etablovanou organizací a je pravidelně finančně podporována** a zajišťována svými zřizovateli (Ústecký kraj, Město Litoměřice, Biskupství litoměřické) a partnery projektu dle jednotlivých turistických cílů (Obec Velemín, Terezín, Palivový kombinát Ústí nad Labem, Říp, o.p.s.).

**V následujících letech se počítá s vyhodnocením projektu a jeho rozšířením na území celého Ústeckého kraje.**

Obrázek č. 9 - Hora Říp





## 2.5. Harmonogram akce a jednotlivých aktivit

### Časový harmonogram aktivity č. 1 Vybudování sítě sčítačů

- srpen – prosinec 2022 – Vybudování sítě sčítačů ve čtyřech turisticky atraktivních lokalitách.

### Časový harmonogram aktivity č. 2 Tvorba softwarového prostředí

- listopad 2022 – červenec 2023 - Vytvoření aplikace zajišťující sběr dat, jejich analýzu, a následnou prezentaci a vyhodnocování.

	08/22	09/22	10/22	11/22	12/22	01/23	02/23	03/23	04/23	05/23	06/23	07/23
Aktivita č. 1												
Aktivita č. 2												

## 2.6. Stručný marketingový mix akce

### • Produkt

Produktem je vybudování systému sběru dat návštěvnosti pro vybrané turisticky atraktivní cíle – Jezero Milada, Hora Říp, Hora Milešovka a město Terezín.

Prostřednictvím vybudování sítě sčítačů a vytvořením softwarové aplikace zajišťující sběr dat a jejich analýzu, a následnou prezentaci a vyhodnocování, bude možné správně nastavit marketingové produkty v destinaci České středohoří zaměřených na podporu poskytovatelů služeb cestovního ruchu v oblasti a zvýšení udržitelné návštěvnosti.

### • Distribuce

Distribuce produktu – sčítače budou umístěny ve vybraných turistických cílech

- Jezero Milada
- Hora Říp
- Hora Milešovka
- Město Terezín

- **Cena** – výstupy z analýzy dat budou poskytovány zdarma

### • Cílové skupiny

Primárními cílovými skupinami projektu jsou zejména **návštěvníci a turisté**. Mezi návštěvníky a turisty řadíme také dílčí **cílové skupiny - rodiny s dětmi, aktivní senioři a lidé s postižením**.

- **Propagace**

Propagace bude spočívat především v informovanosti veřejnosti o monitoringu včetně prezentace realizátorů, partnerů a způsobu financování. Nástroji pro propagaci budou:

- Informační tabule: 4 ks
- Microsite: 1 (pro webový portál [www.stredohori.cz](http://www.stredohori.cz))
- Reklama na sociálních sítích: 1
- PPC kampaň: 1

- **Místo realizace**

Místem realizace projektu jsou 4 turisticky atraktivní lokality, které jsou součástí destinace České středohoří: Jezero Milada, Hora Říp, Hora Milešovka, město Terezín.

- **Lidé**

Destinační agentura České středohoří, o.p.s. má pro projekt „Smart destinace – pilotní projekt České středohoří“ připravený zkušený tým pracovníků. **Lidé pracující v agentuře mají řadu zkušeností s projekty** (např. projektem Marketingová podpora poskytovatelů služeb cestovního ruchu na významných vodních cestách v Ústeckém a Středočeském kraji realizovaný v roce 2019 a 2020) a kampaněmi, jako byla v nedávné minulosti např. kampaň „Okruh církevní památky“ v Litoměřicích. Dále jsou pracovníci proškolení a účastní se řady seminářů a konferencí.

Pro externí spolupráci na projektu budou vybíráni zkušení a prověřeni dodatelé, čímž bude zajištěna vysoká kvalita práce a výsledného produktu. Do realizace projektu budou významnou měrou zapojeni také partneři projektu dle jednotlivých turistických cílů.

- **Balíčky služeb**

V rámci projektu bude vytvořeny následující „balíčky služeb“

- na základě sběru dat vznikne komplexní balíček informací o návštěvnosti dané lokality, kde kromě prostých dat ze sčítačů budou zahrnuty i další data vkládaná do systému. Tento ucelený balíček informací bude k dispozici pro všechny lokality (Jezero Milada, Hora Říp, Hora Milešovka, město Terezín).

- **Tvorba programů**

Díky analýze získaných dat je lépe možné zacílit marketingové a investiční nástroje pro další rozvoj oblastí cestovního ruchu.

- **Partnerství a spolupráce**

Již při vzniku samotného nápadu vycházel žadatel z každodenního kontaktu s širokou sítí spolupracujících subjektů, se kterými má dobrou zkušenost s realizací celé řady projektů v oblasti cestovního ruchu. I pro tento záměr zvolil žadatel takové partnery, kteří mohou účelně přispět ke zdárné realizaci akce, ať už v její realizační fázi nebo ve fázi udržitelnosti projektu. S každým z partnerů byla před podáním žádosti uzavřena dohoda o spolupráci na projektu. Tyto dohody jsou součástí příloh projektu.

**Partnery projektu jsou:**

- Obec Velemín
- Říp, o.p.s.
- Terezín – město změny, zájmové sdružení právnických osob
- Palivový kombinát Ústí nad Labem

### 3. Multiplikační efekty akce

Cestovní ruch představuje v moderním světě důležitou součást národních ekonomik. Pojí se s řadou hospodářských odvětví, významný je zejména díky kumulovanému rozvojovému potenciálu, tzv. multiplikačním efektům.

Cestovní ruch byl vždy označován za „odvětví budoucnosti“. Před pandemií koronaviru přinesl české ekonomice více než 300 miliard korun. Zároveň tvořil 2,9 % hrubého domácího produktu a zaměstnával 240 tisíc osob. Cílem je znovu tento trend nastartovat a zároveň rozvíjet a zkvalitňovat poskytování služeb v oblasti cestovního ruchu.

Cestovní ruch je jedním z největších „absorbérů“ krize primárních a sekundárních sektorů. Do cestovního ruchu se tak mohli přesunout lidi z problematických odvětví.

#### 3.1. Cíle a přínosy akce

**Hlavním cílem projektu je vytvořit systém, který bude sdružovat veškerá data na jednom místě a umožnit v rámci jednotného rozhraní (přes webový prohlížeč), v uživatelsky přívětivém prostředí, tyto data třídít, porovnávat z různých hledisek a analyzovat.**

**Systémová platforma na bázi tzv. SMART řešení umožní sběrem dat a jejich vyhodnocením správně nastavit marketingové produkty v destinaci České středohoří zaměřených na podporu poskytovatelů služeb cestovního ruchu v oblasti a zvýšení udržitelné návštěvnosti.**

### Měřením lze ověřovat, zda se daří dosahovat cílů, jako jsou:

- zvýšení návštěvnosti – počtu hostů
- zvýšení počtu přenocování
- prodloužení délky pobytu
- zvýšení útraty
- zastavení propadu snižování počtu přenocování v lázeňských zařízeních u rezidentů
- podpora trvale udržitelného rozvoje

**Při monitoringu jednotlivých komunikačních kanálů lze z dat lépe vyvozovat, které posílit, které utlumit a zda vynaložené zdroje mají pozitivní vliv.**

**Data pomohou lépe definovat silné stránky jednotlivých oblastí – kultura, rekreační možnosti, lázeňství, sportovně-rekreační, business (convention) tourism a další.** Umožní lépe podporovat silné a konkurenceschopné (vzhledem k okolí), případně slabší, ale s velkým nevyužitým potenciálem (unikátnost spojená s menší návštěvností a zájmem turistů). Za klíčové konkurenční výhody České republiky lze považovat: Prahu a města, kulturní bohatství (České dědictví UNESCO). Dosud neobjevené regiony (gastronomické speciality, regionální produkty), Geografická blízkost, velmi dobrá dopravní dostupnost, Rozsáhlá síť tras a cyklostezek.

**Informace o pohybu osob, vozidel a intenzitě provozu jsou skvělé podklady pro zlepšení mobility.** Vyhodnocená data mohou pomoci zlepšit dopravní obslužnost MHD, ulevit osobní dopravě ve městě, optimalizovat využití parkovacích míst, posílit poddimenzované, omezit nevyužívané a zavést nové spoje. Dále tím vést ke zlepšení kvality ovzduší a nižší zátěži životního prostředí prachem i hlukem. V rámci strategického plánování je klíčovou oblastí doprava v klidu, a to parkování v historickém centru, ale také nedostatečná kapacita parkovacích míst na sídlištích.

### 3.2. Přínosy akce na vytvoření, resp. udržení stálého pracovního místa

Akce má nepřímý vliv na pracovní trh. **Jedním z těchto vlivů může být právě na základě zjištěných trendů návštěvnosti vznik nebo rozšíření služeb pro turisty a tím může dojít ke vzniku nových pracovních míst.**

Další nepřímý dopad bude mít realizace projektu na **přidružené služby cestovního ruchu** (stravovací, ubytovací služby apod.).



### 3.3. Popis zaměření na cílové skupiny a popis potřeb cílových skupin

Projekt je zaměřen na široké spektrum cílových skupin. Obecně jde o návštěvníky destinace z těchto lokalit/regionů:

- Česká republika
- Zahraniční turisté

Cílové skupiny jsou pak rozděleny do několika segmentů:

- **rodiny s dětmi** (část kampaně a propagačních materiálů bude přímo zacíleno na děti)
- **aktivní senioři** (část kampaně a propagačních materiálů bude přímo zacíleno na seniory)
- **lidé s postižením** (část kampaně a propagačních materiálů bude přímo zacíleno na osoby s postižením)
- **aktivní návštěvníci** (cyklo/pěší turistika)
- **další návštěvníci turistických atraktivit**

**Přínosem pro cílové skupiny je především fakt, že díky získaným údajům o návštěvnosti a faktorům, které návštěvnost ovlivňují, bude možné nastavit marketingové a související produkty tak, aby došlo ke zkvalitnění služeb rozvoji cestovního ruchu. Díky výstupům ze sběru dat bude možné vhodně podpořit turistické cíle a zvýšit tak návštěvnosti i mimo hlavní turistickou sezónu a hlavní sezónu prodloužit.**

**Další důležitou cílovou skupinou jsou partneři projektu a další subjekty poskytující služby pro veřejnost v daných oblastech. Data o návštěvnosti jim budou sloužit k rozvoji a zkvalitňování služeb a k optimalizaci nákladů a dalším investičním záměrům.**

### 3.4. Multiplikační efekty akce

Cestovní ruch představuje v moderním světě důležitou součást národních ekonomik. Pojí se s řadou hospodářských odvětví, významný je zejména díky kumulovanému rozvojovému potenciálu, tzv. multiplikačním efektům.

Cestovní ruch byl vždy označován za „odvětví budoucnosti“. Před pandemií koronaviru přinesl české ekonomice více než 300 miliard korun. Zároveň tvořil 2,9 % hrubého domácího produktu a zaměstnával 240 tisíc osob. Cílem je znovu tento trend nastartovat a zároveň rozvíjet a zkvalitňovat poskytování služeb v oblasti cestovního ruchu.

Významným multiplikačním efektem rozvoje cestovního ruchu v destinaci, resp. celém Ústeckém kraji je, že cestovní ruch je jedním z největších „absorbérů“ krize primárních a sekundárních sektorů – do cestovního ruchu se tak mohou přesouvat lidi z problematických odvětví.

### 3.5. Další plán rozvoje akce

Samotná realizace projektu je naplánována na **období srpen 2022 až červenec 2023**. Časový plán realizace projektu je stanoven s ohledem na přípravu instalace sčítačů a následných akcí. Časový plán je relevantní pro práce, které jsou pro celou výstavbu nutné. Součástí plánu je pilotní ozkoušení celého procesu. Červenec je obdobím, kdy dojde ke spuštění ostré verze.

Druhým aspektem plánování realizace z hlediska času jsou podmínky poskytovatele dotace (financování projektu). Realizační fáze projektu by však měla pouze nastartovat následný rozvoj akce a soustavu dalších aktivit. **Jedná se o pilotní projekt, který má za cíl rozšíření smart systému do dalších destinací, což je i jedním z cílů strategického plánování v rámci Ústeckého kraje.**

**V letech 2023–2026 jsou proto naplánovány následující aktivity:**

- Sběr dat a jejich analýza
- Vyhodnocení dat
- Doporučení na základě zjištěných měření
- Rozšíření počtu sčítačů do dalších turisticky významných oblastí
- Rozšíření systému „smart“ do celého Ústeckého kraje
- Implementace výstupů systému do strategických dokumentů obecních samosprávních celků a kraje

## 4. Parametry akce

Efektivita projektu je hodnocena v rámci třech okruhů parametrů. Jde o parametry stanovené samotným programem NPPCRR, které jsou podstatné pro naplnění globálních cílů programu. Dále jde o cíle dílčí na úrovních jednotlivých projektů.

Nutné je také stanovit a naplánovat předpokládané výstupy projektu tak, aby šlo následně zhodnotit efektivitu a přínos projektu.

### 4.1. Parametry programu

Žadatel s ohledem na charakter projektu vybral následující parametry programu, které jsou v souladu s cíli a obsahem projektu:

- **P5** Počet podpořených elektronických sčítačů– **počet 18**: Umístění sčítačů ve 4 turistických oblastech
- **P7** Počet destinací využívajících elektronické sčítače pro měření návštěvnosti – **počet 1**: Podpořena bude destinace České středohoří
- **P8** Počet akcí monitorovaných elektronickými sčítači – **počet 4**, 4 turistické cíle

### 4.2. Parametry na úrovni podprogramu

Dalšími parametry hodnotící efektivnost a účelnost projektu jsou parametry na úrovni projektu. Dle pokynů poskytovatele dotace vybral zadavatel následující parametry:

- **PP6** Nové elektronické sčítače na sledování návštěvnosti v atraktivních turistických cílech a trasách regionu– **počet: 18** (turistické cíle – Hora Milešovka, Hora Říp, Jezero Milada, Město Terežín)

### 4.3. Parametry výstupy akce (sledované ukazatele realizované akce)

Pro úspěšnou realizaci projektu a pro jeho zdárnou udržitelnost i po skončení finanční podpory projektu je nutné stanovit si sledované ukazatele projektu, které budou moci zdůvodnit a kvantifikovat přínosy projektu především pro rozvoj cestovního ruchu v destinaci a zvýšení návštěvnosti v destinaci.

Žadatel si stanovil pro zdárnou realizaci, efektivitu a účelnost projektu následující ukazatele, které bude v průběhu projektu a zejména pak v rámci jeho udržitelnosti sledovat.

Ukazatele budou sledovány po dobu tří let jednou ročně a vždy bude kvantifikován jejich růst/pokles v procentech vůči přechozímu roku. Jde o následující parametry:

- **počet pyrotechnických sčítačů: počet 14** (počet umístěných sčítačů v definovaných turistických cílech)
- **počet pyrotechnických sčítačů s meteo senzorem: počet 4** – návštěvnost webového portálu [www.stredohori.cz](http://www.stredohori.cz)
- **počet softwarových aplikací: počet 1** (vytvořená aplikace pro sběr, analýzu a vyhodnocení dat)

**Sledovány budou také parametry marketingu:**

- 1) **Počet instalovaných informačních tabulí o projektu: počet 4** (v každém definovaném turistickém cíli bude instalována 1 informační tabule)
- 2) **Microsite na webu stredohori.cz: počet 1**
- 3) **Reklama na sociálních sítích: počet 1**
- 4) **PPC kampaň: počet 1**

**Obrázek č. 10 – Město Terežín**





## 5. Finanční plán akce

### 5.1. Náklady akce

Celkové náklady projektu činí **2 087 012 Kč**. Náklady žadatele dotace jsou 1 089 862 Kč, což je 52,19 % z celkových nákladů projektu. Požadovaná dotace je pak 997 700 Kč, tj. 47,81 % celkových nákladů.

**Aktivita č. 1 Vybudování sítě sčítačů** – celkové náklady na tuto aktivitu činí 799 500 Kč (bez DPH) – viz níže detailní položkový rozpočet. Aktivita č. 1 bude hrazena z prostředků dotace. DPH bude hrazeno z vlastních zdrojů žadatele.

**Aktivita č.2 Tvorba softwarového prostředí a marketing projektu** – celkové náklady na tuto aktivitu činí 1 987 630 Kč (bez DPH) – viz níže detailní položkový rozpočet. Aktivita č. 2 bude kompletně (včetně DPH) hrazena z vlastních zdrojů žadatele. Náklady včetně DPH činí 2 045 032 Kč.

Náklady na marketing projektu činí 5 % celkových nákladů 99 382 Kč (120 252 Kč včetně DPH)

**Celkové náklady projektu včetně DPH činí 2 525 284 Kč. DPH není v dotaci nárokováno a bude hrazeno z vlastních zdrojů žadatele.**

### 5.2. Náklady akce v členění na hmotný a nehmotný majetek, investiční a neinvestiční majetek

1) Hmotný investiční majetek je součástí aktivity číslo 1 Vybudování sítě sčítačů

Název	množství	cena za kus	Celkem	Celkem s DPH
Pyroelektrický sčítač	14	37 100 Kč	519 400 Kč	628 474 Kč
Pyroelektrický sčítač + meteo senzor	4	41 100 Kč	164 400 Kč	198 924 Kč
Komunikační modul	5	23 900 Kč	119 500 Kč	144 595 Kč
Instalace sčítačů	18	10 800 Kč	194 400 Kč	235 224 Kč
<b>Celkem</b>			<b>997 700 Kč</b>	<b>1 207 217 Kč</b>

## 2) Nehmotný investiční majetek je součástí aktivity číslo 2 Tvorba softwarového prostředí

Název	množství	cena za kus	Celkem	Celkem s DPH
Automatizované zpracování načtených dat	1	64 800 Kč	64 800 Kč	78 408 Kč
Komunikační rozhraní	1	144 350 Kč	144 350 Kč	174 664 Kč
Rozhraní pro načtení dat	1	96 480 Kč	96 480 Kč	116 741 Kč
Rozhraní pro ruční doplnění aut. dat	1	72 350 Kč	72 350 Kč	87 544 Kč
Aplikace pro výpočet a vyhodnocení výstupů	1	192 900 Kč	192 900 Kč	233 409 Kč
Rozhraní pro správu dat a jejich bezpečnost	1	131 600 Kč	131 600 Kč	159 236 Kč
Prezentační část aplikace	1	287 450 Kč	287 450 Kč	347 815 Kč
<b>Celkem</b>			<b>989 930 Kč</b>	<b>1 197 815 Kč</b>

## 5.3. Zdroje a způsob financování nákladů

Projekt je financován ze zdrojů státního rozpočtu prostřednictvím Národního programu podpory cestovního ruchu v regionech, podprogramu Rozvoj základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu a vlastních zdrojů žadatele.

Projekt bude realizován v souladu s podmínkami poskytovatele dotace a v intencích českého právního řádu.

Celkové náklady projektu činí **2 087 012 Kč (bez DPH)**, **2 525 284 Kč (včetně DPH)**. Náklady žadatele dotace jsou 1 089 862 Kč, což je 52,19 % z celkových nákladů projektu. Požadovaná dotace 997 700 Kč, tj. 47,81 % celkových nákladů. DPH není nárokováno.

#### 5.4. Plán průběhu financování akce (cash-flow)

činnost / rok	2022/8	2022/9	2022/10	2022/11	2022/12	2023/1	2023/2	2023/3	2023/4	2023/5	2023/6	2023/7	Celkem
Spotřeba materiálu													
Spotřeba energie													
Pořízení DHIM A DNIM					1 207 217							1 197 815	2 405 032
Ostatní služby												120 252	120 252
Mzdové náklady vč. pojištění													
Ostatní provozní náklady													
<b>Výdaje celkem</b>					<b>1 207 217</b>							<b>1 318 067</b>	<b>2 525 284</b>
Tržby z prodeje služeb													
Vlastní zdroje účastníka programu					209 517							1 318 067	1 527 584
Ostatní provozní výnosy													
Hodnota dotace					997 700								997 700
<b>Příjmy celkem</b>					<b>1 207 217</b>							<b>1 318 067</b>	<b>2 525 284</b>
Rozdíl		0		0	0		0				0	0	0

Částky jsou uvedeny v Kč včetně DPH (DPH není v rámci dotace nárokováno)

Cash flow je stanoveno jako dílčí plnění dle harmonogramu aktivit projektu.

## 5.5. Podrobný položkový rozpočet akce

Podrobný rozpočet akce je rozdělen dle aktivit projektu na jednotlivé kapitoly, následně na dílčí položky, u kterých je uvedeno množství, jednotková a celková cena bez DPH a celková cena s DPH.

Částky jsou zaokrouhleny na celé koruny a uváděny v české měně.

### 1) Podrobný položkový rozpočet aktivity č. 1 Vybudování sítě sčítačů

Název	množství	cena za kus	Celkem	Celkem s DPH
Pyroelektrický sčítač	14	37 100 Kč	519 400 Kč	628 474 Kč
Pyroelektrický sčítač + meteo senzor	4	41 100 Kč	164 400 Kč	198 924 Kč
Komunikační modul	5	23 900 Kč	119 500 Kč	144 595 Kč
Instalace sčítačů	18	10 800 Kč	194 400 Kč	235 224 Kč
<b>Celkem</b>			<b>997 700 Kč</b>	<b>1 207 217 Kč</b>

### 2) Podrobný položkový rozpočet aktivity č.2 Tvorba softwarového prostředí

Název	množství	cena za kus	Celkem	Celkem s DPH
Automatizované zpracování načtených dat	1	64 800 Kč	64 800 Kč	78 408 Kč
Komunikační rozhraní	1	144 350 Kč	144 350 Kč	174 664 Kč
Rozhraní pro načtení dat	1	96 480 Kč	96 480 Kč	116 741 Kč
Rozhraní pro ruční doplnění aut. dat	1	72 350 Kč	72 350 Kč	87 544 Kč
Aplikace pro výpočet a vyhodnocení výstupů	1	192 900 Kč	192 900 Kč	233 409 Kč
Rozhraní pro správu dat a jejich bezpečnost	1	131 600 Kč	131 600 Kč	159 236 Kč
Prezentační část aplikace	1	287 450 Kč	287 450 Kč	347 815 Kč
<b>Celkem</b>			<b>989 930 Kč</b>	<b>1 197 815 Kč</b>

### 3) Podrobný položkový rozpočet Marketingu (zahrnuto v aktivitě č. 2)

Marketing tvoří 5% celkových nákladů projektu

Název	množství	cena za kus	Celkem	Celkem s DPH
Informační tabule	4	11 000 Kč	44 000 Kč	53 240 Kč
Microsite	1	18 382 Kč	18 382 Kč	22 242 Kč
Reklama na sociálních sítích	1	14 500 Kč	14 500 Kč	17 545 Kč
PPC kampaň	1	22 500 Kč	22 500 Kč	27 225 Kč
<b>Celkem</b>			<b>99 382,00 Kč</b>	<b>120 252,22 Kč</b>



## 6. Zhodnocení socioekonomické přínosnosti akce

Cestovní ruch se dotýká řady ekonomických i mimoekonomických procesů společnosti a přináší do společnosti značnou přidanou hodnotu. Mezi jeho hlavní přínosy před covidovou krizí vždy patřila tvorba nových pracovních příležitostí a hrubého domácího produktu, podpora malého a středního podnikání, zvyšování vzdělanostní úrovně obyvatelstva, tvorba devizových rezerv státu a podnikatelských příležitostí, také ovlivňuje příjmy do státního i do místního rozpočtu.

### 6.1. Socioekonomická přínosnost akce

Pro socioekonomickou přínosnost projektu zvolil žadatel metodu slovního hodnocení, kdy se v obecné, resp. konkrétní rovině zaměří na socioekonomické přínosy, které tento projekt může z hlediska svých výstupů generovat.

**Jelikož je hlavním cílem měření návštěvnosti, sběr dat o návštěvnosti, analýza těchto dat a následné správné nastavení marketingových produktů, budou celý projekt přínosný zejména pro následující oblasti:**

- **ubytovací zařízení**
- **stravovací zařízení**
- **turistická informační centra**
- **hromadnou dopravu (železniční i turistickou železniční dopravu, autobusovou dopravu včetně cyklobusů, lodní dopravu)**
- **čerpací stanice**
- **kulturní památky**
- **výrobce, resp. prodejce suvenýrů a upomínkových předmětů**

V souvislosti s faktem, že je projekt realizován v destinaci České středohoří, která je součástí strukturálně postiženého Ústeckého kraje, hraje významnou roli v „revitalizaci“ hospodářsky slabého a strukturálně postiženého území. Působí zde jako stabilizační faktor nejen ve vztahu k místnímu obyvatelstvu, ale i ve vztahu k sociálně-kulturnímu zázemí, které projekt zprostředkovává pro další návštěvníky a turisty. Tím posiluje místní identitu z hlediska hrdosti na místní tradice a kulturní specifika.

Dojde-li k předpokládanému zvýšení návštěvnosti v destinaci, dají se očekávat mimo ekonomických přínosů také přínosy společenského charakteru, jakými jsou například:

- **zvýšení a rozšíření vybavenosti a úrovně veřejných služeb**
- **oživení místních tradic**
- **vzájemné ovlivňování a obohacování rezidentů a příjíždějících**

Z výše uvedeného je zřejmé, že projekt může pozitivně ovlivnit region, nejen po ekonomické, ale také po společenské stránce. Ta je v souvislosti s umístěním destinace (strukturálně postižený region, bývalé Sudety) minimálně stejně podstatná, jako stránka ekonomická.

## 7. Období využitelnosti výstupů akce

### 7.1. Specifikace období využitelnosti

Projekt probíhá celoročně. **Sběr dat pomocí umístěných sčítačů bude probíhat po celý rok.** Jen tak je možné získat relevantní data, správně je vyhodnotit a zvolit vhodné marketingové nástroje pro **další rozvoj cestovního ruchu.**

### 7.2. Využití produktu ke snížení sezónnosti

Díky sběru dat pomocí sčítačů, které bude probíhat celý rok, je možné analyzovat návštěvnost destinace i mimo hlavní sezónu. **Na základě zjištěných skutečností o návštěvnosti a vlivech na ni, je možné správně stanovit marketingové aktivity tak, aby došlo k podpoře turistických cílů i mimo hlavní sezónu.** Díky tomuto faktu může snižovat rozdíl mezi návštěvností destinace v hlavní sezóně a v ostatních obdobích.

## 8. Rizika akce

### 8.1. Analýza rizik akce a pravděpodobnost jejich výskytu

Žadatel vypracoval katalog možných rizik, které systematicky popsal, definoval jejich pravděpodobnost, závažnost a způsob, jak těmto rizikům předcházet, případně je eliminovat.

## 8.2. Katalog / seznam rizik akce, způsob a zajištění eliminace rizik

Druh rizika	Závažnost rizika	Pravděpodobnost výskytu	Předcházení rizika
<b>Před realizací projektu</b>			
Nedostatky v projektovém záměru	významné	nepravděpodobné	Projektový záměr je připraven projektovým týmem, který má v přípravě dokumentací bohaté zkušenosti. Projektový záměr je připraven přesně dle kritérií výzvy č. 1/2022/117D72100 NPPCRR a je v souladu se strategickými dokumenty CR.
Nedodržení termínu podání žádosti dotační výzvy 1/2022/117D72100	významné	nepravděpodobné	Projektový záměr je sestavován projektovým týmem dlouhodoběji a intenzivně, aby byla veškerá dokumentace včetně povinných příloh záměru včas připravena.
Nedostatek finančních prostředků na zajištění předfinancování projektového záměru	významné	nepravděpodobné	S projektovým záměrem bylo před realizací seznámeno několik partnerů. Většina partnerů projevila o projekt zájem. Žadatel je také pravidelně finančně podporován svými zřizovateli (Město Litoměřice, Ústecký kraj, Biskupství litoměřické).
<b>Během realizace projektu</b>			
Restrikce a opatření v souvislosti s koronavirovou krizí	významné	málo pravděpodobné	Vzhledem k proběhlým opatřením, které mají za cíl zastavit opakování covidových krizí a s nimi souvisejících restrikcí a opatření, nepředpokládáme, že by již covid ovlivnil cestovní ruch a realizaci projektu.
Neobdržení dotace	významné	nepravděpodobné	Projektový záměr je připraven projektovým týmem, který má v přípravě dokumentací bohaté zkušenosti. Projektový záměr je připraven přesně dle kritérií výzvy č. 1/2022/117D72100 NPPCRR a je v souladu se strategickými dokumenty CR.
Nedodržení pokynů pro zadávání zakázek	významné	nepravděpodobné	Výběrová řízení budou realizována v souladu se zákonem a pravidly MMR ČR – Příloha PZ 7 – Metodický pokyn pro výběr dodavatelů v NPPCRR

Nárůst neuznatelných nákladů	významné	nepravděpodobné	Řádné zpracování zadávacích dokumentací ZD - VŘ, dále průběžná kontrola zadavatelů. Bude sledováno dodržení smluvních podmínek (čas, kvalita).
------------------------------	----------	-----------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Nedodržení podmínek programu NPPCRR	významné	nepravděpodobné	Konzultace projektu ve všech fázích s pracovníky MMR ČR. Proškolení členů projektového týmu.
Nedodržení právních norem ČR, EU	významné	nepravděpodobné	Důkladné seznámení se s normami.
Po realizaci projektu			
Nedodržení podmínek programu NPPCRR – vyúčtování a závěrečná zpráva	významné	nepravděpodobné	Konzultace projektu ve všech fázích s pracovníky MMR ČR. Proškolení členů projektového týmu.
Nedostatečná kvalita udržitelnosti	nevýznamné	nepravděpodobné	Projekt bude udržován prostřednictvím žadatele, který využije vytvořený produkt a také vlastních zkušeností.



## 9. Vliv akce na horizontální témata

V současné době nejde v souvislosti se znovunastartováním cestovního ruchu jen o prostý nárůst návštěvníků dané destinace a o jeho ekonomický přínos. Díky mnoha zkušenostem z destinací víme, kde masivní turistika vytváří kromě pozitivních efektů, také efekty negativní. Jsou jimi vliv na životní prostředí, na sezónní nezaměstnanost nebo vzrůstající averzi rezidentů k návštěvníkům destinace. Proto se stále častěji hovoří o tzv. „**udržitelném cestovním ruchu**“. Vliv na horizontální témata by měl zohledňovat právě tento aspekt realizace projektu.

### 9.1. Popis kladných a negativních vlivů realizace akce dle jednotlivých aktivit:

#### a) k udržitelnému cestovnímu ruchu

##### - **jak přispívá akce k ekologicky šetrnému rozvoji**

Na základě zjištěných dat projekt přispívá k ekologicky šetrnému rozvoji. A to zejména v oblastech, kde bude zjištěn vysoký výskyt návštěvníků a kde bude tedy potřeba reagovat např. na dostatečné zajištění odpadového hospodářství. Dále bude možné návštěvnost vhodně rozložit na více oblastí a tím eliminovat overturismus a zmírnit možné negativní vlivy na životní prostředí.

##### - **jak přispívá akce k posilování kulturně sociální identity**

Projekt má svým zaměřením pozitivní vliv na vztah k regionu. Díky vyhodnoceným datům může vhodně reagovat a stanovit formu komunikace s návštěvníky a informovat o zajímavostech v daných oblastech a posilovat tak vztah a pozitivní image regionu.

##### - **jak přispívá akce ke zvyšování ekonomické prosperity**

Cestovní ruch byl vždy významnou součástí ekonomiky. Projekt zajistí rozvoj cestovního ruchu v destinaci, data umožní pracovat s marketingovými produkty tak, aby došlo ke zvýšení návštěvnosti i mimo hlavní sezónu a rozšíření a zkvalitnění služeb v destinaci. Zároveň data budou podstatná pro veřejnou správu a partnery projektu a další subjekty poskytující v destinacích své služby, a to s ohledem na správné vyhodnocení a plánování investic. Příkladem může být např. vhodné stanovení počtu parkovacích míst, apod. Projekt má velmi pozitivní dopad na celou ekonomiku a na její další vývoj.

## b) k naplnění principu rovných příležitostí

Projekt je realizován v hospodářsky slabém regionu. Destinace České středohoří jsou součástí strukturálně postiženého Ústeckého kraje. Negativními aspekty jsou vysoká koncentrace průmyslové činnosti a těžby. Cestovní ruch je jedním z největších „absorbérů“ krize primárních a sekundárních sektorů. Díky projektu bude dále rozvíjen cestovní ruch a do tohoto odvětví by se tak mohli přesunout lidé z problematických odvětví (primární a sekundární sektor), a to i z přilehlých či sousedních regionů. V budoucnu může i díky projektu dojít k vytvoření nových pracovních míst v odvětví cestovního ruchu.

Ústecký kraj, jehož je destinace České středohoří, má dlouhodobě u široké veřejnosti negativní image. Tento fakt je způsoben zejména vlivem průmyslu a těžby.

## 10. Závěr

Projektový záměr byl vypracován v souladu s požadavky NPPCRR 2021, podprogramu „Rozvoj základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu“, dotačního titulu č. 3: „Rozvoj veřejné infrastruktury cestovního ruchu“, výzva 1/2022/117D72100.

Za správnost: Luděk Jirman, ředitel o.p.s., 17. 12. 2021