



KUCBX00L2RVR

JIHOČESKÝ KRAJ



KRAJSKÝ ÚŘAD

ODBOR KANCELÁŘ HEJTMANA

číslo jednací: **KUJCK 119130/2016**
spisový znak: **KHEJ 113247/2016/kakr/3**

datum: **06.09.2016**vyřizuje: **Bc. Kamila Křížová**telefon: **386 720 225****Poskytnutí informací podle § 14 odst. 5 písm. d) zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, ve znění pozdějších předpisů**

Dne 22. 8. 2016 obdržel Krajský úřad Jihočeského kraje Vaši žádost podle zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, ve znění pozdějších předpisů, ze dne 22. 8. 2016, v níž požadujete poskytnutí následujících informací:

1. *Vyčíslení celkových nákladů na akce Jižní Čechy olympijské a Olympijský park Rio-Lipno, poskytnutých z rozpočtu Jihočeského kraje.*
2. *Podrobný rozpis využití těchto prostředků po jednotlivých položkách (především s ohledem na náklady spojené s marketingem).*
3. *Seznam statků, které zůstanou k dalšímu využití i po skončení obou akcí (případně upřesnit, kdo s nimi bude nakládat, kdo je bude spravovat).*
4. *Zprávu o efektivitě vynaložených prostředků na akce Jižní Čechy olympijské a Olympijský park Rio-Lipno na základě předpokládaných parametrů akcí (kromě komentáře odpovědné osoby k ekonomické efektivitě a k ekonomickým dopadům obou akcí, prosím doložit i veškeré zpracované rozborů a analýzy, týkající se krátkodobých i dlouhodobých přínosů obou akcí pro oblast Lipna a Jihočeského kraje).*

K výše uvedené žádosti Vám sdělujeme následující:

ad 1) a 2)

Celkové náklady na projekt Jižní Čechy olympijské a Olympijský park Rio-Lipno 2016, poskytnuté z rozpočtu Jihočeského kraje Vám zasíláme v příloze č. 1 (JCO-Náklady Jihočeského kraje.xls) a příloze č. 2 (JCO-Náklady Jihočeské centrály cestovního ruchu.xlsx). Tyto přílohy obsahují zároveň i položkový rozpis využití těchto prostředků. Náklady jsou vyčísleny k 26. 8. 2016. Dalším nákladem Jihočeského kraje je vypsán grantový program „Jižní Čechy olympijské“ s alokací 2 mil. Kč a realizací v průběhu roku 2016 (schválené a podpořené žádosti jsou k dispozici na internetových stránkách Jihočeského kraje).

Smlouvu o spolupráci č. SON/OŠMT/047/15 při uspořádání Olympijského parku na Lipně nad Vltavou schválilo Zastupitelstvo Jihočeského kraje na svém zasedání dne 17. 12. 2016 (průběh diskuze a hlasování jsou veřejně přístupné na internetových stránkách Jihočeského kraje; hlasování č. 46 – ze 45 přítomných zastupitelů hlasovalo pro 39, žádný nebyl proti a 6 se zdrželo hlasování).

Dle této uzavřené smlouvy o spolupráci ze dne 21. 12. 2015 (příloha č. 3) s Českým olympijským výborem (ČOV) a Českou olympijskou a.s. (ČO) při uspořádání Olympijského parku Rio – Lipno (zveřejněna na internetových stránkách Jihočeského kraje dne 18. 1. 2016) šly veřejné peníze pouze a jen na reklamní a propagační účely společného použití logotypů Jihočeského kraje a projektu Jižní Čechy olympijské spolu s olympijskou symbolikou. Smlouva s ČOV je svým obsahem o zakoupení reklamního prostoru a ze strany ČOV a ČO o celoročním promování společného projektu Olympijského parku na Lipně i ve všech využitelných podobách a způsobech reklamy. Propagace je zaměřena na vlastní sportování dětí a mládeže, zdravý životní styl a je zejména o spojení olympijských symbolů, olympismu s těmi krajskými a s tematickým celoročním projektem Jižní Čechy olympijské a s Olympijským parkem Rio - Lipno. To má pro kraj z dlouhodobého pohledu (ne jenom letošního roku) tu největší a jen stěží ocenitelnou hodnotu pro rozvoj cestovního ruchu v Jihočeském kraji.

ad 3)

Jihočeský kraj neměl na základě své smlouvy o spolupráci s ČOV a ČO v Olympijském parku žádnou investici, která by byla jeho přímou součástí, nebo by na Lipně zůstala.

ad 4)

Jihočeský kraj jako řádný hospodář pečlivě zvažuje návratnost projektů, do kterých investuje peníze ze svého rozpočtu. Jelikož jde o veřejné prostředky, tedy o peníze každého daňového poplatníka v České republice, přistupoval Jihočeský kraj k partnerství s ČOV velmi obezřetně a před podpisem partnerské smlouvy nechal zpracovat ekonomicko-analytickou studii (příloha č. 4). Tato studie byla předložena zastupitelům jako podklad pro jejich rozhodování před hlasováním. Zástupce zhotovitele této studie odpovídal přímo na jednání zastupitelstva na konkrétní dotazy zastupitelů vztahující se k dané studii.

S pozdravem

Ing. Milan Nebesář

vedoucí Odboru kancelář hejtmána

- podepsáno elektronicky –

* 4x příloha: *JČO-Náklady Jihočeského kraje.xls*
 JCO-Náklady Jihočeské centrály cestovního ruchu.xlsx
 Smlouva SON_OSMT_047_15.pdf
 KPMG_Jizni_Cechy_olympijske_OP_Rio_Lipno.pdf

Faktury běžné 2016

Kat.	Dat. evid.	Ag. číslo	Čísloka	Měna	Dat. úhr.	Popis
FAZ	18.3.2016	21000684		12 000,00 CZK	30.3.2016	JČO 2016 - Ubytování v rámci konání LOH 2016; Účast v olympijské vesnici v Lipně nad Vltavou – záloha (12000 Kč) za rezervaci ubytování apartmánu C17 v termínu 5. 8. - 21. 8. 2016; celková cena 33.600,00 Kč
VYZ	1.8.2016	21002041		33 600,00 CZK	4.8.2016	Ubytování v rámci konání LOH 2016; Účast v olympijské vesnici v Lipně nad Vltavou – prezentace a propagace Jihočeského kraje v rámci projektu Jižní Čechy olympijské 2016
FAK	24.6.2016	21001686		78 650,00 CZK	4.7.2016	prezentace v rámci doprovodného programu na Žižkově náměstí při zahájení MČR v atletice, dne 17. 6. 2016
FAK	18.7.2016	21001945		36 300,00 CZK	21.7.2016	JČO 2016 - propagace ročního projektu Jižní Čechy olympijské 2016 v časopisu Svět sportu formou rozhovoru s hejmanem Jihočeského kraje v rozsahu dvou stran.
FAZ	13.7.2016	21001921		15 360,95 CZK	14.7.2016	JČO 2016 - 2 000 ks silikonových náramků s logem JČO 2016
FAZ	28.7.2016	21002022		13 666,95 CZK	29.7.2016	JČO 2016 - 2000 ks Silikonové náramky s logem Jižní Čechy olympijské 2016
FAK	28.6.2016	21001701		35 000,00 CZK	29.6.2016	JČO 2016 - Reklamní prostor na akcích Kolo pro život a Šumava Trial Run Zadov 2016;
FAZ	24.6.2016	21001683		37 500,00 CZK	29.6.2016	JČO 2016 - unikátní běžecká členka s motivem JČO
VYZ	13.7.2016	21001922		75 000,00 CZK	21.7.2016	JČO 2016 - unikátní běžecká členka s motivem JČO
FAK	18.3.2016	21000681		5 953,00 CZK	23.3.2016	JČO 2016 - výroba bannerů na Road show - marketingová propagace projektu Jižní Čechy olympijské pro širokou veřejnost
FAK	13.5.2016	21001213		178 475,00 CZK	18.5.2016	JČO 2016 - tisk samolepek v nákladu 50 tis. ks (marketingová propagace projektu Jižní Čechy olympijské pro širokou veřejnost)
FAK	1.8.2016	21002043		20 328,00 CZK	10.8.2016	JČO 2016 - 2.000 ks silikonových klíčenek s logem JČO
FAK	14.6.2016	21001574		20 000,00 CZK	29.6.2016	JČO 2016 - reklamní předměty - rebusy, křížovky, osmisměrky s olympijskou tematikou na klíč Jihočeskému kraji (propagace celoročního projektu Jižní Čechy olympijské 2016)
FAK	28.7.2016	21002018		1 142,00 CZK	24.8.2016	JČO 2016 - Tisk 200 ks samolepek v rámci zajištění bezpečnosti při akci Rio-Lipno
FAK	12.8.2016	21002149		1 142,00 CZK		200 ks samolepek rozměru A5 lesklé s tematikou „Zachraňte život“ (dle předlohy) pro ZZS k aplikaci zásad první pomoci zaměřenou na masáž srdce v rámci zajištění bezpečnosti při akci Rio - Lipno.
FAK	4.8.2016	21002078		9 997,00 CZK	5.8.2016	JČO 2016 - dátkový voucher na víkendový pobyt pro dvě osoby pro výherce soutěže v rámci PARKU RIO - LIPNO
FAK	22.3.2016	21000705		72 600,00 CZK	14.4.2016	JČO 2016 - propagace projektu Jižní Čechy olympijské na běžecké sérii pro běžce na půlmaratonských a maratonských tratích.
FAK	17.5.2016	21001217		78 650,00 CZK	18.5.2016	JČO 2016 - výroba 3000 ks triček s jedinečnou možností prezentace projektu a logotypu JČO 2016 pro rodinný běh na mezinárodním běhu – půlmaratonu v ČB dne 4.6.2016.
FAK	12.4.2016	21000940		30 855,00 CZK	3.5.2016	JČO 2016- 30 000 ks diplomů Jižní Čechy olympijské
FAK	9.6.2016	21001503		27 225,00 CZK	30.6.2016	JČO 2016 - papírová tleskadla s logem JČO 2016
FAK	21.6.2016	21001634		15 125,00 CZK	12.7.2016	JČO 2016 - sazba „Běžecké příručky“, požadované služby: sazba příručky, sazba obrázků, jazyková korekce, grafická práce naobálkách, výstupní data
FAK	8.7.2016	21001833		71 693,00 CZK	28.7.2016	JČO 2016 - tisk běžecké brožury „Rozběhni se s Jihočeským krajem“ v rámci programu Jižní Čechy olympijské 2016, v nákladu 3 tis. ks,
FAK	11.8.2016	21002141		3 630,00 CZK		JČO 2016 - 2 000 ks informačního letáčku RIO PARK LIPNO A1-N1, v rámci propagace Jižní Čechy olympijské 2016
FAK	2.8.2016	21002063		36 300,00 CZK	11.8.2016	JČO 2016 - natočení pozvánek v rámci kampaně Jižní Čechy olympijské pro mimokrajské návštěvníky do organizací zřizovaných Jihočeským krajem
FAK	13.5.2016	21001206		60 500,00 CZK	17.5.2016	JČO 2016 - inzerce v TRAVEL DIGEST
FAK	21.4.2016	21000994		290 400,00 CZK	25.4.2016	JČO 2016 - reklamní spoty do autobusů
FAK	6.6.2016	21001436		605,00 CZK	8.6.2016	JČO 2016 - pronájem koktejlového stolečku, dvou barových židliček a dvou stolů s ubrusy v rámci propagace JČO na 1 Maratonu v Karlových Varech
FAZ	11.3.2016	21000643		45 073,00 CZK	22.3.2016	JČO 2016 - propagace projektu Jižní Čechy olympijské na běžecké sérii pro běžce v přírodě-záloha
FAK	26.7.2016	21002007		119 765,80 CZK	18.8.2016	JČO 2016 - propagace projektu Jižní Čechy olympijské na běžecké sérii pro běžce na půlmaratonských a maratonských tratích.
FAK	9.6.2016	21001508		6 050,00 CZK	14.6.2016	JČO 2016 - PR články o JČO 2016 (text do 2.000 znaků, aby se vešly fotky a loga.

FAK	18.7.2016	21001954	20.7.2016	JČO 2016 - koncert Petra Koláře v rámci Lipno sport fest 2016 dne 9. 7. 2016
FAK	31.3.2016	21000781	1.4.2016	JČO 2016 - reklamní propisky
FAK	18.5.2016	21001252	26.5.2016	JČO 2016 - grafika pro produktové letáky
FAK	3.6.2016	21001425	14.6.2016	JČO 2016 - Tisk a vyhotovení produktových letáků k tematickému roku Jižní Čechy olympijské 2016
FAK	12.8.2016	21002150	23.8.2016	JČO 2016 + JČK - Igelitové tašky s logem JČO a JČK
FAK	25.1.2016	21000166	2.2.2016	JČO 2016 - Kalendář 2016 – 15 stran (grafický návrh, retuše fotek, korektury, příprava do tisku, nákup a úprava piktoqramů.
FAK	27.1.2016	21000193	15.2.2016	JČO 2016, vícepráce, grafické návrhy k objednávce č. 001517/2015
FAK	4.3.2016	21000576	15.3.2016	JČO 2016 - výroby reklamních spotů
FAK	25.4.2016	21000999	3.5.2016	JČO 2016 - výroba banneru na portál Seznam.cz, v rámci propagace JČO
FAK	19.5.2016	21001256	30.5.2016	JČO 2016 - reklamní spot; úprava voice overu ve zvukovém studiu ČT; vícepráce na videospotu; ozvučení vyrobeného spotu JČO;
FAK	19.5.2016	21001257	30.5.2016	JČO 2016-výroba 2 ks vlajek JČO včetně přepravní tašky s rolátorem a dopravy
FAK	29.6.2016	21001728	26.7.2016	JČO 2016 - tužky, propisky, pastelky s tematikou JČO 2016 od partnera ČOV.
FAK	29.6.2016	21001729	26.7.2016	JČO 2016 - tužky, propisky, pastelky s tematikou JČO 2016 od partnera ČOV.
FAK	27.6.2016	21001690	29.6.2016	JČO 2016 - hlavní partner celostátní soutěže Maturantka Roku
FAK	18.3.2016	21000680	21.3.2016	JČO 2016 - 20.000 kusů pevesa, které bude obsahovat 28 párů karet (56 hracích karet) s motivy a obrázky sportů. Na vrchní straně pak bude na bílém pozadí logo JČO 2016.
FAK	30.3.2016	21000758	31.3.2016	JČO 2016 - Propagační předměty
FAK	8.4.2016	21000883	19.4.2016	JČO 2016 - stuhý na dárky s logem
FAK	9.6.2016	21001509	20.6.2016	JČO 2016 - reklamní předměty a bannery na 1 maraton České Budějovice a Road Show JČO (podrobná nabídka je přílohou této objednávky)
FAK	14.6.2016	21001568	22.6.2016	JČO 2016 - výroba výměnných plachet na nafukovací bránu JČK, která bude sloužit jako reklamní poutač při akcích tematického roku Jižní Čechy olympijské 2016.
FAK	5.8.2016	21002094	10.8.2016	JČO 2016 - 200 ks triček s celoplošným potiskem Jižní Čechy olympijské 2016 – 295,- Kč/ks.
FAK	12.8.2016	21002156	25.8.2016	JČO 2016 - reklamní předměty s potiskem
FAK	8.4.2016	21000881	19.4.2016	JČO 2016 - tisk brožur - propagace tematického roku JČO 2016
FAK	5.8.2016	21002092	16.8.2016	JČO 2016 - dárkový voucher na víkendový pobyt pro dvě osoby pro vítěze soutěže v rámci PARKU RIO - LIPNO
FAK	10.5.2016	21001168	17.5.2016	JČO 2016 - propagace projektu Jižní Čechy olympijské na webové stránce Seznam.cz za období od 11. 4. - 30. 4. 2016
FAK	8.6.2016	21001482	16.6.2016	JČO 2016 - propagace projektu Jižní Čechy olympijské na webové stránce Seznam.cz
FAK	13.7.2016	21001920	21.7.2016	JČO 2016 - propagace projektu Jižní Čechy olympijské na webové stránce Seznam.cz
FAK	11.8.2016	21002140	18.8.2016	JČO 2016 - propagace projektu Jižní Čechy olympijské na webové stránce Seznam.cz
FAK	25.8.2016	21002229	150 000,00 CZK	JČO 2016 - nákup reklamy v Olympijské FUN ZONE – Hluboká nad Vltavou ve dnech 3.8.2016-21.8.2016, tzn. 19 dnů:
FAK	25.5.2016	21001297	2.6.2016	JČO 2016 - zajištění sportovního programu v rámci Roadshow
FAK	27.5.2016	21001318	9.6.2016	JČO 2016 - zajištění sportovního programu v rámci Roadshow
FAK	27.5.2016	21001317	2.6.2016	JČO 2016 - zajištění sportovního programu v rámci Roadshow
FAK	6.6.2016	21001440	7.6.2016	JČO 2016 - propagace projektu Jižní Čechy olympijské, doprovodný program v rámci projek JČO 2016 - marketingová propagace projektu Jižní Čechy olympijské – doprovodný program v rámci „Roadshow
FAK	8.7.2016	21001858	11.7.2016	JČO 2016 - propagace projektu Jižní Čechy olympijské, doprovodný program v rámci projek JČO 2016 - marketingová propagace projektu Jižní Čechy olympijské – doprovodný program v rámci „Roadshow
FAK	11.8.2016	21002142	18.8.2016	JČO 2016 - propagační předměty
FAK	11.8.2016	21002143	22.8.2016	JČO 2016 - mediální spolupráce pro Jihočeský kraj , spotová kampaň na radiu FAKTOR
FAZ	24.3.2016	21000731	7.4.2016	JČO 2016 - ubytování, účast v olympijské vesnici v Lipně nad Vltavou 1x apartmám v termínu 5. - 7. 8. 2016 - záloha
FAZ	24.3.2016	21000732	7.4.2016	JČO 2016 - ubytování, účast v olympijské vesnici v Lipně nad Vltavou-1x apartmán v termínu5. - 21. 8. 2016 - záloha
FAK	30.5.2016	21001348	2.6.2016	JČO 2016 - tisk 60 000 ks letáků Jižní Čechy olympijské – produktová edice, propagace tematického roku

FAK	18.3.2016	21000676	299 920,00 CZK	23.3.2016	JČO 2016 - Led kampaň se spoty které budou promítány na led obrazovkách v Plzni, Táboře, Jindřichově Hradci, Strakonících, Ústí nad Labem, Liberci, Ostravě, Vítkovicích, Hradci Králové, Praze 1 (Palaodium), České Budějovice(Prior), Liberec (OC Forum).
FAK	26.5.2016	21001308	36 300,00 CZK	30.5.2016	JČO 2016 - umístění reklamy a propagace Projektu Jižní Čechy olympijské na třech internetových stránkách www.cestovkapohoda.cz, www.pohodovecestovani.cz a www.aCestuj.cz.
FAK	10.5.2016	21001170	24 200,00 CZK	18.5.2016	JČO 2016 - Televizní propagace projektu Jižní Čechy olympijské v období března až července 2016. Spoty speciálně vytvořené a vysílané dle požadavku zadávajícího nejenom v regionu Jižní Čechy.
FAK	17.6.2016	21001614	78 892,00 CZK	23.6.2016	JČO 2016 - nákup balonků s logem JČO
FAK	22.6.2016	21001659	11 856,00 CZK	22.6.2016	JČO 2016 - výroba 3 ks obousměrných roll-upů o rozměru 85x200 cm s logem na jedné straně Jižní Čechy olympijské a druhé logo Jihočeského kraje.
FAK	10.3.2016	21000640	12 734,00 CZK	23.3.2016	JČO 2016 - výroba 4 ks mušičích křidel na Road show - marketingová propagace projektu Jižní Čechy olympijské pro širokou veřejnost
FAK	18.5.2016	21001233	293 158,80 CZK	23.5.2016	JČO 2016 - Mediální spolupráce pro Jihočeský kraj v rámci propagace JČO 2016, spotová kampaň na radiích Kiss Jižní Čechy a rádiu Impuls.
FAK	28.6.2016	21001699	249 000,00 CZK	4.7.2016	JČO 2016 - Pronájem LED obrazovky včetně nosné konstrukce, stavby a bourání, odbavovacího parkoviště a dopravy v rámci akce Roadshow Jižní Čechy olympijské 2016
FAK	6.6.2016	21001434	11 979,00 CZK	15.6.2016	JČO 2016 - mediální spolupráce pro Jihočeský kraj, spotová kampaň na rádiu Český rozhlas České Budějovice (marketingové propagace JČO 2016) za období od 1.5. - 31. 5. 2016
FAK	11.7.2016	21001893	27 225,00 CZK	21.7.2016	JČO 2016 - mediální spolupráce pro Jihočeský kraj, spotová kampaň na rádiu Český rozhlas České Budějovice (marketingové propagace JČO 2016) za období od 1. 6. - 30. 6. 2016
FAK	8.8.2016	21002101	27 225,00 CZK	17.8.2016	JČO 2016 - mediální spolupráce pro Jihočeský kraj, spotová kampaň na rádiu Český rozhlas České Budějovice (marketingové propagace JČO 2016)
FAK	14.6.2016	21001571	866,00 CZK	14.6.2016	JČO 2016 - obědstervení na pracovní jednání k Olympijskému parku Rio-Lipno 2016
FAK	1.4.2016	21000790	5 800,00 CZK	8.4.2016	JČO 2016 - rezervace ubytování v termínu konání Olympijského park RIO-LIPNO, 1x apartmán (4 os.) se snídaní
FAK	17.8.2016	21002180	7 849,00 CZK	25.8.2016	JČO 2016 - pracovní oběd v HOTEL ADMIRÁL LIPNO, Lipno nad Vltavou 92, se zástupci Svazku lipenský obcí a zástupci IZS – inspekční cesta o stavu příprav OP Rio-Lipno 3.8.2016
FAK	12.8.2016	21002158	615 157,00 CZK		JČO 2016 - Nákup olympijské kolekce a reklamního materiálu pro reklamní a prezentační učely Jihočeského kraje, viz příloha
FAK	17.5.2016	21001219	99 980,00 CZK	14.6.2016	JČO 2016 - Mediální propagace při utkáních VK Jihostraj Evropského ve výřazovací části extraligy volejbalu mužů.
FAK	5.5.2016	21001109	118 580,00 CZK	26.5.2016	JČO 2016 - Tisková inzerce v regionálním týdeníku (marketingové propagace)
FAK	20.6.2016	21001626	297 660,00 CZK	22.6.2016	JČO 2016 - marketingová propagace projektu Jižní Čechy olympijské – doprovodný program v rámci „Roadshow
FAK	21.4.2016	21000986	1 740,00 CZK	25.4.2016	JČO 2016 - výroba 2 ks razítek TRODAT s motivem JČO 2016
FAK	24.3.2016	21000730	2 600,00 CZK	5.4.2016	JČO 2016 - obědstervení na jednání Koordinační schůzky

6 619 919,00

Celkem

SEZNAM DOKLADŮ K PROJEKTU "JIŽNÍ ČECHY OLYMPIJSKÉ" 2016

100007	Tisk letáků Jižní Čechy olympijské 2016 - 13 tis.ks	20 316,00	18.1.2016
100025	Montáž a demontáž expozice-Jč.olympijské	116 523,00	1.2.2016
100026	Překlady a korektury mat. Jč.olympijské	7 000,00	1.2.2016
100034	Vícepráce na zpracování rozpočtu projektu JČO	4 500,00	25.2.2016
100038	Instalace expozice na veletrhu ITF Bratislava	118 459,00	26.2.2016
100039	Instalace expozice na veletrhu ITF Bratislava	112 656,00	26.2.2016
100040	Expozice Jč.olympijské - na ITF Bratislava	119 354,00	26.2.2016
100043	Reklamní předměty k projektu "JCO"	52 197,00	16.2.2016
100019	Reklamní kampaň na Rádiu Impuls 1.2.-31.12.16	31 460,00	1.2.2016
100041	Reklamní kampaň na facebooku	41 140,00	
100068	Reklamní kampaň na Rádiu Impuls 1.3.-31.03.16	31 460,00	2.3.2016
100069	Reklamní plachty - Jižní Čechy olympijské 2016	61 565,00	2.3.2016
100072	Fotoateliér na HW pro JČO 2016	23 838,00	3.3.2016
100076	Zpracování textů vč.jazyk.korektury-JCO	1 750,00	14.3.2016
100082	Zajištění programu JČO na veletrhu HW 2016	118 580,00	14.3.2016
100092	Audiovizuální zajištění "JCO" na HW	301 260,00	29.3.2016
100094	Grafické úpravy letáku JČO 2016	1 906,00	29.3.2016
100095	Technické zajištění prezentace k projektu JČO	302 028,00	1.4.2016
100097	Fotoateliér na Plese jihočeských starostů pro JČO 2016	12 000,00	1.4.2016
100099	Reklamní kampaň na facebooku 3/2016	41 140,00	1.4.2016
100100	Výroba spotu JČO 2016	3 025,00	1.4.2016
100085	Prezentace v časopisu Czech Travelogue 1/2016	18 150,00	21.3.2016
100105	Image Impuls 04/16	31 460,00	1.4.2016
100113	Reklamní kampaň k projektu "JČO"	65 340,00	5.4.2016
100119	Zajištění sportovních aktivit na "JČO"	23 800,00	2.5.2016
100122	Homepage-pro projekt "Jč. Olympijské 2016"	75 020,00	4.5.2016
100124	Rozhlasová reklama pro projekt "Jč. Olympijské"	70 809,00	4.5.2016
100125	Inzerce v týdeníku Prager Zeitung-"Jč.olymp."	30 250,00	4.5.2016
100128	Reklamní kampaň k projektu "JČO"	41 140,00	4.5.2016
100129	Prezentace v Travel Service Magazínu léto 2016-projekt "Jč. Olympijské 2016"	43 560,00	4.5.2016
100130	Inzerce k projektu "Jč.olympijské 2016"	83 490,00	4.5.2016
100132	Balonky, trička k projektu "Jč.olympijské 2016"	8 524,00	4.5.2016
100137	Inzerce v časopisu "Moje Země" - JČO	54 450,00	15.4.2016
100152	Fotoateliér pro "KOMPAS" a "JČO"	14 475,00	10.5.2016
100161	Zajištění akcí pro "JČO"	35 852,00	16.5.2016
100166	Změny na portálu jiznicechy.cz pro akci "JČO"	88 330,00	19.5.2016
100167	Inzerce v časopisu Eurogym 2016-propagace "JČO"	14 000,00	19.5.2016
100174	Rozhlasová reklama "JČO"	55 902,00	1.6.2016
100182	Homepage-pro projekt "Jč. Olympijské 2016"	75 020,00	24.5.2016
100189	Reklamní kampaň k projektu "JČO"	41 140,00	9.6.2016
100197	Prezentace na portálu Turistika.cz	11 979,00	21.6.2016
100198	Inzerce na portálu Seznam.cz	75 020,00	21.6.2016
100169	Inzerce v časopisu Epocha 11/2016	30 250,00	24.5.2016
100178	Inzerce v časopise TURISTIKA.CZ-letní vydání	11 979,00	1.6.2016
100184	Image Impuls 06/16	31 460,00	1.6.2016
100201	Rozhlasová reklama JČO 14.6.-21.6.2016	55 902,00	
100206	Inzerce v časopisu EPOCHKA 14/2016-JČO	30 250,00	
100208	Reklamní předmětyk prodeji-projekt JČO	269 154,00	
100051	Služby k veletrhu ITF Slovakiaitour 2016 (3.016 EUR)	98 624,00	zál.fakt. ID 220001
100048	Inzerce v měsíčníku "Pražský přehled kultur.pam."	12 100,00	11.2.2016
100210	Image Impuls 07/16	31 460,00	1.7.2016
100213	Reklamní kampaň k projektu "JČO" 6/2016	29 040,00	4.7.2016
100214	Prezentace v magazínu KAM po Česku 7-8/16 (JČO)	15 125,00	4.7.2016
100219	Inzerce-propagace JČO v MF DNES Praha	59 550,00	15.7.2016
100221	Facebooková kampaň na podporu projektu JČO v 7-8/2016	79 860,00	15.7.2016
100227	Inzerce v magazínu METRO - projektu JČO-13.7.16	43 560,00	26.7.2016
100229	Inzerce v Prager Zeitung č.28-29/2016-JČO	30 250,00	26.7.2016
100230	Homepage-pro projekt "Jč. Olympijské 2016"	75 020,00	26.7.2016
100233	Rozhlasová reklama k projektu JČO 7/2016	44 722,00	26.7.2016
100246	Inzerce JČO	24 200,00	18.8.2016
100247	Realizace akce "Brazilský večer" - JČO	441 847,00	18.8.2016
100248	Polep vozidel VW Transportér JČO	23 595,00	18.8.2016
100249	Ubytování -akce "Brazilský večer" - JČO	3 380,00	18.8.2016
100250	Stravné v ol. Parku Lipno	2 665,00	18.8.2016

CELKEM NÁKLADY NA PROJEKT

3 923 861,00



cutting through complexity

Dopady a pozitivní efekty vyplyvající z realizace tematického roku Jižní Čechy olympijské 2016 a projektu Olympijský park Rio–Lipno 2016

Analytická studie

Prosinec 2015





KPMG Česká republika, s.r.o.
Tel +420 222 123 101
Fax +420 222 123 100

Pobřežní 1a
186 00 Praha 8
Czech Republic

4. prosince 2015

Vážený pane hejtmane,

předkládáme Vám závěry analytické studie **Dopady a pozitivní efekty vyplývající z realizace tematického roku Jižní Čechy olympijské 2016 a projektu Olympijský park Rio-Lipno 2016**. Účelem studie je posoudit ekonomické a jiné přínosy vyplývající z kampaně Jižní Čechy olympijské a z projektu Olympijský park Rio-Lipno 2016.

Dokument je členěn do třech částí. V první části je představen projekt Jižní Čechy olympijské a jeho přínosy. V návaznosti na to je v druhé části bližší pozornost věnována projektu Olympijského parku Rio-Lipno. Je zpracována rámcová analýza lokace jednotlivých destinací olympijského parku, analýza očekávané poptávky, SWOT analýza a analýza rizik projektu a možných opatření na jejich eliminaci. Ve třetí a poslední části dokumentu je provedena kalkulace očekávané spotřeby vyplývající z přípravy a vlastní realizace projektu a popis očekávaných dopadů projektu na rozvoj regionu Lipensko a Jihočeského kraje – jsou posouzeny kvantifikovatelné a nekvantifikovatelné pozitivní efekty projektu.

S pozdravem

Zdeněk Tůma

Partner společnosti

Důležité upozornění

Práci na studii jsme započali 30. října 2015 a ukončili 4. prosince 2015. Od tohoto data jsme neuchránili jakékoliv aktualizace této zprávy o jakékoliv další události či okolnosti.

V průběhu přípravy této studie jsme používali primární i sekundární zdroje informací. Primární zdroje zajištěny především prostřednictvím výzkumu prováděného v průběhu minulého a letošního roku na Lipensku (šlo o terénní výzkum s dotazníkovým šetřením a řízené rozhovory se zástupci obcí).

Sekundární sběr informací čerpal zejména z dat Českého statistického úřadu (ČSU), informací poskytnutých Českým olympijským výborem a databázi společnosti KPMG (především TLT Benchmark. Zdroje pro konkrétní data vždy uvádíme v relevantní části dokumentu.

Musíme zdůraznit, že naše doporučení a závěry vycházejí z aktuální situace v uvedeném roce. V případě změny výchozích předpokladů doporučujeme zvážit aktualizaci zde uváděných závěrů. KPMG se spoléhala na správnost, úplnost, pravdivost a přesnost informací, které obdržela. Obchodní ani žádné jiné informace nám poskytnuté nebyly nezávisle ověřovány.

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

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

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

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

Zdeněk Tůma
Partner
KPMG Česká republika,

s.r.o.

Tel: + 420 222 123 390

Fax: + 420 222 123 100

ztuma@kpmg.cz

Ondřej Špaček

Manager

KPMG Česká republika,

s.r.o.

Tel: + 420 222 123 668

Fax: + 420 222 123 100

ospacek@kpmg.cz

Manažerské shrnutí	3
A. Představení projektu Jižní Čechy olympijské a jeho přínosů	4
Kampaň Jižní Čechy olympijské a její nástroje	5
B. Rámcová analýza lokace Olympijského parku Rio–Lipno 2016 a analýza očekávané poptávky	6
Současná situace regionu	7
Lokace Olympijského parku Rio–Lipno 2016	11
Možnost kooperace s externími subjekty	12
Identifikace možného rozvojového potenciálu	13
Analýza cílových trhů a segmentace klientely	14
Rámcová analýza potenciální poptávky	16
SWOT analýza	17
Analýza rizik projektu a možných opatření na jejich eliminaci	18
C. Posouzení kvantifikovatelných a nekvantifikovatelných pozitivních efektů projektu	19
Metodika multiplikačního modelu	20
Přínosy pro veřejné rozpočty	21
Další pozitivní efekty projektu	22

- Při konzervativním předpokladu, že díky kampani Jižní Čechy olympijské bude do kraje v roce 2016 přilákáno 60 – 90 tisíc dodatečných návštěvníků a jejich očekávaná spotřeba se bude pohybovat mezi **150 – 230 mil. Kč**, lze očekávat až **90 mil. Kč do veřejných rozpočtů** na daňových příjmech.
- Region Lipensko získal možnost, aby se na jeho území pořádala akce **Olympijský park Rio–Lipno 2016**. Hlavním důvodem byla **poloha** a stávající **sportovní infrastruktura** a množství **služeb cestovního ruchu**.
- Do projektu bude zahrnuto celkem **5 obcí regionu Lipensko**, které mají celkem **cca 5 tis. obyvatel**, přičemž nejvíce obyvatel má obec Loučovice.
- V místech, která budou využívána pro potřeby olympijského parku budou mít návštěvníci **možnost vyzkoušet olympijské sporty**, jako například atletika, cyklistika, tenis a další. **Centrum olympijského parku** se bude nacházet v **obci Lipno nad Vltavou**.
- **Projekt má potenciál přínosů** pro obyvatele, místní podnikatele i obec a region. Organizátoři mají zároven **možnost spolupráce** s veřejným sektorem, soukromými subjekty a neziskovými subjekty za účelem zvyšování návštěvnosti a posilování propagace.
- V současné době však region Lipensko navštěvují nejčastěji **lidé ve věku 30-49 let** (69 návštěvníků) a **nejčastěji s rodinou** (necelestvích 70 % návštěvníků), kteří kombinují aktivní a pasivní dovolenou. Tito návštěvníci jsou nejvýznamnějším cílovým segmentem projektu.
- Největší **riziko** představuje počasí, kapacity parkovacích míst, ubytovacích zařízení a restauračních zařízení a dopravní dostupnost
- Předpokládané **navýšení návštěvnosti** v době pořádání akce je 250-300 tisíc návštěvníků. Při průměrné útratě 1 250 Kč návštěvníka/den a průměrné délce pobytu 2,1 dne činí průměrná útrata návštěvníka regionu Lipensko 2 700 Kč/pobyt. Při využití multiplikačního modelu je možné říci, že akce bude mít za následek **přínos 260-320 mil. Kč do veřejného rozpočtu**.
- **Další pozitivní efekty** se projeví v oblasti regionálního rozvoje, propagace regionu, odkazu akce a zdravého životního stylu.





cutting through complexity

A. Představení projektu Jižní Čechy olympijské, jeho přínosy



- Jihočeský kraj propaguje Jižní Čechy jako destinaci cestovního ruchu prostřednictvím ročních tematických kampaní – „příběh“ kampaně souvisí s historickou událostí nebo má jiné opodstatnění (např. v r. 2015 šlo o kampaň Jižní Čechy husitské). Typ příběhových kampaní je mimo jiné využíván agenturou CzechTourism v rámci celostátní strategie propagace republiky jako destinace cestovního ruchu.
- Pro rok 2016 je kampaň spojená s olympijskými hrami i aktivním pohybem obecně a půjde tedy o **Jižní Čechy olympijské**. Cílem je představit Jižní Čechy jako **místo pro aktivní dovolenou**. Celý marketingový projekt bude spuštěn 1. ledna 2016.

- Všechny aktivity v rámci kampaně mají stejné dílčí cíle – tedy zvýšit počet turistů i jednodenních návštěvníků kraje v mezisezóně a sezóně (tedy od března do listopadu). Vrcholem veškerých aktivit v rámci projektu nicméně bude **Olympijský park Rio-Lipno 2016**. Nejde však o jedinou významnou sportovní aktivitu, která by se měla v kraji odehrávat vzhledem k tomu, že probíhá komunikace s různými sportovními svazy za účelem umístění finálových utkání právě na území Jihočeského kraje.

1

V rámci kampaně Jižní Čechy olympijské bude podporována **řada akcí s potenciálem zvýšit návštěvnost kraje a věrnost jeho turistické znače**. Akce nebudou podporovány jen přímo finanční podporou, ale dalšími formami jako marketingové, barterové, věcné apod.

2

Jihočeský kraj rozdělí v rámci svého grantového programu pro Jižní Čechy olympijské v tomto roce 2 mil. Kč, přičemž 75 % bude určeno na financování akcí přímo souvisejících s tématem celého roku a zbytek prostředků bude věnován na samostatné a doprovodné kulturní akce.

3

Součástí kampaně budou dvě roadshow, které budou lákat na návštěvu Jižních Čech olympijských a specifických projektů, které budou v rámci projektu realizovány. **Je plánována aktivace obyvatel v téměř 20 obcích (z většiny mimo Jihočeský kraj)**.



Při konzervativním předpokladu, že díky celé marketingové kampani a jejím popsaným nástrojům bude do kraje přilákáno **60 – 90 tisíc návštěvníků**, tak se jejich očekávaná spotřeba bude pohybovat...

...**150 – 230 mil. Kč** v průběhu roku 2016.

Pomineme-li marketingový efekt a potenciál budování značky Jižních Čech jako turistické destinace, přinese tato spotřeba jen v r. 2015...



...až **90 mil. Kč** do veřejných rozpočtů na daňových příjmech.

Český olympijský výbor příslibil, že u akcí, na kterých se bude organizačně spolupodílet, bude vyvíjet aktivní snahu zajistit dodávku služeb firmami sídlícími v Jižních Čechách. To představuje další významný pozitivní ekonomický dopad pro Jihočeský kraj a jeho zaměstnanost.

Zdroj: Analýza KPMG



cutting through complexity

B. Rámcová analýza lokace Olympijského parku Rio–Lipno 2016 a analýza očekávané poptávky

Olympijský park Rio–Lipno 2016 je **druhým olympijským parkem** na území **České republiky**. Za koncept a realizaci je **odpovědný Český olympijský výbor** a lokalita byla vybrána z důvodu polohy. Obce spojené s projektem se nachází **okolo největší vodní plochy** v České republice a v regionu je již nyní vybudována sportovní infrastruktura, široký výběr služeb cestovního ruchu a upravená veřejná prostranství.

Lokace Lipenska



Lipno
nad Vltavou

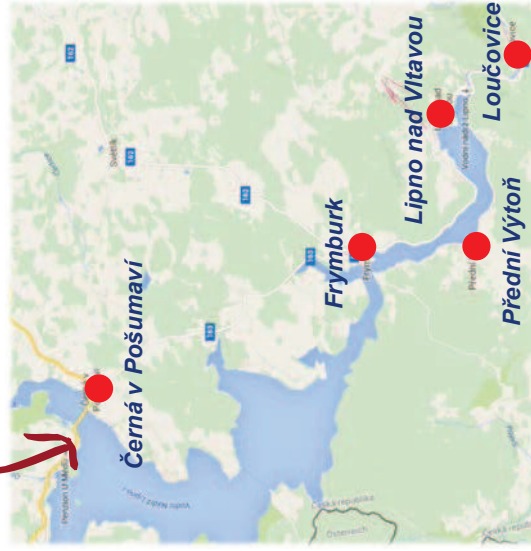


Loučovice

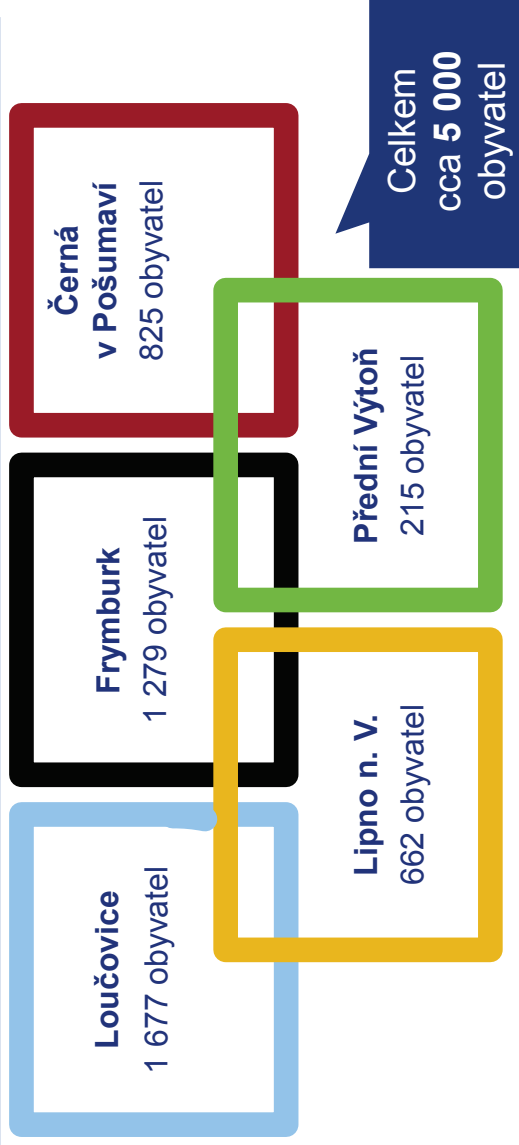
Olympijský park Rio–Lipno 2016 se bude nacházet ve vybraných obcích regionu Lipensko a jejich okolí. Ve dnech 5. 8. – 22. 8. 2016 bude park v provozu a veřejnosti nabídne možnost vyzkoušet různé olympijské sportovní aktivity. Centrum Olympijského parku Rio–Lipno 2016 bude v obci Lipno nad Vltavou s možností živých přenosů z olympijských her. Zároveň do Lipna nad Vltavou budou jezdit reprezentanti z olympiády v Riu de Janeiro a další sportovci.

Jižní Čechy Olympijské je dlouhodobá marketingová kampaň a bude zahájena 1. 1. 2016. Projekt navazuje na projekty „Jižní Čechy aktivní“ a „Jižní Čechy husitské“. Projekt bude nejen v regionu Lipensko, ale na několika místech Jihočeského Kraje.

Lokace Olympijského parku v roce 2016



Počet obyvatel v obcích (k 31. 12. 2014)



Přední Výtoň



Frymburk



Černá
v Pošumaví

Region Lipensko je v současné době rychle se rozvíjejícím regionem nacházejícím se v Jihočeském kraji. V ročníku 2012/2013 získala destinace ocenění na téma „Cestování bez bariér“ za systematický přístup k rozvoji turistické nabídky pro rodiny s dětmi, seniory, ale především pro handicapované.

Dopravní dostupnost

Autem	Autem je možné přijet z české a rakouské strany . Z české strany je možné přijet ve směru České Budějovice – Český Krumlov – Frymburk – Lipno nad Vltavou nebo České Budějovice – Kaplice – Vyšší Brod – Lipno nad Vltavou. Z rakouské strany je možné přijet ve směru Linz – Bad Leonfelden – Vyšší Brod – Lipno nad Vltavou.
Autobusem	Do obce Lipno nad Vltavou je možné přijet ze směru České Budějovice s přestupem v Českém Krumlově. Z Českého Krumlova do obce Lipno n. V. jede ve všední den 7 – 8 spojů, v sobotu dva spoje a v neděli tři spoje s maximálně 2 přestupy. Ve směru z obce Lipno nad Vltavou do obce Český Krumlov jede ve všední den 8 – 9 spojů, v sobotu jeden spoj a v neděli 3 spoje s maximálně 2 přestupy.
Vlakem	Vlakem je možné přijet ze směru České Budějovice s přestupem v obci Rybník. Z obce Rybník jezdí do obce Lipno nad Vltavou denně 7 spojů. Z obce Lipno nad Vltavou do obce Rybník jezdí ve všední den 8 spojů a o víkendy 7 spojů.

Vzdálenost Lipna nad Vltavou od větších měst

Město	Vzdálenost	Čas (jízda autem)	Počet obyvatel
České Budějovice	60 km	60 min	93 000
Strakonice	110 km	100 min	23 000
Pízeň	180 km	180 min	169 000
Praha	210 km	170 min	1 259 000
Brno	280 km	210 min	377 000
Ústí nad Labem	300 km	220 min	93 000

Město	Vzdálenost	Čas (jízda autem)	Počet obyvatel
Liberec	310 km	220 min	103 000
Hradec Králové	320 km	230 min	93 000
Ostrava	450 km	300 min	294 000
Linz	50 km	50 min	197 000
Passau	90 km	90 min	50 000

Zdroj: <http://www.lipensko.com/>, <https://vcb.czso.cz/>, <http://lizenirady.idnes.cz/>

V současné době je v obcích, která jsou zapojena do projektu Olympijský park Rio–Lipno celkem 91 ubytovacích zařízení, 2 048 pokojů, 6 573 lůžek a 1 100 míst pro stany a karavany. Jeden pokoj má průměrnou kapacitu 3 osoby, přičemž nejnižší průměrnou kapacitu mají pokoje v Loučovicích (2,6 osob) a nejvyšší v Lipně n. V. (3, 5 osob).

Loučovice

Počet ubyt. zařízení	4
Počet pokojů	42
Počet lůžek	111
Místo pro stany	0

Frymburk

Počet ubyt. zařízení	24
Počet pokojů	550
Počet lůžek	1527
Místo pro stany	300

Černá v Pošumaví

Počet ubyt. zařízení	23
Počet pokojů	347
Počet lůžek	1060
Místo pro stany	385

Lipno n. V.

Počet ubyt. zařízení	27
Počet pokojů	959
Počet lůžek	3358
Místo pro stany	415

Přední Výtoň

Počet ubyt. zařízení	13
Počet pokojů	150
Počet lůžek	517
Místo pro stany	0

- Obec Loučovice mají z uvedených obcí **nejvyšší počet obyvatel** (necelých 1 700 obyvatel) a zároveň mají **nejnižší ubytovací kapacity**.
- Na druhou stranu obec **Lipno nad Vltavou** s 662 obyvateli má **nejvyšší ubytovací kapacitu**.

Na území Lipenska je široká nabídka letních i zimních sportovních aktivit. Vedení destinačního managementu se ve spolupráci s vedením obcí snaží vytvořit síť služeb a poskytovatelů služeb cestovního ruchu a uspokojovat poptávku vytvořením nových služeb tak, aby mohlo Lipensko uspět v porovnání s jinými cílovými destinacemi nejen na území České republiky a aby měl každý návštěvník možnost vybrat si z široké nabídky, aby se vrátil a aby se jeho pobyt prodlužovat.



Letní sportovní aktivity

- Adventure park (lanové centrum, paintball)
- Adventure golf – Lipno n. V.
- Bikepark Lipno
- Bobová dráha
- Cyklistika a cyklotrasy
 - V okolí se nachází 9 cyklotras
- Frisbee park
- Hopsárium
- JachtyKoupání a vodní sporty: půjčovny lodí a raftů, Aquapark Frymburk, Aquaworld Lipno n. V.
- Lanové centrum Adventure Park, Lanový park Lipno
- Motokáry Frymburk
- Paintball Černá v Pošumaví
- Plavby parníkem



Zimní sportovní aktivity

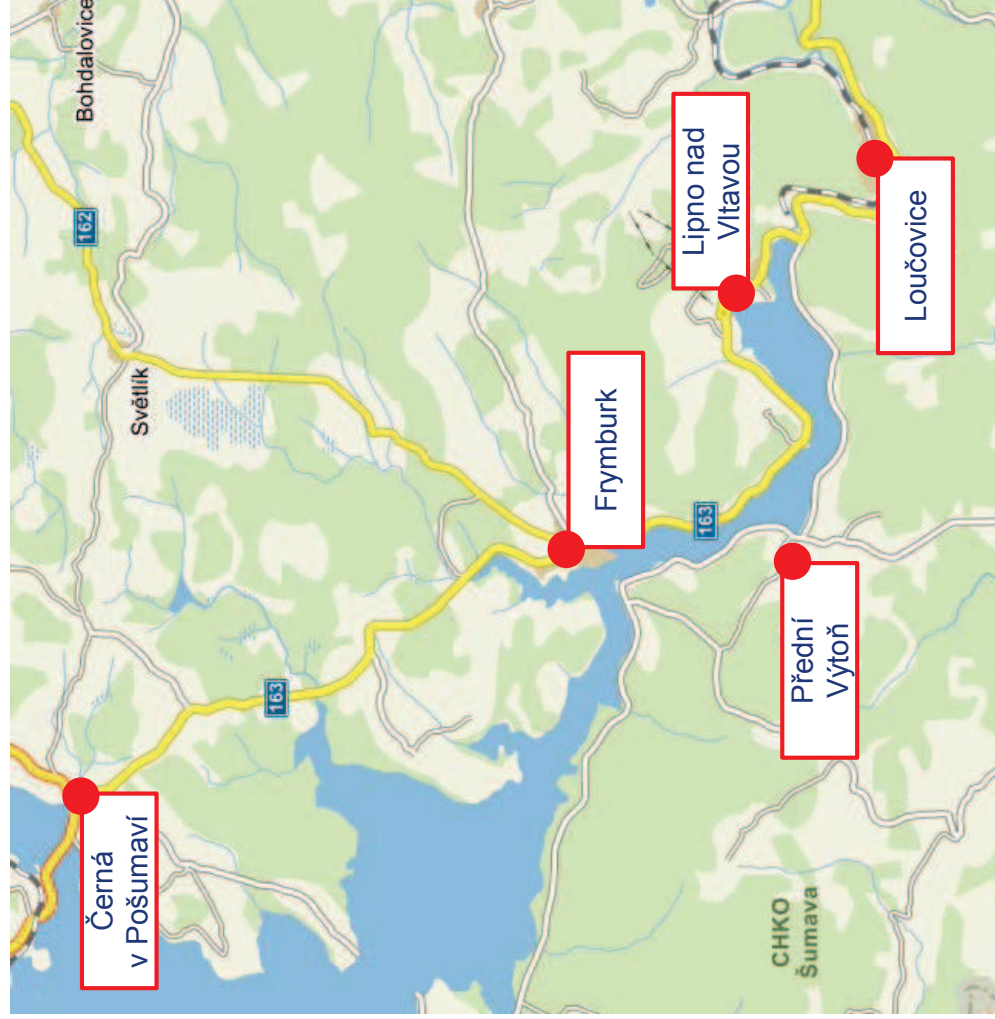
- Běžky a běžecké trasy
- Bruslení a bruslařská dráha na vodní nádrži Lipno
 - Nejdelší bruslařská dráha na světě (10 922 m dlouhá)
- Skiareál Frymburk
- Skiareál Lipno
- Snowkiting



Celoroční sportovní aktivity

- Bowling Horní Planá
- In-line bruslení kolem vodní nádrže Lipno
- Rybaření
- Stezka korunami stromů v Lipně n. V.
- Wellness a relaxace
 - Wellness & Spa Hotelu Frymburk, Wellness Hotelu Maxant
- Aquapark Frymburk, Aquaworld Lipno n. V.
- Sportovní hala Lipno POINT

Olympijský park Rio–Lipno 2016 se bude nacházet ve vybraných obcích regionu Lipensko a jejich okolí a každá obec nabídne rozličné aktivity. Ty zahrnují část olympijských sportů a návštěvníci si je budou moci vyzkoušet. Kromě sportovních aktivit park nabídne program a Centrum Olympijského parku Rio–Lipno 2016, které se bude nacházet v obci Lipno nad Vltavou.



Plánovaná sportovní nabídka v rámci olympijského Parku

Loučovice		
Fotbal	Taekwondo	Vodní sporty
Atletika	Vzpírání	

Frymburk	
Sportovní střelba	Atletika

Lipno nad Vltavou		
Fotbal	Cyklistika	Centrum olympijského parku
Golf	Atletika	Basketbal
		Vodní sportky

Přední Výtoň		
Atletika	Tenis	Triatlon
		Rugby

Černá v Pošumaví	
Další sporty	

Ostatní prostory v regionu Lipensko	
Atletika	Cyklistika

- V následujících přehledech jsou blíže specifikovány subjekty, se kterými může projekt Olympijský park Rio–Lipno 2016 spolupracovat:
- Ve veřejném sektoru se nabízí spolupráce se samosprávami či veřejnými organizacemi a to především prostřednictvím získávání finanční či nefinanční podpory (např. formou propagace v marketingové strategii kraje). S příspěvkovými organizacemi lze uzavírat strategická partnerství na balíčky služeb.
- Spolupráce se soukromými firmami spočívá především v obchodní spolupráci a to například s cílem zvýšit návštěvnost (podnikatelé v okolí) nebo propagovat projekt prostřednictvím partnerského produktu (dodavatelé).
- Neziskové organizace mohou pomoci posílit návštěvnost např. ve všedních dnech nebo lze s jejich pomocí posílit propagaci a PR.

Spolupráce s veřejným sektorem	
Typ subjektu	Obec, Kraj, Stát, EU
Způsob spolupráce	Dotace, pobídky nebo granty z veřejných prostředků
Hlavní výhoda pro projekt	Zařazení do oficiálních propagačních materiálů a průvodců města, kraje i republiky Další forma propagace
Spolupráce se soukromými subjekty	
Typ subjektu	Další firmy v okolí, odvětvové asociace
Způsob spolupráce	Strategická partnerství, zvýhodněné vstupy, množstevní balíčky, zařazení do propagačních materiálů, vstupné zdarma pro uživatele Lipno Card
Hlavní výhoda pro projekt	Zvyšování návštěvnosti Ubytovací a stravovací kapacity
Spolupráce s neziskovými subjekty	
Typ subjektu	Zájemové kroužky (tábory, sportovní oddíly a další)
Způsob spolupráce	Nabídka vstupu zdarma zájemným kroužkům, znevýhodněným dětem ve vybraný den (dětské domovy, ústavy, ozdravovny ad.)
Hlavní výhoda pro projekt	Zvyšování návštěvnosti CSR, další forma propagace, budování PR

Potenciál projektu pro obyvatele obcí zapojených do pořádané akce

- Zajištění nových pracovních míst pro občany všech kvalifikací. (půjde o zaměstnání potřebná před plánovanou akcí, během ní a po akci. Práce bude poptávána mezi kvalifikovanými i nequalifikovanými lidmi.)
- Větší nabídka společenského vyžití. Zvýšení prestiže obce.

Potenciál projektu pro obec

- Projekt může zapříčinit další rozvoj turistické infrastruktury, kultivaci prostředí a růst občanské vybavenosti regionu.
- Rozvoj obcí se může stát prioritou pro kraj při plánování jeho dalšího rozvoje.

Potenciál projektu pro podnikatele

- Příležitosti v oblastech přímo navázaných na projekt: nabídka dalších volnočasových aktivit, nabídka ubytování, pohostinské služby.
- Příležitosti navázané na rozvoj obce: stavebnictví, doprava, obchod, skladování, údržba, technické služby, výroba.
- Možnost rozšířit počet turistických atrakcí v obci a jejím okolí v návaznosti na zvýšený počet turistů.

Olympijský park Rio–Lipno 2016

Potenciál projektu pro region

- Zatraktivnění oblasti, která je již nyní výrazně zaměřena na cestovní ruch a přilákání dalších investic. Komplexnější nabídka služeb pro turisty.
- Profílance regionu jako nejvhodnějšího místa, kde strávit aktivní dovolenou v rámci ČR.
- Obohacení dostupných aktivit o unikátní akci, jakou je olympijský park, který může být rozhodujícím faktorem, který přispěje k rozhodnutí turisty navštívit tento region.

Motivace jednotlivých segmentů se budou v mnoha případech prolínat, nicméně každý segment vyžaduje jiné **podmínky a infrastrukturu** pro naplnění svých požadavků a to je třeba reflektovat. Motivace jednotlivých segmentů lze využít v **marketingové komunikaci** ať už při volbě **komunikačního kanálu** (konkrétní médium či internetová stránka, přímý marketing zaměřený na firmy) nebo **obsahu, který je vhodný s potenciálními klientem komunikovat.**

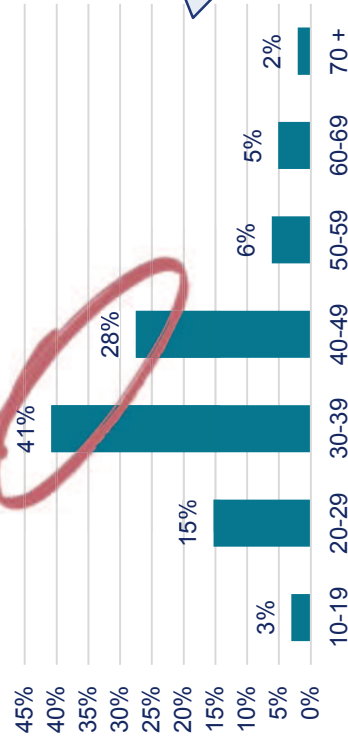
	Segment návštěvníků podle primární motivace	Charakteristika	Příklad požadované infrastruktury
	Rekreační sportovci	Turisté včetně rodin s dětmi, jejichž hlavním zájmem je provozování rekreačních sportů v turistické oblasti kolem nádrže Lipno. Olympijský park Rio–Lipno 2016 může být jejich hlavním cílem, kde si mohou vyzkoušet nové sporty a zpestřit aktivně trávenou dovolenou.	Návaznost na cyklostezky, pěší cesty, další úseky Vltavy a nádrž Lipno, úschovna kol.
	Děti a mládež	Organizované skupiny dětí, mládeže v rámci výletů, sportovních soustředění, škol v přírodě a dětských táborů, kde je návštěva olympijského parku bodem v jejich programu.	Dopravní spoje uzpůsobené pro větší skupiny.
	Vodáci	Specifická skupina turistů využívající toku Vltavy od Vyššího Brodu do Českých Budějovic a přilehlých kempů. Do regionu přijíždí za zábavou a užít si dovolenou. Jedná se především o skupiny mladých lidí a rodiny s dětmi.	Dostupnost od nástupních míst vodáků a kempů (Vyšší brod, Branná, Český Krumlov)
	Návštěvníci z cizích zemí	Pro turisty z cizích zemí je tato oblast poměrně oblíbenou destinací, zejména pro cestující z Rakouska, Nizozemska, Německa a Slovenska. Jedná se jak o krátkodobé návštěvníky přijíždějící do Českého Krumlova a přilehlé rekreační oblasti, tak dlouhodobé rezidenty pronajímající si nemovitosti v blízkém okolí nádrže.	Dopravní spojení s okolními obcemi autobusy, vlaky a shuttle busy. Dobré dopravní značení. Informace v cizích jazycích.
	Doprovod	Penzisté a rodiny trávící dovolenou s dětmi, pro které hledají zábavu a sportovní aktivity. Pro doprovod je důležitá především rozvinutost a kvalita infrastruktury, pohostinství a služeb.	Pěší a odpočinkové zóny, parky a lavičky, restaurace, občerstvení.

Následující popis je rámcový pohled na obvyklé společné charakteristické rysy jednotlivých skupin návštěvníků – ke každé skupině je nutné přistupovat na základě dalších **charakteristik** (například příjem domácnosti, primární motivace a další uvedené). V návaznosti na **komplexní definici klienta** se cílí marketingové aktivity. **Prioritním segmentem**, který nejvíce využívá kapacit Lipenského areálu a okolí, jsou **rodiny s dětmi** představující **jádro cílového trhu**. Pozornost by měla být zaměřena i na **studenty/mladé lidi** a na **organizované skupiny s dětmi**.

Hlavní segmenty návštěvníků dle věku a společenského postavení

Rodiny s dětmi	Mladí lidé, studenti	Organizované skupiny s dětmi	Střední věk	Senioři
Rodiče s dětmi jsou segment dospělých osob ve věku 25 – 45 let, kteří vychovávají děti ve věku 1 – cca 15 let. Tento segment bude pozitivně reagovat na nabídku sportovní a zábavních aktivit pro děti. Důležitým parametrem pro tento segment je bezpečnost.	Mladí, svobodní jsou lidé ve věku 15 – 30 let, bez větších závazků, jejichž cílem na cestách jsou především zážitky. Tento segment se na své cestě obvykle nezdržuje příliš dlouho na jednom místě a má zájem stihnout co nejvíce aktivit.	Skupiny, které se účastní jednodenních exkurzí či vícedenních pobytů (např. dětský tábor, soustředění) organizovaný zájmovou skupinou nebo sportovním sdružením. Pro tuto skupinu zákazníků je důležité velké množství volnočasových aktivit, blízkost k přírodě a sportovní vyžití.	Jedná se o osoby ve věku 45 – 60 let, jejichž děti již netráví volný čas se svými rodiči. Tento segment vyhledává spíše aktivní a bezpečně trávený volného času. Hlavní atraktivitou pro tento segment mohou být relaxační pobyty s rekreačními sportovními aktivitami a sportovními přenosy z LOH.	Osoby starší 60 let jsou specifickou cílovou skupinou, která disponuje relativním dostatkem volného času a může tedy využívat delších pobytů, než ostatní skupiny návštěvníků. Vyhledává spíše klidnější aktivity a pasivnější odpočinek. Typické jsou výlety a dovolené s vnoučaty

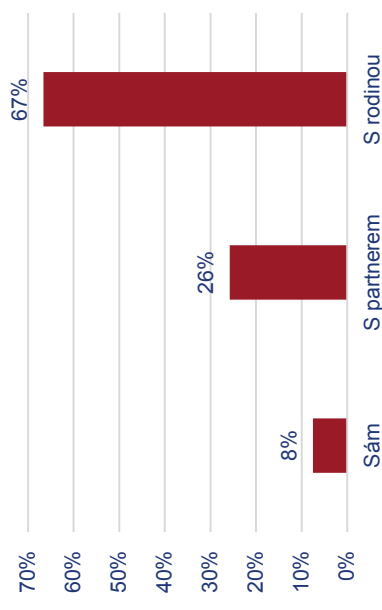
Věková struktura návštěvníků/turistů v letní sezóně



Věková struktura návštěvníků/turistů v letní sezóně:

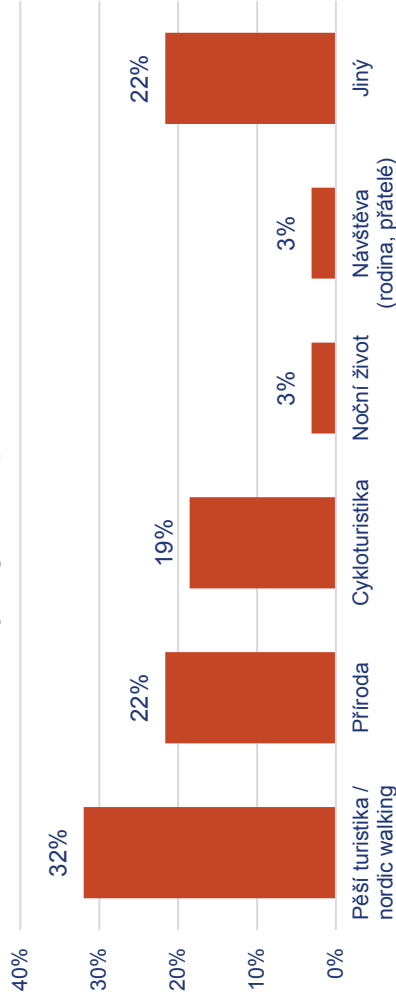
- Více než dvě třetiny návštěvníků/turistů jsou ve věku **30 – 49 let a nejčastěji na Lipensko přijíždí s rodinou.**
- 18 % tvoří mladí návštěvníci/turisté do 29 let.**

Rozdělení respondentů, podle toho s kým přijeli do areálu Lipno



Terénní průzkum KPMG ukázal, že návštěvníci/turisté jezdí do areálu Lipno trávit především aktivní dovolenou. Polovina návštěvníků/turistů považuje Lipno a okolí za ideální výchozí bod k provozování pěší turistiky nebo cykloturistiky. Doplnkové sportovní aktivity, které v budoucnu bude nabízet olympijský sportovní park vyhledává většina návštěvníků/turistů .

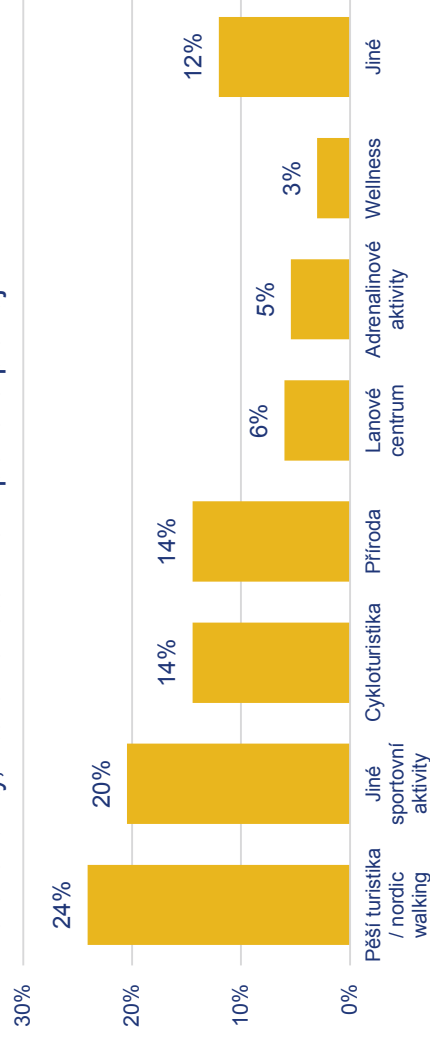
Hlavní důvod návštěvy regionu Lipensko



Hlavní důvod návštěvy

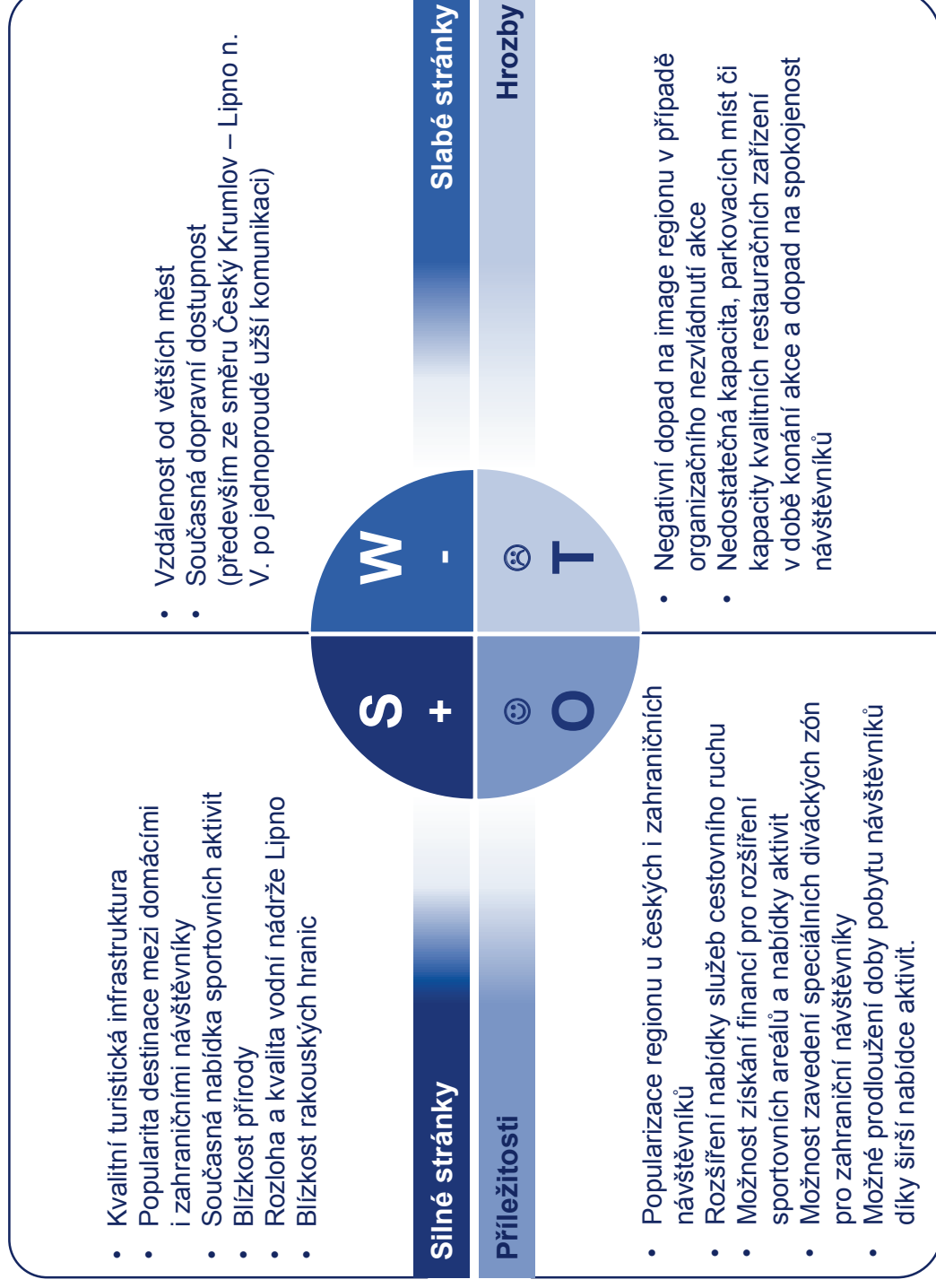
- Z terénního průzkumu vyplynulo, že 32 % návštěvníků/turistů bere hlavní důvod návštěvy Lipenska pěší turistiku/nordic walking .
- Cykloturistiku uvedlo za hlavní důvod návštěvy 19 % respondentů.
- Mezi jiné patří například sportovní akce či kurz, kulturní či společenská akce, dovolená, rekreace, zájezd aj.

Další aktivity, které návštěvníci Lipenska plánují



Další důvody návštěvy

- Necelé tři čtvrtiny návštěvníků/turistů uvedlo jako vedlejší důvod návštěvy provozování aktivních sportovních činností, jako je pěší turistika, kolo, různé sportovní a také adrenalinové aktivity, lanové centrum.
- Mezi jiné patří například Stezka v korunách stromů, gastronomie, návštěva příbuzných či přátel, noční život, kulturní či společenská akce, vnočata, výlet, lanovka, odpočinek aj.



Identifikovaná rizika	Pravděpodobnost výskytu rizika	Míra dopadu rizika	Preventivní opatření
Kapacita parkovacích míst			Zajištění dostatečného množství parkovacích míst s vyhrazenou částí pro handicapované. Zároveň motivace návštěvníků k požívání hromadné dopravy místo aut, aby bylo zajištěno optimální využití dopravní infrastruktury.
Hygiena			Přítomnost dostatečného počtu mobilních umývár a sanitárních systémů a zajištění jejich pravidelného úklidu.
Dopravní dostupnost			Umístění olympijského parku do lokality s dostatečnou dopravní infrastrukturou a posílení dopravního spojení zvýšeným počtem autobusových a vlakových spojení za výhodnější ceny. Možnost pro využití skibusů horského střediska Lipno v době konání akce.
Dopravní dostupnost			Umístění olympijského parku do lokality s dostatečnou dopravní infrastrukturou a posílení dopravního spojení zvýšeným počtem autobusových a vlakových spojení za výhodnější ceny. Možnost pro využití skibusů horského střediska Lipno v době konání akce.
Nedostatečná kapacita ubytovacích zařízení			Zajištění dostatečného množství ubytovacích zařízení v místě konání akce (hotely, apartmány, rozšíření kempů aj.) a komunikace s poskytovateli ubytovacích zařízení ze vzdálenějších lokalit (v případě potřeby možnost nabídky tohoto ubytování)
Hluk			Respektování nočního klidu a ukončení aktivit do 22 hodin nebo dočasná změna vyhlášky o nočním klidu. Umístění parku zároveň umožní návštěvníkům zůstat i po 22 hodině, bez rizika rušení nočního klidu místních obyvatel.
Bezpečnost areálu			Neustálý dohled nad celým areálem bezpečnostní agenturou za asistence místní policie, hasičů a záchranářů
Nesouhlas místních obyvatel			Včasná komunikace záměrů přes vedení měst a místní noviny. Distribuce letáků a volných lístků obyvatelům v blízkosti areálu.

Pravděpodobnost výskytu **Vysoká pravděpodobnost**

Středně vysoká pravděpodobnost

Nízká pravděpodobnost

Míra dopadu **Vysoká** **Středně vysoká** **Nízká**



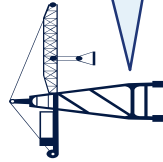
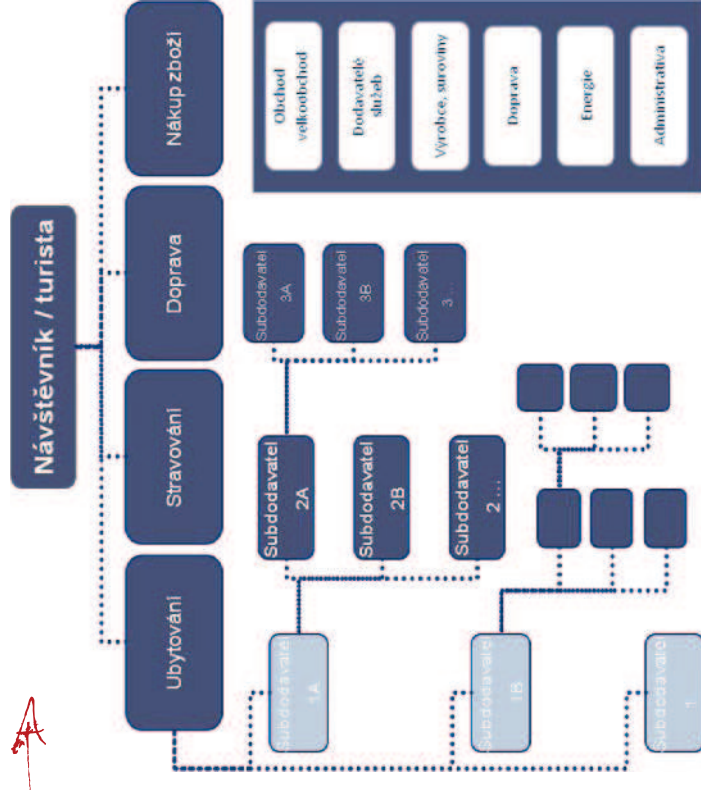
cutting through complexity

C. Posouzení kvantifikovatelných a nekvantifikovatelných pozitivních efektů projektu

Ekonomické přínosy Olympijského parku Rio–Lipno 2016 vyplývají především z ekonomické spotřeby (útraty) jednodenních návštěvníků a turistů.

- Cestovní ruch má dopad na celou řadu odvětví národního hospodářství. Význam tohoto dopadu pro veřejné rozpočty je možné kalkulovat pomocí **analýzy odběratelsko-dodavatelských vztahů neboli multiplikačního modelu**.
- Analýza odběratelsko-dodavatelských vztahů zohledňuje co největší počet faktorů, které mohou mít přímý či nepřímý dopad na konečnou bilanci přínosu cestovního ruchu realizovaného v obci.
- Kromě přímého významu ve formě daňových přínosů má podpora rozvoje formou rozvoje cestovního ruchu význam i svými přínosy pro podnikatelské subjekty a zaměstnanost. Ceny produktů a služeb i daňové sazby odpovídají roku 2015.
- V analýze odběratelsko-dodavatelských vztahů je základním vstupem ekonomická spotřeba (útrata) návštěvníků, tedy nakoupené služby a produkty – primární tržby. Tyto výdaje se následně rozdělují mezi subdodavatele kupovaných služeb. Do modelu vstupují externí aktéři jako dodavatelé v dopravě, energiích, surovinách apod. Model zohledňuje rozčlenění původních výdajů návštěvníka až do 10. úrovně hierarchického modelu (přičemž je počítáno i s „úniky“ spotřeby do zahraničí – nákup zboží a využívání služeb zahraničních dodavatelů, které nemají efekt na české hospodářství).

Schéma multiplikačního modelu



- Cestovní ruch v regionu neznamená pro veřejné rozpočty pouze ekonomické přínosy z daní vyvolané útratom návštěvníků. Významné jsou i jednorázové dopady investičních výdajů organizátorů.
- Významný ekonomický přínos bude mít realizace olympijského parku pro místní malé a střední podniky – umožní navazující příliv investic a obchodních příležitostí. Nabízí se i příležitost k aktivní propagaci a aktivaci trhu, se kterou je spojeno i budování obchodního aspektu značky kraje.

Předpoklad založený na výzkumech cestovního ruchu*

1 250 Kč

průměrná denní spotřeba turisty a jednodenního návštěvníka za veškeré služby a zboží

Průměrná doba pobytu

2,1 dne

průměrná doba, po kterou zůstanou turisté a návštěvníci ve středisku
 Lipno

Průměrná útrata za dobu pobytu

2 700 Kč

za veškeré služby a zboží

Návštěvnost v oblasti



Turisté a jednodenní návštěvníci za dobu provozu parku

250-300 tisíc

Spotřeba v regionu



Celková spotřeba v regionu iniciovaná návštěvností olympijského parku

650-800 mil. Kč

Spotřeba v multiplikaci



Celková spotřeba iniciovaná multiplikací návštěvnické spotřeby

1.300-1.600 mil. Kč

Veřejné rozpočty

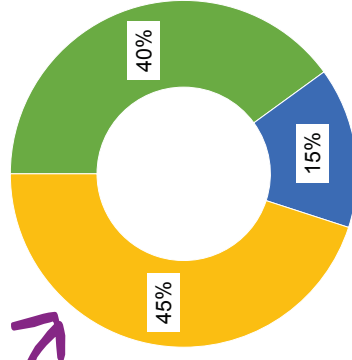


Očekávané přínosy pro veřejné rozpočty plynoucí z olympijského parku

260-320 mil. Kč

Předpokládané náklady na přípravu

65 mil. Kč



■ Partnerské zdroje (soukromý sektor)

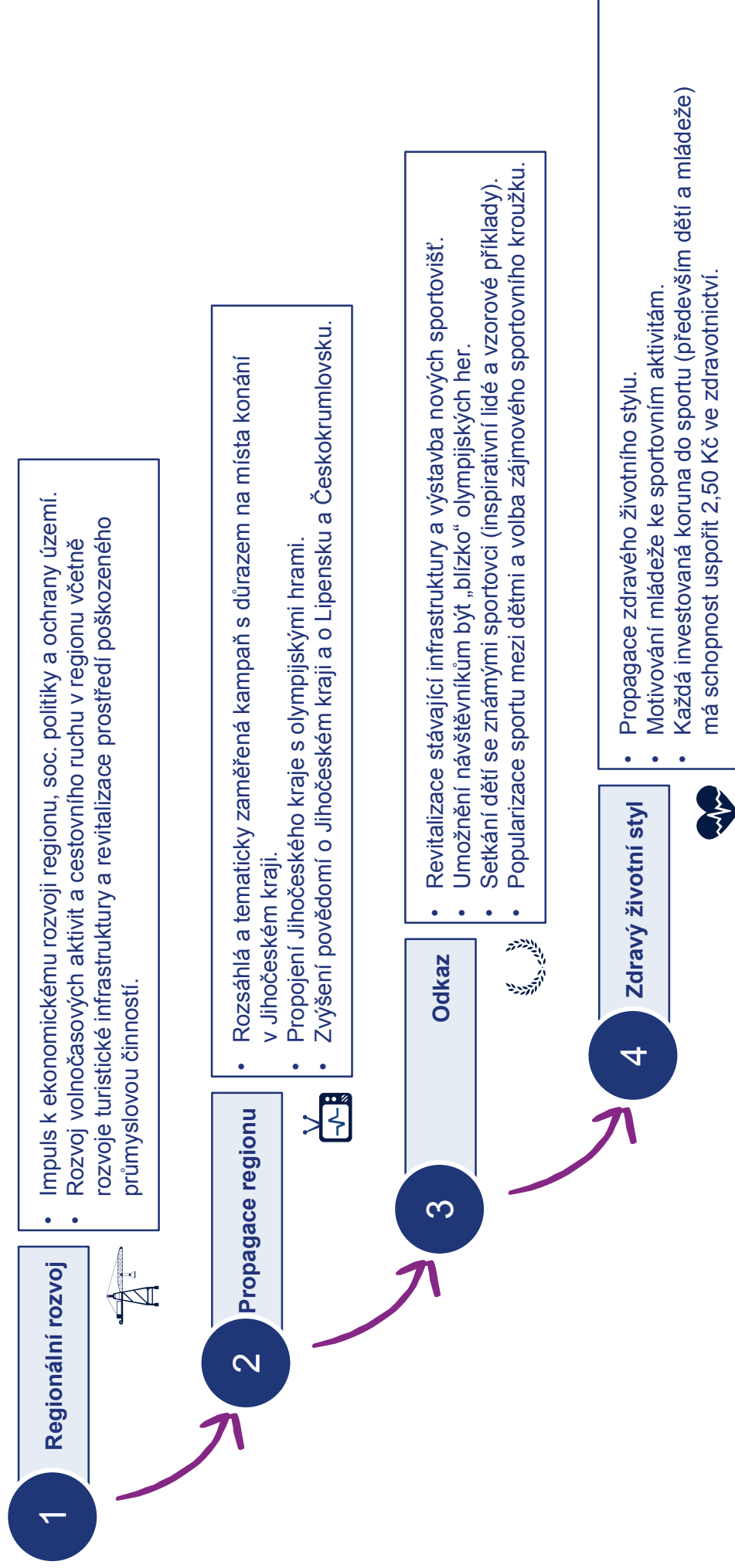
■ Mezinárodní olympijský výbor

■ Veřejné zdroje

Ke každé 1 Kč vložené do přípravy projektu z veřejných zdrojů

lze přiřadit cca 10 Kč příjmů do veřejných rozpočtů z realizované spotřeby iniciované podporou projektu ze strany veřejných institucí.

*Terénní průzkum KPMG Zdroj: Analýza KPMG





cutting through complexity

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

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

