

9 oblastí Česko jede

Základní charakteristika aktivit Česko jede – nejedná se jen o webovou stránku, ale celou řadu komplexních, na sebe navazujících aktivit:

- **Budování značky**, kdy projekt Česko jede bude definován **jednotnou značkou (brand)**. Ta je charakterizována názvem, logem s logotypem a platí pro všechny produkty a úlohy (značení, infotabule, internet, tištěné materiály, marketing).
- **Marketing** – zastřešující marketing ve spolupráci s hlavními partnery projektu v tuzemsku i zahraničí, příprava společných kampaní na vybrané trhy cestovního ruchu pro jednotlivé formy aktivní turistiky.
- **Tištěné materiály** (mapy a průvodce) – vydat mapu a popis hlavních evropských, národních a regionálních tras s marketingovým potenciálem i pro zahraniční cykloturisty ve spolupráci s CzechTourism.
- **Internetová prezentace** produktu Česko jede – s kraji a turistickými regiony vytvořit jednotnou strukturu a formát informací, zpracování podkladových map s partnery, propojení s vyhledávači tras a dopravního spojení (idos.cz). Integrace webu www.eurovelo.cz do produktu Česko jede,
- **Integrace veřejné dopravy** – integrace bezmotorové a veřejné dopravy do projektu ČDBIKE – půjčovny kol ČD, cyklobusy, integrace do webu www.idos.cz či www.cd.cz.
- **Budování infrastruktury dálkové sítě cyklotras ČR a tras EuroVelo** – výstavba problematických úseků, značení a přeznačení sítě cyklotras, budování doprovodné infrastruktury podél cyklotras, atd.
- **Integrace služeb pro cykloturisty Cyklisté vítáni (www.cyklistevitani.cz) do produktu Česko jede**
- **Konkrétní nabídka produktů/rezervační systém** – ve spolupráci s CzechTourism a vybranými touroperátory (vytvoření společné nabídky a zapojení komerčních subjektů do propagace) – nejdříve v roce 2015
- **Koordinační aktivity** - CzechTourism si nechal v roce 2012 zpracovat analýzu a návrh institucionalizace (příloha 2) Česko jede, který zahrnuje koordinační a metodický postup při realizaci projektu. Dokument navrhuje pravidla a podmínky společné propagace, především dálkových tras, a to mezi čtyřmi základními partnery: CzechTourism, České dráhy, kraje/turistické regiony a nově zřízenou organizací Česko jede. Dokument zahrnuje i akční plán pro rok 2013. Toto koordinační místo bude fungovat na základě dohody mezi kraji, krajskými turistickými organizacemi, CzechTourism a KČT pod hlavičkou Česko jede.

1) oblast: budování značky a metodické zázemí

- a) **Budování značky**, kdy projekt Česko jede bude definován **jednotnou značkou (brand)**. Ta je charakterizována názvem, logem s logotypem a 5 formami bezmotorové mobility z celonárodního pohledu a platí pro všechny produkty a úlohy (značení, infotabule, internet, tištěné materiály, marketing). **Kraje** budou moci tuto značku používat ve svých materiálech – bude známkou TOP.

Příklady stávajících aktivit:

- 2011 - Značka národního produktu, definovaného se vyvíjela, v roce 2011 bylo dotvořeno logo značky do této podoby – bylo financováno ze strany CDV



- 2013 – CzT zadal jeho zpracování profesionálům a CDV se spolupodílí na jeho připomínkování. Definitivní podobu loga bude nutné ještě konzultovat s partnery projektu a poté pro vybrané logo s logotypem bude potřeba zpracovat grafický manuál, zahrnující i cizojazyčné mutace a další náležitosti.



- b) **Profesionální fotky z dálkových tras**. Koordinátor bude spolupracovat s CzT při výběru fotek, v první etapě z archívu, následně při konzultacích s profesionálním fotografem. **Kraje** budou moci tyto fotografie používat ve svých materiálech (např. HK kraj již projevil zájem o dané fotografie).



- c) **Metodické zázemí**. Vydání série národních metodických příruček pro vytvoření rozvoje a správy celého systému cykloturistiky. Ty budou hrazeny ze strany MMR a budou **krajům** sloužit jako metodický podklad pro realizaci svých aktivit.

- Příklad předchozí aktivity: V březnu 2013 MMR vydalo metodickou příručku, která upravuje tvorbu a značení mezinárodních, národních a regionálních cyklotras v jednotné, mezinárodně srozumitelné a technicky snadno proveditelné podobě. Materiál doplňuje současnou podobu značení cyklotras v ČR. Značky na dálkových trasách mohou podle tohoto materiálu obsahovat kombinaci turistických cílů a čísel cyklotras společně s logy dálkových cyklotras. Nové značení cykloturistických tras vychází ze [stávající legislativy](#) a respektuje používanou [metodiku Klubu českých turistů](#).



d) Monitoring – zajištění zpětné vazby pro řízení a optimalizaci projektu a vyhodnocení ekonomických a dalších efektů: kvantitativní i kvalitativní (marketingový) monitoring. Znalost kvantitativních dat o pohybu především cyklistů a pěších na stezkách a v dopravních pruzích vedou ke zvýšení efektivity práce a získání dat potřebných pro:

- Zjištění atraktivity turistických destinací a stezek;
- zhodnocení vlivu publicity na turistickou návštěvnost;
- zdůvodnění efektivity investic a plánování priorit údržby;
- vykazování dat o návštěvnosti médiím a partnerům;
- návrhy úprav pro rozvoj nemotorové dopravy a její bezpečnosti ve městech;
- plánování opatření k ochraně přírody v národních parcích a CHKO.

Příklady stávajících aktivit:

- Průzkum potřeb a chování cyklistů a in-line bruslařů v ČR z roku 2011 na základě zadání CzechTourism, Výsledky jsou zveřejněny na www.ceskojede.cz.
- Monitoring pohybu na vybraných stezkách a v turistických regionech – Nadace Partnerství 2009-2011, atd.)

2) oblast: zastřešující marketing

V České republice vykonává roli propagace národních turistických produktů doma i v zahraničí CzT. Vzhledem k tomu, že CzT hledá i nové produkty, mezi nimi se objevil i národní produkt Česko jede, nesoucí společnou značku, na jejíž propagaci se spolupodílí více partnerů. Zastřešující marketing v tuzemsku i zahraničí má na starosti CzT a to v úzké spolupráci s Koordinátorem produktu a dalšími partnery, marketing zahrnuje i přípravu společných kampaní na vybrané trhy cestovního ruchu pro jednotlivé formy aktivní turistiky. Marketing zahrnuje tyto oblasti:

a) Prezentace na vybraných veletrzích.

Příklady zázemí stánku Česko jede

- 2014 - Připravuje se společná prezentace na For Bikes 2014. Každý kraj bude mít svou smlouvu, ale CzT přispěje částkou 70 tis. Kč (například na rozšíření plochy, kuchyňku, apod.)
- 2014 - Česko jede bude prezentováno spolu s „Cyklisté vítání“ na stánku CzT na Regiontour a Holiday World 2014.
- 2013 - CzT zajistil společnou propagaci národního cykloturistického produktu pod značkou Česko jede na mezinárodní cyklistické konferenci VeloCity, která se konala v červnu 2013 ve Vídni. CDV zajišťovalo prezentaci



- Některé kraje zajistily prezentaci produktu Česko jede na veletrhu Bike Brno / Sport Life v letech 2011 – 2013
 - Značka Česko jede zastřešila na veletrhu For Bikes 2014 (28-30.3.2014) nabídku cykloturistiky v jednotlivých krajích ČR. Prezentaci zajistil CzechTourism.
- b) **PR kampaň produktu Česko jede** v rámci produktu Cesty krajinou z IOP. Zabezpečuje CzT, partneři z toho profitují. PR kampaň bude zahrnovat:
- Propagace produktu – budou vytvořeny minimálně 3 „soutěžní balíčky“ s nabídkou daného produktu. Smyslem těchto balíčků je představit jedinečnost a kvalitu nabízeného produktu cílové skupině.
 - Model komunikace produktu na vybraných cílových trzích. Návrh online a PR kampaně -rozpracování mediální strategie pro on-line a PR kampaň zacílenou na preferované trhy
 - Vyhodnocení tvorby produktu včetně stanovení modelu udržitelnosti projektu vypracování celkového vyhodnocení tvorby produktu, včetně stanovení modelu udržitelnosti vzniklého produktu.
 - Vytvoření produktu s následujícími částmi:
 - Marketingový název produktu, Akvizice partnerů a poskytovatelů služeb
 - Produkt (datový balíček), Komunikace produktu pro B2B
 - Katalog produktu, Newsletter pro partnery
 - Oslovení potenciálních partnerů (CK apod.), kteří mohou s nabídkou dále pracovat a nabízet ji koncovým klientům
- c) **Tiskové konference a monitoring médií**
Pro posílení marketingu je potřebná práce s médií. Příkladem takové aktivity může být tisková konference, kterou uspořádalo CDV dne 5.4.2013 na téma „Česko jede představuje hlavní dálkové cyklotrasy i nové úseky“.
- d) **Výhled: Akce „SlowUp“ v ČR.** Úkolem bude:
- Vytipovat vhodné lokality pro uspořádání akcí SlowUp s dostatečnou délkou a turistickým potenciálem (např. Lipno, podél řek – Labská stezka v úseku Děčín-Ústí n/L či Pardubice-Hradec Králové nebo Nymburk-Poděbrady, na Vltavské stezce České Budějovice-Hluboká n/V, Praha, Novomlýnská nádrž na Jižní Moravě apod.),
 - Vytipovat vhodné partnery
 - Uspořádat zaběhlou akci (např. pražské Zažít město jinak) ve formátu SlowUp.

3) oblast: tištěné materiály

Žádné systémové celonárodní tištěné materiály dosud neexistují, jednotlivé turistické oblasti, regiony nebo subjekty (většinou veřejné správy) vydávají různorodé propagační materiály. V první etapě tak budou vydány startovací propagační materiály a mapové podklady (financované z IOP) s popisem hlavních evropských, národních a regionálních tras s marketingovým potenciálem i pro zahraniční cykloturisty ve spolupráci s CzechTourism.



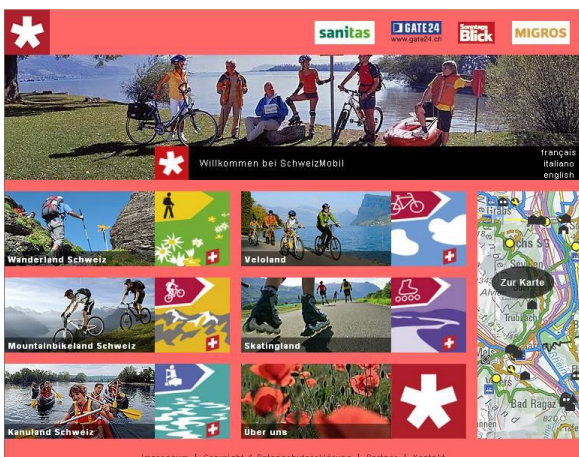
CDV zatím zafinancovalo jen informační leták



4) oblast: internetová prezentace

Cílem je společně s kraji a turistickými regiony vytvořit jednotnou strukturu a formát informací na webovém portálu, včetně podkladových map, s vyhledávací tras a s propojením na idos.cz. Doposud jsou cyklotrasy (bez odlišení dálkových) prezentovány jen na některých národních privátních serverech (cykloserver.cz, mapy.cz, Czecot.cz a další). Jedná se však o prostou prezentaci liniových tras s nesourodými doprovodnými funkcemi (vytvoření vlastního výletu, služby,...).

Dne 29. 6. 2011 byl proto spuštěn pracovní web www.ceskojede.cz, jehož úkolem je prezentovat vize, cíle a myšlenky produktu Česko jede jednotlivým partnerům. Inspirace pro portál www.ceskojede.cz byla čerpána ze stránek www.schweizmobil.ch provozovaných partnerskou nadací SchweizMobil, se kterou byla v roce 2010 navázána spolupráce. Již nyní můžete zde najít ukázky cyklomarketingových produktů podle typu cílových skupin, byť ne zcela sourodými a systémově poskládanými informacemi o produktu.



a) Zpracování finální podoby webu Česko jede (založení výhledové struktury a implementace základních vrstev pro dálkovou, rodinnou a terénní cykloturistiku), což zahrnuje:

- Vytvoření obsahu produktu pro webovou stránku Počítá se s následujícími podklady – dostupné mapové podklady, fotografie, relevantní texty (popisy míst podél stezky, ubytování, stravování atd.) uzpůsobené pro potřeby webových stránek + stanovení formy a postupu pořízení finálního webu Česko jede (s případnou etapizací, s propojením na weby Kudy z nudy, www.eurovelo.cz, www.cyklistevitani.cz aj. portály a projekty).
- Zpracování dat pro jednotlivé dálkové trasy produktu Česko jede (např. zpracování anotací pro 30 základních produktů dálkových tras, integrace s www.eurovelo.cz ve třech jazykových mutacích).
- Zpracování dat pro jednotlivé kraje ve třech jazykových mutacích), zpracování základních vrstev pro finální web dle struktury finálního webu (dálková cykloturistika, terénní cyklistika, TOP tipy na cyklovýlety), případně dočasná a provizorní presentace na stávajícím webu Česko jede.

b) Sdílení stávající dat a jejich aktualizace. Je třeba vyřešit systém, jakým způsobem budou data aktualizována z regionů a zároveň jak budou ověřená či upravená data distribuována zpět do regionů. Zjednodušeně – není třeba získávat nová data, když už existují v regionech. Zcela ovšem chybí integrační platforma, která by kombinací jednotlivých služeb využitelných pro cestovní ruch vytvářela zcela novou – vyšší úroveň využití informací. To je právě oblast, na kterou se zaměřuje projekt SmartTouristData, jehož cílem je integrace stávajících služeb, vytvoření jednotného datového modelu a poskytování komplexních informací. Ten by mohl být zdarma aplikován pro produkt Česko jede. Bariérou může být ten fakt, že jednotlivým subjektům mnohdy chybí vůle k podpoře otevřených formátů, obávají se, že s jejich používáním ztratí svoji pozici na trhu, čímž dochází ke konzervaci neuspokojivého stavu a ve finále poškozování spotřebitele. Na mnoha příkladech je vidět, že pokud došlo k prolomení tohoto status quo, profitoval především spotřebitel, protože došlo ke zvýšení konkurence a tím i tlaku na lepší a levnější služby.

c) Centrální databáze všech cyklotras. Je třeba vytvořit centrální databáze všech cyklotras s nezbytnými daty pro routing (kde by měly být rozlišené dopravní režimy a povrchy, aby byla získána data i pro in-line trasy, či terénní cyklotrasy), a až na nich stavět tipy na výlety.

d) On-line mapové podklady

- Stávající stav: Mapy.cz poskytly zdarma své mapové dílo a spolupracují na vkládání dat: <http://www.ceskojede.cz/rubriky/cykloweby-a-mapove-podklady/mapove-podklady/>, nicméně je možnost vybrat jiné mapové prostředí, pokud někdo přijde s lepší nabídkou.
- Umožnit import již zpracovaných dat z destinací, které využívají jiné mapové informační systémy. Možnost okamžité aktualizace dat na mapovém serveru v rámci webového portálu.
- Nezbytnost zajištění garance udržitelnosti mapového řešení ze strany destinací formou partnerské smlouvy nebo smlouvy o spolupráci.
- Do budoucna rozšířit mapové řešení pro pěší turistiku, nordic walking, běžecké lyžování, vodáctví.
- Poznámka - Nad veřejně dostupnými mapovými daty „pracuje“ již vyzkoušený, dostupný a rozšířený softwarový mapový program typu OPEN SOURCE. Aplikace umožňuje přímé vkládání dat z vlastních podkladů destinací do mapového díla (značené cyklotrasy, in-line trasy a vytvoření sítě po neznačených komunikacích a cestách pro zajištění funkce routingu – plánovače tras).

5) oblast: integrace veřejné dopravy

Přestože největší železniční dopravce České dráhy nabízí přepravu kol či lodí (ročně přepraví ČD více než 0,5 mil. kol), **provázanost veřejné dopravy s přístupem na stezky existuje jen v některých uzlových bodech**. Díky husté síti železniční dopravy v ČR by ale neměl být velký problém toto zajistit. Informace o stezkách lze získat na několika serverech jako je www.cykloserver.cz či www.mapy.cz (a další národní i regionální servery), informace o jízdních řádech nejen vlaků na www.idos.cz. Na těchto stránkách ale **neexistuje prolink ke stezkám**. Některé kraje nabízí i dopravu kol na speciálních autobusových linkách (viz např. www.jihotrans.cz a další především ve vztahu k MTB). Před některými nádražími především na venkově a v menších městech existují turistické mapy pěší tras.

Příklad činnosti: Koordinační jednání na ČD o propojení aktivit. Poslední proběhlo dne 4.11.2013

6) oblast: budování infrastruktury sítě dálkových cyklotras ČR

Dle článku 3.2. partnerské smlouvy mezi Koordinátorem (CDV) a Partnerem (kraj) Partner má podporovat (*podpora je formě doporučení*):

- obce v dobudování a údržbě cyklistické infrastruktury na síti dálkových cyklotras ČR a tras EuroVelo,
- přeznačení dálkové sítě cyklotras ČR na území kraje a to ve spolupráci s Klubem českých turistů, případně se subjekty, kteří mají na starosti značení cyklistických tras,

a) Financování výstavby sítě dálkových cyklotras v ČR

Při financování prioritních dálkových cyklotras musí být kladen větší důraz na splnění požadavků na kvalitu trasy a její značení. Právě trasy s krajským či přeshraničním přesahem by měly být prioritou u realizace národní sítě cyklotras v ČR. Jednotlivé kraje by se měly dohodnout na splnění minimálního standardu pro realizaci a údržbu těchto tras. Poskytnutí finančních prostředků na realizaci sítě dálkových cyklotras by mělo být vázané na splnění těchto kritérií.

Doporučení pro EuroVelo a dálkovou síť cyklotras ČR: Zodpovědnost za budování cyklistické infrastruktury mají sice obce a města, ale pokud se má cyklistická stezka řešit na území malé obce, bývá to často problém. A právě EuroVelo a dálková síť cyklotras ČR ukazuje, že nad touto sítí by měl převzít garanci stát ve spolupráci s kraji. Pokud se tak nestane, nikdy se nám nepodaří vybudovat souvislou síť evropských a dálkových cyklotras ČR. Příkladem jsou dlouhodobě dva neúspěšné pokusy o výstavbu cyklostezek (případně dalších komunikací – viz cíl 1.2) na právě zmiňovaných sítích.

b) Přeznačení dálkové sítě cyklotras ČR

V roce 2011 CDV, na základě požadavku Ministerstva dopravy, vypracovalo aktualizaci základní sítě dálkových cyklotras ČR. Změny se týkají páteřních dálkových tras, včetně českých úseků tras EuroVelo, které budou označeny jedno- a dvojcifernými čísly. Buď dojde k přeznačení celé trasy (např. Labská

stezka bude mít číslo 2 po celé délce trasy, nebo Moravská stezka bude mít číslo 4), nebo změny v číslování nastanou v některých úsecích, přeložením do vhodnějších koridorů, anebo dojde k vyznačení celé nové trasy, jako například cyklotrasy č. 14.¹ Přeznačení sítě cyklotras bylo zahájeno v roce 2012 a dále bude postupně probíhat v součinnosti s jednotlivými kraji a s Klubem českých turistů, gestorem za cykloznačení na území ČR, v letech 2013–2015.



Mapa 2. Aktualizovaná síť dálkových cyklotras ČR, zdroj: CDV

Úkol: Projednat na jednotlivých krajích přeznačení dálkové sítě cyklotras ČR podle „Metodiky tvorby propagace a značení dálkových cyklotras ČR“, kterou vydalo v roce 2013 společně MMR, CDV a Nadace partnerství. Její součástí je i technická příloha, která stanovuje zásady umístění log a čísel na značení dálkových tras..

- Příloha 3: Metodika tvorby propagace a značení dálkových cyklotras ČR
- Příloha 4: Seznam dálkových cyklotras ČR (podle čísla a podle TOP produktů)

7) oblast: Integrace služeb

Významným segmentem v oblasti služeb je projekt [Cyklisté vítáni](#), který spustila Nadace Partnerství v roce 2006. Certifikovaná ubytovací a stravovací zařízení, kempy a turistické cíle označuje v terénu usmívající se zelené kolo na bílém pozadí. Tým akreditovaných hodnotitelů prověřuje plnění podmínek certifikace ve více než tisícovce zařízeních. Certifikace byla v prvních dvou letech podpořena ze strukturálních fondů Evropské unie v rámci Společného regionálního operačního programu. Cílem je

¹ Více: www.ceskojede.cz/rubriky/obecne-informace/koordinace-dalkovych-tras/.

vytvořit certifikační systém Cyklisté vítáni, jako národní standard kvality služeb cestovního ruchu pro skupinu cyklistů a cykloturistů, zavedení certifikace a systému kontroly do praxe na celém území ČR na základě úspěšných zkušeností ze zahraničí.

Úkol: integrace služeb pro cykloturisty Cyklisté vítáni do produktu Česko jede

8) oblast: konkrétní nabídky produktu, rezervační systém, spolupráce s dalšími portály

Cílem bude ve spolupráci s CzechTourism zapojit komerční subjekty do propagace

Stávající stav:

- V Česku nabízí jednotlivé trasy a výlety několik cestovních kanceláří/touroperátorů jako např. Greenways Travel Club, neexistuje ale žádné exklusivní partnerství a také chybí komplexní nabídka pro všechny formy bezmotorové dopravy. V oblasti pronájmu kol fungují půjčovny kol Českých drah (ČD bike).
- V Česku neexistuje nabídka na všechny trasy a pro všechny formy bezmotorové dopravy, chybí rezervační systém pro rezervaci služeb podél tras. Certifikace Cyklisté vítáni počítá s možností rezervací ubytování podél hlavních, dálkových cyklotras a Greenways (viz oblast 7)

9) oblast: koordinační aktivity

CzechTourism si nechal v roce 2012 zpracovat analýzu a návrh institucionalizace (příloha 2) Česko jede, který zahrnuje koordinační a metodický postup při realizace projektu. Dokument navrhuje pravidla a podmínky společné propagace, především dálkových tras, a to mezi čtyřmi základními partnery: CzechTourism, České dráhy, kraje/turistické regiony a nově zřízenou organizací Česko jede. Dokument zahrnuje i akční plán pro rok 2013. Toto koordinační místo bude fungovat na základě dohody mezi kraji, krajskými turistickými organizacemi, CzechTourism a KČT pod hlavičkou Česko jede.