



Analyticko-konceptční zpráva  
ve vztahu k aktivitám oddělení cestovního ruchu  
včetně realizace Projektu Zdravé město a MA 21 Ústí nad Labem  
za období 2018/2019

---

**BLOK C – Činnost oddělení**  
aneb významné projekty a aktivity

Pravidelné tematické akce – prezentace města v ČR a  
zahraničí – partnerská spolupráce

---

**Ing. Hana Slawischová**  
*za Projekt Zdravé město  
a místní Agendu 21*

**RNDr. Eva Poslová**  
*za analytické a statistické  
zpracování*

a kolektiv oddělení cestovního ruchu

Ústí nad Labem  
4. vyd., 12/2019

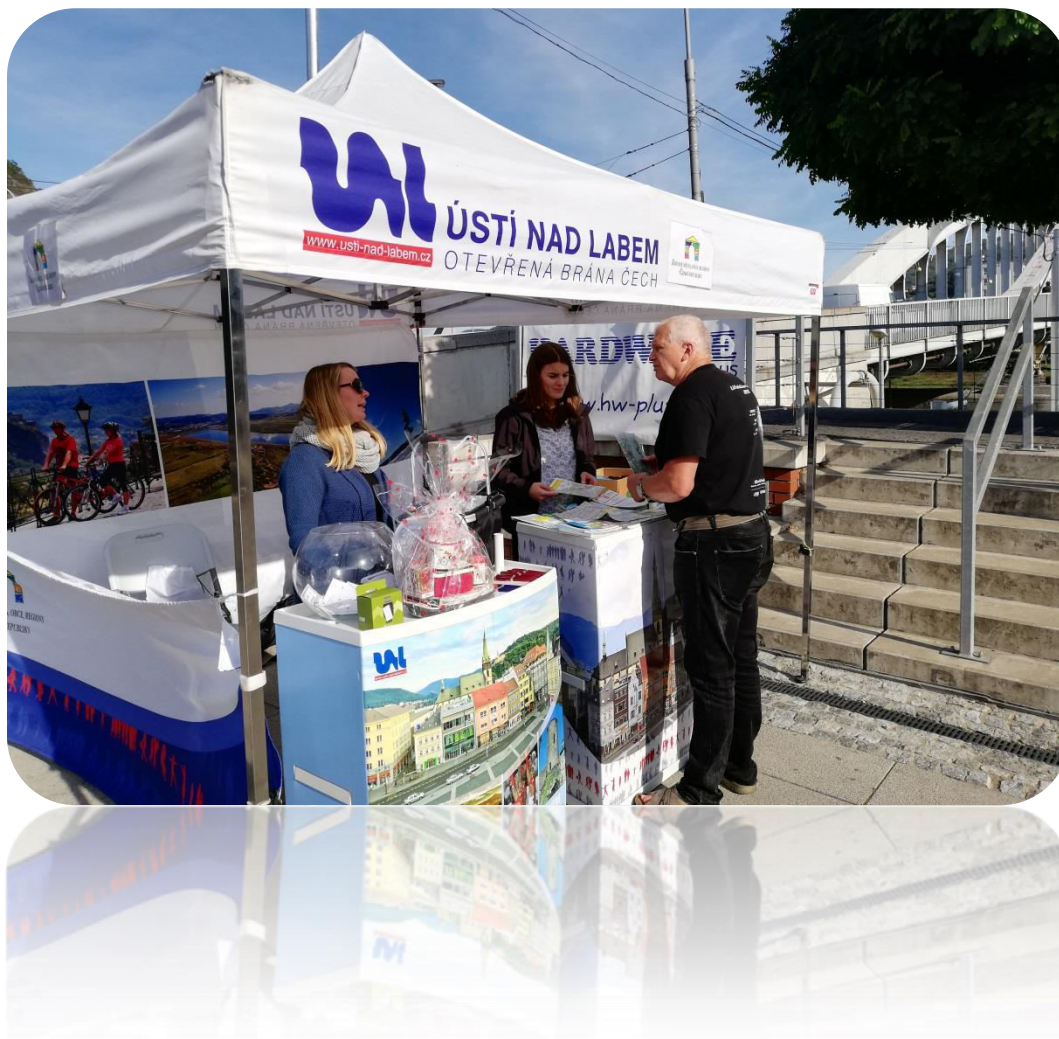
Ústí nad Labem © 2019

Magistrát města Ústí nad Labem, Odbor strategického rozvoje  
oddělení cestovního ruchu

Tato zpráva je pracovním dokumentem pro interní potřeby oddělení a neprošla odbornou, ani jazykovou korekturou.  
Foto © Archiv města Ústí nad Labem.

## Obsah bloku

C1	RÁMCOVÉ A PRAVIDELNÉ AKTIVITY .....	5
C1.1	Rámcové a koncepční činnosti .....	5
C1.2	Pravidelné a tematické aktivity .....	6
C2	PREZENTACE MĚSTA V ČR A ZAHRANIČÍ.....	7
C2.1	Komentář k veletrhům .....	7
C2.2	Přehled veletrhů v roce 2019.....	8
C3	PARTNERSKÁ SPOLUPRÁCE .....	9
C3.1	Letiště Drážďany .....	9
C3.2	<b>Další partneri</b> .....	9



## C1 RÁMCOVÉ A PRAVIDELNÉ AKTIVITY

Tato kapitola je koncipována jako přehled činnosti oddělení cestovního ruchu s ohledem na realizaci pravidelných, tematických či jinak zásadních akcí (aktivit). Těžištěm jsou sezónní aktivity spojené se zahájením a ukončením turistické sezóny, sekundárně uvádíme další doprovodné akce realizované během roku nezávisle na turistické sezóně realizované v období 2018/2019:

### C1.1 Rámcové a koncepční činnosti

- **PR města** v médiích včetně inzerce
- tvorba **publikací**, propagačních tiskovin
- péče o **volnočasový portál** webu města včetně správy **kulturního a sportovního kalendáře**
- provoz vstupenkového systému včetně celé agendy pro **www.vstupenkyusti.cz**
  - administrace, koordinace organizací, uzávěrky a vyúčtování, školení, apod.
- správa/prezentace na dalších **mobilních aplikacích**
- správa profilu Ústí nad Labem – volný čas na **sociálních sítích Facebook a instagram**
- zajištění a **distribuce** propagačních předmětů
- koordinace **destinačního managementu** vč. spolupráce s **Destinační agenturou České středohoří, o.p.s.** a dalšími partnery
- kompletní zajištění prezentace města na tuzemských i zahraničních **veletrzích CR** (viz B2)
- sběr a vyhodnocování dat, **tvorba statistického přehledu** zaměřeného na CR
- spolupráce na **tvorbě nové strategie** rozvoje města
  
- metodická koordinace provozu **cyklocentra**, spolupráce
- účast v rámci Koordinační skupiny **Labská stezka – pravidelná jednání ve spolupráci** s cyklokoordinátorem města Ústí n. L.
- realizace dalšího natáčení dílu seriálu **Cyklotoulky**
  
- aktivní účast na **komisích, pracovních skupinách**
  - účast na jednání **cyklokomise** – subkomise sportovní komise RM
  - ko-předsednictví na **OPS Euroregionu Elbe/Labe** pro kulturu a cestovní ruch
  - účast na pracovních skupinách k dílčím existujícím **projektům města** (např. Vital Cities, Forget Heritage, Využití vrchu Větruše, atd.)
  - účast na jednání Komise RM pro **sociálně-zdravotní problematiku a MA21**
  
- **koordinace Projektu Zdravé město a místní Agenda 21 Ústí nad Labem**
  - naplňování cílů a opatření dle Plánu zdraví a kvality života/Participativního rozpočtu
  - organizace preventivně bezpečnostních a osvětových akcí
  - vyhlášení a administrace Dotačního programu ZM a MA21
  - účast na jednání Komise RM pro sociálně-zdravotní problematiku a MA21
  - spolupráce se Zdravotním ústavem se sídlem v Ústí nad Labem

- příprava a zajištění vlastních **dlouhodobých i krátkodobých projektů** na podporu CR, obnova a péče o **turistickou infrastrukturu**, např.:
  - správa geocachingu **Labské královky**
  - **Slavné lokální značky** – průběžné naplňování projektu
  - pokračování v projektu **Dlouhonozí skřítky** s doprovodnými aktivitami
  - průběžná údržba a aktualizace zvukových informačních tabulí ve městě (Daruma)
  
- posilování spolupráce se saskými partnery – od 2018 smluvně **Letiště Drážďany**
- spolupráce s **Filmovou kanceláří Ústeckého kraje** (koordinace natáčení za město)
- spolupráce na akcích **Domu dětí a mládeže** (např. Naše město, Literární soutěž, atd.)
  
- **zajištění kompletního provozu infostřediska** – metodické i provozní vedení

## C1.2 Pravidelné a tematické aktivity

Níže je uveden výčet vybraných konkrétních aktivit, které byly realizovány v roce 2019. Tyto aktivity jsou každoroční, případně se mění dle potřeby termín nebo místo konání. Zpravidla se jedná o aktivity vlastní, případně partnerské. Svým smyslem naplňují základní prezentační portfolio vzhledem k veřejnosti (ať už domácím, či návštěvníkům). Tučně jsou uvedeny ty akce, které patří mezi **nejvýznamnější**.

- Masopust
- **Zahájení turistické sezóny**
- **Zahájení cyklistické sezóny**
- Kampaň Do práce na kole a doprovodné akce
- Zahájení sezóny na Jezeře Milada
- Bezpečně na kole
- **Evropský týden mobility**
- **Dny evropského dědictví**
- Mattoni 1/2Maraton
- Ukončení sezóny s vílou Miladou
- **Podzimní zamykání Labské stezky**
- Dílčí akce s **Dlouhonozími skřítky** (křest, atd.)

*(podrobnější přehled o všech akcích je k nahlédnutí na oddělení cestovního ruchu – činnosti 2019.xlsx)*

## C2 PREZENTACE MĚSTA V ČR A ZAHRANIČÍ

### C2.1 Komentář k veletrhům

**Zaměření a vývoj veletrhů** se v čase mění, je proto třeba zdůraznit, že současná podoba veletrhů se od historicky počátečních ročníků mění. Největší rozkvět zaznamenaly veletrhy ve svých obchodně nejuspěšnějších letech, tzn. mezi lety 2004 – 2008. Od nástupu celosvětové hospodářské krize na konci roku 2008 zaznamenalo i odvětví cestovního ruchu velký propad. V uvedeném období byla prezentovaná nabídka pro návštěvníky něčím novým, neotřelým a velmi atraktivním. V období vyrovnávání hospodářské krize a znovunastartováním propagace jednotlivých destinací se veletrhy staly již tradiční, nabídky řady destinací se staly relativně vyrovnané.

Současný vývoj poukazuje na **diverzifikaci návštěvnické struktury**. Každý veletrh je velmi odlišný, a to jak prezentovaným obsahem, tak cílovou skupinou návštěvníků. V současné době je více specificky zaměřených veletrhů (např. pro cykloturistiku, pro kempování a karavany, pro lázeňství, pro exotiku, atd.). Ročníky těchto úzce zaměřených veletrhů rozdělují potenciální příjezdové návštěvníky do skupin, které je navštěvují pak každoročně. Je proto žádoucí z hlediska vystavovatele navštěvovat takové veletrhy s příslušnou nabídkou, což v případě města Ústí nad Labem a jeho relativně širokého spektra nabídky lze. Dlouhodobě je Ústecko oblíbenou destinací pro cyklisty a pěší turisty. Svě místo v nabídce mají také tradičně oblíbené hrady, zámky a rozhledny, které lze prezentovat univerzálně na jakémkoliv veletrhu. **Profil návštěvníka** veletrhu je odlišný jak z hlediska poptávané destinace, tak z hlediska jeho výchozí tuzemské země. Například, pokud se Čech zajímá o nabídku v Česku, je zpravidla na obecné rovině: má základní přehled, řadu míst již navštívil, doptává se na aktuální informace, změny, nebo dobudování infrastruktury. Bývá zvykem, že pokud má zájem o pěší turistiku na horách, nezáleží mu příliš na tom, zda načerpá tipy v Krušných horách, nebo na Šumavě. Na druhé straně, pokud se o nabídku v Česku zajímá Němec, přichází obvykle s konkrétní poptávkou – např. požaduje trasy pro cyklistiku v okolí města Ústí nad Labem, muzea v Praze, nebo horské túry v Krkonoších. Je samozřejmé, že výše popsané je pouze obecný rámeček, který neplatí 100%, ale byl v praxi již několikrát potvrzen.

Významným zdrojem informací je v současné době **internet a elektronická prezentace** obecně. Doba, kdy jedinou spolehlivou informací byl pro návštěvníka rozhovor s pracovníkem cestovní kanceláře a tištěný katalog, již pominula. V současnosti ovlivňují návštěvníka internet a veletrh obousměrně:

**a) Výchozí internet:** v tomto případě si návštěvník vytipuje několik destinací a aktivit na internetu, porovná nabídky, zhodnotí destinace dle veřejných fór a diskuzí, naplánuje si předběžný časový i finanční harmonogram. Následně navštíví veletrh, kde vyhledá jím vybrané destinace a na místě se doptá na detailní či aktuální informace.

**b) Výchozí veletrh:** v tomto případě návštěvník zpravidla nemá finálně zvolenou destinaci, inspiruje se návštěvou veletrhu. Na místě si nechá vyložit jednotlivé nabídky a následně si k nim dohledá recenze a doplňující informace na internetu, případně učiní rezervaci nebo objednávku.

Oba přístupy se částečně prolínají a mohou se více projevit u specifickěji zaměřeného veletrhu. Město Ústí nad Labem se snaží na veletrzích reagovat na různorodou poptávku. Nabízí jak aktivní, tak pasivní možnosti rekreace, doplňuje nabídku okolních regionů a těží především z výborné dostupnosti ze všech světových stran.

## C2.2 Přehled veletrhů v roce 2019

(N = počet návštěvníků, V = počet vystavovatelů)

Název veletrhu	Expozice	Stručný popis	Ø N	2019
			Ø V	Termín
<b>Vacantiebeurs Utrecht</b> Nizozemsko	CzT partner Teplice	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nizozemci tvoří významnou část příjezdových návštěvníků</li> <li>střed zájmu: cykloturistika, turistika, ubytování</li> <li>Ústecko je oblíbené díky Labské stezce</li> <li>zaznamenán zájem také o menší regionální cyklotrasy/-stezky</li> </ul>	>100.000 >1.000	9. – 13.1.
<b>GO+Regiontour Brno</b> Česko	ATIC partner, firemní sektor	<ul style="list-style-type: none"> <li>realizováno v rámci ATIC ČR</li> <li>prezentovány Slavné lokální značky se zástupci firem z regionu</li> <li>uvažuje se k návratu prezentace v rámci ÚK – logická návaznost na region a ucelená prezentace destinace, nejen výrobků</li> </ul>	>30.000 860	17. – 20.1.
<b>ITF Slovakiatour Bratislava</b> Slovensko	CzT partner Teplice	<ul style="list-style-type: none"> <li>největší slovenský veletrh cestovního ruchu</li> <li>nabídka zacílená na cestování po Evropě</li> <li>výhodou regionální a historická blízkost poptávky</li> <li>alternativa domácího cestovního ruchu pro všechny cílové skupiny</li> </ul>	70.000 750	24. – 27.1.
<b>Reisemesse Dresden</b> Německo, Sasko	ÚK	<ul style="list-style-type: none"> <li>nejmasivnější veletrh v Německu pro prezentaci příhraniční oblasti</li> <li>poptávka je velmi konkrétní a návštěvníci se do regionu vrací</li> <li>úzká spolupráce mezi českými a saskými subjekty</li> <li>účast vhodná vůči členství v EEL a novému partnerství s Letištěm Drážďany</li> </ul>	30.000 400	25. – 27.1.
<b>Holiday World Praha</b> Česko	ÚK	<ul style="list-style-type: none"> <li>nejvýznamnější tuzemský veletrh cestovního ruchu</li> <li>největší zájem o pěší, cyklovýlety, lodní dopravu a památky</li> <li>vletrh navštěvují často školní exkurze</li> </ul>	29.000 600	21. – 24.2.
<b>f.re.e. München</b> Německo, Bavorsko	CzT partner ÚK	<ul style="list-style-type: none"> <li>největší bavorský veletrh s rekordní návštěvností</li> <li>zaměření na volný čas a cestování, tradice různých zemí světa</li> <li>zájem je o cykloturistiku, pěší výlety, putování po hradech, zámcích</li> <li>Česko vnímáno jako dobře dostupný soused s pestrou nabídkou</li> </ul>	135.000 1.300	20. – 24.2.
<b>For Bikes Praha</b> Česko	ÚK	<ul style="list-style-type: none"> <li>specializovaný veletrh na cyklistiku a outdoor</li> <li>cílovou skupinou jsou aktivní turisté, kteří mají konkrétní zájem</li> <li>návštěvníci se vrací opakovaně</li> <li>prezentace probíhá osobně 1 den, ostatní dny je zajištěno ÚK/DA</li> </ul>	>30.000 280	29. – 31.3. <i>1denní účast</i>
<b>Zahrada Čech Litoměřice</b> Česko	ÚK partner DA	<ul style="list-style-type: none"> <li>prezentace města a regionu ve spolupráci s ÚK a DA</li> <li>zájem o regionální turistiku a volnočasové možnosti</li> <li>ideální termín vzhledem k zahajování sezóny</li> </ul>	90.000 500	15. 9. (pouze 1- denní účast)
<b>Miniveletrh cestovního ruchu Most</b> Česko	samostatně	<ul style="list-style-type: none"> <li>regionální Miniveletrh zaměřený na nabídku Krušných hor, Českého středohoří a přilehlého saského pohraničí</li> <li>specifikem je malé územní měřítko a konkrétní typy</li> <li>poptávka po pěší a cyklo, vodní rekreaci, jezero Milada a rozhledny</li> </ul>	500 15 <i>vstupné 0,-</i>	11.6.
<b>Touristik &amp; Caravaning Leipzig</b> Německo, Sasko	CzT partner ÚK	<ul style="list-style-type: none"> <li>návštěvnícky oblíbený veletrh zaměřený na turistiku a karavany</li> <li>cílovou skupinou jsou mladí pěší a cykloturisté, ale i starší páry a skupiny cestující s obytnými vozy</li> </ul>	60.000 500	21. – 23.11.

Nad rámec veletrhů se město prezentovalo s vlastním stánkem v rámci partnerské spolupráce na akci **Rodinný den na Letišti Drážďany** dne 5. května 2019, jejíž návštěvnost dosáhla více jak 12.000 návštěvníků.



## C3 PARTNERSKÁ SPOLUPRÁCE

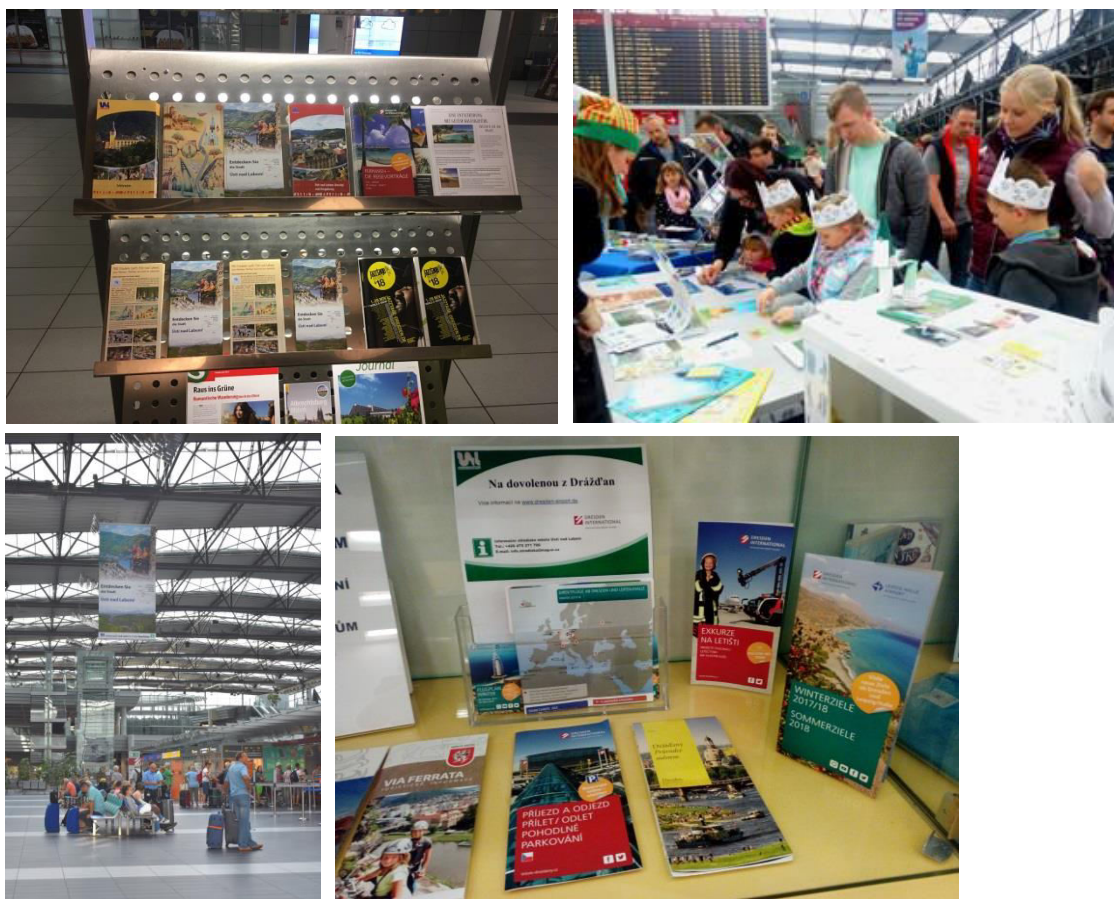
### C3.1 Letiště Drážďany

Spolupráce mezi statutárním městem Ústí nad Labem a saským Letištěm Drážďany byla iniciována na jaře roku 2018 po předchozích rozhovorech, které k tomuto směřovaly už v roce 2017. V květnu 2018 bylo vyvoláno jednání zástupců obou subjektů, aby byla dohodnuta náplň spolupráce, její zaměření a další potřebné kroky.

Spolupráce se soustředí na oblast cestovního ruchu a vzájemnou prezentaci nabídky. Blízkost a výborná dopravní poloha, společný zájem o turistické atraktivity, památky a cestování obecně je velkým předpokladem pro společnou kooperaci.

Dohoda o spolupráci, která byla podepsána v srpnu 2018, neobsahuje žádné finanční plnění a soustředí se na konkrétní podobu vzájemné spolupráce, jejíž těžiště je výměna propagačních materiálů, umístění velkoformátového banneru v terminálu letiště, prezentace nabídky letiště v rámci stánku města Ústí nad Labem na veletrzích cestovního ruchu, prezentace města se stánkem na akcích letiště, online aktivity apod.

Ukázky realizované spolupráce:



### **C3.2 Další partneři**

V průběhu roku spolupracuje oddělení cestovního ruchu dle potřeby s dalšími partnery v regionu. Nemusí se nutně jednat vždy o vztah podpořený smlouvou či dohodou o spolupráci.

Příkladem takové spolupráce je například (pořadí nerozhoduje):

- Mlsný Filip – prodej regionálních výrobků
- Hypermarket Globus Trmice – spoluorganizace soutěže
- Cykloservis Richter – servis cyklorikši, partner do soutěží
- Farmářské trhy – partner do soutěže, dílčích akcí
- Univerzita J. E. Purkyně v Ústí nad Labem – workshopy, semináře, projekty
- Regionální televize – mediální spolupráce

a další.

***Následuje: Blok D – Projekt Zdravé město a místní Agenda 21 Ústí nad Labem.***