

Písemná zpráva zadavatele

v rámci podlimitní veřejné zakázky zadávané ve zjednodušeném
podlimitním řízení dle § 38 zákona č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách, ve znění
pozdějších předpisů (dále jen „Zákon“).

„Marketingová kampaň Českosaského Švýcarska 2014“
v rámci projektu 100180601 „Bez auta do Českosaského Švýcarska. Vlakem a
autobusem k cílům mezi Labem a Horní Lužicí“, který je spolufinancován Evropskou
unií z Operačního programu přeshraniční spolupráce Sasko - Česká republika Cíl3/ZIEL3
a z Evropského fondu pro regionální rozvoj (ERDF).

Zadavatel

Zadavatel	Instituce	České Švýcarsko o.p.s.
	Adresa	Křínické nám. 1161/10, 407 46 Krásná Lípa
Kontaktní údaje	Odpovědný ředitel	Bc. Filip Brodský
	Koordinace veřejné zakázky	Ing. Anna Rychecká
	Telefon	+420 412 383 000
	E-mail	ops@ceskesvycarsko.cz
	Informace k projektu	www.strukturalni-fondy.cz ; http://www.ziel3-cil3.eu/ ; http://ops.ceskesvycarsko.cz/cs/projekty-probihajici

Předmět zakázky

Název zakázky: „Marketingová kampaň Českosaského Švýcarska 2014“

Druh zakázky: zakázka na služby

Specifikace a rozsah požadovaného plnění

CPV kód / klasifikace zakázky:

Předmět dodávky	CPV
Publikace	22120000-7
Reklamní materiály	22462000-6
Informační a propagační výrobky	39294100-0
Reklamní a marketingové služby	79340000-9
Psaní, zpracování textů a stolní typografie	79550000-4
Organizování akcí	79952000-2
Fotografické služby	79961000-8

Specifikace zadání:

Předmětem této veřejné zakázky je redakční zpracování, grafické zpracování, výroba a distribuce propagačních tiskovin, propagačních předmětů a prezentačních nástrojů, vč. zajištění související reklamní kampaně a dalších výstupů marketingové kampaně Českosaského Švýcarska 2014.

Cena veřejné zakázky

sjednaná ve smlouvě činí 1.230.040 Kč bez DPH

Druh zadávacího řízení

otevřené

Identifikační údaje vybraného uchazeče:

Noesis s.r.o., Vaníčková , 400 01 Ústí nad Labem, IČ: 25035860

Odůvodnění výběru nejvhodnější nabídky

Nabídka uchazeče Noesis s.r.o. získala nejvyšší počet bodů - celkem 96,1 bodů - a umístila se jako první.

Základním kritériem pro přidělení zakázky byla ekonomická výhodnost nabídky.

Nabídky byly hodnoceny dle následujících dílčích hodnotících kritérií stanovených v zadávací dokumentaci. Jednotlivým nabídkám byly přiřazeny body v souladu s metodikou vymezenou v zadávací dokumentaci.

Položka	Dílčí kritérium	Váha
1.	Nabídková cena celkem	60 %
2.	Kvalita návrhu propagačních výstupů - kreativní návrhy	20 %
3.	Kvalita návrhu propagačních předmětů/výstupů - estetická úroveň předložených vzorků	20 %

Výsledek hodnocení nabídek v rámci jednotlivých dílčích kritérií a počet přidělených bodů:



Název uchazeče	Počet bodů v rámci kritéria „nábidková celkem, - 60% dílčího cena váha	Počet bodů v rámci kritéria „kvalita návrhu propagačních výstupů - kreativní návrhy“ - váha 20%	Počet bodů v rámci kritéria „kvalita návrhu propagačních předmětů/výstupů - estetická úroveň předložených vzorků“ - váha 20%	Celkový bodů počet
Václav Knor - REKLAMA	59,2	13,6	20,0	92,8
Noesis s.r.o.	60,0	20,0	16,8	96,8

Identifikační údaje všech uchazečů a jejich nábidková cena

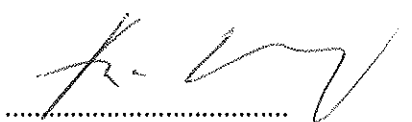
Obchodní firma/název	Sídlo	IČ	Nábidková cena bez DPH
Václav Knor - REKLAMA	Za válcovnou 868/35, 400 01 Ústí nad Labem	49920189	1.246.580 Kč
Noesis s.r.o.	Vaníčkova 1, 400 01 Ústí nad Labem	25035860	1.230.040 Kč

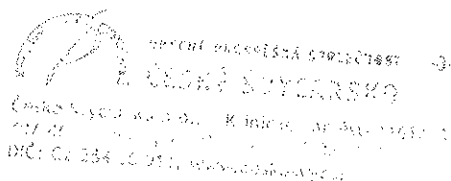
Mimořádně nízká nábidková cena

Ve smyslu ustanovení par 77 odst. 1 zákona žádný z uchazečů nepodal nábidku s mimořádně nízkou nábidkovou cenou.

K veřejné zakázce podrobně viz zpráva o posouzení a hodnocení nabídek.

31.7.2014 v Krásné Lípě


Bc. Filip Brodský
ředitel, České Švýcarsko o.p.s.


Obecně prospěšná společnost
ČESKÉ ŠVÝCARSKO
Číslo účtu: 2534 00 011, www.ceskesvycarsko.cz

SMLOUVA O VYTVOŘENÍ DÍLA A JEHO UŽITÍ

č. 14043

České Švýcarsko o. p. s.

se sídlem Krásná Lípa, Křinické náměstí 1161/10

IČO: 25436911, DIČ: CZ25436911

zastoupená Bc. Filipem Brodským, ředitelem

Bankovní spojení: Česká spořitelna č. ú: 927926319/0800

dále jen „objednatel“

a

jméno: **NOESIS s.r.o.**

se sídlem: Vaníčkova 1594/1, 400 01 Ústí nad Labem

IČO: 250 35 860

DIČ: CZ250 35 860

Zastoupená: Mgr. Radovanem Dostálkem, jednatelem společnosti

Bankovní spojení: Komerční banka, a.s., pobočka Ústí nad Labem č. ú.: 379 586 0277/0100

dále jen „zhotovitel“

uzavírají v souladu s ustanovením § 536 a násl. zákona č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů a v souladu s příslušnými ustanoveními zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (dále jen „autorský zákon“), ve znění pozdějších předpisů, tuto smlouvu o vytvoření díla a jeho užití:

I. Předmět plnění

1. Zhotovitel se zavazuje zhotovit a dodat výstupy **Marketingové kampaně Českosaského Švýcarska 2014**, jejichž podrobná specifikace je obsažena níže v této smlouvě (dále jen „dílo“).
2. Zhotovení díla zahrnuje následující výstupy:

Propagační tiskoviny	počet
A1) Propagační DL leták o aktivitách projektu	800
A2) Informační materiály o nabídce regionu	2.000
A3) Informační mapa tras	2x 1.000
A4) Informační letáky k elektrokolům a chytrým brýlím	2x 1.000

Stránka 1 z 25



Propagační předměty	počet
B1) Bezpečnostní (cyklo)světla	200
B2) Lahve na pití	200
B3) Šátky	2x 200
B4) Pláštěnky pončo	300 ks
B5) Deštníky	100 ks
B6) Skládací batohy	2x 100

Prezentační nástroje	počet
C1) Informační roll-up banner	1
C2) Propagační stěna	1
C3) Oblečení pro průvodce	9 sad
C4) Stojany	5 ks
C5) Polepy infotabulí	5ks
C6) Prezentační stan	1 ks

Reklamní kampaň	počet
D1) Reklama na webu a v časopisech	10 ks
D2) Reklama na sociálních sítích	15 ks
D3) Polep tramvají	3 tramvaje
D4) Rozhlasová reklama	
D5) City lighty	12 ks
D6) Reklamní plachty na nádraží	3 ks
D7) Reklama v interiérech dopravních prostředků	2 ks vlak
D8) Polep autobusu	2 ks bus
D9) PR články a inzerce v regionálních tiskovinách v ČR i Sasku	5 článků

Datši	počet
E1) Fotobanka	30 fotografií
E2) Fam trip	1 ks

U propagačních tiskovin, propagačních předmětů, prezentačních nástrojů a výstupů reklamní kampaně dodá dodavatel grafické práce, překlady (u vícejazyčných výstupů), tisk, balení a doručí výstupy do sídla objednatele v požadované kvalitě dle Technické specifikace (Příloha č. 1) a v požadovaném termínu dle Harmonogramu (Příloha č. 2) této smlouvy o dílo.



II. Doba a podmínky realizace

1. Dílo bude zhotoveno výhradně v souladu s Technickou specifikací, jež je Přílohou č.1 této smlouvy, s grafickým návrhem odsouhlaseným zástupcem objednatele, s finálními PDF odsouhlaseným e-mailem zástupcem objednatele, kterým je Mgr. Dana Štefáčková; dana.stefackova@ceskesvycarsko.cz; tel: 775 819 198. Případné změny a úpravy musí být konzultovány se zástupcem objednatele a odsouhlaseny e-mailem.
2. Pokud dílo nebude v souladu s podmínkami uvedenými v článku I. a II. 1 této smlouvy, je objednatel oprávněn nepřevzít zhotovené dílo a nezaplatit dodavateli smluvní cenu.
3. Zhotovitel má povinnost umožnit zástupcům objednatele přístup k výstupům realizace díla v kterékoliv fázi realizačního postupu, zvláště pak během vlastního tisku.
4. Termín zahájení díla je den následující po dni podpisu smlouvy oběma stranami.
5. Termíny předání dílčích částí díla objednateli (expedice do Krásné Lípy) jsou specifikovány v harmonogramu - Příloha č. 2 této smlouvy.

III. Povinnosti objednatele

1. Objednatel předá zhotoviteli podklady potřebné pro zhotovení jednotlivých výstupů, a to grafický manuál společnosti, texty, fotografie a požadovaná loga projektu a regionu.
2. Zástupce objednatele bude poskytovat dostatečnou součinnost zhotoviteli, zejména při odsouhlasení grafických návrhů a přebírání jednotlivých částí díla.
3. Objednatel je povinen dílo převzít a zaplatit dohodnutou cenu za jeho zhotovení, pokud je zhotoveno řádně a je v souladu s touto smlouvou a jejími přílohami.

IV. Povinnosti zhotovitele

1. Zhotovitel je povinen realizovat dílo podle pokynů a písemných podkladů objednatele, v řádné kvalitě a v dohodnuté lhůtě jej objednateli předat.
2. V případě, že zhotovitel nedodrží dodací termíny stanovené v harmonogramu Přílohy č. 2 této smlouvy, aniž by to bylo zaviněno objednatelem, je objednatel oprávněn účtovat smluvní pokutu ve výši 0,1 % z celkové ceny díla za každý den prodlení oproti harmonogramu v Příloze č. 2 této smlouvy.
3. Zhotovitel ručí za poškození díla během expedice. Objednatel je oprávněn dílo nepřevzít, pokud bude poškozeno během expedice. Zhotovitel je povinen nahradit vadné kusy díla.
4. Zhotovitel je povinen vytvořit podmínky k provedení kontroly všech dokladů vztahujících se k realizaci zakázky a poskytnout součinnost všem osobám oprávněným k provádění kontroly popř. jejich zmocněncům.
5. V souladu s ustanovením § 2 písm. e) zákona č. 320/2001 Sb., o finanční kontrole ve veřejné správě se zhotovitel zavazuje spolupůsobit při výkonu finanční kontroly.
6. Vzhledem k tomu, že zakázka je financována z programu Ziel 3/ Cíl 3 na podporu Přeshraniční spolupráce 2007 - 2013 mezi Svobodným státem Sasko a Česká republika, je zhotovitel povinen identifikovat faktury názvem projektu: „Bez auta do Českosaského Švýcarska“, splnit případné požadavky na publicitu z programu Ziel 3/ Cíl3 a uchovávat veškeré originály účetních dokladů a dalších dokumentů souvisejících s realizací díla do 31. 12. 2024. Přičemž je zhotovitel povinen umožnit zaměstnancům a zmocněncům poskytovatele dotace, Ministerstvu pro místní rozvoj, Ministerstvu financí ČR, auditnímu orgánu, Evropské komisi, Evropskému účetnímu

dvoru, nejvyššímu kontrolnímu úřadu a dalším oprávněným orgánům státní správy vstup do objektů zhotovitele a kontrolu dokladů souvisejících s projektem.

7. Zhotovitel jako autor díla tímto objednateli jako jeho nabyvateli poskytuje oprávnění dílo užít (licenci) všemi způsoby obvyklými pro dosažení účelu této smlouvy, a to v souladu s příslušnými ustanoveními autorského zákona a je povinen zajistit pro objednatele veškeré licenční smlouvy s autory fotografií, textů a obrazového materiálu (dále jen díla) jako nevýhradní a bez omezení k užití díla zejména pro jeho šíření, dotisky a jazykové mutace. Licenční poplatek je zahrnut v ceně díla.
8. Zhotovitel zajistí náležitou publicitu projektu podle příručky pro příjemce projektů spolufinancovaných SF EU. Zhotovitel je povinen dodržovat publicitu projektu na všech výstupech dle aktuální metodiky programu Cíl3, v opačném případě bude dílo považováno za vadné:

<http://www.ziel3-cil3.eu/cs/oefentlichkeit/projektebene/index.jsp>

Veškeré výstupy musí být dále v souladu s grafickým manuálem regionu České a Saské Švýcarsko:

<http://www.ceskesvycarsko.cz/sites/default/files/corporate-design-ceskosaske-svycarsko-2012.zip>

9. Zhotovitel je vázán podmínkami požadovanými v zadávací dokumentaci, na základě které učinil nabídku a která je uveřejněna na www.profilzadavatele.cz, stejně tak jako vlastním obsahem nabídky ze dne 27. 6. 2014

V. Odstoupení od smlouvy

1. Objednatel je oprávněn od této smlouvy odstoupit v případě podstatného porušení smlouvy ze strany zhotovitele, kterým se pro účely této smlouvy rozumí zejména následující porušení:
 - zhotovitel se bez souhlasu objednatele odchýlil od zadání díla nebo od pokynů objednavatele
 - zhotovitel bude v prodlení s předáním díla objednateli o více než 30 pracovních dnů nikoliv z důvodů na straně objednatele

VI. Cena díla, užití díla a platební podmínky

1. Cena za provedené dílo specifikované v čl. I. a Příloze č. 1 smlouvy je stanovena dohodou smluvních stran jako cena nejvýše přípustná, pro nabídnutý rozsah prací nepřekročitelná a činí celkem **1 230 040 Kč bez DPH** (slovy jedenmiliondvěstátřicetisícčtyřicet Korun českých). Cena jednotlivých částí díla je uvedena v položkovém rozpočtu, který je přílohou č. 3 této smlouvy.
2. Objednatel bude provádět dílčí platby za realizace jednotlivých výstupů vždy na základě vystaveného předávacího protokolu. Platby budou splatné do 30 dnů od doručení faktury objednateli. Každá dílčí platba bude objednatelem zaplacená převodem na bankovní účet zhotovitele uvedený v této smlouvě.
3. Zhotovitel poskytuje objednateli licenci jako výhradní a bez omezení, zejména co se týče množství, místa a času užití a územního rozsahu licence, který není omezen na území České republiky. Přičemž objednatel je oprávněn neomezeně užívat a šířit dílo (včetně budoucích

dotisků) okamžikem zaplacení celkové smluvní ceny zhotoviteli v souladu s Článkem VI. bod 1 (Cena díla) této smlouvy.

4. Zhotovitel poskytne objednateli všechna otevřená data ke všem výstupům v kvalitě pro tisk na odpovídajícím externím nosiči s právem tyto dále upravovat a používat.

VII. Závěrečná ujednání

1. Otázky v této smlouvě výslovně neupravené se řídí zejména obchodním zákoníkem a autorským zákonem v platném znění.
2. Tato smlouva je vypracována ve dvou výtiscích, z nichž každý má platnost originálu a po jednom obdrží každý účastník smlouvy.
3. Smlouvu lze měnit pouze písemnými dodatky podepsanými všemi jejími účastníky.
4. Účastníci této smlouvy prohlašují, že s jejím zněním souhlasí, že představuje jejich svobodnou vůli a na důkaz toho připojují své podpisy.

VIII. Přílohy smlouvy

Příloha č. 1 - Technická specifikace

Příloha č. 2 - Harmonogram

Příloha č. 3 - Položkový rozpočet

Příloha č. 4 - Popis projektu - cíle

V Ústí nad Labem dne 23. 7. 2014

V Krásné Lípě dne 23. 7. 2014

za zhotovitele:

za objednatele

.....
Mgr. Radovan Dostálek, jednatel

.....
Bc. Filip Brodský, ředitel

Příloha Smlouvy o dílo č. 1 - Technická specifikace

Výstupy marketingové kampaně jsou rozčleněny do následujících skupin:

- A. Propagační tiskoviny
- B. Propagační předměty
- C. Prezentační nástroje
- D. Reklamní kampaň
- E. Další

A. Propagační tiskoviny

A1) Propagační DL leták o aktivitách projektu

česko-německý leták o aktivitách projektu:

- 1 verze dvojjazyčného letáku - překlad do NJ dodá dodavatel
- předtisková příprava, grafické práce, tisk a balení
- dle grafického manuálu, podmínek publicity a instrukcí zadavatele
- obsah dodá zadavatel (česky)
- formát: A4 2 zlomy na DL
- potisk: oboustranný barevný 4/4
- materiál: gramáž 135 g/m², křída mat

termín dodání:	červenec 2014
počet:	800 ks

A2) Informační materiály o nabídce regionu

trojjazyčný image leták (čj, nj, aj):

- grafické práce, výroba, tisk a balení
- formát: 396 x 210 mm, 3 zlomy na DL
- potisk: oboustranný barevný 4/4,
- materiál: gramáž 135 g/m², křída mat
- dodávka grafických prací vč. tvorby schematické mapy regionu a tras
- dle grafického manuálu, podmínek publicity a instrukcí zadavatele
- překlady do NJ i AJ dodá dodavatel
- podklady (texty v čj a fotografie) dodá zadavatel

termín dodání:	červenec 2014
počet:	2.000 ks

A3) Informační mapa tras

skládací leták DL s informačními mapami tras (15 tras)

- formát: harmonika 8 sloupců x 2 řádky
- materiál: gramáž 110 g/m², GPRINT/křída mat
- grafické práce, výroba, tisk a balení
- 2 jazykové verze: česky (1000 ks) a německy (1000 ks) - překlad dodá dodavatel
- potisk: oboustranný barevný 4/4
- dodávka grafických prací vč. úprav veřejně přístupného mapového podkladu (např. google) či mapového podkladu dodavatele a tvorby schémat tras na základě instrukcí zadavatele, dle podmínek publicity a v souladu s grafickým manuálem zadavatele
- fotografie a texty v čj dodá zadavatel

termín dodání:	září-říjen 2014
počet:	2 x 1.000 ks letáků

A4) Informační letáky k elektrokolům a chytrým brýlím

dvojazyčný leták k elektrokolům a chytrým brýlím:

- formát: DL, 3 zlomy
- potisk: oboustranný barevný 4/4
- materiál: gramáž 135 g/m², křída mat
- grafické práce, výroba, tisk a balení
- 2 verze letáku:
 - leták eletrokola (1000 ks)
 - leták chytré brýle (1000 ks)
- oba letáky budou česko-německé - překlad do nj dodá dodavatel
- dodávka grafických prací základě instrukcí zadavatele, dle podmínek publicity a v souladu s grafickým manuálem zadavatele
- fotografie a texty dodá zadavatel

termín dodání:	září 2014
počet:	2 x 1.000 ks letáků

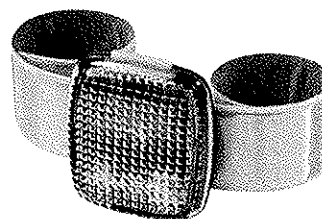
B. Propagační předměty

B1) Bezpečnostní (cyklo)světla

světlo/ blikátko na tzv. bezpečnostní příplacce, kterou lze „příplácnout“ např. na paži:

- bezpečnostní příplacka v reflexní barvě (dle EN 13356)
- rozměry příplacky: délka 33,5 cm, šířka 3 cm, výška 3 cm
- dodávka včetně grafických prací, potisku a baterie
- potisk bude obsahovat:
 - loga EU+ERDF+Cíl3,
 - přeshraniční logo regionu,
 - slogan „Nechte auto doma“,
 - odkaz „www.ceskesvycarsko.cz“
- baleno jednotlivě

Ilustrační foto

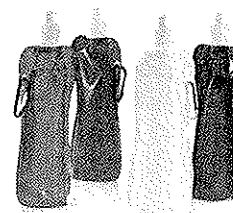


termín dodání:	červenec - srpen 2014
počet:	200 ks

B2) Lahve na pití

skládací láhev na vodu min. 400 ml s karabinou:

- láhev lze díky karabině zavěsit (na batoh apod.) a po vyprázdnění složit
- dodávka včetně potisku a grafických prací
- potisk bude obsahovat: logo EU+ERDF, přeshraniční logo regionu, slogan „Nechte auto doma“
- velikost potisku: min. 5 x 8 cm
- barva lahví: modrá (100 ks) a zelená (100 ks)
- baleno jednotlivě



termín dodání:	červenec - srpen 2014
počet:	200 ks

B3) Šátky

víceúčelové textilní šátky typu „tunel“:

- rozměr: cca 50 cm x 25 cm
- materiál: 95 - 100 % polyester
- šátky opatřit potiskem:
 - logo ERDF+Cíl3,
 - regionální logo,
 - slogan „Nechte auto doma“,
 - odkaz na web www.ceskesvycarsko.cz
- barva: modrá (200 ks) a zelená (200 ks)
- baleno jednotlivě

termín dodání:	červenec - srpen 2014
počet:	400 ks



B4) Pláštěnky pončo

Pláštěnka typ „pončo“ s kapucí :

- Pro opakované využívání (nikoli jednorázová pláštěnka)
- vhodné i pro cykloturistiku
- univerzální velikost
- materiál silné velmi kvalitní PVC
- baleno jednotlivě v sáčku
- barva: modrá (150 ks) a zelená (150 ks)
- včetně potisku pláštěnky:
 - logo ERDF+Cíl3 (vpředu na prsou)
 - regionální logo (na zádech)
 - slogan „Nechte auto doma“ (na zádech)
 - odkaz na web www.ceskesvycarsko.cz (na zádech)



termín dodání:	červenec - srpen 2014
počet:	300 ks

B5) Deštníky

Mechanický větruodolný deštník:

- Průměr cca 100-115 cm
- dřevěná zahnutá rukojeť ve tvaru hole (typ nazýván jako „klasik“ či „holový“)
- potisk bude obsahovat:
 - loga EU+ERDF+Cíl3,
 - přeshraniční logo regionu,
 - slogan „Nechte auto doma“,
 - odkaz „www.ceskesvycarsko.cz“
- barva: zelená

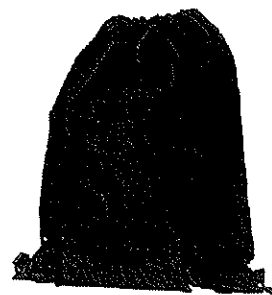


termín dodání:	červenec - srpen 2014
počet:	100 ks

B6) Skládací batohy

Batoh s uzavíratelnou přední kapsou a s poutkem na zavěšení:

- vyrobený s velmi lehkého materiálu
- po vyprázdnění batohu jej lze složit do malého kompaktního balíčku
- rozměry batohu: šířka 25-30 x výška 35-42 x hloubka 12-20 cm
- barva batohů: zelená (100 ks) a modrá (100 ks)
- včetně potisku:
 - loga EU+ERDF+Cíl3
 - regionální logo,
 - slogan „Nechte auto doma“,
 - odkaz na web www.ceskesvycarsko.cz



termín dodání:	červenec - srpen 2014
počet:	200 ks

C. Prezentační nástroje

C1) Informační roll-up banner

- kompletní dodávka (včetně potištěného banneru, kompletní konstrukce, základny a transportní tašky)
- lehká stabilní a jednoduše sestavitelná konstrukce
- použitelný v interiéru i v exteriéru
- rozměry banneru: šířka min. 1m a výška min. 2 m
- grafické práce na základě podkladů od zadavatele
- jednostranný celobarevný potisk dle grafického manuálu, podmínek publicity - obsah dodá zadavatel

termín dodání:	červenec 2014
počet:	1 ks banner

C2) Propagační stěna

- grafický návrh a výroba propagační stěny ze 4 ks roll-upů
- jednostranný celobarevný potisk dle grafického manuálu, podmínek publicity
- kvalitní potisk 4 roll-upů bude na sebe navazovat, tak aby po sestavení tvořila stěna jeden souvislý obraz (viz ilustrační obrázek)
- rozměry jednotlivých roll-upů: šířka 1m x výška 2 m (minimálně)
- použitelný v interiéru i v exteriéru
- jednoduché a časově nenáročné sestavení a složení stěny, stabilní a odolná konstrukce i mechanika, kvalitní a odolný materiál, nadstandardní provedení
- téma stěny: cíle v destinaci a šetrná doprava - námět dodá zadavatel
- grafický návrh bude v souladu s grafickým manuálem zadavatele, podmínek publicity a dle instrukcí zadavatele
- celobarevný potisk vč. fotografií (dodá zadavatel)
- dodávka včetně pouzder na uskladnění a přenos

termín dodání:	červenec - srpen 2014
počet:	1 ks stěny ze 4 roll-upů



C3) Oblečení pro průvodce a pracovníky informačních center

dodání sad oblečení - softchelová vesta a fleecová vesta:

- softchelová vesta pro průvodce:
 - barva: černo-červená
 - typy a velikosti dle následující tabulky:

Typ	velikost	počet ks
Pánská	52-54/ L	4
Dámská	38/ M	1
Dámská	40/ M	1
Dámská	42/ L	1
Dámská	44/ XL	2
celkem		9

- fleecová vesta pro pracovníky informačních center:
 - Střih: vesta se stojacím límečkem, bez rukávů a bez kapuce, dámský střih - prožmutí
 - celopropínací zip, postranní kapsy
 - materiál: fleece, gramáž min. 300 g/m²
 - barva: hnědá, zip v barvě vesty
 - typy a velikosti:

Typ	velikost	počet ks
Dámská	S	3
Dámská	M	4
Dámská	L	2
celkem		9

- každý kus oblečení bude opatřen nášivkami/výšivkami obsahujícími:
 - logo EU+ERDF+Cíl3
 - regionální logo,
 - odkaz na web www.ceskesvycarsko.cz

termín dodání:	červenec - srpen 2014
počet:	9 sad (bunda + vesta)

C4) Stojany - na nádraží

Prezentační policový regál:

- samostatně stojící
- nízká váha, velká stabilita
- rozměry: šířka min. 60 cm x výška min. 170 cm
- minimálně 4 nepřekrývající se police pro formát A4
- materiál: kov (stojan) a akrylát (police)
- stojany opatřeny kolečky ke snadnému přesunu
- v horní části plocha (cedulka) pro celobarevný potisk - šířka min. 60 cm (po celé šířce stojanu) x výška min. 15 cm
- grafické práce v souladu s grafickým manuálem zadavatele, dle podmínek publicity
- podklady (texty a loga) dodá zadavatel



termín dodání:	červenec - srpen 2014
počet:	5 ks stojanů

C5) Polepy infotabulí

polepy informačních turistických tabulí s aktualizovanou mapou rozšířenou o Lužickou spojku, pro umístění budou využity stávající stojany

- dodavatel dodá grafické práce a výrobu polepu
- podklady dodá zadavatel ve spolupráci s městem Mikulášovice
- místo: Mikulášovice a okolí
- součinnost s demontáží a polepením dodá zástupce města Mikulášovice
- rozměry jednotlivých tabulí:

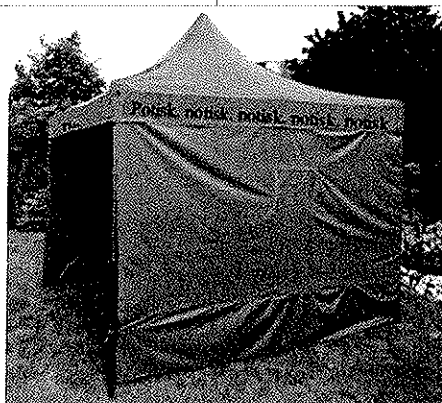
rozměr tabule	počet ks
130 x 100 cm	3
190 x 130 cm	2

termín dodání:	červenec - srpen 2014
počet:	5 ks polepů

C6) Prezentační stan

- prezentační stan, nůžkový snadno smontovatelný systém, odolná kvalitní konstrukce (min AL/FE, ne plastové spojky, tloušťka nosných nohou min. 40x40 mm, povrchová úprava)
- využitelný během akcí pro veřejnost, pro propagaci a prezentaci aktivit
- využitelný i do exteriéru - odolný povětrnostním podmínkám, vč. závaží a kotvení
- 100% nepromokavý materiál střechy s vodoodpudivou úpravou (pogumování, gramáž min 500g/m2 střecha, 400g/m2 bočnice, protišpinivá, protiplísňivá a UV ochrana)
- rozměry: půdorys cca 3 x 3 m, výška min. 190 cm
- s potiskem dolního lemu střechy a bočnic: 3 plochy s rozměry cca 3m x 15 cm (viz ilustrační obrázek)
- dodávka včetně obalů umožňujících snadný přenos stanu

termín dodání:	červenec - srpen 2014
počet:	1 ks stan



D. Reklamní kampaň

- konkrétní výstupy celé podkapitoly reklamní kampaň dle zadavatelem odsouhlaseného mediaplánu (dodáno dodavatelem do 14 dnů od podpisu smlouvy)

D1) Reklama na webu a v časopisech

tvorba a umístění reklamy/PR článků na webových zpravodajských portálech nebo portálech, které jsou zaměřeny na volný čas a turistiku nebo s tímto tématem úzce souvisí:

- webové portály by měly mít minimálně 75 tisíc RU dle měření SPIR
- v období 2 měsíců podzim 2014 (září-říjen)
- včetně tvorby textu, grafických prací, podmínek publicity a umístění reklamy
- reklama musí oslovit co nejširší spektrum potencionálních návštěvníků Českosaského Švýcarska a musí splnit následující kritéria:
 - Počet zobrazení reklamy - 1 250 000
 - Počet kliknutí na reklamu - 20 000
 - Přístupy na web ceskesvycarsko.cz z reklamy - 15 000
- zadavatel dodá fotografie a náměty článků

termín umístění:	září - říjen 2014
počet:	10 ks reklam/článků

D2) Reklama na sociálních sítích

Dodavatel zajistí vytvoření marketingové kampaně na sociální síti - Facebook:

- Kampaň bude zaměřena na českého uživatele s přesměrováním na stránky Českého Švýcarska www.ceskesvycarsko.cz
- Kampaň bude cílena na skupiny uživatelů se zájmy turistika a cestování
- kampaň musí splňovat kritérium:
 - počet přístupů na portál ceskesvycarsko.cz - min. 35 000
- témata a podklady pro články dodá zadavatel

termín umístění:	září - říjen 2014
počet:	15 ks reklam/článků/akcí

D3) Polep tramvají

grafický návrh, výroba, umístění a pronájem reklamní plochy na tramvajích k nově vytvořeným tur.produktům, propagace nabídky regionu:

- dodavatel vytvoří grafický návrh dle instrukcí zadavatele a v souladu s grafickým manuálem společnosti, dle podmínek publicity
- minimální velikost cca 300 x 60 cm
- požadované linky tramvaje:
 - tramvaj v Liberci
 - Drážďany (trasa vedoucí napříč městem vč. centra - např. linka 11)

- o Praha (trasa vedoucí napříč městem vč. centra - např. linka 22)

termín umístění:	září - říjen 2014
počet:	3 tramvaje x 2 měsíce

D4) Rozhlasová reklama

Vysílání reportáže/ serie spotů s pozvánkou do regionu Českosaského Švýcarska

- v celorepublikovém rozhlase, dle podmínek publicity

termín umístění:	září - říjen 2014
počet:	1 ks rozhlasová kampaň

D5) City lighty

grafický návrh, dle podmínek publicity, výroba, umístění a pronájem reklamní plochy City lightů:

- na uzlech v regionu i mimo: 3x Praha, Ústí nad Labem, Liberec, Hradec Králové, Pardubice, Brno, Plzeň, Ostrava, České Budějovice, Olomouc
- typ plakátů: rozměr 174 x 118 cm (na výšku), CLV papír
- po dobu 2 měsíců

termín umístění:	září - říjen 2014
počet:	12 ks city lightů x 2 měsíce

D6) Reklamní plachty na nádraží

- grafický návrh, dle podmínek publicity, výroba, umístění a pronájem reklamní plochy
- dlouhodobé umístění na nádraží v Děčíně - předjednáno
- velikost plachet: 1,25 x 3 m (na šířku)

termín umístění:	Od srpna 2014
počet:	3 ks reklamních plachet

D7) Reklama v interiérech dopravních prostředků

- výroba plakátů a pronájem plochy k umístění reklamy na šetrnou turistickou dopravu a možné cíle v regionu
- rozměry: min. 2x A4
- ve vlacích regionu s vazbou na cíle projektu (ideálně Trilex (trať Rybníště - Liberec) a Desiro (trať Děčín - Rumburk přes Sebnitz), jiné varianty k odsouhlasení zadavatelem)
- umístění po dobu 4 měsíců

termín umístění:	Srpen-listopad 2014
počet:	Ve 2 vlacích (různých linkách)

D8) Polep autobusu

- grafický návrh, dle podmínek publicity, výroba, umístění a pronájem reklamní plochy/polepů na autobusech v regionu, k nově vytvořeným turistickým produktům
- turistický bus na lince v regionu (ideálně trasa Krásná Lípa - Hřensko - Děčín (provozuje Děčínský dopravní podnik), jiná varianta k odsouhlasení zadavatelem)
- minimální velikost cca 300 x 60 cm
- umístění polepů po dobu 4 měsíců

termín umístění:	Srpen-listopad 2014
počet:	Polep 2 autobusů

D9) PR články a inzerce v regionálních tiskovinách v ČR i Sasku

- vytvoření článků a jejich umístění do regionálních tiskovin
- požadované tiskoviny: 2x Mladá fronta (regionální příloha Ústecký kraj a Liberecký kraj), Děčínský deník, Sächsische Zeitung, 5+2
- rozměr článku/inzerce: min. 10 x 9 cm na výšku
- součástí článků budou loga v barevném provedení dle pravidel publicity programu
- téma a podklady dodá zadavatel

termín umístění:	Srpen-září 2014
počet:	5 ks článků

E. Další výstupy marketingové kampaně

E1) Fotobanka

dodávka fotografií top cílů a dopravních prostředků destinace pro účely projektu:

Počet ks	Téma požadovaných fotografií
2	Janovská rozhledna - pohled na rozhlednu a výhled z ní na skály kolem Pravčické brány
1	Zlodějská cesta v blízkosti vlakové zastávky Mikulášovice d.n.
2	detaily skalních schodů a stezek při značce žluté psaníčko v Kyjovském údolí
1	výhled z rozhledny Tanečnice na Saské Švýcarsko
1	Labský kaňon z Labské vyhlídky nad Hřenskem (žlutá značka z Hřenska)
4	foto s průvodcem se skupinou - skupinu osob zajistí zadavatel
2	turistický autobus - s výklenkovou kaplí u Rynartic, u hotelu Lípa s panoramatickým výhledem na Jetřichovické skály
1	nový autobus dopravce v Ústeckém kraji s nápisem „Doprava ústeckého kraje“
2	německý autobus (OVPS) - v obci Hinterhermsdorf s podstávkovým domem, na konečné v nádraží Bad Schandau
1	Křínická tramvaj
4	vlak Desiro - na viaduktu Vilémov, při přejezdu hranice v Dolní Poustevně/Sebnitz, na zastávce Schöna, na zastávce Dolní Žleb
1	vlak S-Bahn - v Königsteinu na obloucích viaduktu
2	lodě - motorová loď Labské plavební společnosti, kolesový parník Saské Labské paroplavby
5	vlak Regionova - s nápisy stanic Zahrady, Panský, Brtníky, Mikulášovice horní n., Mikulášovice stř.
1	přívaz Hřensko - Schöna

- dodání fotografií v digitální podobě ve formě dat na externím disku, a to v podobě pro tisk takto:
 - a) ve formátu tif (300 dpi) pro tisk velkoformátových fotografií 100 x 80cm
 - b) minimálně ve velikosti 30 x 40 cm (nejlépe 60 x 42 cm) ve formátu jpg pro tisk ve formátu A4

termín dodání:	červenec 2014
počet:	30 fotografií

E2) Fam trip

uspořádání prezentační akce pro odbornou veřejnost a novináře typu organizované cesty do destinace za účelem pozitivní propagace

- příprava celodenního programu a organizační zajištění akce (dle potřeby vč. tlumočnicka a průvodců, vstupů, pojištění účastníků, komunikace s účastníky před/během/po akci,

Stránka 18 z 25

Název projektu: Bez auta do Českosaského Švýcarska. Vlákem a autobusem k cílům mezi Labem a Horní Lužicí, 100180601

Dotační program: Program Cíl 3 na podporu přeshraniční spolupráce ČR – Sasko, prioritní osa 2, oblast podpory 2. 2.

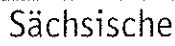
zajištění fotografií (min. 30 ks v tiskové kvalitě) a podepsané prezenční listiny všemi účastníky apod., vše se zachováním podmínek publicity)

- dodání vč. poskytnutí dopravy (odpovídající kvalitní zájezdový autobus s mikrofonem), prostor, celodenního občerstvení a oběda - pro 50 osob
- příprava Press kitu pro každého účastníka dle zadání zadavatele
- zajištění zprávy z cesty (min 1 NS) a článku využitelného k publikaci (min 2 NS)
- osnovu programu a trasu cesty připraví zadavatel (max 200 km, vč. čekání)
- téma cesty: „Nové produkty v rámci projektu“
- cíl cesty: Českosaské Švýcarsko

termín:	Říjen/listopad 2014
počet:	1 ks akce

Poznámky (platné pro veškeré výstupy):

- k obsahu potisků: veškerý vzhled/potisk výstupů musí být v souladu s pravidly pro publicitu projektu z programu Cíl3/Ziel3 včetně grafických norem EU - více viz. <http://www.ziel3-cil3.eu/cs/oefentlichkeit/projektebene/index.jsp>
- dle potřeby s ohledem na estetiku a funkčnost výstupu lze po dohodě se zadavatelem uplatnit ČB variantu log (projektu/donátora, regionu a partnerů)
- umístění log formou potisku (sítotisk), v odůvodněných případech po dohodě se zadavatelem lze umístit polepem (trvalým, odolným proti oděru či omytí)
- velikost potisku dle podmínek publicity, vždy nutno zachovat dostatečnou stálost, viditelnost a čitelnost

Logo EU+ERDF+Cíl3	 Europäische Union. Europäischer Fonds für regionale Entwicklung: Investition in Ihre Zukunft / Evropská unie. Evropský fond pro regionální rozvoj: Investice do vaší budoucnosti  Ziel 3 Cíl 3 Abg. současn. NÚP 10.1.2014 2007-2013. www.ziel3.eu Loga jsou ke stažení i ve formátu eps: http://www.ziel3-cil3.eu/cs/oefentlichkeit/projektebene/index.jsp
Přeshraniční logo regionu	    Logo v tiskové kvalitě dodá zadavatel

- k obrázkům: dodané zboží musí splňovat parametry uvedené v této technické specifikaci, veškeré fotografie slouží jako ilustrační obrázky

Příloha Smlouvy o dílo č. 2 Harmonogram

Základní časový harmonogram realizace Marketingové kampaně Českosaského Švýcarska:

Propagační tiskoviny	počet	Termín dodání
A1) Propagační DL leták o aktivitách projektu	800	červenec 2014
A2) Informační materiály o nabídce regionu	2.000	červenec 2014
A3) Informační mapa tras	2x 1.000	září - říjen 2014
A4) Informační letáky k elektrokolům a chytrým brýlím	2x 1.000	září 2014
Propagační předměty	počet	Termín dodání
B1) Bezpečnostní (cyklo)světla	200	červenec - srpen 2014
B2) Lahve na pití	200	červenec - srpen 2014
B3) Šátky	2x 200	červenec - srpen 2014
B4) Pláštěnky pončo	300 ks	červenec - srpen 2014
B5) Deštníky	100 ks	červenec - srpen 2014
B6) Skládací batohy	2x 100	červenec - srpen 2014
Prezentační nástroje	počet	Termín dodání
C1) Informační roll-up banner	1	červenec 2014
C2) Propagační stěna	1	červenec - srpen 2014
C3) Oblečení pro průvodce	9 sad	červenec - srpen 2014
C4) Stojany	5 ks	červenec - srpen 2014
C5) Polepy infotabulí	5ks	červenec - srpen 2014
C6) Prezentační stan	1 ks	červenec - srpen 2014
Reklamní kampaň	počet	Termín umístění
D1) Reklama na webu a v časopisech	10 ks	září - říjen 2014
D2) Reklama na sociálních sítích	15 ks	září - říjen 2014
D3) Polep tramvají	3 tramvaje	září - říjen 2014
D4) Rozhlasová reklama		září - říjen 2014
D5) City lighty	12 ks	září - říjen 2014
D6) Reklamní plachty na nádraží	3 ks	od srpna 2014
D7) Reklama v interiérech dopravních prostředků	2 ks vlak	srpen - listopad 2014
D8) Polep autobusu	2 ks bus	srpen - listopad 2014
D9) PR články a inzerce v regionálních tiskovinách v ČR i Sasku	5 článků	srpen - září 2014
Další	počet	Termín dodání
E1) Fotobanka	30 fotografií	červenec 2014
E2) Fam trip	1 ks	říjen/listopad 2014

Příloha Smlouvy o dílo č. 3 Položkový rozpočet

Položkový rozpočet jednotlivých výstupů Marketingové kampaně Českosaského Švýcarska 2014:

Propagační tiskoviny	Počet jednotek	Jednotková cena v Kč bez DPH	Celková cena V Kč bez DPH
A1) Propagační DL leták o aktivitách projektu *	800	13,625	10900
A2) Informační materiály o nabídce regionu	2.000	7,6	15200
A3) Informační mapa tras	2.000	32,63	65260
A4) Informační letáky k e-kolům a chytrým brýlím	2.000	11,025	22050
Propagační předměty *	Počet jednotek	Jednotková cena v Kč bez DPH	Celková cena V Kč bez DPH
B1) Bezpečnostní (cyklo)světla *	200	71,9	14380
B2) Lahve na pití *	200	53,3	10660
B3) Šátky *	400	75,1	30040
B4) Pláštěnky pončo *	300	118,2	35460
B5) Deštníky *	100	155,7	15570
B6) Skládací batohy *	200	141,1	28220
Prezentační nástroje	Počet jednotek	Jednotková cena v Kč bez DPH	Celková cena V Kč bez DPH
C1) Informační roll-up banner *	1	4900	4900
C2) Propagační stěna (4 dílná)	1	34600	34600
C3) Oblečení pro průvodce	9	5600	50400
C4) Stojany	5	6500	32500
C5) Polepy infotabulí	5	3900	19500
C6) Prezentační stan	1	32000	32000
Reklamní kampaně	Počet jednotek	Jednotková cena v Kč bez DPH	Celková cena V Kč bez DPH
D1) Reklama na webu a v časopisech	10	21000	210000
D2) Reklama na sociálních sítích	15	12000	180000
D3) Polep tramvají (po 2 měsících)	3	13170	39510
D4) Rozhlasová reklama	1	20000	20000
D5) City lighty (po 2 měsících)	12	9900	118800
D6) Reklamní plachty na nádraží	3	14080	42240
D7) Reklama v interiérech dopr. prostředků	2	15125	30250
D8) Polep autobusu	2	13900	27800
D9) PR články a inzerce v regionálních tiskovinách v ČR i Sasku	5	13760	68800
Další	Počet jednotek	Jednotková cena v Kč bez DPH	Celková cena V Kč bez DPH
E1) Fotobanka	30 fotografií	700	21000
E2) Fam trip	1 akce	50000	50000

Položky označené * nesmí ve své celkové hodnotě přesáhnout částku 190.000 Kč bez DPH (jedná se o propagační leták DL o aktivitách projektu, propagační předměty, informační banner/roll up).

Stránka 21 z 25

Název projektu: Bez auta do Českosaského Švýcarska. Vlakem a autobusem k cílům mezi Labem a Horní Lužicí, 100180601
Dotační program: Program Cíl 3 na podporu přeshraniční spolupráce ČR – Sasko, prioritní osa 2, oblast podpory 2. 2.

Příloha Smlouvy o dílo č. 4 Popis projektu - cíle

Stručné představení projektu

Projekt je zaměřen na vytvoření produktů zejména pěšího cestovního ruchu s využitím pěších, zejména dálkových turistických cest a šetrné veřejné dopravy (autobusy, vlaky, příp. lodě), a na marketing na podporu těchto nově vytvořených produktů. Projekt zahrnuje tyto hlavní aktivity:

- A. Tvorba turistických produktů šetrného cestovního ruchu s maximálním využitím veřejné dopravy (minimálně 15 nových produktů zejména pěší turistiky s využitím dálkových pěších tras a veřejné dopravy, z těchto produktů bude nejméně 5 na české straně, nejméně 5 na německé straně a nejméně 5 přeshraničních)
- B. Marketingová kampaň vytvořených produktů šetrného cestovního ruchu (realizace širokého spektra marketingových aktivit „na dálku“ i „v místě“)
- C. Podpůrné činnosti (administrace, publicita atd.)

Cíle projektu

Hlavní specifický cíl:

- Podpora rozvoje nabídky přeshraničního šetrného cestovního ruchu s využitím společné přeshraniční kooperační struktury zahrnující partnery na české a německé straně hranice

Dílčí operativní cíle:

- Zkvalitnění informační služby a marketingu šetrné turistiky na území Českého Švýcarska
- Posílení přeshraniční spolupráce, obousměrný přenos zkušeností prostřednictvím partnerů projektu, vzájemné sblížení nabídky šetrného cestovního ruchu z hlediska jeho forem, kvality a využití veřejné dopravy
- Produktové a marketingové propojení hřebenových či dálkových tras na území Českého a Saského Švýcarska - Lužická spojka
- Zvýšení povědomí o trasách ve vazbě na nabídku nových turistických produktů s vazbou na výchozí body ze zastávek veřejné dopravy na tyto trasy (Hřebenovka, Lužická spojka, Oberlausitzer Bergwanderweg, Panoramaweg)

Územní vymezení

Projekt bude realizován pro území Českosaského Švýcarska na pravém břehu Labe, tj. přibližně pro území mezi toky Labe a Lužice. Zahrnuje mj. území národních parků České Švýcarsko a Saské Švýcarsko. Zájmové území (resp. území dopadu) projektu lze vymezit tokem Labe mezi Děčínem a Pimou, silnicemi Pirna - Stolpen - Neustadt - Oppach (včetně hřebene hory Bieloboh) - Ebersbach - Rumburk - Nová Hut' - Kytlice a železnici z Kytlice do Děčína.

Aktivity projektu budou realizovány i mimo toto území (ve smyslu realizace marketingových aktivit na zdrojových trzích). Tyto aktivity budou v rámci dotačního území probíhat zejména na území Ústeckého a Libereckého kraje a Spolkové země Sasko. V menší míře mohou být realizované mimo dotační území na území ČR a Německa viz níže. Bude se jednat zejména o nejvýznamnější dopravní uzly a v místa vysoké koncentrace potenciálních návštěvníků. Pro všechny aktivity realizované mimo zájmové území platí, že budou realizovány s cílem realizace dopadu v území zájmovém.

Plánovanými aktivitami mimo dotační území jsou v rámci marketingové kampaně:

- Reklama umístěná na dopravních prostředcích (např. **tramvaje**) - např. Praha, Drážďany
- Rozhlasová reklama (např. ČR Dvojka, Vltava, Kontakt, celorepublikové vysílání)
- Tiskoviny (informační a propagační materiály) propagující aktivity projektu k rozdávání i mimo region (distribuce letáku zejména na veletrzích cestovního ruchu prostřednictvím partnerských organizací jako Czechtourismu atd., např. Praha, Brno, Drážďany, Düsseldorf, Leipzig)

- Reklama (city light, plachty, BB) na nádražích významných dopravních uzlů - např. Praha, Hradec Králové, Pardubice, Brno, Plzeň, Ostrava, České Budějovice, Olomouc, Drážďany.

Účelem všech aktivit je oslovit a získat nové cílové skupiny (vazba šetrná doprava, elektrokola, chytré brýle). Zároveň je pro nás klíčové získat ve větší míře k návštěvě regionu obyvatele/návštěvníky Prahy (vzhledem ke koncentraci a ekonomické situaci obyvatel, vzdálenosti a dopravní dosažitelnosti).

Výchozí stav

Českosaské Švýcarsko představuje turistickou destinace významnou nejen na národní úrovni (v Česku a Německu), ale i na úrovni středoevropské, případně celoevropské. Jedná se o venkovskou, příhraniční, převážně periferní oblast s řadou cenných přírodních hodnot (pískovcové skalní útvary a skalní města, kaňony řek, stolové hory, vzácná fauna a flóra atd.) i kulturně-historických fenoménů (specifická kultura ovlivněná staletými česko-německého soužití, svérázná venkovská architektura atd.). Z těchto důvodů se jedná o oblast, která si zasluhuje ochranu přírodního i kulturního dědictví. Přírodně nejceněnější části Českosaského Švýcarska požívají velkoplošné ochrany přírody a krajiny (Národní park České Švýcarsko, Nationalpark Sächsische Schweiz, CHKO Labské pískovce, částečně i CHKO Lužické hory).

Potřeba chránit hodnoty tohoto jedinečného území (zejména, ale nejen v rámci statutu velkoplošné ochrany přírody a krajiny) zahrnuje i minimalizaci negativních dopadů činnosti člověka v krajině. Přestože cestovní ruch je aktivitou, která je (přínejmenším ve své nemasové podobě) vůči přírodě relativně šetrná, existují i některé negativní vlivy cestovního ruchu na přírodu a krajinu. Jedním z nich je doprava, přičemž zejména doprava individuální představuje zátěž z hlediska emisí, hluku či záboru ploch (parkoviště apod.) ve vztahu k užitkům, které přináší. „Bilance přínosů a nákladů“ je u individuální dopravy ve srovnání s dopravou veřejnou výrazně méně příznivá. Přitom nabídka veřejné dopravy v regionu je zvláště v letní (nejvíce exponované) turistické sezóně široká - celé území lemují železniční tratě, prochází jím řada linek veřejné autobusové dopravy a v létě také linky turistických autobusů. Nízké využití veřejné dopravy návštěvníky regionu tak lze přičítat především slabému obecnému povědomí veřejnosti o možnostech a výhodách využití veřejné dopravy, slabé informovanosti návštěvníků o spojích veřejné dopravy, absencí nabídky konkrétních produktů (např. půldenních, jednodenních a vícedenních výletů) využívajících spojení veřejnou dopravou a v neposlední řadě také slabým, nahodilým marketingem. V případě příhraničního cestovního ruchu se k výše uvedeným problémům přidává také přetrvávající fyzická i mentální bariéra státní hranice - v tomto případě je absence přeshraničních produktů cestovního ruchu a jejich marketingu ještě markantnější.

Projekt reaguje na uvedené problémy. Jeho smyslem je koordinace na straně nabídky produktů cestovního ruchu využívajících veřejnou dopravu a následný marketing těchto produktů. V rámci projektu bude vytvořena sada konkrétních produktů pro návštěvníky Českosaského Švýcarska, které posílí přeshraniční nabídku v cestovním ruchu, a bude realizována marketingová kampaň představující tyto nově vytvořené produkty.

Aktivity a výstupy projektu

- I. Aktivita A: Tvorba turistických produktů šetrného cestovního ruchu s maximálním využitím veřejné dopravy

i. Cíle a výstupy

V rámci této aktivity budou vytvořeny produkty cestovního ruchu kombinující návštěvu regionálních atrakcí a atrakcí, využití značených zejména pěších cest a spojů různých druhů veřejné dopravy.

Využití veřejné dopravy bude směřováno zejména k nástupům na cíle ležící na:

1. české Hřebenovce (Luž - Ptačinec - nádr. Jedlová - Studenec - Jetřichovice - Pravčická brána - Hřensko - Belveder - Růžový hřeben - Děčín);
2. česko-německé Lužické spojce (Ptačinec - Tolštejn - jedlová - nádr. Rybníště - KL - Vlčí hora - nádr. Brtníky - Šluknov - hranice D - německá zeleně značená cesta - hřeben mezi Bielohobem - Kälbersteine; na německé hřebenovce Oberlausitzer Bergwanderweg);

3. na německé Panoramaweg s napojením na českou stranu (Bad Schandau - Altendorf - Panoramaweg s větvením: a) Tomášov - Tanečnice , b) Weißberg - Hinterhermsdorf - Obere Schleuse - Brtníky, kde se napojuje na Lužickou spojku),

Produkty tedy budou spočívat zejména v kombinaci výletů po pěších trasách na těchto dálkových cestách ze zastávek autobusové linky 434 (Děčín - Krásná Lípa) a vlakových nádražích na tratích Děčín - Česká Kamenice - Jedlová - Rybníště - Krásná Lípa - Rumburk - Šluknov/Mikulášovice - Dolní Poustevna - Bad Schandau a z nádraží Taubenheim na trati DD - Zittau. Projekt se nezabývá levobřežní částí Českosaského Švýcarska (Schrammsteine, Liliensteinem, Bastei...), které leží mimo zájmové území, resp. neleží u výše uvedených dálkových pěších tras.

II. Aktivita B: Marketingová kampaň vytvořených produktů šetrného cestovního ruchu

i. Cíle a výstupy

V rámci této aktivity bude realizovaná marketingová kampaň na podporu produktů šetrného cestovního ruchu vytvořených v rámci aktivity předchozí. Cílem marketingové kampaně je přimět návštěvníka regionu Českosaského Švýcarska k využití turisticky šetrné veřejné dopravy (cíleno na železniční dopravu a navazující autobusovou dopravu či lodí). Za tím účelem mu budou nabídnuty konkrétní produkty, které šetrnou dopravu po regionu využívají. Kampaň bude využívat různorodých marketingových nástrojů, které lze rozdělit do tří skupin podle fáze, v jaké je návštěvník osloven:

- marketing „na dálku“, tedy komunikace s návštěvníkem před jeho cestou do Českosaského Švýcarska;
- marketing „v místě“, tedy komunikace s návštěvníkem během jeho pobytu v Českosaském Švýcarsku;
- specifické marketingové nástroje - slučují marketing na dálku a v místě specifickou nabídkou, která má zaujmout jak návštěvníka, tak zejména média.

ii. Popis aktivity

Výstup bude zpracován v následujících krocích (dílčích aktivitách) odpovídajících výše uvedené logice členění marketingu „na dálku“ a „v místě“ a využívajících příslušné vhodné marketingové nástroje:

- B.1. Marketingová kampaň „na dálku“: Smyslem kampaně „na dálku“ je prvotní zaujetí návštěvníka a poskytnutí základní informace. K návštěvníkovi je třeba dostat informaci, které posílí jeho základní povědomí o Českosaském Švýcarsku (že region existuje, je turisticky atraktivní, že se v něm děje něco nového, že nabízí konkrétní produkty pro různě dlouhý pobyt, že je region pro tento účel adekvátně vybaven infrastrukturou a službami atd.). Konkrétními použitými formami marketingové komunikace budou:

- a. Adresný direct mailing/virtuální e-mailing: není předmětem zakázky MK ČSŠ
- b. Reklama na turistických webových portálech a v turistických časopisech: Jedná se o reklamu na vybraných turistických portálech (např. www.turistika.cz) a v tištěných časopisech s turistickou a outdoorovou tematikou (často se jedná o identické časopisy existující na webovém portálu i v tištěné verzi). Reklama bude odkazovat na další výstupy projektu (microsite, rozšířená interaktivní mapa - není předmětem zakázky MK ČSŠ).
- c. Reklama na sociálních sítích: Tento nástroj se v uplynulých letech změnil od inovativního způsobu komunikace se zákazníkem ve standardní marketingový nástroj. Oproti jiným komunikačním nástrojům bude aplikace obsahovat některé další komunikační nástroje propojující cestování se zábavou (např. soutěž o ceny). Dále bude sloužit pro účely dočasných komunikačních aktivit - upozornění na aktuální akce v regionu apod. Veškeré aktivity na sociálních sítích (mj. Facebook, Twitter) jsou dobře měřitelné (návštěvnost, sdílení, přístupy apod.) a umožňují tedy získat cennou zpětnou vazbu ohledně účinnosti a kvality kampaně.
- d. Další komunikační nástroje: Mezi další komunikační nástroje převážně malého rozsahu bude patřit city light/BB, reklama v dopravních prostředcích, fan trip, články/PR/inzerce, rozhlasové spoty, roll upy, propagační předměty atd. (podrobný výčet viz položky rozpočet). Některé použité nástroje se překrývají s komunikačními nástroji „v místě“ (např. inzerovat je vhodné jak v lokálních vlacích přímo v regionu Českosaského Švýcarska, tak i ve vlacích spojujících tento region s potenciálními zdrojovými oblastmi, např. Prahou a Drážďanami apod.).



- B.2. Marketingová kampaň „v místě“: Kampaň v místě již nemá za cíl vzbudit v návštěvníkovi prvotní zájem o návštěvu Českosaského Švýcarska a vytvářet v něm povědomí o regionu, ale poskytnout mu kvalitní servis během jeho pobytu v Českosaském Švýcarsku, případně těsně před cestou. Pro tento účel budou využity následující distribuční kanály a komunikační nástroje (předpokládá se jejich vzájemné propojení, tedy provazba mezi Facebookem, microsite, mobilní aplikací, portály www.ceskesvycarsko.cz a www.saechsischeschweiz.de atd.):
- Rozšíření interaktivní mapy: není předmětem zakázky MK ČSŠ
 - Aplikace na webu www.ceskesvycarsko.cz: není předmětem zakázky MK ČSŠ
 - Speciální microsite: není předmětem zakázky MK ČSŠ
 - Další komunikační nástroje: Mezi další komunikační nástroje převážně malého rozsahu bude patřit fotobanka, reklama v dopravních prostředcích, informační a propagační letáky a mapy pro turisty, oblečení/uniforma pro certifikované průvodce a pracovníky informačních středisek atd. (viz rozpočet projektu). Některé použité nástroje se překrývají s komunikačními nástroji „na dálku“ (např. inzerovat je vhodné jak v lokálních vlcích přímo v regionu Českosaského Švýcarska, tak i ve vlcích spojujících tento region s potenciálními zdrojovými oblastmi.).
- B.3. Specifické marketingové nástroje: Součástí marketingové kampaně budou také některé specifické komunikační nástroje k oslovení veřejnosti. Z hlediska logiky členění předchozích dvou podaktivit se jedná spíše o marketing „v místě“. Předpokládáme, že aktivity vzbudí zájem médií a zprostředkovaně tak dojde k zásadní propagaci území Českosaského Švýcarska zejména mimo region - marketing na dálku. Kvůli specifickému charakteru těchto nástrojů však byly vyčleněny jako samostatná podaktivita. Jedná se o cílenou propagaci konkrétní speciální a nevšední nabídky regionu, která bude aktuální pro rok 2014, za využití inovativních, nevšedních nástrojů umožňujících region poznat.
- S chytrými brýlemi Českosaským Švýcarskem
 - Elektrokola Českosaského Švýcarska

