

NPPCRR Číselník parametrů

Legenda k vyplnění políčka „Rozhodující projektové parametry“ v elektronické žádosti.

Z tabulek uvedených níže se do elektronické žádosti vyplňují údaje ze sloupců: kód parametru, parametr popř. název parametru, hodnota.

U podprogramu č. 1 [Rozvoj základní a doprovodné infrastruktury CR](#) žadatel povinně vyplňuje parametr na úrovni programu z tabulky I. A) a parametr na úrovni projektů z tabulky I. B).

Žadatel dále povinně stanovuje min. 1 vlastní parametr odpovídající výstupům projektu.

V případě, že výstup povinného marketingu lze zařadit v rámci indikátorů na úrovni projektů podprogramu č. 2 [Marketingové aktivity v CR](#), žadatel vyplňuje i z tabulky II. B).

I. Podprogram – Rozvoj základní a doprovodné infrastruktury CR

A) Parametry na úrovni programu

Tabulka I.A)

Kód ¹ parametru	Parametr	Měrná jednotka	Hodnota
P1/01	Počet podpořených prvků ² doprovodné infrastruktury CR	počet	
P1/02	Počet nových / modernizovaných expozic	počet	
P1/03	Počet podpořených prostředků udržitelné dopravy	počet	
P1/04	Délka nových upravovaných lyžařských běžeckých tras (LBT)	km	
P1/05	Počet podpořených elektronických sčítačů (pořízených / pronajatých)	počet	
P1/06	Počet nových / rozšířených měření realizovaných podpořenými sčítači	počet	
P1/07	Počet destinací využívajících elektronické sčítače pro měření návštěvnosti	počet	
P1/08	Počet akcí monitorovaných elektronickými sčítači	počet	
P1/09	Počet podpořených navigačních a informačních systémů CR	počet	
P1/10	Počet podpořených navigačních a informačních systémů určených pro hendikepované návštěvníky	počet	
P1/11	Počet nových / udržovaných pracovních míst**	počet	

Poznámka 1: příjemce je povinen zvolit min. 1 parametr na úrovni programu.

¹ Uvádí se v textové buňce, kam se zaznamenává zvolený parametr – žadatel nejdříve uvede kód a poté název parametru.

² Prvek – výstup projektu (např. toalety, odpočívadlo, zastavení na stezce, rozhledna, přístaviště apod.).

B) Parametry na úrovni projektů

Tabulka I.B)

Kód ³ parametru	název indikátoru / parametru	měrná jednotka (parametr)	Hodnota	vazba na oblast podpory	popis indikátoru / parametru
PP1/01	Počet projektů přesahujících administrativní hranice krajů	Počet		1 - 6	Počet projektů realizovaných na území min. 2 krajů (vazba na oblast podpory „Podpora nadregionálních aktivit“).
PP1/02	Počet podpořených prvků udržitelné dopravy (ski-/cyklobusů, přívozů, zařízení pro úpravu lyžařských běžeckých tras)	Počet		4, 5	Celkový počet podpořených zařízení pro rozvoj udržitelné dopravy (nově pořízených / modernizovaných)
PP1/03	Délka nově vytvořených upravovaných lyžařských běžeckých tras	Km		4	Délka nově vytvořených a pravidelně upravovaných lyžařských běžeckých tratí (nejsou dosud zanesené v turistických mapách). Musí se jednat o úplně nově vytvořené samostatné okruhy, případně o trasy začleněné ke stávajícím upravovaným lyžařským běžeckým trasám, případně o propojení stávajících tras.
PP1/04	Počet nově vytvořených prvků doprovodné infrastruktury cestovního ruchu	Počet		3, 6 (2)	Součtový indikátor. Počet všech podpořených prvků doprovodné infrastruktury cestovního ruchu.
PP1/05	Počet nových / udržovaných pracovních míst	Počet		1 - 6	Počet nových / udržovaných pracovních míst – pracovní místo souvisí s realizací podpořeného projektu.
PP1/06	Nové elektronické sčítače na sledování návštěvnosti v atraktivních turistických cílech a trasách regionu	Počet		1	Počet nových elektronických sčítačů (včetně SW) na sledování návštěvnosti v atraktivních turistických cílech a trasách regionu
PP1/07	Nové nebo modernizované navigační/informační systémy v turistických destinacích	Počet		2	Počet nových navigačních systémů pro automobilovou, cyklo dopravu, pěší dopravu a další formy bezmotorové dopravy v turistických destinacích (orientační, navigační systémy)

³ Uvádí se v textové buňce, kam se zaznamenává zvolený parametr – žadatel nejdříve uvede kód a poté název parametru.

Kód ³ parametru	název indikátoru / parametru	měrná jednotka (parametr)	Hodnota	vazba na oblast podpory	popis indikátoru / parametru
PP1/08	Nové navigační a informační systémy pro senzoricky postižené návštěvníky	Počet		2	Počet projektů, které obsahují aktivity na zřízení, rozšíření nebo modernizaci jednotného informačního systému pro senzoricky postižené návštěvníky v destinaci
PP1/09	Nové prvky doprovodné infrastruktury pro běžkařskou turistiku	Počet		3	Počet nových prvků - např. sociální zařízení a mobiliáře (odpočívadla, informační a mapové panely, stacionární lékárničky první pomoci).
PP1/10	Nové prvky doprovodné infrastruktury pro cykloturistiku	Počet		3	Počet nových prvků - např. mobiliáře (lavičky, odpočívadla, koše, míst pro posezení, veřejná grilovací místa), cyklopointy - jednoduché servisní místo pro rychlou opravu, informační a mapové panely, stacionární lékárničky první pomoci, naučné stezky.
PP1/11	Nové prvky doprovodné infrastruktury pro pěší turistiku a ostatní formy udržitelné turistiky	Počet		3	Počet nových prvků - např. mobiliáře (lavičky, odpočívadla, koše, míst pro posezení, veřejná grilovací místa), informační a mapové panely, stacionární lékárničky první pomoci, naučné stezky.
PP1/12	Nová/inovovaná nástupní/odpočinková místa pro vodní turistiku	Počet		3	Počet rekonstruovaných, nově upravených míst pro nástup do lodí, kotvení lodí i odpočinek „vodáků“. Počet prvků a zařízení pro rozvoj vodácké turistiky včetně prvků pro zvyšování její bezpečnosti (např. přístupy do vody, vybavení pro kotvení lodí, budování záchranných zařízení na nebezpečných jezech, atd.)
PP1/13	Počet inovovaných prostředků a zařízení pro přepravu jízdních kol/lyží	Počet		5	Počet nově pořízených zařízení pro přepravu kol/lyží (závěsné systémy, připojovací vozíky pro kola, stojany atd.). Počet inovovaných vozidel - vnitřních prostor vozidel

Kód ³ parametru	název indikátoru / parametru	měrná jednotka (parametr)	Hodnota	vazba na oblast podpory	popis indikátoru / parametru
					(autobusů) pro přepravu kol. Úprava prostředků na ekologický pohon.
PP1/14	Nově pořízené stroje pro úpravu běžeckých tras	Počet		4	Počet nově pořízených zařízení pro úpravu lyžařských běžeckých tras (rolba, trasovač, skútr s upravovačem apod.)
PP1/15	Nově pořízené / modernizované přívozy pro návštěvníky	Počet		4	Počet nově pořízených / modernizovaných přívozů sloužících návštěvníkům na stávajících / nově budovaných turistických trasách.
PP1/16	Nové celoročně zpřístupněné expozice	Počet		6	Jde o nově celoročně zpřístupněné expozice, včetně interaktivních
PP1/17	Nové prvky doprovodné infrastruktury pro aktivní formy udržitelné turistiky (např. vyhlídková místa, rozhledny, odpočívadla, sociální zázemí, aj.)	Počet		6	Počet podpořených / nově budovaných vyhlídkových míst (rozhleden, vyhlídkových ochozů), doplnění o sociální zařízení a mobilní mobiliář, informační a mapové panely.
PP1/18	Nové prvky doprovodné infrastruktury pro hendikepované návštěvníky	Počet		6	Počet nových prvků doprovodné infrastruktury pro hendikepované návštěvníky.
PP1/19	Nová/rekonstruovaná sportovně-rekreační zařízení v kempech	Počet		6	Počet zrekonstruovaných/nově vybudovaných sportovně-rekreačních prvků v kempech a tábořištích.
PP1/20	Návštěvnost destinace/lokality/akce zjištěná prostřednictvím elektronických sčítačů	Počet		1	Počet osob, které byly zaznamenány elektronickým sčítačem při návštěvě destinace/lokality/akce.
PP1/21	Mapování pohybů návštěvníků v atraktivních cílech a turistických trasách regionu	%		1	Celkový podíl návštěvníků, kteří projdou elektronickým sčítačem na sledování návštěvnosti. Jde o nárůst oproti výchozímu stavu před realizací projektu.
PP1/22	Využití nových navigačních a informačních systémů - hodnocení spokojenosti návštěvníkem	% spokojenosti		2	% spokojených návštěvníků s novými, či inovovanými informačními a navigačními systémy pro účely cestovního ruchu.

Kód ³ parametru	název indikátoru / parametru	měrná jednotka (parametr)	Hodnota	vazba na oblast podpory	popis indikátoru / parametru
PP1/23	Zkvalitnění vybavenosti a doplňkových služeb dálkových a regionálních tras pro lyžařskou, vodní, cyklo, pěší turistiku a další udržitelné formy turistiky	% spokojenosti		3	% spokojených návštěvníků s novými/zkvalitněnými doprovodnými službami a vybaveností dálkových a regionálních tras pro lyžařskou, vodní, cyklo, pěší turistiku a další udržitelné formy turistiky.
PP1/24	Využitelnost nových upravovaných LBT	Počet		4	Počet osob využívajících nově značené a upravované úseky LBT.
PP1/25	Využití podpořených prvků ekologicky šetrné dopravy	Počet cestujících		5	Počet cestujících celkem, kteří využili (cestovali) podpořenými prvky ekologicky šetrné dopravy.
PP1/26	Zkvalitnění ekologicky šetrné dopravy pro návštěvníky destinace	%		5	% spokojených návštěvníků s poskytovanou nabídkou ekologicky šetrné dopravy
PP1/27	Zvýšení návštěvnosti podpořených zařízení	%		6	Jde o podíl počtu nových návštěvníků využívajících nová, či rekonstruovaná zařízení. Výchozí stav = stav před výstavbou/rekonstrukcí.
PP1/28	Zvýšení návštěvnosti podpořených expozic	%		6	Jde o podíl počtu nových návštěvníků využívajících nové, či rekonstruované expozice. Výchozí stav = stav před rekonstrukcí / vybudováním expozice.
PP1/29	Zkvalitnění doprovodné infrastruktury pro hendikepované návštěvníky	%		6	Podíl nových prvků doprovodné infrastruktury pro hendikepované návštěvníky ze všech projektů doprovodné infrastruktury cestovního ruchu.
PP1/30	Zkvalitnění sportovně-rekreační vybavenosti kempů	%		6	% kempů, resp. tábořišť s nově vybudovanými sportovně-rekreačními prvky, sociálním zařízením (WC, sprcha).
PP1/31	Podpora provázání podnikatelských a veřejných investic.	Počet společných projektů		1 - 6	Počet projektů realizovaných ve spolupráci veřejného a podnikatelského sektoru.

Poznámka 1: neuvádí se v žádosti.

Poznámka 2: žadatel je povinen zvolit min. 1 parametr na úrovni projektů.

Poznámka 3: V případě, že výstup povinného marketingu lze zařadit v rámci indikátorů na úrovni projektů podprogramu č. 2 Marketingové aktivity v CR, žadatel povinně volí i min. jeden indikátor na úrovni projektu podprogramu č. 2.

II. Podprogram – Marketingové aktivity v CR

B) Parametry na úrovni projektů

Tabulka II.B)

Kód 4 parametru	název indikátoru / parametru	měrná jednotka (parametr)	Hodnota	vazba na podporovanou oblast	popis indikátoru / parametru
PP2/01	Počet marketingových aktivit realizovaných ve spolupráci s oblastními organizacemi destinačního managementu (DS)	Počet partnerských smluv		2 - 7	Počet marketingových aktivit realizovaných ve spolupráci min. 2 destinačních společností (v rámci jedné úrovně / napříč úrovněmi organizačního uspořádání)
PP2/02	Počet marketingových aktivit realizovaných ve spolupráci s CzT	Počet partnerských smluv		2 - 7	Počet marketingových aktivit realizovaných ve spolupráci s agenturou CzechTourism. Realizované aktivity musí být specifikovány v partnerské smlouvě. Partnerská smlouva může být uzavřena na délku realizace projektu včetně doby udržitelnosti.
PP2/03	Počet nových / udržovaných pracovních míst	Počet		1 - 6	Počet nových / udržovaných pracovních míst – pracovní místo souvisí s realizací podpořeného projektu.
PP2/04	Přírůstek počtu návštěvníků a počtu přenocování	%			Nárůst počtu návštěvníků a počtu přenocování v destinaci (rozdíl počtu návštěvníků a počtu přenocování před zahájením realizace projektu a po ukončení realizace projektu /i v době udržitelnosti/, respektive v roce 2021).
PP2/05	Počet podpořených strategických dokumentů	Počet		1	Sledují se vytvořené strategické dokumenty (strategie DS jako řídicího subjektu destinace a marketingové strategie destinace) za podpory dotačního programu
PP2/06	Počet podpořených dopadových studií	Počet		1	Počet vytvořených studií za účelem monitoringu udržitelného rozvoje destinace, které hodnotí environmentální, sociální

⁴ Uvádí se v textové buňce, kam se zaznamenává zvolený parametr – žadatel nejdříve uvede kód a poté název parametru.

					a ekonomické dopady na celé či část území destinace
PP2/07	Počet úspěšně proškolených osob v cestovním ruchu	Počet		1	Jde o počet zástupců cílových skupin (pracovníci DS, TIC, průvodci, oddělení/odborů cestovního ruchu), kteří byli v rámci projektu úspěšně podpořeni jako osoby vzdělávané (tj. byli odběrateli vzdělávací služby).
PP2/08	Počet podpořených marketingových výzkumů	Počet		2	Počet podpořených marketingových šetření v oblasti monitoringu návštěvnosti (profil návštěvníka), šetření zdrojových trhů, vnímání destinace (image, brand), spokojenosti návštěvníků s kvalitou nabídky nebo analýz konkurence.
PP2/09	Počet podpořených marketingových výzkumů realizovaných v rámci kooperace s dalšími DS (lokální/oblastní, krajské i CzT)	Počet		2	Počet podpořených marketingových šetření v oblasti monitoringu návštěvnosti (profil návštěvníka), šetření zdrojových trhů, vnímání destinace (image, brand), spokojenosti návštěvníků s kvalitou nabídky nebo analýz konkurence) ve spolupráci s jinou organizací destinačního managementu (DS)
PP2/10	Počet podpořených produktů CR	Počet		3	Počet nově vytvořených produktů cestovního ruchu (dle Manuálu CzT), které zahrnují eventy cestovního ruchu, tematické a regionální produkty a turistické karty
PP2/11	Počet podpořených akcí cestovního ruchu	Počet		3	Počet nově vytvořených nebo výrazně inovovaných akcí cestovního ruchu
PP2/12	Počet tematických a regionálních produktů	Počet		3	Počet nově vytvořených produktů cestovního ruchu dle Manuálu CzT. Jde o komplexní produkty zahrnující kombinaci několika služeb a turistických cílů regionu.
PP2/13	Počet podpořených turistických karet	Počet		3	Počet nově vytvořených nebo výrazně inovovaných turistických karet destinace

PP2/14	Počet podpořených značek (branding destinace)	Počet		4	Indikátor sleduje počet značek, který daný projekt podpořil. Destinace mohou dle místních podmínek pracovat s jednou hlavní značkou nebo hlavní značkou a několika doplňkovými produktovými či regionálními značkami (blíže architektura značek). Mezi základní aktivity, jež podporují značku destinace, patří: strategie značky destinace (definování hodnot destinace, na kterých značka stojí, návrh brandu vč. vizuálního stylu komunikace a jeho umístování), dále je to koncepce architektury značky; imageové kampaně; tvorba suvenýrů a propagačních předmětů a tvorba fotobank a imageových videí.
PP2/15	Počet projektů distribuce	Počet		5	Indikátor sleduje počet podpořených a realizovaných projektů distribuce produktů ČR a informací o destinaci mezi lokální, oblastní, krajskou a národní úrovní. Jde o aktivity, které posilují spolupráci mezi hierarchickými úrovněmi organizace cestovního ruchu v ČR. Typicky může jít o spolupráci TIC v rámci destinace, nebo spolupráci krajské či oblastní destinace s CzT.
PP2/16	Počet komunikačních aktivit	Počet		6	Indikátor sleduje počet realizovaných komunikačních aktivit. Každá komunikační kampaň se skládá s mixu komunikačních aktivit realizovaných v různých placených či neplacených médiích.
PP2/17	Počet partnerských smluv	Počet		7	Počet uzavřených partnerských smluv s klíčovými marketingovými partnery destinace s cílem pozitivně ovlivňovat vnímání značky destinace
PP2/18	Počet podpořených krajských organizací destinačního managementu	Počet		1 - 7	Počet podpořených krajských destinačních společností, které se registrovaly na MMR,

					respektive splnily podmínky certifikace destinačních společností v rámci nového systému organizace CR.
PP2/19	Počet podpořených oblastních organizací destinačního managementu (DS)	Počet		1 - 7	Počet podpořených oblastních a lokálních destinačních společností, které se registrovaly na MMR, respektive splnily podmínky certifikace destinačních společností v rámci nového systému organizace cestovního ruchu.
PP2/20	Počet fungujících subjektů destinačního managementu	Počet		1	Počet fungujících subjektů destinačního managementu, tj. organizací zaměřených na management destinace v oblasti vytváření a prosazení destinace a jejich produktů cestovního ruchu na trhu. Subjekty destinačního managementu musí být registrovány / certifikovány na MMR.
PP2/21	Měření spokojenosti návštěvníků	%			Procento respondentů, kteří odpověděli na otázku, zda byli v destinaci spokojeni na pětibodové škále možnost 1 (velmi spokojen) nebo 2 (spíše spokojen).
PP2/22	Průměrná délka pobytu návštěvníků v destinaci	počet			Průměrná délka pobytu návštěvníků v destinaci – počet přenocování vydělený počtem hostů
PP2/23	Počet osob oslovených v rámci realizovaných šetření	Počet		2	Počet respondentů oslovených v rámci realizace výzkumných aktivit realizovaných v destinaci.
PP2/24	Počet účastníků podpořených akcí	Počet		3	Počet účastníků podpořené akce/akcí za kalendářní rok. Příjemce dotace má povinnost dlouhodobě (min. po dobu udržitelnosti) sledovat a vykazovat návštěvnost předmětné akce
PP2/25	Počet návštěvníků webu, respektive příslušné sekce webu	Počet		3 / 6	Počet unikátních návštěvníků webu, respektive příslušné stránky na webu destinace - Měření návštěv podle Google Analytics a měření konverzí. Příklady sledovaných ukazatelů: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Počet unikátních návštěvníků a jejich kvalitativní

					<p>parametry (zájem o obsah webu)</p> <ul style="list-style-type: none"> Počet stažených itinerářů, brožur, registrace do newsletteru, nákup destinační karty, atd.
PP2/26	Zvýšení doby strávené na podpořeném webu.	%		3 / 6	Změna doby strávené na webu. Zvýšení doby po kterou návštěvníci setrvávají na webu, respektive jeho sekcí v %. Změna oproti návštěvnosti webu před realizací projektu.
PP2/27	Zvýšení návštěvnosti turistických portálů unikátními návštěvníky	%		3 / 6	Nárůst počtu unikátních návštěvníků podpořených webů. Změna počtu návštěvníků webu oproti stavu před realizací projektu.
PP2/28	Dosah produktu na sociálních sítích	Počet		3	Využití Social media metrik –počet zhlédnutí, počet like, počet sdílení a komentářů k danému produktu např. počet Engaged users.
PP2/29	Nárůst poptávky po produktech destinace.	%		3	Nárůst poptávky po podpořených produktech destinace (u relevantních produktů změna oproti stavu před realizací projektu – realizace kampaně k existujícímu produktu / modernizace produktu), případně ke stavu uvedeném v ZVA. U relevantních projektů sledováno i v době udržitelnosti.
PP2/30	Počet distribuovaných tištěných materiálů konečným spotřebitelům/CK k danému produktu	Počet		3	Katalogy, letáky a další propagační tištěné materiály s nabídkou příslušného produktu distribuovaných (nikoliv vytištěných) konečným spotřebitelům/CK
PP2/31	Počet uživatelů turistických karet	Počet		3	Počet prodaných nebo jinak distribuovaných turistických karet konečným uživatelům v jednotkách za rok
PP2/32	Počet zhlédnutí videa/Počet impresí podpořených fotografií	Počet		4	Indikátor sleduje velikost dosahu podpořených videí či fotografií. Počet zhlédnutí videa/fotografie je sumou všech zhlédnutí na různých distribučních platformách destinace (např. youtube, vlastní web, reklamní video na stránkách třetích stran,

					distribuce tištěných materiálů s podpořenými fotografiemi...).
PP2/33	Počet prodaných/poskytnutých kusů suvenýrů (propagačních předmětů)	Počet		4	Počet prodaných/poskytnutých kusů
PP2/34	Zásah imageové kampaně	Počet		4, 6	Indikátor sleduje velikost zásahu (reach) podpořené komunikační kampaně prostřednictvím standardních mediálních metrik dosahu (GRP, počet zobrazení, atd.)
PP2/35	Zvýšení povědomí návštěvníků o existenci regionálních destinací a jejich nabídce	%		4	Zvýšení povědomí návštěvníků o existenci regionálních destinací a jejich nabídce. Změna povědomí měřena oproti povědomí o destinaci před zahájením realizace projektu.
PP2/36	Změna povědomí návštěvníků o značce destinace	%		4	Změna povědomí návštěvníků o značce destinace. Změna povědomí měřena oproti stavu před realizací projektu.
PP2/37	Zásah ediční činnosti	Počet		6	Počet distribuovaných tiskovin v elektronické i papírové podobě. V případě elektronických verzí jde o počet stažení, v případě fyzické podoby jde o počet distribuovaných materiálů konečným spotřebitelům/CK
PP2/38	Efektivita PR	Počet		6	Měření efektivity PR prostřednictvím AVE (přepočet redakčního prostoru na inzertní hodnotu), nebo clippingu (náklad/čtenost média, pozice a prostor článku na stránce, počet zhlédnutí/přečtení článku, srovnání s konkurencí, atd.), případně dalších nástrojů.
PP2/39	Počet návštěv webu	Počet		6	Počet unikátních návštěvníků webu destinace
PP2/40	Počet stažení mobilní aplikace	Počet		6	Počet stažení z distribučních platform jako jsou Google Play, Apple Store, Windows Store, resp. vlastního webu.

PP2/41	Počet klientů v CRM databázi / MIS	Počet		6	Počet nových klientů v zákaznické databázi
PP2/42	Dosah aktivit na sociálních sítích	Počet		6	Využití Social media metrik –počet zhlédnutí, počet like, počet sdílení a komentářů k danému produktu např. počet Engaged users, doplňkově Engagement rate = Engaged users/Page Impression Unique
PP2/43	Podpora provázání podnikatelských a veřejných investic.	Počet společných projektů		1 - 6	Počet projektů realizovaných ve spolupráci veřejného a podnikatelského sektoru.

Poznámka 1: neuvádí se v žádosti.