

ZPRÁVA O ČINNOSTI 2021

Turistické informační centrum Pardubice, p. o.

Základní informace o organizaci

Název: Turistické informační centrum Pardubice

Sídlo: nám. Republiky 1, 530 02 Pardubice

Právní forma: příspěvková organizace

IČ: 06495001

DIČ: CZ06495001 (registrace k DPH od 1. 6. 2018)

Statutární orgán: Mgr. et Mgr. Miloslava Christová, ředitelka

Web: www.ipardubice.cz

E-mail: info@ticpardubice.cz

Obsah

PŘEDMĚT ČINNOSTI	2
ČINNOST JEDNOTLIVÝCH STŘEDISEK V ROCE 2021	3
TURISTICKÉ INFORMAČNÍ CENTRUM PARDUBICE	3
ZELENÁ BRÁNA	10
MÁZHAUS	12
EUROPE DIRECT	13
SLOVNÍ KOMENTÁŘ K ROČNÍ ÚČETNÍ ZÁVĚRCE TIC K 31. 12. 2021	16

PŘEDMĚT ČINNOSTI

Hlavní činností Turistického informačního centra Pardubice, příspěvkové organizace (dále jen p. o.) je poskytování služeb a informací veřejnosti prostřednictvím osobní služby a elektronických médií a v kvalitě specifikované pro příslušnou kategorii informačního centra s regionální působností. Jde o informace a služby pro turisty, návštěvníky města a místní občany v rozsahu:

- objektivní a vhodná propagace města, regionu a Pardubického kraje podle pokynů zřizovatele, koordinace činností v oblasti turismu, tvorba a organizování turistických produktů, geografické informace, orientace ve městě a v regionu, informace o dopravní obslužnosti jednotlivých lokalit v regionu,
- souhrnné turistické informace (o přírodním a kulturním bohatství, ubytování a stravování, kulturních, sportovních a dalších volnočasových aktivitách ve městě i v regionu, informace o důležitých adresách úřadů, institucí a organizací),
- informace o Evropské unii,
- informace ze sítě ostatních informačních center České republiky.

Hlavní činnosti Turistického informačního střediska Pardubice

1. zajištění provozu objektu Zelené brány a výstavního prostoru Mázhaus pro turistické a společensko-kulturní využití, zajištění průvodcovské činnosti v těchto prostorách,
2. spolupráce se statutárním městem Pardubice na prezentaci města Pardubice na veletrzích cestovního ruchu v tuzemsku a zahraničí a na propagaci města Pardubice v tiskovinách, publikacích a v elektronických médiích vztahujících se k činnosti organizace,
3. pořádání a organizace kulturních, výchovných, společenských, vzdělávacích a jiných akcí pro nejširší pardubickou i mimopardubickou veřejnost s důrazem na akce napomáhající rozvoji turismu a všeobecných znalostí o EU (např. city events, festivaly, workshopy),
4. organizace a pořádání výstav,
5. zabezpečení reklamní činnosti a marketingu k naplnění účelu a předmětu činnosti p. o.,
6. zajišťování provozu ve svěřených objektech, údržba a správa majetku,
7. ediční, propagační a publikační činnosti směřující k podpoře hlavní činnosti, vydávání, veřejné šíření a prodej neperiodických publikací a nahraných nosičů ve smyslu zák. č. 37/1995 Sb., v platném znění,
8. předprodej vstupenek na vlastní i cizí programy,

9. zajištění průvodcovské činnosti po městě Pardubice,
10. poskytování telekomunikačních služeb (internet, faxování).

Doplňková činnost

- vydavatelské činnosti, polygrafická výroba, knihařské a kopírovací práce,
- zprostředkování obchodu a služeb,
- velkoobchod a maloobchod,
- pronájem a půjčování věcí movitých,
- reklamní činnost, marketing, mediální zastoupení.

Organizační členění

Organizačně je příspěvková organizace rozdělena na 4 střediska:

- Turistické informační centrum (vstupní hala, kancelář ředitele a administrativního pracovníka, technické zázemí, sídlo: náměstí Republiky 1, Pardubice)
- Europe Direct Pardubice (sídlo: náměstí Republiky 1, Pardubice)
- Výstavní prostor Mázhaus (výstavní prostory, sídlo: Pernštýnské náměstí 3, Pardubice)
- Zelená brána (výstavní prostory, vyhlídková věž, sídlo: Zelenobranská, Pardubice)

ČINNOST JEDNOTLIVÝCH STŘEDISEK V ROCE 2021

Pandemie Covid-19

Stejně jako v roce 2020 byl i rok 2021 významně ovlivněn pandemií Covid-19. Všechna střediska TIC Pce musela být do poloviny května 2021 uzavřena. Plánované akce a výstavy se opět přesunuly do online prostoru, posunul se jejich termín nebo se zrušily úplně. Zaměstnanci přešli na home office a byli nadále k dispozici veřejnosti. V měsících, kdy byl umožněn provoz, odpovídala veškerá činnost středisek bezpečnostním požadavkům stanovených vládou ČR.

TURISTICKÉ INFORMAČNÍ CENTRUM PARDUBICE

1. Pandemie Covid-19

Během roku 2021 byla provozovna infocentra uzavřena od samého počátku roku až do poloviny května. Po ukončení lockdownu se provoz vždy flexibilně přizpůsobil bezpečnostním nařízením vlády ČR, nejen ve vztahu ke klientům, ale i s důrazem na ochranu pracovníků (testování, oddělené směny, respirátory, dezinfekce, zvýšená frekvence úklidu apod.). Díky dodržování všech opatření ze strany celého týmu se organizaci podařilo vyhnout nejen karanténám, ale i případnému dalšímu uzavření provozovny z důvodu nemoci zaměstnanců. Celkové náklady za nákup ochranných prostředků a testů se pohybují ve výši: 37 704 Kč

Z důvodu lockdownu byl hospodářský výsledek v první polovině roku 2021 téměř nulový. Ani po rozvolnění opatření však nedošlo k návratu k normálu z roku 2019. Zejména z důvodu velkého počtu zrušených akcí, velkého množství vratek za zakoupené vstupenky s přičtením poplatků za platbu kartou, které připadají na vrub infocentra. Organizátoři akcí s jejich konáním často vyčkávali až do poslední chvíle a mnoho z nich infocentru ani nezdalo předprodej vstupenek. Stejně tak

návštěvníci akcí vyčkávali s nákupem vstupenek až na poslední chvíli. Mnoho z nich na kulturu rezignovalo zcela. To vše opět negativně ovlivnilo příjem z provizí za prodej vstupenek a také celkovou návštěvnost infocentra, která druhým rokem výrazně **klesla**.

Návštěvnost TIC 2019 - 2021

	2019	2020	2021
leden	8380	7785	0
únor	8607	7322	0
březen	8840	2984	0
duben	9126	275	0
květen	9944	3386	2487
červen	7993	5723	4466
červenec	9722	7980	7629
srpen	10443	8703	7550
září	9229	7028	7035
říjen	11341	2846	6201
listopad	9177	0	4792
prosinec	8855	3017	4616
celkem	111657	57049	44776

	2019	2020	2021
leden	47 757,80	56 845,33	-223,13
únor	46 088,64	49 552,45	2 080,59
březen	83 206,19	13 400,67	0,00
duben	66 496,91	1 615,63	219,01
květen	94 435,11	-1 298,36	796,43
červen	31 579,05	22 871,96	16 647,36
červenec	22 855,08	4 992,96	5 719,52
srpen	42 823,86	38 792,93	17 207,37
září	53 337,94	13 877,65	23 574,58
říjen	95 696,79	1 811,26	31 942,86
listopad	88 355,13	0,00	25 916,58
prosinec	124 579,53	4 139,10	31 261,66
celkem	797 212,03	206 601,58	155 142,83

2. Plnění strategického plánu TIC Pce 2020-2023

Organizace v roce 2021 vyvíjela svou činnost v souladu se zpracovaným strategickým plánem TIC Pce pro období 2020 – 2023, ve které jsou stanoveny čtyři problematické okruhy (podrobněji rozpracované v akčních plánech organizace):

1. Zlepšení prostor pro veřejnost, aby se zde návštěvníci cítili příjemně
2. Zlepšení propagace TIC Pce, potažmo města Pardubice
3. Zlepšení spolupráce s pořadateli akcí
4. Zlepšení povědomí o činnosti infocentra u rezidentů

Na základě stanovení problémových okruhů začaly být postupně naplňovány jak hlavní, tak i dílčí cíle organizace, které jsou dále rozepsány.

3. Úpravy vnějších i vnitřních prostor pro veřejnost

V Pardubicích je mnoho let nedostatek výstavních prostor pro amatérské umělce, putovní výstavy nebo na prezentace výstupů ze školních projektů apod. Během příprav strategického plánu organizace tato potřeba jasně vyplynula. Nevyužitý prostor v provozovně infocentra je pro tyto potřeby více než vhodný. Jednak vzhledem ke své lokaci v centru města, celotýdennímu provozu a také jako odpovídající doplňková činnost infocentra.

V minulém roce proto začalo TIC Pce ve svém volném prostoru v zadní části provozovny s výstavní činností. Na zdi byl instalován posuvný závěsný systém a zakoupeno několik vnitřních výstavních stojanů. Během roku se zde konalo celkem 8 výstav a několik zahajovacích vernisáží.

Za zmínku stojí např. výstava Masaryk a Svatá země konaná ve spolupráci s Velvyslanectvím Státu Izrael v ČR, kterou přijela zahájit Její Excelence Anny Azari. Dále pak výstava Bulharští Češi organizovaná ve spolupráci s Bulharským kulturním institutem.

4. Prodej suvenýrů

Při prodeji suvenýrů nadále pokračujeme v přístupu, který jsme nastavili na počátku roku 2020. Jejich nabídka a složení byla pro prezentaci krajského města nedostačující. Bylo zapotřebí posoudit prodejnost jednotlivých položek v minulých letech, zamyslet se nad celkovou koncepcí a přizpůsobit tomu prodejní strategii.

Prodejní vitríny jsme přesunuli k přepážkám a zakoupili jsme vybavení, aby bylo zboží lépe prezentováno (stojánky na perníky, cenovky apod.). Zároveň jsme u vchodu do infocentra vytvořili výlohu se suvenýry a pravidelně na naši nabídku upozorňujeme na sociálních sítích. Nově jsme také pořídili papírové nákupní tašky s logem města, které dáváme ke každému nákupu.

Při výběru upomínkových předmětů a suvenýrů preferujeme výrobky z Pardubic, potažmo Pardubického kraje a místní autorskou tvorbu. Velký důraz klademe na prodej pardubického perníku, kdy v infocentru prodáváme perník od většiny místních výrobců. Perníčky vybíráme s ohledem na motivy města nebo roční období. Návštěvníci města tak již nemusejí obcházet jednotlivé prodejny a mohou si vybrat u nás na jednom místě. Velkou výhodou je také fakt, že se nacházíme přímo v centru města a jsme otevřeni během víkendu.

Díky těmto úpravám prodejní strategie můžeme konstatovat, že změna přístupu se vyplatila. Již v minulém roce se útrata na jednoho návštěvníka zvýšila o 31 % a v roce 2021 stoupla o dalších 77 %, přestože celkový počet návštěvníků infocentra klesl.

Pokud se zaměříme čistě na prodej pardubického perníku, na který jako „město perníku“ klademe důraz, tak můžeme říci, že se nám již druhým rokem v řadě podařilo výrazně **zvýšit jeho prodej**. V roce 2020 jsme navýšili objednávky perníku od místních výrobců o 101 % v porovnání s rokem 2019. V roce 2021 se objednávky zvýšily o dalších 77 %.

Tržby za suvenýry 2019 - 2021

	2019	2020	2021
Leden	26510,72	24747,13	0
Únor	28737,93	31552,45	0
Březen	44040,62	10996,42	0
Duben	41699,89	360,58	0
Květen	55518,5	14580,03	26066,81
Červen	51497,94	32492,49	54203,04
Červenec	81568,36	102685,98	134561,53
Srpen	90634,47	132487,08	144377,83
Září	61005,06	62554,99	89600,78
Říjen	74577,81	24422,64	87830,74
Listopad	38724,17	0	51474,06
Prosinec	48253,47	41701	76958,18
Celkem	642768,94	478580,79	665072,97

Průměrná útrata na zákazníka

Rok	Celkový počet návštěvníků	Celkové tržby suvenýry	Útrata na osobu	% meziroční nárůst
2019	111 657	642 778	5,76 Kč	
2020	57 049	478 578	8,38 Kč	31%
2021	44 776	665 073	14,85 Kč	77%

Nákup pardubického perníku od místních výrobců

Rok	Celková nákupní cena perníku	% meziroční nárůst
2019	59 948	
2020	120 790	101%
2021	213 510	77%

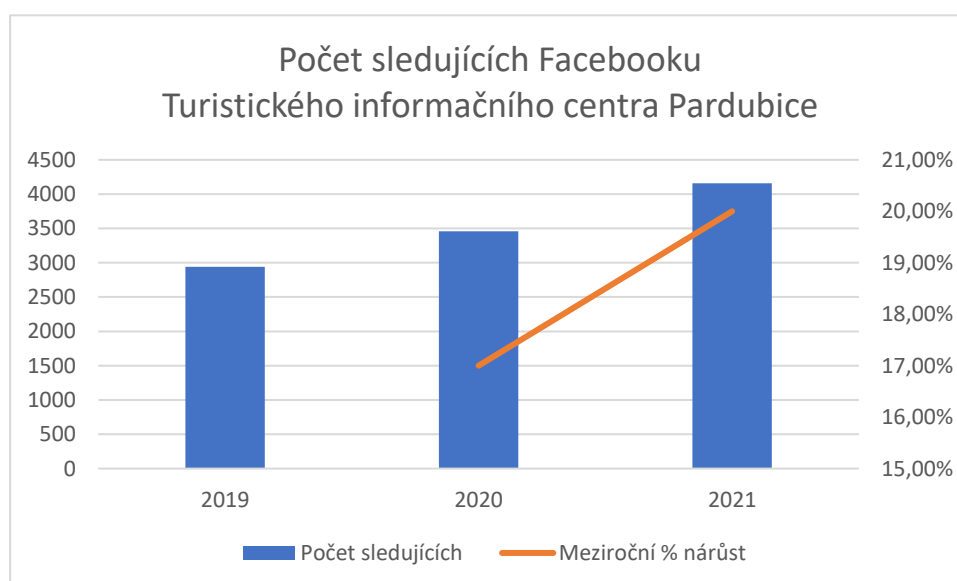
5. Professionalizace propagace, správy sociálních sítí a příprava nových internetových stránek

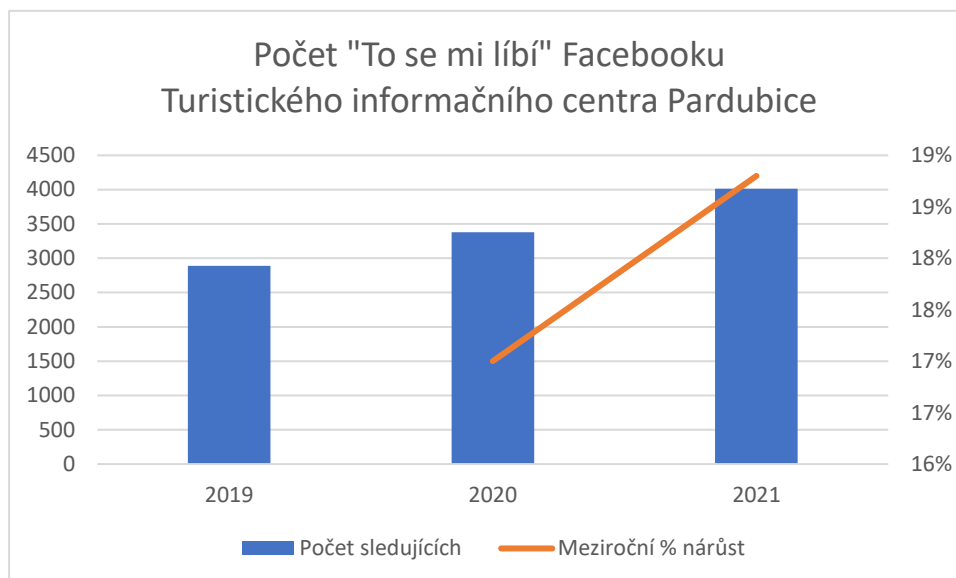
Změna přístupu k propagaci je jeden z hlavních problematických okruhů, který vyplynul z přípravy strategického plánu organizace. Infocentrum má výrazně zastaralé internetové stránky, které nejsou uživatelsky vstřícné. Proto s povděkem přijalo možnost nového nastavení funkcionalit a grafiky při budování nových internetových stránek statutárního města Pardubice.

V roce 2021 jsme stanovili zájmové okruhy, na které bude sekce „turista“ rozdělena, tyto okruhy jsme naplnili aktuálními informacemi a profesionálně zhotovenými fotografiemi.

Zároveň pokračujeme v odborném vedení správy sociálních sítí dle nastavené koncepce TIC Pce. Pro efektivní vedení jsme zřídili business účet na Facebooku, klademe důraz na koncepčnost příspěvků, profesionální a kvalitní fotografie, které nám z části poskytuje i tiskové oddělení MmP. Dále jsme založili i účet na Instagramu. Jelikož svůj účet má jak město, tak i turistická oblast Pardubicko, rozhodli jsme se tzv. zaplnit díru na trhu a vedeme tento účet v anglickém i českém jazyce, s cílem oslovit zcela jiné cílové skupiny.

I tento přístup se nám podle všeho vyplatil. Dle statistických dat v roce 2020 **vzrostla sledovanost facebooku i počet To se mi líbí shodně o 17 %**. V minulém roce sledovanost stránek stoupla o 20 % a počet To se mi líbí o 19 %.





Zároveň se nám již nyní daří naplňovat jeden z cílů nově zpracované Strategie CR pro TO Pardubicko 2022 – 2026, jímž je aktivní zapojování rezidentů a turistů do CR. V případě sociálních sítí se to týká zejména navyšování počtu sdílení a komentářů od sledujících, které nám rok od roku roste. Pro porovnání stačí zmínit, že během roku 2019 jsme v počtu reakcí během roku docílili nejvyšší hodnoty 50, v roce 2021 se nám několikrát podařilo přesáhnout hodnotu 500. Jednoznačně nejúspěšnější období na počet aktivních reakcí našich sledujících je advent a akce Advent s vůní perníku, kdy počty komentářů a jiných aktivit dosáhli hodnoty 2 tisíce. To samé se také týká celkového dosahu příspěvků, který z hodnot kolem 3,5 tisíc v roce 2019 vyrostl na zcela běžný dosah jednotlivých příspěvků v rozmezí 15 – 20 tisíce v roce 2021.

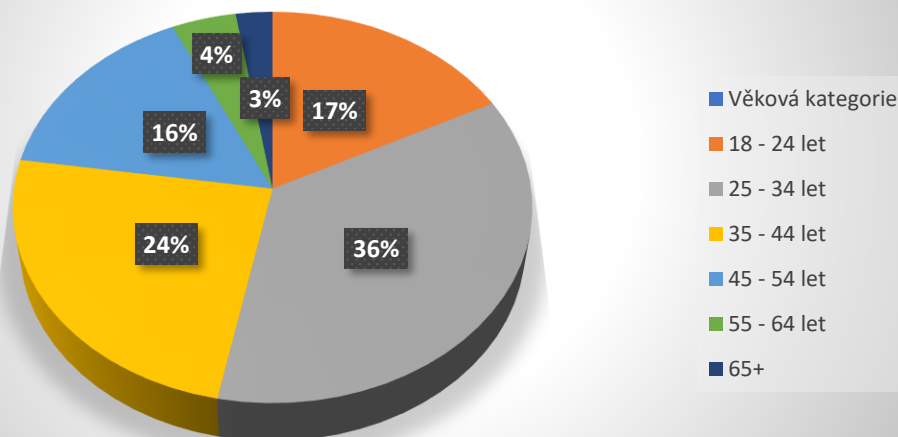
Z důvodu cílení reklam a placených příspěvků také bedlivě sledujeme složení sledujících, kde i v našem případě platí všeobecný trend: „Facebooková generace stárne“. U věkových kategorií 18 – 24 a 25 – 34 let klesl shodně o jedno procento, u věkové kategorie 45 – 54 naopak o dvě procenta narostl. Z hlediska lokace převažují sledující z Pardubic (53,1 %), Prahy (5,1 %), Hradce Králové (3,2 %) a Chrudimi (2,9 %).

Instagramový profil Turistického informačního centra Pardubice byl založen v polovině srpna 2020.

V minulém roce se podařilo navýšit jeho sledovanost o 293 % z 360 sledujících na 1416.

Z 84 % ho sledují lidé z České republiky. Přičemž se nám zde daří oslovovat mladší věkové skupiny 25 – 34 let (36 % sledujících) a věkovou skupinu 18 – 24 let (17 % sledujících), která nám například na Facebooku zcela uniká. U obou zmiňovaných věkových skupin procento sledujících meziročně vzrostlo.

Instagram @visitpardubice 2021 Rozdělení sledujících dle věku



V souladu se snahou o efektivní propagaci se snažíme **zlepšit vztahy s místními médii**, k jejichž útlumu v minulých letech došlo. Skrze tiskové zprávy (i ve spolupráci s tiskovým úsekem MmP) se snažíme upozornit na naše aktivity. Odezva na ně je příznivá.

V roce 2021 výrazně vzrostla spolupráce s Východočeskou televizí V1, kdy jsme s nimi natočili celkem 4 reportáže (např. o stezce Viléma z Pernštejna, Adventu s vůní perníku, kuchařce Pardubice na talíři apod.). Stejně tak je výborná spolupráce s Českým rozhlasem Pardubice, který pravidelně informuje o našich aktivitách a přispíváme i do Radničního zpravodaje. Několikrát v tomto roce jsme také měli možnost být nápomocni s koordinací reportáže pro Lukáše Hejlíka, do Toulavé kamery, Snídaně s Novou apod. Během roku jsme rovněž měli možnost provést městem press trip novinářů a blogerů z Polska, Německa, Slovinska, Velké Británie.

Dalším krokem k pozitivní propagaci města je naše **účast na stěžejních akcích** konaných ve městě a postupné budování kontaktů s jejich organizátory. V roce 2021 jsme měli pravidelně svůj stánek na dostihových kvalifikacích i na samotné Velké pardubické steeplechase. Pokračujeme ve spolupráci s Retroměstečkem, kde jsme měli svůj stánek s aktivitami pro děti. Byli jsme jedním ze stanovišť, kde se za splnění aktivity získávalo razítko do hrací karty. Svůj stánek jsme také měli po celou dobu konání Sportovního parku Pardubice, kde jsme propagovali celoroční akci 500 let renesance ve Východních Čechách.

Od začátku června do konce října 2021 jsme provedli **dotazníkové šetření návštěvníků města**, kteří přišli do infocentra. Díky němu jsme získali představu o délce jejich pobytu, co v Pardubicích vyhledávají, s kým přijeli, odkud přijeli, jak město vnímají apod. Výsledky průzkumu tak můžeme srovnat s dalšími průzkumy CR a případně je doplnit. Vyhodnocení zároveň slouží k efektivnějšímu cílení placené reklamy.

6. Poskytované služby

Naším cílem je co nejvíce zákazníkům zpříjemnit návštěvu infocentra. Snažíme se nejen o co nejlepší poskytnutí požadovaných informací, ale také o dodání tzv. přidané hodnoty, aby byl zákazník spokojen. Snažíme se vnímat potřeby rezidentů i turistů a budovat značku města Pardubice (např. obrandovanými sáčky na drobné suvenýry, papírovými taškami s logem k nákupu apod.).

Z důvodu zlepšení zákaznické zkušenosti došlo k menším úpravám ve veřejném prostoru (viz bod 3). Pokračujeme v pravidelných komentovaných prohlídkách města s průvodcem. Oslovili jsme školy, školky a příměstské tábory s nabídkou komentovaných prohlídek přizpůsobených dětem. Nabídku infocentra pro ZŠ jsme představili na setkání ředitelů ZŠ.

Během adventu se v prostorách infocentra konaly během víkendů tvůrčí dílničky pro děti (malování keramiky, zdobení perníčků, drátkování apod.). Adventní období jsme využili k tomu, že jsme ve vánočním duchu vyzdobili a nasvítli provozovnu i výlohy a nabídli zákazníkům speciální vánoční kolekci suvenýrů.

Výnosy za služby
průvodce

Rok	Kč
2019	17650
2020	10150
2021	21360

7. Příprava strategie CR

Oddělení kultury a cestovního ruchu ve spolupráci s Turistickou oblastí Pardubicko, Úsekem vnějších vztahů MmP a Turistickým informačním centrem Pardubice vytvořilo pracovní skupinu, která pracovala na nové Strategii CR pro TO Pardubicko 2022 – 2026. V minulém roce byla tato strategie dokončena a schválena statutárním městem Pardubice.

ZELENÁ BRÁNA



Stejně jako ostatní památky musela Brána odložit své otevření na polovinu května 2021. Turistickou sezónu zahájila spuštěním **nové hry pro děti Tajemství Zelené brány**, kdy děti na základě veršovaných indicií hledají v expozicích písmena do tajenky. Po jejím vyluštění mohou vejít do tajné místnosti a po projevení odvahy si odnesou maličkost domů na památku.

Výrazný posun v úrovni poskytování služeb nám poskytla nově pořízená pokladna, díky které jsme schopni přehledněji monitorovat skladové zásoby a statistiku návštěvnosti. K tomu byl pořízen platební terminál a od roku 2021 je tedy možné na Bráně platit bezhotovostně. Zhruba 30 % návštěvníků tuto možnost využívá.

V minulém roce jsme během července a srpna navázali na návštěvnicky velmi úspěšné **Západy slunce na Zelené bráně**. Rozšířenou otevírací dobu do 22. hodiny jsme oproti předchozímu roku rozšířili na dva večery v týdnu, a to vždy v pátek a sobotu.



Nadále se snažíme rozšířit nabídku aktivit pro návštěvníky a dětské kolektivy. Aktivně oslovujeme MŠ a ZŠ s nabídkou edukačních programů.

V adventním období jsme připravili pro návštěvníky **Vánoční Zelenobranskou podívanou**, kdy jsme bránu nejen ve vánočním duchu vyzdobili, ale připravili také aktivity pro děti v podobě tvorby vánočních přání a ozdob v předbraní. Zároveň jsme vyhlásili výzvu o nejdelší papírový vánoční řetěz. Celá akce díky bohatým doprovodným aktivitám měla velký úspěch, přestože kvůli zrušení adventních trhů přišlo do centra města méně lidí než obvykle.

Již tradičně na Zelené bráně také probíhaly **komentované prohlídky**, které jsou cílené zejména na seniory, školy/školky a příměstské tábory. Kromě dětských skupin a zájezdů seniorů si v minulém roce prohlédli prostory brány např. novináři a blogeři z Velké Británie, Německa, Slovinska, Lukáš Hejlík, Snídaně s Novou apod.

Přes všechna omezení z důvodu pandemie Covid-19 se Brána v minulém roce těšila velkému zájmu návštěvníků. Po mnoha letech se přiblížila návštěvnosti 15 tisíc návštěvníků ročně. V porovnání s předcovidovým rokem 2019 se její návštěvnost během turistické sezóny (červen – říjen) zvýšila o 77 %, za celoročně o 32 %.

Návštěvnost Zelené brány 2018 - 2021

	2018	2019	2020	2021
leden	zavřeno	zavřeno	zavřeno	zavřeno
únor	zavřeno	zavřeno	zavřeno	zavřeno
březen	zavřeno	zavřeno	zavřeno C-19	zavřeno C-19
duben	533	755	zavřeno C-19	zavřeno C-19
květen	1083	1105	160	427
červen	1403	1462	792	1898
červenec	2260	1914	2638	3379
srpen	1730	1943	2439	3156
září	1161	878	653	1819
říjen	567	893	195	1861
listopad	369	600	zavřeno C-19	868
prosinec	264	1632	674	1316
Celkem	9370	11182	7551	14724

Vyšší návštěvnost si však s sebou nese i negativní dopady na stav Brány. V expozicích nacházíme pravidelně nedopalky cigaret!!! Návštěvníci vyhazují odpadky přímo do expozic, úmyslně je vtlačují do otvorů ve zdivu apod. (odpadkový koš několikrát odcizen). Někteří z nich v prostorách věže vykonávají tělesnou potřebu. Z toho důvodu jsme odevzdali požadavek na pořízení kamerového systému do objektu Zelené brány vč. předbraní s napojením na Městskou policii Pardubice do plánu investic statutárního města Pardubice na rok 2022.

Celkový stav Brány vyžaduje opravy. Do předbraní často zatéká, jak okny, tak střechou. Začíná výrazně opadávat omítka uvnitř i venku, mnoho míst je tzv. vzdutých a brzy opadávají také. Počíná opadávat i reliéf na předbraní. Ve věži je starší typ osvětlení, u nějž jsme byli pracovníkem firmy Elreg upozorněni, že se do něj již přestal vyrábět typ žárovky, která by v nich měla být. Některé schody ve věži degradují

rychleji, vitráže v oknech jsou rozbité apod. Začíná být více než patrné, že celý objekt vč. předbraní potřebuje výraznější zásah.

Proběhlé výstavní projekty v předbraní Zelené brány

- Výstava prací studentů Grafického Designu (červen 2021)
- Východočeské panství pánů z Pernštejna (autor: Lukáš Zeman, červenec–srpen 2021)
- S plynutím – obrazy Ivany Bachové (září – prosinec 2021)

Propagace a média

Ze strategického plánu organizace vyplývá, že je třeba více pracovat na propagaci objektu a zelenobranských aktivit. Pravidelně proto vkládáme příspěvky na facebookovou stránku Zelená brána Pardubice, kde postupně přibývají sledující. Veškerou správu stránek provádíme sami. Důraz v propagaci klademe na zapojení místních médií (V1, Český rozhlas Pardubice, Pardubický deník, Radniční zpravodaj) a facebookových stránek zabývajících se děním v Pardubicích (např. Pardubice ŽIVĚ).

MÁZHAUS

mázhaus

Během lockdownu proběhla v prostorách Mázhausu rekonstrukce elektroinstalace. Přesto se v tomto období konala výstava ve výlohách Turistického informačního centra Pardubice, kde byla k vidění fotografická výstava „Cestování nalehko...“ Po otevření prostor Mázhausu proběhly tyto výstavy:

- Vzpomínky na Afriku v rozmezí 50 let – Společná výstava Hany Tomkové a Lukáše Zemana
- Pardubice očima Radka Kalhouse – výstava fotek
- Výstava uměleckého sdružení 2. nástupiště 2. kolej
- Grupa 999 – česko-polské sdružení fotografů
- Fragmenty metropole II. – výstava fotografií Romana Vondruše
- Pardubice na talíři – výstava fotografií k nově vydané lokální kuchaře vydané Turistickým informačním centrem Pardubice

Většina výše uvedených výstav byla zahájena vernisáží.

Celkový počet výstav: 7

Na podzim jsme v Šatlavě pro menší děti připravili naučnou výstavu: České tradice od podzimu do zimy...i na čerty dojde! Tato výstava byla neočekávaně úspěšná. Jen během prosince ji navštívilo 27 dětských kolektivů, celkem zhruba 600 dětí. Nadále se **zaměrujeme na doprovodné programy výstav a výtvarné dílny pro děti**. Naším záměrem je také **více využívat venkovní atrium**.

Mázhaus se pravidelně připojuje ke Dnům evropského dědictví a Muzejní noci, ta však byla v minulém roce zrušena.

Celková návštěvnost výstavních prostor je za rok 2021 více než uspokojivá, uvědomíme-li si, že bylo otevřeno až od poloviny května.

Mázhaus návštěvnost 2018 - 2021

	2018	2019	2020	2021
leden	90	125	158	zavřeno C-19
únor	108	328	385	zavřeno C-19
březen	264	342	138	zavřeno C-19
duben	173	109	zavřeno C-19	zavřeno C-19
květen	179	462	125	135
červen	336	251	261	220
červenec	294	231	26	215
srpen	238	187	225	0
září	595	372	306	360
říjen	204	92	83	238
listopad	312	318	zavřeno C-19	300
prosinec	297	284	zavřeno C-19	745
Celkem	3090	3101	1707	2213

EUROPE DIRECT



Aktivity ED Pce během ledna až dubna 2021 spadaly do prodloužené smlouvy ED 2018–2020, od května pak středisko díky úspěšné žádosti o grant zahájilo činnost v rámci nové generace ED na obd. 2020–2024. Nová generace středisek ED pracuje s novým vizuálním stylem.

Činnost Europe Direct Pardubice ovlivnila opatření přijatá v souvislosti s COVID-19. Akce tak probíhaly jak v on-line formátu, tak i prezenčně (podrobný přehled akcí a jejich návštěvnost viz tabulka). Každý měsíc rozesílalo ED Pce elektronický zpravodaj na více než 850 e-mailových adres a zvýšenou pozornost věnovalo rozvoji svých sociálních sítí (FCB + IG). Každý měsíc bylo vybráno „téma měsíce“ a informační kampaň na sociálních sítích jej vždy podrobně zpracovala. Téma odráželo aktuální dění v EU i jeho regionální rozměr. Důraz byl kladen rovněž na praktickou využitelnost informací. Ohlas měla témata jako např. vesmír v pardubickém i evropském kontextu, evropské finance, environmentální záležitosti, ochrana spotřebitelů či vzdělávání. Dvě infokampaně se zabývaly cizinci (konkr. multikulturalita a migrace v zemích EU). Průběžně byly předávány informace zaměřené na „Konferenci o budoucnosti Evropy“ a možnosti zapojení občanů do debaty.

ED Pce při odloženém slavnostním oceňování dobrovolníků, neziskových organizací a společensky odpovědných firem v Pardubickém kraji za r. 2020 ocenilo speciální cenou společnost MOST PRO za její zásluhy při péči o integraci cizinců na území našeho města. Středisko se zapojilo na podzim do nominací i v dalším ročníku. Vyhlášení výsledků je z epidemičtých důvodů plánováno na r. 2022.

Velmi úspěšné byly např. besedy s popularizátorem astronomie Petrem Horálkem či s publicistou Petrem Ludwigem. Zájem pardubáků získala beseda o projektech ITI v Pardubicích s Michaelou Kudynovou. Hojnou účast zaznamenalo středisko na svém stanovišti v rámci Sportovního parku či při oslavách Evropského dne koní na dostihovém závodišti. Zajímavou příležitostí oslovit veřejnost představovaly dvě výstavy realizované v prostorách haly Turistického informačního centra v Pardubicích. První se zaměřila na evropské kulturní dědictví a druhá pak na téma Čechů působících v Bulharsku na konci 19. století.

Pro učitele základních i středních škol připravilo ED Pce dva webináře zaměřené na „Mediální gramotnost“ a typy „Jak učit o EU“. Pro zpestření výuky ED vytvořilo tři tematické listy, které žákům a studentům postupně představovaly zábavnou formou velikonoční tradice v zemích EU, multikulturní



výchovu a jazykovou rozmanitost. Ke Dni Evropy byla spuštěna on-line úniková hra „Propluj základy EU“. Velký úspěch měl projektový den „Evropská integrace na pozadí 17. listopadu 1989“ na Střední zdravotnické škole a program „Já a moje podnikatelské příležitosti“ na Obchodní akademii (ve spolupráci s P-PINK). Středisko se rovněž zapojilo do každoročního projektového dne na Střední elektrotechnické škole Pardubice s programem „Cestování po zemích EU“. Oblíbenými programy na základních školách jsou pak ty, které se zaměřují na „Základy EU“ a „Cestování po zemích EU“.

Středisko zaznamenalo rovněž zájem o soutěže. Rodiny s dětmi se mohly na jaře vydat „Po stopách přírody“ a v zimě s geohrou Skryté příběhy objevovat osud „Bláznivého barona“. Znalostní on-line soutěže „Portugalsko“ a „Jak dobře znáte Slovinsko“ cílily na širokou veřejnost a představovaly aktuální předsednické země EU.

Plán střediska ED Pardubice na r. 2022 počítá s pokračováním informačních kampaní na sociálních sítích. Cílem je zvýšit dosah příspěvků a počty fanoušků. Akce střediska se budou zaměřovat na aktuálních evropských témata a priority Evropské komise s regionálním přizpůsobením. Největší akcí bude 11. ročník festivalu Multikulturní týden, aktivní bude středisko i v oblasti environmentální. Bude komunikováno předsednictví v Radě v EU, které drží v 1. pololetí Francie a ve 2. pololetí pak ČR. Tým ED připraví nové pracovní listy pro školy (Eko listy a ČR v EU), dle potřeb aktualizuje svou nabídku služeb školám. Zapojí se do městských akcí jako např. Bavorský rok, Zrcadlo umění, Sportovní park, Evropský den koní. Ve spolupráci s Hvězdárnou barona Artura Krause je naplánován cyklus přednášek popularizujících vědu a nové technologie. Středisko naváže i na úspěšné výstavy a realizuje výstavy jako např. UNIBIRDS – Kolumbijský ptačí svět, 30x v NASA a Evropské označení.

Datum	Název akce	Počet účastníků
1.12.2020-29.1.2021	Moje myšlenky pro Evropu – výtvarná soutěž	2
1.2. - 31. 3.	online výstava "Pardubický vesmír"	150
2. 2.	webinář pro učitele – Mediální gramotnost	30
4. 2.	webinář pro učitele – Jak učit o EU	21
1. 2. - 28. 2.	Informační kampaň "Vesmírný únor"	260
23. 2.	Klenoty chilského nebe	63
1. 3. - 31. 3.	Informační kampaň "Evropské finance v Pardubicích"	273
3. 3.	Online seminář pro Labskou hotelovou	13
10. 3. - 10. 4.	Velikonoční listy pro ZŠ	550
23. 3.	Braniborsko plné překvapení	15
29.3. - 30.4.	S mobilem okolo světa – výstava	300
30. 3.	ITI projekty v Pardubicích	10
1. 4. - 30. 4.	Informační kampaň "Zelený duben"	290
6. 4.	Namibie – divoká, pestrá, hvězdná...	58
7. 4.	Kritické myšlení v kontextu koronaviru a dezinformací s přesahem do digitalizace a vývoje EU do budoucnosti v kontextu dezinformací	1040
1.4. - 4.5.	Den Země – soutěž "Po stopách přírody"	64
1. - 25. 4.	Portugalsko – soutěžní kvíz	30
1. - 31.5.	Multikulturní květen – infokampaň	1379
1. - 31. 5.	Multikulturní listy pro ZŠ a SŠ	480
9.5.	Den Evropy – spuštění únikovky "Propluj základy EU"	250
18. 5.	Multikulturní týden aneb ohlédnutí za festivalovými začátky	8



24. 5.	Vietnamci v ČR "modelová" minorita?	9
25. - 26. 5.	Dny flamenca on-line	19
1. - 30. 6.	KOBE – infokampaň	517
15. 6.	Slavnostní oceňování dobrovolníků Pardubického kraje	47
15. 6.	Budoucnost Evropy pohledem Pardubického kraje	15
21. a 24. 6.	Labská SOŠ a SOU "EU: spolupráce v oblasti veřejné správy"	35
1. - 31. 7.	Na cesty s ED Pardubice – infokampaň	520
1. 7. - 30. 9.	Život v Evropě – letní fotosoutěž	20
21.7.	Kde fondy EU pomáhají	17
1. - 31.8.	Aktivní srpen – infokampaň	495
9. - 10. 8.	Sportovní park Pardubice	800
25.8. - 17.9.	Série adaptačních kurzů – prezentace ED	254
31. 8.	Café Evropa online: Následky ekologických zátěží – jak odstranit stopy po chemickém a těžkém průmyslu (7,6 tis. shlédnutí)	231
1. - 30. 9.	Cesty ke vzdělání – infokampaň	505
1. - 30. 9.	Evropské dědictví – výstava	260
1.9. - 31. 12.	Evropská výměna vánočních dekorací	120
4. 9.	Evropský den koní	1050
7.9.	promo akce ED + vernisáž výstavy + kvíz (66 odp.)	109
20.-24.9.	Evropský den jazyků	545
24.9.	Noc vědců	1100
1. - 31. 10.	Digitální Evropa a KOBE - infokampaň	483
5. 10.	Letem světem Evropou – SZŠ Chrudim	24
6. 10.	Autostopem a na PET lahvích napříč Ukrajinou?	15
25. 10.21-6.1.22	Virtuální výstava "Život v Evropě"	900
26. 10.	"Obecné základy EU" pro ZŠ Eduarda Nápravníka Býšť	32
1. -30. 11.	Migrace a postavení EU ve světě – infokampaň	501
1. - 25. 11.	Jak dobře znáte Slovinsko? Kvízová soutěž	91
2. - 3. 11.	Krajské kolo Ekologické olympiády	20
9. 11.	Proč Tchaj-wan? Aneb nejen krásný ostrov	19
11. 11.	Rozhoduj o Evropě (v HK)	25
15. 11.	Série programů "Cestování po zemích EU" pro ZŠ Eduarda Nápravníka, Býšť	32
23. 11.	Evropská integrace na pozadí 17. listopadu (SZŠ)	84
1. - 31. 12.	Evropa v tradicích + KOBE – infokampaň	487
1. 12.	Přednáškový den na SPŠE "Cestování po zemích EU"	57
2. - 31. 12.	Výstava Bulharští Češi	300
13. 12.	Já a moje podnikatelské příležitosti – OA Pardubice	63
15. 12.	Vánoce v EU za ZŠ Chrudim	13
1. - 31. 12.	Vánoční pracovní listy – nabídka	250
1. - 31. 12.	Skryté příběhy – geohra + soutěžní kvíz	100
Celkem		15450

SLOVNÍ KOMENTÁŘ K ROČNÍ ÚČETNÍ ZÁVĚRCE TIC K 31. 12. 2021

Hospodaření skončilo s kladným hospodářským výsledkem. Výsledek hospodaření z hlavní činnosti činí záporných -5 836,17 Kč, výsledek hospodaření z doplňkové činnosti činí 326 372,19 Kč, celkový výsledek hospodaření tedy činí 320 536,02 Kč.

Po schválení zřizovatelem navrhuje TIC převedení HV do fondu odměn a rezervního fondu zlepšeného hospodářského výsledku:

Fond odměn: 160 268 Kč (50 %)

Rezervní fond: 160 268,02 Kč (50 %)

Výnosy z hlavní činnosti (včetně transferů):	10,585.177,53 Kč
Náklady z hlavní činnosti:	10,579.341,36 Kč
Výsledek hospodaření - hlavní činnost	- 5 836,17 Kč

Výnosy z doplňkové činnosti:	1,114.887,51 Kč
Náklady z doplňkové činnosti:	788.515,32 Kč
Výsledek hospodaření - doplňková činnost	326.372,19 Kč

Výsledek hospodaření běžného účetního období	320.536,02 Kč

Největší položkou jsou mzdové náklady a zákonné sociální pojištění, dále pak nájemné a jiné ostatní služby (zejména SW a IT).

Samostatné movité věci nebyly pořizovány, nedošlo tedy ani k čerpání investičního fondu. Byl pořizován pouze drobný dlouhodobý hmotný majetek.

Výnosy z hlavní činnosti v roce 2021 tvoří zejména tržby z prodeje provize z prodeje vstupenek a vstupné, avšak ty byly oproti předchozím účetním obdobím minimální z důvodu pandemie Covid-19.

Mezi výnosy z doplňkové činnosti patří především prodej suvenýrů. **Vzhledem k poměrně vysokému počtu skladových zásob (suvenýry) je hospodářský výsledek kladný.**

Použití fondů a rozpis zůstatků fondů

1. 411 Fond odměn

Tvorba celkem:	93.660,00 Kč
Čerpání:	41.800,00 Kč
Zůstatek:	130.102,00 Kč

2. 412 Fond kulturních a sociálních potřeb	
Tvorba celkem:	88.607,00 Kč
Čerpání na stravování a benefity	58.625,00 Kč
Zůstatek:	29.982,00 Kč
3. 413 Rezervní fond tvořený ze zlepšeného výsledku hospodaření	
Tvorba celkem:	92.288,34 Kč
Čerpání:	0,00 Kč
Zůstatek:	478.951,95 Kč
4. 416 Fond reprodukce majetku, fond investic	
Tvorba celkem:	8.508,00 Kč
Čerpání:	0,00 Kč
Zůstatek:	72.529,00 Kč

Počet pracovníků na HPP se navýšil o jeden pracovní úvazek. Počet úvazků je 9. Pracovnice, která byla na poloviční úvazek referentkou turistických atraktivit a na půl úvazku pracovala pro Europe Direct, odešla na mateřskou dovolenou. Tento úvazek byl rozdělen na dva HPP z důvodu velké pracovní vytíženosti a nárůstu činnosti.

Také u pracovníků na DPP došlo k navýšení, zejména z důvodu jejich časové vytíženosti během týdne, kdy byl problém obsadit směny na Zelené bráně a Mázhausu. Dále pak kvůli účasti na velkých akcích typu Sportovní park a Retroměstečko, kdy je zvýšená potřeba brigádníků.

V Pardubicích, dne 17.2.2022

Miloslava Christová, ředitelka organizace

Přílohy:

1x rozpis příspěvků a dotací za rok 2021

1x výkaz zisků a ztrát p. o. za 2021

1x rozvaha p. o. za 2021

1x příloha č. 5 k vyhlášce č. 410/2009 Sb.