

2013

# EVALUAČNÍ ZPRÁVA

PROJEKTU  
PLZEŇ – EVROPSKÉ HLAVNÍ  
MĚSTO KULTURY 2015



# **EVALUAČNÍ ZPRÁVA PROJEKTU PLZEŇ - EVROPSKÉ HLAVNÍ MĚSTO KULTURY 2015**

HODNOCENÍ VÝSLEDKŮ A DOPADŮ PROJEKTU NA  
ZÁKLADĚ VÝSTUPŮ VÝZKUMNÝCH ÚKOLŮ  
A ZPRÁV MANAŽERŮ DÍLČÍCH PROJEKTŮ  
ZPRACOVAL

RNDr. MILAN SVOBODA

SPOLUPRÁCE: ING. LINDA DVOŘÁČKOVÁ

HASKONINGDHV CZECH REPUBLIC, SPOL. S R. O.

KVĚTEN 2016

Pro Plzeň 2015, o.p.s. zpracovala HaskoningDHV Czech Republic, spol. s r.o.

Sokolovská 100/94 | 186 00 Praha 8

Projektový manažer: RNDr. Milan Svoboda T +420 236 080 565 | M +420 778 444 009  
| E milan.svoboda@rhdhv.com

[www.royalhaskoningdhv.cz](http://www.royalhaskoningdhv.cz)



# OBSAH

I.	ÚVOD .....	1
II.	SYSTÉM HODNOCENÍ PROJEKTU PLZEŇ 2015 .....	3
II.1	CÍLE .....	3
II.2	PŘEDMĚT .....	3
II.3	POPIS A METODY VÝZKUMŮ A ANALÝZ .....	4
III.	REFLEXE PŘEDSTAV Z ROKU 2010 .....	22
III.1	EVROPSKÁ DIMENZE .....	22
III.2	MĚSTO A OBČANÉ .....	26
IV.	PROGRAM – NÁVŠTĚVNOST A OHLASY .....	34
IV.1	ÚVOD .....	34
IV.2	NÁVŠTĚVNOST .....	35
IV.3	BEZPROSTŘEDNÍ OHLASY NA KVALITU AKCÍ .....	40
IV.4	EX POST OHLASY NA VYBRANÉ AKCE A HODNOCENÍ PROGRAMU .....	44
V.	TURISMUS .....	50
V.1	ÚVOD .....	50
V.2	NÁVŠTĚVNOST HROMADNÝCH UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ .....	50
V.3	CELKOVÁ NÁVŠTĚVNOST MĚSTA .....	54
V.4	IMAGE PLZNĚ JAKO TURISTICKÉ DESTINACE .....	57
VI.	POSTOJE OBYVATEL PLZNĚ K PROJEKTU PLZEŇ 2015 .....	60
VI.1	ÚVOD .....	60
VI.2	OČEKÁVÁNÍ OD PROJEKTU .....	60
VI.3	REFLEXE PROJEKTU .....	63
VII.	PARTICIPACE OBYVATEL NA PROJEKTU .....	70
VII.1	OCHOTA OBYVATEL PODÍLET SE NA PROJEKTU PLZEŇ 2015 .....	70
VII.2	KLUB STRÁŽNÝCH ANDĚLŮ .....	71
VII.3	EVROPSKÝ DEN SOUSEDŮ .....	72
VII.4	SKRYTÉ MĚSTO .....	74
VII.5	PLZEŇSKÝ ARCHITEKTONICKÝ MANUÁL .....	77
VII.6	PĚSTUJ PROSTOR .....	78
VIII.	INFORMOVANOST A MARKETING .....	81
VIII.1	INFORMOVANOST O PROJEKTU A ZDROJE INFORMACÍ .....	81
VIII.2	MARKETINGOVÉ A KOMUNIKAČNÍ AKTIVITY .....	85
VIII.3	MEDIÁLNÍ ANALÝZA .....	91
VIII.4	SPONZOŘI A PARTNEŘI .....	94
IX.	KULTURNÍ PROSTŘEDÍ .....	96
IX.1	DOPADY PROJEKTU NA OBYVATELE MĚSTA A JEJICH RECEPCI KULTURY V KAŽDODENNÍM ŽIVOTĚ .....	96
IX.2	VLIV NA KULTURNÍ AKTÉRY .....	101
IX.3	ARTS MANAGEMENT JAKO NÁSTROJ PROFESIONALIZACE KULTURNÍ SCÉNY .....	105
X.	EKONOMICKÉ DOPADY .....	107
X.1	EKONOMICKÉ EFEKTY PROJEKTU PLZEŇ 2015 .....	107
X.2	EKONOMICKÉ EFEKTY VÝDAJŮ NÁVŠTĚVNÍKŮ NA EKONOMIKU ČESKÉ REPUBLIKY .....	115
XI.	PODKLADY A ZDROJE .....	118

## Přílohy v digitální podobě

<i>Příloha</i>	<i>Formát</i>	<i>Podklad ( kap. XI)</i>
EZ_Priloha_IV_1_NAVSTEVNOST_AKCI	*.xlsx	-
EZ_Priloha_IV_2_1_Ohlasý_Leden	*.pdf	(22)
EZ_Priloha_IV_2_2_Ohlasý_Festival_svetla	*.pdf	(23)
EZ_Priloha_IV_2_3_Ohlasý_Unor	*.pdf	(24)
EZ_Priloha_IV_2_4_Ohlasý_Brezen	*.pdf	(25)
EZ_Priloha_IV_2_5_Ohlasý_Duben	*.pdf	(26)
EZ_Priloha_IV_2_6_Ohlasý_Trnka_Atelier	*.pdf	(27)
EZ_Priloha_IV_2_7_Ohlasý_Trnkova_Zahrada	*.pdf	(28)
EZ_Priloha_IV_2_8_Ohlasý_EDS2015	*.pdf	(29)
EZ_Priloha_IV_2_9_Ohlasý_Kveten	*.pdf	(30)
EZ_Priloha_IV_2_10_Ohlasý_Cerven	*.pdf	(31)
EZ_Priloha_IV_2_11_Ohlasý_Cervenec	*.pdf	(32)
EZ_Priloha_IV_2_12_Ohlasý_Obri_loutky	*.pdf	(33)
EZ_Priloha_IV_2_13_Ohlasý_Srpen	*.pdf	(34)
EZ_Priloha_IV_2_14_Ohlasý_Gottfried_Lindauer	*.pdf	(35)
EZ_Priloha_IV_2_15_Ohlasý_Zari	*.pdf	(36)
EZ_Priloha_IV_2_16_Ohlasý_Stroj_casu	*.pdf	(37)
EZ_Priloha_IV_2_17_Ohlasý_Rijen	*.pdf	(38)
EZ_Priloha_IV_2_18_Ohlasý_Listopad	*.pdf	(39)
EZ_Priloha_IV_2_19_Ohlasý_Prosinec	*.pdf	(40)
EZ_Priloha_IV_3_Spokojenost_ExPost	*.pdf	(21)
EZ_Priloha_V_1_Vnimani_Plzne_2014	*.pdf	(11)
EZ_Priloha_V_2_Vnimani_Plzne_2016	*.pdf	(10)
EZ_Priloha_V_3_Turismus_2014	*.pdf	(47)
EZ_Priloha_V_4_Turismus_2015	*.pdf	(48)
EZ_Priloha_VI_1_Informovanost_Postoje_Participace	*.pdf	(52)
EZ_Priloha_VI_2_Ocekavani	*.pptx	(21)
EZ_Priloha_VIII_1_Medialni_Analyza_1	*.pdf	(49)
EZ_Priloha_VIII_2_Medialni_Analyza_2	*.pdf	(50)
EZ_Priloha_VIII_3_Medialni_Analyza_3	*.pdf	(51)
EZ_Priloha_IX_1_Dopady_kultura	*.pdf	(54)
EZ_Priloha_IX_2_Vlivy_kulturni_akteri	*.pdf	(12)
EZ_Priloha_IX_3_Arts_Management	*.pdf	(13)
EZ_Priloha_X_1_Dopady_ekonomika_m_sto_kraj	*.pdf	(53)
EZ_Priloha_X_2_Dopady_ekonomika_CR	*.pdf	(09)

# I. ÚVOD

Nedílnou součástí projektů Evropské hlavní město kultury (EHMK) je sledování a hodnocení projektu z pohledu výsledků programových akcí v roce konání projektu a dopadů do života města a regionu. Systém sledování a hodnocení projektu musí město ucházející se o titul EHKM popsat již v přihláškách do soutěže v předvýběrovém i výběrovém kole.

Většina agendy projektů EHKM nemá ze strany Evropské komise definována striktní pravidla a je ponechána na jednotlivých městech. To se týká i systému sledování a hodnocení projektu, což umožňuje jednotlivým městům postupovat podle individuálních podmínek a možností a zohlednit např. vztahy k systému plánování města, dostupnost dat apod. Na druhou stranu nejednotnost systémů evaluace neumožňuje prakticky srovnání výsledků jednotlivých projektů EHKM.

V historii hodnocení je zlomovým bodem vydáním tzv. Palmerových zpráv (14)<sup>1</sup>, které se zabývají hodnocením projektů Evropské hlavní město kultury do roku 2004. Palmerovy zprávy shrnují a kriticky diskutují výsledky a dopady projektů zejména v ekonomické oblasti s důrazem na cestovní ruch, pracovní místa a zlepšení prostředí měst.

Dalším významným momentem byl projekt Liverpoolu v roce 2008, kde byl vytvořen jeden z nejlépe propracovaných evaluačních programů EHKM „Impacts 08: the Liverpool Model“. Vznikl ve spolupráci univerzit Liverpool University a Liverpool John Moores University na žádost liverpoolské městské rady. Základy systému z Liverpoolu byly využity i pro definici systému v žádosti města Plzně ve výběrovém kole kandidatury.

V návaznosti na projekt Impact 08 liverpoolská univerzita s dalšími partnery vytvořily výzkumnou síť ECoC Policy Group, kde Liverpool a další EHKM (Stavanger, Turku, Marseille, Essen, Košice, Linz) spolupracovaly s cílem vytvořit obecně platný systém měření kulturních dopadů. (08) Projekt financovaný z programu EU Culture měl pokračovat v novém období i za účasti Plzně, bohužel však žádost o dotaci na pokračování nebyla úspěšná.

Z dalších EHKM, jejichž systémy hodnocení výsledků a dopadů byly přínosné a inspirativní, lze jmenovat Stavanger 2008, Essen / Ruhr 2010, Turku 2012 a Košice 2013.

Ve Stavangeru byl paralelně prováděn nezávislý univerzitní výzkum a interní evaluace. Významný byl on-line průzkum projektů zahrnutých do EHKM.

Essen/ Ruhr 2010 se soustředil na sociologické průzkumy a expertní rozhovory se zaměřením na povědomí o EHKM, na postoj vůči tomuto projektu a jeho programu.

Turku 2012 v oblasti hodnocení projektu představovalo silnou orientaci na spolupráci sektorů vědy a umění a na dlouhodobé dopady projektu.

Košice 2013 byly velmi inspirativní specifickým modelem hodnocení sociálních a ekonomických dopadů projektu kulturních center v bývalých výměňících tepla v panelových sídlištích.

Společnými jmenovateli systémů evaluace EHKM je intenzivní zapojení místních univerzit a dalších odborných institucí a snaha o nezávislost systémů hodnocení na organizaci zajišťující vlastní projekt EHKM.

---

<sup>1</sup> Číslo podkladu dle seznamu uvedeného v kapitole Použité podklady

Plzeň v žádosti o titul EHMK v druhém kole kandidatury navrhla systém vycházející z modelu Impact 08 s větším zaměřením na participativní stránku procesu hodnocení. Přípravné práce na systému hodnocení začaly v souladu s doporučeními ECoC Policy Group (08) již v srpnu 2011, tak aby výzkumné projekty postihly dobu před rokem 2015. V souladu s modelem předloženým mezinárodnímu hodnotícímu panelu v rámci kandidatury byl dojednáván mezinárodní výbor, který měl dohlížet na správnost metod a nezávislost výzkumů. Plzeň přistoupila k přípravám do druhého kola práce ECoC Policy Group.

Po změně ve vedení společnosti koncem roku 2011 byl nekvalifikovaným rozhodnutím interní evaluační tým rozpuštěn a práce byly omezeny na přípravu komplexního výzkumného projektu, který měla zajistit Západočeská univerzita v Plzni (ZČU). Ve spolupráci expertů Plzeň 2015 a týmu Fakulty ekonomické ZČU byl vytvořen základní dokument (45), popisující rámec evaluačního systému. K uzavření smlouvy na zajištění výzkumného projektu však nedošlo.

Zlom nastal v roce 2014 při pracovní návštěvě zástupců monitorovacího panelu Evropské komise, kdy byl rámec zmíněného výzkumného projektu diskutován. Předseda panelu Steve Green vyslovil obavu z přílišného akademismu hodnocení a doporučil větší diverzifikaci výzkumných subjektů a bezprostřední práci s účastníky akcí pořádaných v rámci projektu EHMK.

Na základě tohoto impulsu byl systém hodnocení přepracován do podoby, která je uvedena v následující kapitole a která byla následně zrealizována. Zajištění systému hodnocení bylo ponecháno ve společnosti Plzeň 2015 s výjimkou tří výzkumných úkolů, jejichž finančního a organizačního zabezpečení se ujaly Odbor prezentace a marketingu Magistrátu města Plzně a příspěvková organizace Plzeň – TURISMUS.

2

Poměrně široký záběr systému hodnocení lze jednoznačně považovat za jeho silnou stránku. Slabinou naopak je, že výzkum neproběhl v delším časovém horizontu před rokem 2015 a zároveň i fakt, že není garantováno opakování výzkumů, které by potvrdilo hypotézy a zjištění týkající se dlouhodobých dopadů projektu Plzeň 2015.

Tato zpráva nečerpá jen z výsledků cílených evaluačních výzkumů, ale i z řady dílčích závěrečných zpráv z jednotlivých projektů či oblastí a činností realizovaných v rámci projektu Plzeň 2015. Zpráva obsahuje většinou jen hlavní závěry, detaily lze nalézt v podkladech, jejichž seznam obsahuje kapitola XI.



## II. SYSTÉM HODNOCENÍ PROJEKTU PLZEŇ 2015

### II.1 CÍLE

Systém hodnocení projektu Plzeň 2015 byl sestaven tak, aby splnil následující 4 cíle vztažené ke 4 oblastem významným z hlediska vnímání a řízení projektu.

1. CÍL V OBLASTI ROZVOJE MĚSTA: Podat pravdivý obraz projektu a jeho dopadů na město
2. CÍL V OBLASTI ŘÍZENÍ: Průběžně vyhodnocovat efektivitu řízení projektu s důrazem na projektová řízení dílčích projektů a na marketing
3. CÍL V OBLASTI MARKETINGU: Prezentovat úspěch projektu
4. CÍL V OBLASTI ZAPOJENÍ OBYVATEL: Zvýšit důvěryhodnost města a projektu

### II.2 PŘEDMĚT

Pro naplnění výše uvedených cílů byla vytvořena struktura procesu, která sleduje následující dva okruhy hodnocení výsledků a dopadů projektu Plzeň 2015.

1. **Dlouhodobé dopady projektu jako celku**, tedy změny, které se s nejvyšší pravděpodobností projeví ve městě již v roce 2015, ale podstatné je jejich přetrvání v letech následujících. Na základě zkušeností z hodnocení jiných EHMK byly sledovány dopady do těchto vybraných oblastí:
  - a) image města, kde je hlavní otázkou, jak významnou ikonou se stane kultura vedle piva, průmyslu a sportu,
  - b) kulturní prostředí, kde se sledují změny zájmu o kulturu, změny v poptávce a nabídce a proměny v oblasti kulturních aktérů,
  - c) ekonomika se zaměřením na ukazatele růstu cestovního ruchu a efektů projektu na ekonomický růst města, regionu a České republiky.

Důležité je, aby analýzy dopadů probíhaly i po roce 2015. Důvodem je potřeba sledovat dlouhodobější vývojové trendy indikátorů. Předběžně bylo dohodnuto, že výzkumy budou v potřebné míře zajišťovány jednotlivými složkami městské správy.

2. **Výsledky projektu v roce 2015**, kterými se prokáže **úspěch projektu**. V diskusi **byly** vybrány následující indikátory úspěchu, z nichž většina souvisí se sledováním a hodnocením dlouhodobých dopadů:
  - a) zájem publika a jeho spokojenost – návštěvnost, bezprostřední ohlasy, ex-post ohlasy,
  - b) zahraniční aktivity – spolupráce s Bavorskem, Mons, síť, EU Japan Fest, Open A.i.R.,
  - c) přijetí projektu jako celku obyvateli města ev. regionu,
  - d) mediální ohlas,
  - e) zájem turistů o město a projekt,
  - f) participace obyvatel na projektu – dobrovolnictví, Evropský den sousedů, Pěstuj Prostor, Skryté město, PAM,
  - g) budování kapacity pro rozvoj kultury a kreativních odvětví ekonomiky – Arts Management, Kreativní zóna DEPO2015.

## II.3 POPIS A METODY VÝZKUMŮ A ANALÝZ

Pro zjištění potřebných údajů byly zadány, nebo týmem Plzeň 2015 realizovány, analýzy a výzkumné úkoly, jejichž přehled a popis je uveden dále. Výsledky a diskuse k těmto výsledkům jsou uvedeny v následujících kapitolách této zprávy.

### II.3.1 ANALÝZA NÁVŠTĚVNOSTI AKCÍ

Hodnocení návštěvnosti akcí bylo prováděno samotnými organizátory akcí prostřednictvím interaktivního dotazníku. Vyhodnocení prováděl tým evaluace Plzeň 2015 – Martina Beránková, Petra Klímová a Milan Svoboda.

Kvantitativní údaje o návštěvnosti byly primárně zjišťovány samotnými pořadateli akcí. Byl vytvořen formulář, který byl přístupný k vyplnění přímo na webových stránkách Plzeň 2015, nebo ho pořadatelé akcí mohli doručit ve vytištěné podobě týmu evaluace Plzeň 2015.

Návštěvnost akcí se vstupným byla zjišťována a ověřována dle **prodeje vstupenek** (Plzeň 2015 využívala partnery ticketingových systémů Plzeňská vstupenka a Eventim). Pořadatelé dále reportovali návštěvníky bez vstupenky (hosté, VIP), i když ve většině případů i těmto návštěvníkům byly vstupenky vystavené, ale s nulovou cenou.

Návštěvnost akcí bez vstupného byla zjišťována **kvalifikovaným odhadem**. Zde je samozřejmě skryto riziko jistých chyb, které nelze vyloučit. U největších akcí neplacených akcí byla proto provedena verifikace odhadů podle **zbytkových dat mobilních operátorů**.

Zjišťování údajů z dat mobilních operátorů prováděla firma CE-Traffic v rámci zjišťování dat o návštěvnosti města v průběhu roku na objednávku příspěvkové organizace Plzeň – TURISMUS v rámci společného projektu s národní agenturou cestovního ruchu Czech Tourism, Plzeň 2015, Českým statistickým úřadem a Střediskem pro výzkum regionálního rozvoje ZČU.

Z dat mobilních operátorů byla zjištěna návštěvnost těchto akcí:

1. Slavnostní zahájení 17. - 18. 1. 2015
2. Festival světla 20. - 21. 2. 2015
3. Slavnosti svobody 30. 4. - 6. 5. 2015
4. Živá ulice 10. 8. – 23. 8. 2015
5. Obří loutky 28. 8. - 30. 8. 2015
6. Oslavy 28. října 28. 10. 2015

Při výzkumu návštěvnosti akcí byla použita stejná metoda jako při zjišťování celkové návštěvnosti (kap. II.3.5) s tím rozdílem, že do počtu návštěvníků byli zařazeni i obyvatelé Plzně včetně dojíždějících. Při analýze byla vyloučena opakovaná zjištění, takže uváděná návštěvnost představuje **unikátní návštěvníky**.

### II.3.2 VÝZKUM BEZPROSTŘEDNÍCH OHLASŮ PROGRAMOVÝCH AKCÍ

#### Metoda

Systematické zjišťování názorů účastníků akcí na kvalitu akce, její technické a organizační zabezpečení apod. bylo realizováno evaluačním týmem Plzeň 2015 tvořeným základní skupinou zaměstnanců (Martina Beránková, Petra Klímová a Milan Svoboda) a skupinou deseti tazatelů, převážně studentů plzeňských škol.

Specifikou výzkumu bylo to, že tazatelé se pohybovali mezi návštěvníky přímo při akci a formou strukturovaných rozhovorů zjišťovali bezprostřední dojmy. Při dlouhodobých výstavách nebo u představení, kdy nebylo reálné se diváků ptát po jeho ukončení, byly ponechány dotazníky u pokladny nebo rozdány na počátku představení a respondenti je vyplňovali samostatně.

Tazatelům nebyly stanoveny žádné kvótní výběry respondentů, vzorky byly tedy různorodé, což přineslo větší diverzitu názorů a informací. Nevýhodou tohoto přístupu bylo, že podíl respondentů z celkového počtu návštěvníků byl velmi proměnlivý a zejména v srpnu a září, kdy z důvodu „únavy“ projektem výrazně klesla ochota návštěvníků akcí odpovídat, získal tým relativně malé počty dotazníků.

Z kapacitních důvodů nebylo možné zajistit analýzu ohlasů všech akcí. Výběr akcí pro dotazování byl proveden před zahájením projektu Plzeň 2015. S programovým ředitelem projektu bylo dohodnuto, že analyzovány budou akce napříč žánry a vedle vlajkových akcí se tým soustředí i na menší akce, které však měly zřejmou přidanou hodnotu pro rozvoj kultury ve městě. Základní seznam byl vždy aktualizován pro každý měsíc. Dotazníky byly pravidelně vyhodnocovány a tým zpracovával měsíční reporty a samostatné zprávy z analýzy ohlasů velkých akcí. (22) – (40)

**Průzkum byl proveden na 115 akcích, údaje byly získány od 4 383 respondentů.**

V následující tabulce jsou uvedeny základní údaje o akcích, na niž byl průzkum proveden.

<i>Datum</i>	<i>Akce</i>	<i>Metoda</i>	<i>Report</i>	<i>Respondentů</i>	<i>Návštěvníků</i>
23.1.	Les Slovaks –Fragments	rozhovor	4	12	434
leden	Cirque Trottola & Petit Théâtre Baraque –Matamore	dotazník	4	106	2 388
5.2.	David Dimitri - L'homme Cirque	dotazník	4	77	2 177
20. - 21.2.	Festival světla	rozhovor	5	220	43 607
25.2.	V roce 2015 mi bude 20 aneb Pilsen meets Mons	dotazník	6	46	140
28.2., 1.3.	Aladin	dotazník	6	44	490
17.1.–10.5	Ateliér Jiřího Trnky	dotazník	6, 9	191	24 733
11.3.	EIGA-SAI 2015 – filmy Trest smrti oběšením a Poslední věrný chrám Mibu	rozhovor	7	12	748
19.3.-20.3.	Guerillawalks	dotazníky	7	57	100
19.3.	Slavnostní vyhlášení Pěstuj prostor	rozhovor	7	11	52
26.3.	Literární večer v Loosových interiérech – Markéta Hejkalová	dotazník	7	41	60
27.2.-24.5.	Trnkova Zahrada 2	dotazník	7, 10	232	20 120
28.1.-6.4.	Mnichov zářící metropole umění	dotazník rozhovor	8	110	7 074
11.4.	Arabfest 2015 – Velký sobotní program	rozhovor	8	52	700
15.4.	Arabfest 2015 – To máš ale udělat ty, miláčku	dotazník	8	16	40
4.4., 10.4.	PSiRC	dotazník	8	105	1 013

<i>Datum</i>	<i>Akce</i>	<i>Metoda</i>	<i>Report</i>	<i>Respondentů</i>	<i>Návštěvníků</i>
18.4.	Sousedské procházky - Tour de Doubravka	dotazník	8	14	40
18.4.	Sousedské procházky - Věžnice na Borech	dotazník	8	27	40
19.4.	Sám mezi lidmi	dotazník	8	30	68
22.4.	ZOES Bio Box II	dotazník	8	21	102
24.4.	Grand Opening DEPO2015	rozhovor	8	66	1 500
28.4.	Kreativní demokratická škola: Pěstuj prostor - konference	dotazník	8	21	108
28.4.	Zen Plzeň – Píseň pro Rudolfa	rozhovor	8	17	70
28.4.	Zen Plzeň – Socha pro Plzeň	rozhovor	8	15	90
2.5.	Sousedské a architektonické procházky	dotazník	12	40	91
5.5.	Meeting Literature: Emmanuel Guibert: Alnanova Válka	dotazník	12	24	68
15.5.	MagdaClan	dotazník	12	63	900
16.5.	Otvírání plovárny	rozhovor	12	91	300
22.5.	PechaKucha Night Plzeň	rozhovor	12	68	300
26.5.	Everfund Offline vil. 09	rozhovor	12	22	50
28.5.	Zen Plzeň – Bude líp	rozhovor	12	45	110
28.5.	Khamoro	rozhovor	12	39	1 100
30.-31.5.	Evropský den sousedů	rozhovor	11	188	5 800
3.6.	Kyoto Symphony Orchestra	rozhovor	13	19	520
5.6.	Malé divadlo kjógenu & Shigeyama Shime	dotazník	13	52	92
6.6.	Žonglobalizace	dotazník	13	59	1 500
13.6.	NANOHACH- Suna No Onna Yukio Suzuki – Licking the Dust	dotazník	13	30	110
15.6.	Sasha Waltz and Guests: Travelogue I – Twenty to eight	dotazník	13	31	431
19.-20.6.	Dny Jeruzaléma	rozhovor	13	16	1 240
18.-28.6.	Bêtes de foire	dotazník	13	34	1 241
27.-28.6.	Město v pohybu – Slet Sokolů	rozhovor	13	40	1 000
3.-5.7.	Rock for People Europe 2015	dotazník	14	202	12 000
4.7.	Sousedské a architektonické procházky	dotazník	14	38	106
1.- 9.7. (8.7.)	Divadelní léto pod plzeňským nebem* Sherlok Holmes	dotazník	14	22	7 500*
9.7.	Bohemia Jazz Fest 2015	rozhovor	14	45	500

<i>Datum</i>	<i>Akce</i>	<i>Metoda</i>	<i>Report</i>	<i>Respondentů</i>	<i>Návštěvníků</i>
18.-20.7.	Les Ballets Bubeníček	dotazník	14	23	1 328
16.7.	Živá ulice* Jamchera	rozhovor	14	16	47 098*
29.6-5.7. (15.7)	Mini Plzeň	rozhovor	14	44	6 100
1.8.	Sousedské a architektonické procházky	dotazník	16	49	106
2.7.-11.8.	Ryoji Ikeda – test pattern (no. 7)	rozhovor	16	51	2 145
10.-23.8.	Živá ulice* Plzeňská setkání	rozhovor	16	30	47 098*
21.-23.8.	Šídlovák Oupn Ér	rozhovor	16	27	804
26.8.-30.9. (25.8.)	Zen Plzeň - ACUO	rozhovor	16	15	80
28.-29.8.	Stopy draka v krajině a v lidech	rozhovor	16	11	150
12.-31.8.	Beyond the Naked Eye	rozhovor	16	27	500
28.-30.8.	Obří loutky v Plzni	rozhovor	15	158	73 303
2.-6.9.	UBUdneS	rozhovor	18	45	1 120
5.9.	Skupova Plzeň* Vietnamské vodní loutkové divadlo	dotazník	18	19	20 000*
3.-6.9.	Skupova Plzeň* Aladin 2	rozhovor	18	17	20 000*
6.9.	Živá ulice – Festival polévky	rozhovor	18	36	6 000
17.9.	Mezinárodní festival Divadlo* Kakadu	dotazník	18	20	5 222*
19.9.	Akustické mosty	dotazník	18	11	633
24.9.	My a Evropa, my a svět: Sylwia Chutnik – Kapesní atlas žen	dotazník	18	28	45
10.-12.9.	Aillers en Folie – Café Europa* Dílna pro rodiče s dětmi: 3D masky	rozhovor	18	10	400*
24.9.-1.10.	Cirque Aïtal: Pour le meilleur et pour le pire	dotazník	18	38	1 407
6.5.-20.9.	Gottfried Lindauer, plzeňský malíř novozélandských Maorů	rozhovor	17	250	16 367
11.9.- 11.10.	Shōko Kanazawa a její tušový svět & Karen LaMonte: Floating World	rozhovor	20	42	1 037
2.-3.10.	Pilsner Fest	rozhovor	20	108	50 000
9.-11.10.	Art Safari Plzeň	rozhovor	20	12	65
1.-18.10. (13.10)	Týden hispánské kultury film Wakolda Le médecin de Famille	dotazník	20	43	22 345*
15.10.	5 řek	dotazník	20	25	1 120

Datum	Akce	Metoda	Report	Respondentů	Návštěvníků
19.10.	Bonjour Plzeň!*	rozhovor	20	15	1700*
21.10.	Osy města	dotazník	20	11	30
22.10	DaeMen – Loser(s)	dotazník	20	28	312
28.10.	Street Food Market a 28. říjen v Depo2015	rozhovor	20	58	5 050
13.8.-9.10.	Stroj času	rozhovor	19	127	8 800
10.-15.11.	Akoreacro: Klaxon	dotazník	21	62	1 587
14.-22.11.	Animácie – Komix, Character Design, Juri the cosmonaut	rozhovor	21	58	2528
18.11.	Jak se pěstuje v Plzni prostor	dotazník	21	12	30
19.+22.11.	Chinami Gentsu a Hana Strejčková – Mezi námi	dotazník	21	12	30
26.-29.11.	Polské dny v DEPO2015 – Láska nebeská	dotazník	21	26	70
28.11.	Polské dny v DEPO2015 – Dług	dotazník	21	10	14
2.12.	OpenUp! Creative Placemaking Festival	rozhovor	22	9	170
3.-4.12	Cirk La Putyka: La Putyka	dotazník	22	21	892
10.12.	Rozloučení s rokem 2015. Otevři si 2016! - MTO Universal	rozhovor	22	32	794
12.12.	Rozloučení s rokem 2015. Otevři si 2016! Fotolabum2015	rozhovor	22	21	5000
16.-17.12	Farma v jeskyni: Noc ve městě. Održení	dotazník	22	15	116

\* u déletrvajících programů je uvedena celková návštěvnost za celý program, ne za konkrétní akci či představení, na kterém bylo provedeno dotazování

#### Základní údaje o respondentech

Ukazatel	Podíl respondentů
<b>Počet respondentů: 4 383</b>	
Pohlaví	
<i>muž</i>	36,3 %
<i>žena</i>	63,7 %
Věk	
<i>0-15</i>	3,7 %
<i>16-29</i>	32,4 %
<i>30-49</i>	39,7 %
<i>50-64</i>	15,2 %
<i>65+</i>	9,1 %

<i>Ukazatel</i>	<i>Podíl respondentů</i>
<b>Bydliště</b>	
<i>Plzeň</i>	59,9 %
<i>Plzeňský kraj</i>	17,1 %
<i>Jihočeský kraj</i>	1,9 %
<i>Karlovarský kraj</i>	2,4 %
<i>Středočeský kraj</i>	2,3 %
<i>Praha</i>	8,3 %
<i>Ústecký kraj</i>	1,7 %
<i>Liberecký kraj</i>	0,5 %
<i>Královehradecký kraj</i>	0,4 %
<i>Pardubický kraj</i>	0,4 %
<i>Vysočina</i>	0,4 %
<i>Olomoucký kraj</i>	0,3 %
<i>Zlínský kraj</i>	0,3 %
<i>Moravskoslezský kraj</i>	0,7 %
<i>Jihomoravský kraj</i>	0,6 %
<i>Německo</i>	1,6 %
<i>Rakousko</i>	0,2 %
<i>Slovensko</i>	0,5 %
<i>Ostatní země</i>	0,8 %
<b>Vzdělání</b>	
<i>základní</i>	6,1 %
<i>vyučení, střední bez maturity</i>	6,4 %
<i>střední s maturitou</i>	35,8 %
<i>vysokoškolské</i>	51,7 %

### II.3.4 ANALÝZY MOTIVACE TURISTŮ K NÁVŠTĚVĚ PLZNĚ

#### **Metoda**

Město Plzeň prostřednictvím organizace Plzeň - TURISMUS zadává pravidelně **výzkum motivace** návštěvníků Plzně a dalších ukazatelů spojených s návštěvou města. (47) (48) Pro tuto zprávu jsou využity dílčí výsledky šetření za rok 2014 a za rok 2015.

Výzkum motivace byl realizován s parametry uvedenými v následující tabulce.

<i>Rok</i>	<i>Počet vln</i>	<i>Počet respondentů</i>	<i>Výběrová metoda</i>	<i>Forma</i>	<i>Doba výzkumu</i>
2014	1	718 360 ČR, 358 cizinci	náhodný výběr	osobní dotazování v Plzni	8.8.-1.10.
2015	4	2091 1060 ČR, 1031 cizinci	náhodný výběr	osobní dotazování v Plzni	1.5.-17.5. 14.6.-5.7. 13.8.-20.9. 6.11.-4.12.

### Základní údaje o respondentech

<i>Ukazatel</i>	<i>Podíl respondentů 2014</i>	<i>Podíl respondentů 2015</i>
Pohlaví		
<i>muž</i>	39,6 %	47,6 %
<i>žena</i>	60,4 %	52,4 %
Věk		
<i>do 29</i>	23,3 %	14,6 %
<i>30-44</i>	38,4 %	37,7 %
<i>45-59</i>	26,7 %	32,7 %
<i>60+</i>	11,6 %	15,0 %
Bydliště		
<i>Česká republika</i>	50,1 %	50,7 %
<i>Německo</i>	28,0 %	25,5 %
<i>Slovensko</i>	13,2 %	14,3 %
<i>Jiné</i>	8,6%	9,5 %
Vzdělání		
<i>základní</i>	1,1 %	1,9 %
<i>vyučení, střední bez maturity</i>	27,9 %	26,0 %
<i>střední s maturitou</i>	48,5 %	59,3 %
<i>vysokoškolské</i>	19,6 %	12,8 %
<i>neuveдено</i>	2,9 %	0 %

10

### **II.3.3 ANALÝZA NÁVŠTĚVNOSTI HROMADNÝCH UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ METODA**

Na základě pravidelně zjišťovaných a zveřejňovaných čtvrtletních výsledků návštěvnosti hromadných ubytovacích zařízení byly Krajskou správou Českého statistického úřadu v Plzni dopočteny výsledky pro okres Plzeň město (PM) a město Plzeň vlastní.

Výsledky zahrnují dva ukazatele:

- a) počet hostů – příjezdů, tedy absolutní počet lidí, kteří se v hromadných ubytovacích zařízeních v Plzni ubytovali bez ohledu na délku pobytu,
- b) počet přenocování – počet obsazených lůžek bez ohledu na počet ubytovaných.

### **II.3.5 VÝZKUM CELKOVÉ NÁVŠTĚVNOSTI PLZNĚ**

Město Plzeň v roce 2015 zajistilo prostřednictvím organizace Plzeň - TURISMUS zjištění celkové návštěvnosti města ze zbytkových dat mobilních operátorů. Analýza mobilních dat byla využita též pro zpřesnění návštěvnosti velkých bezplatných programových akcí. ( kap. II.3.1)

Jednalo se o zatím nejrozsáhlejší průzkum ze zbytkových dat mobilních operátorů, které kdy jakékoli město v ČR realizovalo. Data mobilních operátorů (mobilitu) analyzovala firma CE – Traffic (05) na základě těchto principů:

Mobilita byla měřena pro kategorie:

1. Návštěvníci, tedy osoby, které stráví alespoň 2 hodiny na monitorovaném území mezi časy 0:00 až 23:59, ale nebyly přes noc označeny jako turisté.



2. Turisté – osoby, která stráví alespoň 3 hodiny na monitorovaném území mezi časy 1:00 až 5:00.

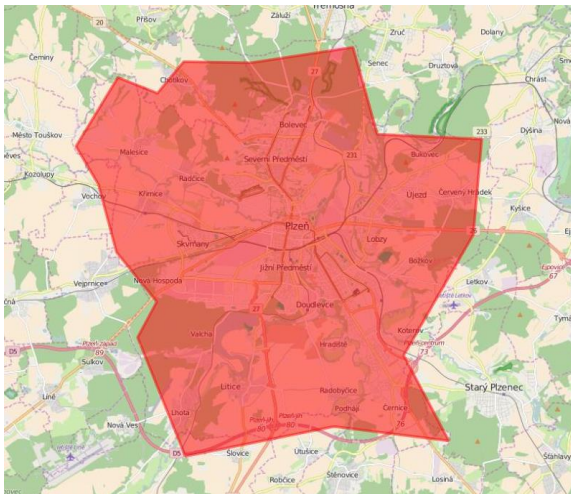
Návštěvníci i turisté zahrnutí do průzkumu museli splňovat podmínku místa bydliště mimo katastrální území města Plzeň. Místo bydliště bylo určeno podle noční polohy SIM během pondělků až čtvrteků. Počet návštěv, resp. noclehů, musel být za čtvrtletí 7 a méně, aby byli odstíněni lidé jezdící do Plzně za prací nebo z jiných pravidelných důvodů.

Příklady extrémů:

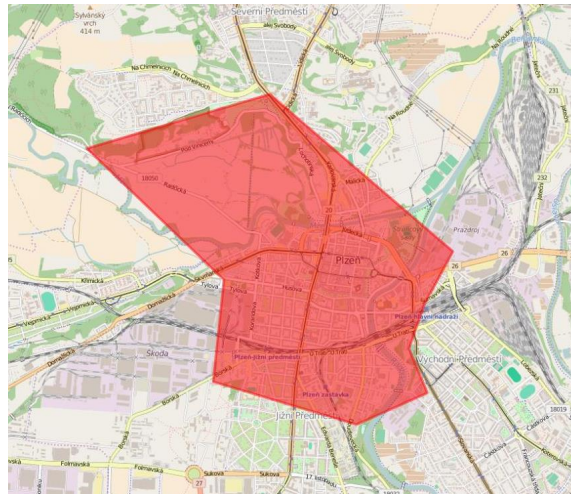
- Osoba přijede do města v pátek v 20:00 a odjede v sobotu ve 3:00. Tato osoba je v pátek i v sobotu návštěvníkem.
- Osoba přijede do města v pátek ve 23:00 a odjede v sobotu v 4:30. Tato osoba je v sobotu turistou.

Monitorované území měla dva rozsahy:

a) město jako celek



b) střed města



Výstupem měření jsou:

1. **Zdroje** = počty unikátních návštěvníků a turistů pro každé čtvrtletí včetně jejich bydliště až do úrovně okresů ČR, resp. země u zahraničních. U každé kombinace je uveden i počet návštěv (maximálně 7), u turistů toto číslo znamená vlastně počet přenocování.
2. **Osobodny** = pro každý den monitoringu počet návštěvníků a turistů. Podobně jako u výstupu zdroje jsou i Osobodny počítány po čtvrtletích a v číslech jsou jen osoby s maximálně 7 návštěvami za dané čtvrtletí. V tomto výstupu nejsou uvedeny zdroje ani počet návštěv.

Příklad extrémů:

Osoba přijede od města na přelomu např. prvního a druhého čtvrtletí na 10 návštěv. Taková osoba pro nás již podle nastavení není obyčejným turistou (protože má více než 7 návštěv), nicméně při výpočtu po čtvrtletích udělala 5 návštěv v prvním čtvrtletí a 5 návštěv v druhém čtvrtletí. V datech tedy je uvedena v obou čtvrtletích jako 5 návštěv.

## II.3.6 VÝZKUM VNÍMÁNÍ PLZNĚ A PROJEKTU PLZEŇ 2015

Výzkum vnímání Plzně a projektu Plzeň 2015 byl realizován analytikem Mgr. Ondřejem Jirkovským (společnosti Fox Hunter a Event Service) na objednávku Odboru prezentace a marketingu Magistrátu města Plzně.

Proběhly dvě vlny výzkumu s následujícími parametry:

- velikost vzorku 1 100 lidí ve věku 20-54 let - 800 lidí z ČR (mimo Plzeň) a 300 Plzeňanů,
- sběr dat formou on-line rozhovorů v délce 15 minut na panelu My Map společnosti TNS AISA,
- v rámci projektu byla použita značková metodologie TRI\*M, která identifikuje spokojenost,
- **první vlna proběhla v termínu 12/2014,**
- **druhá vlna proběhla na přelomu ledna a února 2016.**

Z každé vlny byl zpracován výsledný report (10) (11), ve zprávě za druhou vlnu je provedeno srovnání výsledků obou vln.

### II.3.7 VÝZKUM INFORMOVANOSTI, POSTOJŮ A PARTICIPACE OBYVATEL

#### Metoda

Výzkum byl prováděn Střediskem pro výzkum regionálního rozvoje a katedrou geografie Fakulty ekonomické Západočeské univerzity v Plzni v pěti vlnách v letech 2012 až 2016. Výsledky jsou shrnuty v závěrečné zprávě (52)

**Cílem výzkumu** bylo zjistit:

- úroveň informovanosti obyvatel ohledně projektu Plzeň – EHMK 2015,
- názory obyvatel na přínosy a negativa spojená s projektem Plzeň – EHMK 2015,
- názory obyvatel na přípravu a průběh projektu Plzeň – EHMK 2015,
- úroveň participace obyvatel na přípravě a realizaci projektu Plzeň – EHMK 2015.

V prvních letech výzkumu byl kladen důraz na zjištění názorů týkajících se informovanosti a předpokládaných přínosů projektu. V pozdějších letech výzkum zjišťoval především postoje k přípravě projektu a celkového hodnocení úspěšnosti projektu.

Průzkum byl prováděn **osobním dotazováním** v ulicích města Plzně, v roce 2015 také na dalších místech Plzeňského kraje. Při výběru respondentů byla zvolena **metoda kvótního výběru** podle pohlaví a místa bydliště respondentů.

Počet respondentů v jednotlivých letech je následující:

- 2012 – 975,
- 2013 – 1 062,
- 2014 – 750 (525 z Plzně, 225 z dalších míst Plzeňského kraje),
- jaro 2015 - 750 (525 z Plzně, 225 z dalších míst Plzeňského kraje),
- 2015/2016 – 1 000 (700 z Plzně, 300 z dalších míst Plzeňského kraje).

#### **Výzkumné otázky:**

První skupina otázek byla položena v rámci posledního výzkumu (listopad 2015 až únor 2016), který se zaměřil na celkové zhodnocení projektu Plzeň – EHMK 2015 pohledem obyvatel města Plzně a Plzeňského kraje (dále jen „obyvatel“). Další 3 skupiny otázek se již týkaly všech výzkumů v letech 2012 – 2015/2016.

1. Názor na průběh projektu
  - Jak byli obyvatelé spokojeni s projektem Plzeň – EHMK 2015?
  - Jak byli obyvatelé spokojeni s jednotlivými akcemi pořádanými v rámci projektu Plzeň – EHMK 2015?
  - Jaké akce projektu Plzeň – EHMK 2015 navrhují obyvatelé zachovat i do budoucnosti?
2. Informovanost
  - Jak dostatečně se obyvatelé, v průběhu jednotlivých let, cítili informováni o projektu Plzeň – EHMK 2015?
3. Postoje obyvatel k projektu
  - Jaký zájem projevovali obyvatelé o projekt Plzeň – EHMK 2015? Podporovali jeho realizaci?
  - Přispěl projekt Plzeň – EHMK 2015 k většímu zájmu obyvatel o kulturu a ovlivnil jejich postoje ke kultuře?
  - Jaké byly podle obyvatel největší přínosy projektu Plzeň – EHMK 2015? Měnil se tento postoj v průběhu sledovaného období?
4. Participace na projektu
  - Jak se obyvatelé zapojili do příprav a realizace projektu Plzeň – EHMK 2015?

#### **Základní údaje o respondentech**

<i>Ukazatel</i>	<i>Podíl respondentů</i>
Pohlaví	
<i>muž</i>	49,7 %
<i>žena</i>	50,3 %
Věk	
<i>16-29</i>	28,5 %
<i>30-49</i>	31,7 %
<i>50-64</i>	23,7 %
<i>65+</i>	16,1 %
Bydliště	
<i>Plzeň</i>	78,1 %
<i>Jiné</i>	21,9 %
Sociální postavení	
<i>student</i>	24,7 %
<i>rodičovská dovolená</i>	3,9 %
<i>senior</i>	17,7 %
<i>zaměstnanec</i>	41,5 %
<i>podnikatel</i>	9,4 %

### II.3.8 VÝZKUM OČEKÁVÁNÍ OD PROJEKTU PLZEŇ 2015

#### **Metoda**

Od prosince 2014 do konce roku 2015 byla distribuována programová kniha 2, která veřejnost informovala o projektu Plzeň 2015 a o jejím kulturním programu pro rok 2015. V první fázi byl ke každé knize přiložen dotazník zjišťující očekávání od projektu Plzeň 2015. Dotazník vyplnilo a odevzdalo 1 180 respondentů. Tito respondenti vyjádřili pořízením knihy 2 určitou diferencovanou míru zájmu o projekt, nelze tedy říci, že by představovali zcela náhodný výběr z řad veřejnosti.

V dotazníku očekávání byly uvedeny otázky, které pátraly po:

- první asociaci spojenou s Plzní 2015,
- frekvenci návštěv kulturních akcí u respondentů,
- oblíbených kulturních žánrech u respondentů,
- zdroji informací o programu Plzně 2015,
- oblasti jejich zájmu v programu Plzně 2015, tj. na které akce se těší a chystají se je navštívit,
- očekávání, která respondenti mají od projektu Plzeň 2015 v roce 2015,
- názorech respondentů na dopad titulu Plzně EHMK 2015 na město i v dalších letech.

Výsledky jsou zpracovány v souhrnném reportu. (21)

#### Základní údaje o respondentech

<i>Ukazatel</i>	<i>Podíl respondentů</i>
<i>Celkový počet</i>	<b>1 180</b>
<b>Pohlaví</b>	
<i>muž</i>	36 %
<i>žena</i>	64 %
<b>Věk</b>	
<i>0-15</i>	2 %
<i>16-29</i>	16 %
<i>30-49</i>	33 %
<i>50-64</i>	27 %
<i>65+</i>	22 %
<b>Bydliště</b>	
<i>Plzeň</i>	64 %
<i>Plzeňský kraj</i>	19 %
<i>Praha</i>	4 %
<i>Jihočeský kraj</i>	3 %
<i>Karlovarský kraj</i>	2 %
<i>Středočeský kraj</i>	1 %
<i>Ústecký kraj</i>	1 %
<i>Ostatní kraje</i>	1 %
<i>Německo</i>	3 %
<i>Ostatní země</i>	2 %
<b>Sociální postavení</b>	
<i>student</i>	10 %
<i>rodičovská dovolená</i>	3 %

<i>Ukazatel</i>	<i>Podíl respondentů</i>
<i>důchodce</i>	28 %
<i>zaměstnanec</i>	47 %
<i>podnikatel</i>	9 %
<i>jiné</i>	3 %
Vzdělání	
<i>základní</i>	4 %
<i>vyučení, střední bez maturity</i>	12 %
<i>střední s maturitou</i>	39 %
<i>vysokoškolské</i>	45 %

### II.3.9 VÝZKUM SPOKOJENOSTI A ZPĚTNÉ VAZBY

Průzkum spokojenosti s projektem Plzeň 2015 byl realizován v návaznosti na průzkum očekávání (kap. II.3.8) v průběhu prosince 2015 prostřednictvím online dotazníku. Odkaz na dotazník se žádostí o vyplnění byl rozeslán respondentům z výzkumu očekávání, kteří poskytli e-mailovou adresu a souhlas s tím, že se do dalšího výzkumu zapojí. Dále byl online dotazník vyvěšen na facebooku projektu Plzeň 2015.

V dotazníku byly položeny tyto otázky:

- Účastnil/a jste se nějaké akce?
- Jakých akcí jste se zúčastnil/a?
- Do jaké míry jste byl s akcemi, které jste viděl/a spokojen/a? (výběr z možností)
- Co konkrétně se Vám líbilo/nelíbilo?
- Myslíte si, že Projekt Plzeň 2015 byl v Plzni pozitivně přijímaný? (výběr z možností)
- Bylo ve městě viditelné, že se Plzeň stala nositelem významného evropského titulu? (výběr z možností)
- Bylo Vaše očekávání z projektu Plzeň 2015 naplněno? (výběr z možností)
- Myslíte si, že se kulturní život v Plzni po letošním roce změní? (výběr z možností)
- Prostor pro Váš názor.

Výzkumu se účastnilo celkem **200** respondentů. Výsledek je zpracován ve výsledné zprávě. (41)

### II.3.10 MEDIÁLNÍ ANALÝZA PROJEKTU

Mediální analýza byla provedena za účelem zjištění základních dat o mediálním pokrytí projektu Plzeň 2015 a jeho struktuře. Řešitelem byl Institut komunikačních studií a žurnalistiky Fakulty sociálních věd a žurnalistiky Univerzity Karlovy v Praze.

A) Sledované období a publikace výsledků (49) (50) (51):

- prosinec 2014 – únor 2015,
- březen 2015 – červen 2015,
- červenec 2015 – prosinec 2015.

B) Média: zpravodajství českých tištěných, audiovizuálních a internetových médií.

- C) Lexikální filtr: Vyhledání tematicky relevantních příspěvků pomocí více než 70 klíčových slov a jejich možných lexikálních tvarů.

Jednotkou analýzy je jeden článek v případě tištěných médií, u audiovizuálních médií pak jedna reportáž.

Vyloučení duplicit: Vzhledem k vysokému počtu sledovaných médií a značnému množství analyzovaných příspěvků byla nezbytná průběžná kontrola a vyloučení duplicitních záznamů z analyzovaného souboru. Vícenásobné započítání identických příspěvků by totiž mohlo výrazně zkreslit výsledky analýzy. Za duplicitní byly označeny ty příspěvky, které se shodovaly nejméně v 7 z celkem 14 sledovaných charakteristik (indikátorů/proměnných). Takto označené případy byly následně individuálně vyhodnocovány a vyloučeny z analyzovaného souboru. Pokud se tedy v analyzovaném souboru vyskytly vícekrát příspěvky zveřejněné 1. ve stejném dni, 2. ve stejném médiu, 3. na stejné straně, 4. ve stejném rozsahu, resp. počtu slov, 5. pod stejným názvem, 6. o stejném tématu a 7. od stejného autora, pak byly započítány pouze jednou.

### II.3.11 VÝZKUM DOPADŮ NA OBYVATELE MĚSTA A JEJICH VNÍMÁNÍ KULTURY

#### Metoda

Zhotovitelem výzkumu je Katedra sociologie Filozofické fakulty ZČU. Výzkum byl realizován na území Plzně v jednotlivých velkých městských obvodech (Plzeň 1 – Plzeň 4) v období říjen 2015 – únor 2016. (54)

Hlavním cílem výzkumu bylo zjistit míru dlouhodobých dopadů/vlivu projektu Plzeň 2015 na:

- hodnotové orientace obyvatel města
- proměnu poptávky po kulturních akcích/artefaktech atd. ze strany obyvatel
- recepci projektů realizovaných EHMK 2015

Výzkum probíhal v těchto krocích:

- předvýzkum + sekundární data + rozhovory s klíčovými aktéry projektu (říjen - listopad 2015),
- příprava dotazníku (prosinec/leden 2016),
- příprava sběru dat (leden/únor 2016),
- sběr dat (10. – 14. 2. 2016),
- zpracování dat (únor 2016),
- závěrečná zpráva (březen 2016).

Počet respondentů činil 433, byli vybíráni obyvatelé Plzně podle vázaných kvót odpovídajících demografické situaci v Plzni.

Metodou výzkumu bylo strukturované dotazování na ulici (in street survey) v délce 15 - 20 minut. Dotazování provádělo 14 tazatelů.

#### Základní údaje o respondentech

<i>Ukazatel</i>	<i>Podíl respondentů</i>
<b>Počet respondentů: 433</b>	
Pohlaví	
<i>muž</i>	49,5 %
<i>žena</i>	50,5 %

<i>Ukazatel</i>	<i>Podíl respondentů</i>
<b>Věk</b>	
18-29	17,1 %
30-44	31,8 %
45-64	32,4 %
65+	18,6 %
<b>Bydliště</b>	
<i>Městský obvod Plzeň 1</i>	31,6 %
<i>Městský obvod Plzeň 2 - Slovany</i>	22,2 %
<i>Městský obvod Plzeň 3</i>	31,2 %
<i>Městský obvod Plzeň 4</i>	15,0 %
<b>Sociální postavení</b>	
<i>student</i>	7,6 %
<i>rodičovská dovolená</i>	3,9 %
<i>v důchodu</i>	25,3 %
<i>zaměstnanec</i>	52,0 %
<i>podnikatel – OSVČ</i>	8,5 %
<i>jiné</i>	2,7 %
<b>Vzdělání</b>	
<i>základní</i>	6,2 %
<i>vyučení, střední bez maturity</i>	20,8 %
<i>vyučen s maturitou</i>	5,0 %
<i>střední s maturitou</i>	44,3 %
<i>VOŠ, nástavba</i>	2,3 %
<i>vysokoškolské</i>	21,3 %

### II.3.12 VÝZKUM VLIVŮ NA STÁVAJÍCÍ PLZEŇSKÉ KULTURNÍ AKTÉRY

Výzkum mezi vybranými kulturními aktéry v Plzni se soustředil na skutečnost, jak projekt Plzeň 2015 ovlivnil jejich práci, zda jim pomohl v navázání nových kontaktů, získání nových praktických zkušeností apod. Výzkum realizovala MgA. Šárka Havlíčková. (12)

#### **Metoda**

Výzkum proběhl formou strukturovaných hloubkových individuálních rozhovorů s vybranými respondenty. Rozhovory byly vedeny ve dvou etapách - v prvním čtvrtletí roku 2015 a na začátku roku 2016. **Odpovídalo 17 subjektů a rozhovory poskytlo celkem 18 osobností.** V průběhu dvou let se uskutečnilo 36 rozhovorů a bylo zaevidováno přes 600 odpovědí. Pro komparaci vývoje mezi lety 2009 – 2015 byly vybrány otázky, které vypovídají o proměně podmínek činnosti kulturních aktérů, o případných změnách v přístupu zajišťování kulturní nabídky ve městě Plzni a celkových postojích kulturních aktérů. Data, která byla použita, vychází z názorů získaných ze strukturovaných rozhovorů s reprezentativním vzorkem kulturních respondentů.

Respondenty výzkumu jsou stávající kulturní aktéři, pro které jsou klíčové tyto parametry: doba působení subjektu na plzeňské kulturní scéně, právní subjektivita, velikost subjektu, ocenění,

inovace, různorodé cílové skupiny/příjemci nabízených kulturních služeb, specifický obor kulturní a umělecké činnosti, který činí subjekt svým způsobem nezastupitelným na kulturní scéně v Plzni.

### Základní údaje o respondentech

<i>Ukazatel</i>	<i>Počet respondentů</i>
<b>Počet respondentů: 17</b>	
Oblasti kulturního sektoru	
<i>Scénické umění</i>	3
<i>Kulturní a umělecké vzdělávání</i>	1
<i>Víceoborové</i>	3
<i>Architektura</i>	2
<i>Výtvarné umění</i>	2
<i>Památky, muzea, galerie</i>	2
<i>Hudba</i>	2
<i>Kulturně komunitní práce</i>	2
Právní forma	
<i>Příspěvková organizace statutárního města Plzně</i>	3
<i>Příspěvková organizace Plzeňského kraje</i>	2
<i>Obecně prospěšná společnost</i>	4
<i>Veřejná vysoká škola</i>	1
<i>Společnost s ručením omezením</i>	1
<i>Občanské sdružení – spolek</i>	6
Doba působení	
<i>Méně než 5 let</i>	2
<i>5 - 10 let</i>	3
<i>10 - 15 let</i>	2
<i>15 – 20 let</i>	2

18

<i>Subjekt</i>	<i>počet zaměstnanců</i>	<i>doba působení</i>
<i>Centrum pro komunitní práci Západní Čechy</i>	10	<i>více než 15 let</i>
<i>Divadelní léto pod plzeňským nebem, Panamo o.s.</i>	7	<i>více než 5 let</i>
<i>Divadlo Alfa</i>	33	<i>více než 20 let</i>
<i>Divadlo Josefa Kajetána Tyla</i>	383	<i>více než 20 let</i>
<i>Divadlo pod lampou</i>	7	<i>více než 20 let</i>
<i>DOMINIK CENTRUM s.r.o.</i>	19	<i>více než 20 let</i>
<i>Envic o.s.</i>	6	<i>více než 5 let</i>
<i>Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara, ZČU</i>	70	<i>více než 10 let</i>
<i>Galerie města Plzně</i>	5	<i>více než 20 let</i>
<i>Johan – Centrum pro kulturní a sociální projekty o.s.</i>	7	<i>více než 10 let</i>
<i>K světu o.s.</i>	2	<i>více než 5 let</i>
<i>Mezinárodní Bienále kresby</i>	2	<i>více než 15 let</i>
<i>Papírna o.s.</i>	7	<i>méně než 5 let</i>



<i>Subjekt</i>	<i>počet zaměstnanců</i>	<i>doba působení</i>
<i>Pěstuj prostor o.s.</i>	<i>5</i>	<i>méně než 5 let</i>
<i>Plzeňská filharmonie</i>	<i>47</i>	<i>více než 20 let</i>
<i>Západočeská galerie</i>	<i>31</i>	<i>více než 20 let</i>
<i>Západočeské muzeum</i>	<i>117</i>	<i>více než 20 let</i>

### II.3.13 HODNOCENÍ DOPADU VÝDAJŮ NÁVŠTĚVNÍKŮ NA EKONOMIKU ČR (09)

Vyhodnocení ekonomických dopadů Evropského hlavního města kultury Plzeň 2015 bylo zhotoveno na pozadí komplexního výzkumného úkolu zajišťovaného Czech Tourism a Plzeň – TURISMUS ve spolupráci s dalšími partnery - Plzeň 2015, Středisko pro výzkum regionálního rozvoje Západočeské univerzity, Český statistický úřad a firma CE-Traffic. Zhotovitel hodnocení (Ing. Tereza Raabová, Economic impact) navázala na dotazníková šetření o ekonomickém chování účastníků na vybraných deseti akcích a zjišťování návštěvnosti akcí.

#### Metoda

Vstupní data pro výpočet ekonomických dopadů návštěvnosti akcí konaných pod hlavičkou Evropského hlavního města kultury Plzeň 2015 byly zjištěny z několika zdrojů:

- z analýzy návštěvnosti provedené Plzeň 2015 dle počtu prodaných vstupenek a kvalifikovaných odhadů počtu návštěvníků u bezplatných akcí,
- z dat mobilních operátorů zjišťovaných na 6 významných bezplatných akcích,
- z dotazníků na ohlasy návštěvníků (4 400 respondentů),
- z dotazníků na výdaje návštěvníků a jejich motiv cesty (realizovala ZČU), vždy 200 dotazníků na 10 velkých akcích,
- chybějící data byla doplněna expertními odhady, na kterých se shodli zástupci Plzně 2015, Plzeň - TURISMUS a Economic impact na základě dostupných a podložených dat.

Dále probíhaly korekce a porovnání dat s počty turistů a návštěvníků v Plzni dle dat Českého statistického úřadu.

Průměrné výdaje a motivace, proč návštěvníci do Plzně přijeli a jakou roli v tom hrál projekt EHMK, byly zjištěny pomocí dotazníků ZČU na 10 velkých akcích během celého roku, a to placených (vstupenkových) i bezplatných, které probíhaly na veřejných prostranstvích (open-air):

- Slavnostní otevření města (zahájení EHMK)
- Festival světla
- Bavorské dny
- Festival Finále Plzeň
- Slavnosti svobody
- Rock for People Europe
- Živá ulice
- Obří loutky
- Pilsner fest
- Oslavy založení republiky 28. 10.

Celkem na těchto 10 velkých akcí přišlo 540 933 návštěvníků, což je 44 % celkové návštěvnosti všech akcí EHMK.

Pomocí dotazníkového šetření byly zjištěny výdaje návštěvníků za celou dobu jejich cesty a pobytu v Plzni, resp. v ČR. Zjištěné výdaje byly dále redukovány tzv. mírou motivace, do jaké míry přijel respondent kvůli EHMK (např. pokud uvedl pouze jiné důvody, proč přijel do Plzně, než akce EHMK, nebyly jeho výdaje započítány vůbec, pokud uvedl EHMK jako jediný důvod, byly započítány jeho výdaje v plné výši, pokud uvedl EHMK jako hlavní důvod a vedle něj další vedlejší důvod, byly jeho výdaje započítány z 66% apod.).

Pro zjištění ekonomických dopadů byla použita certifikovaná Metodika pro výpočet ekonomických dopadů kulturních organizací vycházející z metody input-output analýzy, která disponuje nástroji pro kvantifikaci vzájemných vazeb mezi subjekty (odvětvími či sektory) v ekonomice.

### II.3.14 VÝZKUM EKONOMICKÝCH EFEKTŮ PROJEKTU PLZEŇ 2015 (53)

Cílem výzkumu bylo zjištění ekonomických efektů projektu EHMK 2015, a to jak ve městě Plzni, tak i v celém Plzeňském kraji. Za tímto účelem byl vytvořen model použitelný pro hodnocení ekonomických dopadů projektu Plzeň 2015 a získána sada potřebných dat a informací.(53

Základním cílem výzkumu bylo ověření hypotézy „Projekt Plzeň - EHKM 2015 měl pozitivní vliv na místní ekonomický rozvoj.“

Výzkumné otázky byly rozděleny dle geografického hlediska ekonomických dopadů, které jsou hodnoceny zvlášť za město Plzeň a zvlášť za Plzeňský kraj.

#### **Otázka 1: Jaký vliv měl projekt Plzeň – EHMK 2015 na ekonomiku města?**

- a) Zvýšila se návštěvnost Plzně a nastaly pozitivní efekty s ní spojené (zvýšený počet přenocování, zvýšené tržby vlastníků stravovacích zařízení, vznik nových pracovních míst apod.) v důsledku realizace projektu Plzeň – EHMK 2015?
- b) Došlo v Plzni ke zvýšení podnikatelské aktivity v oblasti služeb cestovního ruchu v důsledku realizace projektu Plzeň – EHMK 2015?
- c) Jak velké byly (odhadem) přímé náklady návštěvníků, organizátorů a investic do infrastruktury, vynaložené na území města Plzně v průběhu roku 2015 (popř. v předchozích letech)?

#### **Otázka 2: Jaký vliv měl projekt Plzeň – EHMK 2015 na ekonomiku regionu (Plzeňského kraje)?**

- a) Jaký byl ekonomický efekt výdajů návštěvníků projektu Plzeň – EHMK 2015 v regionu?
- b) Jaký byl ekonomický efekt realizace projektu Plzeň – EHMK 2015 v regionu?
- c) Jaký byl ekonomický efekt projektů infrastruktury souvisejících s projektem Plzeň – EHMK 2015 v regionu?

#### **Metoda**

**První otázka** byla zodpovězena pomocí

- analýz již existujících dat týkajících se cestovního ruchu v Plzni (data Českého statistického úřadu, Plzeň 2015, o. p. s., Magistrátu města Plzně, Krajského úřadu Plzeňského kraje a dalších zainteresovaných subjektů,
- dotazníkového šetření zaměřeného na návštěvníky, které proběhlo na deseti významnějších akcích Plzně 2015 – dotazování na motivace jejich návštěvy, odhadů výdajů spojených s jejich pobytem, spokojeností s akcí či místa, odkud přijeli; 2 000 respondentů,

kvótní vzorek; výsledky dotazníků byly využity i pro hodnocení dopadů a přínosů pro ekonomiku ČR ( kap. II.3.8),

- dotazníkové šetření v centru města zaměřené na podnikatelské subjekty cestovního ruchu z hlediska dopadu projektu Plzeň 2015 na jejich činnosti (zda došlo ke zvýšení zisku, počtu zákazníků, zda byla provedena nějaká opatření apod.), dvě vlny 2014 a 2015, 100 podniků.

**Druhá otázka** měla za cíl vyčíslit dopady jednotlivých typů nákladů, a to pomocí zvoleného modelu, který byl aplikován na primární data získaná vlastním šetřením (výše zmíněný průzkum mezi návštěvníky) či na data z dokumentů společnosti Plzeň 2015, Magistrátu města Plzně, Krajského úřadu Plzeňského kraje a případně dalších zainteresovaných osob. Zvoleným modelem pro zodpovězení druhé otázky je input-output analýza, která bude detailněji představena v následující kapitole.

### III. REFLEXE PŘEDSTAV Z ROKU 2010

Dne 8. září roku 2010 Plzeň zvítězila v souboji o titul EHMK pro rok 2015 v České republice. Vítězství bylo završením kandidatury, během níž si tým ujasňoval možnosti, představy o programu, o spolupráci uvnitř i vně Plzně a přínosu projektu pro město. Plzeň zvítězila proto, že lépe než její soupeři navrhla naplnění kritérií soutěže.

Pro všechny projekty EHMK definuje Evropská komise dvě kritéria, resp. hodnotící témata, která jsou základem posuzování přihlášek i činnosti přípravných týmů a jsou rozhodující pro udělení Ceny Meliny Mercouri. Jedná se o témata:

- **evropská dimenze,**
- **město a občané.**

Tato kapitola uvádí popis, jakým způsobem byla uvedená kritéria naplněna. Nejde o statistická data, těch je užito dost v následujících kapitolách, ale o slovní popis toho, jak Plzeňský projekt ke kritériu přistoupil.

#### III.1 EVROPSKÁ DIMENZE

Pokud lze určit hlavní princip projektu EHMK, tak je to určitě evropský rozměr zahrnující zejména internacionalizaci kultury města, které je držitelem titulu.

Kritérium evropská dimenze se dle pravidel Evropské komise rozpadá do tří cílů:

- posílit spolupráci ve všech oblastech kultury mezi provozovateli (organizátory) kultury, umělci a městy v zemi, kde je realizován projekt EHMK a v ostatních členských státech EU;
- zdůraznit bohatou kulturní rozmanitost v Evropě;
- uvést do popředí zájmu společné aspekty evropských kultur.

Přístup Plzeňského týmu ke kritériu evropské dimenze byl zřejmě rozhodujícím faktorem úspěchu Plzně v soutěži o titul EHMK. Plzeň reagovala na výše uvedené cíle zejména záměrem zapojit se do mezinárodních sítí a aktivit a napomoci místním aktérům ve vybudování přeshraničních vazeb. Tyto představy se promítly i do očekávaných dopadů projektu uvedených v přihlášce.

Je zřejmé, že východiska každého města jsou různá. Evropskou spolupráci v Plzni reprezentovaly již před rokem 2010 četné plzeňské festivaly - Smetanovské dny, Festival Finále Plzeň, Skupova Plzeň, Mezinárodní festival Divadlo, Mezinárodní folklorní festival CIOFF, Bienále kresby, Žebřík, Cigistock, Jazz bez hranic, PilsnerFest, Na ulici, plzeňské součásti celorepublikových festivalů Tanec Praha a Velká inventura. Plzeňští tvůrci byli partnery mezinárodních projektů a hostovali v řadě zemí (Divadlo Alfa, Plzeňská filharmonie, opera Divadla J. K. Tyla, Galerie města Plzně či Johan o.s., česko-bavorské výstavy Unie výtvarných umělců, autoři Západočeského střediska spisovatelů aj.). Specifickou formou mezinárodní spolupráce a prezentace zahraniční kultury byly projekty Bonjour Plzeň (francouzské dny), Mediterranea (festival kultury středomořské oblasti), Týden hispánské kultury, Česko - Slovenské dny a Arabfest, z nichž většina se stala součástí programu Plzeň 2015.

Lze bez nadsázky tvrdit, že projekt Plzeň 2015 akceleroval mnohem větší rozsah mezinárodních projektů a spoluprací. Prezentace zahraničních umělců byly nedílnou součástí programu v roce 2015. V této zprávě nelze vyjmenovat všechny akce, na nichž se zahraniční umělci podíleli. Výběr vzorových příkladů je vhodné začít již v roce 2014, kdy umělecký kolotoč francouzského výtvarníka

a technologa Françoise Delaroziera Manège Carré Senart začal proměnu Plzně v Evropské hlavní město kultury.

Ikonou zahajovacího ceremoniálu v lednu se stal díky neuvěřitelnému přechodu po laně mezi věžemi Františkánského kláštera a katedrály sv. Bartoloměje švýcarský akrobat a provazochodec David Dimitri. Zároveň svým představením zahájil celoroční sezonu nového cirkusu, která do Plzně přivezla dosud nevídané umění ze zahraničí.

Díky spolupráci se soukromou nadací EU Japan Fest Foundation se mohla prezentovat i hvězda světového formátu v oblasti digitálního umění – Ryoji Ikeda.

Z hlediska očekávaných vlivů na úroveň kulturní nabídky měly největší význam mezinárodní programy, z nichž některé otevřely pro Plzeň zcela nové či velmi málo frekventované formy spolupráce a zapojily do mezinárodních aktivit i místní aktéry v oblasti kultury.

V roce 2015 se do programu EHMK zapojilo více než 20 zemí, kromě evropských (Belgie, Slovensko, Německo, Francie, Španělsko, Polsko, Rumunsko, Maďarsko, Itálie aj.) se v programu uplatnily ukázky kultury z dalších kontinentů, zejména z Japonska, Nového Zélandu, USA a Číny. V rámci jednotlivých akcí vystoupili umělci z více než padesáti zemí.

Na druhé straně spektra mezinárodních kontaktů je třeba zmínit stáže zahraničních studentů z Německa, Španělska a Francie ve společnosti Plzeň 2015, dobrovolnické stáže v Klubu strážných andělů a mezinárodní workcampy v rámci projektů Pěstuj prostor a Ostrovy Land Art.

Výše uvedené tvrzení, že projekt Plzeň 2015 akceleroval mezinárodní spolupráci Plzně v oblasti kultury a kreativity nedokládají je přehledy akcí s mezinárodním rozměrem. Z kvalitativního výzkumu vlivů projektu na kulturní aktéry v Plzni (12) vyplynulo, že 53 % z respondentů získalo nové zahraniční kontakty, 76 % si nastavilo nové zahraniční spolupráce po roce 2015. Na dotaz, zda projekt EHMK trvale posílil mezinárodní rozměr plzeňské kulturní scény, ovšem pozitivně odpovědělo jen 52 % z respondentů, což s největší pravděpodobností odráží obavy z očekávaného útlumu podpory kultury po roce 2015.

### III.1.1 SPOLUPRÁCE S BAVORSKEM

Logicky nevýznamnějším parterem pro mezinárodní spolupráci se stalo **Bavorsko**. Díky aktivnímu přístupu Centra Bavaria Bohemia sídlícího v Schönsee byly bavorské kulturní spolky, instituce i političtí představitelé Bavorska podporovateli Plzně již v době kandidatury a přípravné fáze projektu. Spolupráci Plzně a bavorských kulturních aktérů významně napomohly dva projekty podpořené dotací z Operačního programu EU Přeshraniční spolupráce Česká republika – Svobodný stát Bavorsko - „Impuls 2015!“ a „regio2015“. Hlavním partnerem obou projektů bylo Centrum Bavaria Bohemia, první z nich byl zaměřen na prezentaci projektu Plzeň 2015 a nastavení spolupráce, druhý již na konkrétní kulturní aktivity.

Díky těmto projektům bylo realizováno více než 40 akcí zapojujících umělce z Plzně, Plzeňského kraje i Bavorska. Bavorské dny s největšími akcemi Květiny pro Plzeň a vystoupením Regensburger Domspatzen ve Velké synagoze konané v dubnu 2015 v Plzni přilákaly 25 tisíc návštěvníků. Úspěšným projektem byl Vlak za kulturou, při němž byl v sobotních spojích na lince Regensburg – Plzeň přidán kulturní vagón v designu Plzeň 2015 s představeními pro cestující. Podle údajů přepravce a účinkujících představení shlédlo 2000 lidí, celkem bylo ve vlacích za kulturou přepraveno až 6000 lidí. Z dalších akcí lze jmenovat Hudební most, Podívej se mi do očí, Akustické mosty či zapojení bavorských tanečniců Micha Purucker a Alexandra Karabelas do partnerského

projektu TANEC PRAHA v Plzni. V Bavorsku se akcí spojených s projektem regio 2015 účastnilo cca 7 000 osob.

### III.1.2 MONS

Ze strany Evropské komise je velice akcentovanou otázkou spolupráce s druhým EHMK pro daný rok. V roce 2015 bylo pro Plzeň partnerským EHMK **belgické město Mons**. Ve spolupráci Plzně 2015 a partnerskou organizací v Monsu či s podporou těchto subjektů vzniklo 5 společných projektů **s celkovou návštěvností téměř 3 000 diváků.**

- divadelní koprodukce UBU dneS,
- Ailleurs en folie: 1 prezentace Plzně v Monsu, 1 prezentace Monsu v Plzni,
- společné studentské divadelní představení v roce 2015 mi bude 20 aneb Pilsen meets Mons,
- vystoupení Ensemble musiques nouvelles v Plzni,
- Česko-belgická slam poetry exhibice.

### III.1.3 SÍŤ EHMK

Důležitým tématem evropské dimenze je **spolupráce v rámci sítě EHMK**. Vedle výše uvedeného partnerství s Monsem byla nejintenzivnější spolupráce s projektem Donostia San Sebastián 2016. Byla realizována baskická prezentace v DEPO2015, vystoupení souboru současného tance Euskal Jaia, baskického chóru Donosti Ereski a zapojení baskických filmů de festivalu Animánie.

24

Ve spolupráci EHMK Košice, Riga, Mons, Wroclaw a Plzeň vznikl hudební projekt **5 řek**, při němž orchestr složený ze studentů hudebních škol uvedených měst přednesl pět symfonických básní zkomponovaných plzeňskými autory na téma plzeňských řek.

Tématem spolupráce bývalých i budoucích nositelů titulu EHMK byl rezidenční pobyt, o nich je zmíněno dále.

### III.1.4 JAPAN FEST 2015

Velice významným partnerem byla země od Evropy geograficky i kulturně vzdálená – **Japonsko**. Obsáhlý a různorodý Japan Fest 2015, na němž se kromě EU Japan Fest Committee podílelo i partnerské město Takasaki, město Kjóto a Česko – japonská společnost, byl velmi atraktivní a pozitivně hodnocenou součástí kulturního roku 2015.

Japan Fest 2015 zahájil 3. 6. 2015 koncert Kyoto Symphony Orchestra. Z dalších projektů je vhodné zmínit Mezinárodní výstavu bonsají, vizuálně zvukovou instalaci s názvem Test Pattern [N°7] uznávaného umělce Ryoji Ikeda, tvorbu kaligrafky Shōko Kanazawa spojenou s instalací plastik výtvarnice Karen LaMonte. Japonsko bylo po Německu druhým finančně nejdůležitějším zahraničním partnerem. Přínosem partnerství s Japonskem je i zapojení místních partnerů / aktérů do produkce akcí Japan Festu: Divadlo Alfa, Animánie, Tanec Praha, ksvětu.

### III.1.5 DALŠÍ ZAHRANIČNÍ PARTNEŘI

Na programové části projektu spolupracovala řada dalších institucí a subjektů z evropských i mimoevropských zemí:

- Institut français de Prague a Alliance française de Plzeň / *Sezóna nového cirkusu, Festival světla, Bonjour Plzeň, Meeting Literature,*
- Wallonie-Bruxelles International / *Ailleurs en folie, UBU dneS, Ensemble musiques nouvelles, Meeting Literature,*
- Vlámské společenství Praha / *Meeting Literature,*
- Rakouský kulturní institut / *Departures, Rakousko DNES,*
- Goethe Institut / *Proč mluvit se zvířaty, Meeting Literature,*
- Instituto Cervantes / *Medirránea, Týden hispánské kultury,*
- Euskadiko Filmatagia-Filmoteca Vasca / *Animánie,*
- Arabfest / *Festival arabské kultury,*
- Cultura Africa / *Afrika naživo,*
- Radnice města Jeruzaléma / *Dny Jeruzaléma v Plzni,*
- Rumunské kulturní centrum / *Beyond the Naked Eye,*
- Polský institut v Praze / *Polské dny v DEPO2015.*

### III.1.6 REZIDENČNÍ POBYTY OPEN A.i.R

Novinkou na Plzeňské kulturní scéně byly umělecké rezidenční pobyty v rámci programu OPEN A.i.R. Konaly se od roku 2013 až do roku 2015 a předpokládá se jejich pokračování i v dalších letech. Patří mezi zásadní projekty s charakterem udržitelnosti. Počty rezidencí v letech 2013 – 2015 uvádí následující tabulka. Kromě rezidencí v Plzni a v regionu uvádí též rezidence českých umělců v zahraničí, které zprostředkovala Plzeň 2015 díky zapojení v mezinárodní síti rezidenčních center RESARTIS. Jednalo se o rezidence na Slovensku, v Japonsku, Německu, Rakousku, Maďarsku a Belgii.

Rok	Rezidence / umělci Plzni	Rezidence / umělci v zahraničí
2013	9 / 17	1 / 1
2014	10 / 15	4 / 5
2015	19 / 23	7 / 8
2013 - 2015	38 / 55	12 / 14

Jednotlivé pobyty prodělaly vlastní evaluaci, při níž byly posuzovány silné a slabé stránky projektu a umělecké a technické aspekt projektu a jeho přínosnost.

### III.1.6 LAND ART

Mozaiku mezinárodní spolupráce doplňuje projekt zaměřený na území, krajinu a land art s názvem Obnova krajiny Česko – Německého pohraničí. Partnery projektu podpořeného z OP Přeshraniční spolupráce Česko – Bavorsko byly bavorský spolek Bayerischer Landesverein für Heimatpflege e.V, Městys Chodová Planá a sdružení CENELC, jehož posláním je implementace Evropské úmluvy o krajině. Projekt na příkladu vysídlené a prakticky zaniklé obce Výškovice (Chodová Planá) rozevřel celou řadu témat typických pro území postižené stigmatem válečných a poválečných událostí v Sudetech. Projekt zahrnoval mezinárodní soutěž na téma řešení území opuštěné vsi Výškovice, na ni navazující terénní workshop, do kterého ze soutěže postoupily týmy z Rumunska, Maďarska, Německa a České republiky. Vybrané týmy pak zrealizovaly své intervence – jedna z nich má podobu

Land Art instalace přímo ve Výškovicích, druhá byla realizována jako participativní sběr názorů na to, jak problematiku vysídlování pohraničí řešit. Závěrem projektu byla mezinárodní konference.

Obdobně mezinárodní charakter měl projekt Ostrovy Land Art, který vyvrcholil festivalem Land Art v prostoru Sv. Jiří v Plzni srpnu 2015.

### III.1.7 EVROPSKÉ SÍŤE A STRUKTURY

Praktickým naplněním závazků z přihlášky týkajících se vytvoření podmínek pro evropské kulturní síťe a iniciativy bylo několik vrcholných akcí, které se odehrály právě v Plzni.

Již v roce 2014 hostila Plzeň 78. setkání síťe Trans Europe Halls, ve které je zapojen spolek Johan.

V dubnu 2015 se v Plzni uskutečnila dvoudenní konference Soul for Europe, představující pro Plzeň i Českou republiku nový formát, který propojuje místní kulturní aktéry s politiky na celostátní a evropské úrovni.

V dubnu 2015 Plzeň hostila také setkání k 30. výročí projektu Evropské hlavní město kultury spojené s panelovou diskusí na téma přínosů tohoto titulu.

Západočeská univerzita se zapojila do síťe univerzit Evropských hlavních měst kultury UNECC a stala místem konání podzimní konference tohoto mezinárodního sdružení. Univerzita, konkrétně Fakulta umění a designu Ladislava Sutnara byla také dějištěm významného mezinárodního setkání představitelů, pedagogů a studentů zejména evropských vysokých uměleckých škol s názvem Design meeting

## III.2 MĚSTO A OBČANÉ

Kritérium Město a občané představuje rozsáhlý soubor vztahů města resp. městské správy a jeho obyvatel. Jde jak o oblast komunikace, participace, podílu města na řešení sociální situace, ale i vytváření podmínek pro to, aby se obyvatelům v Plzni líbilo a byla pro ně atraktivní jako místo k životu. Do této sféry jistě patří i kulturní nabídka a kvalita veřejného prostoru, o němž bude řeč v dalších kapitolách.

Kritérium Město a občané bylo v přihlášce města Plzně do soutěže o titul EHMK rozpracováno průřezově. Pro účely této zprávy je podstatná kapitola obsahující reakci na otázku: „*Bude-li městu udělen titul hlavní město kultury, jaké střednědobé a dlouhodobé dopady bude získání titulu mít z hlediska sociálního, kulturního a urbanistického?*“. Tato otázka a odpověď na ni shrnuje všechny podstatné rozměry kritéria Město a občané.

### III.2.1 DOPADY SOCIÁLNÍ

V oblasti sociální byly očekávány

#### Dopady střednědobé

1. Realizací konkrétních projektů kandidatury (výstavba divadla, galerie či revitalizace Světovaru, podpora cestovního ruchu ve městě i celém regionu) vzniknou pracovní místa plně vázaná na lokální ekonomiku.
2. Zviditelnění cizinců skrze aktivity projektu EHMK může napomoci jejich začlenění do života města a předcházet tak etnickému napětí, které se může zvyšovat s narůstajícími ekonomickými problémy.



3. Spolupráce s univerzitou a dalšími subjekty na sociálně - výzkumných projektech může přispět k hledání a nalézání řešení jednotlivých problémů na území města.
4. Zpracování analýz o nejzávažnějších sociálních problémech města bude základem koncepčních materiálů k jejich řešení.

#### **Dopady dlouhodobé**

1. Zájem o veřejné prostory, podpora koncepčního, poučeného informování může vést k větší participaci veřejnosti na rozhodování o životě města vůbec.
2. Propojení sociální problematiky s ostatními agendami města (kultura, vzdělávání, bezpečnost, ekonomika, politika aj.) napomůže koordinaci postupů těch, kteří se budou jednotlivými sociálními problémy zabývat.
3. Rozšíří se záběr koncepčního rozvoje na území plzeňského kraje, jehož obyvatelé jsou s životem metropole pevně spjati. (podpora obnovy památek a inovativních forem jejich využití, dopravní a vzdělávací infrastruktury).
4. Větší otevřenost v procesech definování či řešení sociálních problémů zvýší šance města na nastavení udržitelné trajektorie jeho rozvoj

Očekávání **nárůstu pracovních míst a zvýšení ekonomické jistoty v souvislosti s novými investicemi do kulturní infrastruktury** se naplnilo jen zčásti, neboť nebyly zrealizovány všechny investice uvedené v přihlášce jako související s projektem EHMK. Ve stádiu projektové dokumentace zůstaly nová budova Západočeské galerie a Muzeum designu a životního stylu v areálu Světovar. Stavba kulturně komunitního centra 4x4 Cultural Factory byla zastavena a nahrazena projektem DEPO2015, v němž vzniklo 12 nových pracovních míst.

#### **DEPO2015 JAKO CENTRUM KREATIVNÍHO PODNIKÁNÍ**

Ekonomický dopad DEPO2015 je ovšem širší, neboť se stalo **centrem kreativního podnikání** v Plzni. V průběhu roku 2015 se zde zrealizovaly coworkingový prostor, kreativní dílny Makerspace, kreativní inkubátor ad. Všechny tyto aktivity slouží k tomu, aby dobré kreativní nápady mohly dospět do fáze realizace.

**Coworking** je moderní a cenově přátelský vybavený kancelářský prostor umožňující sdílení různými subjekty. Nájemci mohou využívat společné zařízení a díky různorodosti zaměření mohou navázat užitečné kontakty s dalšími. V roce 2015 byl coworking obsazen 25 osobami.

**Makerspace** je otevřená dílna pro veřejnost a je zatím ojedinělou českou verzí zahraniční FAB LABů. Makerspace je vybaven kovodílnou, truhlárnou, šicí dílnou a grafickou dílnou s 3D tiskárnou. Kormě práce v dílnách nabízí i kurzy a workshopy.

**Kreativní inkubátor** je tříměsíční vzdělávací program, který mladým talentovaným lidem pomáhá nastartovat podnikání a podpořit spolupráci s plzeňskými firmami z různých odvětví, např. strojírenského, elektrotechnického či vědeckovýzkumného zaměření. Kreativní inkubátor zatím absolvovalo **6 firem**.

**Everfund** je crowdfundingová platforma sloužící pro podporu zajímavých a přínosných projektů. Do konce roku 2015 bylo v DEPO2015 uspořádáno 10 prezentací nápadů, jejichž autoři by stáli o podporu prostřednictvím Everfundu. Na účet se vybralo **600 000 Kč**, díky nimž se realizovalo **12 projektů**.

Další dopady uváděné přihláškou souvisí s **integrací cizinců prostřednictvím kulturních aktivit**. Posoudit, jak projekt Plzeň 2015 na situaci cizinců v Plzni zapůsobil, bude nezbytné speciálním

sociologickým šetřením, které umožní srovnání s výzkumem provedeným před rokem 2010. V rámci evaluace Plzeň 2015 takový výzkum nebylo možné zrealizovat. Tématu integrace cizinců se věnoval projekt na pomezí sociálně kulturních aktivit s názvem Chaloupka strýčka Toma. Na základě tohoto projektu vzniklo divadelní představení Sám mezi lidmi, které ve čtyřech reprízách shlédlo 200 lidí.

Přihláška předpokládala jako součást projektu Plzeň 2015 větší záběr **výzkumných projektů** a aplikace sociálního pohledu na další stránky města. V přípravném období se ukázalo, že právě toto téma není v rámci kulturního projektu plně zvládnutelné, zejména s ohledem na dostupné finanční prostředky. Sociologické výzkumy byly zrealizovány jako odborná báze projektů komunitního charakteru - Skryté město, Pěstuj prostor, Evropský den sousedů (01) (02) (03).

Všechny zmíněné projekty náležejí k řadě aktivit, které tvoří část z velkého balíku aktivit s přívlastkem participativní. **Participace obyvatel na projektu Plzeň 2015** a jeho dílčích aktivitách byla zcela zásadním tématem přihlášky. Smyslem bylo vybudit zájem Plzeňanů na aktivním přístupu k dění ve městě. Bez nadsázky lze konstatovat, že participace patří k oblastem, v nichž se díky projektu Plzeň 2015 město posunulo významně kupředu.

Všechny participativní projekty měly, s výjimkou dále zmíněné Klubu strážných andělů, další významný společenský podtext – poznání Plzně jako místa pro život a motivace k aktivnímu ovlivňování tohoto místa.

Projekt **Skryté město** je především specifická mobilní aplikace, v níž uživatele po městě provází charakterové postavy, a je výjimečným příkladem spojení participace, využití historické paměti obyvatel a moderních technologií. Součástí projektu byly též nevirtuální aktivity – Plzeňská pohostinnost zahrnující sousedské a architektonické procházky a zážitkové nabídky pro Plzeňany i hosty a diváky velmi úspěšné Plzeňské rodinné fotoalbum. ( kap. VII.4)

**Sousedské a architektonické procházky** přiblížily zájemcům běžná místa Plzně i místa, která normálně navštívit nejde. V roce 2015 bylo uspořádáno 66 procházek s účastí 1 442 osob.

Ikonou participativních projektů se stala výstava „**Plzeňské rodinné fotoalbum: Ráj mezi čtyřmi řekami**“ ztvárněná z fotografií dodaných samotnými Plzeňany. Výstavu v DEPU2015 shlédlo 5.150 diváků, happeningu Fotoalbum 2015, kdy se pás tří tisíc fotografií rozvinul v délce 1,3 km v ulicích mezi centrem a DEPO2015, se účastnilo dalších pět tisíc lidí. Vybrané fotografie byly vydány knižně. Rodinné fotoalbum je zároveň projektem mezinárodní spolupráce, neboť autorem ideje a uměleckým garantem projektu byl francouzský fotograf Jean-Pierre Moulères.

Na veřejný prostor, jeho podobu a jeho oživení byl zaměřen program **Pěstuj prostor**. Projekt, který se stal jednou z řady udržitelných aktivit. Program byl tvořen širokým spektrem akcí od přednášek na téma architektury a urbanismu, výstav, happeningů až po finanční podporu nápadů přínosných pro veřejný prostor. Po několika „pokusech“ projekt našel svou domovskou adresu na bývalé městské plovárně v Doudlevecké ulici, kde s podporou města a městského obvodu Plzeň 3 rozvinul systematickou celoroční činnost sestávající z odborných přednášek, kulturních akcí, happeningů apod. Městská plovárna se také stala místem mezinárodních workcampů zaměřených na její obnovu. ( kap. VII.6)

Další participativní projekt měl společnou genezi s programem Pěstuj prostor. Vznikl na základě vzdělávací hry pro školy Kreativní demokratická škola. Základní a střední školy v Plzni se do projektu **Kreativní demokratická škola: Pěstuj prostor** zapojovaly s nápadem zlepšení veřejného prostoru. Žákovské týmy musely připravit postup projektu, informovat obyvatele území a připravit prezentaci projektu pro výroční konferenci. Pokud vzniklo ve škole více projektů, proběhlo zde hlasování k výběru projektu, který školu nakonec reprezentoval

V roce 2014 se projektu účastnilo 7 škol s původně deseti projekty, v roce 2015 projekt zaujal šest škol.

Další aktivitou Plzeň 2015 zacílenou na školy byly **Lektorské programy**. DEPO2015 od svého otevření uvedlo 4 lektorské programy k výstavám k výstavám Domus – poutní místo současného designu, Restart, Plzeňské Rodinné Fotoalbum I, Plzeňské Rodinné Fotoalbum II. a Stroj času. Účastnilo se jich na 2000 žáků škol.

Již v době kandidatury v roce 2010 vznikl projekt **Den Meliny Mercouri**, který byl založen na zapojení nejrůznějších subjektů do velkého happeningu ve veřejném prostoru. V roce 2014 se transformoval do plzeňské verze mezinárodní akce Evropský den sousedů, která byla již v prvním roce úspěšná. V roce 2015 se poslední květnový víkend uskutečnil soubor kulturních a společenských akcí v 13 ohniscích zajišťovaných místními aktéry především z neziskového sektoru. Sobotní večer byl ve znamení šedesáti susedských večerí a v neděli se uskutečnilo pět susedských vycházek představujících živou i kamennou historii Plzně i jejich současnost. Této akce se celkem účastnilo šest tisíc osob. ( kap. VII.3)

Již výše byl zmíněn projekt **Klubu strážných andělů**, jehož cílem bylo vytvoření sítě dobrovolníků v oblasti kulturních aktivit. Od roku 2011 do roku 2015 vznikla v České republice unikátní skupina 515 dobrovolníků. V roce 2015 dobrovolníci pracovali na 100 akcích, zajišťovali distribuční síť, pomáhali s úpravami DEPO2015, s tlumočnickou službou apod. a odpracovali cca 6 231 hodin. Z diskuse se zástupci Klubu strážných andělů navíc vyplynulo, že zde vznikla výjimečně soudržná a vyladěná parta s velkou sebekázní a schopností sebeorganizace. ( kap. VII.2)

S Klubem strážných andělů souvisel další projekt – **Anděl Fest**. V letech 2014 a 2015 se stal prostorem pro zapojení dobrovolníků – jednotlivých osob, skupin i týmů ze školy či pracoviště

V letech 2011 - 2013 byl společností Plzeň 2015 pořádán dvoudenní seminář **Fórum pro kreativní Plzeň**, přibližující místním aktérům dění v projektu Plzeň 2015, jeho plány a představy. V letech 2014 a 2015 byl nahrazen mezinárodní akcí OpenUp!, která byla odborně i marketingově atraktivnější, ztratila však komunální charakter a vybočila z témat spadajících do kritéria Město a občané.

### III.2.2 DOPADY KULTURNÍ

V oblasti kultury uvádí přihláška tyto očekávané dopady:

#### Dopady střednědobé

1. Postupná emancipace neziskového sektoru a prokázání jeho nezastupitelné role v životě společnosti.
2. Revize grantových systémů a způsobů financování jednotlivých kulturních činnosti na úrovni města i kraje, a vytváření nových transparentních modelů financování
3. Vytvoření nové kulturní infrastruktury vytvářející podmínky i pro rozvoj v Plzni dosud nezastoupených progresivních uměleckých směrů a žánrů;
4. Nastavení nových forem spolupráce uvnitř sektoru.

#### Dopady dlouhodobé

1. Nastavení dlouhodobého a udržitelného rozvoje občanské společnosti s respektem k významu a novým rolím jak tradičních institucí, tak neziskového sektoru.
2. Dlouhodobé vytváření partnerství mezi kulturním a ostatními sektory a rozvoj nových forem vícezdrojového financování od úrovně obcí po stát a EU.

3. Dlouhodobý rozvoj všech uměleckých směrů a žánrů na území města a kraje díky stabilnímu zázemí v nově rekonstruovaných či vytvořených prostorách.
4. Přirozené vazby mezi institucionální a nezávislou sférou a veřejnou správou napomáhající inovativnímu dlouhodobému kulturnímu dialogu na území města a regionu i daleko za jeho hranicemi.

Získání titulu EHMK znamenalo pro město zásadní impuls pro nastartování procesu **změn ve vnímání role kultury v životě města**. Přes mnohé nepříznivé okolnosti v období přípravy projektu se dá říci, že došlo k obratu v pohledu Plzeňanů na kulturu, k rozšíření nabídky a ke zlepšení stavu kulturní infrastruktury. ( kap. IX.1)

Očekávání spojená s **novou kulturní infrastrukturou** byla však naplněna jen zčásti, neboť díky problémům finančním i technickým nebyly do života uvedeny projekty nové budovy Západočeské galerie (investor Plzeňský kraj nezískal dotaci z Regionálního operačního programu Jihozápad), Muzeum designu a životního stylu (investor Umělecko průmyslové muzeum přípravu ukončil z důvodu podfinancování) a bohužel i vlajková investice Plzeň 2015 Kulturní a komunitní centrum 4x4 Cultural Factory Světovar (investor Statutární město Plzeň nebyl schopen zabezpečit včasnou likvidaci ekologické zátěže zjištěné po zahájení stavby a odkrytí konstrukcí). Jako náhrada ze Světovar byla za neuvěřitelně krátkou dobu a za omezených finančních prostředků zprovozněna Kreativní zóna DEPO2015. Výhodou tohoto prostoru bývalých garáží a dílen Plzeňských městských dopravních podniků je jeho poloha v zázemí centra Plzně a existence vhodných prostor v halách, které jsou zároveň hodnotnými doklady industriální architektury. DEPO2015 se od slavnostního otevření 28. dubna 2015 stalo srdcem dění projektu Plzeň 2015. Hostilo významné programové akce, výstavy, rezidenční program Open A.i.R., konference i slavnostní zakončení projektu. DEPO2015 dále vytvořilo prostor pro Centrum kreativního podnikání zahrnující coworkingový prostor, kreativní dílny Makerspace a kreativní inkubátor. DEPO2015 se stalo hlavním pilířem udržitelnosti projektu Plzeň 2015.

30

Mezi očekávanými dopady uvedenými výše je uvedena **emancipace a rozvoj neziskového sektoru** jako aktéra kulturních a společenských aktivit. Důkazem naplnění tohoto očekávání je fakt, že většina řada kulturních akcí byla pořádána neziskovými subjekty s podporou společnosti Plzeň 2015 nebo města Plzně a musela tak zajistit určitý standard spojených se zařazením akce do projektu Plzeň 2015. Díky projektu Plzeň 2015 se na plzeňské neziskové scéně etablovaly nové subjekty – Pěstuj prostor, z.s., Plzeň2015, z.ú. a další spolek Skryté město.

Plzeň 2015 vytvořila **systém podpory neziskového sektoru** na dílčí projekty v oblasti participace a veřejného prostoru. Žadatelé museli splnit poměrně přísné nároky na obsah a zjištění projektu. Jako příklad mohou sloužit projekty Evropský den sousedů a Pěstuj prostor, o nichž již byla zmínka. Na zajištění ohnisek sousedského programu v rámci Evropského dne sousedů bylo rozděleno třinácti žadatelům z neziskového sektoru 300.000 Kč. Na podporu zkvalitnění veřejného prostoru a jeho přátelského užívání bylo v roce 2015 podpořeno 9 projektů částkou 203.000 Kč.

Velkým význam pro rozvoj neziskového sektoru měl program **Arts Management** pořádaný společností Plzeň 2015 a Západočeskou univerzitou – Fakultou designu a umění Ladislava Sutnara od roku 2012. Kurzy v 11 modulech absolvovalo 482 osob, z nichž 61 se účastnilo více modulů. ( kap. IX.3)

Výzvou, na kterou reagoval projekt Plzeň 2015 již v období kandidatury, byla **společenská nálada** Plzně, která se dala charakterizovat nálepkou konzervatismu až ušlápnutosti na straně jedné a jisté svéráznosti a neposlušnosti na straně druhé. Kandidatura vstoupila do prostoru, kde se jen velmi pomalu prosazovaly nové přístupy (nejen) ke kultuře, kde byl tým Plzně 2015 označován za

„ty alternativce“ a kde chyběla velkorysost a nadhled. V synergii obecného kvasu v české společnosti s příležitostí, kterou přinesl projekt EHMK, byl nastartován snad trvalý proces postupného přerodu a otevírání kulturní duše Plzně odpovídající tomu, jak bylo koncipováno motto projektu „Open UP!“.

Z výzkumu dopadů projektu na obyvatele a jejich recepci kultury ( kap. IX.1) vyplynulo pozitivní zjištění, že **kulturní žánry a témata**, která byla v průběhu projektu Plzeň 2015 prezentována zcela nově nebo ve větším měřítku, než „před projektem“, jako jsou videomapping a světelné instalace, nový tanec a nový cirkus, našla svoji pozici v kulturním spektru Plzeňanů. Větší obliby dosáhly u mladší generace (videomapping, nový tanec) a střední generace (nový cirkus). Je ovšem též pravdou, že z hlediska obliby žánrů prokázaly průzkumy největší oblibu klasického divadla, výstav a hudebních produkcí. U mladších lidí se do skupiny nejoblíbenějších dostaly ještě akce ve veřejném prostoru. V těchto preferencích se odráží kulturní tradice Plzně a jejich pořadí zřejmě ještě dlouho setrvá.

**Otevřenost Plzeňanů novým inspiracím** se stala příznakem kulturního dění v roce 2015. Důkazem pro toto tvrzení je mimo jiné fakt, že zájem o nové kulturní zážitky a inspirace a zvědavost na nová témata byly uváděny jako hlavní motivace návštěv kulturních akcí při průzkumech mezi účastníky akcí. Podstatné rovněž je, že Plzeňané, kteří měli příležitost konkrétní akce shlédnout, se z 93 % vyjádřili pro opakování hodnocené akce nebo zachování žánru do budoucna. Největší podíl hlasů pro zachování žánru měla představení nového cirkusu, literární večery, sousedské procházky a dny národních kultur. Výzkumy v oblasti kulturního chování rovněž prokazují benevolenci vůči žánrům, které dotazovaný přímo nepreferuje. Účastníci výzkumu si v naprosté většině myslí, že takové žánry mají být součástí kulturní nabídky.

### III.2.3 DOPADY URBANISTICKÉ

Urbanistické dopady byly očekávány následovně:

#### Dopady střednědobé

1. Nárůst investiční činnosti v oblasti infrastruktury cestovního ruchu (nová výstavba, rekonstrukce), zlepšení jejich nabídky a vybavenosti.
2. Zvýšený zájem investorů o investice do turistické vybavenosti města, eventuálně regionu bude vyvolán zejména zvýšeným zájmem turistů o město v souvislosti s atraktivním kulturním programem a novou atraktivní architekturou.
3. Narůst investiční činnosti v oblasti znalostní ekonomiky.
4. Zvýšený zájem o investice do moderních udržitelných forem podnikání v souvislosti se zvýšením atraktivity města pro vzdělané lidi, vyvolané zlepšením kulturní a volnočasové nabídky, zlepšení vzhledu města v rámci projektu EHMK.
5. Rozvoj Západočeské univerzity související se zájmem o nové obory v oblasti kulturních a tvůrčích odvětví, např. v návaznosti na projekty Arts managementu zahájené v rámci projektu EHMK.
6. Investice do areálu Světovar. Investice do využití brownfieldu související s realizací investic 4x4 Světovar Cultural Factory a Muzeum designu a životního stylu v zachovaných objektech bývalého pivovaru v rámci projektu EHMK.
7. Narůst investic do veřejných prostranství. Vyvolání snahy o zlepšení stavu veřejných prostranství v návaznosti na investiční akce revitalizace Štruncových sadů, Greenways a využití veřejných prostranství pro kulturní účely v rámci projektu.

#### Dopady dlouhodobé

1. Pozitivní změny ve vzhledu města. Dopad spojený s rekonstrukcí budov, dostavbou proluk a uplatněním atraktivní soudobé architektury budov i veřejných prostor v souvislosti s investicemi do turistické infrastruktury, do inovativního podnikání a též s realizací klíčových investic projektu EHMK.
2. Obnova památek. Dopad spojený s využitím památkově chráněných objektů v areálu Světovar pro kulturní účely při realizaci investic 4x4 Světovar Cultural Factory a Muzeum designu a životního stylu, v rámci regionu inovativní revitalizace a reanimace národních kulturních památek pro kulturní využití (Kladruby, Plasy).
3. Využití rozvojových a přestavbových území. Jedna se zejména o celkové využití areálu Světovar pro kulturní účely (investice v rámci projektu EHMK) v kombinaci s komerčními aktivitami a též případně využití dalších přestavbových a rozvojových ploch pro investice do infrastruktury cestovního ruchu, znalostní ekonomiky i školství. Jako příklady lze uvést přestavbu areálu Škoda a využití rozvojového území Zelený trojúhelník jih pro rozvoj Západočeské univerzity.
4. Odstranění urbanistické závady v lokalitě u Zvonu. Dopad spojený s výstavbou nové budovy Západočeské galerie v rámci projektu EHMK. Výstavba galerie může pozitivně ovlivnit celkovou dostavbu poškozeného území východně od historického jádra.
5. Odstranění urbanistické závady v lokalitě Jízdecká. Dopad spojený s výstavbou nové budovy divadla v rámci projektu EHMK. Rovněž v této lokalitě lze předpokládat, že stavba divadla bude iniciátorem procesu celkové dostavby, eventuálně přestavby urbanisticky problematického území Jízdecká – sady Pětatřicátníků.

Představy o změnách v obrazu města a o odstranění zásadních nedostatků patří bohužel k těm nejméně naplněným. Jak již bylo zmíněno v předchozím textu o kulturních dopadech, z investic do kulturní infrastruktury se zrealizovala pouze nová budova **Divadla Josefa Kajetána Tyla**. Ostatní velké investice zůstaly jen v plánech, i když DEPO 2015 je hodnotnou náhradou kulturně komunitního centra Světovar.

Z dalších investic uvedených v přihlášce byly zrealizovány úpravy **Štruncových sadů a Relax parku** na soutoku Mže a Radbuzy, které přispěla i architektonicky zdařilá rekonstrukce fotbalového stadionu a nová lávka přes Radbuzy ze sadů do areálu Plzeňského Prazdroje.

Město pokračovalo v realizaci **Greenways**, bylo otevřeno cca 15 km nových stezek a sedm nových lávek pro pěší a cyklisty. Velkou investicí do volnočasové infrastruktury byla úprava **Božkovského ostrova** představující cyklostezku s lávkami vedoucí přes ostrov a další prvky pro sportovně rekreační využití.

Řada dalších investic **nebyla spojena s projektem EHMK**, ovšem jejich realizace výrazně přispěla k zatraktivnění města a vytvoření prostoru pro kreativní aktivity.

V roce 2015 byla dokončena rekonstrukce **Lochotínského parku**, kterému byla navrácena jeho bývalá kvalita lázeňského parku.

Z velkých investic do infrastruktury cestovního ruchu je nutné citovat i zdařilou rekonstrukci bývalé jeřábové haly a jídelny Škodových závodů na interaktivní zařízení **Techmania Science Center**, které se svými vzdělávacími expozicemi a programy z oblasti techniky a přírodních věd a s digitálním planetáriem patří ke špičce v České republice.

**Nová budova Fakulty designu a umění Ladislava Sutnara** v areálu kampusu Západočeské univerzity na Borech patří k architektonickým skvostům města a vytváří dobré podmínky pro vzdělávání a kreativní tvorbu studentů fakulty. Nová budova fakulty se stala dějištěm mnoha akcí v rámci projektu Plzeň 2015.

V oblasti rekonstrukce památek je třeba uvést zdařilé investiční počiny revitalizace bývalého františkánského kláštera na **Diecézní muzeum**, regeneraci expozic **Západočeského muzea** – Pohledy do minulosti Plzeňského kraje a také rekonstrukci **Staré synagogy v Plzni** či rekonstrukci haly **Hlavního nádraží** Českých drah v Plzni. Na území kraje je největší dokončenou investicí **Centrum stavitelského dědictví** Národního technického muzea, které spolu s úpravami nádvoří areálu kláštera v Plasích vytváří turistickou atraktivitu.

Plzeňský projekt EHMK je od počátku typický orientací na práci s veřejností, diskuse o problémech města a participativní aktivity ve veřejném prostoru. Přirozeně se součástí této práce stala i témata urbanismu a architektury města, která patří v Plzni k hodně frekventovaným. Od kandidatury od samotného roku 2015 proběhla řada přednášek na téma plánování města, ekologicky příznivého stavění, veřejného prostoru, městských tříd, fenoménu vody ve městě atp.

K podpoře zájmu o architekturu a utváření veřejného prostoru přispěly programy **Pěstuj prostor a Kreativní demokratická škola: Pěstuj prostor**, které mají konkrétní odraz v úpravě zanedbaných míst v Plzni – např. tzv. Zapomenuté zahrady na Lochotíně a prostoru pramenů na Roudné a též ve využití zahrady Dominikánského kláštera v Plzni či úprav předškolí 21. Základní školy v Plzni na Slovanech. Spolek Pěstuj prostor se s řadou partnerů pustil do úprav bývalé městské plovárny, a vytvořil z něj atraktivní místo komunitního setkávání a diskusí na témata architektury a veřejného prostoru.

S tématem architektury města je spojen i příběh **návratu zvonů do věže katedrály sv. Bartoloměje** na hlavním plzeňském náměstí. V roce 2012 proběhla z iniciativy společnosti CrossCafé International otevřená ideová architektonická soutěž na dostavbu druhé věže katedrály, která byla obeslána sto dvaceti návrhy z celého světa. V diskusi o soutěži a jejím přínosu se zrodil nápad uspořádat veřejnou sbírku na nové zvony. Během dvou let se zdařilo získat dostatek finančních prostředků a nové zvony se mohly poprvé rozeznít při slavnostním zahájení projektu Plzeň 2015.

Problematika urbanismu a práce s veřejným prostorem se netýká jen tvrdých investic do staveb, dlažeb či zeleně. Pro obyvatele i návštěvníky jsou velmi atraktivní i drobné intervence, zvláště když jsou spojeny s důležitým místem. Na této myšlence byl založen projekt **ZEN Plzeň – Město jako výstava**, které prostřednictvím netradičních uměleckých intervencí předních českých sochařů a výtvarníků oživil některá problémová místa Plzni. Místem realizace intervencí se staly plato před Komerční bankou, náměstí Emila Škody, prostor pod mostem Milénia ale také kupole budovy Hlavního nádraží ČD.

Akcí s velkým ale dosud ne zcela využitým potenciálem je **oživení náplavky**. Prostor zpřístupněné náplavky řeky Radbuzy mezi Wilsonovým mostem a soutokem se Mží byl využit pro kulturní a komunitní aktivity, koncerty, tanec a relax. Zájem veřejnosti o náplavku vedl městskou správu k tomu, že se začala vážně zabývat možností jejího trvalého zpřístupnění.

Dalším tématem, které na své rozvinutí teprve čeká, je vytvoření **krajinářského parku u sv. Jiří**. V letech 2014 a 2015 zde proběhl projekt na oživení prostoru land art instalacemi, na němž se podíleli krajináři a umělci z Maďarska, Slovenska a Německa.

## IV. PROGRAM – NÁVŠTĚVNOST A OHLASY

### IV.1 ÚVOD

Úkolem této kapitoly není představit podrobně program Plzeň 2015, ale provést zhodnocení jeho výsledků – tedy počtu akcí, návštěvnosti a ohlasů na jeho kvalitu.

Program Plzeň 2015 byl připravován od roku 2012 a stabilizován v roce 2014, kdy byl podrobně prezentován v tzv. Knize 2 (19). V roce 2015 byl podrobně zveřejňován formou čtvrtletních vydání Knihy 3, která měla podobu novinových příloh a byla distribuována po celé Plzni i v regionu. Měsíční program byl prezentován formou letáků a průběžně na webových stránkách projektu. Konkrétní akce měly dále svůj marketingový set.

Program byl koncipován do osmi vlajkových programových bloků, které představovaly kompaktní soubor tematicky propojených akcí a do velké skupiny ostatních akcí.

Vlajkovými projekty byly:

1. **Sezona nového cirkusu** zahrnující představení devíti umělců či souborů z celé Evropy.
2. **Veřejný prostor** věnující se ožívání veřejného prostoru uměleckými díly, aktivizaci obyvatel v oblasti kvality a využitelnosti veřejných prostranství a tématu land art.
3. **Skryté město**, jehož hlavní součástí je netradiční průvodce Plzní v aplikaci pro mobilní telefony a dále sousedské procházky.
4. **Továrny na představivost**, kam patřily akce v průmyslových areálech, zejména v DEPO2015.
5. **Jiří Trnka a svět animace** zahrnul dvě výstavy spojené s Trnkovou tvorbou, digitalizaci Trnkova filmu Staré pověsti české a další aktivity.
6. **Gottfried Lindauer** prezentovaný zejména unikátní výstavou portrétů maorských náčelníků a další dvě výstavy inspirované tímto tématem.
7. **Barokní krása Západních Čech** s jedinečnou sérií kulturních akcí v devíti oblastech barokních památek v Plzeňském kraji 9 týdnů baroka.
8. **Kulturní bohatství Plzně**, který představoval rozsáhlou skupinu akcí, které jsou v Plzni tradiční a v programu Plzeň 2015 nemohly chybět.

Mimo vlajkové projekty byly realizovány další ucelené skupiny akcí jako např. EU Japan Fest, Bavorské kulturní dny, Meeting Literature, Departures, Vlak za kulturou či výjezdy Autobusu 2015.

Hlavním cílem výzkumů zaměřených na výsledky kulturního programu Plzeň 2015 bylo:

1. Zjištění zájmu o program vyjádřená **počtem návštěvníků jednotlivých akcí**
2. **Ohlasy na kvalitu akcí**, které byly sledovány ve dvou výzkumech:
  - a. Výzkum bezprostředních ohlasů na vybraných akcích realizovaný týmem evaluace Plzeň 2015. (22) – (40)
  - b. Výzkum názoru na vybrané akce v rámci výzkumu informovanosti, postojů a participace obyvatel provedeného Fakultou ekonomickou ZČU (52)



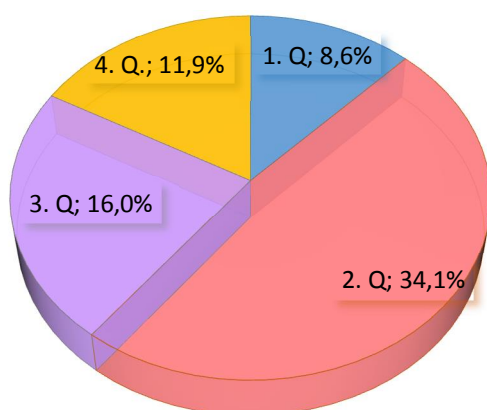
## IV.2 NÁVŠTĚVNOST

### IV.2.1 CELKOVÁ NÁVŠTĚVNOST

Celková návštěvnost **636 akcí** zahrnutých do projektu Plzeň 2015:  
**1.384.060 osob.**

Tento výsledek lze považovat za výjimečný úspěch, protože odhady před rokem 2015 činily cca 600.000 lidí. Počátek roku 2015 nedával z hlediska návštěvnosti důvod k velkorysým odhadům, plánovaná návštěvnost akce Symfonie zvonů na náměstí Republiky 17. ledna zůstala i díky nepřízní počasí na polovině odhadu. Později se ale na základě analýzy dat mobilních operátorů ukázalo, že mnoho lidí na náměstí nešlo a zůstali v jeho sousedství, kde byly velkoplošné projekce zahajovacího ceremoniálu.

Festival světla v únoru byl návštěvnicky velmi úspěšný, očekávání předčila návštěvnost výstav Jiří Trnka: Ateliér a Trnkova zahrada. Ostatní akce v 1. čtvrtletí 2015 však z hlediska návštěvnosti silně nebyly. Významný zlom nastal ve 2. čtvrtletí, které bylo v celém roce z hlediska návštěvnosti nejúspěšnější, jak ukazuje následující graf znázorňující podíl návštěvnosti v jednotlivých čtvrtletích (bez dlouhodobých projektů).



35

© Plzeň 2015

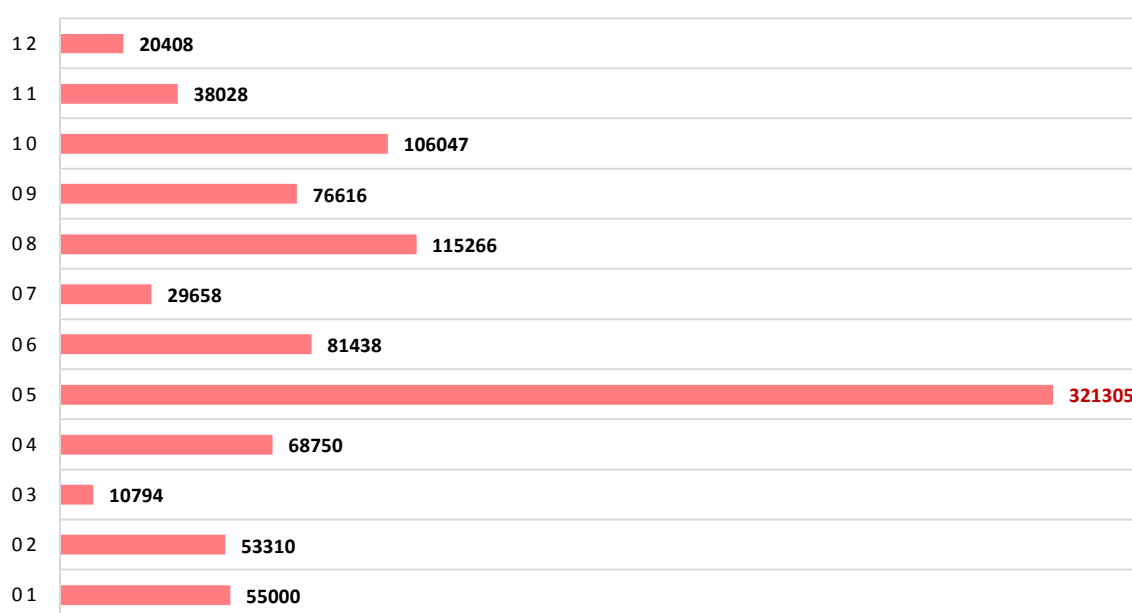
### IV.2.2 TOP 10 AKCÍ PODLE POČTU NÁVŠTĚV

1	Slavnosti svobody	219 100
2	Obří loutky	73 300
3	Pilsner Fest	50 000
4	Živá ulice 2015	47 100
5	Výstavy Ateliér Jiřího Trnky a Trnkova Zahrada 2	45 000
6	Festival světla	43 600
7	Slavnostní zahájení	43 100
8	Fresh festival Plzeň 2015	33 000
9	Historický víkend aneb Strašidla a mumraje plzeňské	30 000
10	Léto v Prazdroji	26 880

Top akcí z hlediska návštěvnosti byly **Slavnosti svobody**. Z dat mobilních operátorů byla zjištěna návštěvnost přes 219 tisíc unikátních návštěvníků. Při zveřejnění prvních odhadů návštěvnosti Slavností svobody, které byly nižší (180 tisíc lidí) a prezentaci této akce jako neúspěšnější, bylo ze strany mnoha lidí zpochybněno „přivlastnění“ Slavností svobody projektem Plzeň 2015 resp. společností Plzeň 2015. Je třeba zmínit, že již v přihlášce do druhého kola soutěže o titul EHMK je uvedeno, že tradiční akce v Plzni budou do programu integrovány a bude pro ně hledána podoba odpovídající kritériím EHMK. Díky spolupráci města Plzně a společnosti Plzeň 2015 se podařilo dát Slavnostem větší rozměr, zejména v doprovodných akcích, což napomohlo tak vysoké návštěvnosti.

#### IV.2.3 NÁVŠTĚVNOST Z HLEDISKA ČASU REALIZACE AKCE

V následujícím grafu je uvedeno rozdělení návštěvnosti dle měsíců (bez dlouhodobých akcí). Je patrná výrazná převaha května, kdy se konala návštěvnicky nejsilnější akce Slavnosti svobody.



© Plzeň 2015

V grafu nejsou uvedeny akce sledované jako dlouhodobé, tedy akce, které přesahovaly do více měsíců. Většinou, zejména u akcí s odhadovanou návštěvností, totiž nebylo možné zjistit návštěvnost podle jednotlivých měsíců. Návštěvnost dlouhodobých akcí činila 415 633 osob. Při pohledu na žebříček návštěvnosti podle času realizace mají dlouhodobé akce jasnou převahu, následovány jsou květnem. Nejslabším měsícem byl březen.

Období	Počet akcí	Návštěvnost	
Dlouhodobé akce	82	407 440	29,4 %
Květen	59	321 305	23,2 %
Srpen	39	115 266	8,3 %
Říjen	69	106 047	7,7 %
Červen	49	81 438	5,9 %
Září	64	76 616	5,5 %
Duben	59	68 750	4,9 %
Leden	34	55 000	4,0 %

<i>Období</i>	<i>Počet akcí</i>	<i>Návštěvnost</i>	
Únor	19	53 310	3,9 %
Listopad	44	38 028	2,7 %
Červenec	41	29 658	2,1 %
Prosinec	38	20 408	1,5 %
Březen	39	10 794	0,8 %

#### IV.2.4 NÁVŠTĚVNOST Z HLEDISKA ŽÁNŘŮ A TÉMAT

Pro vyhodnocení návštěvnosti akcí dle žánrů a témat byly vytvořeny skupiny, které odpovídají žánrovému resp. tematickému zaměření programu Plzeň 2015. Přehled uvádí následující tabulka.

<i>Skupina</i>	<i>Počet akcí</i>	<i>Návštěvnost</i>	
Vícežánrové akce	65	638 604	46,1 %
Výtvarné a digitální umění	66	277 423	20,0 %
Umělecká a dokumentární fotografie	19	89 909	6,5 %
Hudba	202	85 780	6,2 %
Loutkové divadlo	4	80 710	5,8 %
Trhy, gurmánské akce	12	47 994	3,5 %
Akrobacie, sport	9	28 931	2,1 %
Divadlo	47	28 761	2,1 %
Filmové umění a dokumentaristika	12	26 302	1,9 %
Design	6	22 270	1,6 %
Nový cirkus	11	12 307	0,9 %
Participativní a komunitní projekty	54	10 863	0,8 %
Tvorba veřejného prostoru, land art	26	7 312	0,5 %
Literatura, mluvené slovo	41	6 505	0,5 %
Tanec, balet	16	6 365	0,5 %
Společenské akce, zábavy	11	5 297	0,4 %
Jiné	8	3 724	0,3 %
Kulturní politika, management, vzdělávání, diskuse, prezentace	10	2 677	0,2 %
Architektura	17	2 326	0,2 %

V návštěvnosti podle žánrů jednoznačně vedou vícežánrové akce, kam spadají návštěvnicky nejsilnější Slavnosti svobody, Slavnostní zahájení, Živá ulice, Pilsner Fest a další.

Zajímavým ukazatelem spojeným se vztahem návštěvnosti a žánrů je průměrná návštěvnost akce, kterou ukazuje další tabulka. Zde jednoznačně vede loutkové divadlo díky velkému zájmu o akci Obří loutky v Plzni, které zahajovaly festival Skupova Plzeň. Číslo je ovlivněno i tím, že návštěvnost Skupovy Plzně je evidována za celý festival, ne za jednotlivá představení. Analogická situace je ovšem i u dalších festivalů a vícežánrových akcí, takže výsledek nijak nezkrsluje.

<i>Skupina</i>	<i>Průměrná návštěvnost akce</i>
Loutkové divadlo	20 178
Vícežánrové akce	9 825

<i>Skupina</i>	<i>Průměrná návštěvnost akce</i>
Umělecká a dokumentární fotografie	4 732
Výtvarné a digitální umění	4 203
Trhy, gurmánské akce	4 000
Design	3 712
Akrobacie, sport	3 215
Filmové umění a dokumentaristika	2 192
Nový cirkus	1 119
Divadlo	612
Společenské akce, zábavy	482
Jiné	466
Hudba	425
Tanec, balet	398
Tvorba veřejného prostoru, land art	281
Kulturní politika, management, vzdělávání, diskuse, prezentace	268
Participativní a komunitní projekty	201
Literatura, mluvené slovo	159
Architektura	137

#### IV.2.5 NÁVŠTĚVNOST Z HLEDISKA PRODUKCE

38

Na produkci programových akcí v rámci projektu Plzeň 2015 se podílelo samostatně nebo v koprodukcii či spolupráci **250 subjektů**

Z výše uvedeného počtu bylo **37 subjektů zahraničních**, nejvíce z Bavorska. Největším producentem z hlediska počtu akcí i návštěvnosti byla společnost Plzeň 2015.

Plzeň 2015 produkovala samostatně nebo ve spojení s jinými subjekty **208 akcí s celkovou návštěvností 713 600 osob**

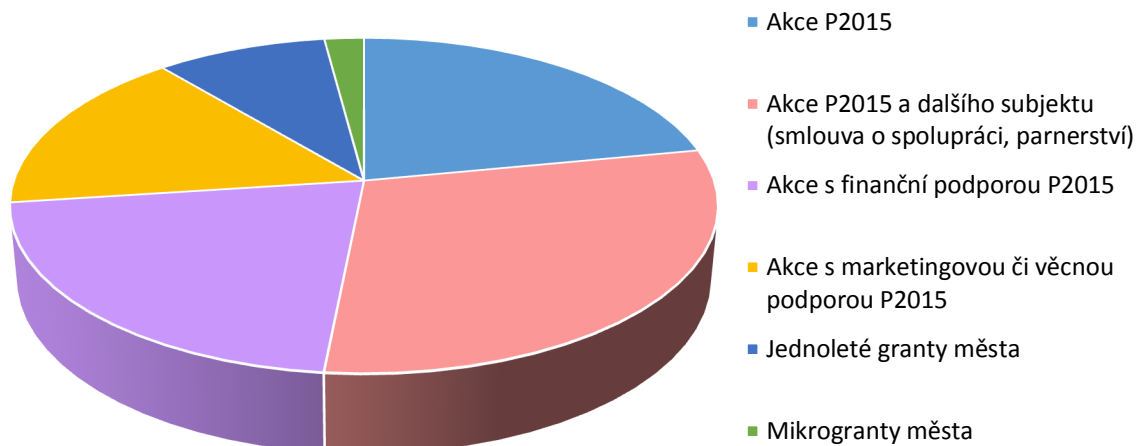
Důležitým subjektem produkce bylo **město Plzeň**, které se přímo podílelo na produkci deseti akcí, jejichž návštěvnost byla **243 200 osob**. Zde hraje roli akce s největší návštěvností Slavnosti svobody produkované právě městem.

Na produkci TOP 10 akcí z hlediska návštěvnosti se dále podíleli Pigs Production (Fresh festival), Nadace 700 let Města Plzně s RLA Stallion (Historický víkend), ArtProm (Obří loutky), Art Prometheus (Živá ulice), Plzeňský Prazdroj (Pilsner fest, léto v Prazdroji), Animánie o.s. ve spolupráci s Galeríí města Plzně a Galeríí Jiřího Trnky (Ateliér Jiřího Trnky).

Pro vyjádření vztahu pořadatele akce a projektu Plzeň 2015 byly vytvořeny skupiny dle forem zapojení Plzeň 2015. Přehled forem a k nim vztažených počet akcí a návštěvnost jsou uvedeny v následující tabulce a grafu.

<i>Skupina dle formy zapojení Plzeň 2015</i>	<i>Počet akcí</i>	<i>Návštěvnost</i>	
Akce Plzeň 2015	129	303 964	22,0 %
Akce v kooperaci Plzeň 2015 a dalšího subjektu	79	409 643	29,6 %
Akce s finanční podporou Plzeň 2015	148	295 668	21,4 %

Akce s marketingovou či věcnou podporou Plzeň 2015	197	221 323	16,0 %
Jednoleté granty města (akce podpořené pouze z tohoto zdroje)	52	124 679	9,0 %
Mikrogranty města	31	28 783	2,1 %



© Plzeň 2015

#### IV.2.6 NÁVŠTĚVNOST Z HLEDISKA PROGRAMOVÉ STRUKTURY

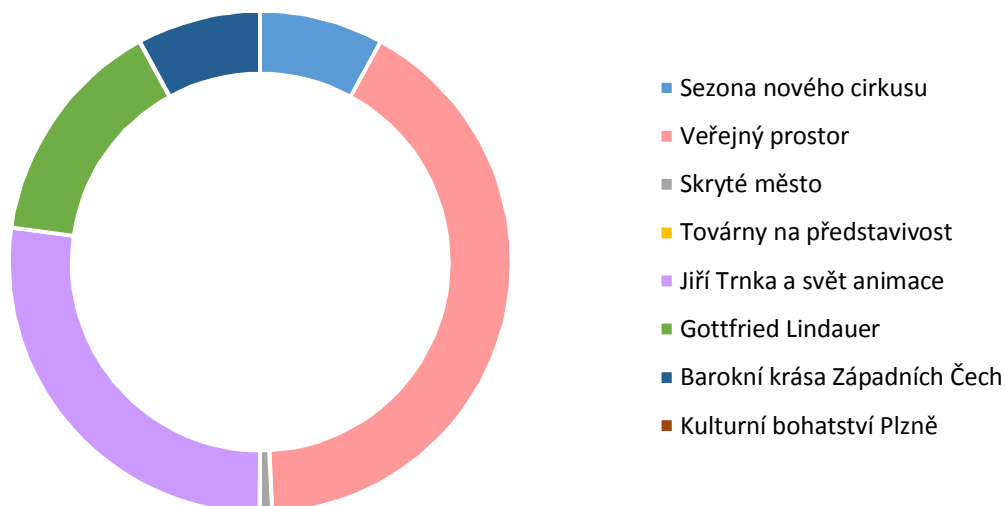
V souvislosti se zmíněnou strukturou programu byla provedena analýza návštěvnosti vlajkových projektů a dalších projektů s mezinárodním přesahem – Japan Fest 2015, Bavorské kulturní dny, Meeting Literature a Hudební mosty. V případě, že akce spadala pod více vlajkových projektů, byl proveden výběr jednoho příslušného projektu.

39

<i>Vlajkový projekt</i>	<i>Počet akcí</i>	<i>Návštěvnost</i>
Sezona nového cirkusu	10	13 417
Veřejný prostor	52	69 661
Skryté město	31	1 365
Továrny na představitost	32	76 516
Jiří Trnka a svět animace	5	45 853
Gottfried Lindauer	3	24 992
Barokní krása Západních Čech	6	13 449
Kulturní bohatství Plzně	87	300 390

<i>Projekt</i>	<i>Počet akcí</i>	<i>Návštěvnost</i>
EU Japan Fest	27	17 352
Bavorské kulturní dny	7	25 000
Meeting Literature	14	523
Hudební most	18	2 857

Z vlajkových projektů byl nejúspěšnější projekt Kulturní bohatství Plzně, neboť zahrnul řadu návštěvnicky atraktivních akcí, které mají tradici a stabilizovaný okruh účastníků. Výrazným úspěchem je druhé místo vlajkového projektu věnovaného Jiřímu Trnkovi.



© Plzeň 2015

### IV.3 BEZPROSTŘEDNÍ OHLASY NA KVALITU AKCÍ

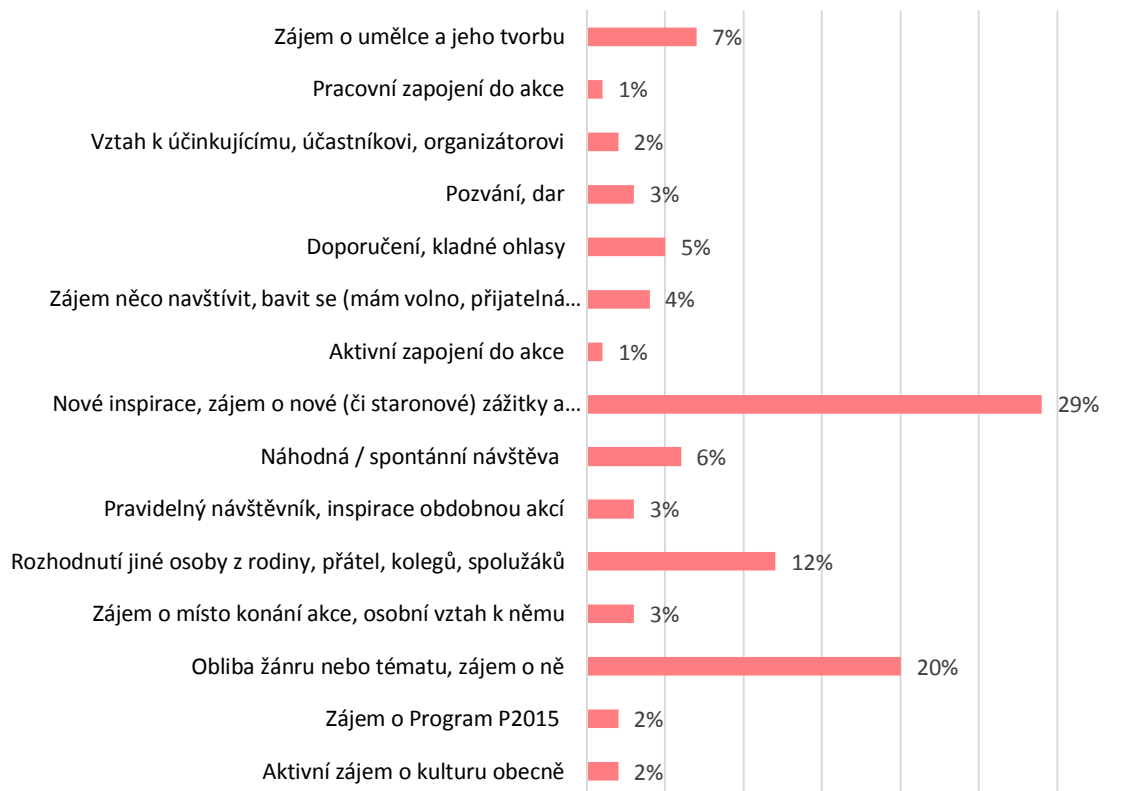
Údaje o bezprostředních ohlasech na akce jsou čerpány z průběžného výzkumu ohlasů realizovaného týmem evaluace společnosti Plzeň 2015. ( kap. II.3.2)

#### IV.3.1 MOTIVACE K ÚČASTI NA AKCI

Nejvýznamnější formou motivace k účasti na akci byl zájem o poznání nových věcí, nových inspirací či zvědavost (29 %), na dalším místě je obliba žánru či tématu a jeho systematické sledování (20 %). Třetí příčku obsadili respondenti, kteří se k účasti rozhodli proto, že byli přemluveni lidmi ze svého okolí (15 %).

40

Motivace	Podíl respondentů
Aktivní zájem o kulturu obecně	2%
Zájem o Program P2015	2%
Obliba žánru nebo tématu, zájem o ně	20%
Zájem o místo konání akce, osobní vztah k němu	3%
Rozhodnutí jiné osoby z rodiny, přátel, kolegů, spolužáků	12%
Pravidelný návštěvník, inspirace obdobnou akcí	3%
Náhodná / spontánní návštěva	6%
<b>Nové inspirace, zájem o nové (či staronové) zážitky a poznatky</b>	<b>29%</b>
Aktivní zapojení do akce	1%
Zájem něco navštívit, bavit se (mám volno, přijatelná cena ...)	4%
Doporučení, kladné ohlasy	5%
Pozvání, dar	3%
Vztah k účinkujícímu, účastníkovi, organizátorovi	2%
Pracovní zapojení do akce	1%
Zájem o umělce a jeho tvorbu	7%



© Plzeň 2015

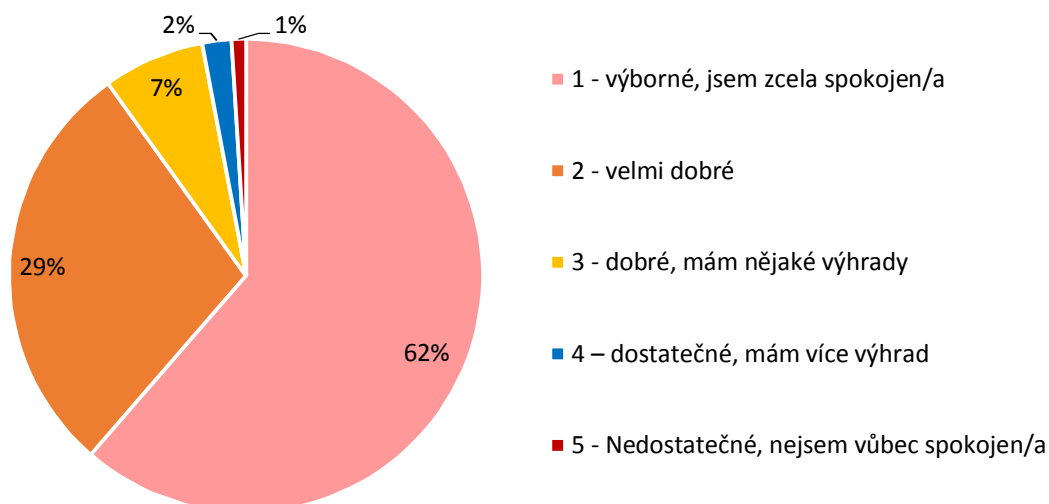
#### IV.3.2 KVALITATIVNÍ HODNOCENÍ

41

Kvalitativní hodnocení prováděli dotazovaní známkováním akcí ve stupnici od 1 do 5.

**Program dostal průměrnou známku 1,5**

Hodnocení	Podíl respondentů
1 - výborné, jsem zcela spokojen/a	62 %
2 - velmi dobré	29 %
3 - dobré, mám nějaké výhrady	7 %
4 - dostatečné, mám více výhrad	2 %
5 - nedostatečné, nejsem vůbec spokojen/a	1 %

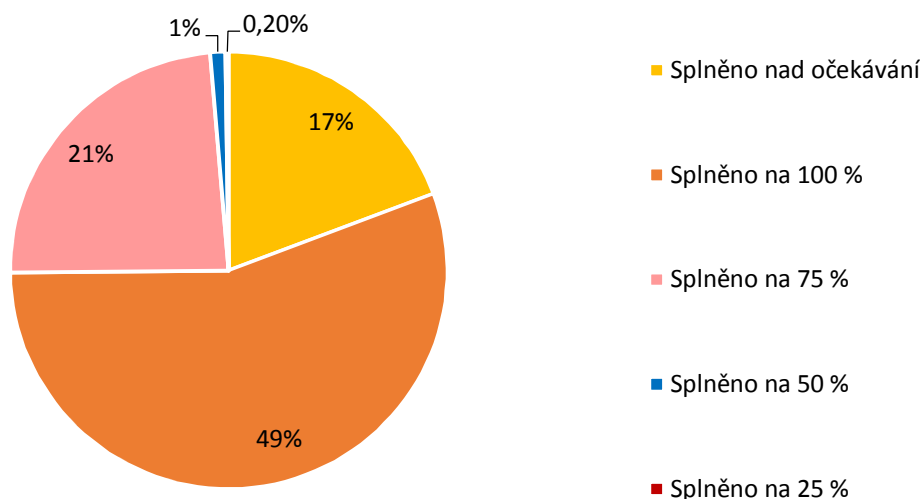


© Plzeň 2015

Součástí zjišťování spokojenosti byly také dotazy směřující k naplnění očekávání, se kterými účastníci na akci přišli. 5 % z dotazovaných nemělo žádná očekávání. Zbylých 95 % se vyjádřilo následovně.

Hodnocení	Podíl respondentů
Splněno nad očekávání	17 %
Splněno na 100 %	49 %
Splněno na 75 %	21 %
Splněno na 50 %	1 %
Splněno na 25 %	0,2 %

42



© Plzeň 2015

### IV.3.3 ZÁVĚRY

Souhrnné závěry hodnocení uvedené v předchozí kapitole ukazují na poměrně kladný ohlas na jednotlivé akce. Jednalo o průzkum zaměřený na účastníky akce, tedy na osoby, které nejsou ve



vztahu k hodnocení zcela nezávislé, nelze však tvrdit, že by šlo o výsledky zkreslené. Cílem průzkumu bylo získat bezprostřední názor na představení, která nebyla zcela běžná, většinou přinášela novinky nebo nové ztvárnění témat. Navíc, většina účastníků nešla na akci s jasnou představou toho, co zažijí, protože motivací většiny respondentů byla touha po nových zážitcích a zvědavost.

Obecně platí, že akce s malým počtem účastníků (např. literární čtení, hra *Sám mezi lidmi*, přednášky *Pěstuj prostor*) byly hodnoceny lépe, většinou známkami 1 a 2, neboť diváci byli k tématu či žánru zájmově vyhraněnější. Stejně tak se dá zobecnit fakt, že respondenti v naprosté většině případů oceňovali, pokud představení přinesla něco neočekávaného, nového a zejména excelentní výkony účinkujících.

Strhující akrobatické výkony, profesionální provedení ve spojení s humorem a energií performerů byly hlavní ohlasy na všechna představení z vlajkového projektu **Sezóna nového cirkusu**. Pro většinu diváků šlo o první setkání s novým cirkusem, přesto byla naprostá většina řada představení hodnocena zcela bez výhrad (Dimitri, Trotolla, Magda Clan, PSiRC) nebo jen s drobnými ojedinělými výhradami technickému zabezpečení (např. tvrdé sedačky, nesnadná orientace, apod.).

Pozitivní byly ohlasy na akce v rámci **Japan Festu 2015**. Zahajovací koncert Kyoto Symphony Orchestra nadchl všechny dotazované, nebyl zaznamenán žádný negativní ohlas. Další hodnocené akce byly rovněž přijímány bez výhrad (Malé divadlo Kjógen, *Písečná žena*) resp. s výhradami, které se netýkaly vlastního představení ani jeho organizace (např. velké horko). Mírně rozpačitě byl přijímán projekt Ryoji Ikeda - *Test Pattern [N°7]*, který byl pro některé návštěvníky neuchopitelný.

Výstava **Gottfried Lindauer** byla přijata s očekáváním pozitivně a stala se s téměř 18 000 návštěvníky historicky nejúspěšnější výstavou Západočeské galerie. Z 250 respondentů se jen 10 vyjádřilo negativně k některým, zejména technickým aspektům. Účastníci ocenili kromě výjimečnosti výstavy a díla Lindauera i komplexnost a výpravnost výstavy, dostatek informací. Z negativ lze citovat výhradu k osvětlení výstavní síně (která zazněla také u výstavy *Mnichov – zářící metropole umění*), málo informací o Novém Zélandu, dlouhé popisy apod.

Projekt prezentace osoby Jiřího Trnky na dvou výstavách byl též hodnocen velmi dobře. Výstava **Ateliér Jiřího Trnky** měla od 104 respondentů kladné ohlasy, 7 návštěvníků se vyjádřilo negativně k některým technickým aspektům, jako špatné nasvícení, příliš malé písmo popisů apod. **Trnkova Zahrada 2** vyvolala více polemickou reakci. Jednoznačně kladně byly hodnoceny možnosti pro děti volně si užít interaktivní hry a výtvarné a technické zpracování. Naopak výhrady vyplývaly z faktu, že výstava byla příliš orientována na malé děti, což nebylo nikde avizováno a dospělí neměli příležitost se zde zabavit (pokud neměli duši věčného dítěte).

**Slavnostní zahájení** bylo hodnoceno poměrně rozporuplně, zejména s ohledem na striktní omezení na náměstí, špatnou viditelnost na dění na molu a nepochopení děje. Hodnocení účastníků nekoresponduje s pozitivním přijetím zahájení v českých i zahraničních médiích.

**Festival světla a Obří loutky** přinesly do Plzně nový formát venkovních akcí, kdy je ve městě více zastávek, které je žádoucí obejít, aby návštěvník získal ucelený obraz. Množství lidí, nepřehledná situace, špatná navigace, nedostatek občerstvení a špatně nasvícené pěšími cesty (zejména z DEPO2015 na plovárnu při Festivalu světla) byly kameny úrazu jinak po stránce uměleckého přínosu velmi dobře přijatých akcí.

Výzkum spokojenosti ukázal, že účastníci akcí jsou většinou velmi otevření novým kulturním zážitkům, vyžadují však špičkové a profesionální výkony. Méně velkorysí jsou k organizačním a technickým nedostatkům, a reagují velmi citlivě na „nepohodlí“, které jim brání v plnohodnotném prožití uměleckého díla.

Přes výhrady se respondenti vyjádřili z **93 %** pro pokračování nebo opakování akcí, které byly předmětem výzkumu.

#### **IV.4 EX POST OHLASY NA VYBRANÉ AKCE A HODNOCENÍ PROGRAMU**

##### **IV.4.1 VÝSTUPU Z VÝZKUMU INFORMOVANOSTI, POSTOJŮ A PARTICIPACE OBYVATEL MĚSTA PLZEŇ NA PROJEKTU PLZEŇ 2015**

V rámci poslední vlny výzkumu informovanosti, postojů a participace obyvatel města Plzně na projektu Plzeň 2015 ( kap. II.3.7) zjišťoval výzkumný tým Střediska pro regionální výzkum ZČU řadu aspektů vztahu Plzeňanů a obyvatel kraje k projektu Plzeň 2015.

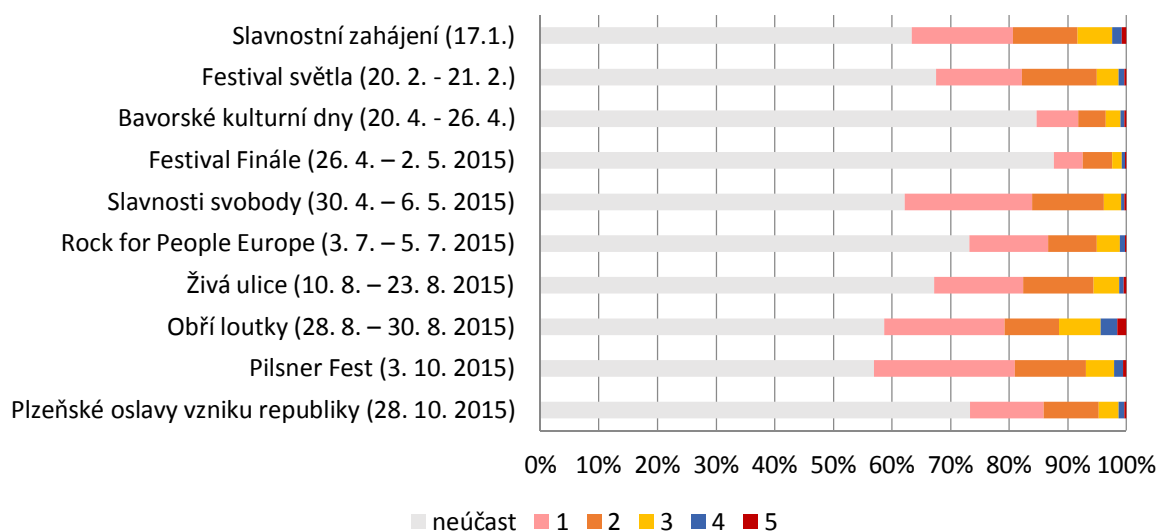
V oblasti ex post hodnocení akcí se průzkum zaměřil na názory respondentů na deseti vybraných nejvýznamnějších akcí EHMK, které byly dohodnuty se zadavatelem a byly zařazeny též do výzkumu ekonomických efektů návštěvnosti. ( kap. II.3.13,, II.3.14)

Pokud se respondenti vybraných akcí účastnili, měli uvést spokojenost s akcí (oznámkovat 1 až 5), a dále uvést, které akce by rádi zachovali i do budoucnosti. Dále byli dotazováni na celkovou reflexi programu.

Výsledky uvádí následující tabulka a grafy.

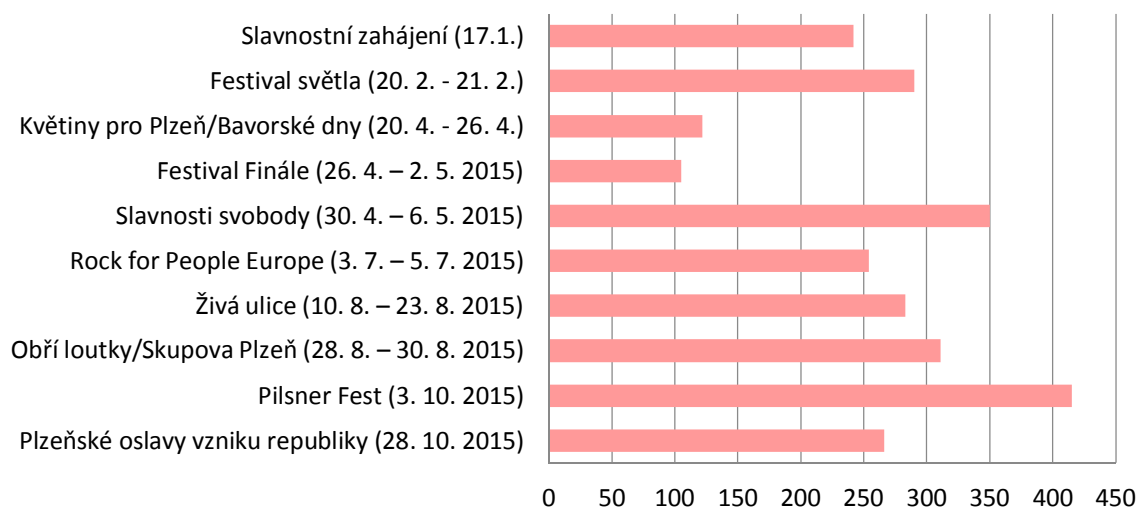
<b>Akce</b>	<b>Neúčast</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>Zachovat</b>
Slavnostní zahájení (17.1.)	61,5%	16,7%	10,7%	5,7%	1,6%	0,8%	24,2%
Festival světla (20. 2. - 21. 2.)	65,4%	14,1%	12,4%	3,6%	0,9%	0,4%	29,0%
Bavorské kulturní dny (20. 4. - 26. 4.)	81,2%	6,8%	4,5%	2,4%	0,7%	0,3%	12,2%
Festival Finále Plzeň (26. 4. – 2. 5. 2015)	84,0%	4,7%	4,9%	1,5%	0,6%	0,2%	10,5%
Živá ulice (10. 8. – 23. 8. 2015)	65,4%	14,8%	11,7%	4,3%	0,7%	0,5%	28,3%
Slavnosti svobody (30. 4. – 6. 5. 2015)	60,7%	21,2%	11,9%	2,9%	0,6%	0,3%	35,0%
Rock for People Europe (3. 7. – 5. 7. 2015)	70,1%	12,9%	8,0%	3,7%	0,9%	0,2%	25,4%
Obří loutky (28. 8. – 30. 8. 2015)	57,2%	19,9%	9,1%	6,9%	2,8%	1,5%	31,1%
Pilsner Fest (3. 10. 2015)	55,4%	23,5%	11,8%	4,7%	1,4%	0,6%	41,5%
Plzeňské oslavy vzniku republiky (28. 10. 2015)	70,5%	12,1%	9,1%	3,2%	1,0%	0,3%	26,6%

### Účast na akcích a jejich hodnocení



© SVRR ZČU

### Zachování akcí do budoucna



© SVRR ZČU

### Průměrná známka akcí

Akce	Průměrná známka
Slavnosti svobody (30. 4. – 6. 5. 2015)	1,6
Pilsner Fest (3. 10. 2015)	1,7
Rock for People Europe (3. 7. – 5. 7. 2015)	1,7
Festival světla (20. 2. - 21. 2.2015)	1,8
Živá ulice (10. 8. – 23. 8. 2015)	1,8
Plzeňské oslavy vzniku republiky (28. 10. 2015)	1,8
Slavnostní zahájení (17. 1.2015)	1,8

<i>Akce</i>	<i>Průměrná známka</i>
Květiny pro Plzeň/Bavorské dny (20. 4. - 26. 4.2015)	1,9
Festival Finále Plzeň (26. 4. – 2. 5. 2015)	1,9
Obří loutky/Skupova Plzeň (28. 8. – 30. 8. 2015)	1,9

### Komentář k hodnocení vybraných akcí

Z hlediska hodnocení 10 vybraných nejvýznamnějších akcí pořádaných v rámci projektu Plzeň 2015 byl respondenty nejvíce navštívenou akcí tradiční Pilsner Fest. Toto zjištění nekorresponduje se skutečnou zjištěnou návštěvností akcí. ( IV.2). Obdržel největší počet jedniček (absolutně) a nejvíce respondentů by si jí přálo zachovat. Na druhém místě skončila další tradiční plzeňská akce Slavnosti svobody, která byla druhou nejvíce navštívenou a také druhou v pořadí z hlediska přání zachování do budoucna. Od účastníků dostala dokonce relativně více jedniček, než dostal Pilsner Fest.

Obří loutky, které byly respondenty třetí nejčastěji uváděnou akcí v otázce zachování akcí, avšak při hodnocení obdržela velké relativní množství jedniček, ale také největší relativní počet čtyřek a pětěk (ve srovnání s ostatními akcemi). Poměrně dobře si vede i nová akce Festival světla, která byla čtvrtá nejčastěji jmenovaná s ohledem na zachování do budoucna a také poměrně hojně navštívená. Z hlediska relativního počtu jedniček od návštěvníků však vychází spíše průměrně až podprůměrně.

Z opačného konce se jako nejhůře hodnocená jeví akce Festival Finále, kterou si přeje zachovat nejméně respondentů. Tato akce byla respondenty také nejméně navštívená (jedná se o poměrně malou akci ve srovnání s ostatními).

46

Druhou nejméně zmiňovanou v otázce zachování akcí a nejméně navštívenou byla akce Květiny pro Plzeň v rámci Bavorských kulturních dnů. Tato akce od svých účastníků dostala relativně více jedniček než Festival světla.

Celkově byl program EHMK hodnocen nejčastěji známkou 2 (45 %), dále známkou 3 (27 %) a známkou 1 (21 %). Také zde však hraje svou roli vztah respondenta ke kultuře (čím lepší vztah, tím lepší hodnocení programu).

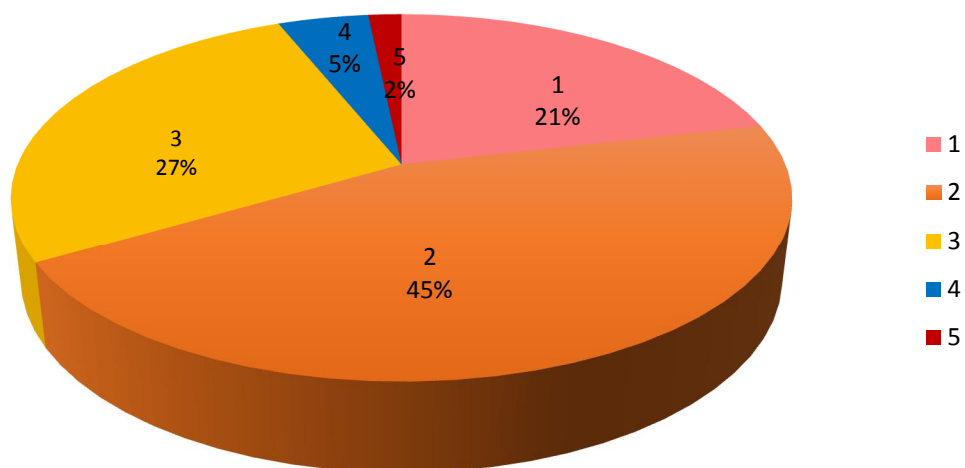
Z hlediska bydliště respondenta byli více spokojeni obyvatelé Plzně, obyvatelé ve věkové skupině 25 - 44 let a matky/otcové na rodičovské dovolené.

**Celková průměrná známka udělená respondenty tohoto výzkumu byla 2,198.**

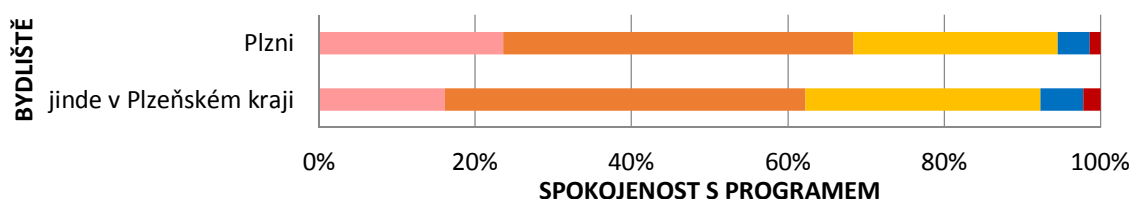
Důvod, proč se tato známka výrazně odlišuje od známky udělené účastníky akcí při hodnocení bezprostředně po akci ( IV.3), spočívá pravděpodobně v tom, že se týká jen deseti vybraných akcí. Navíc je pravděpodobné, že hodnocení po akci bylo více spontánní a nezatížené pozdějšími vlivy, které mohly bezprostřední dojem zamlžit.

### Spokojenost s programem

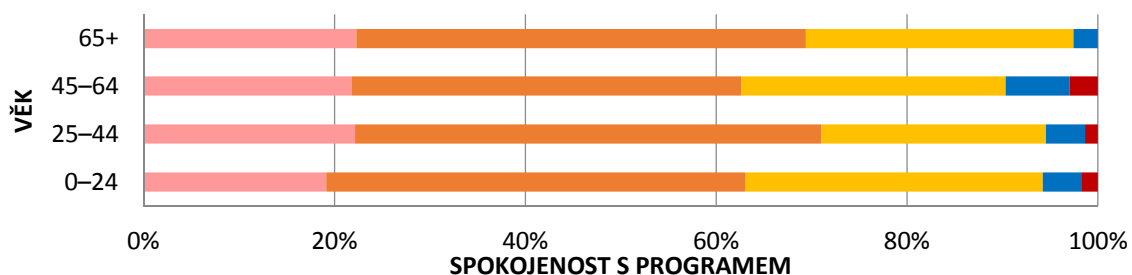
Respondenti výzkumu hodnotili známkami 1 až 5 celkovou spokojenost s programem. Grafy kormě celkového hodnocení ukazují souvislosti mezi spokojeností a, bydlištěm, věkem a sociálním postavením respondentů a vztahem ke kultuře.



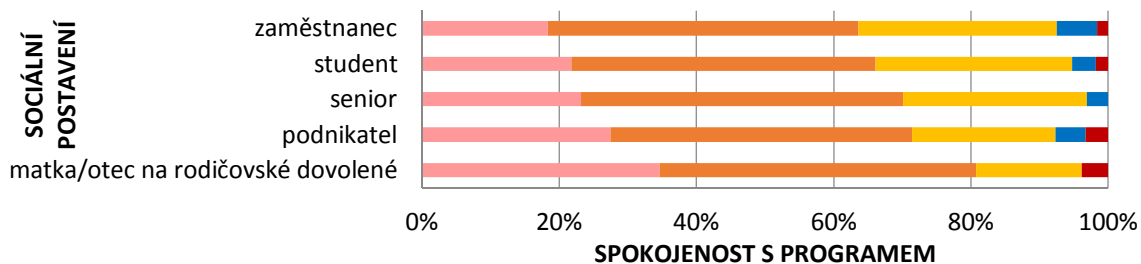
© SVRR ZČU



© SVRR ZČU



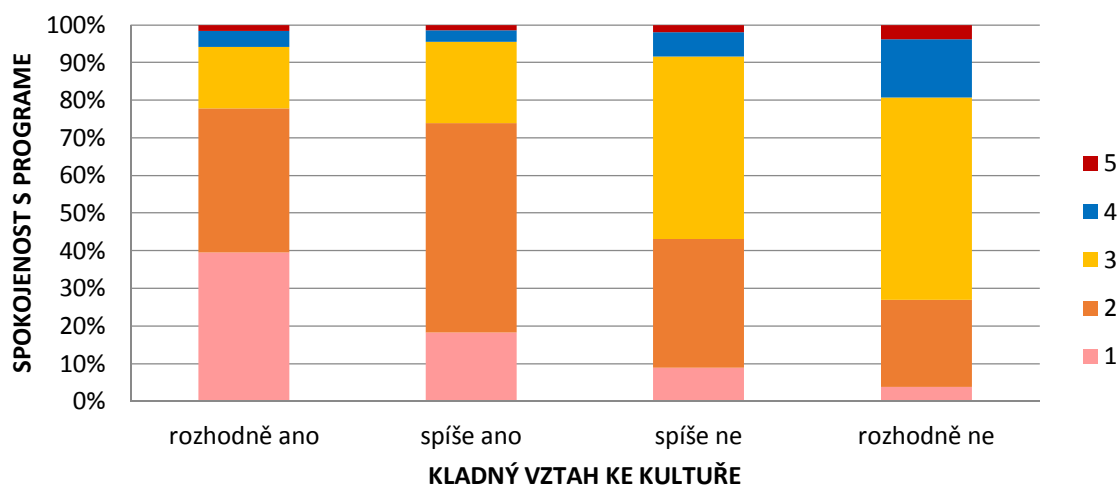
© SVRR ZČU



© SVRR ZČU

Z uvedených odpovědí vyplývá, že obyvatelé byli s projektem značně spokojeni. 2/3 respondentů (66 %) ohodnotilo projekt známkou 1 nebo 2. Negativní známku (4 a 5) udělilo pouze 7 % respondentů. Respondenti byli při hodnocení významným způsobem ovlivněni svým vlastním postojem ke kultuře. Celkově vyšší míru spokojenosti vyjadřovali obyvatelé města Plzně než obyvatelé jiných částí Plzeňského kraje. Rovněž spokojenost s rozmanitým kulturním programem byla vysoká. Šesti žánrům z devíti udělilo minimálně 80 % respondentů známku 1 nebo 2.

S rostoucím zájmem o kulturu rostla také spokojenost s projektem.

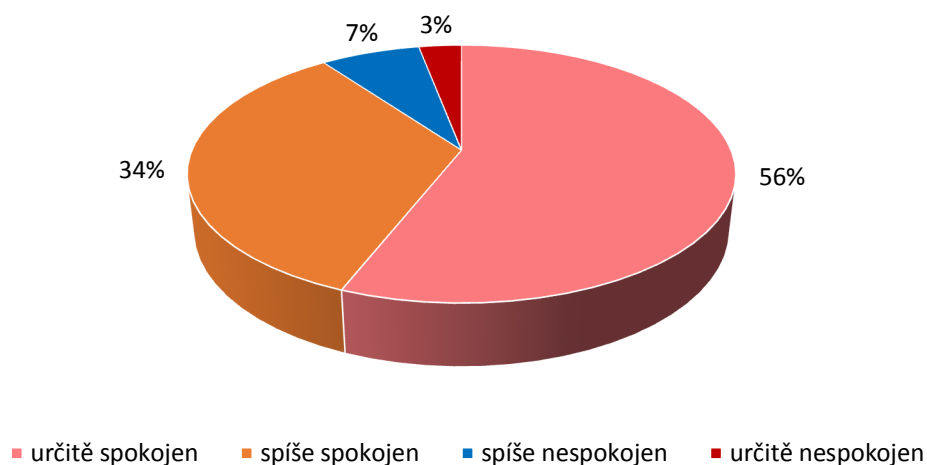


© SVRR ZČU

#### IV.4.1 VÝSTUPY Z VÝZKUMU SPOKOJENOSTI A ZPĚTNÉ VAZBY

Výzkum spokojenosti a zpětné vazby provedl evaluační tým Plzeň 2015 v prosinci 2015 ( kap. II.3.9) a oslovil při něm respondenty výzkumu očekávání spojeného s distribucí Knihy 2. Formou on-line dotazníku byli respondenti dotazováni na spokojenost s akcemi a s programem jako celkem.

Z 200 respondentů se alespoň jedné akce z programu Plzeň 2015 účastnilo 96 %. Nejčastěji respondenti uváděli akce Slavnostní zahájení projektu, Festival světla a Obří loutky v Plzni. Z dalších akcí byla zmíněna představení nového cirkusu, výstavy na téma Jiřího Trnky, koncerty v hudebních klubech, festival Rock for People Europe, 9 týdnů Baroka a výtvarný kolotoč Le Manège Carré Senart. Respondenti vyjádřili následující spokojenost s akcemi.



© Plzeň 2015

Výzkum ex post názorů na navštívené akce potvrdil celkově velkou spokojenost s navštívenými akcemi. V pozitivním sektoru se nachází odpovědi 90 % respondentů.

#### IV.4.2 ZÁVĚRY

Výzkumy zahrnující zjištění ex post názorů na akce prokázal výraznou převahu spokojenosti, i když hodnocení není tak výrazně pozitivní, jako hodnocení bezprostředně po akci.

Detailní analýza výsledků výzkumů ukazuje, že nespokojenost se dotýká spíše technického a organizačního zabezpečení akcí, než programu samotného. To se projevilo zejména u nových akcí, jako Festival světla a Obří loutky, u kterých nebylo v organizaci možné uplatnit zkušenosti z minulých ročníků.

## V. TURISMUS

### V.1 ÚVOD

Nárůst počtu turistů ve městě, které realizuje projekt EHMK a ekonomické efekty z tohoto nárůstu jsou prokazatelné doložitelné ve všech Evropských městech kultury.

Plzeň již v období kandidatury a v přípravném období prezentovala očekávané pozitivní výsledky v oblasti turismu. V marketingové strategii projektu (17) připravené v první polovině roku 2014 byl specifikován cíl v oblasti cestovního ruchu a to nárůst počtu přenocování turistů o 30 % oproti roku 2013 (před zahájením komunikačních aktivit

Na oblast návštěvnosti města a turismu se zaměřily tři výzkumy zajišťované organizací Plzeň – TURISMUS. Údaje o počtu hostů (příjezdů) a počtu přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních, což jsou zásadní ukazatele cestovního ruchu sledované Českým statistickým úřadem (ČSÚ) a zveřejňované do úrovně krajů, poskytli zástupci Krajské správy ČSÚ v Plzni pravidelné čtvrtletní výstupy počtu příjezdů a počtu přenocování až do úrovně města a to od roku 2012 do roku 2015 ( kap. II.3.3).

Další průzkum se týkal zjišťování základních údajů o turistech, jejich motivaci k návštěvě a dalších aspektů. ( kap. II.3.4).

Třetí výzkum se týkal celkové návštěvnosti města (nejen turistů v hromadných ubytovacích zařízeních). Byl realizován v rámci komplexního projektu Plzeň – TURISMUS, Czech Tourism, Plzeň 2015, CE-Traffic, Českého statistického úřadu v Plzni, Economic impacT a Střediska pro výzkum regionálního rozvoje Západočeské univerzity. Výstupem je ekonomické zhodnocení efektů návštěvnosti ( kap. II.3.13, II.3.14).

Vedle těchto tří základních datovýchází týkajících se turismu existuje řada dílčích informací v dalších průzkumech a v datech shromažďovaných městskou správou zejména v oblasti návštěvnosti turistických cílů.

### V.2 NÁVŠTĚVNOST HROMADNÝCH UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ

#### V.2.1 VÝVOJ NÁVŠTĚVNOSTI HROMADNÝCH UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ 2012 - 2015

##### Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení

Území	Hosté	Nerezidenti	Rezidenti	Přenocování	Nerezidenti	Rezidenti
<b>2012</b>						
ČR celkem	15 098 817	7 647 044	7 451 773	43 278 457	21 793 985	21 484 472
Plzeňský kraj	595 138	204 492	390 646	1 533 748	433 652	1 100 096
Okres PM	213 524	126 251	87 273	389 939	234 205	155 734
<b>Plzeň</b>	<b>211 315</b>	<b>125 766</b>	<b>85 549</b>	<b>385 507</b>	<b>233 279</b>	<b>152 228</b>
<b>2013</b>						
ČR celkem	15 407 671	7 851 865	7 555 806	43 308 279	22 144 896	21 163 383
Plzeňský kraj	558 797	186 668	372 129	1 469 388	390 427	1 078 961
PM	206 675	120 592	86 083	374 284	218 312	155 972
<b>Plzeň</b>	<b>204 385</b>	<b>120 281</b>	<b>84 104</b>	<b>369 436</b>	<b>217 653</b>	<b>151 783</b>

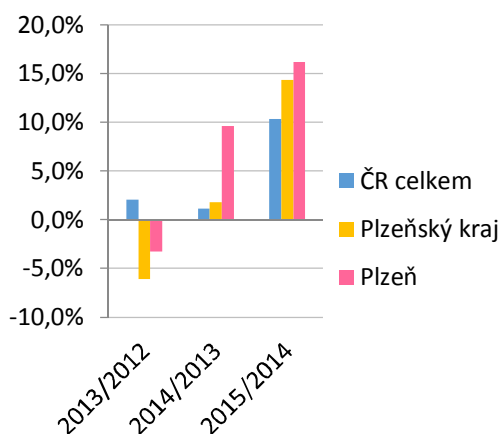


Území	Hosté	Nerezidenti	Rezidenti	Přenocování	Nerezidenti	Rezidenti
<b>2014</b>						
ČR celkem	15 587 076	8 095 885	7 491 191	42 946 929	22 110 112	20 836 817
Plzeňský kraj	568 746	202 596	366 150	1 464 671	435 476	1 029 195
PM	226 413	135 552	90 861	438 109	256 678	181 431
<b>Plzeň</b>	<b>224 004</b>	<b>134 892</b>	<b>89 112</b>	<b>434 085</b>	<b>255 449</b>	<b>178 636</b>
<b>2015</b>						
ČR celkem	17 195 550	8 706 913	8 488 637	47 093 906	23 286 515	23 807 391
Plzeňský kraj	650 250	234 673	415 577	1 717 331	502 988	1 214 343
PM	262 570	159 693	102 877	497 305	306 237	191 068
<b>Plzeň</b>	<b>260 183</b>	<b>158 998</b>	<b>101 185</b>	<b>492 982</b>	<b>304 807</b>	<b>188 175</b>

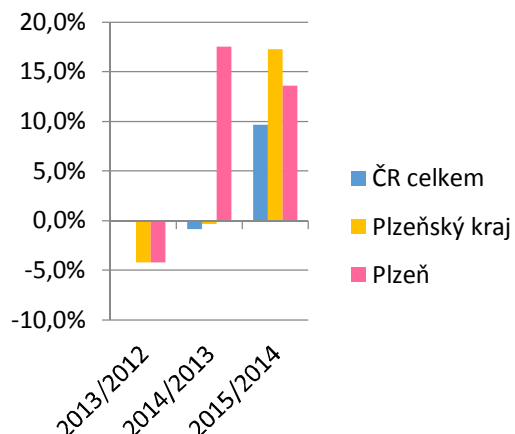
#### Meziroční změny návštěvnosti hromadných ubytovacích zařízení

Území	Hosté	Nerezidenti	Rezidenti	Přenocování	Nerezidenti	Rezidenti
<b>Index 2013/2012</b>						
ČR celkem	102,0%	102,7%	101,4%	100,1%	101,6%	98,5%
Plzeňský kraj	93,9%	91,3%	95,3%	95,8%	90,0%	98,1%
Okres PM	96,8%	95,5%	98,6%	96,0%	93,2%	100,2%
<b>Plzeň</b>	<b>96,7%</b>	<b>95,6%</b>	<b>98,3%</b>	<b>95,8%</b>	<b>93,3%</b>	<b>99,7%</b>
<b>Index 2014/2013</b>						
ČR celkem	101,2%	103,1%	99,1%	99,2%	99,8%	98,5%
Plzeňský kraj	101,8%	108,5%	98,4%	99,7%	111,5%	95,4%
PM	109,6%	112,4%	105,6%	117,1%	117,6%	116,3%
<b>Plzeň</b>	<b>109,6%</b>	<b>112,1%</b>	<b>106,0%</b>	<b>117,5%</b>	<b>117,4%</b>	<b>117,7%</b>
<b>Index 2015/2014</b>						
ČR celkem	110,3%	107,5%	113,3%	109,7%	105,3%	114,3%
Plzeňský kraj	114,3%	115,8%	113,5%	117,3%	115,5%	118,0%
PM	116,0%	117,8%	113,2%	113,5%	119,3%	105,3%
<b>Plzeň</b>	<b>116,2%</b>	<b>117,9%</b>	<b>113,5%</b>	<b>113,6%</b>	<b>119,3%</b>	<b>105,3%</b>
<b>Index 2015/2013</b>						
ČR celkem	111,6%	110,9%	112,3%	108,7%	105,2%	112,5%
Plzeňský kraj	116,4%	125,7%	111,7%	116,9%	128,8%	112,5%
PM	127,0%	132,4%	119,5%	132,9%	140,3%	122,5%
<b>Plzeň</b>	<b>127,3%</b>	<b>132,2%</b>	<b>120,3%</b>	<b>133,4%</b>	<b>140,0%</b>	<b>124,0%</b>

Meziroční změny: Hosté

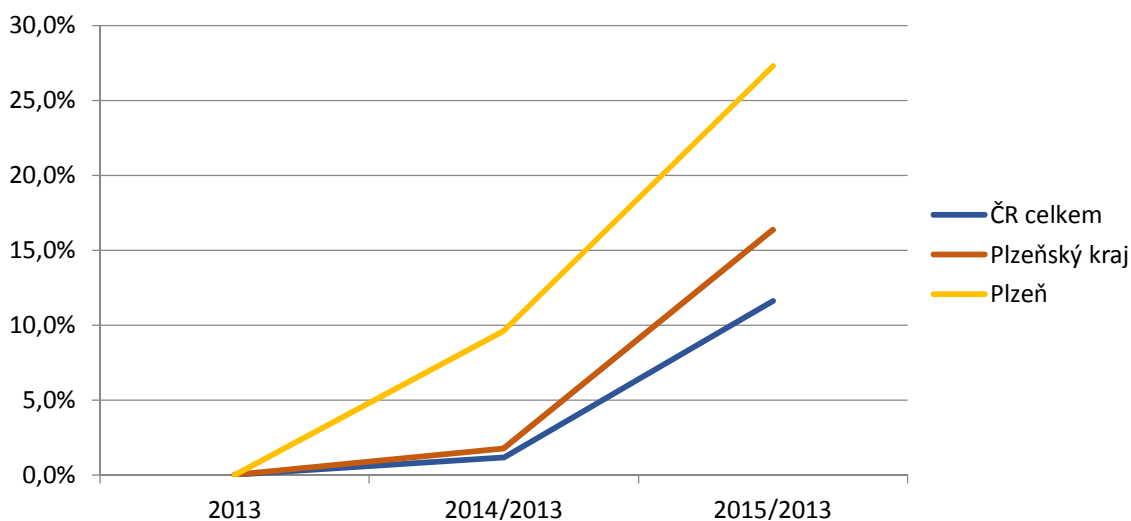


Meziroční změny: Přenocování



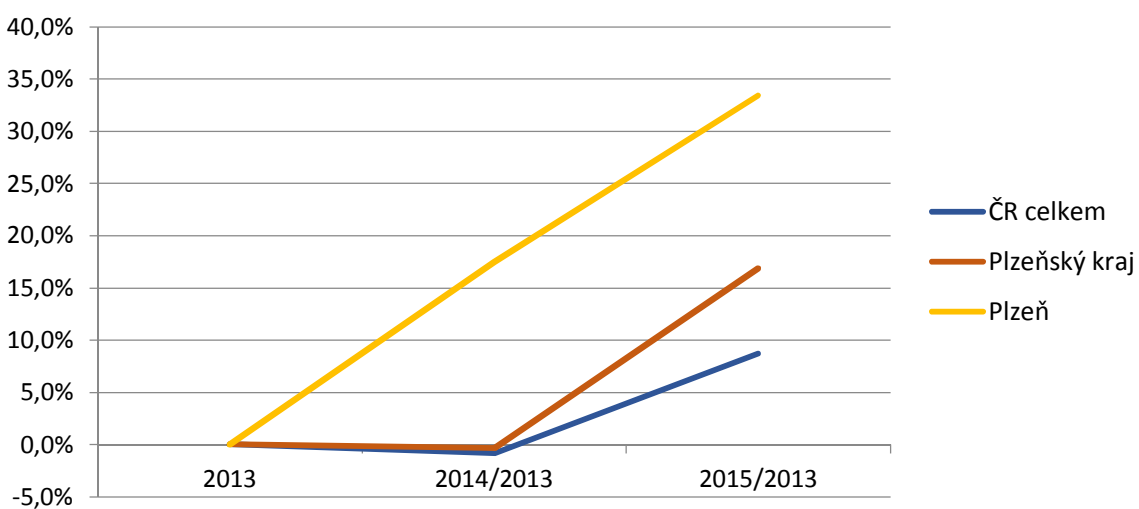
© Plzeň 2015 dle dat ČSÚ

Vývoj 2013-2015: Hosté



© Plzeň 2015 dle dat ČSÚ

Vývoj 2013-2015: Přenocování



© Plzeň 2015 dle dat ČSÚ

### **Hosté hromadných ubytovacích zařízení v Plzni letech 2013-2015 podle země bydliště**

	2013	2014	Index 14/13	2015	Index 15/14	Index 15/13
Počet hostů	204 385	224 004	109,6%	260 183	116,2%	127,3%
Rezidenti	84 104	89 112	106,0%	101 185	113,5%	120,3%
Nerezidenti	120 281	134 892	112,1%	158 998	117,9%	132,2%
<b>Z toho (TOP 20):</b>						
Německo	40 391	49 765	123%	69 083	139%	171,0%
Rakousko	3 703	4 631	125%	11 019	238%	297,6%
Slovensko	5 396	6 260	116%	7 819	125%	144,9%
Jižní Korea	5 277	6 243	118%	7 064	113%	133,9%
Čína	3 842	4 398	114%	5 907	134%	153,7%
Polsko	5 249	5 527	105%	5 717	103%	108,9%
Francie	3 210	4 158	130%	4 852	117%	151,2%
Spojené království	4 042	4 500	111%	4 269	95%	105,6%
Itálie	3 651	3 771	103%	4 206	112%	115,2%
Rusko	14 213	11 603	82%	3 759	32%	26,4%
Spojené státy americké	2 450	2 787	114%	3 511	126%	143,3%
Nizozemsko	3 038	3 132	103%	3 380	108%	111,3%
Belgie	1 820	2 070	114%	2 175	105%	119,5%
Švýcarsko	1 560	1 978	127%	2 109	107%	135,2%
Maďarsko	1 559	1 464	94%	1 984	136%	127,3%
Tchaj-wan	.	.	.	1 868	.	.
Japonsko	1 327	1 527	115%	1 757	115%	132,4%
Ostatní asijské země	6 721	6 344	94%	1 641	26%	24,4%
Španělsko	984	1 152	117%	1 615	140%	164,1%
Švédsko	1 144	1 198	105%	1 464	122%	128,0%

#### **V.2.2 KOMENTÁŘ K NÁVŠTĚVNOSTI HROMADNÝCH UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ**

Výsledky vycházející z pravidelného šetření hromadných ubytovacích zařízení realizovaného ČSÚ jasně potvrdily význam projektu EHMK pro nárůst cestovního ruchu.

Nárůst ukazatelů oproti roku 2013, kdy byl učiněn odhad změny v počtech turistů, je skutečně významný a nese s sebou vysoký ekonomický efekt pro Plzeň, ale i jiná města, spočívající v navýšení tržeb hotelů a s nimi souvisejících služeb, cestovních kanceláří a dopravců, stravovacích zařízení a jejich dodavatelů, služeb ve městě ad.

Grafy ukazující vývoj počtu hostů a přenocování jasně dokládají, že dynamika těchto ukazatelů v Plzni ovlivnila celokrajský vývoj a pravděpodobně by byla sledovatelná i na celorepublikové úrovni.

Je samozřejmě otázkou, do jaké míry se rok 2015 odrazí v nárůstu ukazatelů cestovního ruchu v letech 2016 a dále. Průběžné výsledky z dubna 2016 hovoří velmi pozitivně ve prospěch zachování úrovně rekordního roku 2015.

U zahraničních hostů je obdivuhodné zvýšení hostů z Rakouska, u něhož lze předpokládat vliv aktivit spojených se zpřístupněním interiérů Adolfa Loose. Také u nárůstu počtu hostů z Německa, Francie a Španělska lze tušit, s ohledem na programové aktivity EHMK, že projekt Plzeň 2015 sehrál svou roli.

## V.3 CELKOVÁ NÁVŠTĚVNOST MĚSTA

### V.3.1 POČET A GEOGRAFICKÁ STRUKTURA NÁVŠTĚVNÍKŮ

Plzeň v roce 2015 navštívilo **3 371 715 osob**.

Z toho 2 837 328 bylo jednodenních návštěvníků a 534 387 turistů, kteří v Plzni alespoň jednu noc přenocovali.

Z návštěvníků bylo 2 150 879 z České republiky, nejvíce z Plzeňského kraje následovaného Středočeským krajem a Prahou. Zahraničních návštěvníků bylo 686 449, z toho polovina z Německa.

Z turistů bylo:

- 386 832 tuzemských turistů, nejvíce bylo z Plzeňského kraje, na druhém místě je Praha;
- 147 555 000 zahraničních, opět nejvíce z Německa.

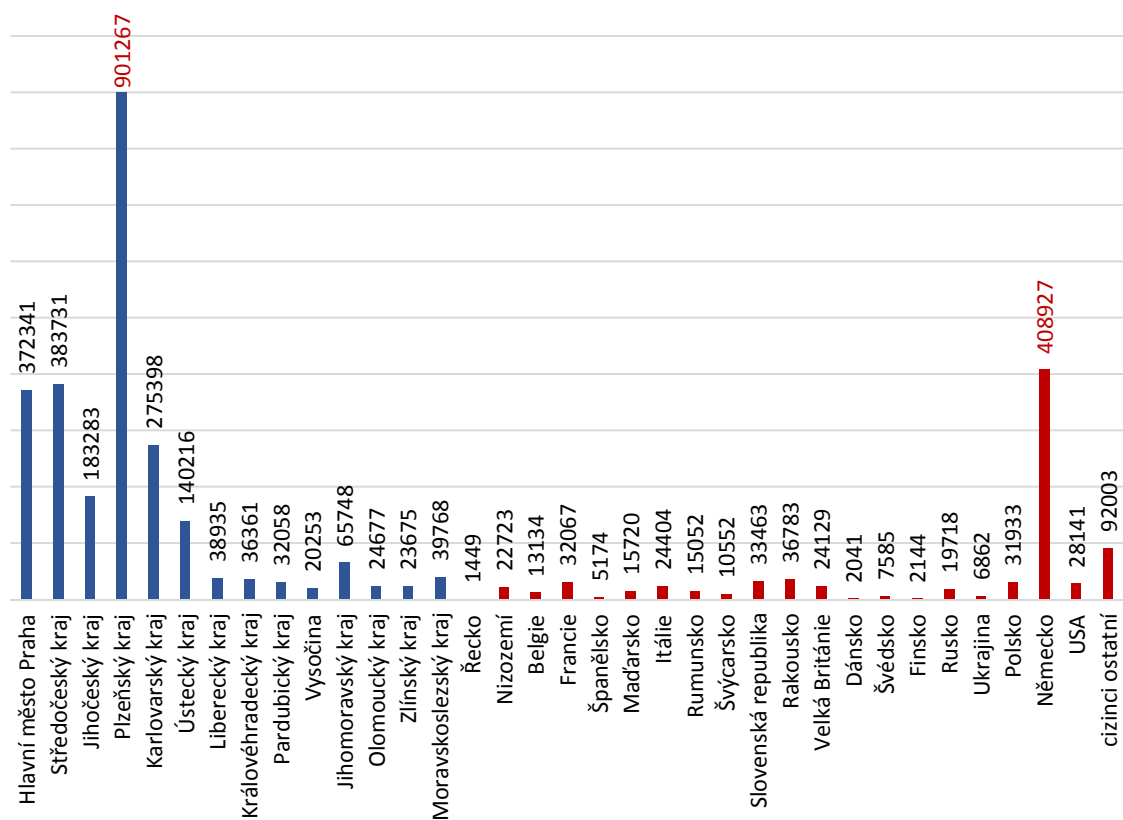
V hromadných ubytovacích zařízeních se ubytovalo 260 000 osob (48 % turistů) ( V.2), ostatní využili buď neoficiální ubytování, nebo ubytování u přátel či příbuzných.

Podrobnou strukturu turistů (T) a návštěvníků (N) podle krajů České republiky a podle zemí ukazuje následující tabulka.

Lokalizace	1. čtvrtletí		2. čtvrtletí		3. čtvrtletí		4. čtvrtletí		2015	
	T	N	T	N	T	N	T	N	T	N
Hlavní město Praha	15556	74511	19780	89115	16130	69794	16724	70731	68190	304151
Středočeský kraj	11106	81053	15674	94662	13043	82128	11688	74377	51511	332220
Jihočeský kraj	7541	33204	10517	42383	8649	35735	8317	36937	35024	148259
Plzeňský kraj	15878	201245	17966	216692	19265	211894	16429	201898	69538	831729
Karlovarský kraj	7305	56044	9367	68749	7694	60233	8059	57947	32425	242973
Ústecký kraj	5588	26141	7942	33166	6799	28429	6642	25509	26971	113245
Liberecký kraj	2649	7292	3833	7986	3244	6586	2553	4792	12279	26656
Královéhradecký kraj	2519	6426	4025	6639	3313	6099	2484	4856	12341	24020
Pardubický kraj	2050	5026	3436	5675	2545	5466	2615	5245	10646	21412
Vysočina	960	3229	1861	3473	1217	2789	2033	4691	6071	14182
Jihomoravský kraj	5000	11974	8237	11599	5626	9376	5726	8210	24589	41159
Olomoucký kraj	1939	4633	3160	3951	2496	3602	2185	2711	9780	14897
Zlínský kraj	2011	4384	3002	4162	2158	3371	2006	2581	9177	14498
Moravskoslezský kraj	3935	5688	5862	6160	4364	5617	4129	4013	18290	21478
Řecko	55	381	49	340	37	213	51	323	192	1257
Nizozemí	404	2741	1061	4945	1755	8472	513	2832	3733	18990
Belgie	369	3966	677	3089	815	2567	467	1184	2328	10806
Francie	1086	8834	1442	8324	1283	5869	816	4413	4627	27440

Lokalizace	1. čtvrtletí		2. čtvrtletí		3. čtvrtletí		4. čtvrtletí		2015	
	T	N	T	N	T	N	T	N	T	N
Španělsko	119	1080	122	1053	280	1517	179	824	700	4474
Maďarsko	498	5540	721	3693	582	2247	544	1895	2345	13375
Itálie	1259	8089	1229	5439	1052	4119	576	2641	4116	20288
Rumunsko	427	6378	481	3039	517	1685	600	1925	2025	13027
Švýcarsko	378	1728	664	3024	637	2284	414	1423	2093	8459
Slovenská republika	1511	9207	2480	6899	2019	5304	1883	4160	7893	25570
Rakousko	937	4356	3970	7017	3803	6650	3237	6813	11947	24836
Velká Británie	574	3739	1226	5852	1408	6470	1026	3834	4234	19895
Dánsko	21	203	105	372	248	639	173	280	547	1494
Švédsko	200	1267	458	1382	551	1630	638	1459	1847	5738
Finsko	94	263	204	633	204	418	63	265	565	1579
Rusko	865	3786	1206	4502	1251	3940	1016	3152	4338	15380
Ukrajina	235	1416	261	1293	442	1444	388	1383	1326	5536
Polsko	1207	8433	1708	7823	1968	5166	1407	4221	6290	25643
Německo	12746	74827	20782	104805	17666	88992	14070	75039	65264	343663
USA	426	3129	1425	8195	1484	8459	1013	4010	4348	23793
cizinci ostatní	2469	16872	4839	21330	5366	23202	4123	13802	16797	75206
<b>Celkem</b>	<b>109917</b>	<b>687085</b>	<b>159772</b>	<b>797461</b>	<b>139911</b>	<b>712406</b>	<b>124787</b>	<b>640376</b>	<b>534387</b>	<b>2837328</b>

V grafu je znázorněno zastoupení krajů a zemí na návštěvnosti Plzně celkem (bez rozlišení návštěvníků a turistů)



### V.3.2 KOMENTÁŘ K CELKOVÉ NÁVŠTĚVNOSTI

Analýza celkové návštěvnosti města zahrnující návštěvníky, kteří přijeli „jen“ na jeden den a turisty, kteří v Plzni alespoň jednu noc přenocovali, prokázala velmi dobrý výsledek tohoto ukazatele. Bohužel neexistují žádné předchozí odhady ani stejně ověřitelná čísla z minulých let, nelze tedy udělat žádná srovnání.

Řada dalších „pomocných údajů“ dokládá, že zájem o město Plzeň byl v roce 2015 nebývalý. Je zřejmé, že většina z návštěvníků nesměřovala na akce města kultury, přesto zvýšení povědomí o Plzni díky titulu lze považovat za hlavní faktor takto vysoké návštěvnosti.

Prvním z ukazatelů je návštěvnost turistických cílů v Plzni od roku 2012 do roku 2015, kterou ukazuje následující tabulka (bohužel některé údaje nejsou k dispozici).

<i>Turistický cíl</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>	<i>2015</i>	<i>Index 15/14</i>	<i>Index 15/13</i>
Pivovar Pilsner Urquell*	270 000	275 000	608 000	750 000	123%	273%
Katedrála sv. Bartoloměje	5 462	5 642	xxx	10 053	xxx	178%
Věž katedrály sv. Bartoloměje	50 440	47 973	xxx	50 724	xxx	106%
Velká synagoga	14 454	14 667	21 746	42 074	193%	287%
Stará synagoga**	xxx	xxx	2 236	4 358	195%	xxx
Západočeské muzeum	15 852	37 949	26 909	47 585	177%	125%
Muzeum loutek ZČM	23 091	22 093	21 875	30 000	137%	136%
Národopisné muzeum ZČM	6 483	8 234	6 810	12 855	189%	156%
Muzeum církevního umění	2 833	7 544	2 976	4 872	164%	65%
Zoologická a botanická zahrada	422 939	401 000	427 435	436 753	102%	109%
Dinopark	xxx	166 000	166 000	168 000	101%	101%
Techmania Science Center***	53 191	83 802	200 335	217 574	109%	xxx
Galerie města Plzně	xxx	9 930	9 100	25 000	275%	252%
Západočeská galerie	24 637	30 160	28 873	39 109	135%	130%
Patton Memorial Pilsen	2 827	2 567	3 492	4 841	139%	189%
Meditační zahrada	5 247	5 510	4 980	6 470	130%	117%
Adolf Loos Plzeň****	xxx	xxx	xxx	11 567	xxx	xxx
Muzeum knihtisku****	xxx	xxx	xxx	1 037	xxx	xxx
<i>* od roku 2014 včetně akcí v PU</i>						
<i>** stará synagoga otevřena po rekonstrukci v roce 2014</i>						
<i>*** TSC v roce 2012 bez planetária, v roce 2014 rozšířena do finální podoby po dokončení celé stavby</i>						
<i>**** otevřeno od roku 2015</i>						

Tabulka jasně ukazuje, že turistické cíle, které byly programově spojené s EHMK, měly v roce 2015 významně vyšší návštěvnost. Z porovnání s analýzou návštěvnosti akcí ( IV.2) je zřejmé, že za nárůstem návštěvnosti Galerie města Plzně stojí výstava Ateliér Jiřího Trnky, nárůst návštěvnosti Západočeské galerie lze spojit s atraktivními výstavami Mnichov - zářící metropole umění a Gottfried Lindauer. Naopak Zoologická a botanická zahrada města Plzně a Dinopark vykazují dlouhodobý mírný nárůst, který nebyl v roce 2015 nikterak výjimečný a vliv EHMK na návštěvnost Zoo a Dinoparku nelze vysledovat.

Překvapivý a potěšující je zájem o Loosovy interiéry, které byly do roku 2015 nedoceněnou perlou architektonického dědictví Plzně.

Z dalších údajů dokládajících nárůst zájmu o Plzeň ze strany návštěvníků je počet komentovaných prohlídek města, který se zvýšil o **400 %** (slovy čtyři sta procent) oproti roku 2014. Od dubna do října 2015 proběhlo 1 070 komentovaných prohlídek centra pro více než 27 000 osob.

Nepřímým důkazem pro výrazné zvýšení návštěvnosti je zjištění výzkumu motivace a dalších aspektů turismu v Plzni (47) (48), z něhož vyplývá, že v roce 2015 se zvýšil podíl návštěvníků, kteří byli v Plzni poprvé, ve městě oproti roku 2014 o 17 % (ze 44 % na 61 %).

## V.4 IMAGE PLZNĚ JAKO TURISTICKÉ DESTINACE

### V.4.1 ASOCIACE S PLZNÍ

V rámci výzkumu motivace turistů bylo provedeno dotazování na asociaci s Plzní. Výsledky (podíl lidí, kteří si s daným výrazem Plzeň spojují) jsou následující:

Atribut	2014	2015	Index 2015/2014
Pivo, pivní festival	75 %	66 %	88 %
<b>EHMK</b>	<b>8 %</b>	<b>12 %</b>	<b>150 %</b>
Škoda, Škodovka	17 %	8 %	47,1 %
Architektura, památky	11 %	7 %	63,6 %
Sport	4 %	6 %	150 %

Pro rok 2014 je třeba ještě doplnit, že 9 % dotazovaných asociovalo Plzeň s kolotočem Le Manège Senart, který v tomto roce zanechal v návštěvnících silný dojem.

Ve výzkumu image města byl respondentům kladen dotaz, zda souhlasí s definovanými přívlastky Plzně. Největší podíl v souhlasné kladné oblasti (určitě souhlasím + spíše souhlasím + celkem souhlasím) mělo těchto TOP 6 atributů.

Atribut	2014		2015	
	obyvatelé	neobyvatelé	obyvatelé	neobyvatelé
... s pivovarskou tradicí	100 %	96 %	98 %	90 %
<b>... kulturní</b>	<b>95 %</b>	<b>85 %</b>	<b>98 %</b>	<b>79 %</b>
... průmyslové	97 %	78 %	94 %	71 %
... univerzitní	97 %	74 %	92 %	70 %
... historické	96 %	85 %	98 %	75 %
... rozvíjející se	93 %	73 %	96 %	65 %

### V.4.2 MOTIVACE K NÁVŠTĚVĚ

Podle výzkumu motivace byly hlavními důvody k návštěvě Plzně faktory uvedené v následující tabulce. Bohužel zhotovitel průzkumů nepoužil v obou letech stejné kategorie, takže bylo nutné provést určitou generalizaci výsledků za rok 2014.

Důvod	2014		2015	
	Hlavní důvod	Další důvod	Hlavní důvod	Další důvod
Pamětihodnosti, poznání, vzdělání	45 %	73 %	33 %	73 %
Kulturní akce, sport, zábava	23	64 %	22 %	68 %
Akce EHMK	0 %	0 %	11 %	32 %
Návštěva příbuzných, nebo známých	12 %	4 %	16 %	22 %
Nákupy	4 %	10 %	7 %	30 %
Práce	4 %	1 %	3 %	3 %
Jiné	0 %	0 %	1 %	1 %
Tranzit	11 %	0 %	6 %	7 %

Obdobně průzkum image města analyzoval důvody návštěvy města u neobyvatel. Byly sice použity mírně jiné kategorie, nicméně výsledky bylo možné uspořádat tak, aby byly srovnatelné.

Důvod	12. 2014	01. / 02. 2016
Pamětihodnosti, poznání, vzdělání	46 %	34 %
Kulturní akce, sport, zábava (akce EHMK nevylišeny)	36 %	47 %
Návštěva příbuzných, nebo známých	30 %	41 %
Nákupy	0 %	13 %
Práce	18 %	11 %
Jiné	16 %	3 %
Tranzit	0 %	20 %

58

#### V.4.3 SROVNÁNÍ VELKÝCH MĚST PODLE JEJICH VNÍMÁNÍ

V průzkumu image města byla v druhé vlně použita série otázek mapující srovnání Plzně a dalších velkých měst České republiky (mimo Prahy) ve vnímání některých atributů měst.

Srovnání je uvedeno v následující tabulce, kde je uveden podíl respondentů, kteří přisazují atribut danému městu (%) a pořadí města v tomto podílu (P).

Atribut	Ostrava		Brno		České Budějovice		Liberec		Plzeň	
	%	P	%	P	%	P	%	P	%	P
Moderní	17	5.	45	1.	23	4.	28	3.	35	2.
Dynamické	24	4.	38	1.	20	5.	25	3.	33	2.
Průmyslové	73	1.	22	3.	11	5.	16	4.	23	2.
Zelené	9	5.	18	4.	38	1.	31	1.	22	3.
Rozvíjí se	31	4.	47	1./2.	32	3.	30	5.	47	1./2.
Zábavné	31	4.	43	1.	28	5.	32	3.	37	2.
Turistické	21	5.	51	2./3.	57	1.	41	5.	51	2./3.
Kulturní	36	4.	58	1.	40	3.	28	5.	57	2.
Centrum vědy a vývoje	21	3.	50	1.	14	5.	20	4.	32	2.
Univerzitní	35	3.	69	1.	36	4.	22	5.	49	2.
Historické	17	5.	54	1./2.	54	1./2.	21	4.	53	3.
Tradiční	25	4./5.	47	2.	50	1.	25	5.	46	3.



Atribut	Ostrava		Brno		České Budějovice		Liberec		Plzeň	
	%	P	%	P	%	P	%	P	%	P
Inovativní	18	5.	34	1.	19	4.	23	3.	31	2.
Sportovně proslulé	39	3.	49	1.	19	5.	34.	4.	43	2.
Kreativní / umělecké	22	4.	39	1./2.	28	3.	19	5.	39	1./2.
Pro mladé	25	5.	54	1.	32	3.	30	4.	39	2.
Sportovní vyžití	38	4.	51	1.	37	5.	48	2.	47	3.

#### V.4.4 KOMENTÁŘ K VNÍMÁNÍ PLZNĚ JAKO TURISTICKÉ DESTINACE

Z uvedených výsledků lze interpretovat, že vnímání **Plzně jako města s pivovarskou tradicí** zůstává nadále nejsilnější. Představy, že díky titulu EHMK se Plzeň stane kulturní ikonou České republiky občas interpretované v roce 2010, byly neopodstatněné.

Plzeň samozřejmě zůstane spojena s pivem a pivovarnictvím, protože pivo je produkt, který město reprezentuje po celém světě. Je pozitivní, že asociace s kulturou v roce 2015 posílila. Velmi důležité je, že asociace s průmyslovou základnou města (Škoda apod.) se řadí až za asociací s kulturou.

Co se týče **motivace návštěvy** Plzně jako turistické destinace, nehraje pivovarnictví nejvýznamnější roli. Nejvíce v Plzni lákaly památky (2014) a kulturní akce (2015). Fakt, že byly v průzkumu motivace uvedeny akce EHMK jako samotný důvod, je spíše chybou. Je totiž zřejmé, že díky poměrně nabitému programu projektu Plzeň 2015 si návštěvníci nemuseli cestu za kulturní akcí vždy spojit s EHMK.

K doplnění uvedených závěrů je vhodné doplnit informaci z průzkumu dopadů projektu na kulturní prostředí Plzně ( kap. II.3.11). Součástí dotazování bylo, zda si respondenti myslí, že Plzeň je kulturně přitažlivá pro turisty. Z celkových 433 dotázaných se 80,5 % domnívá, že Plzeň je kulturně přitažlivá pro turisty (11,7 % ne a 7,8 % neví). Došlo k výraznému pozitivnímu posunu oproti roku 2010, kdy z 1 000 respondentů považovalo Plzeň za kulturně přitažlivou pro turisty jen 55,2 % (7,7 % ne, 37,1 % neví).

Ve **srovnání s krajskými městy** je Plzeň vnímána jako kulturní na druhém místě za Brnem a s výrazným nárůstem před ostatními městy a jako kreativní / umělecká dokonce na prvním místě s Brnem. Velmi dobrou pozici má i v dalších atributech, které ji reprezentují jako moderní dynamické město. Tento fakt kontrastuje s nálepkou konzervativního ušlápnutého města prezentovanou v přihlášce do druhého kola soutěže o titul EHMK. Je tedy zřejmé, že projekt EHMK posunul společenskou atmosféru města k otevřenosti a velkorysosti a je na subjektech zajišťujících udržitelnost projektu Plzeň 2015, aby se tento posun stabilizoval nebo ještě znásobil.

## VI. POSTOJE OBYVATEL PLZNĚ K PROJEKTU PLZEŇ 2015

### VI.1 ÚVOD

Příprava projektu Plzeň 2015 začala již v roce 2007, kdy byly spuštěny přípravné práce na plánu investic a na programu rozvoje kultury. V období kandidatury byly stěžejní roky 2009 a 2010, kdy se podařilo zaktivizovat velkou část kulturního společenství Plzně (i když spíše toho nezávislého). Rok 2011 znamenal novou etapu, kdy se tým projektu soustředil na strukturální zázemí a definování cesty k cíli a nerozvíjel tedy aktivity vůči veřejnosti. Následovaly personální změny ve vedení projektu a výrazná stagnace v roce 2012. Restart nastal v roce 2013 a rok 2014 byl již ve znamení nového jasného směřování k roku 2015. Výsledný program roku 2015 se sice odlišil od představ v roce 2010, podařilo se však přes všechny potíže vytvořit reprezentativní program a naplnit kritéria projektu EHMK. ( kap. III)

Výše nastíněný vývoj výrazně ovlivňoval veřejné mínění a názory Plzeňanů na projekt a vedl ke střídání nálad ve vztahu k přípravě a průběhu projektu. Jako u každé aktivity se vytvořila skupinka „fandů“ a skupinka „odpůrců“, jejichž postoj by prakticky málo ovlivnitelný. Mezilehlá většina obyvatel Plzně však podléhala proměnám postojů podle aktuální situace v projektu.

### VI.2 OČEKÁVÁNÍ OD PROJEKTU

#### VI.2.1 VÝSTUPU Z VÝZKUMU INFORMOVANOSTI, POSTOJŮ A PARTICIPACE OBYVATEL MĚSTA PLZNĚ NA PROJEKTU PLZEŇ 2015

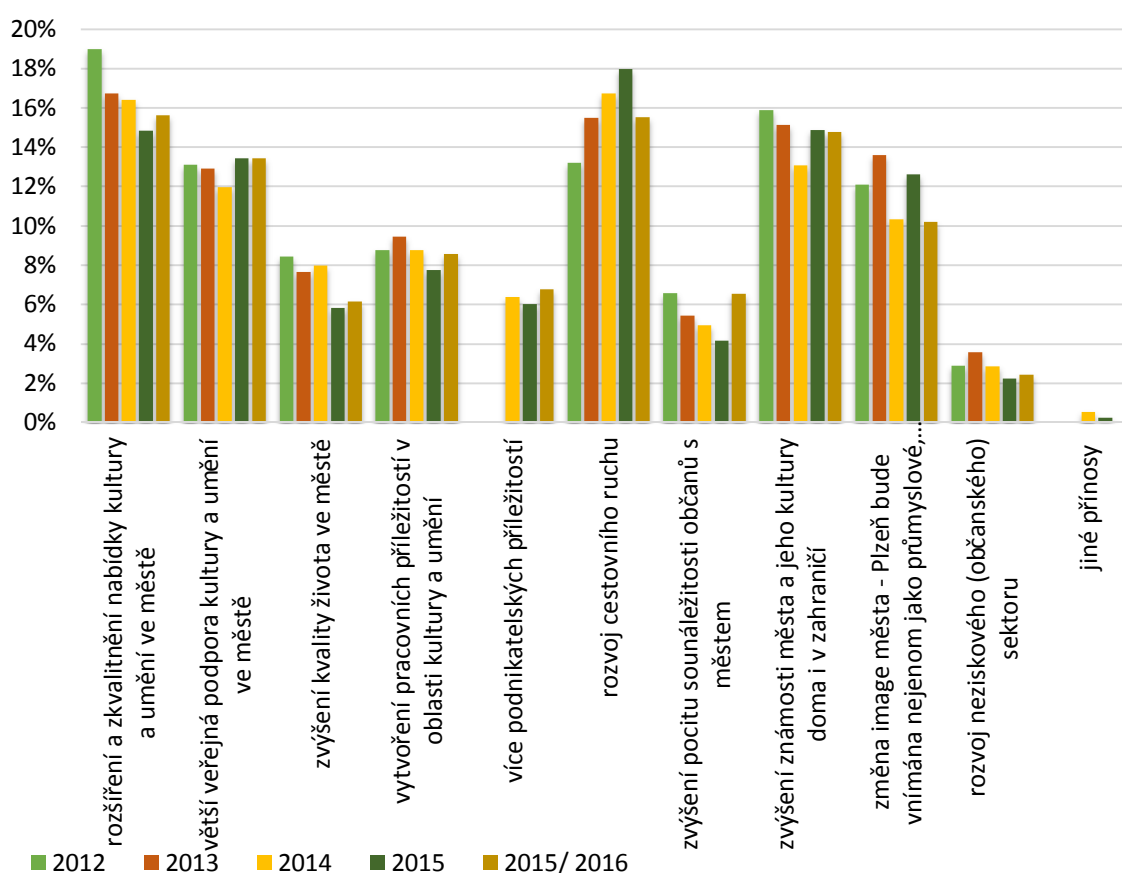
V letech 2012 - 2016 byli obyvatelé v rámci průzkumu informovanosti, postojů a participace ( kap. II.3.7) dotazováni na jejich názor na **přínosnost projektu**. Výsledky ukazují následující tabulky. V první je vyjádřen podíl obyvatel podle odpovědí na základní otázku, zda je podle nich projekt přínosný.

<i>Přínos projektu pro město</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>	<i>2015</i>
ANO	74 %	76 %	75 %	79 %
NE	7 %	4 %	8 %	8 %
NEVÍM	19 %	20 %	16 %	13 %

Druhá tabulka ukazuje podíl obyvatel, kteří vyjádřili přesvědčení, že je projekt přínosný pro konkrétní atribut kulturní a společenské oblasti města. Údaje uvedené v tabulce jsou dokumentovány též grafem.

<i>Konkrétní přínos projektu</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>	<i>2015</i>	<i>2015 /2016</i>
Rozšíření a zkvalitnění nabídky kultury a umění ve městě	19 %	17 %	16 %	15 %	16 %
Větší veřejná podpora kultury a umění ve městě	13 %	13 %	12 %	13 %	13 %
Zvýšení kvality života ve městě	8 %	8 %	8 %	6 %	6 %
Vytvoření pracovních příležitostí v oblasti kultury a umění	9 %	9 %	9 %	8 %	9 %
Více podnikatelských příležitostí	0 %	0 %	6 %	6 %	7 %

Konkrétní přínos projektu	2012	2013	2014	2015	2015 /2016
Rozvoj cestovního ruchu	13 %	15 %	17 %	18 %	16 %
Zvýšení pocitu sounáležitosti občanů s městem	7 %	5 %	5 %	4 %	7 %
Zvýšení známosti města a jeho kultury doma i v zahraničí	16 %	15 %	13 %	15 %	15 %
Změna image města - Plzeň bude vnímána nejenom jako průmyslové, ale také jako kulturní centrum	12 %	14 %	10 %	13 %	10 %
Rozvoj neziskového (občanského) sektoru	3 %	4 %	3 %	2 %	2 %
Jiné přínosy	0 %	0 %	1 %	0 %	0 %



© SVRR ZČU

Uvedené výstupy ukazují, že názor na přínosnost projektu se v průběhu let příliš neměnil, což neprokazuje skeptická vyjádření o tom, že Plzeňané v letech 2012 a 2013 projekt odmítali a považovali jej za zbytečný.

Co se týče vlastních předpokládaných dopadů na město, nejvíce byl očekáván pozitivní vliv projektu na kulturní nabídku, na cestovní ruch a zvýšení mezinárodní známosti města.

## VI.2.2 VÝSTUPY Z VÝZKUMU OČEKÁVÁNÍ

Výzkum očekávání realizovaný týmem Plzeň 2015 v rámci distribuce programové Knihy 2 v prosinci 2014 a lednu 2015 ( kap. II.3.8) přinesl v zásadě obdobné výsledky jako výzkum předchozí.

Respondenti vyjadřovali očekávání pozitivních změn již jako základní asociaci s pojmem Plzeň 2015. Na otázku, co se jim vybaví pod pojmem Plzeň 2015, nejčastěji zmínili:

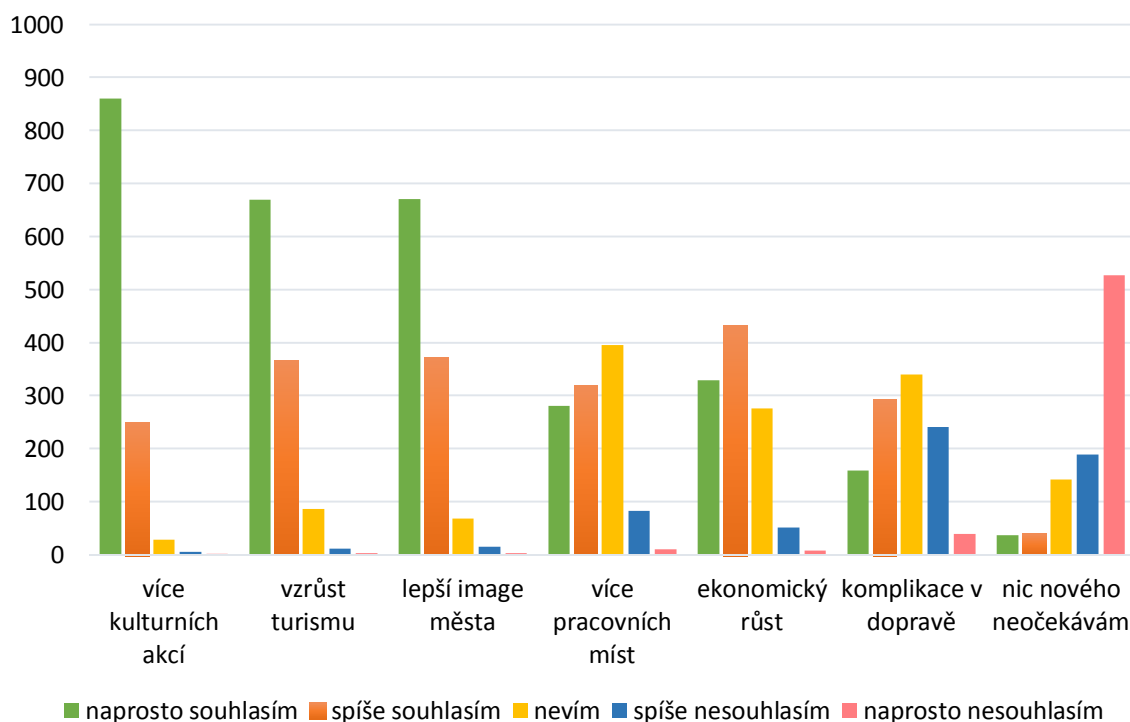
- “ více kulturních akcí, nové kulturní akce a projekty,
- “ pestřejší kulturní program,
- “ celoroční oslava kultury,
- a také“
- “ zviditelnění Plzně v ČR, Evropě i ve světě,
- “ obohacení města, dobrá zpráva,
- “ radost, zábava, těšení se na nové zážitky,
- “ příležitost, výzva pro všechny,
- “ úspěch pro Plzeň.

Pouhá 2 % respondentů uvedla negativní konotace. V jejich názorech se objevily:

- “ obava z neúspěchu, ostudy, strach jestli se to zvládne,
- “ amatérismus, nepovedený projekt Světovar, hrozné nové divadlo, nepřipravenost,
- “ davy lidí při Slavnostním zahájení, špatná organizace,
- “ obava, že rok 2015 bude plný kultury a pak nebude nic,
- “ nevyřešená doprava, bezdomovci, špinavé město,
- “ dluhy, korupce města,
- “ kulturní projekt nejasných obrysů.

62

Stejně jako u předchozího výzkumu respondenti zde vyjádřili největší pozitivní očekávání v oblasti kultury, cestovního ruchu a image města. S největší negativní odezvou se setkala tvrzení „nic nového neočekávám“.

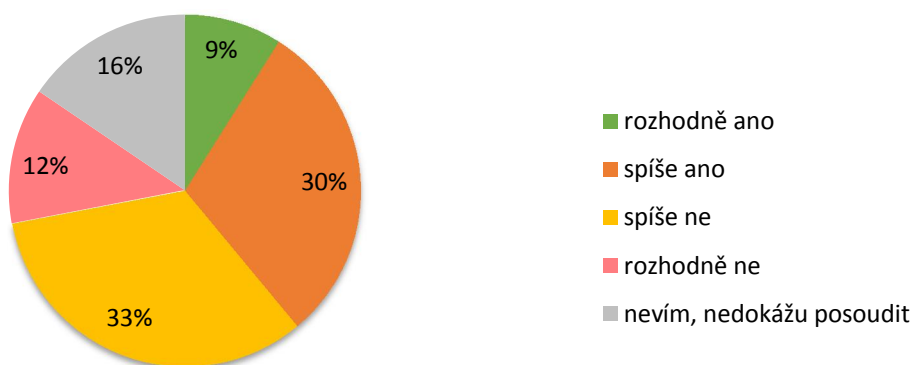


## VI.3 REFLEXE PROJEKTU

### VI.3.1 VÝSTUPU Z VÝZKUMU INFORMOVANOSTI, POSTOJŮ A PARTICIPACE OBYVATEL MĚSTA PLZEŇ NA PROJEKTU PLZEŇ 2015

Při poslední vlně výzkumu informovanosti a postojů průzkumu na přelomu let 2015 a 2016 ( kap. II.3.11) byly respondenti tázáni na řadu otázek týkajících se reflexe projektu Plzeň 2015, zejména na názory na konkrétní tvrzení spojená s dopady projektu do života města.

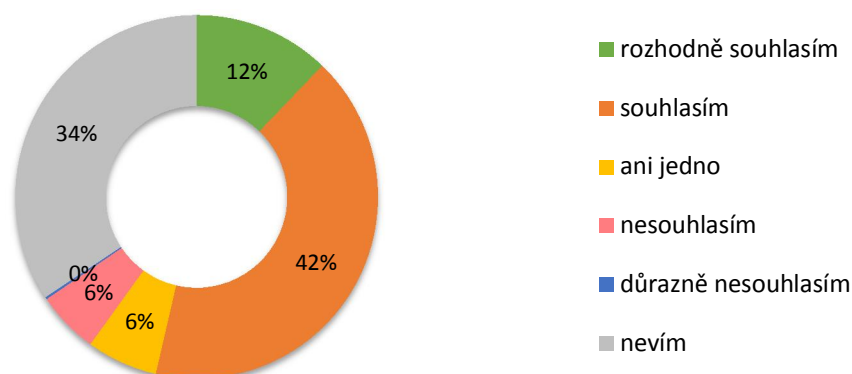
#### Zvýšil se zájem o kulturu v důsledku EHMK



© SVRR ZČU

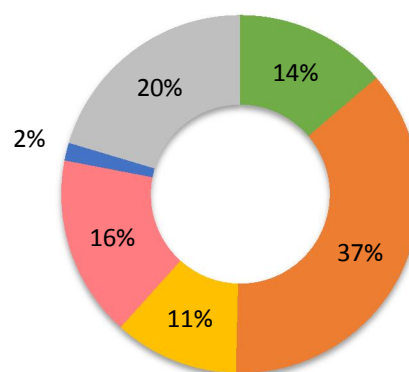
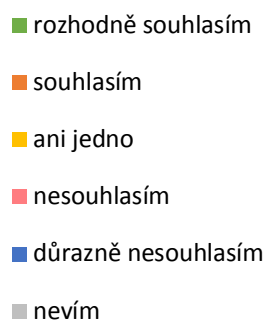
Podle odpovědí dotázaných nelze potvrdit, že by projekt EHMK ovlivnil zájem obyvatel o kulturu. Více jsou přesvědčeni o pozitivním vlivu na kulturu respondenti s bližším vztahem ke kultuře.

#### Podarilo se navázat bohatou spoluprací s kulturními organizacemi napříč Evropou



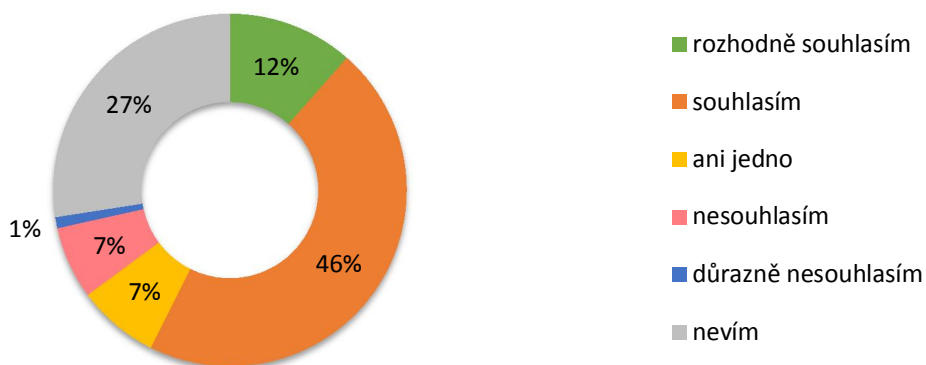
© SVRR ZČU

#### Plzeň se stala lepším městem, než byla před EHMK 2015



© SVRR ZČU

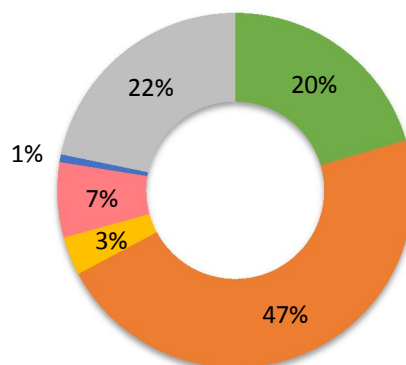
**Plzeň bude schopná navázat na projekt EHMK i v budoucnu**



© SVRR ZČU

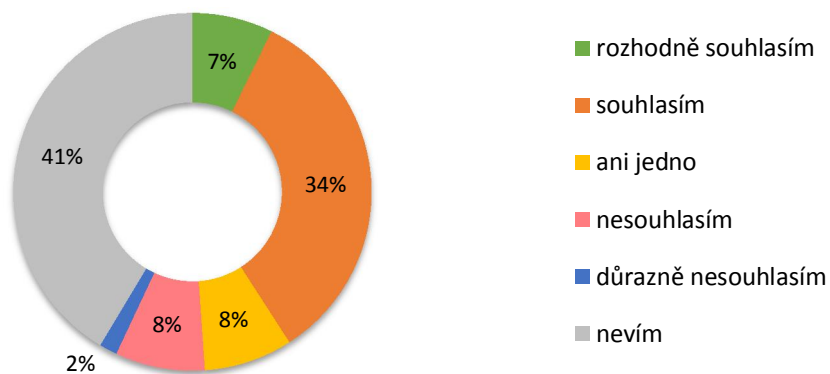
**V programu si každý našel to, co hledal**

- rozhodně souhlasím
- souhlasím
- ani jedno
- nesouhlasím
- důrazně nesouhlasím
- nevím



© SVRR ZČU

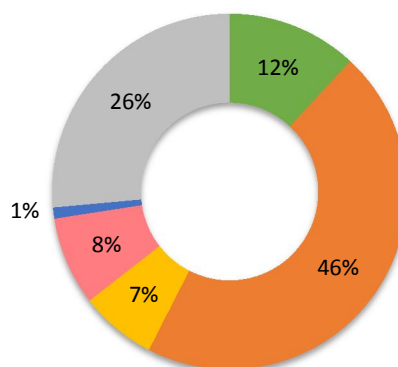
**Program byl vyvážený z hlediska zastoupení místních a cizích umělců**



© SVRR ZČU

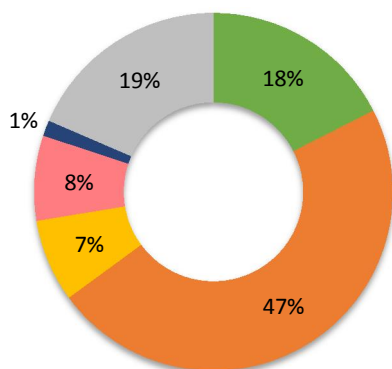
**Program EHMK byl dobře zorganizován**

- rozhodně souhlasím
- souhlasím
- ani jedno
- nesouhlasím
- důrazně nesouhlasím
- nevím



© SVRR ZČU

**Program EHMK byl dobře propačován**

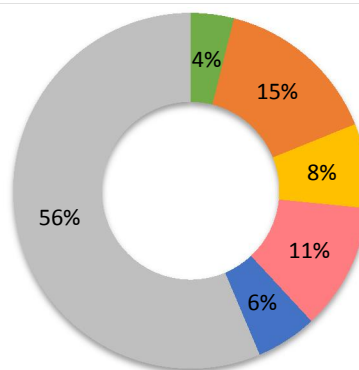


- rozhodně souhlasím
- souhlasím
- ani jedno
- nesouhlasím
- důrazně nesouhlasím
- nevím

© SVRR ZČU

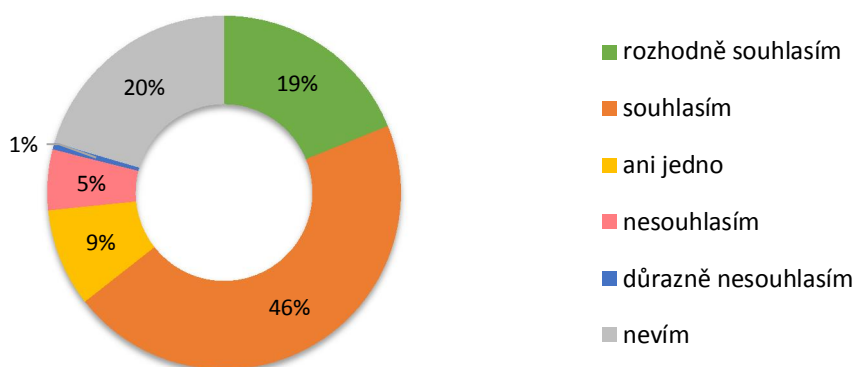
**Finanční prostředky EHMK byly účelně využité**

- rozhodně souhlasím
- souhlasím
- ani jedno
- nesouhlasím
- důrazně nesouhlasím
- nevím



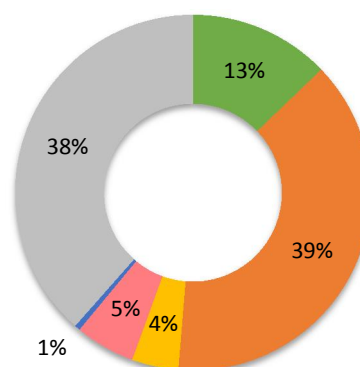
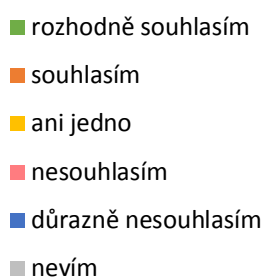
© SVRR ZČU

### Projekt Plzeň 2015 lze považovat za úspěch



© SVRR ZČU

### Plzeň dokáže v budoucnosti využít získaných kontaktů k dalšímu rozvoji nejenom kultury



© SVRR ZČU

Jednotlivá tvrzení byla formulována jako pozitivní a tedy nesouhlas s nimi vyjadřuje negativní postoj respondentů. Z deseti tvrzení vykazuje osm z nich spíše pozitivní hodnocení. Jen u tvrzení týkající se financování EHMK nevěděla více jak polovina respondentů, co má na tuto otázku odpovědět (což samo o sobě není negativum a spíše to ukazuje na ochotu vyjadřovat se k citlivému tématu).

Druhý případ nastal u otázky vyváženosti cizích a místních umělců, kde také spíše převažovala odpověď „nevím“ a u rozhodného zbytku respondentů převažovalo pozitivní hodnocení. I tato odpověď je zřejmě důsledkem diskusí a negativní reakcí na údajně nedostatečné zapojení místních umělců do programu.

### Názory na konkrétní přínosy projektu Plzeň 2015

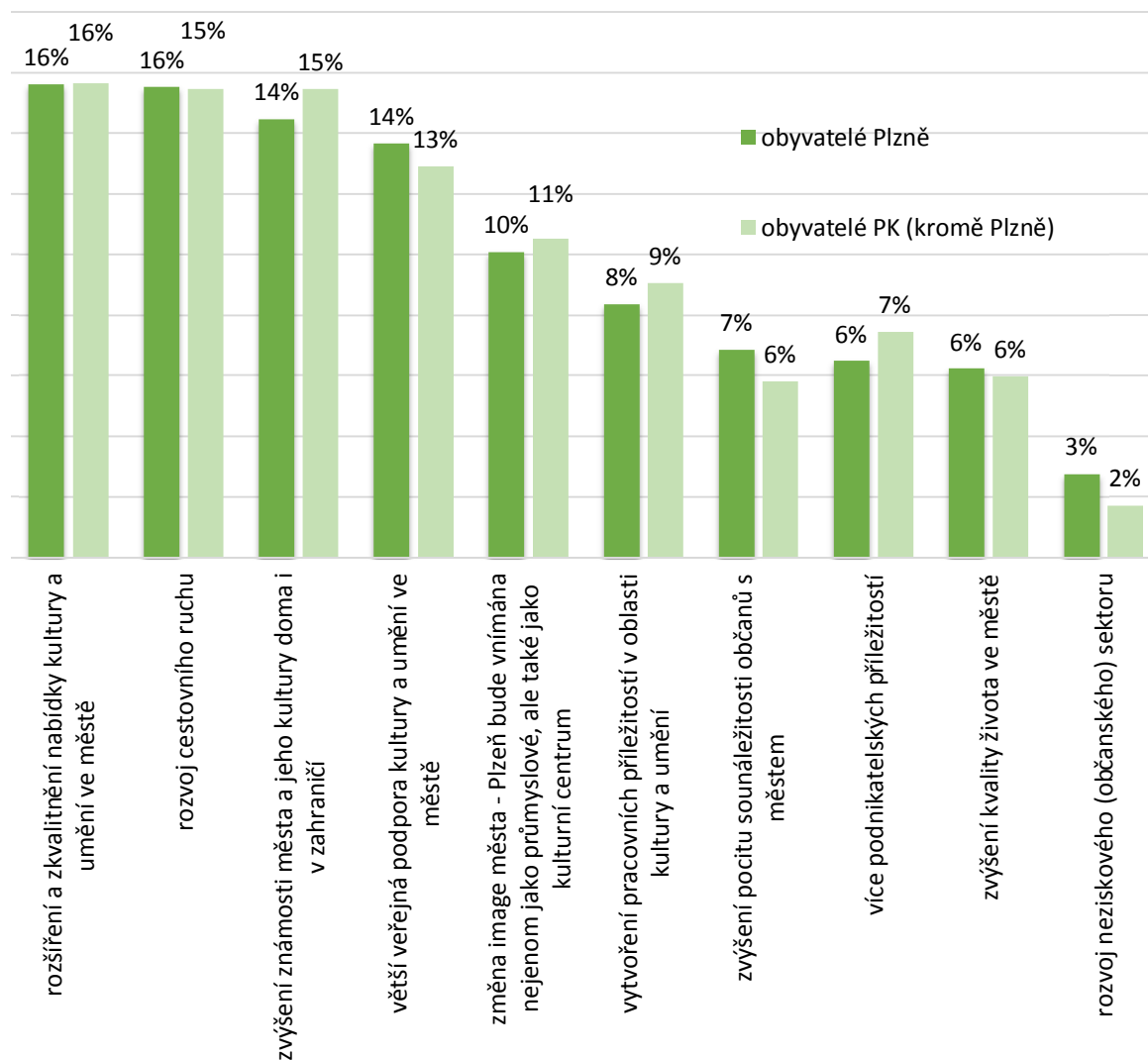
V poslední vlně průzkumu byli respondenti dotazováni na názor na přínosy v oblastech, v nichž byla šetřena očekávání. ( kap. VI.2.1)

Respondenti mohli vybrat více možností. V následující tabulce je uveden procentuální podíl souhlasných odpovědí na celkovém počtu odpovědí (zvláště za obyvatele Plzně a Plzeňského kraje).

Konkrétní přínos projektu	Plzeň	Kraj
Rozšíření a zkvalitnění nabídky kultury a umění ve městě	16 %	16 %
Větší veřejná podpora kultury a umění ve městě	14 %	13 %
Zvýšení kvality života ve městě	6 %	6 %
Vytvoření pracovních příležitostí v oblasti kultury a umění	8 %	9 %
Více podnikatelských příležitostí	6 %	7 %



Konkrétní přínos projektu	Plzeň	Kraj
Rozvoj cestovního ruchu	16 %	15 %
Zvýšení pocitu sounáležitosti občanů s městem	7 %	6 %
Zvýšení známosti města a jeho kultury doma i v zahraničí	14 %	15 %
Změna image města - Plzeň bude vnímána nejenom jako průmyslové, ale také jako kulturní centrum	10 %	11 %
Rozvoj neziskového (občanského) sektoru	3%	2 %



### Pozitiva a negativa

Prostřednictvím dvou otevřených otázek se měli respondenti vyjádřit k pozitivům a negativům projektu EHMK.

Nejčastěji zmiňovaná **pozitiva** byla následující: více kulturních akcí, nové kulturní zážitky, zviditelnění Plzně, podpora cestovního ruchu.

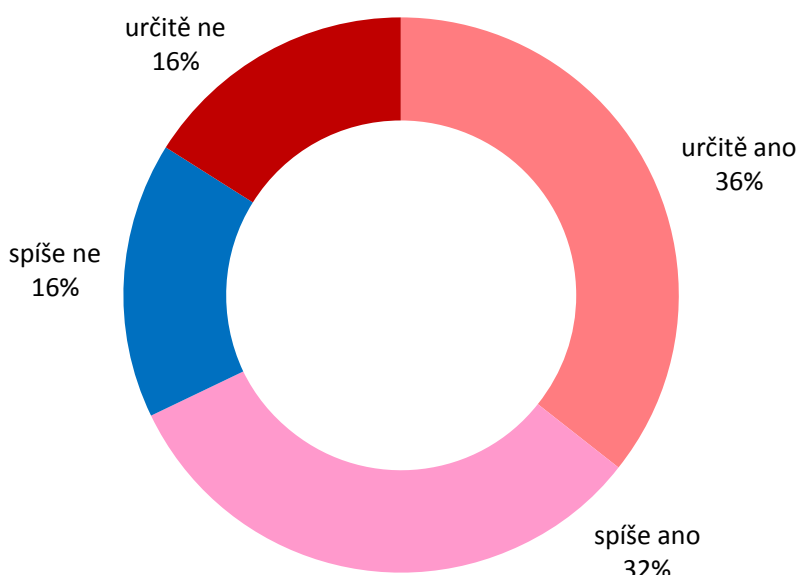
Nejčastěji zmiňovaná **negativa**: různé aspekty financování projektu (obava o zadlužení města, neprůhlednost financování, zbytečné vynakládání peněz), velké množství lidí na ulicích, velký příval turistů (cizinců), nepořádek a hluk.

### VI.3.2 VÝSTUPY Z VÝZKUMU SPOKOJENOSTI A ZPĚTNÉ VAZBY

Z dotazníkového on-line výzkumu realizovaného týmem evaluace Plzeň 2015 ( kap. II.3.9) vyplynuly názory respondentů na projekt jako celek uvedené v následující tabulce.

<i>Faktor</i>	<i>Určitě ano</i>	<i>Spíše ano</i>	<i>Spíše ne</i>	<i>Určitě ne</i>
Pozitivní přijetí projektu Plzeň 2015 ve městě	40 %	43 %	14 %	3 %
Viditelnost projektu ve městě	42 %	38 %	15 %	5 %
Naplnění očekávání k projektu	36 %	32 %	16 %	16 %

Naplnění očekávání



© Plzeň 2015

Výsledky šetření spokojenosti a zpětné vazby doplňují a potvrzují výsledky výzkumu informovanosti a postojů. Projekt Plzeň 2015 je respondenty považován za zdařilý a přínosný.

### VI.3.3 ZÁVĚRY

Z výsledků průzkumů zaměřených na reflexi projektu lze vyvodit zájem obyvatel o projekt, jejich převážně pozitivní přístup k projektu a naplnění očekávání přínosů pro město.

Výzkum informovanosti a postojů prokázal závislost mezi pozitivním vztahem ke kultuře a hodnocením projektu.

Schopnost projektu ovlivnit bezprostřední vztah obyvatel ke kultuře dotazovaní nepotvrdili.

Pohled na přínosy v oblastech se příliš nelišil od preferencí těchto oblastí v očekávání. Jako největší přínosy byly nejčastěji zmiňovány možnosti zvýšení kulturní nabídky, podpora cestovního ruchu, větší známost města v zahraničí a změna image města (z průmyslového

na kulturní město), u nichž byla očekávání nejvyšší. Respondenti neměli vysoká očekávání vůči ovlivnění rozvoje neziskového sektoru projektem, vůči zvýšení pocitu sounáležitosti obyvatel s městem anebo vůči zvýšení podnikatelských příležitostí díky projektu.

Zajímavý je vývoj očekávání rozšíření kulturní nabídky, jehož preference klesala od roku 2012 do roku 2015. Při hodnocení přínosů naopak rozšíření kulturní nabídky respondenti vnímali jako nejvýznamnější přínos projektu. Naopak přínos projektu pro rozvoj cestovního ruchu byl hodnocen pod očekáváním, i když skutečné údaje o cestovním ruchu dokládají značný přínos. ( kap. V)

## VII PARTICIPACE OBYVATEL NA PROJEKTU

V kap. II je uvedena reflexe základního kritéria Město a občané a rozsáhlý text je věnován participativním projektům. V této kapitole jsou uvedena fakta o ochotě obyvatel podílet se na akcích projektu Plzeň 2015. Údaje vychází ze dvou výzkumných úkolů – výzkum informovanosti, postojů a participace obyvatel (kap. II.3.7) a výzkumu dopadů projektu EHMK na kulturní prostředí (kap. II.3.11).

Dále jsou uvedeny výsledky hodnocení čtyř hlavních participativních projektů.

### VII.1 OCHOTA OBYVATEL PODÍLET SE NA PROJEKTU PLZEŇ 2015

#### VII.1.1 VÝSTUPU Z VÝZKUMU INFORMOVANOSTI, POSTOJŮ A PARTICIPACE OBYVATEL MĚSTA PLZNĚ NA PROJEKTU PLZEŇ 2015

Ve výzkumech od roku 2012 byla respondentům kladena otázka na aktivní zapojení do příprav projektu.

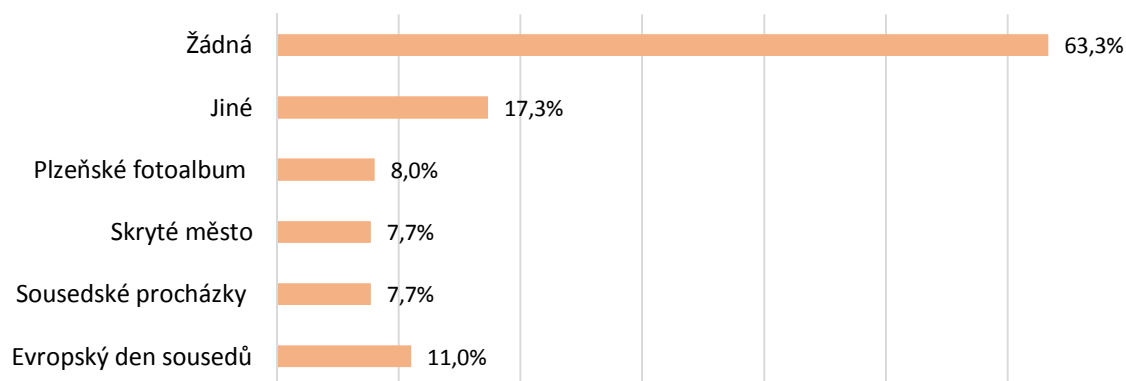
Aktivní zapojení	2012	2013	2014	2015
Ano	2,8 %	1,9 %	1,9 %	4,3 %
Dosud ne, ale mám zájem	0 %	8,3 %	15,7 %	0 %
Ne, nemám zájem	55,2 %	52,6 %	0,0 %	63,2 %
Ne, nevidím možnost	0,0 %	0,0 %	22,3 %	32,5 %
Ne, nepřemýšlel jsem o tom	42,0 %	37,2 %	60,1 %	0,0 %

Co se týče forem zapojení, nejčastěji byly zmiňovány organizace akcí a technická pomoc, umělecká vystoupení, pomoc při propagaci a zapojení do Klubu strážných andělů.

Výzkum neprokázal výrazný zájem o aktivní participaci na projektu jako takovém, i když v roce 2015 byla deklarována dvojnásobným počtem respondentů než v letech předchozích.

#### VII.1.1 VÝSTUPU Z VÝZKUMU DOPADŮ NA KULTURNÍ PROSTŘEDÍ PLZNĚ

V rámci tohoto výzkumu byly položeny otázky na aktivní účast na participativních akcích v roce 2015. Respondenti (433) ze 63,3 % aktivně neparticipovali na žádné akci. Největší účast měl Evropský den sousedů (11 %). Řada respondentů se účastnila více participativních akcí.



Participativní účast na akcích před rokem 2015 deklarovalo 29,5 % respondentů. 68,3 % dotázaných naopak uvedlo, že se těchto akcí neúčastnilo, z toho 31,4 % uvedlo, že o těchto akcích nevědělo a 36,9 % o ně nemělo zájem.

### VII.1.5 ZÁVĚRY

Z výše uvedených informací vyplývá, že do aktivní spolupráce na projektu se zapojilo cca 1 – 2 % obyvatel. Nejviditelnější formou aktivní účasti byl Klub strážných andělů.

Aktivní účast na participativních akcích deklarovala cca 1/3 dotázaných. Lze tedy usuzovat, že cca 30 – 40 % obyvatel patřilo ke „spoluvůrcům“ programu Plzeň 2015.

## VII.2 KLUB STRÁŽNÝCH ANDĚLŮ

Od roku 2011 byla v rámci projektu Plzeň 2015 budována komunita dobrovolníků pro podporu kulturních akcí, pomoc při marketingových aktivitách a pomoc guest servisu.

Díky systematickému náboru dobrovolníků a průběžné práci s nimi se zdařilo pro rok 2015 sestavit tým unikátní skupinu 515 dobrovolníků.

V roce 2015 dobrovolníci pracovali na **100 programových akcích**, pomáhali s úpravami DEPO2015, s tlumočnickou službou apod. a odpracovali přes **6 300 hodin**.

Velmi viditelná byla účast dobrovolníků na zahájení projektu Plzeň 2015 17.1.2015. Při této akci byla dobrovolnická skupina velmi oceňována účastníky programu.

Dobrovolníci byli k dispozici i pro pomoc a podporu partnerských akcí. Jedná se např. o menší komunitní a vzdělávací aktivity Pěstuj Prostor, k světu, Animánie, Centra španělské kultury a vzdělávání, Envic, US Point, SVK – Meeting literature, apod. Z větších partnerských akcí je třeba jmenovat Muzejní noc, Rock for People Europe a Slavnosti svobody.

Dobrovolníci zajišťovali tzv. **distribuční síť**. Celkem 11 dobrovolníků zabezpečovalo roznošení programových letáků a letáků partnerských akcí do 83 míst distribuční sítě a dále do několika speciálních míst, jejichž zařazení do distribuce bylo iniciativou samotných dobrovolníků, kteří se o ně starali (chtěli programy, protože v daném místě žijí, pracují atp.). Za celý rok bylo distribuováno celkem 15 000 programových letáků a 10 000 letáků partnerských akcí na téměř 100 míst (vč. speciální distribuce). Pro distribuční síť odpracovali dobrovolníci za rok 2015 celkem 270 hodin

Z hlavní důvody zapojení do KSA uváděli jeho členové:

- “ snahu být uvnitř dění Plzně 2015 díky profesnímu zájmu o kulturu,
- “ snahu být stále něco platný (senioři),
- “ snahu najít smysluplnou aktivitu odlišnou od pracovní rutiny.

Dobrovolníci oceňovali možnost být u programových akcí a vidět je jinak než běžný návštěvník.

Velkým pozitivem KSA bylo dobré a vlídné řízení ze strany Plzeň 2015, které zajišťovala Eva Kraftová, a vybavení dobrovolníků oblečením a pomůckami. Žluté zimní čepice s nápisem Anděl se staly výraznou ikonou lednového zahájení projektu Plzeň 2015 a dalších akcí.

Specifickým rysem KSA byla schopnost řešit samostatně vzniklé problémy, např. neplánovanou neúčast některého z dobrovolníků na akci. Zároveň fungovaly i mechanismy jisté samoregulace, které eliminovaly nevhodný přístup některých členů.

Klub strážných andělů (KSA) funguje nadále pod stávající značkou fungovat jako součást trvale udržitelných projektů společnosti Plzeň 2015. Jeho sídlem je DEPO2015. Jádrem aktivit zůstávají akce DEPO2015. Dále se dobrovolnický program bude zaměřovat na cílené postupné rozvíjení podpory dobrovolnictví v dalších kulturních institucích a organizacích ve městě.

### VII.3 EVROPSKÝ DEN SOUSEDŮ

Po čtyřech ročnících Dne Meliny Mercouri pořádaného od roku 2010 na Americké třídě jako street party plzeňských neziskovek proběhl v roce 2014 v Plzni poprvé Evropský den sousedů (EDS). Akce se nekonala jen v centru města, ale i v ostatních městských částech okolo místních komunitních center.

V roce 2015 se Evropský den sousedů skládal z několika částí, které byly rozprostřeny do celého víkendu 30. – 31. 5. 2015. Základním principem projektu bylo zapojení partnerů z místních částí Plzně. (43)

#### VII.3.1 AKTIVITY

##### Ohniska

Do přípravy programových ohnisek byli vyzváni místní partneři, kteří se podíleli na EDS 2014. Do grantové výzvy se přihlásilo celkem 19 subjektů, podporu získalo 13 subjektů, které zajistily 13 programových ohnisek po celé Plzni s odpoledním programem.

Program 13 ohnisek zajišťovalo 66 subjektů. Programu ohnisek se zúčastnilo **4 000 lidí**.

##### Sousedské večere

Večere probíhaly v sobotu 30. května 2015 od 17 do 22 hodin. 7 večerí pořádali neziskové organizace v rámci svého Ohniska, 5 dalších neziskových organizací uspořádalo večere pro své klienty a sousedy. Ostatní pořadatelé byli jednotlivci.

Uspořádáno bylo celkem **60 večerí**, na 32 večerích vystoupilo 11 účinkujících (jednotlivců nebo skupin), večerí se účastnilo cca **1 660 osob**.

##### Sousedské procházky

Součástí konceptu EDS 2015 bylo pět sousedských procházek uskutečněných v neděli 31. 5. 2015:

- “ Vilová čtvrť na Lochotíně (účast 70 osob),
- “ Sousedská procházka Plzeň za první republiky (účast 50 osob),
- “ Děti Bolevce (účast 30 osob),
- “ Zákulisí velkoměsta - jak se žije na "Place" (účast 30 osob),
- “ Staré a nové centrum (účast 50 osob).

Procházek se účastnilo **230 lidí**.

##### Partnerské akce

Poslední ze sady aktivit byly partnerské akce, které se přihlásily k EDS bez podpory ze strany Plzeň 2015:

- “ Noc kostelů,

- “ Jízda historických vozidel okolím Plzně,
- “ Jetelovka,
- “ Řemeslný jarmark v Dýšíně,
- “ Turecký večer.

Partnerských akcí se dle odhadu pořadatelů zúčastnilo téměř **12 700 osob**.

### VII.2.3 PODPORA

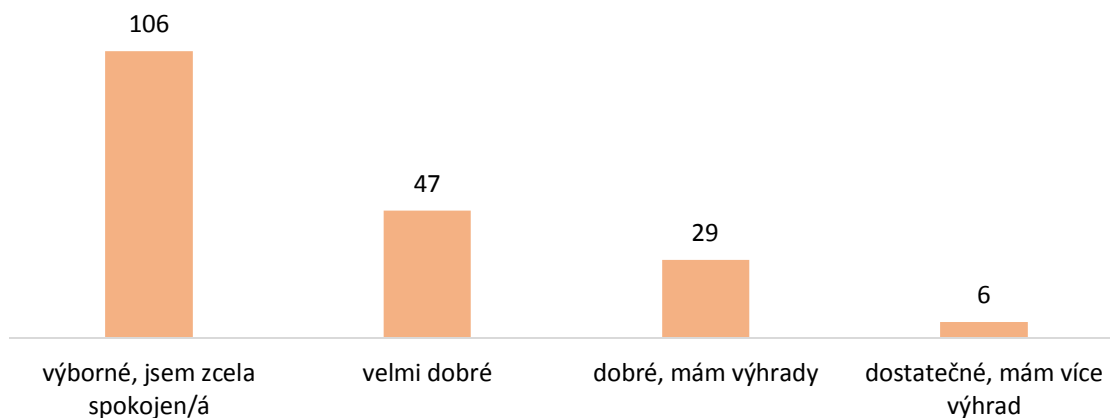
Evropský den sousedů je projektem podpořeným několika skupinami partnerů:

- “ Křimické zelí Lobkowicz (zelné saláty),
- “ Uzeniny Schneider (klobásy a vuřty),
- “ Plzeňský Prazdroj (pivo),
- “ Milknatur (zákys),
- “ Pekařství Malinová (poukazy na bochník chleba + koláč),
- “ Farmářský obchod (sleva 20 % na farmářské výrobky),
- “ bytová družstva (distribuce letáků),
- “ MM Car (Nehoda.cz) – bezplatná zápůjčka 6 automobilů.

### VII.2.4 ŠETŘENÍ OHLASŮ ÚČASTNÍKŮ

Na EDS bylo provedeno šetření spokojenosti účastníků. Rozhovorů se účastnilo 188 respondentů (139 žen, 49 mužů). Dotazování přineslo dále uvedené výsledky.

#### Spokojenost s akcí



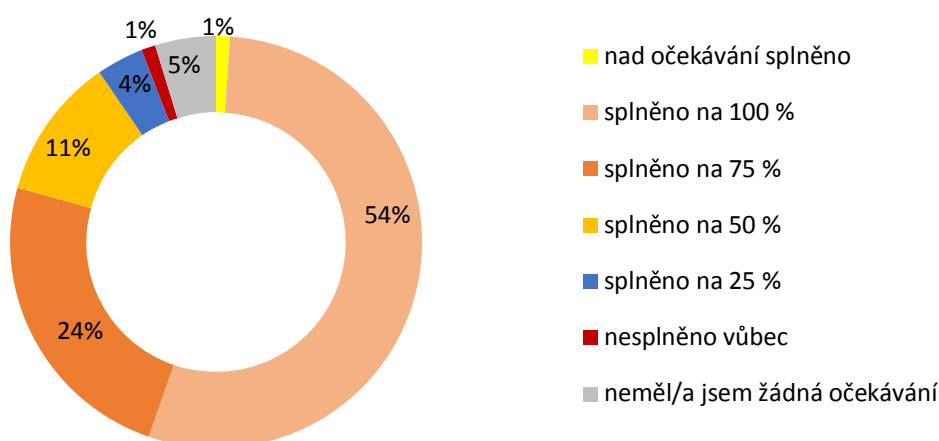
© Plzeň 2015

### Srovnání ročníků 2014 a 2015



© Plzeň 2015

### Naplnění očekávání



© Plzeň 2015

### Komentář

Ze zpětných vazeb je jasné, že Evropský den sousedů se stal oblíbenou akcí Plzeňanů. Oceňují zvláště sousedské večere, které vnímají jako skvělou příležitost se potkat a lépe seznámit se svými sousedy a pobavit se s nimi. Hojně navštěvovaná jsou ohniska realizovaná v okolí celoročně fungujících komunitních center. Sousedské procházky si již získaly svou oblibu, jejich kapacita byla ve třech případech zcela naplněna, v jednom dokonce dlouho dopředu. Osvědčil se koncept „sousedského víkendu“, kdy jednotlivé části akce probíhají během soboty i neděle.

Dotazovaní z 94 % vyjádřili zájem o účast na EDS v příštích letech. Jedná se o jeden z projektů s velkým potenciálem udržitelnosti.

## **VII.4 SKRYTÉ MĚSTO**

Projekt Skryté město známý především jako mobilní aplikace představující netradičního průvodce Plzní. Sedm charakterových postav = sedm průvodců a jejich zážitkové trasy jsou nabídkou pro obyvatele a návštěvníky města, kteří chtějí poznat Plzeň jiným způsobem, než nabízejí tradiční cestovní kanceláře a prohlídkové okruhy.

V roce 2015 bylo registrováno cca **5 000** stažení této aplikace.



Skryté město nebylo prezentováno pouze mobilní aplikací. Na webu [mapa.skrytemesto.cz](http://mapa.skrytemesto.cz) je dostupná interaktivní mapa Plzně, čítající přes 100 záznamů míst s příběhy historiků a pamětníků, kde ožívají významné události, silné osobní příběhy i veselé historky.

Další součástí projektu jsou i komunitně laděné akce napomáhající představit historii a současnost Plzně prostřednictvím vzpomínek, prožitků a znalostí Plzeňanů. (44)

#### VII.4.1 PLZEŇSKÁ POHOSTINNOST

Projekt plzeňské pohostinnosti dal obyvatelům možnost prezentovat dalším osobám město, ve kterém žijí, své zvyky a kulturu. Jeho součástí byly

- “ sousedské a architektonické procházky
- “ zážitkové nabídky

Sousedské procházky představily historii i současnost míst, mimo architektury se díky setkávání s pamětníky věnují především osobním příběhům. Sousedské procházky byly pravidelně konány pro obyvatele i návštěvníky Plzně od května 2015 vždy první sobotu v měsíci. Procházky také probíhaly v rámci velkých akcí, pořádaných Plzní 2015 – Slavnostní zahájení, Evropský den sousedů, Oslny vzniku republiky apod.

Průvodci sousedských procházek, vybraní z řad obyvatel města, prošli školením zaměřeným na práci v terénu, v archivech, na uměleckou stránku procházek i na praktické nezbytnosti. Byly uskutečněny tyto sousedské procházky (na červeně vyznačených byl proveden průzkum bezprostředních ohlasů ( kap. II.3.2):

1. Věznice na Borech
2. Plzeň 2015 – víc než jen slova
3. Tour de Doubravka
4. Petrohrad z příběhů
5. Bezovka – tajemství vil
6. Z Lochotína na Roudnou napříč historií
7. Tři plzeňská podkroví
8. Řeka ve městě
9. Vilová čtvrť na Lochotíně
10. Děti Bolevce
11. Zákulisí velkoměsta – jak se žije na „Place“
12. Plzeň za první republiky
13. Hradiště u Plzně
14. Kamenné památky
15. Roudná
16. Po stopách Měnové reformy
17. Sám s vámi – Život ve městě očima cizinců
18. Promenáda handicap

Součástí konceptu sousedských procházek byly i architektonické procházky realizované společně s projektem Plzeňský architektonický manuál. ( kap. VII.5)

1. Jižní Předměstí
2. Doudlevecká čtvrť
3. Staré a nové centrum
4. Nové centrum

Další součástí Plzeňské pohostinnosti byly tzv. Zážitekové nabídky:

1. Odhalte tajemství vůně kávy
2. Křížky a vetřelci na Slovanech
3. Z farmy na stůl
4. Kurz psaní povídek (Depo a kyvadlo, Depo a trapsavec)
5. Seznam se s českou mentalitou
6. Rozhýbeme Plzeň
7. Město letí
8. Silnice v kuchyni
9. Jak jsem zachránila hřbitov

O rozsahu a kvalitě Plzeňské pohostinnosti vypovídají následující čísla.

Počet sousedských procházek						66
<i>z toho pro veřejnost</i>						62
<i>pro školy</i>						4
Počet zážitkových nabídek						4
Počet účastníků akcí Plzeňské pohostinnosti						1792
Počet průvodců						40
Bezprostřední spokojenost dotázaných účastníků s akcí		1	2	3	4	5
		72,5 %	21,9 %	4,4 %	0,6 %	0,6 %
Naplnění očekávání dotázaných účastníků	nad 100 %	100 %	75 %	50 %	25 %	bez očekávání
		19,4 %	55,2 %	17 %	4,4 %	1,2 %

76

Dotazovaní účastníci vycházek ocenili zejména:

- “ fundované a vtipné vyprávění,
- “ výklad, zachycení původní atmosféry, konfrontace s pamětníky
- “ milé a osobně zaujaté průvodce,
- “ prohlídku jinak nepřístupných míst,
- “ kvalitně připravený program.

Naopak výrazně minoritní negativní ohlasy byly na:

- “ v některých pasážích příliš odborný výklad,
- “ občerstvení,
- “ přítomnost fotografa na akci,
- “ nevhodně zvolený megafon,
- “ chybějící prostor pro dotazy.

#### VII.4.2 PLZEŇSKÉ RODINNÉ FOTOALBUM

Cílem projektu Plzeňské rodinné fotoalbum bylo nahlédnutí do minulého i současného každodenního života Plzeňanů, rozpoznání identity a charakteru města skrze vytvoření rodinného fotoalba, které tvořily staré i současné fotografie od obyvatel Plzně.

Projekt je inspirován úspěšným francouzským projektem Chercheurs de Midi, který probíhal v rámci Marseille - Evropského hlavního města kultury 2013.

Základem bylo vytvoření webové galerie s širokou databází rodinných fotografií. Sběr fotografií byl realizován také pomocí workshopů ve školách, knihovnách i domovech důchodců díky nimž se zdařilo získat přibližně 3500 fotografií od více jak 250 přispěvatelů.

Výstupem projektu byly dvě velké výstavy v prostorách DEPO2015. Na první výstavě „Skryté město“ (17. 4. do 17. 7. 2015), bylo vystaveno 184 fotografií. V rámci této výstavy proběhlo také 6 vernisáží menších výstav, spojených se setkáním s pamětníky a promítáním fotografií. Postupně se tedy na výstavě vystřídalo dalších 120 fotografií. Druhá výstava s názvem Ráj mezi čtyřmi řekami, jejímž kurátorem byl Francouz Jean-Pierre Moulères (20. 10. 2015 do 31. 1. 2016) ukázala na 350 fotografií. Při obou výstavách probíhaly kreativně zaměřené workshopy pro školy.

Práce s fotografiemi vyvrcholila v závěrečný den projektu Plzeň 2015, kdy se tři tisíce fotografií rozvinuly v pásu o délce 1,3 km v ulicích mezi centrem a DEPO2015.

Vybrané fotografie byly vydány knižně. Kniha Plzeňské rodinné fotoalbum prezentující 180 fotografií byla vydána ve spolupráci s Českou tiskovou kancelář v nákladu 1 000 ks.

Vernisáže každé z výstav se účastnilo **250 lidí**.

První výstava Skryté město měla návštěvnost **4 773 lidí**, druhou shlédlo **5 157 lidí**.

Happeningu „Nejdelší fotoalbum 2015“ se účastnilo **5 000 lidí**.

## VII.5 PLZEŇSKÝ ARCHITEKTONICKÝ MANUÁL

Plzeňský architektonický manuál (PAM) je projekt, který má mnoho styčných ploch s projektem Skryté město uvedeným v předchozí kapitole a také s programem Pěstuj prostor. ( kap. VII.6)

Projekt PAM vznikl v rámci společnosti Plzeň 2015, posléze ho převzal nově konstituovaný spolek Pěstuj prostor. Hlavními cíli projektu jsou (15):

1. Popularizovat plzeňské architektonické dědictví.
2. Zvýšit povědomí veřejnosti o kvalitách a historii vystavěného prostředí v Plzni.
3. Zvýraznit Plzeň na kulturně-architektonické mapě Evropy.

První fáze projektu PAM (2014 - 2015) přinesla úspěšnou realizaci online databáze s 6 stezkami (o celkové délce 21 km), více než 200 hesly ke stavbám a souborům staveb, 25 veřejnými prostranstvími, 70 architekty, více než 1 000 současných fotografií pořízených výlučně pro tento projekt a téměř 2 000 reprodukcemi archivních materiálů, z nichž naprostá většina byla digitalizována a publikována poprvé. Ve druhé fázi projektu v květnu – prosinci 2015 byly realizovány další 4 stezky s více než 100 hesly ke stavbám a souborům staveb), 10 veřejnými prostranstvími a odpovídajícím počtem současných fotografií a reprodukcí archivních materiálů. Pro rok 2016 podpořilo MK ČR další dotací uskutečnění již třetí fáze projektu.

K dosažení uvedeného stavu byly nezbytné hodiny jednání s vlastníky objektů k získání jejich souhlasů s publikováním archiválií i současných fotografií a také badatelské a rešeršní práce. Svorníkem těchto aktivit bylo odborné vedení projektu, které obnášelo vytvoření kompletního „dramaturgického plánu“ projektu včetně výběru objektů, koordinaci celého projektu a projektového týmu, redakci odborných textů a další činnosti.

Součástí projektu nebyla jen vlastní online databáze, přístupná na adrese pam.plzne.cz, ale i doprovodné a související aktivity, které obnášely výstavy, architektonické procházky, program Dne architektury 2015 v Plzni ad. O naplnění prvních dvou cílů svědčí pozitivní reakce veřejnosti, o

úspěšném plnění cíle třetího zájem a ocenění kvalit projektu ze strany zahraniční odborné veřejnosti (akademici z ETH Zürich ve Švýcarsku, odborníci z německého magazínu *Bauwelt* či švýcarského časopisu *Werk, Bauen + Wohnen* ad.).

Mezi prostředky popularizace tématu i samotného projektu patřila mj. řada veřejných prezentací organizátorů projektu – například na hojně navštívených akcích PechaKucha Night Plzeň vol. 13 (22. 5. 2015), PechaKucha Night Mariánské Lázně vol. 8 (18. 12. 2015) či Plzeňský Perplex: vol. 2 (19. 11. 2015), nebo vystoupení v médiích (Čro Plzeň, TV ZAK ad.).

**Webové rozhraní projektu mělo k 31. 12. 2015 cca 8 000 přístupů.**

Patnácti architektonických procházek organizovaných ve spolupráci s projektem Skryté město po trasách jednotlivých stezek se od ledna do listopadu 2015 se zúčastnilo přibližně 600 lidí.

Výstavu, která představila I. fázi projektu (duben - červen 2015) v rámci výstavy Skryté město - Plzeňské rodinné fotoalbum navštívilo na **4 800 lidí**.

Přednášky Christophera Longa „Poučení z Loose: Způsob uvažování“ v květnu 2015 se zúčastnilo **70 návštěvníků**.

## VII.6 PĚSTUJ PROSTOR

Projekt Pěstuj prostor 2015 tvořený širokou platformou aktivit je dalším projektem, který se zrodil v roce 2013 ve společnosti Plzeň 2015 a posléze byl převzat novým spolkem Pěstuj prostor s podporou Plzeň 2015. Tento postup sledoval zajištění udržitelnosti projektu a ukázal se jako správný.

Cílem projektu je posilovat význam tématu veřejného prostoru u obyvatel Plzně, aktivizovat a vzájemně síťovat místní zájmovou veřejnost i neziskové organizace a pomáhat s vytvářením mostu mezi veřejnou správou, místními NNO a občany a to formou přednášek, komentovaných procházek, workshopů a otevřené výzvy.

Účelem otevřené výzvy je průběžně získávat názory občanů na stav veřejného prostoru města i jejich nápady na jeho vylepšení a podpořit realizaci nejlepších nápadů. V roce bylo podáno 54 podnětů. Odborná porota doporučila finančně podpořit 5 nových projektů a 5 projektů započatých v minulých letech, s finanční podporou 200 000 Kč bylo realizováno následujících osm akcí.

Nové projekty:

- “ Plzeňský Zpěvomat.
- “ Živo na černických schodech.
- “ Zahrada 2.0.
- “ Hravý skautský areál Pod Chlumem.

Pokračující projekty:

- “ Slavnosti jablek v Zapomenuté zahradě 2015.
- “ Křížky a Vetřelci.
- “ Zastávka v pohybu.
- “ Kultivace pramenů na Roudné.

Místem vlastních aktivit spolku se stala Městská plovárna obnovená v roce 2014. Byl zde od do září pravidelný víkendový provoz zahrnující dvacet komunitních a kulturních akcí spolku a řada dalších akcí.

V červenci se uskutečnil 3. mezinárodní workcamp, během kterého dobrovolníci pomáhali s kultivací pramenů na Roudné a pokračovali i v úpravách Městské plovárny a jejího okolí.

Vzdělávací část projektu sestávala ze dvou cyklů přednášek, architektonických vycházek, Dne architektury Plzeň a výstavě Pěstuj prostor. Jarní blok přednášek s názvem Spodní proudy byl zaměřený na témata související s řekami a architekturou u vody, podzimní blok, pojmenovaný Osy města, se zabýval městskými třídami a bulváry. Během Dne architektury mohla veřejnost navštívit interiéry 6 hodnotných staveb z první poloviny 20. stol. Nejvýznamnější projekty realizované v rámci programu byly představeny na výstavě Pěstuj prostor 2012 – 2015.

#### Akce v roce 2015 a účast na těchto akcích

Datum	Akce	Účast
4.2.	promítání dokumentu Plán a diskuse s Benjaminem Tučkem	37
20.-21.2.	Lampiony nad plovárnou / Festival světla	cca 5 000
9-3.	Slavnostní vyhlášení výsledků 3. ročníku Otevřené výzvy Pěstuj prostor	60
11.4.	Pop up Loos: vernisáž výstavy On top of Loos	500
12.4.	Pop up Loos: vernisáž výstavy Wish you where here	500
18.4.	Vítání jara na Městské plovárně	200
6.5.	SPODNÍ PROUDY: Říční plovárny	27
13.5.	Noc literatury na Městské plovárně	80
15.5.	Otvírání plovárny – dobrovolnická akce	20
16.5.	Zahajovací koncert	300
20.5.	SPODNÍ PROUDY: Fenomén lázně	25
VI. – IX.	Otevřené víkendy na Městské plovárně	1 200
3.6.	SPODNÍ PROUDY: Architektura na vodě	56
13.6.	plánovací workshop studentů architektury na letní dílnu na plovárně	12
17.6.	SPODNÍ PROUDY: Plzeň a její řeky	44
19.6.,	Divadlo na plovárně	80
6.-19.7.	Workcamp Foster the City 2015	30
10.7.	Soirée u třech pramenů (Prameny na Roudné	90
13.7.	Naučte se plést houpací síť	15
17.19.7.	Plovárenské dny 2015	800
31.7.	Vlnohraní	300
7.8.	Swing Kiss – kurzy swingu na plovárně	150
8.8.	Swing Kiss – plovárenské dostaveníčko: retro odpoledne a taneční večer	200
2.9.	Setkání pamětníků na plovárně	10
9.9.	OSY MĚSTA: Městský bulvár jako veřejný prostor	41
12.9.	Plovárenská alternativa	70
18.9.	Nábytkový workshop	5
19.9.	Anděl Fest	13
22.9.	Cyklokoncert na plovárně	350

<i>Datum</i>	<i>Akce</i>	<i>Účast</i>
23.9.	OSY MĚSTA: Klatovská třída jako páteř prosperující Plzně	43
27.9.	Plov Art	80
2.10.	Den architektury 2015: Plzeň moderní	500
3.10.	Architektonická procházka Nové centrum: výrobní a rezidenční čtvrt	50
7.10.	OSY MĚSTA: Americká třída jako tepna moderní Plzně	65
9.10.	Naučte se plést houpačí síť	14
20.10.	Pěstuj prostor uměním	100
21.10.	OSY MĚSTA: Aktivace a transformace městských tříd	38
11.11.	Dernisáž a komentovaná prohlídka výstavy Pěstuj prostor	30
18.11.	Jak se v Plzni pěstuje prostor – prezentace projektů z grantové výzvy	30

## VIII. INFORMOVANOST A MARKETING

### VIII.1 INFORMOVANOST O PROJEKTU A ZDROJE INFORMACÍ

#### VIII.1.1 POVĚDOMÍ O PROJEKTU

Povědomí o projektu bylo zjišťováno ve dvou výzkumech:

- výzkum vnímání Plzně a projektu Plzeň 2015, ( kap. II.3.6)
- výzkum informovanosti, postojů a participace. ( kap. II.3.7).

#### Výsledky výzkumu povědomí o Plzni a projektu Plzeň 2015

Povědomí o projektu Plzeň 2015 mělo v roce 2014 **80 %** dotazovaných **obyvatel Plzně**, v roce 2016 pak **94 %**.

V rámci výzkumu bylo provedeno ve dvou vlnách (12/2014 a 02/2016) srovnání s povědomím o dalších celonárodně významných kulturních, sportovních akcích a výstavách. O žádné z nich neměli Plzeňané větší povědomí, na druhém místě se v obou vlnách umístil Mezinárodní filmový festival v Karlových Varech (2014: 79 %, 2016 77 %) na třetím místě v 1. vlně Mistroství světa v ledním hokeji (73%) a druhé vlně Rock for People (72 %).

Z respondentů žijících **mimo Plzeň** mělo o projektu Plzeň 2015 povědomí v roce 2014 **22 %** a v roce 2016 **35 %**.

U lidí mimo Plzeň se projekt Plzeň 2015 ve srovnání s dalšími významnými akcemi umístil až v druhé polovině, jak je patrné z následující tabulky. V roce 2014 byla Plzeň 2015 podle povědomí neobyvatel na 11 místě z vybraných akcí, v roce 2016 na místě desátém.

Akce	Povědomí (%)			
	Obyvatelé		Neobyvatelé	
	2014	2016	2014	2016
<b>Plzeň 2015</b>	<b>80</b>	<b>94</b>	<b>22</b>	<b>35</b>
Colours of Ostrava	41	47	57	38
Ostrava: Evropské město sportu	5	10	12	13
Pražské Quadriennale	3	7	5	6
Rock for People	70	74	71	69
Smetanova Litomyšl	41	48	55	51
Pražské jaro	72	73	83	77
United Islands	11	11	10	9
Mezinárodní filmový festival Karlovy Vary	79	77	81	78
Finále Plzeň	42	43	4	4
Slavnosti svobody Plzeň	55	73	2	18
Mezinárodní hudební festival Český Krumlov	26	29	29	23
Zahrada Čech v Litoměřicích	50	48	57	49
Země živitelka v Českých Budějovicích	70	72	59	59
Velká cena Moto GP České republiky v Brně	55	59	67	67
Mistroství světa v ledním hokeji	73	72	84	81

### Výsledky výzkumu informovanosti, postojů a participace obyvatel

Podle výzkumu Střediska pro výzkum regionálního rozvoje provedeného v letech 2012 – 2016 v Plzni bylo povědomí o projektu u respondentů z Plzně následující:

<b>2012</b>	<b>90 %</b>
<b>2013</b>	<b>85 %</b>
<b>2014</b>	<b>86 %</b>

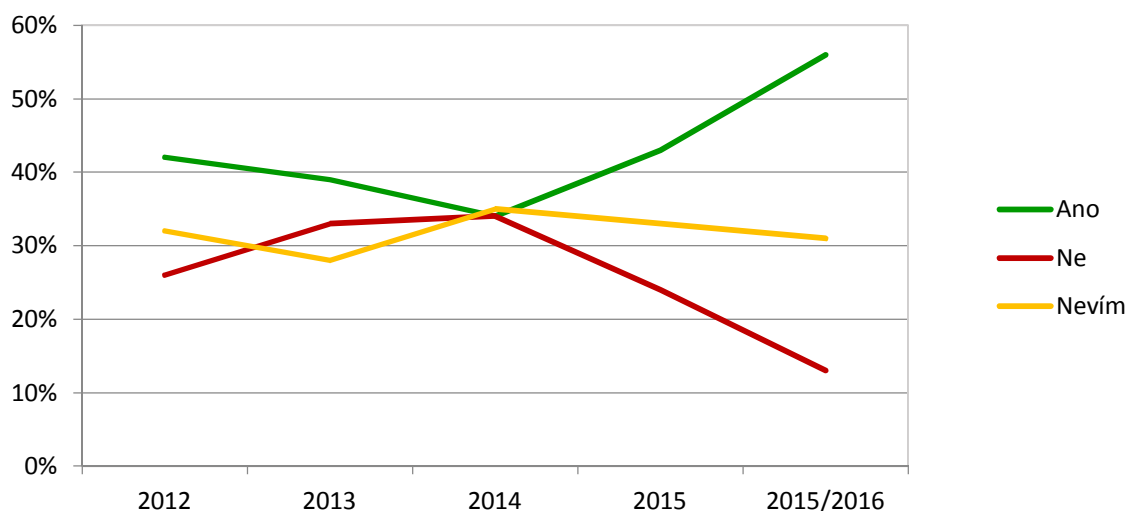
Vyšší úroveň povědomí o projektu EHMK projevující se ve výsledcích tohoto výzkumu je zřejmě odrazem metody výzkumu. Otázkou je, zda vyšší povědomí v roce 2012 je náhodou, nebo odráží mediální situaci týkající se personálních změn ve vedení projektu (pak by šlo spíše o vysoké, ale negativní povědomí).

Ve vlnách výzkumu 2015 a 2015/2016 otázka již nebyla položena.

#### VIII.1.2 KVALITA INFORMOVANOSTI

Ve výzkumu informovanosti, postojů a participace obyvatel byla jedna z otázek věnována úrovni informovanosti o projektu. Respondenti odpovídali na otázku, zda mají pocit, že jsou dobře informováni.

<i>Vlna výzkumu</i>	<i>Ano</i>	<i>Ne</i>	<i>Nevím</i>
2012	42 %	26 %	32 %
2013	39 %	33 %	28 %
2014	34 %	34 %	35 %
2015	43 %	24 %	33 %
2015/2016	56 %	13 %	31 %



© Plzeň 2015 na základě dat SVRR ZČU

Výše uvedený graf názorně dokazuje poměrně nepříznivou situaci v roce 2012 a 2013, kdy důvěra v projekt byla nižší, a to i díky nepříliš dobré informovanosti. Nejnižším „bodem“ pocitu kvality informovanosti byl rok 2014, kdy vzrůstalo napětí a byl hlad po konkrétních informacích zejména o programu.



#### VIII.1.4 ZDROJE INFORMACÍ

Zdrojů informací o projektu se věnovalo několik průzkumů a analýz. Zdrojům informací o projektu jako celku se věnovaly stejné průzkumy jako povědomí projektu:

- výzkum vnímání Plzně a projektu Plzeň 2015, ( kap. II.3.6)
- výzkum informovanosti, postojů a participace. ( kap. II.3.7).

Výzkumy bezprostředních ohlasů realizované týmem Plzeň 2015 se zaměřily na analýzu informovanosti o programových akcích.

##### Výsledky výzkumu povědomí o Plzni a projektu Plzeň 2015

Zdroje informací o projektu byly respondenty uváděny následovně:

Zdroj informací	Obyvatelé		Neobyvatelé	
	2014	2016	2014	2016
Televize	18 %	20 %	27 %	44 %
Rádio	5 %	13 %	16 %	12 %
Internetové stránky	15%	9 %	25 %	21 %
Rodina, přátelé, známí	5 %	11 %	6 %	5 %
Reklama na ulici	16 %	17 %	8 %	5 %
Kolegové v práci	1 %	1 %	3 %	0 %
Sociální sítě	5 %	5 %	8 %	3 %
Dopravní prostředky veřejné dopravy	3 %	3 %	3 %	1 %
Z informačních zdrojů města (www, Radniční listy apod.)	30 %	17 %	1 %	5 %
Jiné a neví	2 %	3 %	3 %	5 %

Tabulka ukazuje za rok 2014 celkem logické výsledky, totiž že hlavním zdrojem informací v Plzni byly přímé zdroje města, zatímco mimo Plzeň byla hlavním zdrojem hromadná média, zejména televize. Zvláštní ale je, že v únoru 2016 uvedla většina respondentů z Plzně (zpětně pro rok 2015) televizi jako hlavní zdroj. To sice může souviset s intenzivním zapojením České televize jako mediálního partnera projektu a dále s působením místních televizí s pravidelnými aktualitami z projektu, výsledky druhého průzkumu tuto skutečnost ale nepotvrzují.

##### Výsledky výzkumu informovanosti, postojů a participace obyvatel

Druhý výzkum řešil zdroje informovanosti pouze v poněkud hrubším pohledu. Bohužel nebylo možné rozsah variant koordinovat, neboť výzkum začal již v roce 2012, zatímco ostatní výzkumy byly definovány až v roce 2014. ( kap. I)

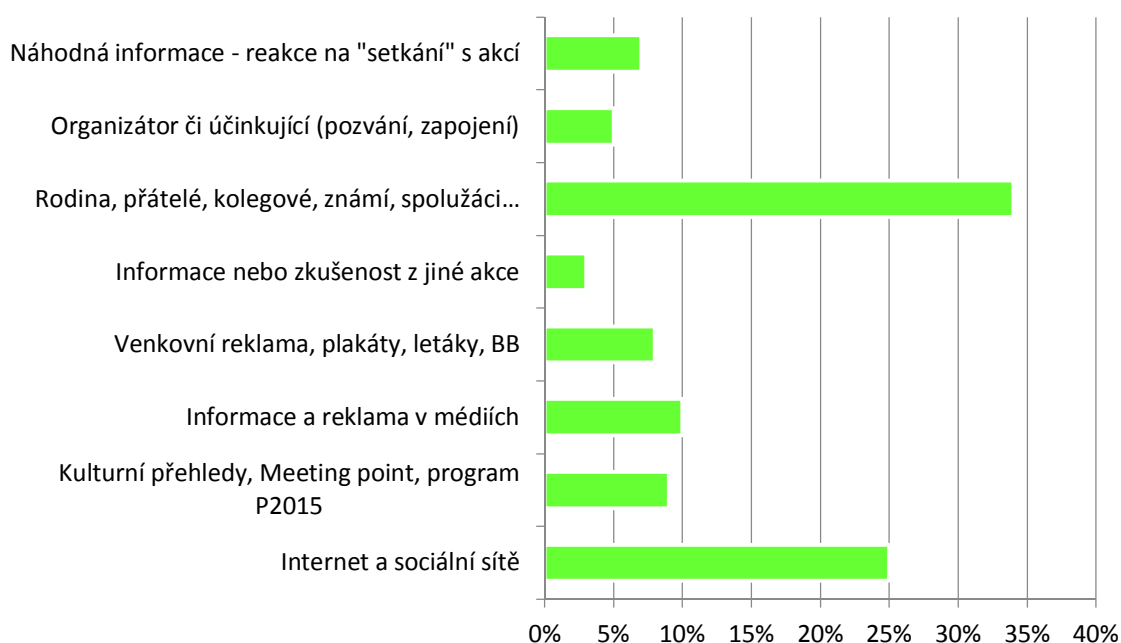
Zdroj informací	2012	2013	2014	2015	2015/ 2016
Televize	20 %	18 %	19 %	18 %	10 %
Rádio	17 %	15 %	17 %	15 %	12 %
Denní tisk	27 %	28 %	29 %	18 %	14 %
Internet	22 %	23 %	19 %	25 %	22 %
Od rodiny, přátel, známých	14 %	16 %	16 %	24 %	19 %
Venkovní reklama	x	x	x	x	22 %

Výstupy ukazují, že největším zdrojem informací byl v letech 2012 -2014 denní tisk a na druhém místě televize, což odpovídá skutečnosti, že zejména Plzeňský deník, plzeňská mutace MF Dnes a televize ZAK přinášely absolutně nejvíc informací o projektu a jeho vývoji. V roce 2015 narostl význam internetu, který přinášel údaje o programu. Pro orientaci v programu byla logicky důležitá i venkovní reklama, která byla bohužel přidána do výzkumu jako varianta zdroje až v závěrečné vlně. Významnou pozici mají i informace od přátel, rodiny, kolegů apod.

### Výsledky výzkumu bezprostředních ohlasů

Výzkum bezprostředních ohlasů na akcích se soustředil nejen na vlastní ohlasy, ale i na údaje o „kulturním chování“ návštěvníků a o zdroji informací o konkrétní akci.

Většina dotázaných účastníků akcí (34 %) uvedla, že zdrojem informací pro ně byli přátelé, rodina, kolegové či spolužáci. Na dalších místech byly internet a sociální sítě (25 %), informace a reklama v médiích (10 %) a přímé nástroje města a společnosti Plzeň 2015, zejména měsíční programy, jednotlivá vydání Knihy 3 a informace v Meeting Pointu (9 %). 7 % z dotázaných se pro účast na akci rozhodlo proto, že se k ní náhodně dostali („šli kolem“).



© Plzeň 2015

Zdroj informací o akci	Podíl respondentů
Internet a sociální sítě	25 %
Kulturní přehledy, Meeting point, program P2015	9 %
Informace a reklama v médiích	10 %
Venkovní reklama, plakáty, letáky, BB	8 %
Informace nebo zkušenost z jiné akce	3 %
Rodina, přátelé, kolegové, známí, spolužáci...	34 %
Organizátor či účinkující (pozvání, zapojení)	5 %
Náhodná informace - reakce na "setkání" s akcí	7 %

U konkrétních akcí se jejich účastníci orientovali především podle informací lidí ze svého okolí. Jejich osobní zkušenost logicky velmi důležitá pro rozhodnutí akci navštívit, i když nebyl uváděn jako nejsilnější motivátor. Osobní doporučení lidí z okolí bylo faktorem na pozadí.

### VIII.1.5 ZÁVĚRY

Výše popsané výsledky výzkumů týkající se otázky informovanosti nepřinesly nijak překvapivé výsledky.

Uspokojivá byla úroveň povědomí o projektu Plzeň v letech 2012-2014 mezi obyvateli města, která byla ve výši 80 -85 %. Otázkou je, zda by v případě pozitivnějšího průběhu prvních přípravných let mohla být vyšší úroveň povědomí o projektu u lidí mimo Plzeň.

Výzkumy potvrdily význam hromadných médií jako zdroje informací pro lidi mimo Plzeň a přímých informačních nástrojů města pro Plzeňany. Trochu překvapením je nízký podíl respondentů, kteří uvedli jako zdroj informací sociální sítě. Na těchto sítích se přitom odehrávaly již od kandidatury intenzivní diskuse na různá témata spojená s projektem.

Pro účastníky akcí byly nejméně frekventovanějším zdrojem informací o akci lidé z jejich okolí a dále internet a sociální sítě.

## VIII.2 MARKETINGOVÉ A KOMUNIKAČNÍ AKTIVITY

Marketingové a komunikační aktivity společnosti Plzeň 2015 a města Plzně týkající se prezentace projektu EHMK byly trvale v hledáčku pozornosti příznivců i kritiků projektu. Výše uvedené výsledky výzkumů o povědomí a informovanosti neprokazují neúspěch marketingových aktivit.

Stěžejním dokumentem byla marketingová strategie (17), která udala základní směřování všech marketingových a komunikačních aktivit, tedy kampaním k jednotlivým akcím, merchandisingu, cobrandingovým aktivitám atd.

### VIII.2.1 MEDIÁLNÍ PARTNEŘI

Mediálními partnery projektu se stali

- televize - Česká televize, ZAK TV a Plzeňská 1,
- rozhlas - Český rozhlas, MMS,
- tisk - Vltava Labe Press,
- outdoor - Rencar, Euronova.

### VIII.2.2 PUBLIC RELATIONS A KOMUNIKACE

Systematická práce oddělení PR a marketingu a spolupracujících agentur Public Eye a Arts Marketing vedla k realizaci rozsáhlého portfolia komunikačních aktivit. Tabulka uvádí některé kvantifikované mediální ukazatele.

Zpravodajské články v českých médiích	3 448
Významné články v zahraničních novinách a časopisech (CNN, BBC, ORF, ZDF i ARD, RAI, Maori TV, průvodce Lonely Planet, Frankfurter Allgemeine, The Sunday	55

Telegraph, The Independent, The Times, Kurier, La Libre, Le Soir, Wiener Zeitung, Süddeutsche Zeitung, TV Arte, Radio France),	
Zahraníční novináři v Plzni	<b>223</b>
Tiskové konference	<b>192</b>
Tiskové zprávy	<b>198</b>
Reklamní spoty v České televizi	<b>164</b>
Zahraníční prezentace (2014 - 2015)	<b>30</b>
Domácí prezentace	<b>13</b>
Prezentace v rámci akce Vysavač	<b>18 / 291 osob</b>

#### Přehled zahraničních prezentací

29. 5. 2014	Donaugartenschau Degggendorf
30.-31.5. 2014	99. Katholikentag Regensburg
7.-8.6. 2014	65. Sudetendeutscher Tag in Augsburg
13.6. 2014	6th Czech Street Party Brusel
16.6. 2014	Plzeňské odpoledne na Velvyslanectví české republiky v Berlíně
20.6. 2014	62. Festspiele Europäische Wochen Passau
6.7. 2014	Den Plzně 2015 na zemské zahradní výstavě Donaugartenschau Degggendorf
27. – 31.7. 2014	Veletrh cestovního ruchu RDA v Kolíně nad Rýnem
4.-5.9. 2014	Workshop on Tourism and the Creative Economy, Ars Electronica Center, Linz
11.-14.9. 2014	BAZART - víkend dizajnu a módy, Košice
13.-14.9. 2014	Streetlife Festival Mnichov
14.9. 2014	Tag der offenen Tür der Regierung von Niederbayern, Landshut
3.10. 2014	Festival Waves Vienna, Club Flex, Vídeň
4.-5.10. 2014	Festival Biele noci a Mezinárodní maratón mieru, Košice
12.10. 2014	Knižní veletrh Frankfurter Buchmesse, Frankfurt
26.10. 2014	Koncert České filharmonie v Mnichově
30.-31.10. 2014	Kultur Invest Kongress, Berlín
3.-6. 11. 2014	Veletrh cestovního ruchu World Travel Market, Londýn
10.11. 2014	Pilsner Brunch, Kulturrathaus Drážďany
19.-23.11. 2014	Veletrh cestovního ruchu Touristik and Caravaning Lipsko
28. – 29. 1. 2015	Tisková konference Café Foxford, prezentace na mezinárodním veletrhu cestovního ruchu ITF Slovakia Tour, Bratislava
30.1. 2015	Český ples v Bruselu
6.-7. 2015	Pilsner Tage in Regensburg
18.-22.2. 2015	Veletrh cestovního ruchu Free Messe, Mnichov
26.2. 2015	Themenabend, Pilsen, výstava Gottfried Lindauer, Berlín
4.-8.3. 2015	veletrh cestovního ruchu ITB, Berlín
18.-22.3. 2015	Veletrh cestovního ruchu Freizeit Messe, Norimberg
23.-24.5. 2015	66. Sudetendeutscher Tag in Augsburg

31.3. 2015	Slavnostní otevření expozice Plzeňského kraje, Bayerisch Eisenstein
19.6. 2015	Tisková konference k festivalu 9 týdnů baroka, Linz

### VIII.2.3 ONLINE KOMUNIKACE

Online komunikace byla velice důležitým skladebným kamenem naplňování marketingové strategie projektu. Sestávala z řady dílčích komunikačních kanálů a několika kampaní, jejichž přípravou byla pověřena agentura Brainz **(01)**.

Kampaně proběhly na Facebooku a Youtube, bannerová kampaň proběhla v obsahové síti Seznam. Z této bannerové kampaně pocházelo nejvíce návštěvníků kampaně na Youtube.

Na Youtube bylo propagováno vybraných 13 video pozvánek často s ambasadory – mediálně známými osobnostmi zvoucími do města kultury.

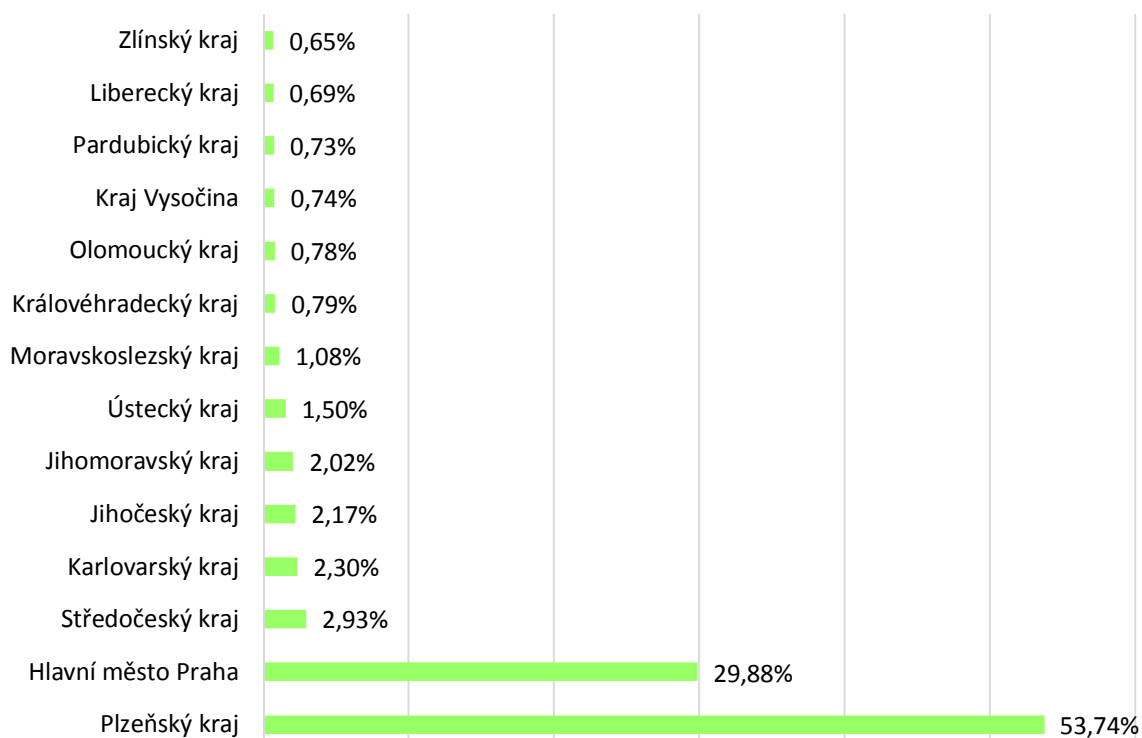
#### Web Plzně 2015

Webové stránky Plzně 2015 byly jedním z hlavních komunikačních kanálů projektu obecně, jak se ukázalo při průzkumu informovanosti, hrály významnou roli v informovanosti o projektu obecně a hlavně o jeho programových aktivitách.

Návštěvnost webu v letech 2013 a 2014 uvádí následující tabulka a graf.

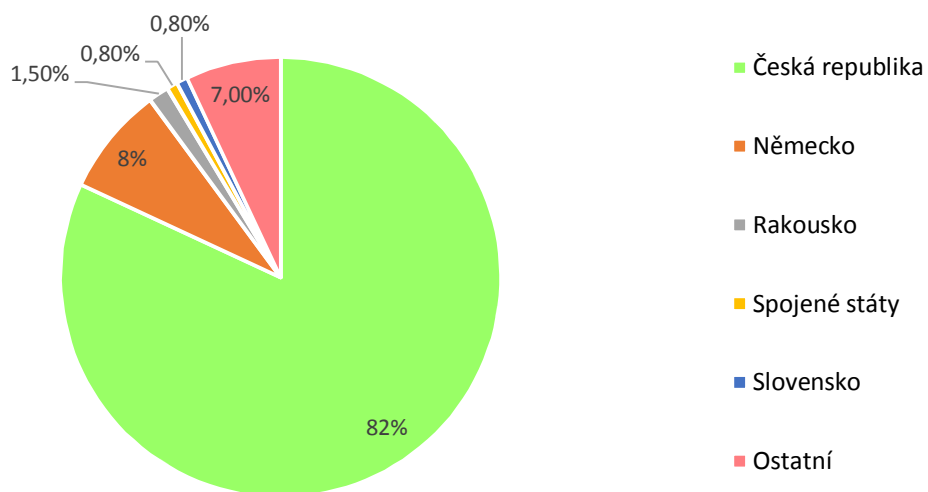
Údaj	2014	2015	Změna
Návštěvy	18 838	920 954	4 889 %
Uživatelé	15 898	548 673	3 451 %
Zobrazení	39 985	2 531 540	6 331 %
Průměrný počet stránek na jednu návštěvu	2,12	2,75	130 %
Průměrná doba trvání návštěvy	01:11	02:10	183 %

Geografické rozložení uživatelů webu je obsaženo v následujících grafech.



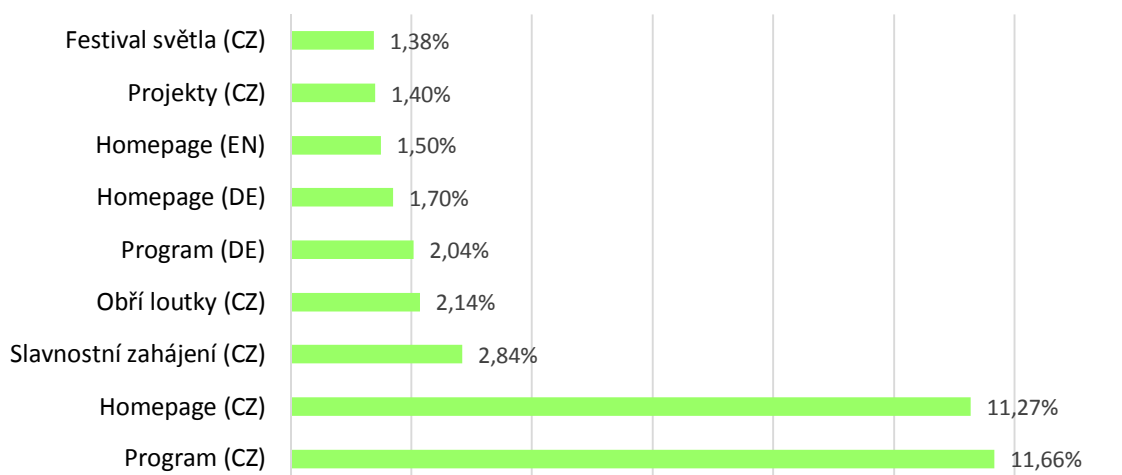
© Plzeň 2015 z dat Brainz

88



© Plzeň 2015 z dat Brainz

Mezi nejnavštěvovanější stránky patřily hlavní stránka a sekce Program.



© Plzeň 2015 z dat Brainz

Na pozvánkovou kampaň na webu bylo uskutečněno 38 838 návštěv od 32 995 uživatelů. Celkem se odeslalo 15 341 pozvánek s 12 325 kupóny na pivo zdarma (7 530 vyzvednutých a 4 795 nevyzvednutých).

### On-line kampaně

Co se týče on-line kampaní, o jejich úspěšnosti podává přehled následující tabulka.

Kampaň	Počet zobrazení	Počet uživatelů	Počet prokliků/návštěv
Facebook	33 371 785	2 530 868	91 547
Youtube	268 837	-	482
Seznam	32 337 491	přes 8 000 000	43 236
<b>CELKEM</b>	<b>65 978 113</b>	<b>přes 10 000 000</b>	<b>135 265</b>

89

### Facebook

Počet fanoušků Facebookové stránky Plzeň 2015 narostl během roku 2015 více než **dvojnásobně** (před začátkem roku 2015 sledovalo stránku necelých 12.000 lidí, v polovině roku již více než 20.000 a na konci roku přesáhl hranici 26.000).

Za nárůstem fanoušků nestojí placené kampaně zmíněné výše, ale promo jednotlivých událostí a postů. Velká část fanoušků se tak přidala ke stránce, protože ji zaujaly aktivity v Plzni.

Celkový denní dosah příspěvků dosáhl maxima v 29. 1. 2015, kdy se dotkl hranice 310 000 a to díky zájmu lidí po zahájení v kombinaci s placenou kampaní.

### Instagram

Co se týče Instagramu @plzen2015, zprovozněného od začátku roku 2014, bylo zveřejněno 378 postů, účet měl 1836 sledujících. Celkem nasbíral 15 000 likes, 344 komentářů a 7700 použitých hashtagů #plzen2015.

## Twitter

Twitter @plzen2015 publikoval 2907 tweetů, měl 1807 sledujících, nasbíral 985 likes a 380 900 impresí (shlédnutí postu) za rok 2015. Nejúspěšnějšími posty byly:

- rozzáření sochy Čestmíra Sušky z DEPO2015 na Signal festivalu (7974 impresí)
- Oprásky a porážka Viktorky (7601 impresí)

V průběhu roku 2015 byl spuštěn účet @depo2015. Na něm bylo publikováno 113 tweetů, měl 518 sledujících. Nasbíral 91 likes a 392 950 impresí celkem. Množství impresí ovlivnila jedna placená kampaň. Nejúspěšnější posty:

- Otevření Makerspacu – 7546 impresí,
- Makerbus na Designbloku – 7097 impresí.

### VIII.2.4 REGIONÁLNÍ INFORMAČNÍ SÍŤ

V období od července 2014 vznikla jako jeden z marketingových nástrojů poměrně rozsáhlá regionální síť, jejímž cílem bylo zajistit distribuci marketingových materiálů k programovým aktivitám projektu a zprostředkovat prodej vstupenek.

Síť tvořilo následujících 33 partnerů:

- MAS Západ Bezdržice,
- Muzeum jižního Plzeňska v Blovicích,
- Darovanský dvůr Resort,
- Městské kulturní středisko Dobřany,
- Městské kulturní středisko v Domažlicích,
- Městské kulturní zařízení Horšovský Týn,
- Centrum španělské kultury a vzdělávání Klatovy,
- Informační centrum Klatovy,
- Chodské regionální informační středisko Klenci pod Čerchovem,
- Galerie Klatovy / Klenová,
- Léčebné lázně Konstantinovy Lázně, a.s.,
- Informačním centrum města Manětín,
- Muzeum a galerie severního Plzeňska v Mariánské Týnici,
- Turistické a informační centrum Nečtiny,
- Mikroregion Nepomucko,
- Kulturní a informační centrum Nepomuk,
- Kulturní a informační centrum města Nýrska,
- Hafan studio Planá,
- Městská knihovna Plasy
- Městské kulturní a informační středisko Poběžovice,
- Kulturní a komunitní centrum Přeštice,
- Infocentrum a muzeum Radnice,
- Informační centrum Rokycany,



Infocentrum Spálené Poříčí,  
K-Centrum, městská knihovna Starý Plzenec,  
Městské kulturní středisko ve Stříbře,  
Městské informační centrum Sušice,  
Sirkus - Sušické kulturní centrum,  
Muzeum českého lesa v Tachově,  
Obecní knihovna Tlučná,  
Chateau Zbiroh s.r.o ,  
Informační turistické centrum Železná Ruda,  
Zámek Žinkovy.

Propagace proběhla hlavně v regionálních médiích, na webu Plzeň 2015, na veletrzích, při prezentacích projektu Plzeň 2015 a ve dvou vydáních programové regionální brožury Otevři si region. Specifickou formou prezentace bylo představení partnerů na 12 farmářských trzích v Plzni.

### **VIII.3 MEDIÁLNÍ ANALÝZA**

Mediální analýza českých médií proběhla od prosince 2014 do prosince 2015 a byla zajišťována Institutem komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK Praha.

Byla rozdělena do tří období, v nichž byly zjištěny tyto počty analyzovaných příspěvků – jednotlivých článků resp. reportáží: ( kap. II.3.11)

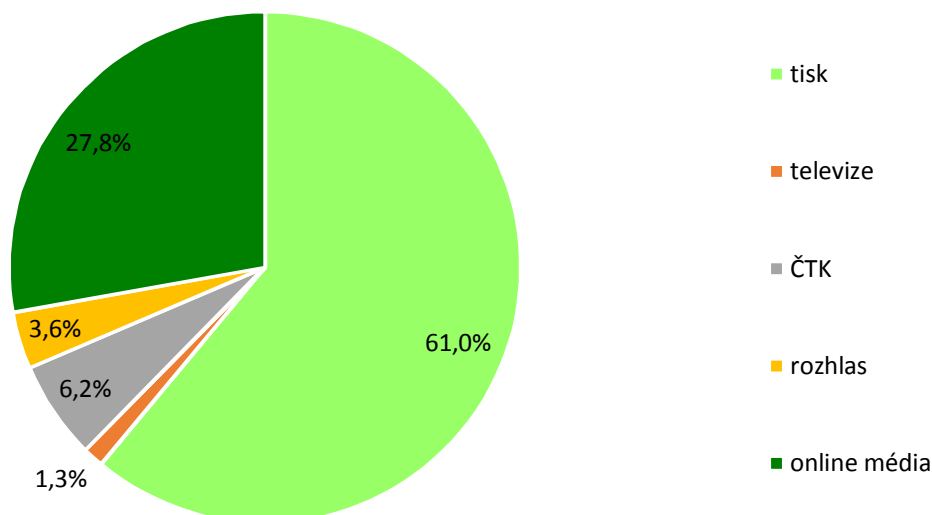
- prosinec 2014 – únor 2015 - 953,
- březen 2015 – červen 2015 – 1 232,
- červenec 2015 – prosinec 2015 – 1 263.

**Celkem bylo mediální analýzou zjištěno 3 448 příspěvků v českých médiích.**

V tomto čísle jsou zahrnuty příspěvky týkající se zpravodajství, naopak nejsou započítány výstupy v publicistických pořadech a tištěných médiích, která nejsou zařazena do monitoringu tisku města Plzně.

#### **VIII.3.1 STRUKTURA PŘÍSPĚVKŮ**

Struktura příspěvků dle typu média je znázorněna následujícím grafem.



© Plzeň 2015 z dat IMSŽ

Přehled „aktivity“ médií ve vztahu k projektu uvádí následující tabulka. Je třeba zmínit, že analýza vychází z monitoringu tisku zajišťovaného městem Plzní, takže Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK Praha nemohl eliminovat případné nedostatky v monitoringu. Např. u televizních a rozhlasových médií lze jednoznačně předpokládat vyšší celkový počet odvysílaných příspěvků o projektu Plzeň 2015, protože analýza nezahrnuje kompletní vysílání, ale pouze hlavní zpravodajské relace. V počtech nejsou zahrnuty zpravodajské vstupy a reportáže odvysílané v průběhu dne nebo v publicistických pořadech sledovaných stanic.

92

Medium	Počet příspěvků	Podíl
<b>Tištěná média</b>	<b>2105</b>	<b>61,05%</b>
<b>Deník</b>	<b>1252</b>	<b>59,48%</b>
<i>region západní Čechy</i>	949	45,08%
<i>region střední Čechy a Praha</i>	49	2,33%
<i>region východní Čechy</i>	39	1,85%
<i>region střední Morava</i>	37	1,76%
<i>region severní Čechy</i>	41	1,95%
<i>region Vysočina</i>	37	1,76%
<i>region severní Morava</i>	29	1,38%
<i>region jižní Čechy</i>	40	1,90%
<i>region jižní Morava</i>	31	1,47%
MF Dnes	320	15,20%
Právo	196	9,31%
Lidové noviny	51	2,42%
Metro	20	0,95%
E15	21	1,00%
Haló noviny	10	0,48%
Ostatní tištěná média	146	6,94%
<b>TV stanice</b>	<b>45</b>	<b>1,31%</b>

<i>Medium</i>	<i>Počet příspěvků</i>	<i>Podíl</i>
<b>Česká televize</b>	<b>36</b>	<b>80,00%</b>
TV Barrandov	1	2,22%
Prima TV	4	8,89%
TV Nova	4	8,89%
<b>Rozhlasové stanice</b>	<b>123</b>	<b>3,57%</b>
<b>Český rozhlas</b>	<b>81</b>	<b>65,85%</b>
ČRo Plzeň	33	26,83%
ČRo Radiožurnál	17	13,82%
ČRo Dvojka	6	4,88%
ČRo Plus	12	9,76%
ČRo Regina	2	1,63%
ČRo Hradec Králové	1	0,81%
ČRo 7 Praha	10	8,13%
Rádio Blaník	19	15,45%
Hitrádio FM PLUS	13	10,57%
Impuls	5	4,07%
Frekvence 1	4	3,25%
<b>Internetová média</b>	<b>257</b>	<b>27,84%</b>
<b>denik.cz</b>	<b>126</b>	<b>13,13%</b>
zpravy.rozhlas.cz	129	13,44%
parlamentnilisty.cz	58	6,04%
plzen.iDNES.cz	78	8,13%
novinky.cz	92	9,58%
plzenskenovinky.cz	57	5,94%
tyden.cz	38	3,96%
lidovky.cz	38	3,96%
idnes.cz	13	1,35%
ct24.cz	22	2,29%
krajskelisty.cz	21	2,19%
<b>Zpravodajský servis ČTK</b>	<b>215</b>	<b>6,24%</b>

Analýza ukazuje na majoritu Deníku, jehož vydavatelství bylo mediálním partnerem projektu, stejně jako Český rozhlas a Česká televize. Z analýzy lze také vyčíst, že většina příspěvků měla regionální dosah.

### VIII.3.2 TÉMATA

V prvním sledovaném období (12/2014 – 2/2015) tematické agendě dominovalo mediálně exponované zahájení projektu Plzeň – EHMK 2015, kterému byla věnována více než čtvrtina všech analyzovaných příspěvků. Mezi další medializovaná témata ve sledovaném období patří Festival světla, výstavy Ateliér Jiřího Trnky, Trnkova zahrada 2 a vystoupení Davida Dimitriho.

Období mezi březnem a červnem 2015 nemělo žádné výrazně vystupující téma. Můžeme mluvit o tematické fragmentaci mediální pozornosti, kdy výraznější body programu zabírají v celkovém množství medializovaných témat od 4 do 7 % případů. Zvýšené pozornosti médií vůči určitému tématu přitom výrazně napomáhá delší časový rozsah události, typicky v případě festivalů Finále Plzeň a Rock for People Europe.

V období druhého půlroku 2015 je patrný průběžný zájem médií o dění související s projektem Plzeň – EHMK 2015. Tematická skladba mediální agendy reflektuje především programové akce, přičemž ani jedno téma nijak výrazně „nevyčnívá“ a i ta nejčastěji medializovaná témata zabírají v celkovém množství od 4 do 9 %. Nejvíce příspěvků bylo věnováno festivalu 9 týdnů baroka, z množství jednotlivých akcí festivalu věnovala média pozornost barokní opeře ve Světcích u Tachova a Klatovům. Výraznou pozornost médií upoutalo představení Obří loutky v Plzni a červencový festival Rock for People Europe.

Často se objevovaly články zmiňující projekt Plzeň – EHMK 2015, ale dominantně se věnující jinému, s projektem nesouvisejícímu tématu. Jde především o nejrůznější kulturní přehledy událostí v regionu i celé ČR, z menší části příspěvky o kulturním dění v Plzni a okolí, které projekt Plzeň – EHMK 2015 v nějaké souvislosti zmiňují, případně profily umělců, kteří jsou spojeni s programem projektu, ale konkrétní text se týká primárně jejich jiných aktivit.

V srpnu a koncem roku média akcentovala témata spojená s dopady projektu Plzeň 2015 na rozvoj regionu a téma finanční podpory a dotací (vliv a negativní zprávy Nejvyššího kontrolního úřadu, která prakticky nesouvisela s programem).

Bylo zveřejněno 67 příspěvků informujících o nárůstu počtu zahraničních turistů a vysoké návštěvnosti pořádaných akcí (témata spojená s evaluací).

94

## VIII.4 SPONZOŘI A PARTNEŘI

### VIII.4.1 STRUKTURA PARTNERSTVÍ

Součástí marketingových aktivit projektu bylo vytvoření struktury sponzorů a partnerů projektu, kteří se podíleli přímo nebo nepřímo na krytí nákladů na projektové akce. Pro rok 2015 se podařilo vytvořit strukturu **55 sponzorů/partnerů** projektu Plzeň EHMK 2015

- 1 generální partner (Plzeňský Prazdroj)
- 2 hlavní partneři (Plzeňská Teplárenská, MasterCard)
- 15 partnerů
- 15 členů partnerského klubu
- 4 institucionální partneři
- 5 mediálních partnerů projektu Plzeň EHMK 2015 ( kap. VIII.2.1)
- 22 dílčích projektových partnerů (partneři Evropského dne sousedů, Otevřené dílny, DEPO2015 apod.)

### VIII.4.2 PŘÍNOSY PARTNERSTVÍ

Celkový příspěvek od sponzorů činil za roky 2014 -2015 přes **31 mil Kč bez DPH** (souhrn produktového a finančního plnění a poskytnutých zvýhodnění)

S partnerstvím je spojeno několik počínů s pozitivními dopady dopadů na obou stranách vztahu.

### Pilsner Urquell

Propojení fenoménu plzeňského piva s projektem Plzeň 2015 bylo tématem diskusí od kandidatury. Je vhodné zde připomenout slogan „Bier! Or no to bier“, užitý v závěru kandidatury. Je logické, že Plzeňský Prazdroj se stal generálním partnerem projektu.

Ze strany pivovaru byla vytvořena Co-brandovaná kolekce - kelímky na pivo, 6 pack piva, otvírák na pivo, pivní půllitry, trika s prezentací Plzeň 2015. Do distribuce se dostalo 332 621 co-brandovaných 6 paků piva Pilsner Urquell a 163 700 kusů co-brandovaných kelímků.

Součástí partnerství byly spolupráce na outdoorových eventech (umístění stánků Pilsner Urquell), poukázky na pivo jako součást elektronických pozvánek do Plzně a zapojení areálu pivovaru do programu akcí Plzně 2015 (Slavnostní zahájení, Obří loutky v ulicích, Festival světla).

Ze strany Plzeň 2015 byla realizována spolupráce na tradičních akcích Plzeňského Prazdroje (Pilsner fest, léto v Prazdroji), zařazení pivovaru do aplikace Skryté město (postava a trasa pivovarníka a skutečné prohlídky bednářství s bednářem Plzeňského Prazdroje).

### Horsefeathers

Dalším případem je vytvoření co-brandované kolekce #COPATUTOJE využívající “plzenštinu“ s partnerem Horsefeathers. Tato firma se ujala i uspořádání snowboardových závodů v DEPO2015 při slavnostním zakončení projektu.

Merchandisingová kolekce #COPATUTOJE byla úspěšná a zaznamenala prodej 6 600 ks oděvních doplňků. Top produktem se stala **kšiltovka #Copatutoje s 2800** prodanými kusy.

Firma dokládá zásah specifické cílové skupiny a rozšíření povědomí o značce i mezi ostatními cílovými skupinami. Úspěch partnerství vyústil v prodloužení spolupráce do roku 2016 a přípravám nové kolekce.

Dokladem je úspěšnost značky na on-line kanálech – 10 300 výsledků na Google, přes 1 900 výsledků na Instagramu a časté využívání #copatutoje na Facebooku.

### Boels

Nizozemská společnost se specializuje na zapůjčení technického a eventového vybavení či vybavení na stavbu. Její pobočka v Plzni získala výhradní propojení se společností Plzeň 2015 na půjčování techniky na venkovní akce a pro DEPO2015.

Cílem partnerství pro Boels bylo zviditelnění a růst podílu na trhu oproti konkurenci. Tento cíl se podařilo naplnit. Firma reportovala za rok 2015:

- velmi znatelný nárůst podílu na trhu,
- více než dvojnásobná brand awareness,
- nárůst prodejů v řádech desítek procent,
- expanze plzeňské pobočky co do vybavení, počtu zaměstnanců i velikosti,
- pokračování spolupráce s Plzní 2015 + zapojení do Wroclaw 2016 (v jednání).

## IX. KULTURNÍ PROSTŘEDÍ

Význam projektu pro kvalitativní vývoj kulturního prostředí v Plzni byl nosným pilířem úvah o přípravě a realizaci projektu v kandidatuře a v prvních fázích přípravy. Proto byla v systému evaluace věnována pozornost výzkumům v této oblasti a byly vyčleněny finance na dva tematické výzkumné úkoly.

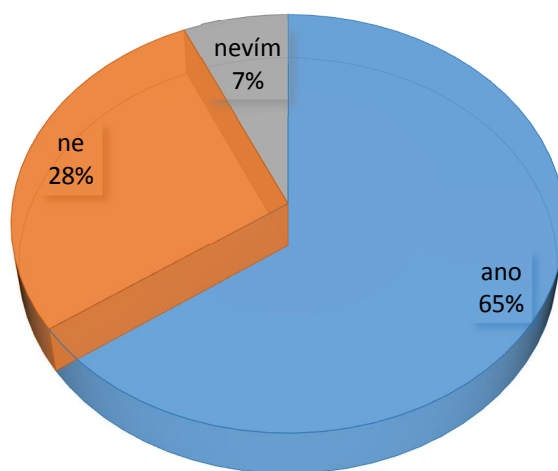
### IX.1 DOPADY PROJEKTU NA OBYVATELE MĚSTA A JEJICH RECEPCI KULTURY V KAŽDODENNÍM ŽIVOTĚ

Analýza dopadů projektu Plzeň 2015 na vnímání kultury obyvateli města byla provedena Katedrou sociologie Filozofické fakulty ZČU (kap. II.3.11). Výzkum se zaměřil na řadu otázek týkajících se kulturní nabídky, spokojenosti s ní, pozice kultury v hodnotovém žebříčku apod. Výsledky výzkumu jsou zčásti porovnávány s výsledky obdobného výzkumu zadaného týmem Plzeň 2015 již v roce 2010 (04).

#### IX.1.1 KULTURA JAKO SOUČÁST ŽIVOTA

První analytický vstup vychází z jiných výzkumů. V rámci výzkumu informovanosti, postojů a participace (kap. II.3.7) byla kladena v pěti vlnách výzkumu od roku 2012 do roku 2016 otázka na to, zda je kultura součástí života respondentů. Výsledek, prezentovaný v určitém zjednodušení, ukazuje, že Plzeňané mají ze dvou třetin o kulturu zájem a že se jí věnují.

96

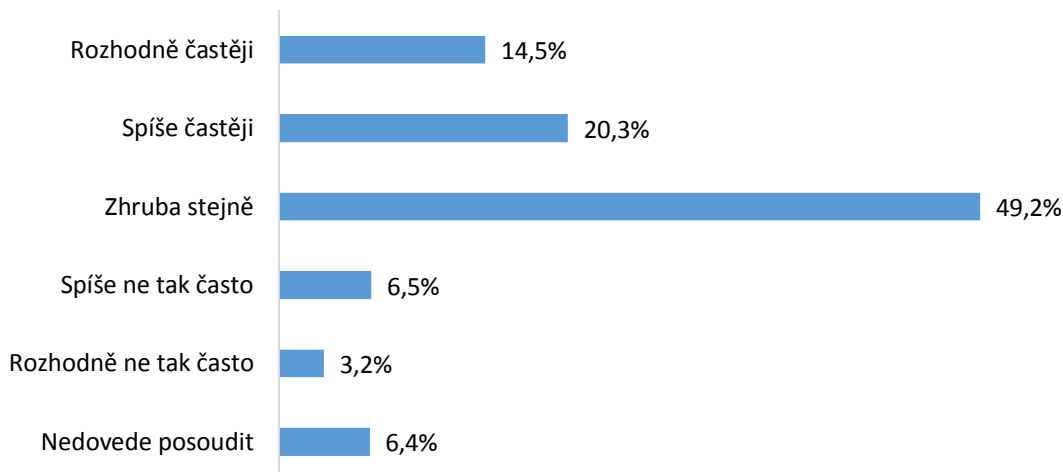


© Plzeň 2015 z dat SVRR ZČU

Stejný výzkum dokládá, že respondenti nejsou přesvědčeni, že by projekt EHMK měl vliv na zvýšení zájmu o kulturu.

Výzkum dopadů na obyvatele a jejich vnímání kultury ukazuje poněkud jiný výsledek. K otázce zaměřené na předpokládanou účast na kulturních akcích v roce 2016 v porovnání s rokem 2014 většina respondentů vyjádřila zachování statu quo, třetina z nich ovšem prezentuje zvýšený zájem. Výsledky ilustruje následující graf.

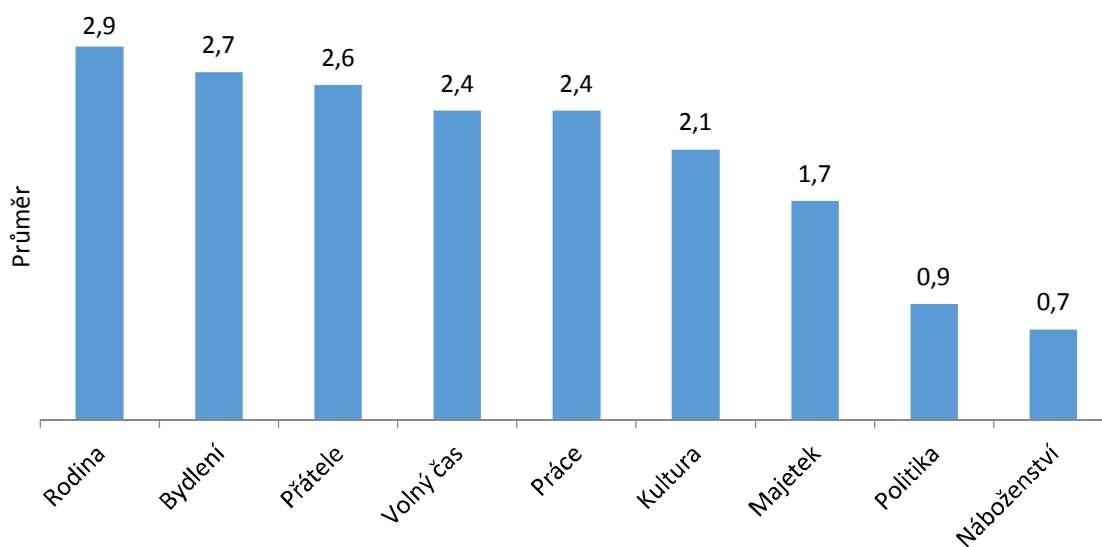
U obou výzkumů jde o odhady, jejichž naplnění či nenaplnění může ovlivnit řada faktorů. Je otázkou, jak se tento názor prokáže v budoucích výzkumech.



© KS FF ZČU

### IX.1.2 KULTURA V HODNOTOVÉM ŽEBŘÍČKU

Výzkum katedry sociologie posuzuje pozici kultury v žebříčku hodnot Plzeňanů. Kultura zaujímá šesté místo. První v žebříčku hodnot je rodina, za ní následuje bydlení, přátelé, volný čas a práce. Z vybraných témat se za kulturu umístily majetek, politika a náboženství. O stupínek lepší pozici má kultura u lidí nad 65 let, u nichž již není tak důležitým tématem práce. Důležitost hodnot je prezentována v následujícím grafu (maximum je 3, minimum 0)

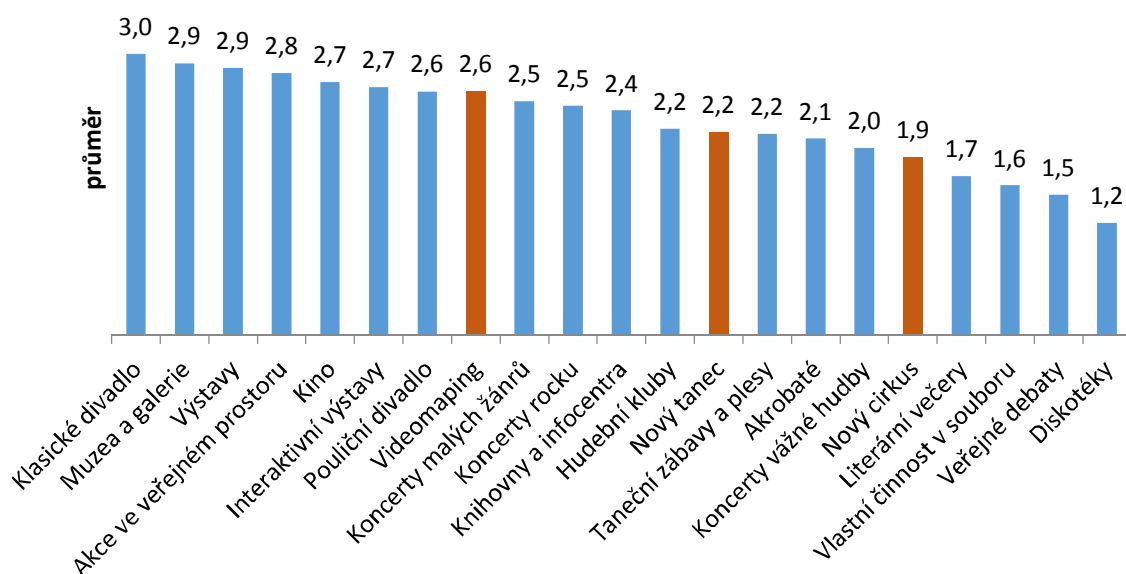


© KS FF ZČU

### IX.1.3 OBLIBA ŽÁNŘŮ

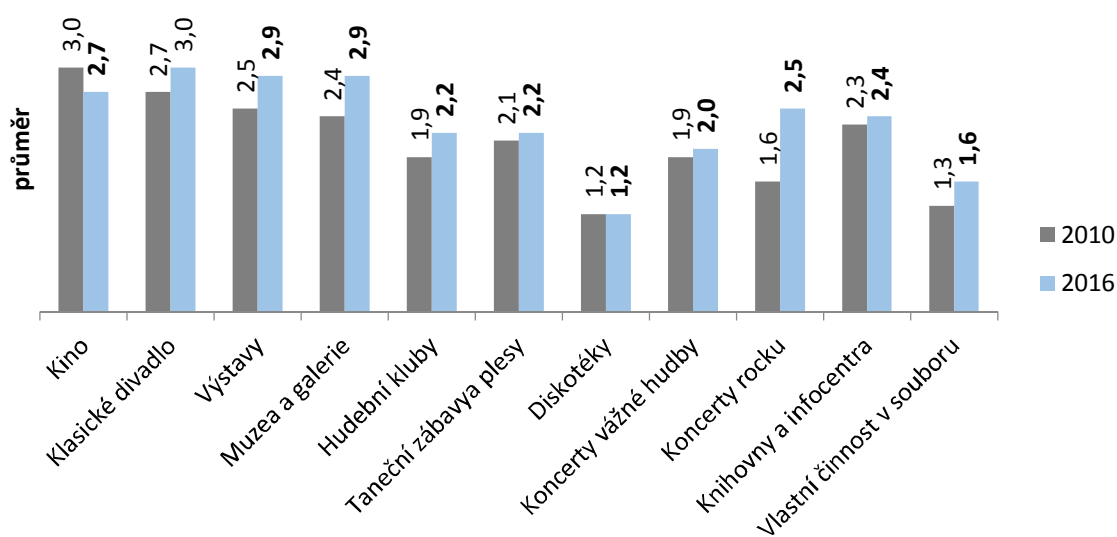
Z hlediska oblíbenosti žánrů prokázal výzkum největší oblibu klasického divadla, výstav a hudebních produkcí. U mladších lidí se do skupiny nejoblíbenějších dostaly ještě akce ve veřejném prostoru. Je jasné, že v tomto pořadí se odráží kulturní tradice Plzně.

Pro tuto oblast kulturního chování obyvatel existuje srovnání s rokem 2010. Tehdy mírně převažovala v oblíbě návštěva kina, která se v roce 2016 propadla až na čtvrté místo.



Pozn.: 4 = rozhodně zajímavé, 0 = rozhodně nezajímavé  
© KS FF ZČU

98

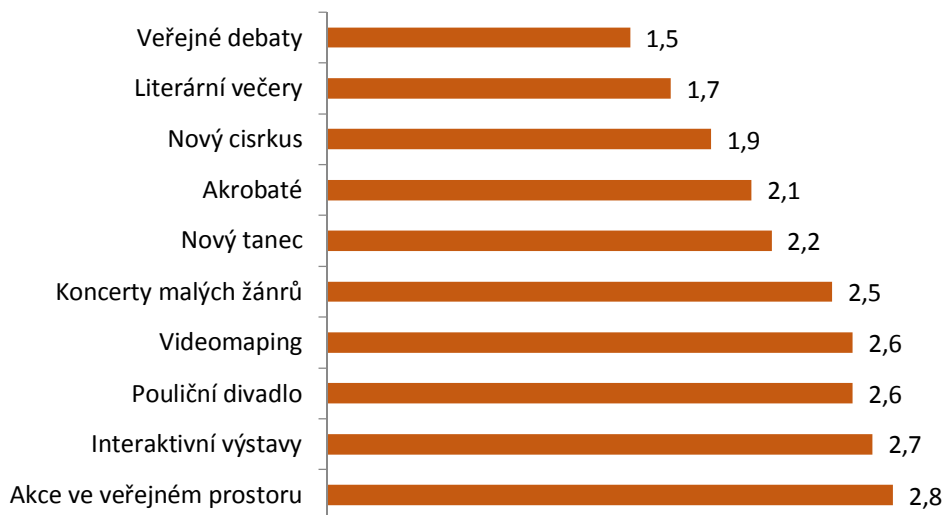


Pozn.: 4 = rozhodně zajímavé, 0 = rozhodně nezajímavé  
© KS FF ZČU

Z pohledu oblíbenosti kulturních žánrů a témat je velmi pozitivním zjištěním otevřenost Plzeňanů novým inspiracím. Důkazem pro toto tvrzení je mimo jiné fakt, že zájem o nové kulturní zážitky a inspirace a zvědavost na nová témata byly uváděny jako hlavní motivace návštěv kulturních akcí (kap. IV.3.1). Velmi pozitivním zjištěním je, že témata, která byla v průběhu projektu Plzeň 2015 prezentována zcela nově nebo ve větším měřítku, než „před projektem“, jako jsou videomapping a světelné instalace, nový tanec a nový cirkus, našla svoji pozici v kulturním spektru Plzeňanů. Větší oblíbenosti dosáhly u mladší generace (videomapping, nový tanec) a střední generace (nový cirkus).



Nejméně významný ohlas z „nových“ aktivit zaznamenaly debaty a workshopy na témata spojená s projektem. Tato situace je důkazem toho, že Plzeňané nebyli ve větším měřítku zvyklí osobně ovlivňovat dění (nejen kulturní) ve městě a diskutovat o něm, a že posun k aktivnějšímu přístupu je pomalý.

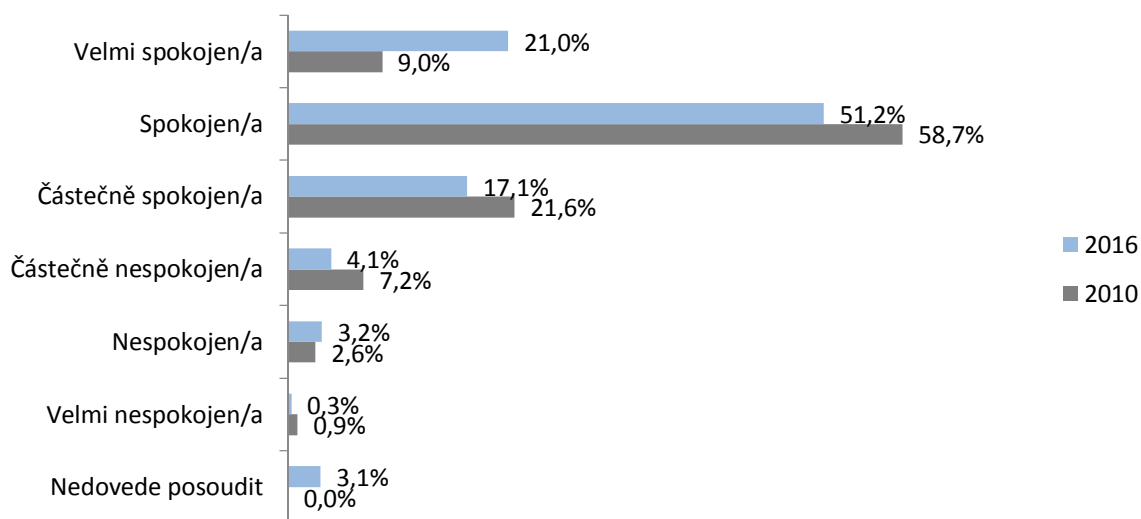


Pozn.: 4 = rozhodně zajímavé, 0 = rozhodně nezajímavé  
© KS FF ZČU

#### IX.1.4 SPOKOJENOST S KULTURNÍ NABÍDKOU

V souvislosti s oblibou žánrů je důležitým zjištěním názor na **dostatečnost kulturní nabídky** v Plzni. V roce 2016 považovalo nabídku kulturních aktivit za dostatečnou tři čtvrtiny dotázaných, což je o 10 % více než v roce 2010. Zároveň téměř dvojnásobně (ze 6,7 % na 13,1 %) vzrostl podíl osob, které mají názor, že nabídka dostatečná není. Výrazně se tedy zmenšil podíl lidí, kteří nedovedou posoudit rozsah kulturní nabídky.

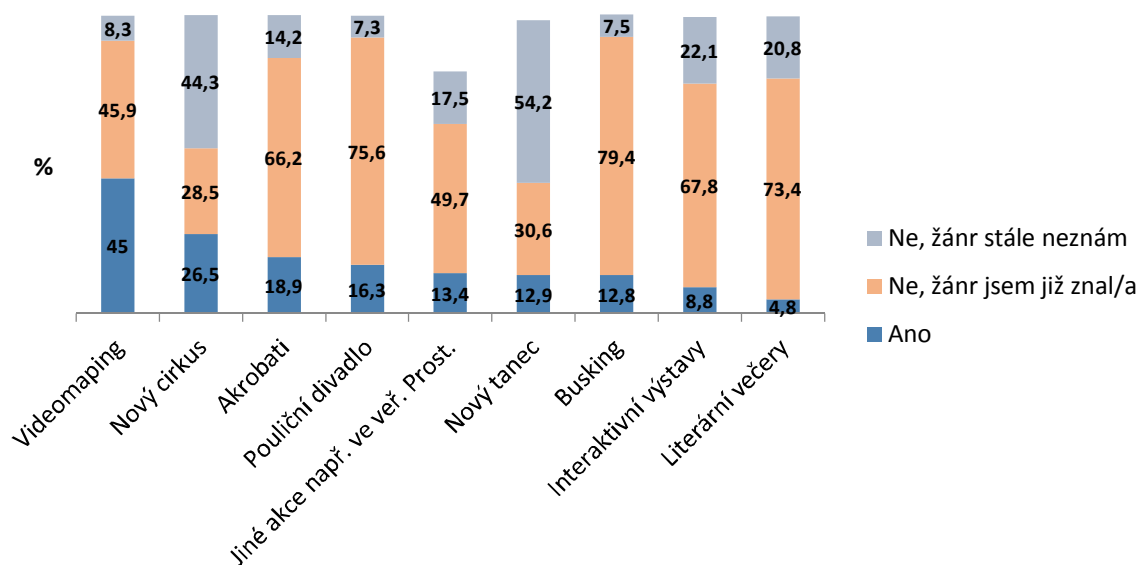
Z pohledu **kvality** kulturní nabídky vyjádřilo částečnou – úplnou spokojenost v roce 2010 i 2016 shodně 89,3 % dotázaných. V roce 2016 o 12 % narostl počet těch, kteří byli spokojeni velmi.



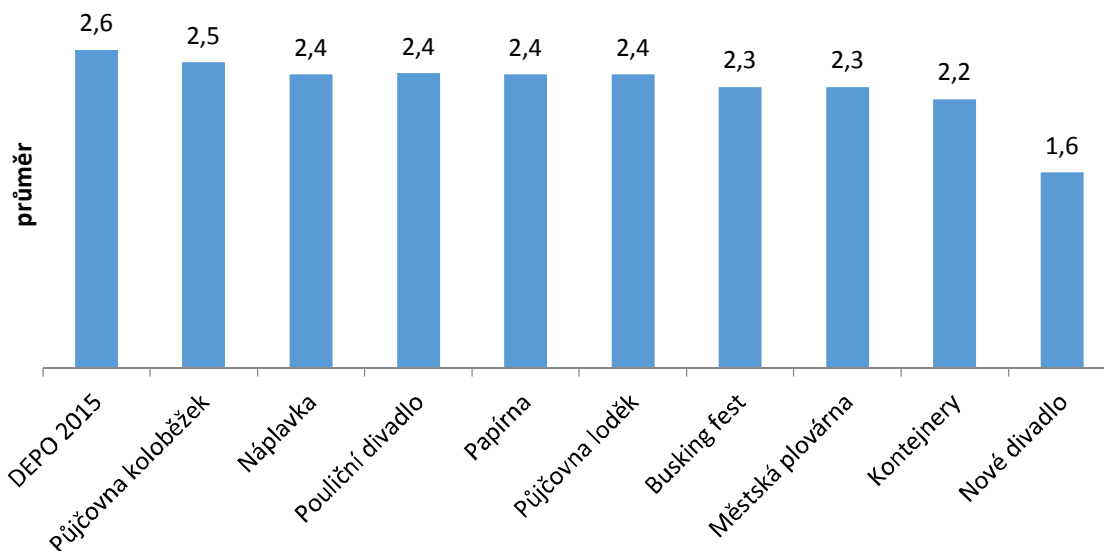
© KS FF ZČU

### IX.1.5 PŘÍNOS PROJEKTU PLZEŇ 2015 PRO POZNÁNÍ A AKCEPTACI NOVÝCH ŽÁNŮ

Porovnání spokojenosti s kulturní nabídkou v letech 2016 a 2010 neprokazuje přímý vliv projektu Plzeň 2015 na kulturní nabídku v Plzni. V rámci výzkumu byly tedy položeny cílené otázky na toto téma. První z nich se týkala přínosu Plzně 2015 pro rozšíření osobního kulturního obzoru, tedy jak projekt Plzeň 2015 přispěl k poznání vybraných žánrů, které byly v rámci Plzně 2015 zcela nově nebo výrazněji uplatněny. Největší přínos měl projekt Plzeň 2015 pro poznání videomappingu, s nímž se díky EHMK nově setkala 45 % dotazovaných. Čtvrtina dotazovaných uvedla, že se v rámci projektu prvně setkala s novým cirkusem.

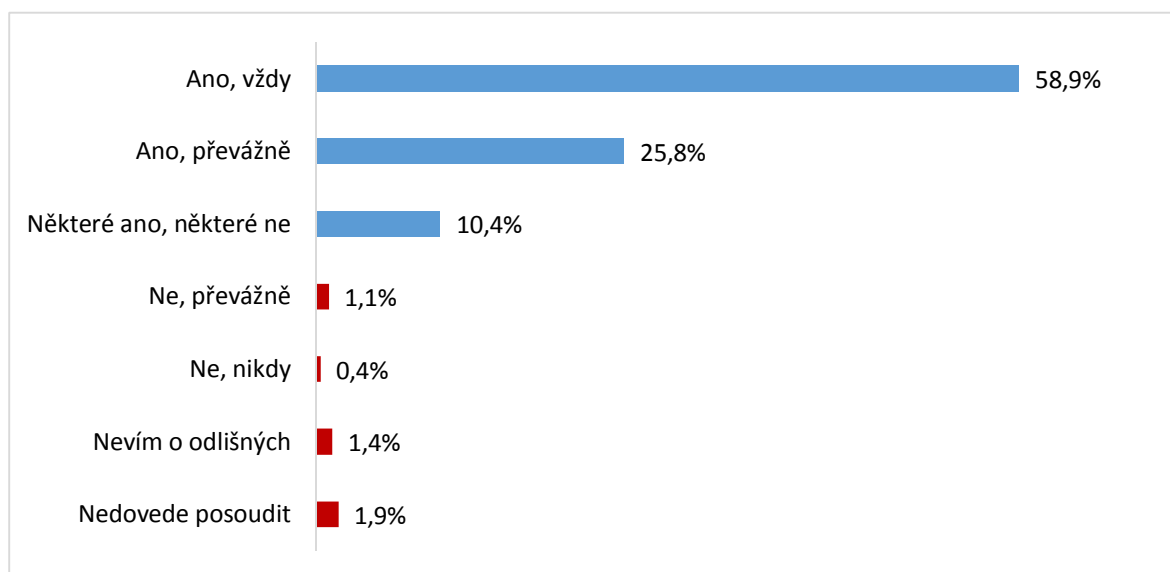


Dotazovaní také vnímali, že díky projektu Plzeň 2015 došlo k rozšíření spektra kulturních aktivit v oblasti veřejného prostoru a programů komunitního charakteru. Nejlépe hodnoceným projektem v oblasti veřejného prostoru se stalo DEPO2015.



Podstatné rovněž je, že Plzeňané, kteří měli příležitost konkrétní akce shlédnout, se z 93 % vyjádřili pro opakování hodnocené akce nebo zachování žánru do budoucna. Největší podíl hlasů pro zachování žánru měla představení nového cirkusu, literární večery, sousedské procházky a dny národních kultur. ( kap. IV.3)

Velmi zajímavý výsledek přinesl výzkum kulturního prostředí k otázce, zda je prospěšné, aby se v kulturní nabídce uplatňovaly i žánry, které respondent nepreferuje. Odpovědi naznačují poměrně velkou benevolenci vůči nepreferovaným žánrům. Dotazovaní si v naprosté většině (95 %) myslí, že takové žánry mají být součástí kulturní nabídky. Dvě třetiny z nich je pro liberální přístup, čtvrtina je převážně pro a jedna desetina by přeci jen selektovala, které žánry ano a které ne. I když nelze jednoznačně prokázat, že jde o vliv projektu Plzeň 2015, rozhodně jde o výsledek dokládající posun k otevřenějšímu přístupu a naplnění motta projektu Plzeň 2015 – Otevřete si Plzeň / Pilsen Open Up!



© KS FF ZČU

## IX.2 VLIV NA KULTURNÍ AKTÉRY

Kandidatura Plzně na titul EHMK byla postavena na vizi kultivované znalostní společnosti a využití kultury jako katalyzátoru kreativity a inovací. Plzeň chtěla provést vnitřní proměnu společnosti, která je v počátečním procesu méně viditelná než velké finanční investice do staveb a urbánních proměn města. Ambicí kandidatury bylo investovat více do revitalizace duševního veřejného prostoru.

Jedním z prostředků byla systematická práce s kulturními aktéry, zprostředkování jejich zapojení do evropské kultury apod. Tento fakt je důvodem, proč byla jako speciální šetření zadána studie vlivu na kulturní aktéry. ( kap. II.3.12)

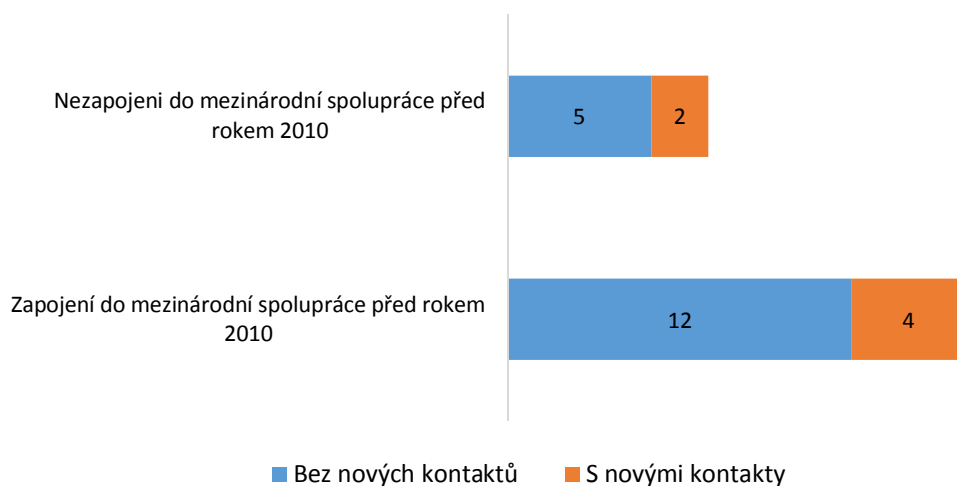
### IX.2.1 PŘÍNOSY V PŘÍPRAVNÝCH LETECH 2011-2014

Přípravné období bylo respondenty vnímáno jako období omezené komunikace se společností Plzeň 2015. Krizové bylo období 2012-2013.

Jako přínosy příprav na rok 2015 byly definovány následující faktory.

1. Více než třetina respondentů jako hlavní přínos v přípravném období označila nové možnosti financování. Respondenti ocenili zejména možnosti ročních mini grantů, které udělovala Plzeň 2015 a které napomohly nastartování a akceleraci nových záměrů (např. K světu pro Pecha Kucha Nights, Pěstuj prostor pro Den architektury).
2. Většina respondentů ocenila zvýšení objemu finančních prostředků ve 4-letém grantovém programu Města Plzně pro oblast kultury na období 2012-2015.
3. Někteří dotazovaní uváděli, že společnost Plzeň 2015 způsobila omezení sponzoringu menším kulturním aktérům.
4. Jednotliví kulturní aktéři dostali příležitost zapojit se do nových programových formátů, které na kulturní scénu města přinesl tým Plzeň 2015 s cílem podpořit evropskou dimenzi projektu (Den Meliny Mercuri, Světovaření, Fórum pro kreativní Plzeň, Kulturquell a Evropský den sousedů).
5. Nové programové impulsy vycházely též z přímé spolupráce přípravného týmu Plzeň 2015 a jednotlivých kulturních aktérů.
6. Přes 12 % respondentů uvedlo, že přínosem v přípravných letech pro ně bylo zapojení do mezinárodní spolupráce a možnost vycestovat s podporou Plzeň 2015 do zahraničí za výměnou nových zkušeností a navázáním nových kontaktů. Unikátním mezinárodním projektem byla výstava Gottfried Lindauer.
7. Nové kontakty ke spolupráci získalo 9 respondentů v těchto evropských zemích: Polsko, Belgie, Německo, Francie, Rakousko, Německo, Chorvatsko.

102



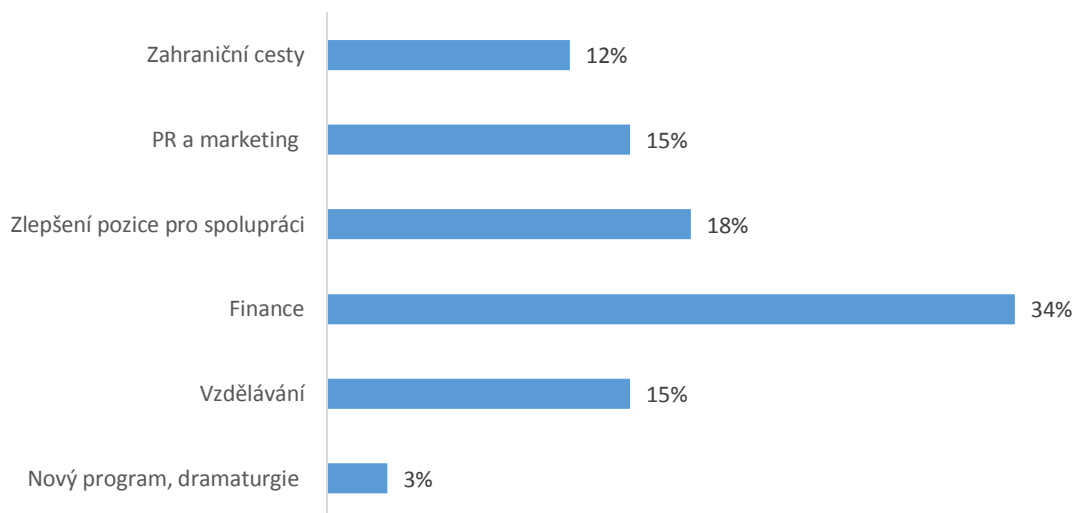
© Plzeň 2015 z dat Š. Havlíčkové

8. 50 % respondentů označilo za obrovský přínos pro svou činnost kurzy Arts Managementu, které Plzeň 2015 ve spolupráci s FUD ZČU otevřela již v roce 2012.
9. 15 % respondentů označilo jako důležitý vliv na svou činnost podporu formou propagace a marketingu od Plzeň 2015.
10. Nedostatky v komunikaci vedly kulturní aktéry k pocitu, že nejsou spolutvůrci projektu Plzeň 2015.

Specifickým „modelovým“ případem je rozvoj aktivit iniciativy Škoda Plzně, ze které vznikla v rámci Plzeň 2015 skupina řešící problematiku participativních projektů ve veřejném prostoru (Pěstuj Prostor, Virtuální Plzeň, PAM). ( kap. VII.5, VII.6)

V roce 2013 se naplno rozvinulo fungování programu Pěstuj prostor a po třech letech v roce 2014 se tým programu oddělil od společnosti a stal se novým samostatným kulturním subjektem na plzeňské scéně – Pěstuj prostor, zapsaný spolek.

Pohled respondentů na přínosy projektu pro jejich fungování v letech 2011 - 2014 ukazuje následující graf.



© Plzeň 2015 z dat Š. Havlíčkové

## IX.2.2 PŘÍNOSY ROKU 2015

1. Většina respondentů uvedla jako zásadní přínos pro budování nových kapacit svých organizací transformaci a posílení 4-letého grantového systému Města Plzně v oblasti kultury na roky 2012-2015.
2. 60 % kulturních aktérů uvedlo, že obrovským přínosem projektu EHMK je akcelerace vztahů mezi jednotlivými kulturními aktéry v Plzni, jejich úzká spolupráce a prosítování. 10 respondentů výzkumu považuje větší propojení s ostatními kulturními spolupráci za jev, který by se bez projektu Plzeň 2015 rychle a snadno neuskutečnil a považuje ho za dlouhodobý a trvalý přínos
3. 53 % respondentů výzkumu získalo díky projektu EHMK nové zahraniční kontakty.
4. Názor na to, zda se podařilo trvale zapojit plzeňskou kulturní scénu do mezinárodního dění nemá přesvědčivý výsledek – 52 % říká, že ano, 48 % že ne.
5. Všichni respondenti výzkumu se shodli, že projekt Plzeň 2015 zajistil zviditelnění plzeňské kulturní nabídky na kulturní mapě ČR a Evropy.
6. Více než polovina respondentů vnímá, že projekt EHMK nijak výrazně nezměnil kredit a vnímání kulturních organizací u plzeňské veřejnosti a to přesto, že význam kultury ve městě vzrostl.
7. Projekt Plzeň 2015 měl vzdělávací aspekt a zvýšil otevřenost a požadavky na kvalitu kulturní nabídky od plzeňských kulturních uživatelů.
8. Programová nabídka stálých kulturních aktérů v roce 2015 se navýšila o 30%. 17 respondentů výzkumu realizovalo v roce 2015 celkem 74 projektů EHMK.
9. Podíl na navýšení programové nabídky přinesla také nová kulturní infrastruktura ve městě – Papírna, DEPO2015, Moving Station, nová budova DJKT a nová budova FDULS ZČU.

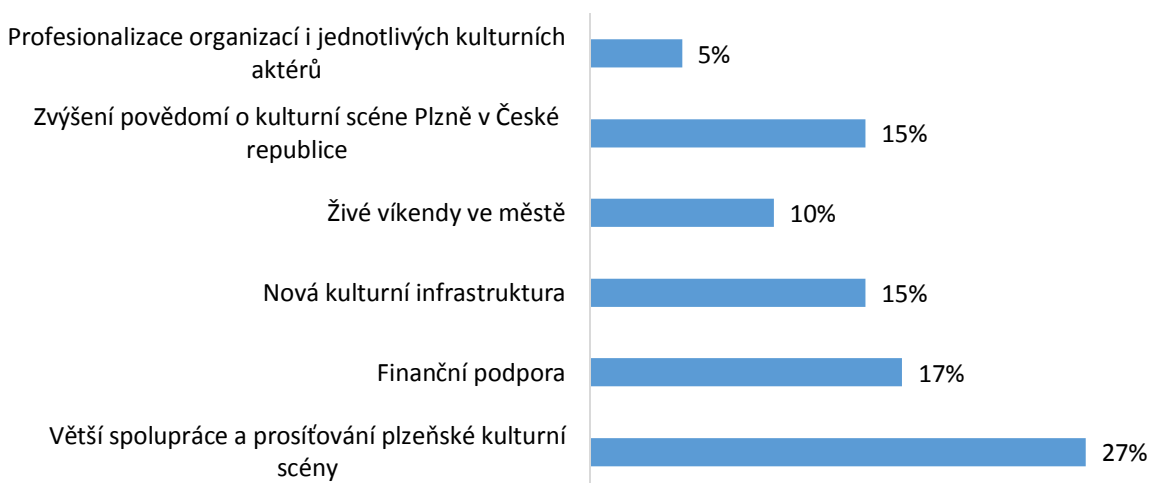
10. 76 % procent respondentů potvrdilo zvýšení návštěvnosti v roce 2015. Nejvyšší nárůst návštěvnosti uvedly subjekty, jejichž produkce se odehrávala na veřejných prostranstvích města (Pěstuj prostor, Skupova Plzeň). Za pozornost stojí téměř 200% nárůst návštěvnosti plzeňských farmářských trhů. Subjekty, které prezentovaly své kulturní aktivity uvnitř kulturních zařízení, potvrdily zvýšení návštěvnosti od 10% do 20%. Mimořádný nárůst zaznamenala Galerie města Plzně díky úspěšné výstavě díla Jiřího Trnky.
11. 47 % respondentů uvedlo, že jim projekt EHMK přinesl nové cílové skupiny, především širší veřejnost a cizince.
12. Všichni respondenti výzkumu se shodli na tom, že projekt EHMK byl pro plzeňskou kulturní scénu zásadní událostí.

Následující graf ukazuje názory respondentů na nejvýznamnější dlouhodobé přínosy projektu pro vlastní činnost organizací.



© Plzeň 2015 z dat Š. Havlíčkové

Poslední graf ukazuje názory respondentů na zlepšení stálé kulturní nabídky díky projektu Plzeň 2015.



© Plzeň 2015 z dat Š. Havlíčkové

### IX.2.3 ZÁVĚRY

Výzkum mezi kulturními aktéry potvrdil několik věcí patrných v průběhu projektu. Kulturní subjekty v Plzni vnímaly titul EHMK jako impuls k systémové změně města. Bohužel tato představa nebyla zcela naplněna, podle respondentů kvůli změnám ve vedení projektu.

Většina respondentů získala díky projektu velké příležitosti a využila je. Největší přínosy jsou spatřovány v oblasti vztahů a spolupráce mezi kulturními aktéry v Plzni, vytvoření jména plzeňské kulturní scény navenek, v nové kulturní infrastruktuře a ve zvýšení profesionality aktérů.

Respondenti prezentovali obavy o udržení nastaveného trendu, neboť město si nedefinovalo priority v oblasti rozvoje kultury s ohledem na přínosy a změny vyvolané projektem Plzeň 2015.

### IX.3 ARTS MANAGEMENT JAKO NÁSTROJ PROFESIONALIZACE KULTURNÍ SCÉNY

Již v roce 2012 byl realizován první ročník Arts Managementu, tedy projektu, který bezprostředně reagoval na představy o úloze projektu Plzeň 2015 při změně kulturního prostředí v Plzni.

Ve spolupráci s Fakultou designu a umění Ladislava Sutnara ZČU byl realizován vzdělávací program vhodný pro kulturní aktéry i úředníky měst. (42)

Číselná data o projektu:

- 482 osob celkem přihlášených do projektu, což představuje 307 fyzických osob
- 61 osob absolvovalo minimálně 2 moduly
- 37 osob absolvovalo 3 a více modulů
- 396 osvědčení o absolvování jednotlivých modulů bylo celkem vydáno FDU ZČU vydáno
- 70% účastníků vzdělávacích kurzů působí v Plzni
- 30% pochází z Plzeňského kraje a celé ČR
- 37 ocenění za absolvování 3 a více modulů bylo předáno absolventům na závěrečném slavnostním aktu 30. září 2015 na plzeňské radnici
- 27 lektorů z celé ČR a Slovenska, převážně významných osobností oborů, působící na vysokých školách odučilo celkem
- 279 dní, tj. v rámci jednodenních 8hodinových bloků bylo odučeno cca 2 232 hodin.

Témata jednotlivých modulů Arts Managementu:

1. Manažerské moduly
  - Projektový cyklus aneb od nápadu k realizaci (č. 1)
  - Komunikace a PR pro neziskové a příspěvkové organizace v kultuře (č. 2)
  - Marketing kulturních organizací (č. 3)
  - Řízení a rozvoj NNO. Výměna zkušeností dobré praxe (č. 4)
  - Strategické plánování v přípravě kulturních projektů kulturních projektů (č. 5)
  - Minimum z kulturního turismu (č. 10)
2. Tvůrčí a inspirační moduly
  - Tvorba jako zkušenost - zkušenost jako tvorba (č. 6)

- Pátrání po místě – Expedice domů (č. 7)
- 5 lekcí z animace kultury, kulturně-historického dědictví a umění (č. 8)
- Výchova ke vztahu ke kulturnímu dědictví a umění (č. 9)
- Veřejný prostor jako jeviště, dějiště, bydliště, pracoviště a místo (č. 11)

V závěru projektu byla zrealizována samostatná evaluace projektu (13). Sestávala z dotazníkového šetření s respondenty v rozsahu absolventů ročníku 2014/2015 a z polostrukturovaných rozhovorů s vybranými účastníky.

Na závěr ročníku proběhlo evaluační setkání organizované týmem evaluace Plzeň 2015.

V **dotazníkovém hodnocení** kurzů AM se jejich účastníci často vymezovali vůči svým dřívějším zkušenostem se vzděláváním. Z výsledků minulých evaluací vyplývalo, že účastníci kurzů – dospělí profesionálové - mívají z dalšího vzdělávání obavy. Často proto oceňovali atraktivitu kurzu – to, že lektor je zajímavý, jeho poznatky vycházejí z praxe, že jim dává dostatek prostoru k vyjádření vlastních názorů atp. A tedy, že pracuje jiným pedagogickým stylem, než na který byli zvyklí.

Oceňovali dále, že v kurzech byla navozena atmosféra přátelství a otevřenosti, bezpečného prostředí, které je nutnou podmínkou úspěšnosti vzdělávání. V této atmosféře pak někteří z nich rozeznávají skupinovou dynamiku učící se skupiny. Ta se stává zdrojem největšího množství poznatků, které jsou sdíleny. Skupina také poskytuje oporu a motivaci do dalších profesních kroků.

Kurzy jsou tak často hodnoceny jako místo k setkání s kolegy, přáteli, kteří mi pomohou tříbit si svůj vlastní náhled na konkrétní problém.

**Kvalitativně vedené rozhovory** jsou v evaluační zprávě shrnuty následujícím způsobem. Vzdělávací cyklus Arts Management umožnil vzniknout prostředí, které poskytlo sociálně „bezpečný“ prostor ke vzdělávání dospělých a to hned v několika různých verzích – každý z modulů fungoval v podstatě velmi specifickým způsobem. Někdy se účastníci semkli okolo charismatického lektora a vnímali jeho „učení“. V některých kurzech účastníci pod vedením lektora zakoušeli žádoucí a zároveň mimořádné zážitky. V jiných kurzech se účastníci vědomě zapojili do produkce společného díla. Společně jim bylo to, že do situací vstupovali dobrovolně a zažívali je jako poučné.

Všichni z oslovených zdůrazňovali mezi přínosy možnost dotknout se perspektivy „těch druhých“, lidí, kteří působí třeba ve stejném oboru, ale v jiném typu organizace. Uvědomují si, že tato organizační příslušnost podstatně ovlivňuje intence a priority jednání. Pokud někdo jedná v zájmu malé neziskové organizace, je v jiné situaci, než úředník kulturního odboru či pracovník příspěvkové organizace. Snaha o vzájemné porozumění není v jejich odpovědích vedena morálním apelem. Je to velmi dobře pochopená snaha o zvýšení funkčnosti celého systému. Systém dle jejich výpovědí bude fungovat lépe, pokud budeme lépe rozumět jeden druhému, pokud se zvýší kolegiálnost a odbornost všech.

Evaluační setkání potvrdilo závěry strukturovaných rozhovorů a přidalo jeden významný aspekt – potřebu pokračování kurzů i po roce 2015.



## X. EKONOMICKÉ DOPADY

Ekonomické dopady kulturních aktivit jsou bezesporu velkým tématem. Výsledky poskytují jasné důkazy o dopadu kulturních projektů jako jednoho z motorů rozvoje měst. Diskutabilní je vždy poměr mezi vloženými prostředky a přínosy, alokace přínosů apod.

### X.1 EKONOMICKÉ EFEKTY PROJEKTU PLZEŇ 2015

V této části jsou prezentovány výsledky výzkumu ekonomických efektů projektu EHMK 2015 ve městě Plzni a v celém Plzeňském kraji. ( kap. II.3.13)

#### X.1.1 EFEKTY PRO PODNIKATELSKÉ SUBJEKTY

##### Změny u podnikatelů

Dle výsledků dotazníkového výzkumu mezi podnikatelskými subjekty v Plzni bylo možno pozorovat pozitivní efekty zvýšení návštěvnosti Plzně, které lze přičíst projektu Plzeň 2015:

- větší podíl zahraničních zákazníků (zejména u stravovacích zařízení);
- více jak polovina ubytovacích a stravovacích zařízení pozorovala vyšší tržby, avšak maloobchody žádné zvýšení ve většině případů nepocitovaly;
- k najímání nových zaměstnanců spíše nedocházelo, a pokud ano, tak nejvíce u stravovacích zařízení, kde tuto skutečnost uvedlo každé třetí zařízení;
- zvýšení počtu návštěvníků hromadných (příjezdů) hromadných ubytovacích zařízení a počtu přenocování. ( kap. V.2)

Největší efekt měl projekt Plzeň 2015 na stravovací a ubytovací zařízení a téměř nulový efekt na maloobchody.

##### Podnikatelská aktivita

Podnikatelská aktivita byla projektem poměrně ovlivněna, zejména u podniků v oblasti stravovacích zařízení, které nejen, že pozorovaly nejvíce zahraničních návštěvníků a největší zvýšení tržeb, ale učinily i nejvíce opatření v souvislosti s projektem. Projekt přinesl vznik nových pracovních míst jen omezeně (alespoň dle výsledků průzkumu), a pokud ano, tak spíše jen v rámci roku 2015. Jednotlivá učiněná opatření byla spíše mířena na zvýšenou propagaci, změnu sortimentu či prodloužení otevírací doby. Projekt podnikatelskou aktivitu ovlivnil pozitivně, avšak pravděpodobně ne dlouhodobě.

##### Komentář

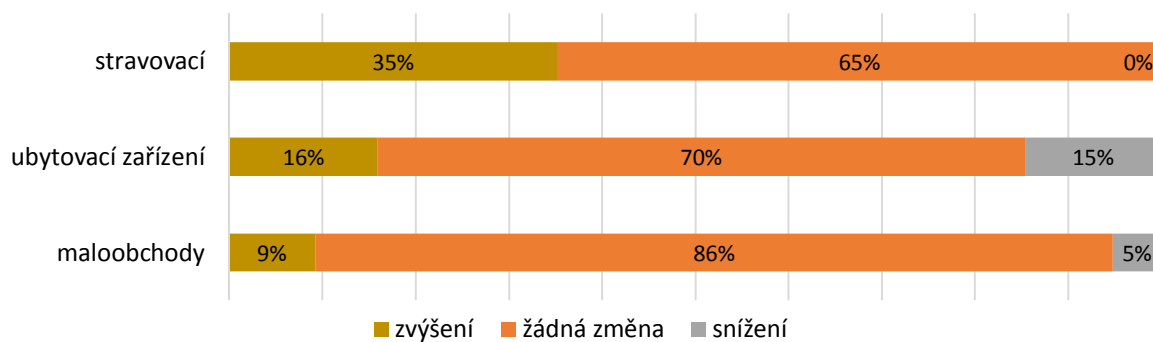
V roce 2014 byly podniky v centru města dotazovány, zda očekávají nárůst zákazníků, což potvrdilo 80 % dotázaných (100 % = 71 podniků). Avšak jen 42 % se na událost nějakým způsobem připravovalo. Dále bylo zjišťováno složení klientely, aby bylo možno udělat si představu o klientele v centru Plzně pro výzkum v dalším roce. Bylo zjištěno, že ve 14 % podniků tvoří klientelu alespoň z poloviny cizinci.

Výsledky z roku 2015 ukazují následující grafy. Z 263 zjištěných maloobchodů odpovědělo 152, ze 139 stravovacích zařízení 94 a z 87 zjištěných ubytovacích zařízení odpovědělo 85.

Z grafů je zřejmé, že nejmenší změny zaznamenaly maloobchody. Pokud u nich došlo k alespoň nějakému zvýšení, tak ztelněji pouze z hlediska podílu zahraničních návštěvníků. Ubytovací

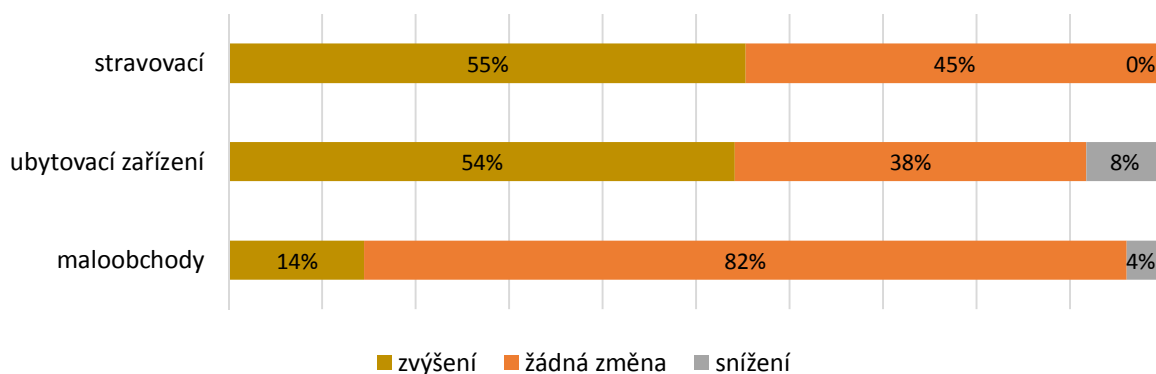
zařízení nedělala žádné výrazné změny v zaměstnancích, avšak více než polovina uvedla, že zaznamenala zvýšení tržeb. Stravovací zařízení dosáhla relativně nejvyššího zvýšení zahraničních návštěvníků i tržeb ve srovnání s ostatními skupinami. Změny v počtu zaměstnaných u většiny stravovacích zařízení nenastaly.

#### A. Změny v počtu zaměstnanců



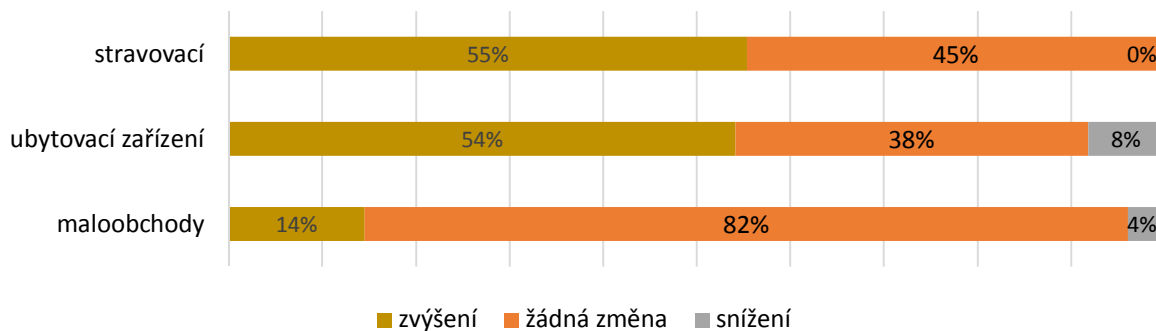
© SVRR ZČU

#### B. Změny tržeb



© SVRR ZČU

#### C. Změny podílu zahraničních návštěvníků



© SVRR ZČU

## X.1.2 EKONOMICKÉ EFEKTY PRO MĚSTO

### Výdaje

Přímé náklady návštěvníků v souvislosti s projektem Plzeň 2015 byly vyčísleny ve výši **397 804 410 Kč**, z čehož **211 892 043 Kč** bylo utraceno samotnými Plzeňany, **69 687 885 Kč** bylo utraceno návštěvníky z jiných částí Plzeňského kraje, **67 380 202 Kč** bylo utraceno návštěvníky z jiných krajů ČR, **48 844 280 Kč** bylo utraceno návštěvníky ze zahraničí.

Výpočty vychází ze shodných nákladů na hlavu jako hodnocení dopadů výdajů návštěvníků na ekonomiku ČR v následující kapitole, neboť oba výzkumy jsou založeny na shodných datech, při jejichž pořízení kooperovaly. Zdrojem pro stanovení jednotkových nákladů jsou dotazníkové výzkumy realizované na deseti velkých programových akcích. Jsou uvedeny v následující tabulce.

Výdaje	Celkem	Bydliště			
		Plzeň	Jinde v Plzeňském kraji	Jiný kraj v ČR	Zahraníčí
Za stravování mimo restaurace	137	125	167	383	137
Za stravování v restauracích	79	75	105	266	79
Za dopravu	11	20	46	215	11
Za pohonné hmoty	7	34	65	94	7
Za ubytování	1	12	109	439	1
Za vstupné	73	50	67	58	73
Za zboží, suvenýry	20	25	37	103	20
Ostatní	31	34	47	83	31
Nezařazené výdaje z celkových	38	32	88	417	38
<b>Výdaje celkem</b>	<b>396</b>	<b>408</b>	<b>732</b>	<b>2058</b>	<b>396</b>

Pro výpočty výdajů je uvažován celkový počet návštěv 1 134 849, což je číslo vycházející z analýzy návštěvnosti akcí (kap. IV.2) ponížené o vícenásobné návštěvy akcí během jedné cesty, k níž jsou vztaheny útraty (např. návštěva výstav a koncertu při jednom „výletu“ za EHMK bez ohledu na vzdálenost).

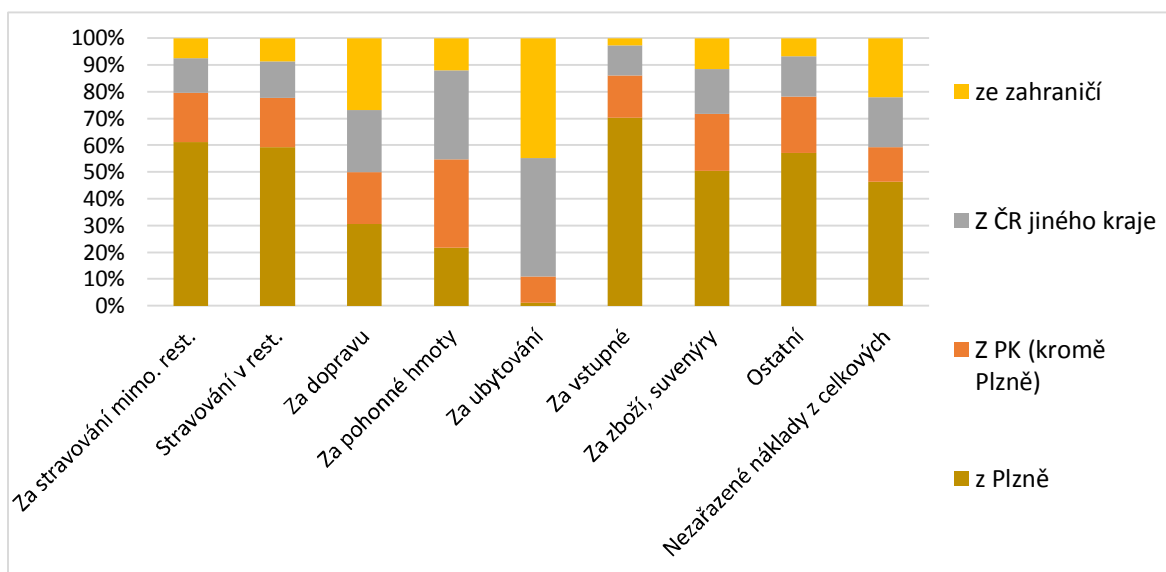
Dalšími faktory pro výpočet výdajů návštěvníků jsou

- Geografická struktura návštěv – z Plzně 60 %, odjinud z Plzeňského kraje 20 %, z ostatních krajů ČR 15 %, ze zahraničí 5 %.
- Průměrná míra motivace, tedy do jaké míry přijeli návštěvníci kvůli EHMK, je u návštěvníků z Plzně 100 %, odjinud z Plzeňského kraje 65 %, z ostatních krajů ČR jiných krajů 60 %, ze zahraničí 58 %. Motivace určuje podíl výdajů souvisejících výhradně s EHMK.

Odhadované výdaje související s EHMK realizované na území města ukazuje následující tabulka.

Výdaje	Celkem	Bydliště			
		Plzeň	Jinde v Plzeňském kraji	Jiný kraj v ČR	Zahraničí
Za stravování mimo restaurace	<b>159 333 791</b>	97 545 330	29 384 780	20 654 013	11 749 667
Za stravování v restauracích	<b>95 209 437</b>	56 506 713	17 527 686	12 993 601	8 181 436
Za dopravu	<b>24 626 041</b>	7 573 759	4 754 434	5 695 826	6 602 023
Za pohonné hmoty	<b>24 147 719</b>	5 263 912	7 962 042	8 030 036	2 891 728
Za ubytování	<b>30 198 003</b>	382 552	2 932 569	13 417 147	13 465 736
Za vstupné	<b>73 887 235</b>	52 053 811	11 721 171	8 317 394	1 794 859
Za zboží, suvenýry	<b>27 775 172</b>	14 008 279	5 978 944	4 620 814	3 167 136
Ostatní	<b>38 371 389</b>	22 004 374	8 056 925	5 773 291	2 536 798
Nezařazené výdaje z celkových	<b>58 425 534</b>	27 147 400	7 620 063	10 866 637	12 791 434
<b>Výdaje celkem</b>	<b>531 974 321</b>	<b>282 486 129</b>	<b>95 938 615</b>	<b>90 368 760</b>	<b>63 180 818</b>

Graf ilustruje distribuci nákladů ve skupinách podle bydliště



© SVRR ZČU

### Efekty výdajů

Z celkových výdajů 531 974 321 Kč bylo 91 478 818 Kč odvedeno státu ve formě DPH a spotřebních daní. Dále byly tyto výdaje očištěny o výdaje obchodníků na nákup importovaného zboží ve výši 42 691 093 Kč.

Zbývá částka ve výši **397 804 410 Kč** představuje přímý dopad - hodnotu statků a služeb, které vyprodukovaly podniky na území města Plzně v důsledku poptávky návštěvníků programu Plzeň 2015.

211 892 043 Kč bylo utraceno samotnými Plzeňany a **185 912 367 Kč** lidmi s bydlištěm mimo Plzeň.

**185 912 367 Kč = přímý ekonomický přínos EHMK pro město.**

### X.1.3 EKONOMICKÉ EFEKTY VÝDAJŮ NÁVŠTĚVNÍKŮ PRO REGION

Ekonomické efekty EHMK 2015 na region byly již vyčísleny kompletně, tzn. jak přímé, tak i nepřímé.

#### Výdaje

Přímé náklady návštěvníků (očištěné o daně a importované zboží) v souvislosti s projektem Plzeň 2015 byly vyčísleny ve výši **409 685 315 Kč**, z čehož **217 617 738 Kč** bylo utraceno Plzeňany, **73 976 289 Kč** bylo utraceno návštěvníky z jiných částí Plzeňského kraje, **68 587 323 Kč** bylo utraceno návštěvníky z jiných krajů ČR a **49 503 966 Kč** bylo utraceno návštěvníky ze zahraničí.

Výpočty vycházejí shodně jako u hodnocení efektů na město z průměrných nákladů na cestu jednoho návštěvníka vynaložených v Plzni a průměrných nákladů na území kraje (mimo Plzeň). Pro výpočet celkových nákladů je použité číslo týkající se počtu cest za akcemi EHMK v celém Plzeňském kraji (některé akce se konaly i jinde v Plzeňském kraji).

Výdaje	Celkem	Bydliště			
		Plzeň	Jinde v Plzeňském kraji	Jiný kraj v ČR	Zahraníčí
Za stravování mimo restaurace	<b>163 422 552</b>	100 181 176	30 308 988	21 024 031	11 908 357
Za stravování v restauracích	<b>97 627 299</b>	58 033 624	18 075 359	13 226 383	8 291 934
Za dopravu	<b>25 784 210</b>	7 778 415	5 516 738	5 797 867	6 691 190
Za pohonné hmoty	<b>26 031 703</b>	5 406 152	9 520 873	8 173 895	2 930 784
Za ubytování	<b>30 714 018</b>	392 889	3 016 010	13 657 516	13 647 603
Za vstupné	<b>75 800 575</b>	53 460 396	12 054 677	8 466 401	1 819 100
Za zboží, suvenýry	<b>28 449 379</b>	14 386 807	6 149 065	4 703 597	3 209 911
Ostatní	<b>40 365 801</b>	22 598 971	9 319 050	5 876 720	2 571 060
Nezařazené výdaje z celkových	<b>60 010 721</b>	27 880 970	8 104 244	11 061 313	12 964 194
<b>Výdaje celkem</b>	<b>548 206 258</b>	<b>290 119 400</b>	<b>102 065 004</b>	<b>91 987 722</b>	<b>64 034 132</b>

#### Efekty výdajů

Z celkových výdajů 548 206 258 Kč bylo 94 517 353 Kč odvedeno státu ve formě DPH a spotřebních daní. Dále byly tyto výdaje očištěny o výdaje obchodníků na nákup importovaného zboží ve výši 44 003 589 Kč.

Zbývá částka ve výši **409 685 315 Kč** představuje přímý dopad, tedy hodnotu statků a služeb, které vyprodukovaly podniky na území Plzeňského kraje v důsledku poptávky návštěvníků programu Plzeň 2015.

Přímý přínos návštěvnosti byl vyčíslen ve výši **118 091 289 Kč**.

Přímý dopad návštěvnosti je jen jednou složkou dopadu. Dodavatelé statků a služeb zahrnutých do přímého dopadu museli do produkce zapojit své dodavatele, zaměstnance a další subjekty, kteří rovněž zapojili své dodavatele apod. a došlo k výrobě dalších statků a služeb ve výši **111 435 615 Kč**,

**což je nepřímý dopad.** Celkový dopad výdajů návštěvníků na území Plzeňského kraje byl tedy ve výši **521 120 930 Kč**. Efekty této částky na různé ukazatele ekonomiky uvádí následující tabulka.

<i>Dopady</i>	<i>Produkce (Kč)</i>	<i>HPH (Kč)</i>	<i>Mzdy a platy (Kč)</i>	<i>Zaměstnanost</i>
Přímý efekt	409 685 315	120 729 085	55 377 809	241
Nepřímý efekt	111 435 615	33 873 036	13 490 920	75
<b>Celkový efekt</b>	<b>521 120 930</b>	<b>154 602 121</b>	<b>68 868 729</b>	<b>316</b>

Při zjišťování ekonomických efektů akce je důležitější vyčíslení přínosů, které vyplývají z útrat nerezidentů referenční oblasti, tedy návštěvníků z jiných krajů ČR a zahraničí. Částka **118 091 289 Kč** může být označena jako přímý přínos návštěvnosti, tedy prvotní zvýšení produkce v důsledku výdajů návštěvníků s bydlištěm mimo Plzeňský kraj. V důsledku tohoto přímého přínosu došlo k výrobě dalších statků a služeb ve výši **31 276 284 Kč** (nepřímý přínos). Celkový přínos výdajů nerezidentů na území Plzeňského kraje byl tedy ve výši **149 367 573 Kč**. Efekty této částky na různé ukazatele ekonomiky uvádí následující tabulka.

<i>Přínosy</i>	<i>Produkce (Kč)</i>	<i>HPH (Kč)</i>	<i>Mzdy a platy (Kč)</i>	<i>Zaměstnanost</i>
Přímý efekt	118 091 289	34 463 808	15 450 287	61
Nepřímý efekt	31 276 284	9 376 399	3 710 470	27

#### X.1.4 EKONOMICKÉ EFEKTY REALIZACE PROJEKTU PLZEŇ 2015 PRO REGION

Ekonomické efekty realizace projektu Plzeň – EHMK 2015 lze dělit na tři základní kategorie:

- efekty související s realizací programu projektu Plzeň – EHMK 2015,
- provozní výdaje společnosti Plzeň 2015, o. p. s. v roce 2015,
- další výdaje související s projektem Plzeň – EHMK 2015.

V důsledku realizace projektu Plzeň – EHMK 2015 bylo utraceno 386,7 mil. Kč, z čehož 230 mil. Kč (bez DPH) připadlo subjektům se sídlem na území kraje (dopady) a z toho 46,8 mil. Kč pocházelo od subjektů se sídlem mimo kraje (přínosy).

##### Náklady

**Náklady projektu Plzeň 2015 na program** byly vyčísleny ve výši 261,3 milionů Kč, přičemž 152,3 milionů Kč bylo zapláceno subjektům sídlícím na území kraje. Z částky 152 milionů bylo cca 23 milionů Kč odvedeno na DPH.

**Provozní výdaje společnosti Plzeň 2015, o.p.s.** byly vyčísleny ve výši 62 milionů Kč, přičemž se předpokládá, že byly v celé výši utraceny na území kraje. Tyto výdaje nemohou být započítány do přínosů, jelikož byly hrazené městem Plzní (tzn. subjektem uvnitř regionu).

**Další výdaje projektu** byly vyčísleny ve výši 63,6 milionů Kč a opět byly očištěny o část utracenou u subjektů sídlících mimo území kraje. Tyto výdaje také nevstupují do výpočtu přínosů, protože byly hrazeny subjekty uvnitř regionu.

##### Efekty realizace programu

**Dopady** vyvolané realizací programu zobrazuje následující tabulka. Jsou zde uvedeny celkové náklady jednotlivých kategorií i náklady očištěné o DPH a výdaje utracené u subjektů sídlících mimo území PK označené jako **přímé vstupy**. Tyto vyjadřují přímé (prvotní) efekty, které způsobují další

kola spotřeby v ekonomice. V pravé části tabulky jsou tedy vyčísleny celkové efekty těchto přímých vstupů, a to dopady na produkci, HPH, důchod a zaměstnanost.

Dopady	Celkem (Kč)	Přímé vstupy (Kč)	Celkový efekt			
			Produkce (Kč)	HPH (Kč)	Mzdy a platy (Kč)	Zaměstnanost
Výdaje na program	260 991 689	129 610 287	175 712 206	64 414 812	31 725 548	182
Provozní výdaje Plzně 2015	62 060 000	52 593 220	74 085 903	22 750 561	13 008 942	56
Další výdaje	63 642 454	48 019 876	62 923 297	24 229 946	11 507 248	45
<b>Celkem</b>	<b>386 694 143</b>	<b>230 223 384</b>	<b>312 721 406</b>	<b>111 395 318</b>	<b>56 241 739</b>	<b>238</b>

V další tabulce jsou vyčíslené přínosy, tedy částky utracené na území regionu, ale pocházející z jiné oblasti. Jelikož se jedná o prostředky, které se v regionu běžně nevyskytují, vyjadřují skutečný přínos dané akce. Do této kategorie však mohla být zařazena jen část výdajů na program, neboť zbylé skupiny výdajů byly hrazené výhradně subjekty uvnitř regionu.

Přínosy	Přímé vstupy (Kč)	Celkový efekt			
		Produkce (Kč)	HPH (Kč)	Mzdy a platy (Kč)	Zaměstnanost
Výdaje na program	46 758 080	63 455 516	23 058 450	11 496 373	65
Provozní výdaje Plzně 2015	0	0	0	0	0
Další výdaje	0	0	0	0	0
<b>Celkem</b>	<b>46 758 080</b>	<b>63 455 516</b>	<b>23 058 450</b>	<b>11 496 373</b>	<b>65</b>

113

#### X.I.5 EKONOMICKÉ EFEKTY REALIZACE INFRASTRUKTURNÍCH PROJEKTŮ PRO REGION

##### Náklady

Náklady na investice byly vyčísleny od doby jejich zahájení do konce roku 2015. Do analýzy byly zahrnuty investice uvedené v následující tabulce.

Investiční akce	Realizace v letech	Náklady (Kč)
Nové divadlo	2008–2015	1 084 584 000
DEPO 2015	2014–2015	11 612 263
Relax centrum Štruncovy sady	2007–2013	88 560 000
Greenways	2011–2014	16 649 000
Úprava veřejných prostranství	2013–2015	121 505 439
Ostatní	2012–2015	49 774 070
<b>Celkem</b>		<b>1 372 684 771</b>

### Efekty investic

Tabulka přináší přehled **dopadů** investičních akcí. Přímé vstupy jsou náklady očištěné o DPH a výdaje utracené mimo Plzeňský kraj.

Dopady	Přímé vstupy (Kč)	Celkový efekt			
		Produkce (Kč)	HPH (Kč)	Mzdy a platy (Kč)	Zaměstnanost
Nové divadlo	17 622 917	25 542 833	6 862 847	3 566 784	14,98
DEPO 2015	7 109 098	10 443 229	2 621 056	1 285 248	5,28
Relax centrum Štruncovy sady	60 040 678	88 199 454	22 136 422	10 854 704	44,62
Greenways	13 544 949	19 897 462	4 993 893	2 448 780	10,07
Úprava veřejných prostranství	60 752 719	89 245 440	22 398 945	10 983 433	45,15
Ostatní	24 887 035	36 558 929	9 175 611	4 499 306	18,49
<b>Celkem</b>	<b>183 957 396</b>	<b>269 887 347</b>	<b>68 188 773</b>	<b>33 638 256</b>	<b>139</b>

Další tabulka ilustruje přínosy, tedy efekty výdajů hrazených ze zdrojů Plzeňského kraje

Přínosy	Přímé vstupy (Kč)	Celkový efekt			
		Produkce (Kč)	HPH (Kč)	Mzdy a platy (Kč)	Zaměstnanost
Nové divadlo	1 463 989	2 150 592	539 759	264 673	1,09
DEPO 2015	0	0	0	0	0
Relax centrum Štruncovy sady	25 905 763	38 055 435	9 551 206	4 683 481	19,25
Greenways	8 835 254	12 978 944	3 257 473	1 597 318	6,57
Úprava veřejných prostranství	55 491 476	81 516 699	20 459 174	10 032 258	41,24
Ostatní	19 440 035	28 557 313	7 167 354	3 514 548	14,45
<b>Celkem</b>	<b>111 136 516</b>	<b>163 258 984</b>	<b>40 974 967</b>	<b>20 092 278</b>	<b>83</b>

Při realizaci investičních akcí projektu Plzeň 2015 bylo celkem 111 milionů Kč hrazeno subjekty se sídlem mimo PK a zároveň subjektům se sídlem v kraji.

#### X.1.6 ZÁVĚRY

Výdaje spojené s projektem Plzeň 2015, tedy výdaje návštěvníků, náklady na projekt jako takový a náklady na novou infrastrukturu, jednoznačně podpořily ekonomiku regionu i města, a to efektem pro:

produkci: **1 103,7 milionů Kč**

HPH: **334,2 milionů Kč**

mzdy a platy: **158,7 milionů Kč**

zaměstnanost: **693 pracovních míst**

daně: **169 milionů Kč**



## X.2 EKONOMICKÉ EFEKTY VÝDAJŮ NÁVŠTĚVNÍKŮ NA EKONOMIKU ČESKÉ REPUBLIKY

Analýza a hodnocení dopadů výdajů návštěvníků na ekonomiku ČR na ekonomiku České republiky vychází z analýz návštěvnosti a analýz ekonomických ukazatelů zjišťovaných v dotazníkových šetřeních při velkých akcích. ( kap. II.3.13)

### X.2.1 VÝDAJE

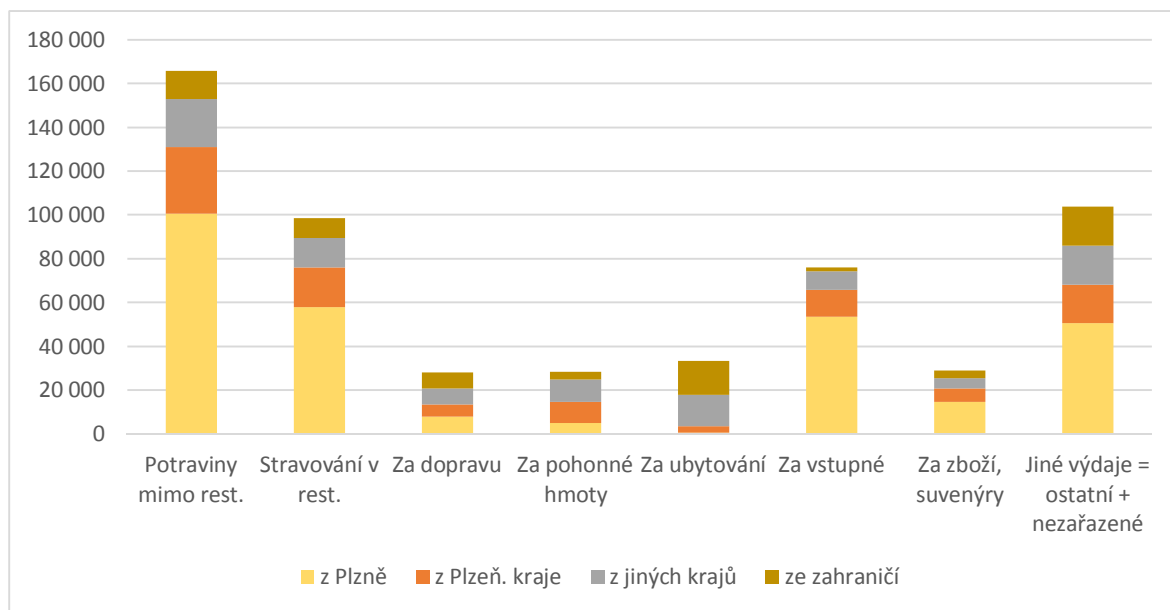
Výdaje byly vypočteny na základě shodných vstupních údajů, jako u hodnocení efektů pro město a region, neboť úkoly vycházely z jednotné dohodnuté datové báze. ( kap. X.1.2)

**Celková útrata návštěvníků EHMK činila 564 251 670 Kč,  
z toho v Plzni 547 018 640 Kč a jinde v ČR 17 233 030 Kč**

Struktura výdajů podle místa bydliště návštěvníků je patrná z další tabulky.

Odkud	V Plzni	Jinde
z Plzně	291 956 182 Kč	0
Z PK	98 863 704 Kč	3 392 382
Z ČR jiného kraje	92 073 836 Kč	6 171 844
ze zahraničí	64 124 918 Kč	7 668 804

Graf ukazuje vztah podílu jednotlivých skupin výdajů a místa bydliště návštěvníka.



© Economic impact

### X.1.2 EKONOMICKÉ EFEKTY V ČESKÉ REPUBLICCE

#### Dopady výdajů návštěvníků na produkci a hrubou přidanou hodnotu (resp. HDP)

Všichni návštěvníci akcí EHMK utratili díky EHMK dohromady 564 251 670 Kč za služby a zboží v restauracích, hotelech, obchodech apod. Tato částka představovala impuls pro ekonomickou aktivitu místních podniků a firem (přímé dopady) i jejich dodavatelů a subdodavatelů (nepřímý efekt).

Z celkových výdajů návštěvníků plynulo minimálně 101 248 232 Kč do státní pokladny ve formě daní z přidané hodnoty (DPH) a spotřebních daní. Celkem tedy výdaje návštěvníků způsobily zvýšení produkce v české ekonomice o **711 044 610 Kč**.

Z celkového dopadu na zvýšení produkce české ekonomiky připadlo přibližně **222,5 milionů Kč** na celkové zvýšení hrubé přidané hodnoty, resp. HDP české ekonomiky.

Dopad způsobený pouze výdaji zahraničních turistů (tzn. čistý přínos pro českou ekonomiku) dosahoval **89,99 milionů Kč**. Z toho připadlo **25,5 milionů Kč** na zvýšení hrubé přidané hodnoty (resp. HDP) v ČR.

#### **Dopad výdajů návštěvníků na zisky firem**

Zisk právnických osob a podnikatelů, kterým přímo i zprostředkovaně (nepřímo) plynuly útraty návštěvníků v souvislosti s akcí, se tímto zvýšil celkem o **70,5 milionů Kč**. Zahraničním návštěvníkům mohou vděčit podniky za zvýšení svých zisků ve výši **8 milionů Kč**.

#### **Dopad výdajů návštěvníků na zaměstnanost a mzdy**

Výdaje návštěvníků „zaměstnaly“ v přepočtu na plný celoroční úvazek **388,3 pracovníků**. Z toho přibližně 41,9 pracovních míst pomohli vygenerovat zahraniční návštěvníci, resp. jejich výdaje. Zaměstnancům, kteří byli zaměstnáni díky výdajům návštěvníků, byly vyplaceny mzdy a zákonné pojištění ve výši **61,7 milionů Kč** (náhrady zaměstnancům), zaměstnancům v návazných kolech dodavatelského řetězce bylo vyplaceno dalších **37,6 milionů Kč**. Celkový dopad výdajů návštěvníků EHMK na zvýšení mzdových příjmů činil **99,3 milionů Kč**. Z toho více než **11 milionů Kč** bylo vyplaceno díky výdajům zahraničních turistů.

116

#### **Dopad výdajů návštěvníků na daňové výnosy**

Z celkové částky 564,3 milionů Kč, kterou všichni návštěvníci zaplatili za ubytovací a stravovací služby, dopravu, nákupy atd. přímo v souvislosti s návštěvou akce, bylo odvedeno více než **101 milionů Kč** státu na dani z přidané hodnoty (DPH) a spotřebních daních.

Zaměstnanci, jejich zaměstnavatelé a živnostníci odvedli do veřejných rozpočtů sociální a zdravotní pojištění ve výši cca **36,8 milionů Kč** a daň z příjmů fyzických a právnických osob ve výši cca **26,3 milionů Kč**. Přibližně 11 % těchto odvodů je způsobeno zahraničními návštěvníky.

Celkový přehled dopadů a přínosů výdajů návštěvníků obsahuje následující tabulka.

<b>Ukazatel</b>	<b>Dopad výdajů</b>	<b>Přínos výdajů</b>
Produkce	711 044 610 Kč	89 986 260 Kč
HDP	222 775 073 Kč	25 477 699 Kč
Zisky firem a podnikatelů	70 485 398 Kč	8 035 176 Kč
Pracovní místa	388	42
Mzdy zaměstnanců	99 285 007 Kč	11 013 477 Kč
Daňové výnosy	165 868 262 Kč	19 580 993 Kč
DPH a spotřební daně	101 248 232 Kč	12 410 993 Kč
Daň z příjmu FO a PO	27 790 000 Kč	3 120 000 Kč
Odvody sociální a zdravotní pojištění	36 800 000 Kč	4 050 000 Kč

### X.1.3 ZÁVĚRY

Hodnocení prokázalo, že **výdaje návštěvníků akcí projektu Plzeň 2015** byly jednoznačně pozitivním efektem pro ekonomiku ČR a to pro:

produkci: **711 milionů Kč**

HPH: **223 milionů Kč**

mzdy a platy: **99,3 milionů Kč**

zaměstnanost: **388 pracovních míst**

daně: **166 milionů Kč**

## XI. PODKLADY A ZDROJE

Červeně vyznačeny dokumenty, které jsou součástí příloh zprávy v digitální podobě

- (01) Antropictures: Skryté město - sborník rozhovorů. 2014
- (02) Antropictures: Závěrečná zpráva: Pěstuj prostor – Patronát. 2014
- (03) Antropictures: Evropský den sousedů. 2014
- (04) BRAINZ: Závěrečná zpráva digitálních aktivit projektu Evropské hlavní město kultury 2015. 2016
- (05) CE-Traffic - Mašata Hynek: Měření mobility města Plzně. 2016
- (06) Centrum pro komunitní plánování západní Čechy: Rozhovory s kulturními aktéry a kulturní veřejností. 2007
- (07) Centrum pro komunitní práci západní Čechy – Havránek Tomáš: Názory obyvatel na kulturu. Výsledky dotazníkového šetření. 2010
- (08) ECoC Policy Group: Key recommendations from the European Capitals of Culture Policy Group. 2009 - 2010
- (09) **Economic impact – Raabová Tereza: Evropské hlavní město kultury Plzeň 2015: Dopady výdajů návštěvníků na ekonomiku ČR. 2016**
- (10) **Event Service – Jirkovský Ondřej: Výzkum pro město Plzeň, 2. vlna. 2016**
- (11) **FOX HUNTER – Jirkovský Ondřej: Výzkum vnímání města Plzně v kontextu konání EHMK 2015. Závěrečná zpráva. 2014**
- (12) **Havlíčková Šárka: Výzkum vlivu projektu Evropské hlavní město kultury Plzeň 2015 na stávající kulturní aktéry v Plzni. 2016**
- (13) **Kaiserová Ida: Evaluace Arts managementu 2014/15. 2015**
- (14) Palmer/Rae Associates – Palmer Robert: European Cities and Capitals of Culture. 2004
- (15) Pěstuj Prostor – Klíma Petr: Shrnutí projektu Plzeňský architektonický manuál za rok 2015. 2016
- (16) Pěstuj Prostor – Sivák Marek: Závěrečná zpráva o projektu Pěstuj prostor. 2015
- (17) 2015 Pilsen European Capital of Culture: Communication and Marketing Strategy 2014-2016. 2013
- (18) Plzeň 2015: Pilsen Open Up! / Otevři si Plzeň. Přihláška do druhého kola soutěže o titul Evropské hlavní město kultury 2015. 2010
- (19) Plzeň 2015: Plzeň 2015 Evropské hlavní město kultury. Kniha druhá – přehled programu. 2014
- (20) Plzeň 2015 – Auer Radovan: Závěrečná zpráva projektu Plzeň 2015 – Evropské hlavní město kultury - oddělení marketingu a komunikace - Období 01/2014 -12/2015. 2016
- (21) **Plzeň 2015 – Beránková Martina: Výsledky průzkumu očekávání od projektu Plzeň 2015 v souvislosti s distribucí programové knihy 2 mezi zájemci o projekt z řad obyvatel a návštěvníků Plzně. 2016**
- (22) **Plzeň 2015 – Beránková Martina: Průzkum spokojenosti návštěvníků. Leden 2015 (report č. 4). 2015**
- (23) **Plzeň 2015 – Beránková Martina: Průzkum spokojenosti návštěvníků. Festival světla 20. - 21. 2. 2015 (report č. 5). 2015**
- (24) **Plzeň 2015 – Beránková Martina: Průzkum spokojenosti návštěvníků. Únor 2015 (report č. 6). 2015**
- (25) **Plzeň 2015 – Beránková Martina: Průzkum spokojenosti návštěvníků. Březen 2015 (report č. 7). 2015**

- (26) Plzeň 2015 – Beránková Martina: Průzkum spokojenosti návštěvníků. Duben 2015 (report č. 8). 2015
- (27) Plzeň 2015 – Beránková Martina: Jiří Trnka – Ateliér. Průzkum spokojenosti návštěvníků (report č. 9). 2015
- (28) Plzeň 2015 – Beránková Martina: Trnkova Zahrada 2. Průzkum spokojenosti návštěvníků (report č. 10). 2015
- (29) Plzeň 2015 – Beránková Martina: Evropský den sousedů 2015. Vyhodnocení průzkumu spokojenosti návštěvníků (report č. 11). 2015
- (30) Plzeň 2015 – Beránková Martina: Průzkum spokojenosti návštěvníků. Květen 2015 (report č. 12). 2015
- (31) Plzeň 2015 – Beránková Martina: Výsledky průzkumu spokojenosti návštěvníků. Červen 2015 (report č. 13). 2015
- (32) Plzeň 2015 – Beránková Martina: Vyhodnocení průzkumu spokojenosti návštěvníků. Červenec 2015 (report č. 14). 2015
- (33) Plzeň 2015 – Beránková Martina: Obří loutky v Plzni. Výsledky průzkumu spokojenosti návštěvníků (report č. 15). 2015
- (34) Plzeň 2015 – Beránková Martina: Výsledky průzkumu spokojenosti návštěvníků. Srpen 2015 (report č. 16). 2015
- (35) Plzeň 2015 – Beránková Martina: Gottfried Lindauer, plzeňský malíř novozélandských Maorů. Výsledky průzkumu spokojenosti návštěvníků (report č. 17). 2015
- (36) Plzeň 2015 – Beránková Martina: Výsledky průzkumu spokojenosti účastníků. Září 2015 (report č. 18). 2015
- (37) Plzeň 2015 – Beránková Martina: Stroj času. Výsledky průzkumu ohlasů účastníků (report č. 19). 2015
- (38) Plzeň 2015 – Beránková Martina: Výsledky průzkumu ohlasů účastníků. Říjen 2015 (report č. 20). 2015
- (39) Plzeň 2015 – Beránková Martina: Výsledky průzkumu spokojenosti návštěvníků. Listopad 2015 (report č. 21). 2015
- (40) Plzeň 2015 – Beránková Martina: Výsledky průzkumu spokojenosti návštěvníků. Prosinec 2015 (report č. 22). 2016
- (41) Plzeň 2015 – Beránková Martina: Výsledky průzkumu spokojenosti veřejnosti s projektem Plzeň 2015 mezi zájemci o projekt z distribuce Knihy 2 a návštěvníky facebookové stránky Plzně 2015. 2016
- (42) Plzeň 2015 – Brabcová Alexandra: Závěrečná zpráva k projektu Arts Management 2012 – 2015, uskutečněnému ve spolupráci Plzeň 2015 a fakulty umění a designu Ladislava Sutnara ZČU v Plzni za podpory MK ČR a statutárního města Plzně. 2015
- (43) Plzeň 2015 – Haunerová Eva: Evropský den sousedů 2015 - Závěrečná zpráva. 2015
- (44) Plzeň 2015 – Jirátová Kristýna: Závěrečná zpráva – Skryté město. *Plzeňská pohostinnost. Plzeňské rodinné fotoalbum.* 2016
- (45) Plzeň 2015 – Svoboda Milan a kol.: Návrh systému sledování a hodnocení projektu Plzeň – Evropské hlavní město kultury 2015. 2013
- (46) Plzeň – TURISMUS: Výběr ze zahraničních mediálních výstupů o Plzni. 2016
- (47) PPM Factum Research: Turismus v Plzni. Závěrečná zpráva z šetření. 2014
- (48) PPM Factum Research: Turismus v Plzni. Závěrečná zpráva ze čtyř vln šetření návštěvníků města. 2016

- (49) Univerzita Karlova v Praze – Fakulta sociálních věd – Institut komunikačních studií a žurnalistiky – Nečas Vlastimil, Cebe Jan, Hájek Roman: Mediální pokrytí projektu Plzeň – Evropské hlavní město kultury 2015. *Případová studie č. 1: slavnostní zahájení projektu a charakteristiky medializace za období prosinec 2014 až únor 2015*. 2015
- (50) Univerzita Karlova v Praze – Fakulta sociálních věd – Institut komunikačních studií a žurnalistiky – Nečas Vlastimil, Cebe Jan, Hájek Roman: Mediální pokrytí projektu Plzeň – Evropské hlavní město kultury 2015. *Průběžná zpráva za období od 1. března do 30. června 2015*. 2015
- (51) Univerzita Karlova v Praze – Fakulta sociálních věd – Institut komunikačních studií a žurnalistiky – Nečas Vlastimil, Cebe Jan, Hájek Roman: Mediální pokrytí projektu Plzeň – Evropské hlavní město kultury 2015. *Závěrečná zpráva a Případová studie č. 2*. 2016
- (52) ZČU – Středisko regionálního rozvoje Fakulty ekonomické – Ircingová Jarmila, Ježek Jiří, Šlehoferová Marta: Výzkum informovanosti, postojů a participace obyvatel města Plzně na projektu „Plzeň – Evropské hlavní město kultury 2015“. 2016
- (53) ZČU – Středisko regionálního rozvoje Fakulty ekonomické – Ježek Jiří, Šlehoferová Marta, Ircingová Jarmila, Janeček Petr: Výzkum ekonomických efektů projektu Plzeň Evropské hlavní město kultury. 2015
- (54) ZČU - Katedra sociologie Filozofické fakulty – Váně Jan, Kalvas František: Analýza dlouhodobého dopadu na obyvatele města a jejich recepci pozice kultury v každodenním životě. 2016