



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



SOUHRNNÁ PŘÍRUČKA

Digitální inovace ve správě soukromého kulturního dědictví ve světle pandemie
COVID-19 v Belgii, České republice, Francii, Itálii a Španělsku

Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Publikace odráží pouze názory autora a Komise nenese odpovědnost
za jakékoli případné použití informací v ní obsažených. Číslo projektu: 2020-1-BE01-KA226-VET-082730



Obsah

Seznam zkratk	3
ÚVOD	1
Metodika	1
SEKTOR SOUKROMÉHO KULTURNÍHO DĚDICTVÍ – SOUKROMÉ HISTORICKÉ OBJEKTY	1
Správa příjmů	2
Aktivity v historických objektech	2
Rezervační systémy v objektech	3
Daně a legislativa	3
Marketing	5
Využívání sociálních médií a vyhledávačů	7
Využívání papírových nástrojů	8
Příklady dobré marketingové praxe	8
Současné a budoucí výzvy	9
Potřeby, které by mohly pomoci zvýšit turistickou aktivitu	10
Dopad pandemie COVID-19	12
Sociálně ekonomické důsledky	13
Místní podpora	14
Lockdowny	15
Nařízení týkající se onemocnění COVID-19	15
Soukromý památkový sektor vs. veřejná muzea	16
Výhody	17
Největší výzvy sektoru	17
Statistiky návštěvnosti	18
Digitální transformace kulturního sektoru	18
INOVACE	20
Inovativní nástroje/strategie zavedené v zemích konsorcia	20
Problémy, kterým čelíme při zavádění inovačních nástrojů	21
Digitální dovednosti ke zlepšení situace	21

SWOT ANALÝZA	23
STÁVAJÍCÍ MOŽNOSTI ŠKOLENÍ A VZDĚLÁVÁNÍ, KTERÉ JSOU DOSTUPNÉ PRO SOUKROMÉ MAJITELE / SEKTOR KULTURNÍHO DĚDICTVÍ / MALÉ PODNIKY	24
Sít'ové iniciativy	24
Iniciativa Patrivia	24
VESTA v Belgii	24
Přístupy založené na spolupráci	25
Semináře a školicí kurzy	25
Odborné kurzy	26
Popis projektu	27
Elektronické zdroje projektu	28
Webové stránky partnerů konsorcia	29
Seznam použité literatury	30
Editoři	31
Příspěvatelé	31

Seznam zkratek

ADSI (it)	Associazione Dimore Storiche Italiane (Sdružení italských historických objektů)
AR	Rozšířená realita
ATECO	(it) ATtività ECONomica (ekonomická činnost: alfanumerický kód přidělený podniku při registraci a zahájení činnosti)
B&B	nocleh se snídaní
BE	Belgie
COVID	COVID-19 (virus těžkého akutního respiračního syndromu Coronavirus-2 (SARS-CoV-2))
CULT	Výbor Evropského parlamentu pro kulturu a vzdělávání
CZ	Česká republika
ES	Španělsko
EU	Evropská unie
FR	Francie
IT	Itálie
PGE (fr)	Prêt Garanti par l'Etat (státem zaručená půjčka)
QR	Quick Response (rychlá reakce)
SEO	Optimalizace pro vyhledávače
SWOT	Silné stránky, slabé stránky, příležitosti, hrozby
UAP (fr)	l'Union des Artisans du Patrimoine (Svaz památkových řemeslník

ÚVOD

Účelem tohoto dokumentu je poskytnout přehled o provozním uspořádání historických objektů v soukromém vlastnictví v Belgii, České republice, Francii, Itálii a Španělsku. Informace uvedené v následujících oddílech byly získány na základě rozhovorů s celou řadou soukromých majitelů historických objektů ve výše uvedených zemích. Ty byly vedle výzkumu konkrétních zastřešujících aspektů provedeny s cílem vyvodit závěry a klíčové poznatky týkající se různých dílčích témat zvažovaných v rámci tohoto tématu.

Cílem tohoto shrnutí je rovněž poukázat na podobnosti i rozdíly mezi soukromými historickými objekty v rámci zkoumaných zemí – se zvláštním důrazem na digitální marketing a inovační nástroje – a také na dostupná školení s nimi spojená.

Metodika

Byly vytvořeny vazby mezi informacemi a obecným výzkumem, aby bylo možné vyvodit užitečné závěry, které by byly dalším vodítkem při navrhování a vývoji inovativních metod digitálního školení pro majitele soukromých historických objektů. Například byla zdůrazněna souvislost mezi umístěním a viditelností konkrétních památkových objektů a nedostatkem lidských zdrojů a zdrojů potřebných pro jejich efektivní fungování.

Studium finanční správy i hlavních marketingových nástrojů používaných zkoumanými památkovými objekty pomáhá výzkumníkům pochopit současné i budoucí výzvy, kterým musí objekty čelit: to platí zejména pro oblast digitální správy a marketingových systémů. Je důležité poznamenat, že v rámci tohoto procesu byly analyzovány také dopady omezení během pandemie COVID-19 a adaptivní inovační strategie, které byly použity, aby bylo možné čelit těmto relativně novým výzvám. Nakonec byla provedena také analýza silných stránek, slabých stránek, příležitostí a hrozeb (SWOT).

SEKTOR SOUKROMÉHO KULTURNÍHO DĚDICTVÍ – SOUKROMÉ HISTORICKÉ OBJEKTY

Správa příjmů

V případě soukromých památkových objektů jsou jak objekt, tak pozemek, na němž objekt stojí, pro majitele hlavním a často nejcenějším aktivem: tvoří tedy základ všech implikovaných obchodních modelů.¹

Další klíčové zdroje historických objektů:

- duševní zdroje, jako jsou symboly spojené s objektem (erb, logo atd.);
- partnerství;
- zainteresované subjekty;
- historie objektu;
- lidské zdroje (např. kvalifikovaní řemeslníci, dynamičtí majitelé atd.).

Je však důležité poznamenat, že v České republice je soukromé vlastnictví historických objektů poměrně nedávnou záležitostí, která se datuje od počátku 90. let 20. století. Historické objekty a potřeba jejich údržby jsou skutečně relativně nové, pokud jde o jejich finanční správu.

Aktivity v historických objektech

Z našeho výzkumu jsme mohli vyzdvihnout nejdůležitější činnosti historických objektů z hlediska příjmů, mezi které patří mimo jiné:

- prodej vstupenek (64 % soukromých sídel je otevřeno veřejnosti);
- turistické aktivity;
- pohostinství (kavárna, restaurace, B&B/hotel);

¹ De Voldere et al. 2019. *Study of Heritage Houses for Europe*, s. 135 [online]. European Landowners. Dostupné na adrese: <<https://www.europeanlandowners.org/heritage-houses-for-europe/wp-content/uploads/2020/06/Final-Study-Heritage-Houses-FINAL-1809-online.pdf>> [vyhledáno 28. října 2021].

- muzeum / prohlídky s průvodcem;
- svatby;
- výstavy;
- využití venkovních areálů pro veřejné akce;
- televizní/filmová natáčení;
- otevření obchodu;
- vzdělávací účely.

Mezi další podnikatelské aktivity spojené s areálem, které přinášejí příjmy, patří činnosti v oblasti zemědělství, lesnictví, nemovitostí, výroby, průmyslu atd.

Ve srovnání s ostatními zeměmi italské soukromé objekty nekombinují ubytování s jinými druhy činností, jako je správa a ochrana historického dědictví, stravování, banketové služby a soukromé akce nebo zemědělsko-potravinářské řetězce. V některých odvětvích, jako je výroba vína, představují historické objekty významný podíl provozovatelů.

Rezervační systémy v objektech

Bylo zjištěno, že historické objekty ve zkoumaných oblastech postrádají moderní digitální rezervační systémy pro provádění rezervací: mnohé z nich stále provádějí tyto úkony ručně pomocí programu Microsoft Excel. Hlavní důvod tohoto počínání spočívá v nedostatku finančních prostředků na pokročilé systémy prodeje vstupenek. Avšak i v případě, že historické objekty finanční prostředky mají k dispozici, jejich vedení raději investuje přímo do digitálního zviditelnění než do aktualizace rezervačního systému. Někdy jsou navíc finanční prostředky omezeny na konkrétní účely, jako je tomu ve Španělsku, kde k financování historických objektů dochází díky grantům na sociální funkce (zaměřeným na sociální funkce). V případě rezervačních systémů mohou investovat do oblastí, které považují za vhodné, pouze majitelé/správci objektů, kteří disponují značnými vlastními finančními prostředky, na rozdíl od grantů určených pro konkrétní oblasti.

Daně a legislativa

U mnoha objektů napříč 6 geografickými oblastmi bohužel zasahují do řízení příjmů správci objektů jak daně, tak legislativa. Mezi příklady patří například:

- V **Belgii**, jakmile je památkový objekt oficiálně chráněn nebo zapsán na seznam chráněných památek, je jeho majitel ze zákona povinen dodržovat určitá nařízení, nejčastěji prováděná národními nebo regionálními úřady ochranu nebo památkovou péči. To je doprovázeno dalšími obtížemi při získávání administrativních licencí. Aby bylo možné zavést nové činnosti nebo upravit strukturu objektu za účelem zvýšení počtu turistů, **musí region tyto změny akceptovat vydáním povolení majitelům, což se stává obtížným kvůli přílišné institucionální decentralizaci v Belgii, což způsobuje zpoždění plánovaných činností.** Belgie má totiž 1 federální vládu a 5 regionálních vlád, přičemž každá regionální vláda má vlastní legislativu pro své konkrétní území, což značně komplikuje jakékoli byrokratické úsilí.
- Ve **Španělsku** je řada těchto historických objektů klasifikována jako „předmět kulturního zájmu“ a mohou podléhat právní ochraně vzhledem ke své památkové hodnotě. To s sebou nese daňový a právní rámec a je to jedna z hlavních obtíží kvůli nepřehlednosti předpisů ve Španělsku na všech úrovních jurisdikce, kde má každý region své vlastní předpisy, ty se liší mezi jednotlivými společenstvími, a dokonce i mezi jednotlivými lokalitami. To ještě umocňuje složitost této problematiky, takže se zdá, že je pro majitele a správce domů nesmírně obtížná.
- V **Itálii** se u soukromých objektů vyžadují různé obchodní předpisy pro provádění jakýchkoli obchodních aktivit. Jedná se o tzv. kódy ATECO, které využívají automatický kódovací nástroj, jenž umožňuje přidělit kód podle stručného popisu ekonomické činnosti dodaného uživatelem (v italském jazyce).² Podle kódů registrovaných u obchodní komory patří mezi hlavní činnosti následující:
 - ◆ zemědělsko-potravinářské odvětví: chov zvířat, výroba vína;

² Igi Global. 2019. *What is ATECO Code*. [online] Dostupné na adrese:

<<https://www.igi-global.com/dictionary/the-cultural-relationship-management/39228>> [vyhledáno 28.

- ◆ hotelové odvětví: hotely, pronájem a správa nemovitostí;
 - ◆ odvětví správy a ochrany historického dědictví: správa divadel, muzejní činnost;
 - ◆ odvětví stravování: restaurace;
 - ◆ odvětví pořádání akcí: bankety, pořádání konferencí a veletrhů.
- V **České republice** brání dalšímu hospodářskému rozvoji legislativa a památkové předpisy, protože různé úřady často vznášejí protichůdné požadavky. To staví majitele do těžké situace, protože se musí neustále pohybovat v legislativní sféře, místo aby se soustředili na rozvoj svých historických objektů.
- Ve **Francii** je historický objekt klasifikován jako památka, na kterou se může vztahovat několik právních předpisů, ať už kvůli jejímu umístění nebo způsobu využití. Například legislativa na ochranu budov národního významu (*classement au titre des monuments historiques*) existuje ve Francii na národní úrovni pod ministerstvem kultury a komunikace a ministerstvem ekologie a udržitelného rozvoje a energetiky. Legislativa týkající se ochrany existuje také na úrovni místní samosprávy, konkrétně pro zápis budov regionálního významu (*au titre des monuments historiques*).³

Pokud jde o daně, dědická daň se ve Francii u domů pohybuje v rozmezí 5-45 % v závislosti na výši zděděné částky / kapitálové hodnoty a typu vztahu dědice k majiteli nemovitosti. Na druhou stranu jsou nabízeny odpočty od sazby daně z příjmu, pokud je objekt uzavřený, památkově chráněný nebo přístupný veřejnosti. Kromě daně z majetku, která se pohybuje v rozmezí 0,5-1,5 %, existují také různé daně z pozemků a obecní daně podle regionů, měst nebo departementů.⁴

³ De Voldere et al. 2019. *Study of Heritage Houses for Europe*, 249.

⁴ Ibid, 255.

Marketing

Aby majitelé a správci zviditelnili své historické objekty, investují do marketingu, který jim umožní propagovat jejich nemovitosti a případné aktivity, jež dlouhodobě zvýší jejich příjmy. Tyto marketingové podniky se neomezují pouze na klasické strategie, jako jsou akce a výstavy, ale také na moderní strategie, jako jsou digitální nástroje. Vzhledem k tomu, že svět je v digitální oblasti propojen ještě více než kdykoli předtím, podporuje rozšiřování digitálních nástrojů rychlejší přijímání informací a v tomto případě také šíření informací o historických objektech.

Mezi nejpoužívanější marketingové nástroje patří:

Nástroje sociálních médií

Vyhledávače

Papírové/tištěné nástroje



Informační nástroje

Filmy a televizní pořady

Využívání sociálních médií a vyhledávačů

Výzkum strategií řízení v pěti zemích poukázal na rozdíly v marketingových nástrojích a kanálech, které správci památkových objektů používají.

Například ve Francii se marketingové strategie ve velké míře soustředí na využívání digitálních nástrojů, zejména sociálních sítí, jako je Facebook a Instagram, a také webových stránek, a příležitostně jsou památkové objekty zmiňovány na turistických webových stránkách vyšší úrovně. To kontrastuje se Španělskem, kde památkově chráněné objekty, které jsou přístupné veřejnosti, sice mají webové stránky a využívají

sociální sítě, ale jejich nedostatečné digitální schopnosti a technologie jsou významnou překážkou, pokud jde o rozšíření jejich digitální přítomnosti.

Strategie používané v Itálii leží na půli cesty mezi francouzskou a španělskou digitální strategií. Současné trendy v sektoru kulturních budov ukazují, že přítomnost na sociálních sítích je větší u největších památkových objektů. **Většina domů v tomto případě, stejně jako ve Španělsku, vyžaduje poradenství a školení v oblasti marketingu a komunikace.**

Tak je tomu i v České republice, kde bylo zjištěno, že využívání nástrojů digitálního marketingu závisí na míře aktivity památkového objektu a také na tom, zda je přístupný veřejnosti, či nikoli. Zde je využívání sociálních médií a webových stránek nejvýraznější u vysoce aktivních objektů, které jsou přístupné veřejnosti.

Konečně v Belgii sice některé objekty využívají sociální média a webové stránky, ale nedostatek finančních prostředků v kombinaci s nedostatkem digitálních dovedností se jeví jako problém, pokud jde o rozšíření digitální přítomnosti.

Využívání papírových nástrojů

Kvůli nedostatku finančních prostředků, digitálně zdatného personálu a technologických dovedností je řada památkových objektů stále do značné míry závislá na papírových nástrojích a využívá je k marketingu. Například v Belgii považuje objekt *Domaine Adornes* za svou silnou stránku noviny a tisk a objekty jako *Château d'Ooidonk* nemají účet na sociálních sítích, jako je Facebook a Instagram, které se zdají být neoficiálním požadavkem pro moderní instituce. Nástup pandemie však zdůraznil naléhavost zajištění silné přítomnosti na sociálních sítích pomocí nástrojů digitálního marketingu, jako tomu bylo v Belgii a Itálii. Tato dřívější mentalita je v kontrastu se strategiemi používanými ve Francii, kde je používání papírových nástrojů doplňkem nástrojů digitálních.

Příklady dobré marketingové praxe

Je důležité zdůraznit, že existují případy, kdy se zviditelnění historických objektů výrazně zvýšilo díky vládní podpoře. Jedním z takových příkladů je projekt *Od kamene ke kameni* podél řeky Šeldy ve Vlámku (Belgie), kde vlámská vláda podporuje partnerství majitelů soukromých a veřejných historických objektů a přibližuje jejich příběhy veřejnosti prostřednictvím zážitkových výstav.

Také ve Francii ministerstvo kultury a Nadace pro kulturní dědictví (*Fondation du Patrimoine*) založily Misi kulturního dědictví (*Mission Patrimoine*), kde prostřednictvím webových stránek a televizních pořadů a informačních nástrojů byli potenciální dárci vybízeni, aby prostřednictvím darů pomohli udržovat francouzské historické památky. *Château de Quintin* a *Grande Forge de Buffon* jsou dvě památky, u nichž se od jejich zapojení do mise zvýšila návštěvnost, což poukazuje na výhody spojení vládní podpory s účinnými digitálními dovednostmi.

Současné a budoucí výzvy

Rozhovory provedené v rámci této studie spolu s doprovodným výzkumem poukázaly na hlavní výzvy, a to jak současné, tak budoucí, které správci památkových objektů musí a/nebo budou muset zvládat. Patří mezi ně vyváženost mezi dodržováním památkových předpisů a současným zaměřením na aspekty zachování a restaurování objektu. Jako významná výzva bylo rovněž zdůrazněno placení vysokých daní, které mají dopad na finanční udržitelnost objektů a následně ovlivňují všechny aspekty objektů. S nástupem **pandemie COVID-19 a s ní spojených omezení však některé objekty sice přesunuly své úsilí a techniky směrem k digitálním prostředkům, ale mnohé se ocitly ve ztrátě kvůli nedostatku dovedností v oblasti digitálního marketingu a správy.**

Tabulka 1. Výzvy, kterým čelí památkové objekty v Belgii, Španělsku a Francii

Belgie	Španělsko	Francie
- Legislativa týkající se památkově chráněných budov - Konkurence se sousedními zeměmi - Zprostředkování významu kulturního dědictví a zároveň udržení historických památek aktuálních a hodných návštěvy - Nedostatek digitálních dovedností a školení pro zaměstnance, zejména v době pandemie COVID-19 - Chybějící plán marketingové strategie pro zviditelnění v rámci Belgie i v zahraničí	- Chybějící národní soupis historických objektů - Nadměrné náklady na údržbu, renovaci a památkovou péči - Zajištění ziskovosti obytných objektů - Neustálé zlepšování a potřebné technologické inovace - Podnikání v oblasti historických objektů musí být plánováno v souladu se společenskými a environmentálními hledisky - Historické objekty, které jsou klasifikovány jako „předmět kulturního zájmu“, mohou podléhat právní ochraně vzhledem ke své památkové hodnotě - Mezigenerační propast	- Památková péče - Viditelnost a konkurenceschopnost ve vztahu k jiným významným turistickým atrakcím - Propojení historického místa s územím - Přizpůsobení se předpisům týkajících se onemocnění COVID-19 - Spojení hospodářské činnosti s přijímáním veřejnosti - Údržba budovy s využitím příjmů z aktivit pořádaných v historickém objektu

Tabulka 2. Výzvy, kterým čelí památkové objekty v Itálii a České republice

Itálie	Česká republika
- Vytvoření „turistického produktu“ věnovaného historickým objektům, který jim pomůže posílit spolupráci mezi objekty a místními aktivitami za účelem přilákání většího počtu turistů - Získání přístupu k bankovním fondům, aby bylo možné řídit rekonstrukci a obnovu objektů (soukromé společnosti nemají k tomuto financování přístup) - Udržitelnost (obnova historických budov šetrná k životnímu prostředí). Sdružení ADSI uspořádalo setkání, na kterých se soukromí majitelé blíže seznámili s následující problematikou: „Jak vytvořit projekt udržitelného rozvoje. Analýza souvislostí, potřeby památkové péče, perspektivy zlepšení, správa a daňové aspekty“ - Otevření nových tržních příležitostí v zemích, jako je Čína a Rusko - Udržení kroku s digitálními trendy	- Vysoké kapitálové výdaje a náklady na restaurování (včetně modernizace míst a zařízení) - Míra konverze návštěvníků ze zákazníků s nízkými výdaji na zákazníky s vysokými výdaji - Konkurence se sousedními zeměmi - Přemístitelný marketing mimo Českou republiku / střední Evropu - Legislativa týkající se památkově chráněných budov - Ziskovost a finanční udržitelnost (bez závislosti na externím financování/podpoře) - Digitální marketing - Zprostředkování významu kulturního dědictví a zároveň udržení historických památek aktuálních a hodných návštěvy (nové produkty a/nebo aktivity, zapojení digitalizace, moderní podnikatelské plány)

Potřeby, které by mohly pomoci zvýšit turistickou aktivitu

Současné i budoucí výzvy, kterým historické objekty čelí, jsou do značné míry spojeny s omezeními vynucenými během pandemie COVID-19, což je jedna z největších výzev, kterým musely historické objekty čelit, a která upozorňuje na naléhavou potřebu zavedení digitálních nástrojů pro účely marketingu a správy. Tyto potřeby lze identifikovat následovně:

Tabulka 3. Cesty ke zvýšení aktivity pro majitele a správce památkových objektů

Cesta ke zvýšení aktivity	
Školení v oblasti marketingu a komunikace. Malé objekty, např. Casino di Mare v Itálii, nevyužívají sociální média a někteří se domnívají, že je to kvůli nedostatku času/peněz/zdrojů.	Otevření více zahrad; například francouzský Château de Miromesnil prodává zeleninu ze své zahrady. Domaine Adornes z Belgie chce zpřístupnit zahradu, což je zajímavé vzhledem k tomu, že se objekt nachází uprostřed města.
Vnímání historického objektu jako firmy, ne jako turistické atrakce	Podpora soukromého historického dědictví a financování obnovy
Zapojení místní komunity	Finanční prostředky na údržbu objektů
Vzdělávací perspektiva prohlídek s průvodcem	Přístup ke vzdělání v rámci historických objektů
Virtuální prohlídky a muzea	Inovace v oblasti marketingu, cen a politik
Technologický přínos	Podmínky fyzického přístupu (výtah, schodiště)
Lepší vztahy s cestovními kancelářemi	Digitální marketing
Kulturní udržitelnost (kulturní přesvědčení, zvyky, zachování kulturního dědictví a udržitelnost cestovního ruchu)	Předávání know-how – například muzeum věnované know-how ocelářského průmyslu v Grande Forge de Buffon ve Francii
Partnerství veřejného a soukromého sektoru	Cloudová a digitální transformace
Organizování nových aktivit (včetně aktivit speciálně přizpůsobených dětem; exkluzivních akcí pouze na pozvání)	Využití technologií k propojení digitálního světa s fyzickým za účelem vytvoření jedinečného, inovativního zážitku pro zákazníka (Phygital)
Zákaznický marketing a personalizovaná sdělení – vzhledem k tomu, že uživatelé jsou v dnešní době stále méně fyzicky dosažitelní, je důležité navázat vztah mezi značkou a zákazníkem	Otevřené inovace – kdy se majitel při inovacích nespolehá pouze na interní znalosti a zdroje (zaměstnance), ale také na více externích zdrojů, jako jsou konkurenti, veřejnost, externí agentury
Chytrá práce – využívání nových technologií a rozvíjení těch stávajících ke zlepšení výkonnosti a zvýšení spokojenosti	Dlouhodobé projekty zahrnující technologie a logistiku
Elektronický obchod	Blockchain

Dopad pandemie COVID-19

Důsledky pandemie COVID-19 měly značný negativní dopad na celosvětový kulturní sektor, zasáhly všechny zúčastněné skupiny a vedly ke zrušení drtivé většiny akcí a uzavření nesčetných historických památek. Jak již bylo zmíněno, kulturní dědictví je nejen základem místních ekonomik, ale tvoří i významné procento příjmů soukromých majitelů působících v tomto odvětví.

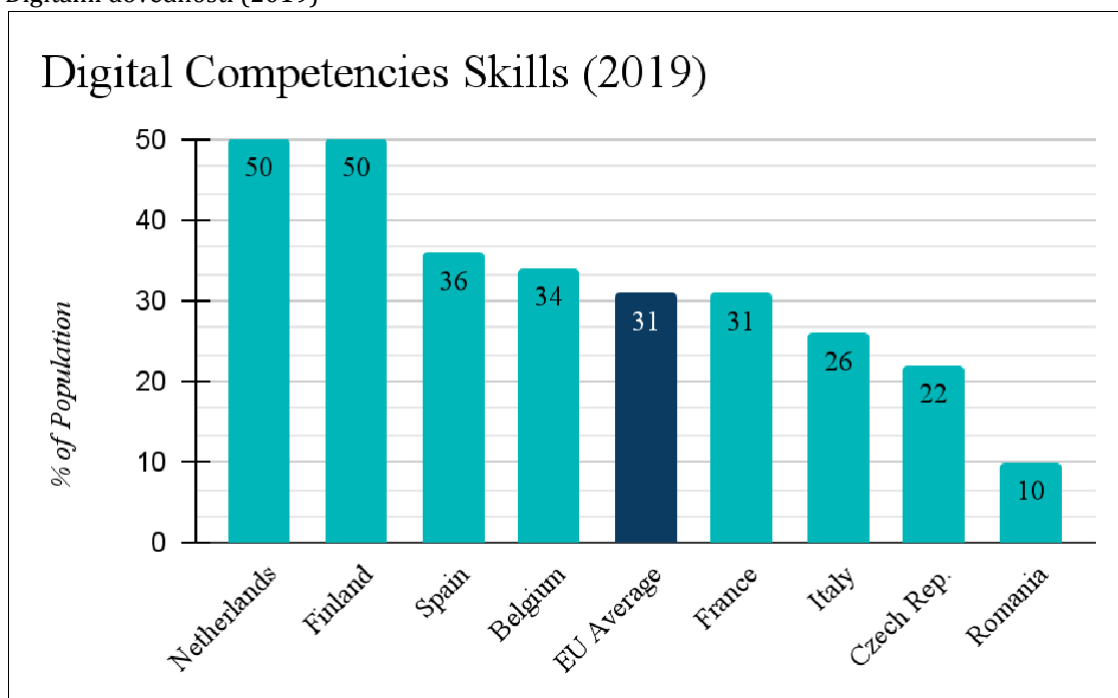
Aby se zabránilo uzavření kulturních institucí, jako jsou historické objekty, zahájily místní a národní vlády i mezinárodní instituce celou řadu plánů nouzové podpory s nadějí, že pomohou kulturním institucím přizpůsobit se škodám způsobeným celosvětovou pandemií. Digitalizace se v tomto období ukázala jako velmi užitečný nástroj, neboť poskytla kulturnímu sektoru možnost pořádat akce, prohlídky s průvodcem, výstavy a konference ve virtuálním světě. Ne všechny zainteresované subjekty však dokázaly tuto příležitost využít, a to především kvůli nedostatku digitálních dovedností pracovníků v kulturním sektoru.

V roce 2019 mělo v Evropě pouze 31 % občanů střední nebo pokročilé digitální dovednosti. Nejvíce digitálních dovedností prokázalo Nizozemsko (50 %), Finsko (50 %) a Dánsko (49 %). Naopak výsledky zemí pod evropským trendem, tj. Itálie (22 %) a Česká republika (26 %), a zemí blízko evropského trendu, tj. Francie (31 %), Belgie (34 %) a Španělsko (36%), vysvětlují silný dopad krize způsobené onemocněním COVID-19, jakož i význam pořádání školení zaměřených na digitální dovednosti.⁵

V Evropě nemělo na konci roku 2020 základní digitální dovednosti 42 % občanů.⁶

⁵ Skills Panorama. 2021. *Digital skills: Challenges and opportunities*. [online] Dostupné na adrese: <https://skillspanorama.cedefop.europa.eu/en/analytical_highlights/digital-skills-challenges-and-opportunities#_digital_divide_in_the_eu> [vyhledáno 20. října 2021].

⁶ Shaping Europe's digital future. n.d. *Digital skills coalition*. [online] Dostupné na adrese: <<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/digital-skills-coalition>> [vyhledáno 20. října 2021].



% populace Nizozemsko Finsko Španělsko Belgie Průměr EU Francie Itálie Česká republika Rumunsko

Obrázek 1. Digitální dovednosti obecné populace vybraných zemí EU

V tomto grafu je zvýrazněn nejvyšší podíl obyvatelstva, které si udržuje digitální dovednosti (Nizozemsko a Finsko), podíly zjištěné v zemích konsorcia, průměr EU a také nejnižší podíl (Rumunsko).

Sociálně-ekonomické důsledky

V Belgii vyvolala pandemie COVID-19 závažné socioekonomické důsledky. Výsledky několika průzkumů provedených kulturními organizacemi v království nastínily, že do 26. května 2020 byl pokles příjmů kulturního sektoru odhadován na 90 %.⁷

⁷ Belgická národní banka. 2020. *Company turnover starts to recover but the outlook for the Belgian economy remains grim*. [online] Dostupné na adrese: <https://www.nbb.be/en/articles/company-turnover-starts-recover-outlook-belgian-economy-remains-grim> > [vyhledáno 20. října 2021].

Francie rovněž zažila poslední krizi v celém kulturním sektoru. Podle vládní analýzy došlo v roce 2020 k poklesu obrátu v oblasti správy turistických míst a památek o 65 %.⁸

Místní podpora

Negativní důsledky pandemie COVID-19 se rozšířily široko daleko napříč kulturním sektorem a značně poškodily všechny zúčastněné. V této souvislosti pochopily národní a regionální vlády spolu s institucionálními organizacemi tuto situaci a zmobilizovaly podporu kulturních odvětví po celém světě.

Odhaduje se, že v Belgii bylo v roce 2020 během hlavní sezóny zrušeno přibližně 10 000 kulturních akcí. V této souvislosti se belgické federální orgány sešikovaly a přijaly různá opatření na podporu obnovy národního kulturního sektoru. Díky tomu byla v digitálním prostředí uspořádána celá řada akcí, jako jsou výstavy, festivaly, koncerty a další kulturní akce.⁹

V Belgii, konkrétně v Bruselu a Valonsku, vyčlenily úřady 50 milionů eur na kulturu, sport a také na politiky týkající se dětí a mládeže, přičemž se zaměřily na poslední dvě jmenované oblasti.¹⁰

Na rozdíl od dvou výše uvedených regionů se vlámské regionální orgány rozhodly v lednu 2020 snížit rozpočet na kulturu, protože ji považovaly za „nepodstatnou“.¹¹

Mezitím Francie rovněž poskytla rychlou pomoc během krize. Pozoruhodným příkladem je sdružení Historické objektů, které pomohlo soukromým majitelům se správou historických

⁸ Ministerstvo kultury. 2020. *The impact of the Covid-19 crisis on cultural sectors*, s. 48. [online] Dostupné na adrese:

<<https://www.culture.gouv.fr/en/Thematiques/Etudes-et-statistiques/Publications/Collections-de-synthese/Culture-chiffres-2007-2021/L-impact-de-la-crise-du-Covid-19-sur-les-secteurs-culturels>> [vyhledáno 22. října 2021].

⁹ Pasikowska-Schnass, M., 2020. *EU support for artists and the cultural and creative sector during the coronavirus crisis*, s. 8. [online] Evropský parlament. Dostupné na adrese:

<[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2020/649414/EPRS_BRI\(2020\)649414_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2020/649414/EPRS_BRI(2020)649414_EN.pdf)> [vyhledáno 20. října 2021].

¹⁰ Ibid

¹¹ Ibid

objektů a jejich znovuotevření. Sdružení Historických objektů rovněž poskytlo majitelům informace o státem garantované půjčce (*Prêt Garanti par l'Etat-PGE*).

Francouzská vláda navíc nabídla soukromým majitelům pomoc vypočtenou z jejich příjmů v roce 2019.

Ve Španělsku však vládní podpora přišla spíše ve formě informací než peněz. Nadace pro historické a jedinečné španělské objekty (*Fundación de Casas Históricas y Singulares de España*) sdílela [se soukromými majiteli řadu příruček a doporučení](#).

Lockdowny

Odvětví kulturního dědictví bylo postiženo celostátními a regionálními lockdowny, jakož i nedostatkem mezinárodních toků, když byly regionální a/nebo národní lockdowny zrušeny. Soukromí majitelé jsou z velké části závislí na mezinárodní návštěvnosti, což znamená, že uzavření národních hranic po celém světě drasticky snížilo aktivitu historických objektů v soukromém vlastnictví, což mělo za následek pokles příjmů od návštěvníků.

V Belgii došlo k postupnému znovuotevření kulturního sektoru v celé zemi, kdy bylo muzeím a výstavám umožněno otevřít se veřejnosti.

V České republice sice došlo k rozmachu domácího cestovního ruchu, jakmile byla omezení zrušena, ale v letech 2020 a 2021 došlo k výraznému poklesu počtu návštěvníků a z toho plynoucích příjmů. Provozovny vlastníci jakékoliv venkovní prostory, stejně jako pohostinská zařízení provozovaná na bázi prodeje jídla s sebou, dokázaly tyto zkrácené sezóny překonat snáze díky tomu, že se jim podařilo usnadnit rychlou adaptaci na národní směrnice o omezeních. Naproti tomu muzea nebo výstavy, které postrádaly řádnou online prezentaci, stejně jako digitální dovednosti, byly z hlediska nedostatku návštěvníků poškozeny nejvíce.

Nařízení týkající se onemocnění COVID-19

Znovuotevření sektoru se ukázalo být obtížnější, než se předpokládalo. Bylo třeba vzít v úvahu mnoho preventivních opatření, jako jsou zábrany, ochrana plexisklem a určení počtu návštěvníků podle počtu metrů čtverečních provozovny. Tato nařízení přispěla ke zvýšení provozních nákladů historického objektu. Omezení kapacity návštěvníků vedlo k menšímu počtu zákazníků v kavárnách/restauracích, což způsobilo snížení příjmů. Navíc

se zvýšily výdaje na preventivní vybavení: roušky, testy pro návštěvníky i zaměstnance a hygienické prostředky.

Soukromý památkový sektor vs. veřejná muzea

Výbor **Evropského parlamentu** pro kulturu a vzdělávání (CULT) zdůraznil skutečnost, že vzhledem k tomu, že největší část příjmů soukromých majitelů pochází z prodeje, **byla soukromá muzea krizí COVID-19 zasažena mnohem více než muzea financovaná z veřejných zdrojů.**¹²

Na jedné straně spektra byly některé historické objekty nuceny natrvalo zavřít své dveře. Zatímco jiné, jako například *Domaine Ardones* v Belgii, přišly o 60 % svých tržeb. Soukromý majitel zámku *Château de Freÿr*, rovněž v Belgii, vysvětlil, že největší změnou byla skutečnost, že se snížil počet skupin.

Na druhou stranu i přes tyto problémy bylo ve virtuálním prostředí přítomno 80 % veřejných muzeí a 83 % náboženských institucí. V celé Evropě má 56 % muzeí vyčleněný personál výhradně pro digitální činnosti. Muzea pořádající virtuální aktivity, zejména ta, která prezentují vzdělávací informace, zaznamenala nárůst počtu online návštěvníků.¹³

Jak však bylo zaznamenáno v průběhu rozhovorů, v případě historických budov v soukromém vlastnictví tomu tak nebylo. Většina soukromých vlastníků nemá dostatečné digitální dovednosti, a tak nejenže byli pandemií vážně zasaženi, ale také nadále přicházeli o podstatnou část svých příjmů kvůli neschopnosti přizpůsobit se digitální transformaci kulturního sektoru.

¹² IDEA Consult et al. 2021. *Research for CULT Committee – Cultural and creative sectors in post-Covid-19 Europe: crisis effects and policy recommendations*, s. 46. [online] Evropský parlament, odbor pro strukturální politiku a politiku soudržnosti. Brusel. Dostupné na adrese: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/652242/IPOL_STU\(2021\)652242_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/652242/IPOL_STU(2021)652242_EN.pdf) [vyhledáno 20. října 2021].

¹³ Ibid.

Nedostatek digitálních příležitostí a dovedností ovlivnil životaschopnost historických objektů.¹⁴

Výhody

- S omezením cestování do zahraničí byl v České republice zaznamenán rozmach domácího cestovního ruchu.
- Došlo k uvědomění si hodnoty otevřených prostor, jako jsou zahrady, což vedlo k nárůstu využívání těchto zahrad pro veřejné aktivity.
- Vzrostla ochota porozumět inovativním nástrojům digitálního marketingu, jako jsou sociální média a vyhledávače, a používat je v praxi.
- Dochází k rozšíření využívání veřejně přístupných virtuálních prohlídek na webových stránkách objektů. Například i když objekt *Grande Forge de Buffon* měl virtuální prohlídku k dispozici již před krizí, během pandemie COVID-19 ji online návštěvníci velmi ocenili.
- Došlo k nárůstu subdodávek pro části objektů, jako je údržba zahrad, čímž se v době krize pomohlo různým aspektům místní ekonomiky.

Největší výzvy sektoru

Celosvětová pandemie s sebou přinesla pro soukromý památkový sektor specifické výzvy. Patří mezi ně mimo jiné následující:

- Nejistota ohledně předpisů a lockdownů, která vedla k problémům s personálním zajištěním, tj. udržení stávajících zaměstnanců a hledání nových.
- Zvýšené náklady způsobené pravidly a předpisy souvisejícími s pandemií, pokud jde o omezení počtu návštěvníků a zavedení preventivních opatření, jako jsou testy, dezinfekční prostředky a roušky.

¹⁴ Europa Nostra. 2020. *COVID-19 & BEYOND: Challenges and Opportunities for Cultural Heritage*, s. 8. [online] Dostupné na adrese: https://www.europanostra.org/wp-content/uploads/2020/10/20201014_COVID19_Consultation-Paper_E_N.pdf [vyhledáno 20. října 2021].

Snížení viditelnosti objektů, které upřednostňují osobní kontakt s lidmi, jako je například zámek Miromesnil ve Francii.

- Ztráta příjmů během pandemie postihla nejen známé instituce, jako jsou muzea, ale také pomocné služby, které jsou ve skutečnosti ve většině případů externě zajišťovanými činnostmi. To je případ společností, které vlastní a spravují muzejní kavárny, restaurace, knihkupectví nebo nabízejí dopravní služby pro výstavy.
- Mezi největšími muzei, objekty v soukromém vlastnictví a malými kulturními organizacemi existují značné nerovnosti, pokud jde o finanční prostředky, personál a zastřešující podporu.

Statistiky návštěvnosti

Celosvětová pandemie vážně negativně ovlivnila trendy návštěvnosti, jak ukazují statistiky návštěvnosti na celém kontinentu i ve světě jako celku. Například v České republice byly omezeními nejvíce postiženy hotely a provozy, které neměly možnost přesunout své aktivity do online režimu nebo do systémů prodeje s sebou. K tomu přistoupil úbytek zahraničního cestovního ruchu, například ve Francii, kde obec Saint Saturnin přišla o zahraniční klientelu, která tvořila 55 % návštěvníků. Postupem času se však zvyšovaly nároky na venkovní aktivity a v zahradách historických objektů docházelo k nárůstu turistických aktivit. Okolnosti se změnily také u některých objektů, které byly z hlediska cestovního ruchu závislé na velkých skupinách návštěvníků, jako například *Château de Freÿr* v Belgii.

Digitální transformace kulturního sektoru

Digitální technologie hrají významnou roli při uchovávání kulturního materiálu a kulturního dědictví obecně v podobě online zdrojů a také při zpřístupňování kulturního sektoru všem, kteří mají připojení k internetu. Historické objekty, muzea a další kulturní památky, které se chopí této digitální transformace sektoru, mají potenciál zviditelnit se a přiblížit se svému publiku nabízením inovativních zážitků.

Digitalizace pomáhá organizacím fungovat a zprostředkovávat kulturní hodnoty jejich publiku. Schopnost digitálně propagovat a spravovat kulturní památky však vyžaduje školení v oblasti budování kapacit (zejména digitálních dovedností), zlepšení dat a posílení infrastruktury.¹⁵

Školení v oblasti digitálních dovedností není v případě objektů v soukromém vlastnictví běžné, což zdůraznili všichni partneři konsorcia. Pokud však jde o kulturní sektor jako celek, existují sdružení a projekty realizované na evropské úrovni, které takové školení podporují. Klíčovými cíli těchto programů jsou zpřístupnění kulturního sektoru všem, školení v oblasti digitálních dovedností, výzkum a inovace.¹⁶

Technologie vytvořily ideální nástroj, aby se kulturní sektor mohl rozvíjet, stát se inovativním, propagovat hodnoty a finančně pomáhat majitelům památkových objektů. Protože však chybělo školení pro ty, kteří nemají digitální dovednosti, nepředstavovaly digitální technologie únikovou cestu z krize, ale spíše další překážku, kterou bylo třeba překonat v již tak bouřlivé době.

¹⁵ Daley, B., 2020. *New Europeana Strategy 2020-2025 imagines a cultural sector powered by digital / Europeana Pro*. [online] Europeana Pro. Dostupné na adrese: <https://pro.europeana.eu/post/new-europeana-strategy-2020-2025-imagines-a-cultural-sector-powered-by-digital> [vyhledáno 20. října 2021].

¹⁶ Evropská komise. n.d. *European digital heritage*. [online] Dostupné na adrese: <https://ec.europa.eu/culture/cultural-heritage/cultural-heritage-eu-policies/european-digital-heritage> [vyhledáno 20. října 2021].

INOVACE

Soukromé památkové objekty musí pro vytváření hodnoty a udržování svých nemovitostí vyvíjet také nové a inovativní obchodní modely. V krátkodobém i dlouhodobém horizontu to dále pomůže budovat a udržovat pozitivní dopad na návštěvníky, zákazníky a společnost obecně. Zatímco využívání inovativních nástrojů v památkových objektech bylo zaznamenáno v Belgii, Francii, Itálii a České republice, jak bylo zdůrazněno v rozhovorech, průzkumy provedené se soukromými majiteli ve Španělsku poukázaly na jejich nedostatečné digitální dovednosti při zavádění inovativních nástrojů pro správu.

Inovativní nástroje/strategie zavedené v zemích konsorcia

Bylo uznáno, že pandemie COVID-19 sehrála klíčovou roli v tom, že přiměla manažery a zaměstnance objektů přejít na inovativní digitální nástroje a přijít s novými nápady, jak se vypořádat s aktuálními problémy. Mezi strategie a nástroje zavedené v Belgii, Itálii, Francii a České republice patří například:

- Zvýšení přítomnosti na sociálních sítích
- Zlepšení rezervací, rezervačních systémů a zavedení rezervací bez vstupenek
- Využívání bezkontaktních metod rezervace, jako jsou e-maily, QR kódy a platby a přihlášení/odhlášení pomocí aplikace WhatsApp
- V České republice jsou k vidění automatické prodejní automaty na vstupenky a využívání imerzivních technologií, jako je rozšířená realita (AR) pro interaktivní zážitky.
- Využívání venkovních prostor k pořádání výstav, které jsou v souladu s místními omezeními kvůli onemocnění COVID-19.
- Změna systémů řízení s cílem přidělit úkoly zaměřené na správu webových stránek a sociálních sítí
- Využívání mobilních aplikací pro prohlídky s průvodcem

- Zavedení her, jako je „úniková hra“ a „vražedný večírek“, na podporu inkluzivity. V Itálii vzniká karetní hra „Archiporto“ založená na archivu objektu.

Problémy, kterým čelíme při zavádění inovačních nástrojů

Přestože si většina objektů uvědomuje důležitost využívání kombinovaných inovativních nástrojů marketingu a správy, představuje to velkou výzvu, kterou je třeba překonat vedle všeho ostatního, co přinesla pandemie COVID-19. Celkově rozhovory ukazují, že objekty ve Španělsku nepoužívají téměř žádné inovační nástroje, a pokud ano, jsou stále značně základní a objekty se spoléhají, pokud jde o digitální přítomnost, především na své účty na sociálních sítích. Na druhou stranu objekty ve Francii ukázaly, že využívají efektivní systémy správy zahrnující v případě potřeby outsourcing pro řízení dobré pověsti značky, digitální přítomnosti a metavyhledávačů. Obecně se historické objekty při snaze zavést inovativní technologie potýkají s následujícími problémy:

- Nedostatek finančních prostředků a zaměstnanců s malým nebo žádným komunikačním týmem nebo lidmi, kteří by spravovali jejich webové stránky
- Nedostatek dovedností v oblasti digitální správy
- Nedostatek znalostí o základním softwaru pro tvorbu webových stránek a grafickém designu

Digitální dovednosti ke zlepšení situace

Tato zpráva zdůraznila naléhavou potřebu podpořit, pozvednout a posílit postavení správců památkových objektů z hlediska jejich digitálních dovedností s cílem zviditelnit jejich objekty a zajistit jejich finanční udržitelnost v dlouhodobém horizontu. Strategie, jak toho dosáhnout, zahrnují :

- seznámení správců se základními dovednostmi v oblasti tvorby webových stránek
- seznámení správců se základními dovednostmi v oblasti správy sociálních sítí a digitálního marketingu včetně grafického designu
- nabídnutí příslušných školení v oblasti softwaru zaměřených na sektor cestovního ruchu, prodeje a pohostinství jako celek

- seznámení správců s dovednostmi v oblasti online správy se způsoby správy a analýzy uživatelských dat a začlenění rezervačních systémů, platebních metod a darů

SWOT ANALÝZA

Obecný přehled silných stránek historických objektů, jejich slabých stránek na trhu, příležitostí, které představují, a faktorů, jež jsou hrozbou pro udržení objektů, je prezentován prostřednictvím analýzy silných stránek, slabých stránek, příležitostí a hrozeb (SWOT).

SILNÉ STRÁNKY • Vysoká historická, architektonická a kulturní hodnota • Hluboký pocit sounáležitosti majitelů s historickým objektem • Závazek majitelů udržovat dědictví v chodu • Multifunkčnost: otevřenost pro různé služby (návštěvy, svatby, výstavy, pronájmy, natáčení atd.) • Často blízkost dobře zavedené památek, které vybízejí turisty k návštěvě	SLABÉ STRÁNKY • Nedostatek dovedností v oblasti správy databází • Nedostatek digitálních rezervačních systémů a někdy i platebních metod • Nedostatek marketingu a školení • Nedostatečná podpora ze strany úřadů • Obtíže při získávání povolení nebo existence právních předpisů, které brání inovacím • Někdy přítomnost ve venkovských oblastech odtrhuje objekt od městských center, která jsou hlavními turistickými atrakcemi • Nedostatek finančních prostředků a vysoké náklady na údržbu a daně
PŘÍLEŽITOSTI • Zlepšení digitálních a marketingových schopností s cílem zvýšit viditelnost • Vytvoření sítě s přílehlými turistickými atrakcemi za účelem vytvoření turistické trasy • Historie, geografie a architektura hradů a zámků jsou ideální pro přilákání turistů. • Nalezení partnerů pro vytváření nových aktivit • Rychle rostoucí trh cestovního ruchu • Zvýraznění venkovních prostor, pořádání více veřejných akcí a rozšíření ziskových aktivit	HROZBY • Konkurence s veřejným sektorem, který je zdarma, např. v Belgii • Lockdown • Vysoké daně • Legislativa a administrativní procesy • Rostoucí náklady na pracovní sílu a materiál • Absence vybavenosti pro objekty nacházející se ve venkovských oblastech • Neschopnost vzbudit zájem další generace o historické objekty

Obrázek 2. Shrnutí SWOT analýzy provedené pro Souhrnnou příručku projektu HERIT

STÁVAJÍCÍ MOŽNOSTI ŠKOLENÍ A VZDĚLÁVÁNÍ, KTERÉ JSOU DOSTUPNÉ PRO SOUKROMÉ MAJITELE / SEKTOR KULTURNÍHO DĚDICTVÍ / MALÉ PODNIKY

Bylo zjištěno, že celkově chybí specifické programy digitálního školení a vzdělávání pro soukromé majitele v sektoru kulturního dědictví. Ve všech zemích konsorcia bylo nabízeno několik příkladů školicích kurzů a dalších iniciativ v oblasti digitální správy a na evropské a mezinárodní úrovni existují další online školicí kurzy.

Příklady dostupného školení a vzdělávání pro soukromé majitele v sektoru kulturního dědictví, které stojí za zmínku, jsou uvedeny v následujících oddílech.

Sít'ové iniciativy

Iniciativa Patrivia

Belgie a Francie sdružují více než 350 památek a kulturních míst (ve veřejném i soukromém vlastnictví) prostřednictvím přítomnosti příslušných sítí a soukromé iniciativy s názvem Patrivia. Tyto památky a místa jsou přístupné veřejnosti prostřednictvím online platformy (<https://pativia.net/home>), která umožňuje návštěvníkům rezervovat si vstupenky na návštěvu. Majitelům objektů poskytuje možnost vystavit svůj památkový objekt s předstihem.¹⁷

Vesta v Belgii

Jedná se o síť výjimečných soukromých objektů, které se jejich majitelé rozhodli alespoň částečně zpřístupnit veřejnosti. Vesta je římská bohyně domova, krbu a rodiny, symbolizovaná posvátným ohněm, který hořel v jejím krbu.¹⁸ Webové stránky nabízejí odkazy na informace k objektům a programům aktivit, které v nich probíhají.

¹⁷ De Voldere et al. *Study of Heritage Houses for Europe*, s. 108.

¹⁸ Demeures Historiques et Jardins. n.d. *Vesta*. [online] Dostupné na adrese: <https://www.dhj-hwt.be/vesta/> [vyhledáno 26. října 2021].

Přístupy založené na spolupráci

V roce 2019 byla v Belgii navázána spolupráce mezi Belgickým sdružením soukromých historických objektů a Svazem památkových řemeslníků (UAP), v rámci které řemeslníci nabízejí 40 hodin pro bono restaurátorských prací soukromým majitelům památkových objektů, kteří jsou členy Belgického sdružení soukromých historických objektů.¹⁹

Semináře a školicí kurzy

- Kurz „Správce památkového objektu“ pořádaný Ministerstvem kultury České republiky, kde je prezentován ucelený přehled všech souvisejících činností – od základní charakteristiky přes právní ochranu až po problematiku péče o jednotlivé typy památek a základní technologické postupy při opravách a restaurování památek.
- Seminář o digitálních nástrojích pořádaný belgickým sdružením v dubnu 2021 s cílem prodiskutovat všechny podstatné informace týkající se komunikačních platforem a digitální správy.
- Francouzské sdružení Historické sídlo (*La Demeure Historique*) sdružuje majitele soukromých objektů a poskytuje jim školicí kurzy od realizace prací na budovách, přes správu historické památky až po její zahrady a parky. Příležitostně školení doplňuje také praktická část s návštěvou případové studie.
- Sdružení parků a zahrad Auvergne (*Comité des Parcs et Jardins d'Auvergne*) ve Francii nabízí svým členům jako pomoc školicí kurzy. Toto sdružení se specializuje na téma parků a zahrad.
- Ve Španělsku se Nadace pro historické a jedinečné španělské objekty snaží šířit vzdělávací kurzy týkající se kulturního dědictví.

¹⁹ De Voldere et al. *Study of Heritage Houses for Europe*, s. 109.

- V Itálii před třemi lety zahájilo národní sdružení ADSI spolupráci s Polytechnickou univerzitou v Miláně (PoliMi), jejímž cílem bylo připravit seminář o digitálních inovacích a o tom, jak používat digitální technologie.
- V říjnu 2021 bude PoliMi společně s ADSI organizovat třetí ročník magisterského studia pro vedoucí pracovníky v oblasti správy kulturního dědictví a řízení institucí. Součástí požadavků je, aby uchazeči již pracovali v sektoru kulturního dědictví a měli zájem získat manažerské dovednosti. Program je určen pro soukromé i veřejné subjekty.
- Na podzim 2019 uspořádalo sdružení ADSI v Miláně třídní kurz na téma digitálního marketingu. Byl rozdělen do tří modulů: základní modul, hloubkový modul zaměřený na sociální sítě a hloubkový modul zaměřený na optimalizaci pro vyhledávače (SEO). Kurz byl určen nejen soukromým majitelům. Základní modul byl zaměřen na nezbytné nástroje pro správu webu a sociálních sítí a na využití nejreprezentativnějších snímků historických objektů. Naproti tomu hloubkový modul zaměřený na sociální sítě představil více specifik Facebooku a Instagramu, zatímco hloubkový modul zaměřený na SEO představil hlavní dynamiku funkčnosti vyhledávačů a poskytl strategické znalosti pro SEO.

Odborné kurzy

Ve Francii je nabízeno osvědčení vyššího technika (*Brevet de Technicien Supérieur – BTS*) nebo asistenta správy (*Château de Saint-Marcel-de-Félines*).

DALŠÍ INFORMACE

Popis projektu

Projekt HERIT– *Heritage Efficient through Relevant IT use (Efektivní nakládání s kulturním dědictvím prostřednictvím vhodného využití informačních technologií)* je 24měsíční projekt financovaný z programu Erasmus+, který byl zahájen v červnu 2021 a skončí v květnu 2023. Jeho cílem je konkrétně zvýšit připravenost soukromých majitelů historických objektů na digitální vzdělávání a pomoci jim čelit dramatickým dopadům krize spojené s pandemií COVID-19 na kulturní cestovní ruch.

Ústředním prvkem projektu HERIT je vytvoření hromadného otevřeného online kurzu (MOOC) určeného soukromým majitelům historických objektů, jehož cílem je rozvíjet a zvyšovat odborné znalosti samotných majitelů v oblasti rozvoje podnikání a využívání digitálních nástrojů, jakož i jejich znalosti regulačního a právního rámce v sektoru kulturního dědictví na národní i evropské úrovni.

Projekt HERIT se zaměří na provádění doporučení politiky EU prostřednictvím budování kapacit digitálních dovedností ve spolupráci s institucemi terciárního vzdělávání a národními a evropskými organizacemi. Mezi hlavní cílové skupiny tohoto projektu patří všechny klíčové zainteresované strany (současní i budoucí soukromí majitelé, vlastníci pozemků, zaměstnanci historických objektů atd.), které se zabývají historickými objekty, se zvláštním zaměřením na nemovitosti v soukromém vlastnictví. U těchto cílových skupin je rozpoznána potřeba, kterou bude tento projekt řešit.

Projektové konsorcium tvoří 7 partnerů z 5 různých zemí EU: Université Paul-Valéry Montpellier (Francie), Universidade da Coruña (Španělsko), European Landowners' Organization (Belgie), European Historic Houses (Belgie), Asociace majitelů hradů a zámků, z.s. (Česká republika), On Projects Advising SL (Španělsko) a Invasioni Digitali (Itálie).

Konkrétní cíle projektu jsou:

- zmírnit dopady krize spojené s pandemií COVID-19 prostřednictvím rozvoje online a digitálního školení;

- podpořit podnikatelského a aktivního ducha;
- udržet pracovní místa v místních komunitách v okolí historických budov;
- zvýšit viditelnost společného evropského kulturního dědictví online i offline s cílem zvýšit povědomí o kulturním dědictví souvisejícím s historickými objekty a propagovat ho;
- podporovat cestovní ruch související s kulturním dědictvím a oživit venkovské oblasti.

Elektronické zdroje projektu

Webové stránky projektu: *ve vývoji (aktuální informace budou poskytovány na Twitteru @ErasmusHerit)*

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/herit-erasmus/about/>

Twitter: <https://twitter.com/ErasmusHerit>

Webové stránky partnerů konsorcia



Asociace majitelů hradů a zámků,
z.s.: <https://www.amhz.cz/en/>



European Historic Houses:
<https://europeanhistorichouses.eu/>



European Landowners Organization:
<https://www.europeanlandowners.org/>



INVASIONIDIGITALI

Invasioni Digitali:
<https://www.invasionidigitali.it/en/>



OnProjects Advising SL:
<https://www.onprojects.es/en/>



Universidade da
Coruña:
<https://www.udc.es/en/>



Université Paul-Valéry
Montpellier:
<https://www.univ-montp3.fr/en>

Seznam použité literatury

- Daley, B., 2020. New Europeana Strategy 2020-2025 imagines a cultural sector powered by digital. [online] Europeana Pro. Dostupné na adrese: <https://pro.europeana.eu/post/new-europeana-strategy-2020-2025-imagines-a-cultural-sector-powered-by-digital> [vyhledáno 20. října 2021].
- De Voldere et al. 2019. Study of Heritage Houses for Europe. [online] European Landowners. Dostupné na adrese: <https://www.europeanlandowners.org/heritage-houses-for-europe/wp-content/uploads/2020/06/Final-Study-Heritage-Houses-FINAL-1809-online.pdf> [vyhledáno 28. října 2021].
- Demeures Historiques et Jardins. n.d. *Vesta*. [online] Dostupné na adrese: <https://www.dhj-hwt.be/vesta/> [vyhledáno 26. října 2021].
- Europa Nostra. 2020. COVID-19 & BEYOND: Challenges and Opportunities for Cultural Heritage. [online] Dostupné na adrese: https://www.europanostra.org/wp-content/uploads/2020/10/20201014_COVID19_Consultation-Paper_EN.pdf [vyhledáno 20. října 2021].
- Evropská komise. n.d. European digital heritage. [online] Dostupné na adrese: <https://ec.europa.eu/culture/cultural-heritage/cultural-heritage-eu-policies/european-digital-heritage> [vyhledáno 20. října 2021].
- IDEA Consult et al. 2021. Research for CULT Committee – Cultural and creative sectors in post-Covid-19 Europe: crisis effects and policy recommendations. [online] Evropský parlament, odbor pro strukturální politiku a politiku soudržnosti. Brusel. Dostupné na adrese: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/652242/IPOL_STU\(2021\)_652242_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/652242/IPOL_STU(2021)_652242_EN.pdf) [vyhledáno 20. října 2021].
- Igi Global. 2019. What is ATECO Code. [online] Dostupné na adrese: <https://www.igi-global.com/dictionary/the-cultural-relationship-management/39228> [vyhledáno 28. října 2021].
- Ministerstvo kultury. 2020. The impact of the Covid-19 crisis on cultural sectors. [online] Dostupné na adrese: <https://www.culture.gouv.fr/en/Thematiques/Etudes-et-statistiques/Publications/Collections-de-synthese/Culture-chiffres-2007-2021/L-impact-de-la-crise-du-Covid-19-sur-les-secteurs-culturels> [vyhledáno 22. října 2021].
- Belgická národní banka. 2020. Company turnover starts to recover but the outlook for the Belgian economy remains grim. [online] Dostupné na adrese: <https://www.nbb.be/en/articles/company-turnover-starts-recover-outlook-belgian-economy-remains-grim> [vyhledáno 20. října 2021].

Pasikowska-Schnass, M., 2020. EU support for artists and the cultural and creative sector during the coronavirus crisis. [online] Evropský parlament. Dostupné na adrese: <[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2020/649414/EPRS_BRI\(2020\)_649414_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2020/649414/EPRS_BRI(2020)_649414_EN.pdf)> [vyhledáno 20. října 2021].

Shaping Europe's digital future. n.d. Digital skills coalition. [online] Dostupné na adrese: <<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/digital-skills-coalition>> [vyhledáno 20. října 2021].

Skills Panorama. 2021. Digital skills: Challenges and opportunities. [online] Dostupné na adrese: <https://skillspanorama.cedefop.europa.eu/en/analytical_highlights/digital-skills-challenges-and-opportunities#_digital_divide_in_the_eu> [vyhledáno 20. října 2021].

Editori

Theodora-Cristina Canciu
European Historic Houses

Martin Fox
*European Landowners'
Organization*

Domizia del Gallo di Roccagiovine
European Historic Houses

Meetali Gupta
European Historic Houses

Přispěvatelé

Iacopo Benedetti
OnProjects

Iria Caamaño Franco
*Universidade da
Coruña*

Theodora-Cristina Canciu
European Historic Houses

Léa Chabal
*Université Paul-Valéry
Montpellier*

Martin Fox
*European Landowners'
Organization*

Domizia del Gallo di
Roccagiovine
*European Historic
Houses*

Stephanos
Germenis-Hildprandt
*Asociace majitelů hradů a
zámků, z.s*

Meetali Gupta
European Historic Houses

Marianna
Marcucci
Invasioni Digitali

Daniel Monteleone
*European Landowners'
Organization*

Laura Nieto Riveiro
Universidade da Coruña

Ewelina Oksiuta
*European Historic
Houses*