

# STRATEGIE DALŠÍHO ROZVOJE OPENCARD

## 1 ÚVOD

Projekt **opencard** byl spuštěn v roce 2006 usnesením RHMP č. 0708, kterým bylo schváleno zahájení projektu opencard a realizace Pražského Centra Kartových Služeb (PCKS). V roce 2007 byla zahájena migrace cestujících PID na elektronické časové kupóny na opencard usnesením RHMP č. 0517, kterým bylo schváleno pokračování rozvoje projektu PCKS s cílem realizovat velkou emisi opencard včetně kartové aplikace "Předplatné" v Pražské integrované dopravě v období 2007 – 2008 v souladu s usnesením ZHMP č. 38/06 ze dne 25. 5. 2006.

### Současná situace a další rozvoj projektu opencard



Zejména díky klíčové aplikaci DOS (předplatné) byl k 1. 3. 2010 **počet vydaných opencard 398 tisíc**; tuto aplikaci již aktivně využilo více než **260 tisíc držitelů karty**. Předpokládá se, že v roce 2015 bude střední velikost kmene přesahovat **1 milion držitelů opencard**.

Projekt je v současnosti dobře technologicky připravený, avšak **nevyužívá svůj obchodní potenciál, který spočívá zejména v nabídce dalších služeb včetně bonusových programů uživatelům karty**. **Současně, další rozvoj projektu bude realizován a financován s minimálním zapojením rozpočtu MHMP**. **K termínu 30. 6. 2010 končí platnost smlouvy s dosavadním provozovatelem opencard (společností Haguess, a. s.).**

Z výše uvedených důvodů je nutné najít řešení vzniklé situace; **ve světě obvyklý model představuje vytvoření dceřiné společnosti mezi dopravcem a provozovatelem kartového centra**, která obsluhuje držitele karty, a zajišťuje rozvoj a financování projektu. Zavedení benefitů spojených s držením a užíváním karty, například ve formě bonusových programů, významně akceleruje **růst atraktivity a hodnoty karty pro její držitele**.

Vyčleněním projektu mimo struktury MHMP formou **převodu aktiv, kmene držitelů karty, do nově vzniklé společnosti** dojde k **materializaci počáteční investice MHMP** a k přípravě podmínek pro **vstup strategického partnera projektu**. Současně také dojde k zajištění transparentního oddělení financování projektu.

Projekt opencard je dnes zajišťován několika klíčovými subjekty:

Subjekt	Role	Hlavní činnosti
MHMP	Vlastník a garant projektu	Vlastní kmen držitelů OC. Garantuje provoz a služby spojené s OC jejím držitelům.
	Provozovatel kartové aplikace	Provozuje kartovou aplikaci „Vím, jak řídím“.
HAGUESS, a.s.	Provozovatel Servisního Kartového Centra (SKC)	Na základě smlouvy s MHMP zajišťuje veškerý provoz spojený s vydáním a distribucí karty. Zajišťuje provoz back-office a front-office Poskytuje MHMP licence spojené s užíváním OC.
	Provozovatel Kartové aplikace Parkování	Zajišťuje Provoz kartové aplikace Parkování.
	Dodavatel SW a aplikací	Dodávka aplikace DOS. Dodávka aplikací pro front-office a back-office Servisního Kartového Centra. Poskytuje pro DPHMP licence DOS
DPHMP	Provozovatel kartové aplikace	Provozuje na OC kartovou aplikaci DOS na základě smlouvy s MHMP. Provozuje, i prostřednictvím třetích stran, distribuční síť DOS (kontaktní místa, e-shop, validátory). Provozuje back-office DOS, spravuje a eviduje elektronické jízdné na OC.
Městská knihovna	Provozovatel kartové aplikace	Provozuje kartovou aplikaci Čtenářský průkaz.

### 398 tisíc vydaných opencard a technologie umožňující další rozvoj

Technologicky se opencard řadí mezi „**chytré multiaplikační čipové karty (SmartCard)**“. Technologie umožňuje umístit na kartu různé aplikace, a tím využívat pouze **jednu fyzickou kartu pro poskytování různých služeb**. Standardní opencard je dnes vydávána jako karta **s bezkontaktním čipem** založeným na bázi technologie MIFARE DESFire (4K), která poskytuje světově uznávaný standard zabezpečení obsahu karty i komunikace s kartou. Opencard je možné navíc získat jako kombinovanou kartu **s kontaktním čipem** pro případ, kdy její držitel požaduje na kartu uložit elektronický podpis a využívat ji pro bezpečné připojení k on-line službám.

Karta k dnešnímu dni umožňuje nahrát aplikace s funkcí **placení v parkovacích automatech** (170 tis. uživatelů) v zónách placeného stání (Praha 1, 2, 3 a 7), **čtenářský průkaz** (40 tis. uživatelů) ve všech pobočkách Městské knihovny a služba „**Vím, jak řídím**“ (16 tis. uživatelů). Nosnou funkcí karty se stalo od roku 2008 její nasazení jako **nového nosiče časových kupónů PID** (376 tis. uživatelů).

## 2 STRATEGIE OPENCARD 2010

Strategie opencard pro rok 2010 se zaměřuje na **vytvoření podmínek pro využití obchodního potenciálu projektu, tj. zejména posílení kmene držitelů, jeho zhodnocení a přípravu podmínek pro vstup strategického partnera.**

Cílem projektu je **dosáhnout vyrovnaného, resp. přebytkového hospodaření a financovat svůj provoz a rozvoj z vlastních výnosů** v co nejkratším čase. Dalším cílem je **zavedení nových služeb a benefitů, které významně podpoří její atraktivitu a hodnotu vnímanou držiteli karty.**

Záměr předkládá řešení<sup>1</sup> spočívající v **převodu řízení a odpovědnosti za projekt opencard na nově vzniklou dceřinou společnost Dopravního podniku hl. m. Prahy, a.s. (DPHMP) s jeho majoritní účastí.** Nová společnost bude plně odpovědná za provoz a rozvoj projektu včetně zajištění potřebného financování mimo rozpočet MHMP.

Strategie opencard pro rok 2010 sleduje **tři hlavní cíle:**

### 1. Materializovat investici MHMP

<b>Náplň</b>	Převod držitelů opencard do DPHMP, respektive dceřiné společnosti. Vytvoření <b>dceřiné společnosti DPHMP s jeho majoritní účastí.</b> Příprava podmínek pro <b>vstup strategického partnera</b> do projektu.
<b>Výhody</b>	Zajištění <b>výnosu z prodeje nehmotného aktiva</b> MHMP a tím umožnění prvotní investice. <b>Kontrola MHMP nad dalším směřováním projektu</b> (prostřednictvím DPHMP). Vyčlenění odpovědnosti za řízení provozu a rozvoje projektu mimo MHMP. Další <b>financování</b> provozu a rozvoje projektu <b>mimo rozpočet MHMP.</b>
<b>Rizika</b>	Převodem kmene držitelů opencard pod DPHMP nastane situace, kdy bude DPHMP současně disponovat daty o používání karty opencard v dopravě a zároveň osobními údaji držitelů opencard. Situace může být Úřadem pro ochranu osobních údajů posuzována jako riziková z pohledu možného zneužití osobních údajů.
<b>Hlavní úkoly</b>	Připravit vznik nové společnosti včetně definice řídicích struktur a přípravy obchodního plánu. Nastavit majetkové podíly. Připravit převod všech smluvních vztahů a závazků z MHMP na nově vzniklou společnost. Zajistit ocenění nehmotných aktiv MHMP určených k prodeji. Připravit a zajistit prodej nehmotných aktiv nově vzniklé společnosti.



### 2. Dokončit migraci časových kupónů

<b>Náplň</b>	V roce <b>2010</b> převést <b>260 – 300 tis.</b> cestujících ve skupinách <b>Dítě, Junior, Dospělý a Senior</b> na elektronické časové kupóny. Ukončit prodej odpovídajících papírových časových kupónů ve dvou vlnách do <b>listopadu 2010.</b> Do konce roku <b>2011</b> převést zbývající tarifní skupiny cestujících ( <b>Student, cestující mimo pásmo P+0</b> ). Vyřešit převod cestujících, na něž se v současnosti vztahuje <b>bezplatná přeprava</b> zejména s ohledem na plánované <b>zavedení turniketů.</b>
<b>Výhody</b>	<b>Posílení kmene opencard o 200 až 240 tisíc vydaných karet v roce 2010</b>
<b>Rizika</b>	V případě, že nebude dokončena migrace všech skupin cestujících do konce roku 2011, bude ohrožen plánovaný termín zavedení turniketů v systému metra. V případě, že nebude plán migrace a rozpočet schválen v rámci Q1 a komunikace na cílové skupiny zahájena v dubnu 2010 (s předstihem před prázdninami), hrozí zpoždění dokončení migrace.
<b>Hlavní úkoly</b>	Zajistit zahájení příprav migrace (zahájení přípravné fáze projektu, sestavení řídicích struktur projektu, příprava detailního plánu a jeho odsouhlasení všemi zúčastněnými partnery). Zajistit financování projektu (přípravné i realizační fáze). Schválit zkrácení doby platnosti nově vydávaných karet z důvodu zajištění budoucích výnosů z poplatků za vydání (obnovu) karty.



### 3. Zhodnotit kmen zavedením nových benefitů pro držitele opencard

<b>Náplň</b>	Zavedení <b>bonusové funkce karty</b> – zajištění její akceptace jako slevové karty v síti obchodních partnerů s cílem zvýšit atraktivitu karty pro její držitele. Vytvořit podmínky umožňující prodej dat o chování kmene uživatelů obchodním partnerům pro marketingové a obchodní účely.
<b>Výhody</b>	<b>Zvýšení atraktivity karty bude znamenat větší ochotu držitelů platit za její vydání nebo správu.</b> <b>Podpoření migrace</b> cestujících na elektronické časové kupóny. Generování <b>výnosů z poplatků</b> za vydání a správu karty. <b>Výnosy z možného křížového prodeje</b> ze strany strategického partnera po jeho vstupu do projektu. Možnost <b>komerčního využití statistických dat o nákupním chování</b> držitelů opencard.
<b>Rizika</b>	Pokud nebude zavedení nového obchodního partnera jednoduché z pohledu nároků na uzavření smluvního vztahu a vybavení akceptačního místa, hrozí, že se nepodaří rychle vybudovat a zajistit kvalitní akceptační síť. Model křížového prodeje je potřeba připravit tak, aby nenastalo riziko porušení podmínek ochrany osobních údajů.
<b>Hlavní úkoly</b>	Vypracovat obchodní plán (obchodní a ekonomický model). Vypracovat projektový plán a časový harmonogram zavedení nových benefitů. Ověřit obchodní potenciál – počet a ochotu obchodních partnerů akceptovat opencard jako slevovou kartu. Vypracovat rámcové obchodní podmínky a jejich předběžné právní posouzení.



<sup>1</sup> Tento materiál vznikl na základě podkladů od společnosti Haguess, a. s. a DPHMP.

### 3 MATERIALIZACE DOSAVADNÍ INVESTICE MHMP

#### 3.1 Cíle

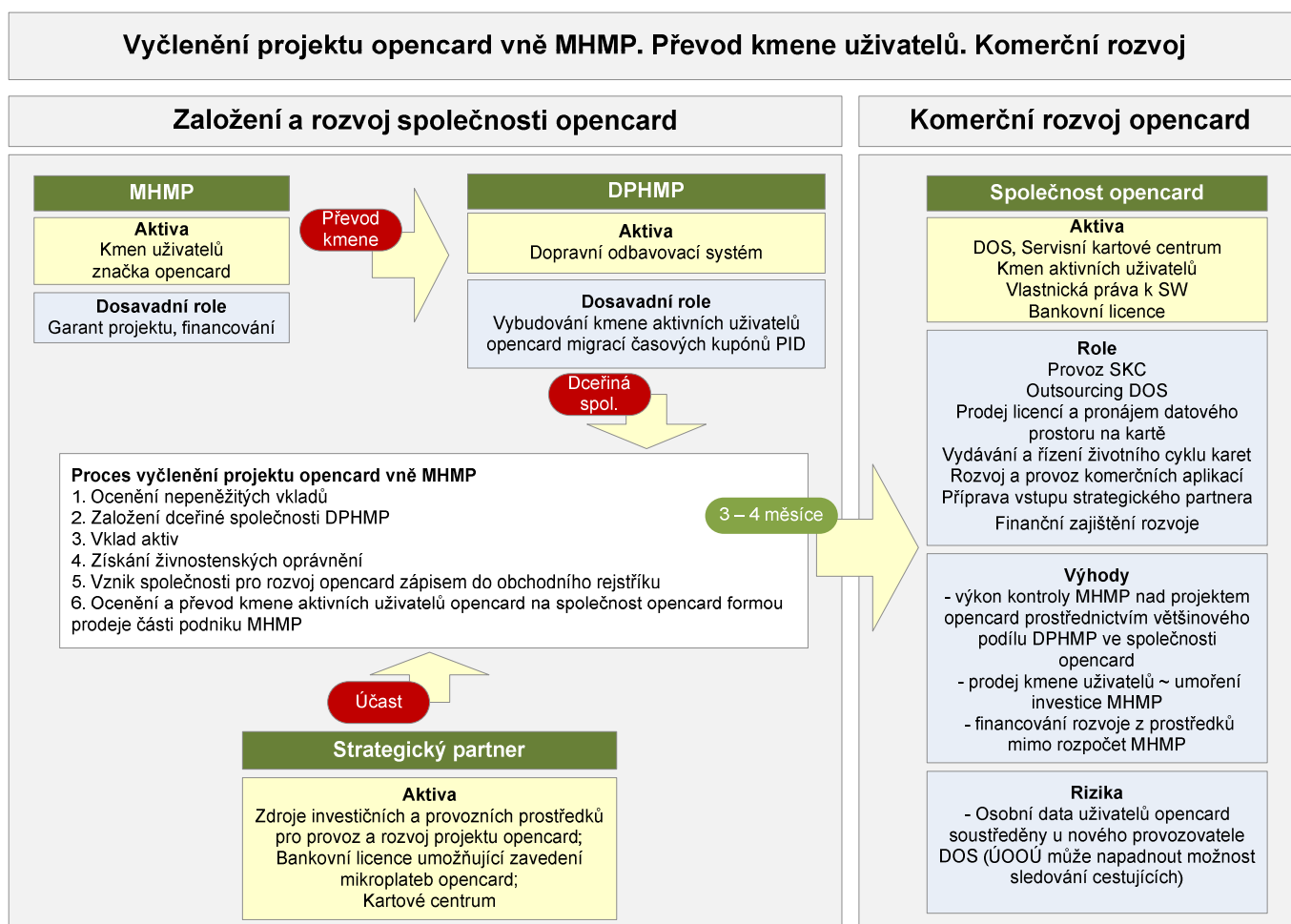
MHMP zhodnotí dosavadní investici do projektu opencard převodem kmene uživatelů pod nově vzniklou dceřinou společností Dopravního podniku hl. m. Prahy, a.s. (DPHMP) s jeho majoritní účastí. Tím dojde rovněž k naplnění strategického cíle **zajistit financování projektu ze zdrojů mimo rozpočet MHMP** a otevře se tak cesta k **rychlému rozvoji komerčních aplikací opencard**. Vytvoří se **předpoklady pro vstup strategického partnera**. MHMP si **udrží kontrolu nad projektem** prostřednictvím většinového podílu DPHMP ve společnosti opencard.

#### 3.2 Vznik obchodní společnosti, odprodej kmene a vstup strategického partnera

Obchodní společnost opencard založí DPHMP jako svou dceřinou společnost s majoritní majetkovou účastí DPHMP. Obchodní podíl DPHMP bude založen na základě nepeněžitých vkladů, v případě DPHMP (MHMP) půjde o ocenění kmene uživatelů a provozu aplikace DOS. **Vznik společnosti – po ocenění podílů soudním znalcem, schválení a vypořádání transakcí a získání živnostenských oprávnění zápisem do obchodního rejstříku – se předpokládá realizovat během září 2010.**

Součástí transakce bude **převod aktiva v majetku MHMP** (kmen uživatelů opencard) na nově vzniklý subjekt. Po založení obchodní společnosti opencard je možné připravit vstup **strategického partnera do této společnosti**.

Znárodnění všech klíčových transakcí popisuje následující schéma.



### 3.3 Další postup

Před vznikem společnosti zápisem do obchodního rejstříku bude společnost opencard založena podpisem zakladatelské smlouvy. Budou vypracovány znalecké posudky na nepeněžitě vklady a připravena smluvní dokumentace pro vklady do základního kapitálu. Po vypořádání transakcí budou nastaveny řídicí struktury a ustaveny statutární orgány společnosti. Souběžně bude probíhat sestavení obchodního plánu a bude připraven převod všech smluvních vztahů a závazků mezi dosavadními účastníky projektu opencard na nově vzniklou společnost.

Budou oceněna nehmotná aktiva MHMP a DPHMP v podobě kmene uživatelů opencard a následně vypořádán jejich odkup společností opencard.

Následně dojde k výběru strategického partnera a realizaci jeho vstupu do projektu formou majetkové účasti na společnosti opencard, což dále podpoří rozvoj komerčních aplikací za účelem zajištění zdrojů budoucích výnosů z nedopravních (komerčních) aktivit a zvýšení přidané hodnoty pro uživatele a komerční partnery projektu.

Kroky nutné pro realizaci plánu:

- **Rozhodnout o způsobu založení a vzniku společnosti a její právní formě.**
- Vypracovat znalecké posudky, **přípravit smluvní dokumentaci pro založení a vznik společnosti** a stanovit **mechanismus a právní rámec vypořádání vkladů do základního kapitálu.**
- **Přípravit vznik a obsazení řídicích struktur a statutárních orgánů** společnosti. Vypracovat organizační strukturu a stanovy společnosti.
- **Zpracovat business plán** společnosti a **ocenit nehmotná aktiva** MHMP a DPHMP, tj. kmen uživatelů opencard, za účelem jeho převodu z MHMP, respektive DPHMP, na společnost.
- **Přípravit převod smluvních závazků** mezi účastníky projektu opencard na novou společnost včetně smluv s uživateli karet.
- **Rozhodnout o způsobu pokrytí rizika souvisejícího s převodem kmene držitelů opencard** na společnost opencard. DPHMP bude totiž současně disponovat daty o používání karty opencard v dopravě, později i v souvislosti s využitím ostatních aplikací karty, a zároveň osobními údaji držitelů opencard. Situace může být Úřadem pro ochranu osobních údajů posuzována jako riziková z pohledu možného zneužití osobních údajů.
- **Přípravit podmínky pro vstup strategického partnera** formou majetkové účasti na společnosti.

Detailní fázování dalšího postupu je uvedeno v Příloze 1 této zprávy.

### 3.4 SWOT analýza projektu Opencard

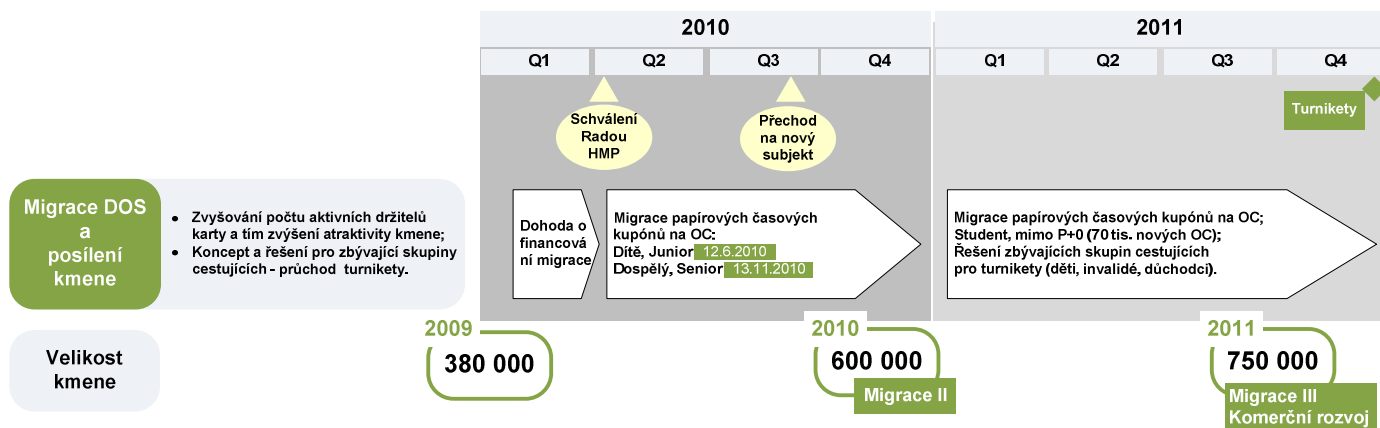
Zvolená strategie vyčlenění projektu Opencard do nové obchodní společnosti znamená z pohledu SWOT analýzy **maximalizaci příležitostí a minimalizaci slabých stránek** projektu:

SWOT analýza projektu Opencard	
Interní silné stránky	Interní slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Nehmotné aktivum v podobě kmene</b> 380 tis. držitelů karty.</li> <li>• <b>290 tis. aktivních uživatelů</b> karty.</li> <li>• Technologie multiplikační SmartCard umožňující další rozvoj a nasazování dalších kartových aplikací.</li> <li>• <b>Fungující Servisní Kartové Centrum</b> rutinně zajišťující procesy spojené s vydáváním a správou karty (front-office a back-office).</li> <li>• <b>Fungující dopravní aplikace</b> jako nosná aplikace zajišťující penetraci karty mezi obyvatele Prahy.</li> <li>• Fungující infrastruktura, front-office a back-office pro použití karty v dopravě.</li> <li>• Možnost zvětšit velikost a tím také hodnotu kmene držitelů prostřednictvím nucené migrace papírových časových kupónů na elektronické.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Mediálně poškozená image</b> značky opencard.</li> <li>• Mediálně podporovaný obraz nedůvěry v řízení projektu zajišťované magistrátem a státní správou obecně.</li> <li>• <b>Projekt</b> dosud negeneroval výnosy a byl <b>závislý na financování z rozpočtu MHMP</b>.</li> <li>• Pro další rozvoj projektu bude MHMP vždy potřebovat partnera s potřebným know-how a kapacitami pro řízení a realizaci rozvoje.</li> <li>• <b>MHMP bude nadále potřebovat partnera, který zajistí běžný provoz Kartového centra</b>. Smlouva s Haguess končí 30. 6. 2010 (s opcí možného prodloužení do 31. 12. 2010).</li> <li>• Rozvoj i provoz projektu <b>bude vyžadovat další financování</b> do doby, než projekt začne sám generovat dostatečné výnosy.</li> <li>• Schválení dalšího financování provozu a rozvoje projektu ze strany MHMP se jeví jako problematické ve chvíli, kdy město primárně hledá cestu jak umožnit počáteční investici.</li> <li>• MHMP a státní správa obecně nedokáže reagovat na aktuální potřeby, příležitosti a rizika projektu tak dynamicky, jak by to dokázal komerční subjekt (rychlost rozhodování, jednoduché a rychlé schvalování na úrovni managementu).</li> <li>• Kmen držitelů opencard neobsahuje vysoko-příjmové skupiny obyvatel, které nevyužívají nebo využívají jen omezeně městskou hromadnou dopravu.</li> </ul>
Externí příležitosti	Externí hrozby
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Vstup strategického partnera</b>, který by převzal projekt z pohledu jeho dalšího provozu, rozvoje a financování (ideálně banky, která by zajistila podmínky pro vytvoření platební funkce karty a zajistila širokou akceptační síť na straně obchodníků).</li> <li>• <b>Rozšíření používání karty mimo dopravu</b>, podchycení nákupních zvyklostí držitelů karty a tím zvýšení atraktivity kmene a karty pro další komerční využití.</li> <li>• Realizace modelu obvyklého na obdobných zahraničních projektech, kdy <b>rozvoj a provoz řídí a zajišťuje k tomu účelu vytvořená dceřiná společnost většinou tvořená klíčovými dopravcem, provozovatelem kartové infrastruktury a případně finanční institucí</b> umožňující platební funkce karty.</li> <li>• Využití obchodního potenciálu kmene držitelů opencard pro případný <b>křížový prodej</b> ze strany obchodních partnerů vyvážený jejich atraktivní nebo unikátní nabídkou produktů nebo služeb pro držitele karty.</li> <li>• <b>Zpoplatnění vydání nebo správy karty</b> podpořené zavedením nových benefitů pro její držitele.</li> <li>• <b>Vytvoření atraktivního slevového programu</b> pro držitele opencard se zapojením obchodních partnerů, pro které bude obchodně zajímavý kmen držitelů OC.</li> <li>• <b>Nekomerční využití karty</b> – vstupy do objektů, zaměstnanecká karta, studentská karta.</li> <li>• Expanze využití karty za hranice Prahy generující výnosy z případného prodeje potřebných licencí.</li> <li>• <b>Budoucí použití karty pro vstup do turniketů metra</b>.</li> <li>• Možné budoucí použití karty pro placení mýtného v Praze.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vlivem krize <b>neochota komerčního sektoru investovat do projektů</b> s nejistou nebo dlouhodobou návratností.</li> <li>• <b>Nedůvěra trhu ve výnosy z projektů založených na mikroplatbách</b> (nutné investice do rozšíření karty mezi obyvatele a do dostatečně široké akceptační sítě).</li> <li>• Neochota obchodních partnerů poskytovat atraktivní slevy držitelům karty v případě, kdy nebudou přesvědčeni o následných výnosech z více-prodeje nebo křížového prodeje.</li> <li>• <b>Neochota držitelů platit za vydání a správu karty</b>, pokud nebude cena vyvážena novými benefity a službami pro držitele.</li> </ul>

## 4 MIGRACE ČASOVÝCH KUPÓNŮ NA OPENCARD

### 4.1 Cíle

Cílem migrace je **zrušení papírových časových kupónů DPHMP** a jejich **převedení na elektronické kupóny opencard do konce roku 2011** a tím splnění jedné z podmínek pro plánované **uzavření systému metra turnikety**. Součástí migrace bude řešení pro zbývající skupiny cestujících v rámci bezplatné přepravy (z důvodu průchodu turnikety). Migrací všech cestujících dojde k významnému navýšení počtu držitelů opencard a tím k **růstu hodnoty nově založené společnosti**.



### 4.2 Migrace pro rok 2010

V období duben až listopad 2010 lze **plně převést na elektronické časové kupóny na opencard 260 – 300 tis. cestujících PID** v tarifních skupinách, u kterých neexistují žádné překážky ukončení fungování papírové varianty kupónů. Jde o skupiny **Dítě, Junior, Dospělý a Senior**.

**V navýšení počtu vydaných karet** se nucená migrace na elektronické jízdné projeví zvýšením o **200 – 240 tis. opencard** vzhledem k tomu, že k aktuálnímu datu existuje množství vydaných karet, na které ještě nebyl nahrán žádný elektronický kupón (cca 120 tisíc).

Migrace 2010	Tarifní skupina	Typ papírových časových kupónů	Návrh ukončení prodeje kupónu v papírové podobě
1. vlna	Dítě, Junior	30denní a měsíční 90denní a čtvrtletní	12. 6. 2010
2. vlna	Dospělý, Senior	30denní a měsíční 90denní a čtvrtletní	13. 11. 2010

**Skupiny cestujících, u kterých existují překážky** pro jejich obsluhu prostřednictvím existující distribuční sítě DOS, budou **migrovány po roce 2010**. Jde o tarifní skupinu Student a cestující PID mimo pásmo 0+P, kteří nedojíždějí do Prahy. Očekává se, že náklady na převod těchto skupin cestujících budou v přepočtu na jednotku vyšší z důvodů potřeby vybudování distribuční sítě a úprav DOS.

Pro úspěšné zajištění migrace v daném čase se předpokládá, že opencard bude po definovanou dobu během migrace vydávána zdarma.

#### Výchozí podmínky a omezení migrace

Průběh dalšího **převodu cestujících PID** s papírovými časovými kupóny na opencard bude vymezen zejména následujícími limity a omezeními:

- Distribuční kapacity kontaktních míst DOS pro nákup a nahrávání kupónů (předpokládá se, že pro sběr žádostí o vydání opencard bude PCKS využívat kapacit DPHMP);
- Absence distribuční sítě DOS kupónů mimo území Prahy;
- Nedokončená síť validátorů opencard, zejména jejich absence na trase metra A;
- Nerealizovaná integrace opencard a studentských karet pražských vysokých škol;
- Fungování papírových průkazek PID jako dokladů pro čerpání slev;
- Nenávaznost na průkazky středočeského kraje – děti a studenti jezdí ve středočeském kraji zdarma.

### 4.3 Další postup

- Zajistit zahájení příprav migrace (sestavení řídicích struktur projektu, příprava detailního projektového plánu včetně časového harmonogramu a jeho odsouhlasení všemi zúčastněnými partnery DPHMP, MHMP, ROPID, Haguess);
- Zajistit a odsouhlasit financování projektu;
- Vypracovat detailní komunikační a marketingový plán pro podporu migrace.

## 5 NÁVRH NOVÝCH SLUŽEB NA OPENCARD

Zkušenosti z úspěšných zahraničních projektů vystavěných na bázi multifunkčních karet prokázaly, že kromě využití karty v dopravě lze úspěšně realizovat **dodatečné výnosy z komerčního využití karty** v rámci **slevových a věrnostních programů** a dále při použití **platební funkcionality karty**.

Výchozím předpokladem pro realizaci dodatečných výnosů je existence **dostatečně velkého kmene aktivních uživatelů karty**, jehož **obchodní potenciál** bude natolik zajímavý pro obchodní partnery, že budou ochotni se zapojit do věrnostního programu nebo do sítě akceptačních míst pro platby provedené touto kartou. V případě, že dojde k rozšíření karty a ověření obchodního potenciálu kmene jejích držitelů, je možné **v budoucnu zpoplatnit účast obchodních partnerů ve výše uvedených obchodních modelech**, a tedy generovat další výnosy pro projekt.

V okamžiku, kdy dojde k zavedení nových benefitů ve formě věrnostního programu nabízejícího atraktivní možnosti nákupu (slevy nebo unikátní „klubové“ produkty a služby) nebo k vybudování široké akceptační sítě pro elektronické platby pomocí karty, se zvýší **ochota držitelů platit vyšší poplatky spojené s vydáním a správou karty**.

### 5.1 Cíle

Zavedení nových služeb na opencard má tři hlavní cíle:

- **Poskytnout držitelům karty atraktivní benefity** a skutečně tak z opencard vytvořit praktický prostředek pro každodenní využití.
- **Zvýšit hodnotu opencard pro její stávající i potenciální držitele** a tím **umožnit zpoplatnění karty** – žadatel o opencard by měl být ochoten za získání atraktivních, dostupných a fungujících benefitů za opencard zaplatit. (Měla by však být splněna podmínka, že emise opencard segmentům, které budou migrovány v průběhu roku 2010 a 2011, proběhne bezplatně). Alternativním řešením je poskytovat opencard za symbolickou cenu, např. 1 Kč, a motivovat tím držitele k jejímu využívání. Zároveň se zvažuje zavedení personalizované anonymní karty.
- **Zvýšit hodnotu kmene unikátních uživatelů opencard** na základě získání relevantních údajů o držitelích, které bude možné do budoucna v agregované podobě využít (na straně provozovatele projektu, strategického partnera či subjektů zapojených do slevového programu) zejména pro marketingové účely, řízení vztahů se zákazníky, křížový prodej apod.

Vzhledem k tomu, že hlavními požadavky na rozvoj opencard jsou jednoduchost řešení, rychlost implementace a minimální investiční náklady, jeví se jako **optimální řešení rozšířit aplikace dostupné na opencard** o:

- Atraktivní **nekomerční služby** poskytované městskými institucemi;
- **Komerční služby a strategicky koncipovaný slevový program**;
- **Funkcionalitu bezkontaktních mikroplateb**.

Přehled nových služeb na opencard shrnuje následující tabulka.

Služba	Popis	Zahájení provozu	Priorita realizace
<b>Přerušení platnosti ročního kupónu/Klouzavý roční kupón</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Možnost dočasně za poplatek přerušit platnost 365denního kupónu</li><li>• Zavedení klouzavého 365denního elektronického kupónu</li></ul>	7/2010	1
<b>Městský slevový program</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sleva na vstup do botanické zahrady</li><li>• Sleva při vstupu do vybraných divadel a dalších institucí, jejichž zřizovatelem je HMP</li></ul>	4-6/2010	2
<b>Internetové podání žádosti o OC</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Podání žádosti o opencard prostřednictvím webového rozhraní</li><li>• Omezení návštěv kontaktního místa</li></ul>	5/2010	3
<b>Komerční slevový program</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Slevy v síti obchodních partnerů</li></ul>	Od 4/2010	4
<b>Pilotní projekt Studentská karta</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Opencard sloužící zároveň jako karta SŠ či VŠ (vstup, menzy, kopírování)</li><li>• Ko-brandování s licenci ISIC</li></ul>	9/2010	5
<b>Turistická karta a třídní kupóny</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Turistická opencard s 3denním kupónem</li><li>• Vstup do vybraných památek apod.</li></ul>	6/2010	6
<b>Kupón 70+</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Elektronický kupón pro cestující nad 70 let platný i v prostředcích Českých drah</li></ul>	6/2010	7

Představení jednotlivých služeb je popsáno níže.

## 1. Přerušeni platnosti ročního kupónu/Klouzavý roční kupón

Služba držitelům umožní **maximálně dvakrát za kalendářní rok přerušit na celkovou maximální dobu 2 měsíce** platnost 365denního kupónu. **Minimální doba přerušeni bude 14 dní, maximální 2 měsíce.** Paralelně bude zahájen prodej klouzavého 365denního kupónu. **Po dobu pilotního provozu bude služba poskytována zdarma,** v budoucnu bude možné zavést manipulační poplatek.

V první fázi bude služba **dostupná na pracovišti „vratky DOS“**, postupně by však měla být v závislosti na technických možnostech **rozšířena i na síť kontaktních míst DPHMP.**

**Přerušeni ročního kupónu přinese držitelům opencard cestujícím v pražské MHD úsporu až 20 % z ceny ročního kupónu** dle následující tabulky.

Doba přerušeni	Úspora
14 dní	198 Kč
1 měsíc	396 Kč
2 měsíce	792 Kč

## 2. Městský slevový program

Městské a nekomerční služby budou v první fázi zahrnovat zejména **městský slevový program** umožňující držitelům platné opencard čerpat **slevy při vstupu do vybraných městských organizací.** Do programu budou postupně zapojeny:

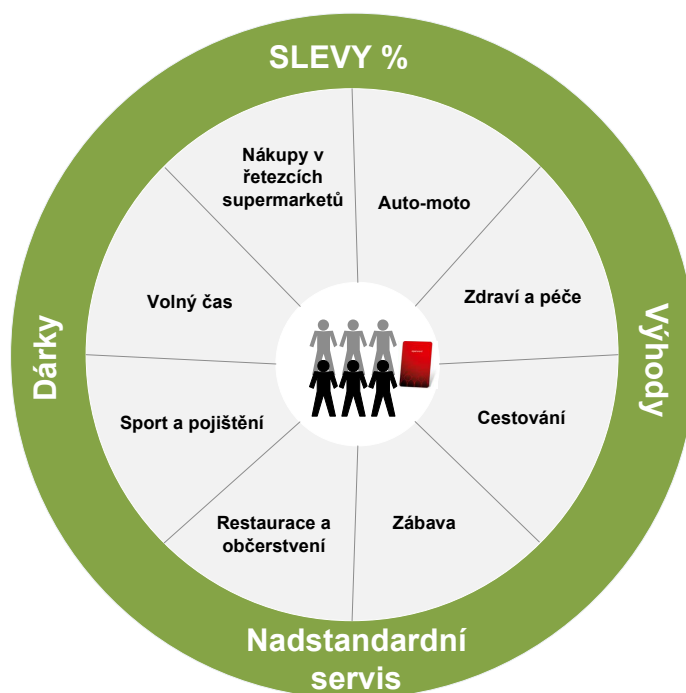
- Botanická zahrada hl. m. Prahy (**sleva 5 %**)
- Zoologická zahrada hl.m.Prahy (**sleva 5%**)
- Městská divadla pražská (**sleva 5 %**)
- Švandovo divadlo na Smíchově (**sleva 5 %**)
- Hudební divadlo v Karlíně (**sleva 10 %**)
- Divadlo v Dlouhé (**sleva 5 %**)
- Minor (**sleva 10 %**)
- Divadlo na Vinohradech (**sleva 5 %**)
- Divadlo na Zábřadlí (**sleva 5%**)
- Hvězdárna a planetárium hl. m. Prahy (**sleva 5 až 10 %**)
- Pražská informační služba (**sleva 5 %**)
- Muzeum hl. m. Prahy (**sleva 10 %**)
- Národní kulturní památka Vyšehrad (**sleva 10 %**)
- Galerie hl. m. Prahy (**sleva 10 %**)
- Symfonický orchestr hl. m. Prahy (**sleva 5 %**)
- Bludiště na Petříně, Petřínská rozhledna, zvonice chrámu svatého Mikuláše, Malostranská mostecká věž, Staroměstská mostecká věž, Staroměstská radnice – historické sály, věž, podzemní a Prašná brána (**sleva až 50 %**)

## 3. Komerční slevový program

Do komerčního slevového programu opencard by měly být zapojeny externí subjekty, které budou umožňovat držitelům karty využívat **slevy a další benefity** při čerpání služeb z následujících oblastí:

- **Auto-moto** (autoservis, náhradní díly, pojištění apod.)
- **Cestování** (cestovní kanceláře, ubytování, cestovní pojištění apod.)
- **Nakupování** (e-shop, retailové řetězce supermarketů a hypermarketů apod.)
- **Restaurace a občerstvení** (řetězce fast food apod.)
- **Sport** (vstupy na stadiony, sportoviště, fitness apod.)
- **Zábava** (kina, koncerty, výstavy apod.)
- **Zdraví a péče** (lékárny, masáže apod.)
- **Volný čas** (areály volného času – Žluté lázně, Výstaviště Holešovice apod.)

Z důvodu ověření platnosti opencard a z důvodu vyhodnocování rozsahu poskytnutých slev, bude vytvořen **samostatný terminál**, který bude moci používat jakákoli instituce (městská i komerční) zapojená do slevového programu.





#### 4. Internetové podání žádosti o opencard

Cílem služby je **zvýšit komfort žadatelů** o opencard a téměř eliminovat návštěvu kontaktních míst. Opencard objednanou přes internet **bude možné vyzvednout osobním odběrem** na kontaktním místě, případně **nechat zaslat poštou** či **doručit kurýrní službou**, bude-li možné zajistit tímto způsobem ověření totožnosti žadatele. Při podání žádosti prostřednictvím internetu **zaplatí žadatel vratnou zálohu**, která mu bude zpětně proplacena při převzetí karty.

#### 5. Studentská karta

Bude se jednat o ko-brandovanou verzi **opencard, která bude sloužit zároveň jako karta střední či vysoké školy**. Škola ji bude moci využívat pro svoje vlastní aplikace (**kopírování, knihovny, menzy** apod.). Karta by měla existovat i ve verzi **ko-brandované s mezinárodním programem ISIC**, aby studentům umožnila používat jednu kartu služby veřejné dopravy, města, školy i slev v rámci systému ISIC.

#### 6. Turistická karta a krátkodobé turistické kupóny

Výhody, které bude opencard nabízet Pražanům, by měly být **dostupné i turistům a návštěvníkům Prahy**. Ti budou mít možnost koupit si tzv. **turistickou kartu opencard s třídním elektronickým kupónem** s možností odložené aktivace a dále s balíčkem vybraných služeb (např. **vstupy do památek**, turistický atraktivních institucí, na výstavy apod.). **Karta bude zpoplatněna** a bude k dispozici ve speciální distribuční síti (zpočátku v **infocentrech DPHMP a infostáncích Pražské informační služby**). V budoucnu bude distribuční síť rozšířena na PNS. Třídní kupón, pokud nebude automatickou součástí turistické karty, bude k dostání na přepážkách DPHMP a v e-shopu.

#### 7. Kupón 70+

Služba zavede „**bezplatný**“ kupón pro kategorii seniorů starších 70 let. Tito cestující s nárokem na bezplatnou přepravu tak **nebudou do budoucna muset prokazovat svůj věk občanským průkazem** a budou moci využívat **slevu na jízdné i v rámci prostředků Českých drah**.

### 5.2 Další postup

Mezi navazující klíčové kroky patří především:

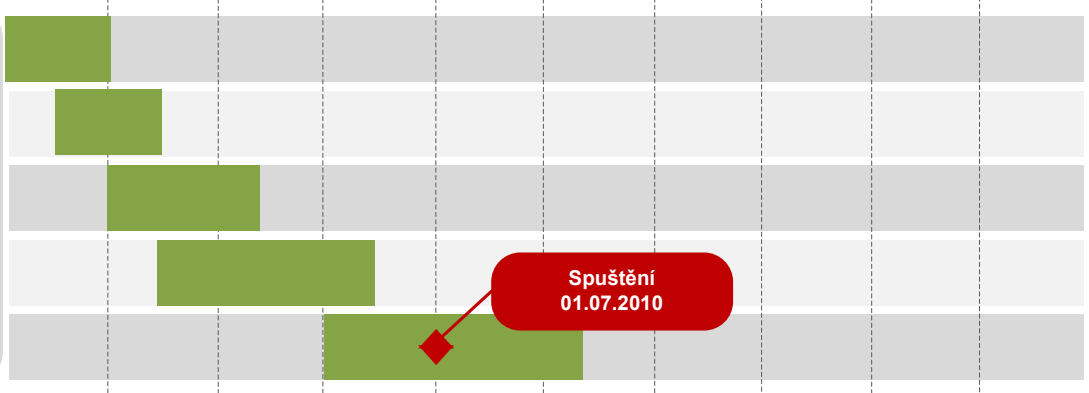
- **Rozhodnutí o realizaci navržených služeb;**
- **Jednání s ROPID a úprava Tarifu** v souvislosti se zavedením ročního klouzavého kupónu, možností jeho přerušení a zavedením třídního turistického kupónu a kupónu 70+;
- **Strategická koncepce věrnostního programu** (tj. určení výše, rozsahu a struktury odměn) a **zahájení jednání s potenciálními partnery** slevového programu; **realizace výběrových řízení** pro každou oblast komerčního slevového programu. Do slevového programu **budou vybráni uchazeči s nejatraktivnější nabídkou benefitů pro Pražany**. Zároveň bude zaveden systém **exkluzivního partnera** v jednotlivých oblastech na maximální dobu 2 let.
- Zahájení jednání s vybranými školami.

ú, Cenotvorba, Projednání změn a dopadů do Tarifu PID  
 ace dopadů do front-office a back-office procesů, účtování, reportingu  
 nových souvisejících procesů - žádost o přerušení platnosti kupónu  
 umentace, Plán, Harmonogram, součinnosti  
 nizace a komunikace v projektu, řízení problémů, rizik a reporting.

ní, Procesy, požadavky na automatizaci a reporting  
 í pro opravu SW back-office a front-office DOS, účtování, reporting  
 Tarifu PID

změn v nastavení front-office a back-office DOS, SAP, eShop, reporting  
 tarifu

omunikace a propagace  
 r - kontaktní místa DOS, call centrum  
 no tarifu

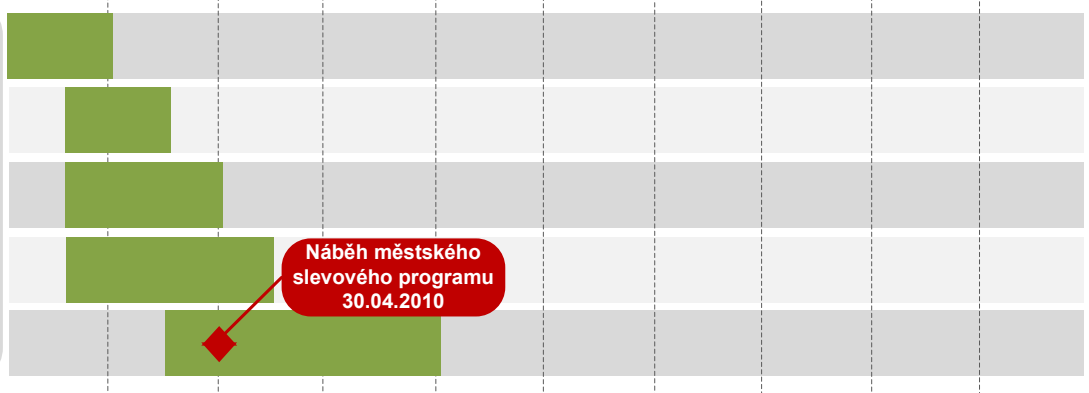


on, Schéma slevového programu, Podmínky zapojení partnerů  
 inými městskými organizacemi ověření zájmu a nastavení výše bonusu pro držitele  
 a řešení aktu získání souhlasu držitele se zpracováním osobních údajů pro účely poskytnutí slevy  
 umentace, Plán, Harmonogram, součinnosti  
 nizace a komunikace v projektu, řízení problémů, rizik a reporting.

chodních podmínek  
 ních vztahů s obchodníky případně městskými organizacemi, potvrzení bonusu  
 atizace a technologie (čtečky, front-office, back-office, kartová aplikace), Reporting

epitačního místa, integrace s SKC, portál věrnostního programu, integrace, testy, dokumentace,  
 e, front-office pro její nahrán)

omunikace a propagace, Školení obsluhy akceptačních a distribučních míst  
 lpora programu pro držitele, akceptační místa (call centrum, helpdesk)  
 n zahájený spuštěním programu u vybraných městských organizací (duben až červen 2010)



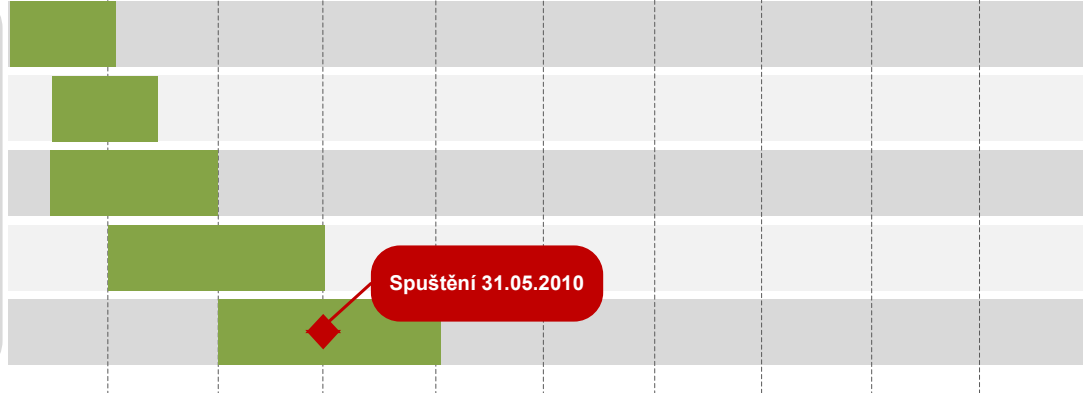
otávky, Hrubá procesní analýza, Business case, Návrh způsobů platby a modelu zúčtování,  
 ibučního modelu opencard, Cenová politika  
 nek provozu služby vůči MHMP, vůči uživatelům, návrh ceny služby

umentace, Plán, Harmonogram, součinnosti  
 nizace a komunikace v projektu, řízení problémů, rizik a reporting

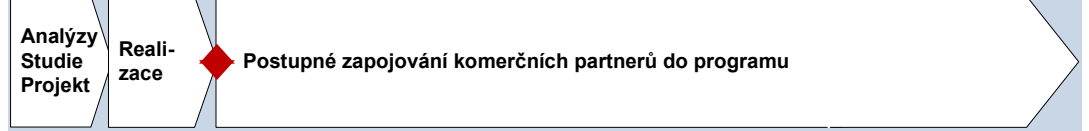
avky na automatizaci, Požadavky na platební bránu, Požadavky na integraci s SKC, Specifikace  
 frastruktura, web aplikace, platební brána, distribuce)

Web aplikace, Platební brána vybrané banky, Back-office služby, Intgerace do front-office aplikací  
 OC (kontaktní místa, call centrum), Testy, Dokumentace.  
 nek pro uživatele.

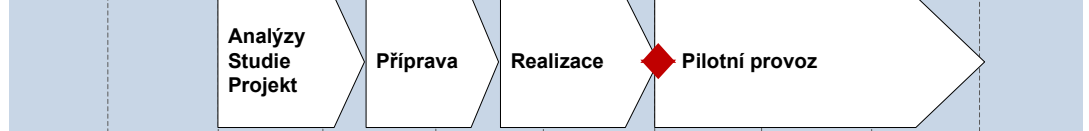
stribuční síť OC, uživatelské podpory  
 omunikace a propagace služby směrem k zájemcům o OC (synergie s migrací časových kupónů).



on  
 ýběr partnerů slevového programu  
 řístip partnera do slevového programu  
 ání s partnery slevového programu, ověření zájmu  
 ního zajištění vstupu partnera do programu

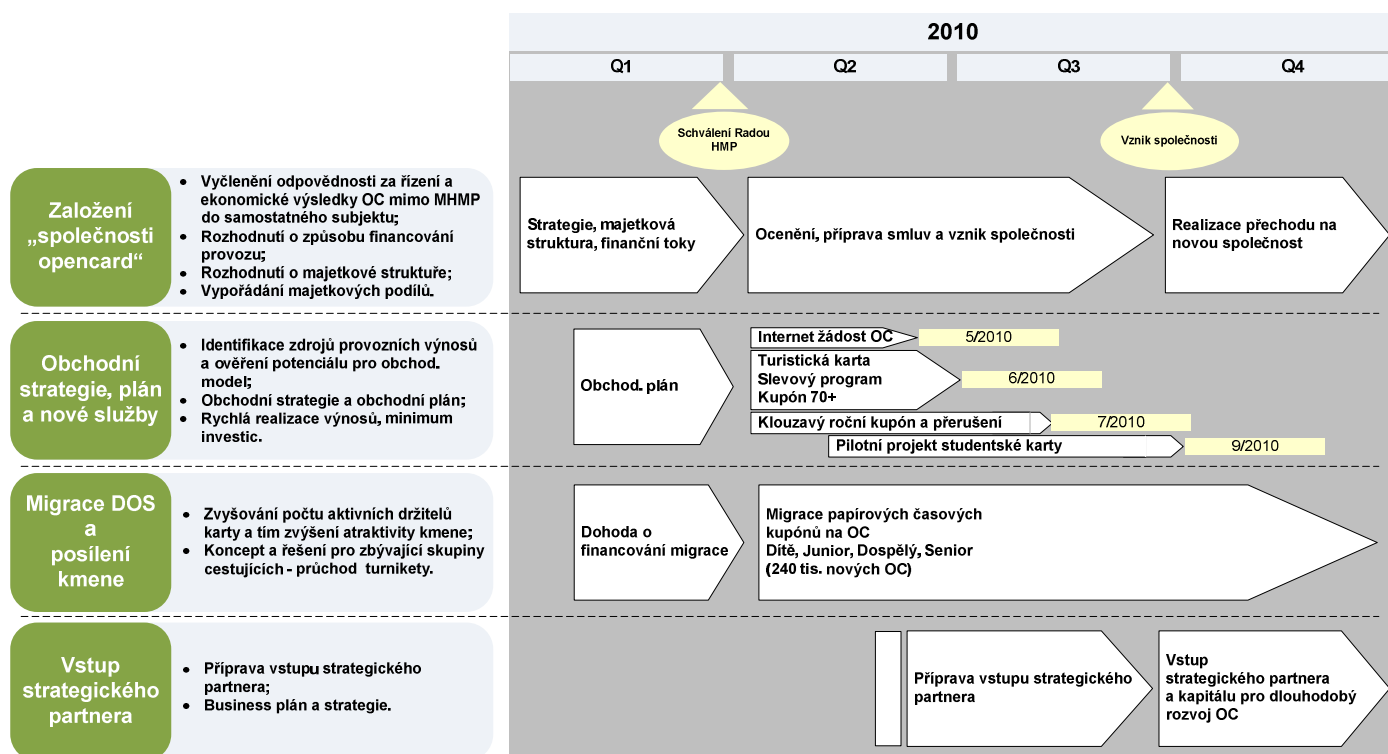


ů správy a vydávání studentské karty  
 a model spolufinancování ze strany MHMP, VŠ a provozovatele OC  
 ení VŠ K opencard, Podmínky umístění VŠ aplikací na OC (obědy, přístupy ...)  
 ndované karty ISIC/opencard  
 rrací časových kupónů tarifní skupiny Student v roce 2011



## 6 HARMONOGRAM A ROZPOČET

Celkový přehled dalších kroků projektu opencard v letech 2010 a 2011 je v následujícím schématu.



Kritickými podmínkami pro další rozvoj projektu dle předloženého scénáře jsou:

- **Dokončení migrace** časových kupónů DPHMP na elektronické jízdné na opencard;
- **Nastavení režimu zpracování a ochrany osobních údajů** držitelů opencard společností opencard v souladu s požadavky zákona č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů.

Dokončení migrace časových kupónů DPHMP na elektronické jízdné na opencard v uvedeném časovém intervalu má dopad na velikost celkového kmene držitelů opencard. Velikost kmene ovlivňuje atraktivitu projektu jak pro strategického partnera, tak pro komerční účastníky projektu s dopadem do obchodního modelu projektu.

Nastavení režimu zpracování a ochrany osobních údajů v souladu se Zákonem o ochraně osobních údajů bude klíčové nejen z pohledu ÚOOÚ, ale také z důvodu přijetí nového modelu provozu opencard ze strany veřejnosti.

## 6.1 Rozpočet

Pro období do vstupu strategického partnera bude zajištěno financování následujících tří oblastí v rámci projektu:

- **Založení a vznik společnosti opencard;**
- **Migrace DOS;**
- **Vývoj komerčních a nekomerčních služeb a věrnostního programu.**

### Rozpočet založení nové společnosti opencard

Celková výše nákladů souvisejících se založením a administrativním vznikem dceřiné společnosti DPHMP dosahuje výše cca **4,3 mil. Kč.**, viz následující tabulka. Konečná výše se bude odvíjet od výsledků výběrových řízení.

Skupina	Popis činností, výstupy	Investice (mil. Kč)	Provoz (mil. Kč)
<b>Řízení a koordinace</b>	Řízení a koordinace vzniku společnosti Založení a řízení PMO (Project management office) za účelem řízení a koordinace Organizace a facilitace pravidelných jednání řídicích výborů projektů	1,0	0,0
<b>Business plán</b>	Zpracování obchodní strategie a plánu a úvodního business modelu Vypracování finančního modelu projektu Identifikace, ověření a rozklad zdrojů výnosů a nákladů	0,3	0,0
<b>Ocenění kmene a podílů</b>	Ocenění kmene uživatelů pro převod z MHMP na DPHMP Indikativní odhad možného rozpětí pořizovací/prodejní ceny Ocenění podílů vkladatelů společnosti opencard Vypracování koncepce obchodních transakcí, tj. budoucích majetkových uspořádání a jejich finančního vypořádání	3,0	0,0
<b>Právní služby</b>	Právní služby (zpracování zakladatelských smluv, stanov, atd.) a poplatky (soud, advokáti, notáři) Poskytování poradenských služeb v rámci procesu	na základě výběrového řízení	0,0
<b>Celkem</b>		4,3	0,0

### Rozpočet projektu migrace na opencard v roce 2010

Celkové náklady DPHMP na migraci časových kupónů PID na opencard pro skupiny cestujících Dítě, Junior, Dospělý a Senior v roce 2010 představují cca **35,5 mil. Kč** a jsou blíže specifikovány v Příloze 2.

Skupina	Popis činností, výstupy	Investice (mil. Kč)	Provoz (mil. Kč)
<b>Administrace</b>	Administrace a organizace projektu, řídicí výbor, zápisy, zprávy, reporting Řízení harmonogramu, úkolů, termínů, změn a rozpočtu migrace Právní služby	4,5	0,0
<b>DOS</b>	Personální náklady oddělení opencard IT implementace rozšíření prodejní sítě el. kupónů a integrace do Back Office infrastruktury Servisní smlouva s dodavatelem DOS - roční poplatek	1,5	0,0
<b>Front Office</b>	Rozšíření kontaktních míst (prodejní terminály a periferní zařízení, vybavení a zabezpečení) Realizace ukončení platnosti papírových kupónů a náběhu prodejní sítě el. jízdného, koordinace externích subjektů Personální náklady	5,5	4,0
<b>Marketing a komunikace</b>	Komunikace cestujícím (žádost a vydání karty, přechod na el. jízdné, termíny, tisk žádostí)	0,0	6,5
<b>Validátory</b>	Příprava instalace na straně DPHMP (stavební povolení, dodavatelé, instalace sítí, atd.) Řízení instalace validátorů, dokumentace, kolaudace a řešení provozních problémů při náběhu	13,5	0,0
<b>Celkem</b>		25,0	10,5

### Rozpočet zavedení nových služeb opencard

Celkové náklady na zavedení nových služeb na opencard představují cca **5 mil. Kč.** Konečná výše se bude odvíjet od výsledků výběrových řízení.

Skupina	Popis činností, výstupy	Investice (mil. Kč)	Provoz (mil. Kč)
<b>Městský slevový program</b>	Pořízení validačních zařízení pro jednotlivé městské integrace do pokladních systémů městských organizací; Propojení do centrálního systému evidence slev.	2,0	0,0
<b>Komerční slevový program</b>	Hrazeno partnery zapojenými do komerčního slevového programu	0,0	0,0
<b>Internet žádost o OC</b>	Realizováno v rámci upgrade SKC jako součást centrálních systémů	0,0	0,0
<b>Studentská karta</b>	Integrace se systémy vybrané školy; Nákupy HW.	2,0	0,0
<b>Turistická karta</b>	Bude hrazeno z výnosů realizovaných v rámci této komerční aktivity	0,0	0,0
<b>Další náklady</b>	Právní služby; Výroba tiskopisů a materiálů pro držitele karet	1,0	0,0
<b>Celkem</b>		5,0	0,0

Uvedené náklady jsou založené na současné znalosti předpokládaného rozsahu a nákladů jednotlivých projektů a budou postupně upřesněny v rámci přípravy a realizace jednotlivých projektů.

## 7 PŘÍLOHA 1: POSTUP ZALOŽENÍ OBCHODNÍ SPOLEČNOSTI A VSTUPU STRATEGICKÉHO PARTNERA

Jak vyplývá z oddílu 3.2 této důvodové zprávy, postup při realizaci navrženého řešení lze rozdělit na 3 základní kroky, které budou následovat v tomto pořadí:

1. Převod práv a povinností odpovídajících kmeni uživatelů opencard, včetně majetku souvisejícího s projektem opencard z MHMP na DPHMP,
2. Založení společnosti opencard do budoucna s majoritním podílem DPHMP s využitím vkladů v podobě všech hmotných i nehmotných aktiv souvisejících s provozem projektu opencard,
3. Vstup strategického partnera do společnosti opencard.

### Ad 1. Převod kmene uživatelů a souvisejícího majetku z MHMP na DPHMP:

K převodu majetku a zejména práv a povinností odpovídajících kmeni uživatelů z MHMP na DPHMP dojde na základě uzavření jednotlivých smluv, které upraví podmínky převodu kmene uživatelů, značky opencard apod. V souvislosti s touto problematikou bude nutno řešit zejména následující:

- nastavení spolupráce MHMP a DPHMP v rámci přípravy návrhů smluvní dokumentace,
- souhlas příslušných orgánů HMP a DPHMP se záměrem převodu a s návrhy smluvní dokumentace,
- zajištění souhlasu ze strany uživatelů opencard, resp. splnění povinnosti oznámení převodu těmto uživatelům,
- koordinace postupu při převodu kmene uživatelů s Úřadem pro ochranu osobních údajů.

S ohledem na výše uvedené je nezbytné upozornit na skutečnost, že např. povinnost oznámení převodu uživatelům opencard je nutno splnit minimálně 2 kalendářní měsíce před účinností převodu, a to prostřednictvím kontaktních míst opencard, internetových stránek, popř. doručení listinných oznámení.

### Ad 2. Založení společnosti opencard

K založení kapitálové společnosti (dále jen „společnost opencard“) je potřeba naplnit následující kroky:

- jmenování znalce prostřednictvím soudu pro účely ocenění nepeněžitých vkladů
- zajištění znaleckého posudku na nepeněžitý vklad,
- založení společnosti – uzavření zakladatelské smlouvy ve formě notářského zápisu, včetně stanov,
- splacení vkladů do základního kapitálu,
- získání příslušných živnostenských, popř. jiných oprávnění, nezbytných k realizaci předmětu podnikání,
- zápis společnosti opencard do obchodního rejstříku.

Základem založení společnosti opencard je vzájemná spolupráce DPHMP a partnera v průběhu celého procesu, zejména ohledně uzavření zakladatelské smlouvy a vymezení textu stanov, v nichž budou řešeny mimo jiné otázky majetkové účasti akcionářů a vnitřní organizace společnosti.

S ohledem na § 59 odst. 3 obchodního zákoníku se hodnota nepeněžitýho vkladu stanoví na základě posudku zpracovaného znalcem nezávislým na společností, jmenovaným za tím účelem soudem. Návrh na jmenování znalce podávají zakladatelé nebo společnost, avšak soud návrhem není vázán. O návrhu musí soud rozhodnout do 15 dnů od doručení návrhu.

Návrh zakladatelské smlouvy a stanov, včetně smlouvy o nepeněžitým vkladu však bude muset být schválen před jejich uzavřením (přijetím) ze strany Rady HMP v působnosti valné hromady DPHMP.

Jako nejlepší forma vložení výše uvedených aktiv do základního kapitálu společnosti opencard se jeví vklad ve formě části podniku DPHMP a partnera zajišťujícího provoz opencard. Při vkladu se tak nebude vyžadovat souhlas věřitelů, popř. uživatelů opencard s převodem, avšak společnost opencard bude povinna bez zbytečného odkladu oznámit dotčeným osobám přechod závazků s převodem spojených.

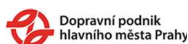
Při zakládání společnosti opencard je nutno splnit podmínku ohlášení nové živnosti (nebo živností) živnostenskému úřadu a požádat o vydání živnostenských listů. Živnostenský úřad je povinen vystavit živnostenský list do 5 dnů od správného ohlášení.

Společnost opencard vznikne na základě jejího zápisu do obchodního rejstříku, kdy rejstříkový soud povinen provést zápis do rejstříku nejpozději do 5 pracovních dnů ode dne podání návrhu na zápis.

### Ad 3. Vstup strategického partnera do společnosti opencard

Podmínky samotného vstupu strategického partnera do společnosti opencard budou řešeny až po uskutečnění odpovídajících kroků pro výběr takového partnera, tudíž v tuto dobu je nelze bez dalšího nastavit.

## PŘÍLOHA 2: ROZPOČET MIGRACE NA OPENCARD V ROCE 2010



Skupina	Položka	Popis činností, výstupy	Investice (mil. Kč)	Provoz (mil. Kč)
<b>Administrace</b>	Administrace a organizace projektu, řídicí výbor, zápisy, zprávy, reporting	Vypracování statusu projektu včetně řídicích, organizačních, výkonných a podpůrných projektových struktur, vazeb na projekt opencard, začlenění do řídicích a rozhodovacích struktur a procesů v rámci MHMP a DPP; Zřízení a vedení účelové projektové kanceláře včetně organizace a administrace jednání řídicího výboru, realizačního týmu a pracovních skupin, zajištění a podpora procesů schvalování relevantní dokumentace; Řízení všech souvisejících sub-projektů a koordinace zainteresovaných subjektů, zejména MHMP, ROPID a Haguess, a dalších dodavatelů, komunikace mezi stranami a vůči rozhodujícím složkám MHMP a DPP; Vypracování relevantních projektových výstupů (popisy projektových řešení, pravidelný status report projektu, sestavení a distribuce zápisů z jednání, atd.); Pravidelný reporting klíčových měřítek postupu migrace, např. počtů podaných žádostí o kartu a vydaných karet, počtů nahraných kupónů v migrovaných tarifních skupinách, vytížení distribuční sítě, atd. vůči plánovaným cílovým hodnotám.	2,5	0,0
	Řízení harmonogramu, úkolů, termínů, změn a rozpočtu migrace	Sestavení a řízení realizace detailního časového harmonogramu migrace včetně koordinace zainteresovaných subjektů (ROPID, dodavatel a servisní partner DOS, DPP, MHMP); Sestavení, vedení a aktualizace seznamu úkolů včetně zodpovědnosti za realizaci, kontrola jejich plnění, změn a rizik; Sestavení a řízení rozpočtu projektu, zajišťování alokace finančních prostředků, kontrola plnění. Zajištění právní podpory při výběru dodavatelů, řešení problematiky ochrany osobních údajů, podpora ve změnách Tarifu PID (ukončení platnosti měsíčních a čtvrtletních kupónů), atd.	2,0	0,0
<b>Administrace celkem</b>			<b>4,5</b>	<b>0,0</b>
<b>DOS</b>	IT implementace rozšíření prodejní sítě el. kupónů a integrace do Back Office infrastruktury	Realizace implementačního plánu rozšíření prodejní sítě elektronických časových kupónů včetně fázování časového a kapacitního rozložení transformace prodejní a distribuční sítě papírových časových kupónů plně na elektronické jízdné včetně převodu alternativních prodejních kanálů (např. trafiky) na páteřní síť DPP (CrossPoint), e-shop DPP a validátory, integrace doplňkové IT infrastruktury (datové sítě, konektivita, zabezpečení) do stávajícího prostředí BackOffice DOS.	1,5	0,0
<b>DOS celkem</b>			<b>1,5</b>	<b>0,0</b>
<b>Front Office</b>	Rozšíření KM DOS (prodejní terminály a periferní zařízení, vybavení kontaktních míst, zabezpečení), realizace ukončení platnosti papírových kupónů, a náběhu prodejní sítě el. jízdného, koordinace ext. subjektů	Nákup a instalace HW zařízení kontaktních (prodejních) míst DOS (počítačové vybavení včetně potřebných periferních zařízení, tj. čteček opencard, obslužných a zákaznických displejů, tiskáren, pokladních příhrádek a ovládacích komponent), instalace, revize a připojení síťové infrastruktury, realizace zabezpečovacích prvků. Realizace přechodu na elektronické jízdné v rámci transformace prodejních přepážek na DOS (kontaktních míst DOS), rozšíření aplikací zákaznických procesů na nová kontaktní místa DOS v souladu s aktuálním vývojem transformace na elektronické jízdné, řízení front, distribuce tiskových materiálů, označení kontaktních míst, realizace značení a navigace pro cestující, krizové řízení, řízení změn. Personální náklady související s náborem, výměnou a uvedením nových pracovníků obsluhy kontaktních míst DOS na pracoviště, jejich zaškolením a podporou při zapracování.	5,5	4,0
<b>Front Office celkem</b>			<b>5,5</b>	<b>4,0</b>
<b>Marketing &amp; komunikace</b>	Komunikace cestujícím (žádost a vydání karty, přechod na el. jízdné, termíny, motivace, vč. tisku žádostí)	Realizace marketingových komunikačních kampaní, zacílená na vybrané skupiny cestujících, předcházejících ukončení platnosti papírových časových kupónů v definovaných tarifních skupinách zahrnující zejména out-of-home média (zadní strany autobusů DPP, městský mobiliář), tištěná periodika, např. Listy hl. m. Prahy a periodika městských částí, dále Metrovision, elektronická média včetně internetových stránek DPP, portálu Prahy, portálu opencard a další, motivační a pobídkové programy pro cestující, tisk letáků, atd.	0,0	6,5
<b>Marketing &amp; komunikace celkem</b>			<b>0,0</b>	<b>6,5</b>
<b>Validátory</b>	Příprava instalace na straně DPP (stavební povolení, dodavatelé, instalace sítě, atd.)	Realizace stavební a síťové připravenosti pro instalaci zbývajících validátorů s ohledem na fyzické dispozice stanic Metra linky A, výběr dodavatelů a zasmulnění dodavatelů stavebních úprav, zajištění příslušných stavebních a jiných povolení (Dražní úřad, Stavební úřady, hasiči, atd.), řízení harmonogramu prací a časové souslednosti s ohledem na minimalizaci negativních dopadů na cestující, provoz Metra a v závislosti na časování jiných investičních a provozních akcí v daných lokalitách, zejména v dobách mimo dopravní špičky a mimo běžnou pracovní dobu.	9,5	0,0
	Řízení instalace validátorů, dokumentace, kolaudace a řešení provozních problémů při náběhu	Testování funkčnosti uskladněných validátorů a zajištění jejich fyzické dodávky na určené lokace ve vazbě na termíny dokončování stavební připravenosti, jejich instalace a připojení na síťovou a datovou infrastrukturu DPP a DOS, výběr a koordinace dodavatelů zejména montážních a instalačních profesí, integrace validátorů do infrastruktury DPP a DOS; Řízení náběhu plně funkčnosti, fyzická kontrola, reporting, podpora při výpadech, zajištění kolaudačních řízení a získání povolení k provozu.	4,0	0,0
<b>Validátory celkem</b>			<b>13,5</b>	<b>0,0</b>
<b>Celkem</b>			<b>25,0</b>	<b>10,5</b>
<b>Celkem investiční a provozní náklady</b>				<b>35,5</b>

## PŘÍLOHA 3: ÚSPĚŠNÉ PROJEKTY ZALOŽENÉ NA VYUŽITÍ SMART KARET

České i zahraniční zkušenosti potvrzují, že **smart karty jsou efektivním nástrojem k vytvoření rozsáhlého kmene unikátních uživatelů** a zároveň **platformy pro systém benefitů**, např. ve formě věrnostního programu (vlastního nebo sdíleného s externím subjektem).

Obecným trendem u všech úspěšných projektů je **významně rostoucí podíl výnosů z komerčních aplikací** (zejména služeb dostupných prostřednictvím věrnostních programů, mikroplateb a identifikace v zabezpečených přístupových systémech). K významnějšímu zvýšení těchto výnosů **dochází v rozmezí několika let po spuštění dopravní aplikace.**

*Vydavatelé a provozovatelé karet jsou ve většině případů soukromé firmy mimo municipalitu.*

*Výdej a obnova karet jsou zpoplatněny a karta má omezenou dobu platnosti.*

*Úspěšné rozšíření komerčních funkcionalit karet následovalo až po zavedení dopravní aplikace a obvykle zahrnovalo systém věrnostních výhod a benefitů pro držitele karty.*

*Smart karty nabízejí zpravidla i platební funkcionalitu ve formě dobíjecí elektronické peněženky nebo kontaktní platební karty připojené k bankovním účtům u některé z bank zapojených do projektu.*

Zahraniční projekty rovněž potvrzují **nutnost řízení rozvoje karty v souladu s dlouhodobou strategickou vizí.**

### Octopus Card (Hong Kong)

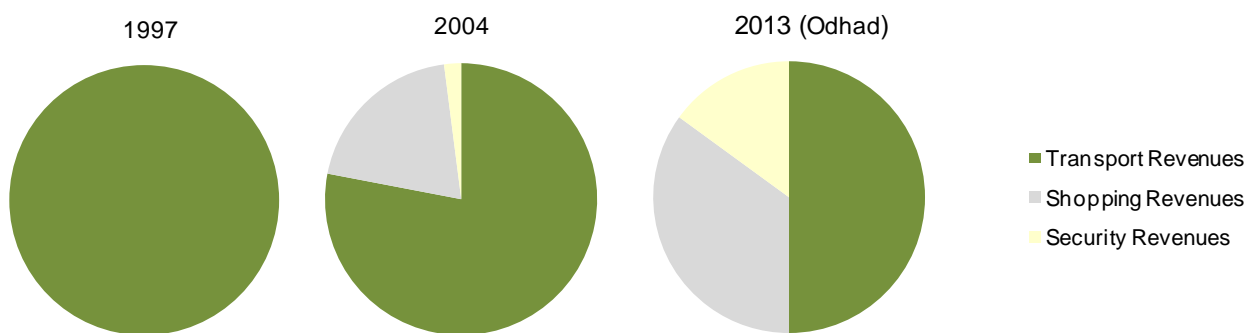
Octopus karta představuje **nejrozsáhlejší řešení** na bázi bezkontaktní čipové karty **s nejvyšší penetrací, objemem transakcí a rozsahem funkcionalit** na světě.

Oproti roku 1997, kdy veškeré výnosy z karty Octopus generovala dopravní aplikace, dosahoval v roce 2004 **podíl výnosů mimo dopravní aplikaci již 22%**. Provozovatel karty, kterým je holdingová společnost sdružující pět dopravců operujících na území Hong Kongu, očekává, že do roku 2013 bude **tvořit podíl ze služeb mimo dopravní aplikaci přibližně polovinu celkových výnosů.**

Specifikem Hong Kongu je koncentrace velkého počtu obyvatel na mimořádně malé ploše a město patří k lokalitám s největší hustotou osídlení na světě. Octopus karta je tak klíčovým prostředkem k urychlení odbavení zákazníků na frekventovaných místech (obchody, MHD apod.) a snížení nákladů na manipulaci s hotovostí.

System integruje veškeré platby z hromadné dopravy, poplatky za parkování na ulicích a parkovištích i z běžných spotřebitelských

plateb (karty vlastní přibližně 95 % populace Hong Kongu ve věku od 16 do 65 let). Každý den se uskuteční **10 mil. karetních transakcí**, které tvoří **roční obrát ve výši 3,7 mld. USD**. Obchodníci přijímající kartu Octopus platí procentuální poplatek z každé transakce a zároveň nesou náklady na připojení do infrastruktury.



Karta nabízí **členství v rozsáhlém věrnostním programu**, jeho benefity využívá přibližně **12 % držitelů karty**. Při registraci do věrnostního programu (které je zdarma) **poskytne uživatel provozovateli karty poměrně velké množství osobních informací**, které může provozovatel karty následně využít pro sledování chování svého kmene zákazníků. Tato **informační báze navíc představuje pro provozovatele cenné aktivum** velmi dobře využitelné pro monitoring nákupního chování zákazníků či řízení vztahů se zákazníky a **provozovatel má tedy možnost jej prodávat třetím stranám.**

Karta je k dispozici ve třech variantách. První z nich je **zpoplatněná karta se speciálním stylovým designem** (má tvar klasické karty či různých módních přívěsků a dalších předmětů), která je propagována jako módní doplněk, má funkci **elektronické peněženky** a není vratná (prodej probíhá kromě stanic metra také v síti retailových obchodů).

Druhou z nich je **karta se základním designem vydávaná zadarmo**, která je primárně určena pro turisty a příležitostné uživatele. Tento typ karty je vratný.

Třetí typ karty je vydáván jako **kreditní nebo debetní karta bankou CitiBank** s logem Octopus karty.

Studenti, děti a další uživatelé **s nárokem na zlevněné jízdné ve veřejné dopravě využívají personalizovanou Octopus kartu**. Ostatní cestující mohou mít kartu bez osobních údajů.

**Maximální částka**, kterou lze uložit do aplikace elektronické peněženky je **1000 HKD** (2400 Kč). Pokud stav účtu dosáhne -35 HKD, karta se zablokuje. Dobíjení karet lze provést ve stanicích MHD (speciální dobíjecí automaty), přes autorizované partnery (prodejci, kteří kartu přijímají) a v zákaznických centrech. Kartu lze **propojit s účtem** u některé z 22 partnerských finančních institucí (při poklesu kreditu na 0 HKD je na kartu automaticky z účtu převedeno 250 HKD, resp. 500 HKD).



Kromě plateb za veřejnou dopravu (přes Octopus kartu řádově o 10 % levnější než při platbě v hotovosti) lze kartou platit u více než 1000 partnerských poskytovatelů služeb (**v obchodech a supermarketech, v restauracích s rychlým občerstvením, ve veřejných automatech na nápoje a občerstvení, telefony, fotokabinky**).

Karta je zároveň **masově využívána pro identifikaci v přístupových systémech** řady škol. Vedle komerčního využití u obchodníků **představuje identifikace druhou klíčovou oblast generující rostoucí výnosy**. Ve školách karta slouží jako nástroj pro kontrolu docházky studentů, identifikaci v knihovnách i studentské platby. Kromě škol je karta využívána i jako vstupní klíč do firemních budov, kanceláří a bytů a pro rezervování vstupenek na kulturní a sportovní akce.

### Oyster Card (Londýn)

Oyster Card je čipová karta proprietárního standardu zavedená společností Transport for London (TfL) jako klíčové médium pro odbavení cestujících v londýnské MHD v červenci 2003. Je využívána v metru (systém uzavřený turnikety), autobusech, tramvajích, „lehkém metru“ (Docklands Light Railway) a některých železničních tratích (National Rail). Kartu dnes využívá více než 10 milionů zákazníků.

Systém až doposud provozovala společnost TranSys jako třetí strana (integrátor, operátor systému).

Na bezkontaktní médium je možno nahrát **jednotlivé i časové jízdné** a více než 80 % jízdy v londýnské MHD je realizováno s využitím Oyster Card. Kartu je možno dobít na **prodejních místech, prostřednictvím inkasa nebo online z bankovního účtu**.

V září 2007 TfL **ve spolupráci s bankou Barclays** nabídla **Oyster Card s funkcionalitou kreditní karty** na standardu Visa PayWave.

Maximální kredit na kartě je 90 GBP (2700 Kč) a **dobít lze na prodejních místech v metru, v automatech na jízdenky, po telefonu či přes internet**.

Oyster kartu lze propojit s účtem u některé z partnerských finančních institucí, ze kterého se automaticky převede 20 GBP (600 Kč) resp. 40 GBP (1200 Kč), pokud kredit klesne na 5 GBP (150 Kč). Při použití Oyster karty jsou ceny jízdného o 35-50 % levnější než při platbě v hotovosti. K dispozici jsou i kombinované dvojčipové karty, které obsahují bezkontaktní čip (Oyster) a kontaktní čip (kreditní/platební karta od společností Barclays či American Express).

Kartu lze objednat přes internet, ale plně registrovat (personifikovat) lze pouze osobně ve stanicích metra, ve speciálních střediscích a v Centech dopravních informací (dohromady více než 2300 míst).

**Na kartu není napojen věrnostní program.**

Pro turisty existuje karta The London Pass, která však není kompatibilní s Oyster kartou. Karta obsahuje volné vstupy do více než 55 památek, přičemž každou lze navštívit pouze jednou (do dalších památek karta poskytuje slevu ze vstupného), a volitelně i dopravní kupón na jeden, resp. tři dny. Dále lze na kartu získat slevy u více než 50 partnerských subjektů. Cena jednodenní karty činí 34,20 GBP (1000 Kč) bez dopravy a 38,70 GBP (1200 Kč) s dopravou, třídní pak 54 GBP (1600 Kč) resp. 71,10 GBP (2100 Kč). Kartou s dopravním kupónem lze objednat přes internet a nechat si ji poslat poštou nebo vyzvednout osobně v distribučním centru. Karty bez dopravního kupónu jsou k dostání navíc i v síti retailových obchodníků v Londýně (řádově desítky).



### Opuscard (Liberec)

Karta opuscard je bezkontaktní čipová karta, která je určena k využití především ve veřejné dopravě, v přístupových systémech a jako elektronický identifikační doklad. Karta navazuje na dopravní kartu ČSAD a Libereckou městskou kartu. Vydavatelem karty opuscard je na základě mandátu Libereckého kraje společnost Liberecká IS, a.s, jejímž jediným akcionářem je Statutární město Liberec.

Ve veřejné dopravě funguje jako nosič **jednotlivých elektronických jízdenek i časových kupónů**.

V Liberci lze kartu využít kromě MHD jako čtenářský průkaz Krajské vědecké knihovny. Dále si její držitelé mohou na internetovém portálu **rezervovat vstupenky** na kulturní akce pořádané v Liberci a Jablonci nad Nisou. Rezervované vstupenky lze vyzvednout v síti prodejních míst opuscard nebo před představením v místě konání.



Držitelé karty mohou **využívat slev v systému BENEFIT Program**, jehož správcem je třetí strana, společnost COMPEDIUM, s.r.o. Program poskytuje širokou **řadu výhod a slev dostupných v rozsáhlé síti obchodů, sportovních areálů a kulturních institucí**, a to nejen pro držitele opuscard, ale i tří dalších karet.

Karta je **pouze personalizovaná** a její **vydání je zpoplatněno**. Vydání a výměna karty stojí 140 Kč a průměrná sleva poskytovaná držitelům karty činí přibližně 10 %.

### M – karta (Plzeň)

Městská multifunkční čipová karta (M – karta) je využívána občany a návštěvníky v rámci města Plzně a jeho spádových oblastí. Karta umožňuje **úhradu drobných výdajů** prostřednictvím elektronické peněženky, funguje jako **nosič jízdného v městské hromadné dopravě**, prostředek pro rezervaci kulturních akcí a **identifikaci a autentizaci** (karta nese osobní identifikační údaje držitele).

Karta dále nabízí svým držitelům možnost zapojení do **věrnostního programu**, který umožňuje čerpat slevy a další výhody u **26 obchodních partnerů**.

Karta byla uvedena do aktivního provozu v roce 2004 a garantem projektu je společnost Plzeňské městské dopravní podniky, a. s. **Provozovatel karty je příjemcem kreditního úroku** na vypořádacím účtu, na který je hrazena hotovost za dobíjení karet v rámci elektronické peněženky. Z účtu jsou vypláceny prostředky za jednotlivé úhrady související s provozem karty.

Data, která provozovatel získá o chování kmene držitelů karty, umožňují **predikovat potřeby občanů**, mít lepší přehled o využívání služeb a v neposlední řadě jsou využitelná k marketingovým účelům.

K dispozici je několik variant karet a všechny jsou zpoplatněny, jak zobrazuje následující tabulka:

Typ karty	Cena
Plzeňská karta ISIC	300 Kč
Plzeňská karta	170 Kč
Firemní plzeňská karta	170 Kč
Plzeňská jízdenka	200 až 600 Kč v závislosti na hodnotě vložené hotovosti

### Shrnutí

Úspěšně realizované projekty přinášejí následující hlavní závěry:

- Výdej a provoz karet je ve všech případech **v gesci soukromého subjektu mimo municipalitu**. Zpravidla se jedná o dceřinou společnost dopravního podniku.
- **Výdej a obnova karet jsou ve většině měst zpoplatněny** a karta má omezenou dobu platnosti. **Pražská opencard je však stále poskytována bezplatně**.
- Po úspěšném zavedení dopravní aplikace byla **funkcionalita karet zpravidla rozšířena o systém věrnostních výhod a benefitů**, přičemž v českém prostředí se průměrná výše slevy poskytované držitelům karty v rámci věrnostního programu pohybuje okolo 10 %.
- Multifunkční smart karty také obvykle nabízejí platební funkcionalitu.