

Název produktu	Santiniho šifra		
Přínos/obsah produktu	<ul style="list-style-type: none"> – Podpora jižní části destinace, která je méně exponovaná (předcházení overturismu). – Představení významné části historie regionu a napojení na další zajímavosti v okolí – Hosté destinace – jedná se o průvodce po DMO Koruna Vysočiny s výčtem služeb a atraktivit. – Podpora provozovatelů stravovacích zařízení 		
Komponenty/skladba produktu	<ul style="list-style-type: none"> – Unikátní místa vystavěná architektem Santinim. – Navázání na další aktivity v okolí staveb. – Stravovací zařízení v okolí stavby – Zelená hora a Zámek Žďár nad Sázavou 		
Komunikační témata - hodnota pro návštěvníka	<ul style="list-style-type: none"> – Propojení dovolené se edukací. – Poznání úžasných staveb, které navazují na slavnou Zelenou horu, památku UNESCO. – Díky fotografiím dokonalé barokní architektury, která nejsou známá, si návštěvník odnese ideální fotografie pro své sítě. – Vytvoření vztahu k Vysočině. 	Spolupráce na stanovení a rozvoji produktu	<ul style="list-style-type: none"> – DMO Koruna Vysočiny – Poskytovatelé stravovacích služeb – EFKO – Město Žďár nad Sázavou – Kostel sv. Jana Nepomuckého na Zelené hoře – Zámek Žďár nad Sázavou – Vysočina Tourism
Cílové skupiny	<ul style="list-style-type: none"> – Rodiny s dětmi 	Cíle produktu	<ul style="list-style-type: none"> – Přilákat turisty mimo hlavní sezónu – Zvýšit počet přenocování – Zlepšení koordinace a provázanosti nabídky cestovního ruchu na území – Rozvoj brandu destinace
Vazby na strategie ČR	<ul style="list-style-type: none"> – Opatření 1.4. Spolupráce a koordinace rozvoje CR – Opatření 2.4. Prevence a zmírnění dopadů CR na životní prostředí, přírodu a místní obyvatele – Opatření 3.1. Podpora integrovaného systému marketingové komunikace pro domácí CR 	Vazby na strategie Kraje Vysočina	<ul style="list-style-type: none"> – A2: Rozvoj a zkvalitnění atraktivit cestovního ruchu/turistických cílů – A4: Rozvoj a zkvalitnění služeb cestovního ruchu, komplexní nabídky a podpora certifikovaných systémů – C2: Začlenění marketingových témat a produktů oblastních DMO do marketingové strategie a marketingového mixu turistického regionu Vysočina