

## **Popis aktivit projektu „Olomoucký kraj - efektivní řízení a marketing destinace“**

### **1. Zpracování Marketingové strategie cestovního ruchu v Olomouckém kraji 2025 - 2028, 220 tis. Kč bez DPH**

Zpracování Marketingové strategie cestovního ruchu v Olomouckém kraji na období 2025 – 2028. Tato strategie je hlavním dokumentem CCROK. Stávající strategie je zpracována na období 2021 – 2024 a je tedy potřeba zpracovat aktuální dokument, který bude reflektovat aktuální změny na poli cestovního ruchu.

Bude provedena analýza aktuálního stavu nabídky cestovního ruchu na území Olomouckého kraje a obou jeho turistických oblastí: Střední Morava a Jeseníky, tj. budou identifikovány její změny v důsledku globálních problémů. Tyto změny bude následně reflektovat návrhová část studie včetně zohlednění měnících se preferencí cílových skupin a aktuálních trendů v cestovním ruchu.

### **2. Zpracování Strategie rozvoje produktu Ochutnej Moravu na kole, cca 170 tis. Kč bez DPH**

Produkt Ochutnej Moravu na kole zahrnuje regionální producenty ze sektoru gastro z oblasti na rozhraní turistických oblastí Střední Morava a Jeseníky. Tito producenti jsou propojeni cca 90 km dlouhou cyklotrasou, která je vyznačena v terénu. Tento lokální produkt se setkal s ohlasem cykloturistů (takže se podařilo oslovit cílovou skupinu) i odborné veřejnosti (2. místo ve Velké ceně CR za produkt 2020/2021).

Strategie bude řešit nejen další rozvoj tohoto lokálního produktu, ale především v ní bude zpracován koncept vzniku regionálního produktu, který bude rozšířen i na další lokality v Olomouckém kraji, v nichž by obdobná gastro trasa mohla vzniknout na základě aplikace příkladu dobré praxe – tento dokument bude sloužit jako podklad pro realizaci těchto dílčích produktů (gastro tras), přičemž tato realizace není předmětem projektu. Aplikace příkladu dobré praxe se vztahuje jak k lokálnímu produktu Ochutnej Moravu na kole, tak je tím myšlena rovněž inspirace fungujícím regionálním produktem jakým jsou např. Vinařské stezky.

### **3. Mapování bezbariérových cílů, cca 97,5 tis. Kč bez DPH**

Mapování min. 15 vytipovaných turistických cílů v Olomouckém kraji z hlediska bezbariérovosti. Mapování bude provedeno místním šetřením za účasti vozíčkářů a bude v souladu s doporučenou Metodikou přístupnosti Pražské organizace vozíčkářů a Pracovní skupiny pro jednotnou metodiku mapování přístupnosti staveb.

Výstupem bude zpracování pasportů/popisů pro min.15 cílů, které budou zahrnovat rovněž technická doporučení k odstranění bariér, a které budou předány turistickým cílům. Získané informace budou následně uveřejněny na turistickém portálu [www.ok-tourism.cz](http://www.ok-tourism.cz) a rovněž budou publikovány formou propagačního letáku – viz aktivita č. 6.

#### **4. Dotazníkové šetření, cca 500 tis. Kč bez DPH**

Provedení marketingového výzkumu zaměřeného na získání zpětné vazby od zahraničních i tuzemských návštěvníků Olomouckého kraje. Bude probíhat plošným dotazníkovým šetřením návštěvníků Olomouckého kraje ve 3 vlnách, které budou mít standardizovanou formu, a dále pak bude provedena analýza faktorů, které charakterizují strukturu a názory respondentů dotýkající se cestovního ruchu v Olomouckém kraji.

Pravidelné dotazníkové šetření je nástrojem pro efektivní řízení destinace, kdy lze díky vzájemně srovnatelným sadám dotazů a odpovědí sledovat její vývoj.

#### **5. Rozšíření fotobanky, cca 99,5 tis. Kč bez DPH**

V rámci aktivity dojde k nákupu cca 100 ks nových fotografií pro sezónní nabídky (zpracovány na turistickém portálu [www.ok-tourism.cz](http://www.ok-tourism.cz)) a pro bezbariérové cíle. Fotografie pro sezónní nabídky budou imageové a budou využity primárně na turistickém portále. Fotografie pro bezbariérové cíle budou primárně využity v letáku (aktivita č. 6) a rovněž na turistickém portále.

#### **6. Propagační leták bezbariérových cílů, cca 57 tis. Kč bez DPH**

Propagační leták prezentující min. 15 bezbariérových turistických cílů, který bude prezentovat validní a prověřené informace získané v rámci mapování bezbariérových cílů (aktivita č. 3). Leták bude vydán v počtu 3 tis. ks v ČJ jazykové mutaci, předpokládaný formát A5.

Leták bude určen pro prezentaci na vytipovaných místech pro určenou cílovou skupinu (asistenční centra, apod.), ale také na veletrzích cestovního ruchu, tj. bude zaměřen na potenciální návštěvníky kraje. Dalším místem distribuce budou TIC, tj. distribuční kanál zaměřený na návštěvníky, kteří se již pohybují v kraji.

#### **7. Mobilní aplikace zaniklých a filmových míst, cca 980 tis. Kč bez DPH**

Aplikace bude prezentovat zaniklá a filmová místa v Olomouckém kraji, a to prostřednictvím 3D a 2D modelů, případně kreslených filmů (zaniklá místa) a propojením tzv. unikátního filmového políčka s konkrétním místem (filmová místa). Součástí bude informační vrstva, která bude nabízet informace o významných turistických cílech Olomouckého kraje a službách. Aplikace bude aktivně využívat GPS lokaci pro spouštění určitých prvků a načítání informací o turistické nabídce v okolí. Součástí aplikace budou také herní prvky (pexesa, kvízy, puzzle, apod.), které budou posilovat edukativní dopad. Součástí aplikace budou rovněž audio záznamy. Aplikace bude v ČJ.

Smyslem aplikace je představit méně známá místa, která zatím nejsou příliš navštěvovaná, ale mají skrytý potenciál, což přispěje k rovnoměrnějšímu rozptýlení návštěvníků v kraji.

#### **8. On-line kampaň, cca 1 500 tis. Kč bez DPH**

On-line kampaň bude pobíhat formou bannerové a PPC reklamy, které budou zacíleny na uživatele internetu. Kampaň bude reflektovat tematické portfolio kraje i obou

turistických oblastí (Střední Morava a Jeseníky) které bude primárně prezentované přes sezónní a mimosezónní nabídky a směřovat bude na turistický portál [www.ok-tourism.cz](http://www.ok-tourism.cz), kde tyto nabídky budou uveřejněny. Kampaně budou probíhat v 6 etapách a to na podporu letní a podzimní sezóny v roce 2024, zimní sezony 2024/25 a jarní, letní a podzimní sezony v roce 2025.

Cílem on-line kampaně je významně podpořit i mimosezonní nabídku a zmenšit sezónní výkyvy v návštěvnosti.

**Předpokládaný termín realizace projektu:** březen 2024 – listopad 2025

**Předpokládané celkové výdaje projektu vč. DPH:** 4 385 040,00 Kč

**Neuznatelné výdaje, tj. DPH** 761 040,00 Kč

**Předpokládané celkové uznatelné výdaje projektu, tj. bez DPH:** 3 624 000,00 Kč