



M 19/05

## Příloha žádosti o poskytnutí dotace („G“)

VÝZVA: 2/2019/117D72200

### POPIS PROJEKTU S VAZBOU NA REGION A REGIONÁLNÍ STRATEGIE

Identifikace žadatele	
Pořadové číslo žádosti:	103739
Název žadatele:	<b>Střední Morava – Sdružení cestovního ruchu</b>
▪ Statutární orgán:	Ing. Radovan Vašíček Tel: +420 585 204 627 Email: <a href="mailto:info@central-moravia.cz">info@central-moravia.cz</a>
▪ IČ:	75087057
▪ Adresa sídla:	Horní náměstí 5, 772 00 Olomouc
Název akce:	Marketing destinace Střední Morava
Kraj realizace:	Olomoucký

Identifikace akce (projektu)	
Stručný popis záměru	Hlavním přínosem projektu je zefektivnění řízení destinace TO Střední Morava, tvorba a inovace produktů cestovního ruchu a propagace těchto produktů na B2B akcích. Jednotlivé aktivity projektu budou zaměřeny převážně na řízení rozvoje destinace, tvorbu produktu cestovního ruchu, propagaci destinace a další aktivity realizované DMO. V oblasti řízení destinace bude realizováno vzdělávání pracovníků TIC a zřízení cloudového úložiště pro partnery destinace - TO Střední Morava, v oblasti tvorby a inovace produktů bude provedena analýza nabídky pro cykloturistiku v turistické oblasti Střední Morava, jejímž výstupem budou produktové karty. K produktům bude následně vytvořena fotobanka (posílení brandu destinace). Za účelem komunikace produktů budou vytvořeny propagační materiály/mapy k těmto produktům (B2C), které budou distribuovány v rámci B2C akcí ve spolupráci s Olomouckým krajem a CzechTourism, dále pak v partnerských TIC v TO Střední Morava. Dále bude vytvořen B2B katalog za účelem distribuce na odborných B2B veletrzích a workshopech.
Stručný popis hlavních výstupů a aktivit projektu	<b>Oblast řízení</b> <b>Aktivita: Cloudové úložiště:</b> zřízení cloudového úložiště pro správu marketingových podkladů pro partnery TO Střední Morava – zejména pak produktových karet, fotografií, videí, publikací a dalších dokumentů.  <b>Aktivita: Vzdělávání pracovníků TIC:</b> prezentace nových produktů DMO Střední Morava k dalšímu využití, práce na cloudovém úložišti a novinky ve virálním marketingu.  <b>Oblast tvorby a inovace produktů</b> <b>Aktivita: Analýza nabídky pro cykloturistiku v turistické oblasti Střední Morava:</b> studie bude obsahovat popis atraktivit cestovního ruchu, analýzu, identifikaci a hodnocení služeb podél cyklotras a cyklostezek (Moravská stezka, Cyklostezka Bečva, Hvězdná stezka a Jantarová stezka). Budou posuzovány atraktivita cestovního ruchu na trase nebo v dojezdové vzdálenosti do 5 km na kole a služby cestovního ruchu. Služby budou členěny na celoroční a sezónní, certifikované. Dále hodnocení dle kritérií – vhodnosti služeb pro cykloturisty a spokojenost



	<p>se službami. Výstupem budou detailní produktové karty tras s nabídkou služeb pro návštěvníky. Produktové karty budou pracovním nástrojem marketérů DMO Střední Moravy, TIC a také agentury CZT.</p> <p><b>Oblast Brand destinace</b> <b>Aktivita: Fotobanka:</b> zajištění fotografií k produktům v počtu 120 ks.</p> <p><b>Oblast komunikace</b> <b>Aktivita: Ediční činnost:</b> vydávání propagačních materiálů a map k vytvořeným produktům (B2C) a tvorba B2B katalogů.</p> <p><b>Aktivita: B2B veletrhy a workshopy:</b> prezentace na 6 odborných veletrzích a workshopech zaměřených na B2B.</p>		
Rozpočet projektu dle aktivit	<b>Oblast</b>	<b>Aktivita</b>	<b>Rozpočet v Kč vč. DPH</b>
	Řízení	Cloudové uložení včetně obsahové správy	120.000
		Vzdělávání pracovníků TIC	50.000
	Tvorba a inovace produktů	Analýza nabídky pro cykloturistiku v turistické oblasti Střední Morava - Moravská stezka Cyklostezka Bečva Jantarová stezka Hvězdná stezka	120.000
		Brand destinace	Fotobanka k produktům (120 ks fotografií)
		Komunikace	Ediční činnost (propagační materiály/mapy k produktům (B2C) a B2B katalogy pro odbornou veřejnost)
			390.000
		B2B veletrhy a workshopy	400.000
	Celkem		<b>1.200.000</b>
Popis vazby projektu na region / destinaci:	Potřeba realizace projektu vznikla na základě identifikovaných potřeb rozvoje cestovního ruchu v TO Střední Morava, vycházejících ze zpracovaných strategických dokumentů Olomouckého kraje a plánu činnosti DMO Střední Morava – Sdružení cestovního ruchu. Předkladatel projektu se zaměřil na nastavení aktivit v rámci řízení destinace. Dále na marketingové aktivity, které jsou orientované na podporu domácího i příjezdového cestovního ruchu. Projekt je v souladu se strategií s názvem Program rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2014 – 2020, který představuje základní vizi rozvoje, definování cílů a formulace problémových oblastí cestovního ruchu Olomouckého kraje.		
Poznámka:	(max. 1 strana):		

#### VAZBA PROJEKTU NA REGIONÁLNÍ STRATEGIE

##### Popis vazby na strategie kraje

Název strategického dokumentu<sup>1</sup>:

**Program rozvoje cestovního ruchu Olomouckého**

<sup>1</sup> Např.: Program rozvoje kraje, Program rozvoje cestovního ruchu kraje, Strategie rozvoje cestovního ruchu kraje, Marketingová koncepce cestovního ruchu, kraje, atd. Bližší podrobnosti k aktuálním strategickým dokumentům naleznete na webových stránkách krajů, případně se obraťte na krajská oddělení cestovního ruchu.



	<b>kraje na období 2014 – 2020</b>
Identifikace konkrétní priority:	2 Tvorba konkurenceschopných produktů, marketing destinace, budování značky
Identifikace konkrétní aktivity:	2.1 Vývoj a zkvalitnění nabídky konkurenceschopných témat a produktů destinace
Popis vazby, respektive způsobu jakým projekt přispívá k naplnění dané aktivity:	Projekt přispívá k naplnění aktivity realizací aktivity Analýza nabídky pro cykloturistiku v turistické oblasti Střední Morava.
Poznámka:	(max. 1 strana):

Název strategického dokumentu:	<b>Program rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2014 – 2020</b>
Identifikace konkrétní priority:	2 Tvorba konkurenceschopných produktů, marketing destinace, budování značky
Identifikace konkrétní aktivity:	2.2 Realizace efektivních marketingových aktivit destinace, podpora prodeje, prodej produktů
Popis vazby, respektive způsobu jakým projekt přispívá k naplnění dané aktivity:	Projekt přispívá k naplnění aktivity realizací aktivit Fotobanka k produktům, Ediční činnost (vydávání propagačních materiálů a map k vytvořeným produktům (B2C) a tvorba B2B katalogů) a B2B veletrhy a workshopy.
Poznámka:	(max. 1 strana):

Název strategického dokumentu:	<b>Program rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2014 – 2020</b>
Identifikace konkrétní priority:	3 Rozvoj společného řízení destinace, rozvoj kvality služeb, lidské zdroje
Identifikace konkrétní aktivity:	3.1 Rozvoj destinačního řízení na území destinace, spolupráce, síťování
Popis vazby, respektive způsobu jakým projekt přispívá k naplnění dané aktivity:	Projekt přispívá k naplnění aktivity realizací aktivity Cloudové úložiště (pro partnery TO Střední Morava).
Poznámka:	(max. 1 strana):

Název strategického dokumentu:	<b>Program rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2014 – 2020</b>
Identifikace konkrétní priority:	3 Rozvoj společného řízení destinace, rozvoj kvality služeb, lidské zdroje
Identifikace konkrétní aktivity:	3.2 Rozvoj kvality lidských zdrojů, podpora vzdělávání pracovníků CR
Popis vazby, respektive způsobu jakým projekt přispívá k naplnění dané aktivity:	Projekt přispívá k naplnění aktivity realizací aktivity Vzdělávání pracovníků TIC.
Poznámka:	(max. 1 strana):

Dne:	12. 1. 2019
Podpis:	

