



Příloha žádosti o poskytnutí dotace („G“)

VÝZVA: 1/2021/117D72200

POPIS PROJEKTU S VAZBOU NA REGION

| Identifikace žadatele | |
|-------------------------|---|
| Pořadové číslo žádosti: | 123163 |
| Název žadatele: | Střední Morava – Sdružení cestovního ruchu |
| ▪ Statutární orgán: | Ing. Radovan Vašíček, předseda správní rady |
| ▪ IČ: | 75087057 |
| ▪ Adresa sídla: | Horní náměstí 367/5, 779 00 Olomouc |
| Název akce: | Redesign TO Střední Morava |
| Kraj realizace: | Olomoucký |

| Identifikace projektu | |
|---|--|
| Stručný popis akce a jednotlivých aktivit projektu: | Cílem projektu je zefektivnění řízení destinace TO Střední Morava sv souladu s podmínkami certifikace DMO. Klíčové aktivity směřují do oblastí tvorby produktů, redesign brandu, digitalizace nabídky, zvyšování kvality nabídky a služeb, vzdělávání a udržitelného cestovního ruchu. |
| Seznam a stručný popis hlavních výstupů projektu: | <p>Oblast řízení: terénní šetření infrastruktury služeb ve vybraných lokalitách turistické oblasti Střední Morava; vzdělávání pracovníků cestovního ruchu.</p> <p>Oblast branding destinace: tvora brand booku – redesign turistické značky Střední Morava</p> <p>Oblast distribuce produktů CR:</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Vytvoření datového skladu kalendáře akcí✓ Zpracování komunikační strategie✓ Rozšíření fotobanky (100 ks); aktuálně je na cloudu MEGA přes 2 900 fotografií✓ Rozvoje webových portálů www.stredni-morava.cz; www.moraviaforyou.cz (cizojazyčné verze: angličtina, němčina a polština) <p>ediční činnost: magazín TO Střední Morava (v podobném duchu jako magazíny Regiojet, leteckých společností) – přečíst si, inspirovat se a nechat k dispozici dalšímu čtenáři (distribuce na pokoje UZ); interaktivní propagační materiál; turistické mapy a trhací mapy.</p> <p>Oblast komunikace:</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Tvorba komunikační strategie v návaznosti na redesign turistické značky Střední Morava✓ Správa obsahů sociálních sítí✓ Online kampaně✓ Tvorba videí k produktům – zdrojová data pro rozšířenou realitu✓ Mobilní TIC✓ Soutěže – dětské hry na oživení prezentačních akcí (slepá mapa, magnetky, velké puzzle, kostky apod.)✓ Suvenýry - čokolády z Troubelic jako odměna do soutěží pro děti✓ Fam & press tripy – spolupráce s ZZ CZT při realizaci studijních pobytů v TO Střední Morava |
| Stručný popis marketingového mixu: | Východiskem aktivit projektu jsou jednak výstupy předchozího projektu „Marketing TO Střední Morava 2020“, kde byly zpracovány produkty TO Střední Morava: duchovní téma (duchovní dědictví Střední Morava); aktivní turistika (cykloturista, vodní turistika, zábava a Relax), gastronomie (Ochutnejte Hanou), tradice (Tradice na Hané), stezka (Putování po jantarové stezce), fotobanka a videa (cloud MEGA). Dále pak aktivita předkládaného projektu: terénní šetření infrastruktury a služeb ve vybraných turistických lokalitách Střední Moravy, rozšíření fotobanky, vytvoření videí produktů (zdrojová data pro rozšířenou realitu). |



| | | | |
|--------------------------------|---|--|--|
| | Vytvořené produkty budou distribuovány/komunikované na webových portálech www.stredni-morava.cz ; www.moraviaforyou.cz , v rámci online kampaní a B2C akcí ve spolupráci s Centrálou cestovního ruchu Olomouckého kraje, CZT, dále pak v partnerských TIC a subjektech CR v TO Střední Morava. | | |
| Rozpočet projektu dle aktivit: | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

¹ Tzn. trhy, na které cílí a to včetně domácího cestovního ruchu



VAZBA PROJEKTU NA STRATEGICKÉ DOKUMENTY REGIONU

| | |
|--|---|
| | Program rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2021–2027 |
| Identifikace konkrétní priority: | 2 Rozvoj řízení destinace (destinační management) |
| Identifikace konkrétní aktivity: | 2.1 Vytváření podmínek pro rozvoj destinačního managementu v kraji 2.2 Rozvoj kvality a podpora lidských zdrojů v cestovním ruchu |
| Popis vazby, respektive způsobu jakým projekt přispívá k naplnění dané aktivity: | Projekt přispívá k naplnění aktivity realizací aktivity: „Vzdělávání pracovníků v cestovním ruchu“ – metodická podpora a rozvíjení organizační struktury destinačního managementu v souladu s platnou Kategorizací DMO. Provádět osvětu a realizovat vzdělávací akce k významu cestovního ruchu. |
| Identifikace konkrétní priority: | 2 Rozvoj řízení destinace (destinační management) |
| Identifikace konkrétní aktivity: | 2.3 Zkvalitnění sběru a využívání dat a informací o cestovním ruchu |
| Popis vazby, respektive způsobu jakým projekt přispívá k naplnění dané aktivity: | Projekt přispívá k naplnění aktivity realizací aktivity: ✓ Terénní šetření infrastruktury a služeb ve vybraných lokalitách turistické oblasti Střední Morava |
| Identifikace konkrétní priority: | 3 Rozvoj principů destinačního marketingu |
| Identifikace konkrétní aktivity: | 3.1 Strategie destinačních značek a marketingová komunikace |
| Popis vazby, respektive způsobu jakým projekt přispívá k naplnění dané aktivity: | Projekt přispívá k naplnění aktivity realizací aktivity: ✓ Brand book – destinační značky turistické oblasti Střední Morava ✓ Komunikační strategie ✓ Fotobanka ✓ Překlady obsahu www.stredni-morava.cz; www.moraviaforyou.cz (polština, němčina a angličtina) ✓ Ediční činnost: interaktivní propagační materiál; Magazín do pokojů UZ; velké mapy; trhací mapy ✓ Malý cestovatel – zážitkový turismus pro děti ✓ Správný obsahů na sociálních sítích ✓ Online kampaně ✓ Videa k produktům – zdrojová data pro rozšířenou realitu ✓ Mobilní TIC ✓ Soutěže ✓ Suvenýry (čokolády z Troubelic do soutěže) ✓ Fam & press tripy. |

| | |
|---------|--|
| Dne: | |
| Podpis: | |