

PŘÍLOHA Č. 3 NÁVRHOVÉ ČÁSTI

AKČNÍ PLÁN NA ROK 2011

Počet stran: 10

Název akce /aktivity	Období realizace	Charakteristika akce/aktivity	Role SDM (personální zajištění)	Celkové náklady akce (v Kč)	Z toho dotace ROP MS (v Kč)	Zdroje financování (v Kč)	Ukazatel výstupu		Ukazatel výsledku		Indikátor dílčí oblasti podpory 2.2.4	
							Název a popis	Výchozí hodnota + datum a Cílová hodnota + datum	Název a popis	Výchozí hodnota + datum a Cílová hodnota + datum	Název a popis	Výchozí hodnota + datum a Cílová hodnota + datum
Vytvoření standardní organizační struktury TO – jednotky destinačního managementu – definování oblastí působení a kompetencí	<p>Výběrové řízení na workshopy: 04/2011</p> <p>Realizace: 05/2011 – 12/2011</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analýza jednotlivých typů SDM a modelování fungování 2 nejvhodnějších typů SDM v podmínkách TO ▪ 2 workshopy s potenciálními aktéry partnersky zapojenými v rámci SDM (představení přínosů ze zapojení pro aktéry) ▪ Vytvoření SDM ▪ Nadefinování kontrolních mechanismů fungování SDM ▪ Nastavení dlouhodobého financování SDM a zapojení dalších aktérů ▪ Nákup souboru vybavení nutného pro zajištění fungování SDM. Jedná se o následující vybavení: <ul style="list-style-type: none"> • notebook • mobilní telefon • tiskárna • fotoaparát <p>Specifický cíl: Zvýšení organizovanosti a kooperace v nabídce služeb a atraktivit cestovního ruchu</p> <p>Cílová skupina: turisté a návštěvníci – všechny segmenty</p>	SMO – subjekt poptávající dodávku služeb s konkrétním plněním (workshopy)	<p>Workshopy: 72 000</p> <p>Vybavení: 39 067</p> <p>Celkem 111 067</p>	92,5 %, tj. 102 737,7	ROP MSK: 102 737 SM Ostrava: 8 330	Fungující jednotka SDM	<p>Výchozí hodnota k 20.11.2010: 0</p> <p>Cílová hodnota k 31.12.2011: 1</p>	<p>Počet fungujících jednotek SDM v TO Ostravsko</p>	<p>Výchozí hodnota za rok 2010: 0</p> <p>Cílová hodnota za rok 2011: 1</p>	<p>Počet fungujících subjektů destinačního managementu</p>	<p>Výchozí hodnota za rok 2010: 0</p> <p>Cílová hodnota k 31.12.2011: 1</p>

<p style="text-align: center;">Realizace presstripů</p>	<p>Výběrové řízení: 02/2011 – 03/2011</p> <p>Realizace: 04/2011 – 05/2011</p>	<p>Dvoudenní presstrip pro novináře působící v nejčtenějších českých denících a časopisech. Součástí bude představení významných turistických atraktivit a nabídky volnočasového využití v TO Ostravsko. Program:</p> <ul style="list-style-type: none"> příjezd ve večerních hodinách do Ostravy (vlak SC Pendolino), druhý den prohlídka nejvýznamnějších turistických atraktivit TO Ostravsko s průvodcem třetí den odjezd (vlak SC Pendolino) <p>Specifický cíl: Zvýšení účinnosti a kvality marketingu cestovního ruchu</p> <p>Cílová skupina: návštěvníci a turisté – všechny segmenty dle MS</p>	<p>SDM nebude v době realizace projektu vytvořen.</p> <p>SMO – subjekt poptávající dodávku služeb s konkrétním plněním</p>	<p>56 272</p>	<p>92,5 %, tj. 52 051,6</p>	<p>ROP MSK: 52 051,6</p> <p>SM Ostrava: 4 220,4</p>	<p>Presstrip pro novináře</p>	<p>Výchozí hodnota k 20.11.2010: 0</p> <p>Cílová hodnota k 31.12.2011: 1</p>	<p>Počet účastníků presstripu (počet novinářů)</p>	<p>Výchozí hodnota za rok 2010: 0</p> <p>Cílová hodnota za rok 2011: 12</p>	<p>Počet návštěvníků na propagačních akcích (semináře)</p>	<p>Výchozí hodnota za rok 2010: 0</p> <p>Cílová hodnota k 31.12.2011: 12</p>
<p style="text-align: center;">Zajištění komunikace s aktéry a subjekty působícími v ČR</p>	<p>Výběrové řízení: 03/2011 – 04/2011</p> <p>Realizace: 05/2011 – 12/2011</p>	<p>2 plánovací workshopy</p> <p>Specifický cíl: Zvýšení organizovanosti a kooperace v nabídce služeb a atraktivit cestovního ruchu</p> <p>Cílová skupina: turisté a návštěvníci – všechny segmenty</p>	<p>SDM nebude v době realizace projektu vytvořen.</p> <p>SMO – subjekt poptávající dodávku služeb s konkrétním plněním</p>	<p>72 000</p>	<p>92,5 %, tj. 66 600</p>	<p>ROP MSK: 66 600</p> <p>SM Ostrava: 5 400</p>	<p>Workshop</p>	<p>Výchozí hodnota k 20.11.2010: 0</p> <p>Cílová hodnota k 31.12.2011: 2</p>	<p>Počet účastníků</p>	<p>Výchozí hodnota za rok 2010: 0</p> <p>Cílová hodnota za rok 2011: 20</p>	<p>Počet návštěvníků na propagačních akcích (semináře)</p>	<p>Výchozí hodnota za rok 2010: 0</p> <p>Cílová hodnota k 31.12.2011: 20</p>

<p style="color: red; font-weight: bold;">Využití metodiky MSK a provádění sběru, analýz a evaluace dat (Marketingová šetření zaměřená na profil návštěvníka a turisty přijíždějícího do TO)</p>	<p>Výběrové řízení:</p> <p>03/2011 – 04/2011</p>	<p>Marketingové šetření – sběr, analýza a evaluace dat, provedené dle metodiky MSK.</p> <p>Specifický cíl: Zvýšení účinnosti a kvality marketingu cestovního ruchu</p>	<p>SDM nebude v době realizace projektu vytvořen.</p>									
	<p>Realizace:</p> <p>05/2011 – 12/2011</p>	<p>Cílová skupina: návštěvníci a turisté – všechny segmenty dle MS</p>	<p>SMO – subjekt poptávají dodávku služeb s konkrétním plněním</p>		108 000	92,5 %, tj. 99 900	ROP MSK: 99 900 SM Ostrava: 8 100	Marke- tingové šetření	<p>Výchozí hodnota k 20.11.2010: 0</p> <p>Cílová hodnota k 31.12.2011: 1</p>	<p>Počet oslovených návštěvníků</p>	<p>Výchozí hodnota za rok 2010: 0</p> <p>Cílová hodnota za rok 2011: 300</p>	<p>Počet vytvořených propagačních nebo marketingových produktů pro cestovní ruch</p>

Vzdělávací workshopy pro aktéry a subjekty působící v CR	Výběrové řízení:	<p>Zajištění odborně-vzdělávacího workshopu pro aktéry cestovního ruchu v turistické oblasti Ostravsko (cca 40 osob).</p> <p>Zakázka bude zahrnovat:</p> <ul style="list-style-type: none"> organizační přípravu a vedení workshopu 3 odborné přednášky v jeden den (2x90 min. a 1x 60min.) – zajištění přednášejícího lektora (případně lektorů) zajištění pronájmu sálu (včetně nákladů na pronájem) zajištění občerstvení (Coffe break a oběd pro cca 40 osob) 	<p>SDM nebude v době realizace projektu vytvořen.</p> <p>SMO – subjekt poptávající dodávku služeb s konkrétním plněním</p>	49 200	92,5 %, tj. 45 510	<p>ROP MSK: 45 510</p> <p>SM Ostrava: 3 690</p>	Workshop	<p>Výchozí hodnota k 20.11.2010: 0</p> <p>Cílová hodnota k 31.12.2011: 1</p>	<p>Počet účastníků</p>	<p>Výchozí hodnota za rok 2010: 0</p> <p>Cílová hodnota za rok 2011: 40</p>	<p>Počet návštěvníků na propagačních akcích (semináře)</p>	<p>Výchozí hodnota za rok 2010: 0</p> <p>Cílová hodnota k 31.12.2011: 40</p>
	Realizace:											

Specifický cíl: Zvýšení organizovanosti a kooperace v nabídce služeb a atraktivit cestovního ruchu

Cílová skupina: turisté a návštěvníci – všechny segmenty

Průvodce do mobilu	Výběrové řízení:	<p>Bude vytvořen průvodce TO Ostravsko do mobilních telefonů ve 4 jazykových mutacích (ČJ, AJ, NJ, PJ) a zajištěna jeho distribuce koncovým uživatelům. Základním distribučním kanálem bude doručování pomocí technologie bluetooth. Mobilní průvodce bude doplněn o audio-nahrávku v délce max. 2 min.</p> <p>Výstupy aktivity:</p> <ul style="list-style-type: none"> aplikace do mobilního telefonu obsahující turistického průvodce Ostravskem ve 4 jazykových mutacích (ČJ, AJ, NJ, PJ) audionahrávka ve 4 jazykových mutacích (ČJ, AJ, NJ, PJ) v délce max. 2 minuty nákup a umístění 7 bluetooth zařízení (5 na pobočkách OIS, jedna v KMO, jedna v Kulturním a informačním středisku Klimkovice) statistické výstupy (na základě zpětné vazby) <p>Specifický cíl: Vytvoření spektra konkurenceschopných produktů cestovního ruchu na národní i nadnárodní úrovni</p> <p>Cílová skupina: turisté a návštěvníci přijíždějící za poznáním</p>	SDM nebude v době realizace projektu vytvořen.	656 220	92,5 %, tj. 607 003,5	ROP MSK: 607 003,5	Průvodce (aplikace) do mobilu	Výchozí hodnota k 20.11.2010:	Počet uživatelů, kteří využili aplikaci do mobilu	Výchozí hodnota za rok 2010:	Počet vytvořených propagačních nebo marketingových produktů pro cestovní ruch	Výchozí hodnota za rok 2010:
	03/2011 – 04/2011							0		0		0
	Realizace:					SM Ostrava: 49 216,5		Cílová hodnota k 31.12.2011:		Cílová hodnota za rok 2011:		Cílová hodnota k 31.12.2011:
	05/2011 – 12/2011							1		100		1

<p style="text-align: center;">Analýza dopravního značení vybraných kulturních a turistických cílů</p>	<p>Výběrové řízení: 03/2011 – 04/2011</p> <p>Realizace: 05/2011 – 12/2011</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analýza současného stavu vybraných KTC (typ, počet, umístění značení u jednotlivých KTC) a návrh odstranění nevyhovujícího značení a doplnění současného orientačního systému pro celé řešené území ▪ Zhotovení projektové dokumentace dopravního značení k 19 vybraným kulturním a turistickým cílům v turistické oblasti Ostravsko <p>Analýza – popis, zhodnocení současného stavu značení vybraných KTC z hlediska jejich typu, počtu, umístění značení u jednotlivých KTC. Výstupem bude zpracování návrhu na doplnění, úpravy či odstranění, aby byl vytvořen jednotný orientační systém pro celé řešené území.</p> <p>Projektová dokumentace bude řešit navedení turistů k vybraným KTC z dálnice D 1, hlavních komunikací Moravskoslezského kraje (silnice I. třídy) a ostatních silnic, pomocí dopravních tak, aby tato byla přímo použitelná k následné výrobě a osazení značek v terénu.</p> <p>Specifický cíl: Vytvoření spektra konkurenceschopných produktů cestovního ruchu na národní i nadnárodní úrovni</p> <p>Cílová skupina: turisté a návštěvníci přijíždějící za poznáním</p>	<p>SDM nebude v době realizace projektu vytvořen.</p> <p>SMO – subjekt poptávající dodávku služeb s konkrétním plněním</p>	<p style="text-align: center;">297 000</p>	<p style="text-align: center;">92,5 %, tj. 274 725</p>	<p>ROP MSK: 274 725</p> <p>SM Ostrava: 22 275</p>	<p>Analýza turistického značení</p>	<p>Výchozí hodnota k 20.11.2010: 0</p> <p>Cílová hodnota k 31.12.2011: 1</p>	<p>Počet zanalyzovaných turistických cílů/atraktivit</p>	<p>Výchozí hodnota za rok 2010: 0</p> <p>Cílová hodnota za rok 2011: 19</p>	<p>Počet vytvořených produktů pro orientaci a směřování návštěvníků</p>	<p>Výchozí hodnota za rok 2010: 0</p> <p>Cílová hodnota k 31.12.2011: 1</p>
---	---	---	--	--	--	---	-------------------------------------	--	--	---	---	---

<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Rozšíření stávajících webových stránek www.ostrava.cz o informace o obcích v TO</p>	<p>Výběrové řízení: 03/2011 – 04/2011</p>	<p>Rozšíření stávajících webových stránek statutárního města Ostravy www.ostrava.cz o informace o okolních obcích TO Ostravsko (Klimkovice, Vřesina, Čavisov, Horní Lhota, Dolní Lhota, Velká Polom). Informace budou kromě českého jazyka také přeloženy do 3 jazykových mutací – angličtiny, němčiny a polštiny (dle stávajících mutací webu www.ostrava.cz). Je počítáno s cca 3 stranami A4 textu na jednu obec v TO (mimo SMO).</p>	<p>SDM nebude v době realizace projektu vytvořen. SMO – subjekt poptávající dodávku služeb s konkrétním plněním</p>	<p>22 000</p>	<p>92,5 %, tj. 20 350</p>	<p>ROP MSK: 20 350 SM Ostrava: 1 650</p>	<p>Rozšířená webová stránka</p>	<p>Výchozí hodnota k 20.11.2010: 0 Cílová hodnota k 31.12.2011: 1</p>	<p>Počet rozšířených webových stránek</p>	<p>Výchozí hodnota za rok 2010: 0 Cílová hodnota za rok 2011: 1</p>	<p>Počet vytvořených propagačních nebo marketingových produktů pro cestovní ruch</p>	<p>Výchozí hodnota za rok 2010: 0 Cílová hodnota k 31.12.2011: 1</p>
	<p>Realizace: 05/2011 – 12/2011</p>	<p>Specifický cíl: Zvýšení účinnosti a kvality marketingu cestovního ruchu Cílová skupina: turisté a návštěvníci přijíždějící za poznáním</p>										

Vkládaná inzerce	Výběrové řízení:	<p>Předmětem zakázky bude vytvoření specializovaných suplementů (příloh) do významného českého deníku, který má nejvyšší náklad a prodejnost v ČR (např. Deník, Právo, MF Dnes, apod.). Nesmí se jednat o média s bulvárním obsahem (např. Blesk, Super atd.) Cílem bude informovat o možnostech trávení volného času a turistice v turistické oblasti Ostravsko a představit nejtípcičtější a nejatraktivnější okruhy aktivit. Zakázka se bude sestávat: z přípravy grafických podkladů suplementu z tisku suplementů z vložení suplementů do významného deníku - suplement bude vložen do každého výtisku deníku v Moravskoslezském, Olomouckém a Zlínském kraji. Suplementy budou tématicky zaměřeny na letní turistickou sezónu (konec května – počátek června 2011).</p> <p>Specifický cíl: Zvýšení účinnosti a kvality marketingu cestovního ruchu</p> <p>Cílová skupina: turisté a návštěvníci přijíždějící za poznáním</p>	SDM nebude v době realizace projektu vytvořen.	63 836,43	92,5 %, tj. 59 048,7	ROP MSK: 59 048,7	Vkládaná inzerce	Výchozí hodnota k 20.11.2010: 0	Počet vložených příloh	Výchozí hodnota za rok 2010: 0	Počet vytvořených propagačních nebo marketingových produktů pro cestovní ruch	Výchozí hodnota za rok 2010: 0
	Realizace:											

Dle naplánovaných aktivit celkový rozpočet akčního plánu na rok 2011 činí 1 623 789 Kč včetně DPH. Přičemž aktivity v rámci dotace činí 1 502 004,98 Kč. Vlastní podíl spolufinancování SMO činí 121 784,02 Kč. Harmonogram žádostí o platbu zůstává zachován dle plánu uvedeného v žádosti o dotaci, předložené v rámci výzvy 2.2.4.