

**RÁMCOVÁ SMLOUVA  
O SPOLUPRÁCI PŘI REALIZACI ČINNOSTÍ  
PRO ROZVOJ CESTOVNÍHO RUCHU V OLOMOUCKÉM KRAJI**

**I.  
Smluvní strany**

**1. Olomoucký kraj**

se sídlem: Jeremenkova 1191/40a, Hodolany, PSČ 779 00 Olomouc  
zastoupen: JUDr. Vladimírem Lichnovským, uvolněným členem  
Zastupitelstva Olomouckého kraje (na základě pověření  
hejtmana Olomouckého kraje ze dne 18. 12. 2018)  
IČO: 60609460  
DIČ: CZ60609460

*(dále jen „objednatel“)*

**2. Centrála cestovního ruchu Olomouckého kraje, s.r.o.**

se sídlem: Jeremenkova 1191/40a, Hodolany, PSČ 779 00 Olomouc  
Zastoupena: Mgr. Radkem Stojanem, jednatelem  
IČO: 08658251

Zapsána v obchodním rejstříku vedeném Krajským soudem v Ostravě pod spisovou značkou C 80291

*(dále jen „zhotovitel“)*

**II.  
Základní ustanovení**

1. Tato smlouva je uzavřena dle § 1746 odst. 2 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, v platném znění (dále jen „občanský zákoník“); práva a povinnosti smluvních stran touto smlouvou neupravená se řídí příslušnými ustanoveními občanského zákoníku.
2. Smluvní strany prohlašují, že údaje uvedené v čl. I této smlouvy jsou v souladu s právní skutečností v době uzavření smlouvy. Smluvní strany se zavazují, že změny dotčených údajů oznámí bez prodlení písemně druhé smluvní straně. Při změně identifikačních údajů smluvních stran včetně změny účtu není nutné uzavírat ke smlouvě dodatek.
3. Zhotovitel prohlašuje, že bankovní účet uvedený v čl. I odst. 2 této smlouvy je bankovním účtem zveřejněným ve smyslu zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon o DPH“). V případě změny účtu zhotovitele je zhotovitel povinen doložit vlastnictví k novému účtu, a to kopií příslušné smlouvy nebo potvrzením peněžního ústavu; nový účet musí být zveřejněným účtem ve smyslu předchozí věty.

4. Zhotovitel prohlašuje, že je odborně způsobilý k zajištění předmětu plnění podle této smlouvy.
5. Smluvní strany prohlašují, že tato smlouva je uzavírána jako rámcová za účelem realizace dílčích zakázek zadávaných objednatelem zhotoviteli za splnění všech podmínek ustanovení § 11 odst. 1 zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek, ve znění pozdějších předpisů (dále též „zákon o zadávání veřejných zakázek“).

### **III.**

#### **Předmět smlouvy**

1. Zhotovitel se zavazuje provádět na svůj náklad a nebezpečí pro objednatele činnosti dle oblastí vymezených v Příloze č. 1 této smlouvy na základě dílčích objednávek, příp. samostatně uzavřených smluv (dále jen „dílčí objednávka“), jejichž předmětem bude realizace zakázky dle požadavku objednatele (dále též „dílo“). V dílčí objednávce objednatel blíže specifikuje obsah díla. Pokud není v objednávce stanoveno jinak, použijí se na vztah založený dílčí objednávkou práva a povinnosti smluvních stran dle této smlouvy.
2. Objednatel se zavazuje provedené dílo převzít a zaplatit za ně zhotoviteli cenu podle čl. IV této smlouvy.
3. Účelem této smlouvy je zajištění činností specifikovaných v této smlouvě, zejména podpora rozvoje cestovního ruchu v Olomouckém kraji a realizace Programu rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje.

### **IV.**

#### **Cena za dílo**

1. Cena za dílo bude stanovena v jednotlivých dílčích objednávkách dle cenové nabídky uvedené v Příloze č. 1 této smlouvy, pokud není v této smlouvě stanoveno jinak. Cenová nabídka bude vždy aktualizována minimálně jedenkrát za tři roky od její poslední aktualizace na základě znaleckého posudku o ceně za dílo v místě a čase obvyklé.
2. Cena za dílo podle odst. 1 tohoto článku smlouvy zahrnuje veškeré náklady zhotovitele spojené se splněním jeho závazku z této smlouvy, tj. cenu díla včetně dopravného, odměny za poskytnutí licence, apod. Cena za dílo je stanovena jako nejvýše přípustná a není jí možno překročit.
3. Zhotovitel odpovídá za to, že sazba daně z přidané hodnoty bude stanovena v souladu s platnými právními předpisy; v případě, že dojde ke změně zákonné sazby DPH, je zhotovitel k ceně díla bez DPH povinen účtovat DPH v platné výši. Smluvní strany se dohodly, že v případě změny ceny díla v důsledku změny sazby DPH není nutno ke smlouvě uzavírat dodatek.

### **V.**

#### **Místo předání a doba plnění**

1. Zhotovitel je povinen předat objednateli dílo v místě předání, které bude určeno vždy v dílčí objednávce.
2. Zhotovitel je povinen provést dílo v době určené v dílčí objednávce.

3. Dílo je provedeno, je-li dokončeno a předáno objednateli. Smluvní strany se dohodly, že **objednatel není povinen dílo převzít, pokud toto vykazuje vady či nedodělky.**

## VI.

### Práva a povinnosti smluvních stran

1. Není-li stanoveno touto smlouvou výslovně jinak, řídí se vzájemná práva a povinnosti smluvních stran ustanoveními § 2586 a následujícími občanského zákoníku.
2. Zhotovitel je zejména povinen:
  - a) Provést dílo řádně a včas za použití materiálů a postupů odpovídajících právním předpisům a technickým normám ČR. Dílo musí odpovídat příslušným právním předpisům, technickým normám nebo jiné dokumentaci vztahující se k provedení díla a umožňovat užívání k němuž bylo určeno a zhotoveno.
  - b) Řídit se při provádění díla pokyny objednatele.
  - c) Umožnit objednateli kontrolu provádění díla. Pokud objednatel zjistí, že zhotovitel neprovádí dílo řádně či jinak porušuje svou povinnost, poskytne zhotoviteli lhůtu k nápravě; neučiní-li tak zhotovitel ve stanovené lhůtě, je objednatel oprávněn od smlouvy odstoupit.
  - d) Odstranit zjištěné vady a nedodělky na své náklady.
  - e) Dbát při provádění díla dle této smlouvy na ochranu životního prostředí a dodržovat platné technické, bezpečnostní, zdravotní, hygienické a jiné předpisy, včetně předpisů týkajících se ochrany životního prostředí.
  - f) Postupovat při provádění díla s odbornou péčí.
  - g) Dodržovat podmínky § 11 odst. 1 zákona o zadávání veřejných zakázek po celou dobu realizace díla a splnění těchto podmínek vždy doložit objednateli při každém zadání dílčí objednávky.
  - h) Informovat předem objednatele o realizaci díla prostřednictvím poddodavatele (dále jen „poddodávka“) s tím, že zhotovitel je oprávněn realizovat dílo prostřednictvím poddodávek max. do výše 10% finanční hodnoty dílčí objednávky. Výběr poddodavatele je povinen zhotovitel provést v souladu se zákonem o zadávání veřejných zakázek. Za poddodávku dle tohoto odstavce se nepovažuje realizace činností, které není zhotovitel z objektivních důvodů schopen realizovat vlastními zaměstnanci (např. catering, doprovodný program, moderování nebo tlumočení v rámci akcí, IT služby, realizace marketingové kampaně apod.).
3. Objednatel je povinen poskytnout zhotoviteli součinnost nutnou k provedení díla.
4. Je-li předmětem dílčí objednávky dílo chráněné zákonem č. 121/2000 Sb., o právu autorském a právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (dále jen „autorský zákon“), poskytne zhotovitel objednateli oprávnění dílo užít ve smyslu ustanovení § 2371 a násl. občanského zákoníku (dále též „licence“), a to:
  - a) v původní nebo zpracované či jinak změněné podobě,
  - b) všemi způsoby užití,

- c) v územně a množstevně neomezeném rozsahu, po dobu trvání majetkových práv k dílu.

Je-li předmětem dílčí objednávky také poskytnutí fotografií, textu a jiných děl chráněných autorským zákonem, které bude možné využít samostatně, poskytuje zhotovitel objednateli také licenci dle tohoto odstavce za účelem propagace Olomouckého kraje.

Objednatel není povinen udělenou licenci využít. Odměna zhotovitele, coby autora díla, za poskytnutí licence je součástí ceny za dílo podle čl. IV této smlouvy.

5. Zhotovitel je oprávněn poskytnout výsledek díla jiným osobám než objednateli, pokud není objednatel v dílčí objednávce stanoveno jinak.

## **VII.**

### **Předání díla, vlastnické právo k předmětu díla a nebezpečí škody**

1. Objednatel se zavazuje dílo převzít v případě, že bude předáno bez vad a nedodělků. O předání a převzetí díla zhotovitel sepíše zápis o předání a převzetí díla, ve kterém objednatel prohlásí, zda dílo přejímá či nikoli.
2. Zápis o předání a převzetí díla bude obsahovat:
  - a) označení předmětu díla,
  - b) označení objednatele a zhotovitele,
  - c) číslo dílčí objednávky s odkazem na tuto rámcovou smlouvu a datum jejího uzavření,
  - d) datum zahájení a dokončení prací na díle,
  - e) prohlášení objednatele, že dílo přejímá (nepřejímá),
  - f) datum a místo sepsání zápisu,
  - g) jména a podpisy zástupců objednatele a zhotovitele.
3. Zhotovitel a objednatel jsou oprávněni uvést v zápisu o předání a převzetí díla cokoliv, co budou považovat za nutné.
4. Vlastnické právo k věci, která je předmětem díla, a nebezpečí škody na ní přechází na objednatele dnem převzetí díla objednatel.

## **VIII.**

### **Platební a fakturační podmínky**

1. Úhrada ceny za dílo bude hrazena ve třech splátkách. Zálohová platba ve výši max. 10% ceny za dílo bude uhrazena na základě zálohové faktury vystavené zhotovitelem po uzavření smlouvy na základě dílčí objednávky. Dílčí platba ve výši max. 85% ceny za dílo bude uhrazena na základě faktury vystavené zhotovitelem po předložení znaleckého posudku ve věci posouzení převodních cen služeb zadávaných objednatel formou in-house zhotoviteli na základě dílčí objednávky a zbývající části ceny za dílo na základě faktury vystavené zhotovitelem ke dni uskutečnění zdanitelného plnění doplatku. Úplata za dílo je sjednána v režimu dvou

dílčích plnění ve smyslu § 21 odst. 7 zákona o DPH. Za den uskutečnění prvního dílčího zdanitelného plnění je považován den předložení znaleckého posudku (max 85% ceny díla) a za den uskutečnění druhého dílčího zdanitelného plnění (doplatku) je považován 1. den posledního měsíce kalendářního roku.

2. Podkladem pro úhradu ceny za dílo bude faktura, která bude mít náležitosti daňového dokladu dle zákona o DPH a náležitosti stanovené dalšími obecně závaznými právními předpisy. Faktura musí dále obsahovat:
  - a) číslo dílčí objednávky a rámcové smlouvy objednatele, IČO objednatele,
  - b) předmět smlouvy, tj. text „*zhotovení/realizace apod. ....*“
  - c) označení banky a číslo účtu, na který musí být zapláceno (pokud je číslo účtu odlišné od čísla uvedeného v čl. I odst. 2 této smlouvy, je zhotovitel povinen o této skutečnosti v souladu s čl. II odst. 3 této smlouvy informovat objednatele),
  - d) lhůtu splatnosti faktury,
  - e) označení osoby, která fakturu vyhotovila, včetně jejího podpisu a kontaktního telefonu,
  - f) číslo zápisu o předání a převzetí díla a datum jeho podpisu. Zápis o předání a převzetí díla bude přílohou faktury. Tato náležitost se uvede jen u faktury vystavené zhotovitelem ke dni uskutečnění zdanitelného plnění doplatku.
3. Povinnost zaplatit cenu za dílo (její příslušnou splátku) je splněna dnem odepsání příslušné částky z účtu objednatele.
4. Lhůta splatnosti faktury činí do 30 kalendářních dnů ode dne jejího doručení objednateli. Doručení faktury se provede osobně oproti podpisu zmocněné osoby objednatele nebo doručenkou prostřednictvím provozovatele poštovních služeb.
5. Nebude-li faktura obsahovat některou povinnou nebo dohodnutou náležitost nebo bude chybně vyúčtována cena nebo DPH, je objednatel oprávněn fakturu před uplynutím lhůty splatnosti vrátit druhé smluvní straně k provedení opravy s vyznačením důvodu vrácení. Zhotovitel provede opravu vystavením nové faktury. Vrácením vadné faktury zhotoviteli přestává běžet původní lhůta splatnosti. Nová lhůta splatnosti běží ode dne doručení nové faktury objednateli.
6. Objednatel uplatní institut zvláštního způsobu zajištění daně dle § 109a zákona o DPH a hodnotu plnění odpovídající dani z přidané hodnoty uhradí v termínu splatnosti faktury stanoveném dle smlouvy přímo na osobní depozitní účet zhotovitele vedený u místně příslušného správce daně v případě, že:
  - a) zhotovitel bude ke dni poskytnutí úplaty nebo ke dni uskutečnění zdanitelného plnění zveřejněn v aplikaci „Registr DPH“ jako nespolehlivý plátcce, nebo
  - b) zhotovitel bude ke dni poskytnutí úplaty nebo ke dni uskutečnění zdanitelného plnění v insolvenčním řízení, nebo
  - c) bankovní účet zhotovitele určený k úhradě plnění uvedený na faktuře nebude správcem daně zveřejněn v aplikaci „Registr DPH“.

Tato úhrada bude považována za splnění části závazku odpovídající příslušné výši DPH sjednané jako součást smluvní ceny za předmětné plnění. Objednatel nenese odpovědnost za případné penále a jiné postihy vyměřené či stanovené správcem daně zhotoviteli v souvislosti s potenciálně pozdní úhradou DPH, tj. po datu splatnosti této daně.

## **IX. Práva z vadného plnění**

1. Dílo má vadu, jestliže neodpovídá požadavkům uvedeným v této smlouvě.
2. Objednatel má právo z vadného plnění z vad, které má dílo při převzetí objednatelem, byť se vada projeví až později. Objednatel má právo z vadného plnění také z vad vzniklých po převzetí díla objednatelem, pokud je zhotovitel způsobil porušením své povinnosti. Projeví-li se vada v průběhu 6 měsíců od převzetí díla objednatelem, má se zato, že dílo bylo vadné již při převzetí.
3. Vady díla dle odst. 2 tohoto článku budou zhotovitelem odstraněny bezplatně.
4. Veškeré vady díla je objednatel povinen uplatnit u zhotovitele bez zbytečného odkladu poté, kdy vadu zjistil, a to formou písemného oznámení (na adresu zhotovitele nebo do datové schránky nebo e-mailem), obsahujícím co nejpodrobnější specifikaci zjištěné vady. Objednatel bude vady díla oznamovat na kontaktní údaje uvedené v dílčí objednávce.
5. Objednatel má právo na odstranění vady dodáním nové věci nebo opravou; je-li vadné plnění podstatným porušením smlouvy, má také právo od smlouvy odstoupit. Právo volby plnění má objednatel.
6. Zhotovitel je povinen odstranit vadu díla ve lhůtě stanovené v dílčí objednávce. Pokud nebude v dílčí objednávce lhůta stanovena, pak je povinen odstranit vadu díla nejpozději do 14 dnů od jejího oznámení objednatelem, pokud se smluvní strany v konkrétním případě nedohodnou písemně jinak.
7. Provedenou opravu vady díla zhotovitel objednateli předá písemným protokolem.
8. Zhotovitel je povinen uhradit objednateli škodu, která mu vznikla vadným plněním, a to v plné výši. Zhotovitel rovněž objednateli uhradí náklady vzniklé při uplatňování práv z vadného plnění.

## **X. Sankce**

1. V případě, že zhotovitel neprovede dílo včas, je povinen zaplatit objednateli smluvní pokutu ve výši 0,05% z ceny za dílo bez DPH dle čl. IV odst. 1 této smlouvy, a to za každý započatý den prodlení.
2. Pokud zhotovitel neodstraní vadu díla ve lhůtě stanovené dle čl. IX odst. 6 této smlouvy, je povinen zaplatit objednateli smluvní pokutu ve výši 0,02% z ceny za dílo bez DPH dle čl. IV odst. 1 této smlouvy, a to za každý započatý den prodlení.
3. Pro případ prodlení se zaplacením ceny za dílo sjednávají smluvní strany úrok z prodlení ve výši stanovené občanskoprávními předpisy.
4. Smluvní pokuty se nezapočítávají na náhradu případně vzniklé škody, kterou lze vymáhat samostatně vedle smluvní pokuty, a to v plné výši.

## **XI. Zánik smlouvy**

1. Smluvní strany se dohodly, že smlouva zaniká:
  - a) dohodou smluvních stran.
  - b) uplynutím výpovědní doby dle čl. XIII odst. 2 této smlouvy.
  - c) jednostranným odstoupením od smlouvy pro její podstatné porušení druhou smluvní stranou, přičemž podstatným porušením smlouvy se rozumí zejména:
    - nesplnění podmínek § 11 odst. 1 zákona o zadávání veřejných zakázek,
    - neprovedení díla v době plnění dle čl. V odst. 2 smlouvy,
    - nedodržení pokynu objednatele, platných a účinných právních předpisů nebo technických norem, které se týkají provádění díla,
    - nedodržení smluvních ujednání o právech z vadného plnění,
    - neuhrazení ceny za dílo objednatelem ani po druhé výzvě zhotovitele k uhrazení dlužné částky, přičemž druhá výzva nesmí následovat dříve než 30 dnů po doručení první výzvy.
  
2. Objednatel je dále oprávněn od této smlouvy odstoupit v těchto případech:
  - a) bylo-li příslušným soudem rozhodnuto o tom, že zhotovitel je v úpadku ve smyslu zákona č. 182/2006 Sb., o úpadku a způsobech jeho řešení (insolvenční zákon), ve znění pozdějších předpisů (a to bez ohledu na právní moc tohoto rozhodnutí);
  - b) podá-li zhotovitel sám na sebe insolvenční návrh.
  
3. Pro účely této smlouvy se pod pojmem „bez zbytečného odkladu“ dle § 2002 občanského zákoníku rozumí „nejpozději do 3 týdnů“.

## **XIII. Závěrečná ustanovení**

1. Tato smlouva nabývá účinnosti dnem jejího uveřejnění v registru smluv.
2. Tato smlouva se uzavírá na dobu neurčitou s tříměsíční výpovědní dobou. Počátek výpovědní doby začíná běžet prvním dnem kalendářního měsíce následujícího po dni doručení písemné výpovědi druhé smluvní straně na adresu uvedenou v čl. I této smlouvy.
3. Doplnění nebo změnu této smlouvy lze provádět jen se souhlasem obou smluvních stran, a to pouze formou písemných, postupně číslovaných a takto označených dodatků.
4. Smluvní strany prohlašují, že osoby podepisující tuto smlouvu jsou k tomuto úkonu oprávněny.
5. Zhotovitel nemůže bez souhlasu objednatele postoupit svá práva a povinnosti plynoucí ze smlouvy třetí straně.

6. Smlouva je vyhotovena ve třech stejnopisech s platností originálu, podepsaných oprávněnými zástupci smluvních stran, přičemž objednatel obdrží dvě a zhotovitel jedno její vyhotovení.
7. Smluvní strany se dohodly, že uveřejnění v registru smluv ve smyslu zákona o registru smluv, provede v souladu se zákonem Olomoucký kraj.
8. Nedílnou součástí této smlouvy je Příloha č. 1: Cenová nabídka.
9. Doložka platnosti právního jednání dle § 23 zákona č. 129/2000 Sb., o krajích (krajské zřízení), ve znění pozdějších předpisů: K uzavření této smlouvy má objednatel souhlas Rady Olomouckého kraje udělený usnesením č. UR/94/10/2020 ze dne 1. 6. 2020.

V Olomouci dne: 8. 6. 2020

Za Olomoucký kraj:

V Olomouci dne: 8. 6. 2020

Za Centrálu cestovního ruchu  
Olomouckého kraje, s.r.o.:

---

JUDr. Vladimír Lichnovský,  
uvolněný člen Zastupitelstva  
Olomouckého kraje

---

Mgr. Radek Stojan, jednatel



**Příloha č. 1: Cenová nabídka****Obsah**

|  |    |
|--|----|
| ZÁKLADNÍ INFORMACE O SPOLEČNOSTI .....   | 2  |
| Cenová nabídka aktivit Centrály cestovního ruchu Olomouckého kraje, s.r.o..... | 6  |
| I. Tvorba produktů v cestovním ruchu.....                                      | 7  |
| Cenová nabídka aktivit – I. Tvorba produktů v cestovním ruchu .....            | 8  |
| II. Aktivity podpory prodeje .....   | 9  |
| Cenová nabídka aktivit – II. Aktivity podpory prodeje .....                    | 10 |
| III. Digital Marketing .....   | 11 |
| Cenová nabídka aktivit – III. Online marketing .....                           | 13 |
| IV. Koordinace a osvětová činnost .....  | 14 |
| Cenová nabídka aktivit – IV. Koordinace a osvětová činnost .....               | 15 |
| V. Film Office .....   | 16 |
| Cenová nabídka aktivit – V. Film Office .....                                  | 17 |
| VI. Aktivity Convention .....  | 18 |
| Cenová nabídka aktivit – VI. Aktivity Convetion .....                          | 19 |

## **Základní informace o společnosti**

Zastupitelstvo Olomouckého kraje svým usnesením č. UZ/17/72/2019 ze dne 23. 9. 2019 rozhodlo o založení společnosti Centrála cestovního ruchu Olomouckého kraje, s.r.o. (dále také „CCROK“). Společnost byla následně založena ke dni 1. listopadu 2019. Hlavními důvody pro založení byla tzv. Kategorizace organizací destinačního managementu, kterou v roce 2018 vydalo Ministerstvo pro místní rozvoj ČR ve spolupráci s agenturou CzechTourism, zachování možnosti čerpání finančních prostředků z Národního programu podpory cestovního ruchu v regionech a v neposlední řadě zajištění konkurenceschopnosti vůči ostatním krajům, které již mají obdobné destinační společnosti založené.

Právní forma společnosti byla zvolena na základě doporučení v kategorizaci jako společnost s ručením omezeným. Od samotného počátku bylo zřejmé, že společnost, i když je založena jako obchodní, nebude díky své náplni schopna samostatné existence bez podpory kraje, většina činností společnosti má charakter veřejně prospěšné služby. Z těchto důvodů byla jako nejvhodnější forma financování společnosti vybrána metoda IN-HOUSE zadávání zakázek. Z tohoto důvodu je pro zajištění financování společnosti pro rok 2020, ale i v následujících letech navrženo uzavření Rámcové smlouvy mezi CCROK a Olomouckým krajem (dále také „OK“), kde budou přesně vydefinovány aktivity, které CCROK dle odsouhlaseného a auditorskou společností ověřeného ceníku bude, na základě dílčích objednávek, pro Olomoucký kraj zajišťovat.

Hlavním cílem CCROK je koordinace a řízení aktivit cestovního ruchu v Olomouckém kraji a to jak ve vztahu k samotným turistickým oblastem a jednotlivým aktérům v cestovním ruchu, tak i k nadřazeným subjektům působícím na celorepublikové úrovni jako je Česká centrála cestovního ruchu - CzechTourism. Přesné rozdělení kompetencí mezi oddělením cestovního ruchu a vnějších vztahů KÚOK, CCROK a dalšími aktéry v cestovním ruchu bylo vydefinováno během jednání před založením CCROK a budou také uvedeny v Programu rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2021 až 2027.

Samotná činnost CCROK zahrnuje veškeré aktivity související s „destinačním managementem“ a „destinačním marketingem“, jehož cílem je efektivní rozvoj a řízení cestovního ruchu v regionu a také zajišťování a koordinace marketingových aktivit na domácím i zahraničním trhu.

Aktivity CCROK jsou dle výše uvedených principů rozděleny do několika základních pilířů:

**I. Tvorba produktů v CR** – dlouhodobým cílem je příprava a následná tvorba produktů a produktových balíčků cestovního ruchu v turistickém regionu Střední Morava a Jeseníky na celokrajské úrovni. Maximální důraz při tvorbě produktů je kladen na dlouhodobou udržitelnost a reálné uplatnění na trhu cestovního ruchu. Nově vzniklé produkty mají představovat/reflektovat „hlavní atraktivity“ (tzv. Unique Selling Points) a z toho vyplývající hlavní motivy k návštěvě kraje.

Tvorbou nových produktů/produktových řad CCROK reaguje a navazuje na celorepublikové kampaně realizované agenturou CzechTourism a zároveň tak zdůrazňuje a propaguje nejzajímavější atraktivity v našem kraji. Dochází tak k maximálnímu propojení republikové kampaně s konkrétními produkty v našem kraji, které dále prostupují do jednotlivých turistických oblastí.

Součástí produktů jsou zároveň méně známé a doposud ne zcela objevené atraktivity, které, díky produktovému propojení s atraktivitami s vyšší návštěvností, využívají jejich návštěvnického potenciálu a dochází tak k rovnoměrnějšímu rozložení návštěvnosti v rámci celého kraje.

**II. Podpora prodeje** – aktivity soustřeďující se na propagaci produktů cestovního ruchu a podporu zájmu o návštěvu turistického regionu Střední Morava a Jeseníky respektive atraktivit, které se v kraji nabízejí. Hlavním motivem k návštěvě (vyvoláním zájmu) mají být zejména vzniklé produkty v cestovním ruchu (viz výše).

Aktivity podpory prodeje jsou rovněž zaměřené na posílení všeobecného povědomí, jak u široké veřejnosti, tak zejména u tzv. odborníků v cestovním ruchu, které představují novináři, travel blogeři, influenceři a zástupci cestovních kanceláří, kteří prostřednictvím svých činností napomáhají ke zvýšení zájmu o návštěvu celého kraje. Veškeré aktivity jsou plánovány ve spolupráci se zástupci Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu a Střední Morava – Sdružení cestovního ruchu (dále také „J-SCR a SM-SCR“), kdy CCROK se orientuje nejen na domácí návštěvníky, ale také na zahraniční návštěvníky (vytipované potenciální zdrojové trhy) a to i s ohledem na spolupráci s agenturou CzechTourism.

**III. On-line marketing** – v současné době představuje jeden z nejdůležitějších a nejintenzivnějších propagačních nástrojů s jasně měřitelným efektem vynaložených prostředků. Cílem CCROK je neustálý rozvoj oficiálního turistického portálu Olomouckého kraje [www.ok-tourism.cz](http://www.ok-tourism.cz) tak, aby byl i nadále konkurenceschopný vůči portálům ostatních turistických regionů a zahraničním portálům obdobných destinací. Zároveň budou realizovány různé kampaně a produktové microsite, bude neustále spravován a rozvíjen oficiální facebookový profil Olomoucký kraj tourism, instagramový profil [olomoucky\\_kraj\\_tourism](https://www.instagram.com/olomoucky_kraj_tourism) a nově založený YouTube kanál. Všechny tyto aktivity budou zvyšovat image kraje jako turisticky atraktivní destinace.

**IV. Osvětová činnost** – CCROK bude koordinovat aktivity cestovního ruchu v OK prostřednictvím pravidelných jednání pracovní skupiny ředitele CCROK složené z odpovědných zástupců důležitých aktérů cestovního ruchu v kraji a to min. 3x ročně (v prvním roce činnosti). Koordinace s celorepublikovými aktivitami realizovanými CzechTourism a jednotlivými zahraničními zastoupeními je řešena prostřednictvím tzv. setkání koordinátorů CzT a to min. 2x ročně.

Dále společnost bude realizovat pravidelná setkání se zástupci J-SCR a SM-SCR, kde budou tvořeny a rozvíjeny produkty v CR (celokrajské i oblastní) včetně přípravy rozšířeného marketingového mixu – aktivit podpory prodeje. V neposlední řadě bude CCROK proškolovat aktéry v CR (především zástupce TIC) v požadovaných dovednostech (např. on-line marketing) a také se bude zabývat měřením výkonu cestovního ruchu v turistických regionech Střední Morava a Jeseníky včetně zpracování statistických dat o návštěvnosti.

**V. Film Office** – aktivity tzv. „filmové kanceláře“ jsou zaměřeny na podporu turistického regionu Střední Morava a Jeseníky jako zajímavé filmové destinace, kdy na straně nabídky dochází k přímé komunikaci s vlastníky vhodných lokalit či objektů vhodných k natáčení a na straně poptávky probíhá jednání s lokačními manažery a filmovými producenty se zájmem realizovat své záměry v kraji. Filmová kancelář zároveň slouží jako „servisní organizace“ pro produkční štáby při přípravě a realizace filmových děl v OK.

**VI. Aktivity Convention** – zahrnují jednak propagační aktivity prezentující Střední Moravu a Jeseníky jako lokalitu vhodnou pro pořádání MICE akcí (meetings & incentive & conference & events). A dále mohou obsahovat přípravu tzv. bidu – zpracování konkrétních nabídek pro PCO (Professional Congress Organizors) k organizaci akce v kraji. Zpracování nabídek zahrnuje také jednání s konkrétními poskytovateli služeb a koordinaci celé akce.

**Vlastní projektová činnost:**

V období 2020 až 2021 se předpokládá, že CCROK bude realizovat vlastní marketingové projekty z Národního programu na podporu cestovního ruchu v regionech a případně další projekty v rámci operačních programů EU.

Nicméně se dá předpokládat, že veškeré plánované aktivity případných projektů budou realizovány až od roku 2021, a proto není jejich dopad promítnut do rozpočtu CCROK v roce 2020.

**Cenová nabídka aktivit krajské destinační společnosti Centrála cestovního ruchu Olomouckého kraje, s.r.o.**

| <b>Pilíř</b>                                | <b>Popis aktivity</b>  | <b>Částka bez DPH</b> | <b>%</b> |
|---|--|-----------------------|----------|
| <b>I.<br/>Tvorba produktů v CR</b>          | Zahrnuje vytvoření celokrajských stěžejních produktů, které budou dále rozvíjet hlavní marketingová témata CzechTourism  | 1 220 000 Kč          | 18%      |
| <b>II.<br/>Podpora prodeje</b>              | Obsahuje veškeré aktivity k podpoře prodeje produktů a komunikačních témat celého turistického regionu Střední Morava a Jeseníky (zejména aktivity B2C)  | 2 252 000 Kč          | 33%      |
| <b>III.<br/>On-line marketing</b>           | Aktivity související s provozem oficiálního turistického portálu <a href="http://www.ok-tourism.cz">www.ok-tourism.cz</a> , sociálních sítí a realizace on-line kampaní (přitažlivý design, moderní prvky, aktuální obsah) | 2 252 000 Kč          | 33%      |
| <b>IV.<br/>Konceptní a osvětová činnost</b> | Průběžné vzdělávání aktérů v cestovním ruchu v turistickém regionu Střední Morava a Jeseníky zahrnující také měření výkonu cestovního ruchu - marketingové analýzy a přípravu strategických dokumentů                      | 760 000 Kč            | 11%      |
| <b>V.<br/>Film Office</b>                   | Provoz filmové kanceláře s cílem propagovat turistický region Střední Morava a Jeseníky jako destinaci vhodnou pro realizaci různých filmových projektů a se zajištěním servisu pro potenciální produkce                   | 188 000 Kč            | 3%       |
| <b>VI.<br/>Aktivity Convention</b>          | Zahrnuje aktivity propagující Střední Moravu a Jeseníky jako destinaci vhodnou pro pořádání velkých MICE akcí  | 188 000 Kč            | 3%       |
| <b>Podíl komerčních aktivit</b>             | <i>Maximální možný podíl vlastní komerční činnosti s ohledem na objem financí realizován v rámci IN-HOUSE zadávání zakázek</i>   | 1 372 000 Kč          |          |
| <b>Celkem bez DPH</b>                       |  | 6 860 000 Kč          | 100%     |
| <b>Celkem s DPH</b>                         | Platná sazba DPH (21%)   | 8 300 600 Kč          |          |
| <b>Samotné DPH</b>                          |  | 1 440 600 Kč          |          |

## **I. Tvorba produktů v cestovním ruchu**

Tvorba produktů a produktových balíčků cestovního ruchu probíhá prostřednictvím intenzivní spolupráce se zainteresovanými partnery a se zástupci jednotlivých turistických oblastí. Základním předpokladem je, aby samotné produkty a následné balíčky byly dlouhodobě udržitelné a obchodovatelné na trhu cestovního ruchu zejména pro individuální klientelu. Nově vzniklé produkty mají představovat / reflektovat „hlavní motivy“ – USP, k návštěvě Olomouckého kraje a jeho turistických oblastí Střední Morava a Jeseníky.

Produktové portfolio turistických oblastí Střední Morava a Jeseníky bylo stanoveno na základě nabídky uvedených oblastí a také s ohledem na hlavní cílové skupiny návštěvníků. Vybrané produkty navazují také na produktovou řadu agentury CzechTourism (dále také „CZT“). Díky tomu bude zajištěna synergie vzájemných aktivit CCROK a CZT především ve vazbě na klíčové zahraniční trhy. Produktové portfolio je rozděleno na 4 základní řady:

1. Kulturní turismus
2. Aktivní turismus
3. Lázeňství a zdravotní turismus
4. MICE

Jednotlivé produktové řady a jejich prioritizace budou realizovány s přihlédnutím na specifickou nabídku turistických oblastí Střední Morava a Jeseníky. Cílem CCROK je stanovené produkty neustále rozvíjet, doplňovat a obohacovat o různé další aktivity a služby včetně marketingové podpory eventů.

### **ČINNOSTI:**

- Koordinace, tvorba a případně inovace jednotlivých produktů především po stránce obsahové a přeneseně také z pohledu infrastrukturálního tak, aby splňovaly současné požadavky jak domácích, tak zahraničních návštěvníků.

*Zahrnuje jednání s J-SCR a SM-SCR a samotnými zapojenými subjekty pro stanovení vyhovujících podmínek pro tvorbu kvalitních produktů (např. i z pohledu dotační podpory ze strany OK vůči jednotlivým subjektům, poradenství jednotlivým subjektům pro zajištění požadované kvality samotného produktu resp. jeho provozovatelů či majitelů).*

- Zajištění kvalitního obsahu vybraných produktů

*Vytvoření kreativního konceptu, zajištění textových a grafických podkladů, copywritingu, fotografií a natočení spotů, aktualizace a inovace webových prezentací jednotlivých produktů, tvorba jazykových mutací, atd.*

### **VÝSTUPY:**

Fungující produkty cestovního ruchu z území turistických oblastí Střední Morava a Jeseníky a vytvoření exkluzivní nabídky včetně kvalitního obsahu.

**INDIKÁTORY:** Zvýšená návštěvnost zapojených atraktivit, počet oslovených potenciálních návštěvníků, počet zapojených subjektů.

## Cenová nabídka aktivit – I. Tvorba produktů v cestovním ruchu

| <b>PILÍŘ</b>                   | <b>NÁZEV AKTIVITY</b>                                   | <b>POPIS AKTIVITY</b>                            | <b>VÝSTUP</b>                | <b>KONVERZNÍ INDIKÁTOR</b>                 | <b>TERMÍN REALIZACE</b> | <b>FINÁLNÍ CENA AKTIVITY bez DPH</b> |
|--------------------------------|---|--|------------------------------|--|-------------------------|--------------------------------------|
| <b>I. Tvorba produktů v CR</b> | Produkty turistických oblastí Střední Morava a Jeseníky | Rozvoj a inovace produktů cestovního ruchu       | Fungující produkty           | Zvýšená návštěvnost zapojených atraktivit  | 2020                    | 500 000 Kč                           |
|                                |   | Zajištění kvalitního obsahu stanovených produktů | Vytvoření exkluzivní nabídky | Počet oslovených potenciálních návštěvníků | 2020                    | 720 000 Kč                           |
|                                | <b>CELKEM</b>   |  |                              |  |                         | <b>1 220 000 Kč</b>                  |



## **II. Podpora prodeje**

Aktivity podpory prodeje zahrnují veškeré propagační aktivity CCROK na vytipovaných zdrojových trzích. Tyto trhy jsou vydefinovány na základě strategických dokumentů Olomouckého kraje v oblasti cestovního ruchu, dle podrobných marketingových analýz CzechTourism a ze statistik Českého statistického úřadu. Aktivity byly rovněž plánovány na základě konzultací se zástupci SM-SCR a J-SCR.

ČINNOSTI: (podrobně viz tabulka Aktivity)

Realizace kampaní – dílčích propagačních akcí na konkrétním zvoleném trhu a s daným propagačním tématem ve spolupráci s CzechTourism.

*Vedení celé agendy kampaně včetně zvolení správného tématu pro vybraný trh, zajištění vhodného obsahu včetně fotografií od zainteresovaných partnerů a vytvoření závěrečného vyhodnocení a dopadů kampaně.*

Zajištění prezentace turistického regionu Střední Morava a Jeseníky na vytipovaných prezentačních akcích, veletrzích a výstavách v cestovním ruchu a to jak domácích, tak zahraničních s orientací na B2C i B2B segment.

*Vedení celé agendy veškerých aktivit od vytipování vhodné akce, administraci, správu objednávek až po závěrečnou fakturaci a personální zabezpečení včetně následného follow-up získaných kontaktů a vedení obchodní komunikace.*

Spolupráce na realizaci odborných tripů pro vytipované novináře, producenty tematických pořadů, travel influencery či zástupce cestovních kanceláří, které jsou zaměřeny na představení produktové nabídky regionu a představení nejzajímavějších (tematicky vytipovaných) atraktivit.

- *Spolupráce na přípravě programů jednotlivých tripů včetně zařízení a administrace veškerých služeb a personálního zabezpečení jako samotného doprovodu/ tlumočení/vedení skupinky.*

Realizace inzerce ve vytipovaných zahraničních i tuzemských médiích zaměřených na podporu konkrétní produktové řady s cílem budování všeobecného povědomí o dané značce.

- *Zahrnuje výběr vhodného média, finální zpracování obsahu a grafiky samotného článku, inzerátu včetně dodání fotografií a případného zajištění překladu a celkovou administraci včetně objednávkového řízení a fakturace.*

Zajištění outdoorové reklamy v podobě realizace billboardů, posterů, citylightů na vybraných cílových trzích ve zvolených lokalitách s cílem propagovat danou produktovou nabídku.

Realizace vydávání propagačních tiskovin na podporu návštěvnosti kraje.

Zajištění informovanosti odborné i laické veřejnosti o aktivitách CCROK - spolupráce s novináři, osvěta činností souvisejících s destinačním managementem a průběžné zveřejňování pozitivních přínosů cestovního ruchu včetně ekonomického dopadu.

### **VÝSTUPY:**

Průběžné zvyšování počtu návštěvníků dle HUZ a postupné prodloužení délky jejich pobytu.

Počet zrealizovaných článků o turistickém regionu Střední Morava a Jeseníky v zahraničních i tuzemských periodikách včetně sledování dosahů.

## Cenová nabídka aktivit – II. Aktivity podpory prodeje

| PILÍŘ                           | NÁZEV AKTIVITY              | POPIS AKTIVITY   | VÝSTUP              | KONVERZNÍ INDIKÁTOR   | TERMÍN REALIZACE | FINÁLNÍ CENA AKTIVITY bez DPH |
|---------------------------------|-----------------------------|--|---------------------|---|------------------|-------------------------------|
| II.<br>Aktivity podpory prodeje | Kampaně                     | Realizace vlastních a spoluúčast na realizovaných kampaních CzechTourism na vytipovaných cílových trzích (zahrnuje zakoupení mediálního prostoru + tvorbu obsahu a koordinaci)                                   | Realizace kampaně   | Počet oslovených potenciálních návštěvníků (měření visibility + CPC)      | 2020             | 500 000 Kč                    |
|                                 | Prezentační akce a veletrhy | Zajištění účasti na prezentačních akcích a vytipovaných veletrzích a výstavách v cestovním ruchu (zahrnuje zakoupení prezentační plochy + pronájem expozičního zařízení + přípravu obsahu a grafiky, koordinaci) | Účast na akci       | Počet oslovených návštěvníků akcí   | 2020             | 500 000 Kč                    |
|                                 | Press Tripy                 | Realizace Social Media Trip / Fam Trip / Press Trip – speciálních poznávacích odborných tripů pro vytipované subjekty s cílem propagovat nabídku turistického regionu Střední Morava a Jeseníky                  | Organizace akce     | Počet zrealizovaných tripů, účastnících se subjektů, zveřejněných výstupů | 2020             | 100 000 Kč                    |
|                                 | Inzerce                     | Realizace inzerce (propagačních článků) s vytipovanou nabídkou turist. regionu Střední Morava a Jeseníky ve vybraných tištěných médiích a vybraných zdrojových trzích  | Realizace inzerce   | Počet realizovaných výstupů (měření visibility + CPC)                     | 2020             | 500 000 Kč                    |
|                                 | Outdoor reklama             | Realizace outdoorových reklamních kampaní ve vytipovaných lokalitách (zdrojových trzích)   | Realizace akce      | Měření visibility + CPC   | 2020             | 350 000 Kč                    |
|                                 | Tiskoviny                   | Vydávání tematických propagačních tiskovin   | Propagační materiál | Počet vydaných výtisků  | 2020             | 250 000 Kč                    |
|                                 | Self Promo                  | Zajištění propagace výstupů činností CCROK ve vybraných médiích  | Počet článků        | Měření visibility + CPC   | 2020             | 52 000 Kč                     |
|                                 | <b>CELKEM</b>               |  |                     |   |                  | <b>2 252 000 Kč</b>           |

### **III. On-line marketing**

Zajištění on-line marketingu představuje obsahovou správu a rozvoj oficiálního turistického portálu Olomouckého kraje pod doménou www.ok-tourism.cz včetně tvorby veškerých microsite a realizace všech kampaní na podporu návštěvnosti portálu. Rovněž bude zajištěna správa, rozvoj a podpor dosahu všech sociálních sítí. V neposlední řadě dojde k vytvoření a správě korporátního portálu CCROK pod doménou www.centralaok.cz.

#### **ČINNOSTI:**

##### **Běžná redakční práce (kompletní správa obsahu):**

- Vkládání POI, novinek a eventů na základě podnětů ze strany turistických informačních center (dále také „TIC“), subjektů, manažerů oblastí.
- Tvorba textů a jejich postupná aktualizace.
- Filtrování a úprava fotografií včetně správy interní fotobanky (příprava výběrů fotografií na základě požadavků zahraničního zastoupení CZT, oddělení KÚ, novinářů, ...).
- Příprava podkladů pro překlady textů, realizace samotných překladů, komunikace s překladateli, výběr vhodných překladatelů.
- Komunikace se subjekty (zejména TIC) při vkládání eventů, POI, novinek, speciálních nabídek.
- Kontrola a doplnění databáze POI (vždy před příslušnou sezónou jsou aktualizovány kontaktní údaje a údaje o otevírací době).
- Implementace fotografií, videí, mobilních aplikací a dalšího multimediálního obsahu na portál.
- Implementace výletů na portál.
- Komunikace s klienty portálu (prostřednictvím Facebook messengeru, odpovědí ve vláknech FB).
- Správa domén (administrace, komunikace s poskytovatelem, přesměrování, tvorba domén 3. řádu).

##### **Kampaně a produkty:**

- Příprava kampaňových a produktových microsites na základě konzultace s vybranými partnerskými subjekty.
- Příprava podkladů pro realizátora kampaně (brief, výběr reklamní plochy, texty, fotografie).
- Konzultace kampaní s dodavatelem, korekce.
- Příprava podkladů pro kampaň (pokud realizuje CCROK).
- Administrace (kontrola provedené práce, vyúčtování, fakturace).
- Příprava a vyhodnocení soutěží.

##### **Technická podpora a rozvoj portálu:**

- Komunikace s dodavatelem systému - reportování závad, nedostatků, možností rozvoje (prostřednictvím mailu, helpdesku nebo telefonu).
- Pravidelné osobní konzultace s dodavatelem systému.
- Rozvoj nových funkcionalit, průběžné testování a monitoring systému.
- Administrace (kontrola provedené práce, vyúčtování, fakturace).
- Benchmarking.
- Komunikace s poskytovateli externích modulů (počasí, sněhové podmínky, webkamery apod).
- Příprava feedů a exportů pro partnery.

- Konzultace SEO.

**Reporting / měření on-line výstupů:**

- Zpracovávání pravidelných reportů (reporty Facebook, Instagram, reporty Google Analytics).
- Příprava podkladů pro měření výkonu cestovního ruchu.
- Konzultace a testování funkcionalit zaměřených na měření.
- Měření trafficu s cílem optimalizovat nastavení portálu.

**VÝSTUPY:**

Plnohodnotně fungující portál cestovního ruchu s atraktivním designem, nadčasovými funkcionalitami a aktuálním kompletním obsahem doplněným image fotografiemi a videi.

Profily na sociálních sítích s neustále rostoucím počtem fanoušků – Facebook, Instagram, YouTube.

## Cenová nabídka aktivit – III. Online marketing

| PILÍŘ                    | NÁZEV AKTIVITY                     | POPIS AKTIVITY   | VÝSTUP  | KONVERZNÍ INDIKÁTOR  | TERMÍN REALIZACE | FINÁLNÍ CENA AKTIVITY bez DPH |
|--------------------------|------------------------------------|--|---|--|------------------|-------------------------------|
| III. On - line marketing | Běžná redakční práce               | Průběžná kontrola a aktualizace obsahu POI, správa events, kalendáře, správa novinek.<br><br>Překlady textů pro portál, autorský text, copywriting, SEO. | Aktuální obsah portálu                            | Návštěvnost portálu  | 2020             | 400 000 Kč                    |
|                          | Kampaně a produkty                 | Kampaně PPC, Google, FB, Instagram a další mediální plochy   | Fungující kampaňové microsite vč. sociálních sítí | Zvyšující se počet návštěvníků kampaňových microsite včetně profilu na sociálních sítích | 2020             | 1 300 000 Kč                  |
|                          | Technická podpora a rozvoj portálu | Technická a systémová podpora včetně správy, vytvoření korporátního webu CCROK   | Plně fungující portál Střední Morava a Jeseníky   |  | 2020             | 300 000 Kč                    |
|                          | Reporting / měření on-line výstupů | Analytika FB/Instagram, generátor QR, modul Survio, modul Renio, responzivita, rozesílání NLT  |   |  | 2020             | 252 000 Kč                    |
|                          | <b>CELKEM</b>                      |  |   |  |                  |                               |

#### **IV. Konceptní a osvětová činnost**

Konceptní a osvětová činnost zahrnuje koordinaci aktivit cestovního ruchu napříč krajem na všech úrovních s cílem zajistit vyrovnanou odbornou a profesní úroveň zainteresovaných subjektů, což by všeobecně mělo vést k jednotnému marketingu celé destinace i samotných oblastí. Jednou z hlavních aktivit bude také zpracování Marketingové strategie cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2021 – 2024. Nedílnou součástí je taktéž osvěta na poli přínosu cestovního ruchu, kdy je snahou veškeré aktivity CCROK podložit ekonomickým dopadem a prokázat tak jejich efektivnost, účelnost a účinnost (princip 3E).

#### **Činnosti:**

- Realizace jednání poradní skupiny ředitele CCROK složené ze zástupců zásadních aktérů cestovního ruchu z veřejného, neziskového i podnikatelského sektoru v ČR s cílem zajištění přenosu informací a důkladné koordinace všech aktivit.  
*Organizace samotných jednání, přes výběr prostor, zajištění veškerých služeb a přípravu programové náplně a zajištění výstupů z jednání.*
- Kompletní realizace produktových workshopů učených pro zainteresované subjekty (zástupce atraktivit) i manažery turistických oblastí s cílem vytvoření kvalitních produktů.  
*Organizační zajištění samotných workshopů včetně celkového projekt management produktových workshopů.*
- Příprava a realizace odborných školení na zvolené/požadované téma pro všechny aktéry v ČR včetně samotné školitelské a konzultační činnosti.  
*Kompletní realizace samotných školících bloků.*
- Realizace study tours (poznávací pracovní cesta s cílem získat zkušenosti od zapojených partnerů) pro zástupce CCROK po významných či do produktů zapojených atraktivitách s ohledem na aktuální produktové řady..  
*Příprava a realizace samotné study tour.*
- Zajištění průběžného měření výkonu cestovního ruchu – ekonomického přínosu pro OK, vyhodnocování statistických dat z ČSÚ, jejich interpretace a dlouhodobé sledování trendů v čase.  
*Realizace ve spolupráci s OdCRVV KÚOK, J-SCR, SM-SCR a CZT.*
- Zajištění vytvoření korporátního designu CCROK
- Zpracování odborného analyticko-strategického dokumentu včetně zpracování studií, ekonomických propočtů a zpracování akčního plánu.

## Cenová nabídka aktivit – IV. Konceptční a osvětová činnost

| PILÍŘ                               | NÁZEV AKTIVITY                 | POPIS AKTIVITY  | VÝSTUP                      | KONVERZNÍ INDIKÁTOR                                     | TERMÍN REALIZACE | FINÁLNÍ CENA AKTIVITY bez DPH |
|-------------------------------------|--------------------------------|---|-----------------------------|---|------------------|-------------------------------|
| IV.<br>Konceptní a osvětová činnost | Koordinace aktivit             | Spoluúčast a organizace jednání poradní skupiny a koordinátorů CZT                      | Účast na jednáních          | Počet realizovaných jednání                             | 2020             | 30 000 Kč                     |
|                                     | Produktové workshopy           | Organizace workshopů a školení pro pracovníky v CR                                      | Realizace workshopů         | Počet realizovaných workshopů                           | 2020             | 100 000 Kč                    |
|                                     | Study Tours                    | Organizace study tours pro pracovníky CCROK   | Realizace akce              | Počet zapojených partnerů                               | 2020             | 20 000 Kč                     |
|                                     | Měření výkonu CR               | Realizace a vyhodnocování statistických šetření, tvorba Fact Sheet (grafika + produkce) | Statistika výkonu CR        | Oficiální výstupy (prostřednictvím TZ) o výkonu CR v OK | 2020             | 140 000 Kč                    |
|                                     | Zpracování studií či strategií | Marketingová strategie cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2021 – 2024         | Vytvořená studie /strategie | Vytvoření požadovaného dokumentu                        | 2020             | 400 000 Kč                    |
|                                     | Korporátní design              | Zajištění vytvoření korporátního designu CCROK  | Vytvořená vizuální identita | Vytvoření korporátního designu                          | 2020             | 70 000 Kč                     |
|                                     | <b>CELKEM</b>                  |   |                             |   |                  | <b>760 000 Kč</b>             |

## **V. Film Office**

Na území OK realizovalo aktivity filmové kanceláře doposud J-SCR prostřednictvím Jeseníky Film Office. V průběhu roku 2020 v souladu se schválenými aktivitami tuto agendu převezme CCROK prostřednictvím své Central Moravia & Jeseníky Film Office, která bude zajišťovat a koordinovat území celého kraje. Při své činnosti bude spolupracovat se Státním fondem kinematografie.

K zajištění systémové podpory filmových projektů vyhlašuje OK dotační titul „Podpora kinematografie v Olomouckém kraji“. Předpokládá se, že na servisní části pro realizaci konkrétních podpořených projektů bude spolupracovat právě Central Moravia & Jeseníky Film Office.

### Činnosti:

- Kompletní zpracovávání konkrétních nabídek na poptávky ze strany lokačních manažerů a filmových produkcí – zajištění komunikace mezi vlastníky vhodných objektů, lokalit a lokačními manažery.  
*Zajištění celkové komunikace a zabezpečení případné účasti v poptávkovém řízení.*
- Vedení databáze agendy vhodných lokalit či destinací k natáčení včetně podmínek jejich využití a kontaktních údajů na majitele, provozovatele.  
*Vedení jednání s majiteli a zajištění odpovídající prezentačních podkladů vhodných pro filmový průmysl.*
- Zajištění webové prezentace Film office  
*Vytvoření, průběžná správa a aktualizace microsite včetně zajištění a pořízení plánů lokací, fotografií a videí.*
- Účast na specializovaných prezentačních akcích určených pro lokační manažery a filmové produkce s cílem prezentovat nabídku filmových možností v turistickém regionu Střední Morava a Jeseníky.  
*Vedení celé agendy veškerých aktivit od vytipování vhodné akce, administrace, správy objednávek po závěrečnou fakturaci, personální zabezpečení obsluhy veletrhu a samotné dílčí prezentace.*

### Výstupy:

- Plně fungující vedení aktivit film office pro Olomoucký kraj.
- Fungující microsite s aktuálním obsahem, vytvořena databáze lokačních manažerů a filmových produktů, vedení agendy jednání s potenciálními zájemci, spolupráce při definování pravidel dotačního titulu na podporu kinematografie v OK.



## Cenová nabídka aktivit – V. Film Office

| PILÍŘ                | NÁZEV AKTIVITY                          | POPIS AKTIVITY   | VÝSTUP                | KONVERZNÍ INDIKÁTOR                                      | TERMÍN REALIZACE | FINÁLNÍ CENA AKTIVITY bez DPH |
|----------------------|---|--|-----------------------|--|------------------|-------------------------------|
| V.<br>Film<br>Office | Korporátní design a pořízení fotografií | Zajištění vytvoření korporátního designu a pořízení fotografií k vytipovaným či poptávaným filmovým lokacím                                  | Fungující Film Office | Počet fotografií filmových lokací                        | 2020             | 60 000 Kč                     |
|                      | IT služby +překlady textů               | Vytvoření webu Film office (housing, maintanace, programování nových modulů, grafické úpravy, vytváření textů) + překlady obsahu webu do AJ) | Portál Film Office    | Fungující a aktuální portál Film Office                  | 2020             | 50 000 Kč                     |
|                      | Sociální sítě                           | Reklama na sociálních sítích, konzultace obsahu soc. sítí  | Promo                 | Počet oslovených návštěvníků portálu                     | 2020             | 18 000 Kč                     |
|                      | Prezentační akce                        | Účast na odborných workshopech, festivalech a dalších prezentačních akcích   | Účast na akci         | Počet oslovených lokačních manažerů a filmových produkcí | 2020             | 60 000 Kč                     |
|                      | <b>CELKEM</b>                           |  |                       |  |                  | <b>188 000 Kč</b>             |

## **VI. Aktivity Convention**

Aktivity convention na území OK mělo ve své gesci SM-SCR, které realizovalo propagační aktivity pod hlavičkou „Central Moravia & Jeseníky Convention Bureau“ s cílem propagovat Střední Moravu a Jeseníky jako zajímavou kongresovou destinaci. V průběhu roku 2020 v souladu se schválenými aktivitami tuto agendu převezme CCROK, která bude navazovat na realizované aktivity a zajistí jejich přesah na celé území Olomouckého kraje. Při své činnosti bude spolupracovat s Czech Convention Bureau působícím v rámci agentury CzechTourism .

### Činnosti:

- Vedení databáze vhodných lokalit či destinací pro segment MICE.  
*Vedení jednání s majiteli a zajištění odpovídající prezentačních podkladů vhodných pro segment MICE.*
- Zajištění webové prezentace Convention Bureau  
*Vytvoření, průběžná správa a aktualizace microsite včetně zajištění obsahové náplně, fotografií a videí.*
- Účast na odborných workshopech, a dalších prezentačních akcí pro PCO (Professional Congress Organizers) s cílem představení OK jako zajímavé MICE destinace.  
*Vedení celé agendy veškerých aktivit od vytipování vhodné akce, administrace od správy objednávek po závěrečnou fakturaci, personální zabezpečení obsluhy veletrhu a samotné dílčí prezentace.*
- Kompletní zpracovávání konkrétních nabídek na poptávky PCO (Professional Congress Organizers).  
*Zajištění celkové komunikace a zabezpečení případné účasti v poptávkovém řízení.*

### Výstupy:

- Plně fungující vedení aktivit Convention Bureau pro Olomoucký kraj.
- Fungující web s aktuálním obsahem, aktualizace databáze, vedení agendy jednání s potenciálními zájemci

## Cenová nabídka aktivit – VI. Aktivity Convention

| PILÍŘ                         | NÁZEV AKTIVITY                                       | POPIS AKTIVITY  | VÝSTUP                      | KONVERZNÍ INDIKÁTOR                                      | TERMÍN REALIZACE | FINÁLNÍ CENA AKTIVITY bez DPH |
|-------------------------------|--|---|-----------------------------|--|------------------|-------------------------------|
| VI.<br>Aktivity<br>Convention | Korporátní design a vedení databáze vhodných lokalit | Pořízení prezentačních podkladů pro MICE segment a zajištění aktualizace korporátního designu   | Fungující Convention Bureau | Počet fotografií MICE lokací                             | 2020             | 60 000 Kč                     |
|                               | IT služby +překlady textů                            | Aktualizace webu Convention Bureau (housing, maintanace, programování nových modulů, grafické úpravy, vytváření textů) + překlady obsahu webu do AJ)          | Portál Convention Bureau    | Fungující a aktuální portál Convention Bureau            | 2020             | 50 000 Kč                     |
|                               | Sociální sítě  | Reklama na sociálních sítích, konzultace obsahu soc. sítí   | Promo                       | Počet oslovených návštěvníků portálu                     | 2020             | 18 000 Kč                     |
|                               | Prezentační akce                                     | Účast na odborných workshopech, a dalších prezentačních akcí pro PCO (Proffessional Congress Organizers) s cílem představení OK jaké zajímavé MICE destinace. | Účast na akci               | Počet oslovených PCO (Proffessional Congress Organizers) | 2020             | 60 000 Kč                     |
|                               | <b>CELKEM</b>  |   |                             |  |                  | <b>188 000 Kč</b>             |