



KUMSP00TWITF

MORAVSKOSLEZSKÝ KRAJ - KRAJSKÝ ÚŘAD		
ČÍSLO SMLOUVY (DODÁTKU) -1-		
04300 poř. číslo	2014 rok	RPC zkt. odb.

RÁMCOVÁ SMLOUVA O SPOLUPRÁCI PŘI REALIZACI NĚKTERÝCH ČINNOSTÍ REGIONÁLNÍHO ROZVOJE MORAVSKOSLEZSKÉHO KRAJE

I. Smluvní strany

1. Moravskoslezský kraj

se sídlem: 28. října 117, 702 18 Ostrava
zastoupen: prof. Ing. Ivo Vondrákem, CSc., hejtmanem kraje

IČ: 70890692
DIČ: CZ70890692
Bankovní spojení: Česká spořitelna, a. s.
Číslo účtu: 27-1650676349/0800

(dále jen „objednatel“)

a

2. Moravian-Silesian Tourism, s.r.o.

se sídlem: Vítkovická 3335/15, Moravská Ostrava, 702 00 Ostrava
Zastoupena: Mgr. Martinem Radvanem, LL.M., jednatelem

IČ: 02995832
DIČ: CZ02995832
Bankovní spojení: UniCredit Bank.
Číslo účtu: 2110083360/2700

Zapsána v obchodním rejstříku vedeném Krajským soudem v Ostravě, oddíl C, vložka 59059

(dále jen „zhotovitel“)

II. Základní ustanovení

1. Tato smlouva je uzavřena dle § 1746 odst. 2 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník (dále jen „občanský zákoník“); práva a povinnosti 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 veřejných zakázkách, 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 investičních příležitostí, inovací a podnikání v Moravskoslezském kraji a realizace Strategie rozvoje Moravskoslezského kraje.

IV.

Cena za dílo

1. Cena za dílo bude stanovena v jednotlivých dílčích objednávkách dle ceníku uvedeného v příloze č. 1 této smlouvy, pokud není v této smlouvě stanoveno jinak. Ceník bude vždy aktualizován minimálně jedenkrát za tři roky od jeho 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, práce technika apod. Cena za dílo je stanovena jako nejvýše přípustná a není ji 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 materiálu a postupů odpovídajících právním předpisům a technickým normám ČR. Smluvní strany se dohodly na I. jakosti díla. Dílo musí odpovídat příslušným právním předpisům, 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 autorským zákonem, poskytne zhotovitel objednateli oprávnění dílo užít ve smyslu ustanovení § 2371 a násl. občanského zákoníku (dále též „licence“), a to:

- v původní nebo zpracované či jinak změněné podobě,
- všemi způsoby užití,
- v územně a množstevně neomezeném rozsahu, po dobu trvání majetkových práv k dílu.

Je-li předmětem dílčí objednávky také poskytnutí fotografií, textů a jiných děl chráněných autorským zákonem, které bude možné využít samostatně, poskytuje zhotovitel objednateli také licenci dle tohoto odstavce za účelem propagace Moravskoslezského 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 objednatelem 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 přijímá 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 přijímá (nepřijímá),
 - 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 cokoli, 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 objednatelem.

VIII.

Platební a fakturační podmínky

1. Úhrada ceny za dílo dle dílčích objednávek bude provedena ve dvou splátkách. První splátka ve výši max. 60% ceny za dílo bude uhrazena na základě faktury vystavené zhotovitelem po uzavření smlouvy na základě dílčí objednávky a druhá splátka ve výši zbývající části ceny za dílo bude uhrazena na základě faktury vystavené zhotovitelem po provedení díla (viz čl. V odst. 3 této smlouvy). První splátka je zálohovou platbou na realizaci díla specifikovanou v dílčí objednávce.

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, IČ 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, 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) označení útvaru objednatele, který případ likviduje (odbor regionálního rozvoje a cestovního ruchu),
 - g) číslo zápisu o předání a převzetí díla a datum jeho podpisu. Zápis o předání a převzetí díla bude přílohou faktury. Tato náležitost faktury se uvede jen u druhé splátky ceny za dílo.
3. Povinnost zaplatit cenu za dílo (její příslušnou splátku) je splněna dnem odepsání příslušné částky z účtu objednatele.
4. Lhůta splatnosti faktury činí 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 plátec, 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 objednatele nebo do datové schránky, popř. faxem 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 pokynů objednatele, právních předpisů nebo technických norem, které se týkají provádění díla,
 - nedodržení smluvních ujednání o právech z vadného plnění,
 - neuhrazení ceny za dílo objednatelem 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 platnosti a účinnosti dnem, kdy vyjádření souhlasu s obsahem návrhu smlouvy dojde druhé smluvní straně, nestanoví-li zákon č. 340/2015 Sb., o zvláštních podmínkách účinnosti některých smluv, uveřejňování těchto smluv a o registru smluv (zákon o registru smluv), ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon o registru smluv“), jinak. V takovém případě nabývá smlouva 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 měsíce následujícího po dni doručení výpovědi druhé smluvní straně.
3. Doplňování 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 čtyřech stejnopisech s platností originálu, podepsaných oprávněnými zástupci smluvních stran, přičemž objednatel obdrží tři a zhotovitel jedno její vyhotovení.
7. Smluvní strany se dohodly, že pokud se na tuto smlouvu vztahuje povinnost uveřejnění v registru smluv ve smyslu zákona o registru smluv, provede uveřejnění v souladu se zákonem Moravskoslezský kraj.
8. V případě, že tato smlouva nebude uveřejněna dle předchozího odstavce, bere zhotovitel na vědomí a výslovně souhlasí s tím, že smlouva včetně příloh a případných dodatků bude zveřejněna na oficiálních webových stránkách Moravskoslezského kraje. Smlouva bude zveřejněna po anonymizaci provedené v souladu se zákonem č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů.
9. Nedílnou součástí této smlouvy je Příloha č. 1: Cenová nabídka.
10. 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 kraje udělený usnesením č. 26/2322 ze dne 5. 12. 2017

V Ostravě dne: 22. 12. 2017

V 20. 12. 2017 dne: *2017.12.20*



za objednatele

prof. Ing. Ivo Vondrák, CSc.
hejtman kraje



za zhotovitele

Moravian-Silesian Tourism, s.r.o.
Vítkovická 3335/15
702 00 Ostrava-Vítkovice
IČ: 029 95 832 DIČ: CZ02995832



PŘÍLOHA RÁMCOVÉ SMLOUVY

Obsah

Základní informace.....	2
Cenová nabídka aktivit krajské destinační společnosti.....	4
I. Tvorba produktů v cestovním ruchu.....	5
<i>Cenová nabídka aktivit: I. Tvorba produktů v cestovním ruchu</i>	8
II. Podpora prodeje.....	9
<i>Cenová nabídka: II. Aktivity podpory prodeje</i>	10
III. On-line Marketing.....	11
<i>Cenová nabídka aktivit: III. On-line marketing</i>	13
IV. Osvětová činnosti a měření výkonu CR.....	14
<i>Cenová nabídka aktivit: IV. Osvětová činnost a měření výkonu CR</i>	15
V. Film Office.....	16
<i>Cenová nabídka aktivit: V. Moravian-Silesian Film Office</i>	17
VI. Aktivity Convention.....	18
<i>Cenová nabídka: VI. Aktivity Convetion</i>	19
VII. Aktivity cestovní agentury.....	20
<i>Cenová nabídka: VII. Aktivity cestovní agentury</i>	21

1



Základní informace

Společnost Moravian-Silesian Tourism, s.r.o. (dále jen „MST“) byla založena v květnu 2014 na základě doporučení Ministerstva pro místní rozvoj jako krajská destinační společnost. Právní forma společnosti byla zvolena společnost s ručením omezeným a způsob financování společnosti byl dočasně zajištěn způsobem „navyšování základního kapitálu“ ze strany jediného vlastníka – Moravskoslezského kraje. 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.

Hlavním cílem krajské destinační společnosti je koordinace a řízení aktivit cestovního ruchu v Moravskoslezském 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 Czech Tourism. (Příspěvková organizace MMR). Přesné rozdělení kompetencí mezi Oddělením cestovního ruchu MSK, krajskou destinační společností MST a dalšími aktéry v cestovním ruchu vymezuje přijatá Strategie řízení cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji na období 2015 až 2012.

Samotné činnosti MST zahrnují 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.

Jednotlivé činnosti společnosti lze rozdělit do několika základních pilířů a to:

2

- I. **Tvorba produktů v CR** – dlouhodobý cíl společnosti je příprava a následná tvorba produktů a produktových balíčků cestovního ruchu v turistickém regionu Severní Moravy a Slezska na celokrajské i oblastní úrovni. Maximální důraz při tvorbě produktů je kladen na dlouhodobou udržitelnost a reálný prodej na trhu cestovního ruchu. Nově vzniklé produkty mají představovat / reflektovat „hlavní motivy“ (Unique Selling Points) k návštěvě kraje, které taktéž reflektují celorepubliková komunikační témata. Smyslem tohoto propojení je maximální využití synergie s celorepublikovou kampaní na podporu domácího i zahraničního cestovního ruchu zajišťované Českou centrálou cestovního ruchu Czech Tourism, která je v každém roce podřízena vybranému komunikačnímu tématu.

Tvorbou nových produktů krajská destinační společnost navazuje na celorepublikovou kampaň k danému tématu a zároveň také zdůrazňuje nejzajímavější atrakce a atraktivitu, které se v našem kraji k danému tématu nabízejí. Dochází tak k maximálnímu propojení republikové kampaně s konkrétními produkty v našem kraji, které dále pronikají do jednotlivých turistických oblastí.

- II. **Podpora prodeje** – aktivity se soustřeďují na podporu zájmu o návštěvu turistického regionu Severní Moravy a Slezska respektive atraktivit, které se v kraji nabízejí. Hlavním motivem k návštěvě (vyvoláním zájmu) mají být zejména vzniklé produkty v cestovním ruchu (viz výše).

Aktivity jsou zaměřené na budování všeobecného povědomí, jak u široké veřejnosti, tak zejména u tzv. odborníků v cestovním ruchu z řad novinářů i cestovních kanceláří, které prostřednictvím zmiňovaných produktů napomohou ke zvýšení zájmu o návštěvu celého kraje. Veškeré aktivity jsou plánovány společně s OCR MSK, kdy krajská destinační společnost se orientuje zejména na zahraniční návštěvníky (vytipované potenciální zdrojové trhy) a to i s ohledem na pravidelné a nově otevírané linky z ostravského letiště.





- III. **On-line marketing** – v současné době představuje jeden z nejdůležitějších a nejintenzivnějších propagačních nástrojů s jasným měřitelným efektem vynaložených prostředků. Cílem MST je neustálý rozvoj oficiálního turistického portálu Moravskoslezského kraje www.severnimorava.travel tak, aby byl konkurence schopný vůči zahraničním portálům obdobných destinací.
- IV. **Osvětová činnost** – MST koordinuje aktivity cestovního ruchu v MSK prostřednictvím pravidelných jednání pracovní skupiny složené s manažerů turistických oblastí, zástupce Diecéze Ostravsko – opavské a zástupce Klastru v cestovním ruchu reprezentující zejména soukromou sféru a to min. 6x ročně. Koordinace s celorepublikovými aktivitami realizovanými Czech Tourism a jednotlivými zahraničními zastoupeními je řešena prostřednictvím tzv. setkání koordinátorů CzT a to min. 2x ročně. Dále společnost realizuje „produktové workshopy“ kde dochází k vytváření produktů v CR (celokrajských i oblastních) včetně realizace rozšířeného marketingového mixu, aktivit podpory prodeje. V neposlední řadě MST také proškoluje významné aktéry v CR v požadovaných dovednostech (on-line marketing) a také se zabývá měřením výkonu cestovního ruchu v TR SMaS a zpracováním statistických dat o návštěvnosti.
- V. **Film Office** – aktivity tzv. „filmové kanceláře“ jsou zaměřeny na podporu turistického regionu SMaS 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.
- 3 VI. **Aktivity Convetion** – zahrnují jednak propagační aktivity prezentující Severní Moravu a Slezsko jako lokalitu vhodnou pro pořádání MICE akcí (meetings & incentive & conference & events). Dále obsahují 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.
- VII. **Incomingová cestovní agentura** – aktivity cestovní agentury představují přípravu konkrétních package (tailormade-packages), které vycházejí s konkrétních požadavků potenciálních partnerů – cestovních kanceláří, kteří zvažují nabídku Severní Moravy a Slezska zařadit do svého produktového portfolia a vyžadují koordinátora a garanta aktivit v daném území. Aktivita zahrnuje také účast MST na odborných akcích jako setkání s nákupčími apod.

Vlastní projektová činnost:

V období 07/2017 až 12/2019 předpokládá realizace dvou projektů (Interreg V-A, Česká republika-Polsko) a to: „Postindustriální dědictví příhraničí“ v celkovém objemu 390 tis € (cca 10,5 mil Kč) a Vlakový projekt: Kulturní a přírodní dědictví pro rozvoj Polsko-Českého pohraničí „Společné dědictví“ v objemu 210 tis € (cca 5,67 mil Kč). V rámci obou projektů budou uhrazeno celkem 1,2 úvazků včetně realizace některých aktivit. Kofinancování je v obou případech 10%.

Doposud ale nebyly ani u jednoho projektu uzavřeny smlouvy o realizaci.



Cenová nabídka aktivit krajské destinační společnosti Moravian-Silesian Tourism, s.r.o

Pilíř	Popis aktivity	Částka bez DPH	%
I. Tvorba produktů v CR	Zahrnuje vytvoření celokrajských "asociačních produktu", které budou dále rozvíjet celorepubliková komunikační témata CzT a postupně se rozpadat do jednotlivých turistických oblastí	3 180 000 Kč	28%
II. Podpora Prodeje	Obsahuje veškeré propagační aktivity k podpoře prodeje produktů v cestovním ruchu celého turistického regionu Severní Moravy a Slezska (zejména aktivity B2C)	3 030 000 Kč	26%
III. On-line marketing	Aktivity související s provozem oficiálního turistického portálu Severní Moravy a Slezska (přitažlivý design, moderní prvky, aktuální obsah)	2 695 000 Kč	23%
IV. Osvětová činnost	Průběžné vzdělávání všech významných aktérů v cestovním ruchu v turistickém regionu SMS zahrnující také měření výkonu cestovního ruchu - marketingové analýzy a statistická šetření	1 255 000 Kč	11%
V. Film Office	Provoz filmové kanceláře s cílem propagovat turistický region SMaS jako destinaci vhodnou pro realizaci různých filmových projektů a se zajištění 100% servisu pro potenciální produkce	305 000 Kč	3%
VI. Aktivity Convention	Zahrnuje aktivity propagující SMaS jako destinaci vhodnou pro pořádání velkých MICE akcí včetně komunikace s potenciálními organizátory akcí, zajištění účasti ve výběrových řízeních o organizátorství akcí a samotná koordinaci akcí	855 000 Kč	7%
VII. Cestovní agentura	Aktivity incomingové cestovní agentury, která vyvolává prostřednictvím vytvořených produktů v CR zájem na straně potenciálních cestovních kanceláří a připravuje konkrétní "tailor-made packages" vhodných k prodeji	235 000 Kč	2%
Komerční aktivity	<i>Maximální podíl vlastní komerční činnosti s ohledem na objem financí realizován v rámci IN-HOUSE zadávání zakázek</i>	2 311 000 Kč	
Celkem		11 555 000 Kč	100%

4



I. Tvorba produktů v cestovním ruchu

Tvorba produktů a produktových balíčků cestovního ruchu probíhá prostřednictvím intenzivní spolupráce s jednotlivými destinačními managementy turistických oblastí a jejich partnery. Základním předpokladem je, aby samotné produkty a následné balíčky byly dlouhodobě udržitelné a obchodovatelné na trhu cestovního ruchu (jak pro tuzemské i zahraniční CK, tak pro individuální klientelu). Nově vzniklé produkty mají představovat / reflektovat „hlavní motivy“ – USP, k návštěvě Moravskoslezského kraje

a. Stezka technických atraktivit – TECHNOTRASA

Původně projekt MSK a ARR sdružuje dnes již 14 technických atraktivit v jednu tematickou trasu, která návštěvníkům kraje přibližuje jeho industriální historii. Tento projekt již téměř splňuje požadavky na jeden z celokrajských tematických produktů v cestovním ruchu.

Cílem MST je tento produkt neustále rozvíjet, doplňovat a obohacovat o různé další aktivity a eventy (Fajnė léto) včetně intenzivní propagační podpory.

Činnosti:

- Rozvoj a inovace jednotlivých atraktivit po stránce investiční (infrastrukturální) i obsahové tak, aby splňovaly současné požadavky jak domácích, tak zahraničních návštěvníků.
Zahrnuje jednání se samotnými subjekty a OCR pro stanovení vyhovujících podmínek dotační podpory ze strany MSK vůči jednotlivým subjektům, poradenství jednotlivým subjektům pro zajištění požadované kvality samotného produktu samotným subjektům.
- Propagační podpora – aktuální prezentace jednotlivých subjektů prostřednictvím on-line nástrojů – správa microsite – www.technotrasa.cz.
Aktualizace a inovace webových prezentací jednotlivých subjektů s pořízením nových fotografií a případně i videí.
- Aktualizace motivačního & benefit programu.
Správa nástroje na podporu prodeje motivující k návštěvě dalšího subjektu s vytvořením způsobu odměňování – získávání suvenýrů.

Výstupy:

- Fungující celokrajský produkt s plným zapojením do aktivit destinačního managementu (jeden z hlavních komunikačních produktů) včetně systému řízení a financování přes krajskou dotaci.
- INDIKÁTOR: zvýšení počtu návštěvníků zapojených atraktivit, návštěvnost microsite, počet stažení aplikace.

b. Komunikační téma Czech Tourism

Prioritou je rovněž vytvoření celokrajských produktů v cestovním ruchu, které navazují na „komunikační a propagační témata“ Czech Tourism stanovená pro celou republiku, přechází na úroveň turistických regionů a dále se rozpadají v jednotlivé turistické oblasti.

Činnosti:

- Vytváření celokrajského produktu k naplnění prezentovaných témat CzT na celokrajské úrovni.
Vytvoření konceptu produktu, hlavní myšlenky, včetně kompletního rozpracování a realizace.
- Koordinace, vytváření aktivit produktů společně s manažery jednotlivých turistických oblastí a klíčovými partnery produktů.
Vedení jednání s veškerými zainteresovanými subjekty a to jak s kulturními a pamětovými institucemi, tak soukromými subjekty s cílem vytvoření shody nad finální realizací produktu.



- Rozvoj a inovace dílčích částí produktů.
Zajištění kompletního projekt managementu jak u celkového produktu, tak u jednotlivých dílčích částí.
- Společně s OCR a oborem KPP MSK příprava finanční podpory pro subjekty se zájmem o zapojení se, spolupráce na celokrajském produktu.
Kompletní příprava podmínek finanční podpory splňující veškeré administrativní a systémové požadavky.
- Propagační podpora – zajištění propagace produktů prostřednictvím aktivit podpory prodeje a on-line nástroji, vytvoření vlastní microsite.
Celková realizace aktivit podpory prodeje zaměřených na celokrajský produkt včetně vytvoření a následné správy microsite k produktu rovněž s realizací podpůrné on-line kampaně.
- Vytvoření benefičního programu motivujícího k návštěvě jednotlivých atraktivit.
Kompletní realizace programu od vyjednávání s partnery, nákupu suvenýrů po samotnou implementaci.

Výstupy:

- Fungující celokrajský produkt rozvíjející komunikační téma Czech Tourism do turistického regionu Severní Morava a Slezsko.
- INDIKÁTOR: zvýšení počtu návštěvníků v MSK, návštěvnost microsite, počet stažení aplikace.

c. Projekt Beskydské a Jesenické běžkařské magistrály

Zajištění kompletního marketingu pro tento krajský projekt což představuje jednak neustálé inovování samotného produktu, ale i jeho další rozvoj včetně intenzivních propagačních aktivit.

6

Činnosti:

- Rozvoj a inovace dílčích aktivit projektu, kdy konkrétní aktivity budou nadefinovány ve spolupráci s krajským úřadem.
- Propagační podpora – aktuální prezentace jednotlivých subjektů prostřednictvím on-line nástrojů – správa zimních microsite a vytvoření nových microsite včetně obsahu pro letní verze.
Aktualizace a inovace webových prezentací obou magistrál, vytvoření letních verzí včetně jazykových mutací a pořízení nových fotografií a případně i videí.

Výstupy:

- Fungující celokrajský produkt s plným zapojením do aktivit destinačního managementu.
- INDIKÁTOR: zvýšení počtu návštěvníků obou magistrál, zvýšení návštěvnosti microsite, počet stažení aplikace.





d. Karta návštěvníka Severní Moravy a Slezska

Karta návštěvníka představuje „motivační prvek“ k prodloužení pobytu, opakované návštěvě či jako přímá motivace k návštěvě. Řada vyspělých destinací tento marketingový nástroj intenzivně využívá, kdy díky tomuto je možné „tok“ návštěvníků ovlivňovat, připravovat takto program jejich pobytu a také informace získané z užívání karty jsou efektivně využívány při různých analýzách a k přípravě marketingových strategií či plánů aktivit.

V případě Moravskoslezského kraje by bylo vhodné tento prvek uvést v roce 2019, kdy již bude ze strany KODIS zaveden jednotný bezkontaktní platební systém prostřednictvím bankovních karet, respektive každý dopravní prostředek bude vybaven čtečkou karet. (Zvýhodněná doprava představuje jeden ze základních pilířů této „karty návštěvníka“).

Činnosti:

- Vytvoření celkového projektového záměru pro realizaci karty návštěvníka.
Navržení způsobu systémového řešení karty návštěvníka včetně ekonomického propočtu a vytipování vhodných subjektů – partnerů pro zapojení se do projektu.
- Zajištění komunikace s vytipovanými vhodnými partnery.
Vedení agendy spolupráce s partnery od počátečního motivačního pohovoru, přes vytipování vhodných benefitů pro program až k finálnímu zapojení partnera do programu.
- Řešení celkového marketingu tohoto nástroje včetně on-line.
Zajištění celkové intenzivní propagace projektu napříč vytipovanými cílovými skupinami prostřednictvím většiny propagačních nástrojů včetně on-line.

7

Výstupy:

- Vytvoření kompletního projektu „SMaS Visit Card“.

Cenová nabídka aktivit: I. Tvorba produktů v cestovním ruchu

PILÍŘ	NÁZEV AKTIVITY	POPIS AKTIVITY	VÝSTUP	KONVERZNÍ INDIKÁTOR	TERMÍN	CENA
I. Tvorba produktů v CR	TECHNOTRASA	Rozvoj a inovace celokrajského produktu (udržování motivačního programu, akce fajného léta, rozšiřování počtu zapojených subjektů)	Fungující produkt	Rostoucí návštěvnost microsite TECHNOTRASA Počet vyzvednutých soutěžních kartiček Zvýšená návštěvnost zapojených atrakтивit	2018	665 000 Kč
	Komunikační téma CzT	Vytváření dílčích produktů k naplnění prezentovaných témat CzT (návaznost na témata CzT v Moravskoslezském kraji)	Fungující produkt	Rostoucí návštěvnost microsite příběhů Vzrůstající návštěvnost zapojených atrakтивit Samotný prodej produktu Počet stažení benefiční aplikace	2018	1 320 000 Kč
	Beskydská + Jesenícká magistrála	Zabezpečení marketingových aktivit pro tyto produkty	Fungující produkt	Rostoucí návštěvnost microsite Zvýšení počtu stažení aplikace Zvýšená návštěvnost zapojených středisek	2018	530 000 Kč
	MSK Visit Card	Příprava nástroje podpory prodeje, motivačního prvku na rok 2019 a benefičního programu (spolupráce s KODIS, dopravci a poskytovateli služeb)	Aplikace	Počet stažení aplikace / využití	2018	665 000 Kč
CELKEM						3 180 000 Kč



II. Podpora prodeje

Aktivity podpory prodeje zahrnují veškeré prezentační aktivity krajské destinační společnosti na vytipovaných zdrojových trzích. Tyto trhy byly určeny dle Strategie řízení cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji na období 2015 až 2020, dle analýz Czech Tourism a ze statistik Českého statistického úřadu. Aktivity byly rovněž plánovány na základě intenzivní spolupráce s Oddělením cestovního ruchu MSK a konzultovány v rámci jednání poradního orgánu KDS.

Činnosti: (podrobně viz tabulka Aktivity)

- Zajištění prezentace turistického regionu Severní Moravy a Slezska na vytipovaných zahraničních veletrzích v cestovním ruchu s maximální orientací na B2B segment.
Vedení celé agendy veškerých aktivit od vytipování vhodného veletrhu, administrace od správy objednávek po závěrečnou fakturaci, personální zabezpečení obsluhy veletrhu a samotné dílčí prezentace.
- Zajištění prezentace TR SMaS na individuálních prezentačních akcích pro B2B i B2C segment s přesným zacílením produktové nabídky.
Kompletní realizace samotných akcí od vytipování vhodné lokality, administraci, programovou náplň, personální zabezpečení a následný follow-up.
- Realizace press tripů pro zahraniční novináře zaměřeny na představení produktové nabídky regionu a představení významných akcí v rámci produktové řady CzT – Cool Destinace.
Kompletní příprava programů jednotlivých tripů včetně zařízení a administrace veškerých služeb a personálního zabezpečení jako samotného doprovodu / tlumočení / průvodcování 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 celková administrace přes objednávkové řízení a fakturaci.
- Zajištění prezentace vlastních aktivit krajské destinační společnosti – spolupráce s novináři, osvěta činností souvisejících s destinačním managementem a marketingem.
Tvorba PR článků pro budování pozitivní image společnosti a osvěta aktivit destinačního managementu se zdůvodněním ekonomických přínosů aktivit zaměřených na podporu rozvoje cestovního ruchu.
- Zajištění korporátní webové prezentace prostřednictvím microsite – www.mstourism.cz informující odborníky v CR i samotné spolupracující subjekty o plánovaných, připravovaných i realizovaných aktivitách a možnostech zapojení se.
Vytvoření, průběžná správa obsahu a aktualizace microsite včetně zajištění aktualit, novinek a fotografií.

Výstupy:

- Zvýšené všeobecné povědomí o produktové nabídce SMaS.
- Zvýšení počtu návštěvníků dle HUZ a prodloužení délky jejich pobytu.
- Počet zrealizovaných článků o SMaS v zahraničních i tuzemských periodikách.



Cenová nabídka: II. Aktivity podpory prodeje

PILÍŘ	NÁZEV AKTIVITY	POPIS AKTIVITY	VÝSTUP	KONVERZNÍ INDIKÁTOR	TERMÍN	CENA
II. Aktivity podpory prodeje	Prezentační akce	Zajištění účasti na vytípaných prezentačních akcích na předem definovaných cílových trzích	Účast na akci	Počet rozdaných motivačních voucherů / poměr návratnosti	2018	610 000 Kč
	Press Tripy	Organizace poznávacích pracovních cest pro vytípané novináře z konkrétních cílových trhů	Organizace akce	Počet zúčastněných novinářů Počet realizovaných výstupů	2018	1 580 000 Kč
	Inzerce	Inzerce (společný rozpočet)	Realizace inzerce	Články s odkazy na konkrétní microsite - počet návštěvníků	2018	800 000 Kč
	Self Promo	Realizace aktivit zaměřených na propagaci MST jako instituce	Články v odborných periodikách Návštěvnost korporátního webu		2018	40 000 Kč
					CELKEM	3 030 000 Kč



III. On-line Marketing

Zajištění on-line představuje kompletní správu a rozvoj oficiálního turistického portálu Moravskoslezského kraje pod doménou www.severnimorava.travel včetně tvorby veškerých microsite a realizace všech kampaní na podporu návštěvnosti portálu včetně správy, rozvoje a podpory dosahu všech sociálních sítí.

Činnosti:

Běžná redakční práce (kompletní správa obsahu):

- Vkládání POI, novinek a eventů na základě podnětů ze strany TIC, subjektů, manažerů oblastí.
- Tvorba textů a jejich postupná aktualizace.
- Filtrování a úprava fotografií včetně správy interní fotobanky (příprava výběrů fotografií na základě požadavků ZZ 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 (2 krát ročně, 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 info@mstourism.cz, 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 se zadavateli (OCR MSK, KÚ, ...).
- Příprava podkladů pro realizátora kampaně (brief, výběr reklamní plochy, texty, fotografie).
- Konzultace kampaní s dodavatelem, korekce.
- Příprava podkladů pro kampaň (pokud realizuje MST).
- Administrace (kontrola provedené práce, vyúčtování, faktur).
- 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 v sídle dodavatele systému.
- Rozvoj nových funkcionalit, průběžné testování a monitoring systému.
- Administrace (kontrola provedené práce, vyúčtování, faktur).
- Komunikace s IT oddělením KÚ MSK, plnění požadavků ze strany KÚ MSK.
- Benchmarking.
- Komunikace s poskytovateli externích modulů (World Weather Online, hotelscombined, Freytag,...).





- Příprava feedů a exportů pro partnery.
- Konzultace SEO.

Reporting / měření on-line výstupů:

- Zpracovávání pravidelných reportů (reporty Facebook, reporty Google Analytics, Hotelscombined.com).
- 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.
- Profil Severní Moravy a Slezska na sociálních sítích s neustále rostoucím počtem fanoušků.
- **INDIKÁTORY** pro konec roku 2018:
 - o FB profil = 25.000 fanoušků
 - o Webový portál = 2.000 unikátních návštěv denně

Cenová nabídka aktivit: III. On-line marketing

PILÍŘ	NÁZEV AKTIVITY	POPIS AKTIVITY	VÝSTUP	KONVERZNÍ INDIKÁTOR	TERMÍN	CENA
III. Online	Provozní náklady	Technická a systémová podpora včetně správy	Plně fungující portál SMaS	Návštěvnost portálu	2018	310 000 Kč
		Housing systému a maintenance, nákup 5x domén, funkční api - počasí, mapy, events calendar (cca 5x individuální objednávka pro samostatné dodavatele)			2018	235 000 Kč
	Moduly / nové API	Realizace nových modulů / microsite	Fungující kampaňové microsites vč. sociálních sítí	Neustále se zvyšující počet návštěvníků kampaňových microsites včetně profilů na sociálních sítích	2018	130 000 Kč
	Marketing Mic na podporu webu	Kampaně Google, FB a další mediální plochy			2018	1 325 000 Kč
	Instagram influencer	Implementace instagram blog na web	Aktuální obsah portálu	Návštěvnost portálu	2018	265 000 Kč
	Překlady textů + autorský text	Překlady textů pro portál + pořízení nového autorského textu			2018	95 000 Kč
	Správa obsahu webu	Průběžná kontrola a aktualizace obsahu poi, správa events calendar, správa novinek.			2018	335 000 Kč
					CELKEM	2 695 000 Kč



IV. Osvětová činnosti a měření výkonu CR

Osvětová činnost zahrnuje koordinaci aktivit cestovního ruchu na všech úrovních skrze jednotlivé nástroje s cílem zajistit vyrovnanou odbornou a profesní úroveň což by všeobecně mělo vést k jednotnému marketingu celé destinace i samotných oblastí. Nedílnou součástí je taktéž osvěta na poli přínosu cestovního ruchu, kdy bude snahou veškeré aktivity MST podložit právě ekonomickým dopadem a podložit tak jejich efektivnost.

Činnosti:

- Realizace jednání pracovní skupiny složené z manažerů jednotlivých turistických oblastí a také významných aktérů v CR s cílem zajištění přenosu informací a důkladné koordinace všech aktivit. Jednání se pravidelně účastní také pracovníci OCR.

Organizace samotných jednání, přes výběr prostor, zajištění veškerých služeb a přípravu programové náplně a realizace výstupů z jednání.

- Kompletní realizace produktových workshopů určených pro manažery TO a zapojené subjekty s cílem vytvoření celkového krajského produktu s přesahem na jednotlivé turistické oblasti a konkrétní poskytovatele služeb – zapojené subjekty.

Organizační zajištění samotných workshopů včetně celkového projekt management produktových workshopů.

- Příprava a realizace školení zaměřených na online marketing pro aktéry CR včetně samotné školitelské a konzultační činnosti pro TIC, manažery TO, zástupce partnerů.

Kompletní realizace samotných školicích bloků.

- Realizace celokrajské study tour 2x ročně pro zástupce MST a OCR po významných či do produktů zapojených atraktivitách s ohledem na produktové řady.

Příprava a realizace samotné study tour na klíč.

- Nastavení společné metodiky měření výkonu cestovního ruchu – ekonomický přínos, vyhodnocování statistických dat z ČSÚ, jejich interpretace a dlouhodobé sledování.

Kompletní realizace ve spolupráci s OCR, CzT a DM TO a uvedení metodiky v praxi s povinným zavedením v Moravskoslezském kraji.

- Realizace dotazníkového šetření „Analýza profilu návštěvníka turistického regionu Severní Moravy a Slezska“.

Příprava dotazníku, distribuce na vytipovaná místa, sběr a vyhodnocení, závěry pro další marketingové aktivity.

Cenová nabídka aktivit: IV. Osvětová činnost a měření výkonu CR

PILÍŘ	NÁZEV AKTIVITY	POPIS AKTIVITY	VÝSTUP	KONVERZNÍ INDIKÁTOR	TERMÍN	CENA
IV. Osvětová činnost a měření výkonu CR	Koordinace aktivit	Realizace jednání pracovní skupiny (optimálně 1x za 2 měsíce)	Organizace jednání	Zápisy z jednání s prezenčními listinami	2018	120 000 Kč
	Produktové workshopy	Zajištění odborných lektorů pro produktový ws	Realizace produktových workshopů	Vytvoření společného celokrajského produktu v přímé vazbě na komunikační témata CzT	2018	400 000 Kč
	Odborná školení	Organizace průběžných školení pro pracovníky TIC (marketing CR, copy writing, sociální sítě), celokrajská study tour	Realizace školení	Počet proškolených pracovníků v cestovním ruchu na dané téma	2018	135 000 Kč
	Study Tours	Organizace study tours pro pracovníky MST, MSK a manažery DM TO	Realizace akce	Počet zapojených partnerů	2018	65 000 Kč
	Metotika měření CR	Realizace a vyhodnocování statistických šetření, nastavení společné metodiky hodnocení výkonu cestovního ruchu v TR SMaS	Statistická informace o výkonu CR	Oficiální výstupy (prostřednictvím TZ) o výkonu CR v TR SMaS	2018	135 000 Kč
	Náklady na provozní zabezpečení akce	Realizace produktových workshopů (celkem 6x 2denní jednání / rok)	Realizace produktových workshopů	Počet proškolených pracovníků v cestovním ruchu na dané téma	2018	400 000 Kč
					CELKEM	1 255 000 Kč



V. Film Office

Od roku 2017 zajišťuje MST také aktivity filmové kanceláře (domluva s MMO o převzetí této aktivity) pod oficiálním názvem Moravian-Silesian Film Office. Aktivity film office jsou z 50 % podporovány Státním fondem kinematografie, tato podpora by měla být přiznána i v roce 2018. K zajištění systémové podpory filmových projektů bude MST společně s OCR připravovat také dotační titul pro případné zájemce o natáčení v Moravskoslezském kraji.

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 prostřednictvím microsite – www.filminnorthmoravia.com.

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 TR SMaS.

Vedení celé agendy veškerých aktivit od vytipování vhodného veletrhu, administrace od správy objednávek po závěrečnou fakturaci, personální zabezpečení obsluhy veletrhu a samotné dílčí prezentace.

- Realizace Location Tour pro tuzemské i zahraniční lokační manažery a filmové produkce s cílem představit nabídku filmových možností v TR SMaS.

Kompletní příprava programu Location Tour včetně zařízení a administrace veškerých služeb a personálního zabezpečení jako samotného doprovodu / tlumočení / průvodcovské služby pro skupinky lokačními manažery.

Výstupy:

- Plně fungující vedení aktivit film office pro Moravskoslezský kraj.
- **INDIKÁTORY:** fungující microsite s aktuálním obsahem, vytvořena databáze lokačních manažerů a filmových produktů, vedení agendy jednání s potenciálními zájemci, vytvoření dotačního titulu na podporu filmových projektů v MSK

Cenová nabídka aktivit: V. Moravian-Silesian Film Office

PILÍŘ	NÁZEV AKTIVITY	POPIS AKTIVITY	VÝSTUP	KONVERZNÍ INDIKÁTOR	TERMÍN	CENA	
V. Film Office	Provozní náklady	Náklady související s provozem Film Office a zajištění základních činností (řešení poptávek - zpracovávání nabídek, vyjednávání s partnery a zainteresovanými úřady)	Fungující Moravian - Silesian Film Office	Počet řešených filmových nabídek, zpracování dotačního programu na podporu filmových projektů	2018	60 000 Kč	
	Pořízení fotografií	Pořízení či nákup profí fotografů k vytvářeným filmovým lokalitám či poptávaným filmovým lokalitám ze strany klienta (orientační cena za 1 ks foto - 500 Kč, předpoklad 80 profí foto)	Fotografie filmových lokací	Počet fotografií filmových lokací	2018	65 000 Kč	
	Katalog filmových míst v MSK	Vytvoření katalogu filmových míst v MSK zahrnující aktuální fotografie, ilustrační videa a přesnou specifikaci filmově využívaných míst	Katalog filmových míst	Počet stažení z internetových stránek	2018	50 000 Kč	
	IT služby + překlady textů	IT služby spojené s www.filminnorthmoravia.com (nákup domény, programování nových modulů, grafické úpravy, vytváření textů) + překlady obsahu webu do AJ)	Aktuální internetové stránky	Počet shlédnutí internetových stránek včetně aktuálního obsahu	2018	40 000 Kč	
	Prezentační akce	Účast na odborných workshopech, festivalech a dalších prezentačních akcích s cílem zajištění prezentace SMaS jako filmové destinace	Účast na akcích	Počet oslovených lokálních manažerů a filmových producentů (list)	2018	35 000 Kč	
	Location Tour	Organizace poznávací pracovní cesty po SMaS pro vybrané lokální manažery a filmové producenty	Organizace akce	Počet zúčastněných lokálních manažerů a filmových producentů (list)	2018	55 000 Kč	
					CELKEM		305 000 Kč



VI. Aktivity Convention

Cílem aktivit je navýšení počtu MICE akcí v turistickém regionu Severní Moravy a Slezska, které vhodně vyplňují klasické turistické „mimosezóny“ a z hlediska příjmů z cestovního ruchu představují nejvýnosnější segment.

Činnosti:

- Prezentace nabídky konferenčních (MICE) možností na jednom z největších MICE B2B veletrhu IMEX Frankfurt s cílem oslovení potenciálních PCO k realizaci akcí v TR SMaS.
Kompletní zajištění účasti na veletrhu včetně administrace účasti, programové náplně a personálních zabezpečení.
- Zajištění webové prezentace MICE možností prostřednictvím microsite – www.notrhmoravia1.travel/MICE.
Vytvoření, průběžná správa a aktualizace microsite včetně zajištění a pořízení plánů konferenčních prostor, fotografií a videí v anglické jazykové mutaci.
- Kompletní zpracovávání konkrétních nabídek na poptávky ze strany event organizers a PCO s cílem realizace akce v TR SMaS, účast v oficiálních výběrových řízeních s cílem realizace akcí v kraji.
Zajištění celkové komunikace, finální příprava nabídek ve spolupráci s koncovými dodavateli – vyjednávání podmínek s poskytovateli služeb a negociace vhodnosti nabídky s poptávajícím.
- Koordinace a samotná organizace jednotlivých akcí s garancí služeb na straně dodavatelů z MSK – zabezpečení služby jednoho zprostředkovatele, obchodního partnera pro organizátora akce.
Kompletní event management pro jednotlivé akce.

18

Výstupy:

- Zabezpečení aktivit Convention pro celý turistický region Severní Moravy a Slezska plnící funkci smluvního garanta služeb pro organizátora samotné akce.
- **INDIKÁTORY:** fungující microsite s aktuálním obsahem, vytvořena databáze zahraničních event organizers a PCO, vedení agendy jednání s PCO včetně následného follow-up, počet vyhraných výběrových řízení a zrealizovaných MICE akcí v TR SMaS.



Cenová nabídka: VI. Aktivita Convention

PILÍŘ	NÁZEV AKTIVITY	POPIS AKTIVITY	VÝSTUP	KONVERZNÍ INDIKÁTOR	TERMÍN	CENA
VI. Aktivita Convention	MICE	Veletrh B2B IMEX Frankfurt	Účast na akci	Počet oslovených PCG s následným nabídkovým / výběrovým řízením pro organizační Eventu	květen 18	190 000 Kč
	Provozní náklady	Náklady související s výkonáním MICE aktivit (oslovování PCO, zpracování poptávek - tvorba nabídek) Zajištění účasti ve výběrových řízeních o organizaci velkých mezinárodních kongresů a konferencí = zpracování finančních nabídek Koordinační organizace samotných eventů NÁROČNOST AKTIVITY VYCHÁZÍ Z AKTUÁLNÍHO ZÁJMU O DESTINACI, BUDE ZÁLEŽET NA USPĚŠNOSTI VELETRHU	Realizace convention aktivit	Počet vypracovaných nabídek pro PCO / Event organizators.	2018	665 000 Kč
CELKEM						855 000 Kč



VII. Aktivity cestovní agentury

Status obchodní společnosti umožňuje MST být obchodním partnerem pro tuzemské i zahraniční cestovní kanceláře, kdy MST je schopen realizované produkty „zabalit“, doplnit o další ze strany CK požadované služby a nabídnout tak package k prodeji. Případně je MST schopen do požadavku CK vytvořit konkrétní package (tailor-made) s dodavateli z MSK a plnit tak funkci zprostředkovatele služeb a garanta package v TR SMaS.

Činnosti:

- Příprava a realizace konkrétních package k prodeji pro vytipované CK
Kompletní zabezpečení a garance od samotného vyjednávání s poskytovatelem služby, stanovení finanční politiky a organizačního zabezpečení po finální smluvní zajištění.
- Zajištění webové prezentace pro obchodní partnery z řad tuzemských i zahraničních CK prostřednictvím microsite – www.notrhmoravia1.travel/highlights.
Vytvoření, průběžná správa a aktualizace microsite sloužící pro specifické představení regionu právě CK s nabídnou možné spolupráce.
- Realizace fam tripů pro zahraniční, ale i tuzemské zástupce CK s cílem představení produktové nabídky regionu.
Kompletní příprava programů jednotlivých tripů včetně zařízení a administrace veškerých služeb a personálního zabezpečení jako samotného doprovodu / tlumočení / průvodcovské služby pro skupinky.
- Účast na odborných prezentačních akcích jako setkání s nákupčími, kde dochází k přímým kontraktačním jednáním mezi CK a incomingovými cestovními agenturami (MST) s cílem zjištění zájmu nákupčích a realizace následných package.
Personální účast na těchto akcích, selekce vhodných potenciálních partnerů, příprava na jednání a následný follow-up včetně tvorby požadovaných package a jejich dojednání s poskytovateli služeb.

Výstupy:

- Zabezpečení aktivit incomingové cestovní agentury pro celý turistický region Severní Moravy a Slezska plnící funkci smluvního garanta služeb pro cestovní kanceláře se zájmem o prodej konkrétních package.
- **INDIKÁTORY:** počet nasmlouvaných partnerských CK, počet prodaných package.



Cenová nabídka: VII. Aktivity cestovní agentury

PILÍŘ	NÁZEV AKTIVITY	POPIS AKTIVITY	VÝSTUP	KONVERZNÍ INDIKÁTOR	TERMÍN	CENA
VII. Aktivity cestovní agentury	Provozní náklady	Náklady související s provozem cestovní agentury (účást na specializovaných akcích pro nákupci a prezentačních akcí)	Fungující CA	Počet oslovených nákupcích včetně počtu zrealizovaných package	2018	75 000 Kč
	Fam Trip	Organizace poznávací pracovní cesty pro zástupce vytipovaných cestovních kanceláří (2x ročně)	Organizace akce	Počet zúčastněných zástupců CA, CA, nákupcích - počet zrealizovaných package	2018	160 000 Kč
					CELKEM	235 000 Kč