

# Strategie rozvoje cestovního ruchu města Olomouce (2022–2027)

## Implementační část



Zpracoval kolektiv agentury Media Age



**MEDIA AGE s.r.o.**

**třída Kpt. Jaroše 1927/8**

**602 00 Brno**

**info@mediaage.cz**

**OBJEDNATEL:**

**Statutární město Olomouc, Horní náměstí 583, 779 11 Olomouc**

## Obsah

14. Úvod .....	3
15. Řídící struktura a nastavení řízení procesu implementace .....	3
16. Přehled plánovaných aktivit, předpokládaných nákladů a časový výhled realizace .....	8
17. Harmonogram aktivit .....	15
18. Akční plány .....	16
Struktura a proces tvorby akčních plánů.....	17
19. Soubor monitorovacích indikátorů.....	18
20. Vyhodnocení naplňování strategie.....	58
21. Řízení změn a evaluace.....	59

## 14. Úvod

Implementační část Strategie cestovního ruchu města Olomouce 2022–2027 přímo navazuje na návrhovou část a jejím účelem je stanovit způsob, jakým by mělo dojít k naplnění jednotlivých strategických cílů. Klíčové je přitom hledět na provázanost všech tří částí tohoto dokumentu. Bylo by nestrategické, ne-li přímo kontraproduktivní, implementovat změny, které by se neopíraly o závěry získané analýzou v první části a nevycházely by z přesně stanovených a měřitelných cílů z části druhé. Stejně tak by ovšem bylo možné analýzu i návrhy řešení považovat za samoučelné, pokud by na ně nenavázala řádná implementace.

Protože cílem kvalitní strategie, tedy i této, je dosáhnout praktických změn, budeme se v této části věnovat nastavení pravidel konkrétních kroků, které jsou v postupu implementace nezbytné. Konkrétně se bude jednat o pravidla týkající se:

- organizačního nastavení a řízení procesu implementace,
- tvorby akčních plánů, vč. harmonogramu procesu implementace,
- nastavení indikátorů úspěšnosti a metodiky měření,
- procesu vyhodnocování naplňování strategie.

Navrhované kroky jsou v souladu s osvědčenými postupy implementace strategických dokumentů odpovídající úrovně a zároveň zohledňují místní specifika města Olomouce, potažmo destinační značky města Olomouce coby „Živé, moderní a prosperující destinace v srdci Evropy“, jak ji definuje strategická vize v tomto dokumentu. S tím souvisí i potřeba reagovat na změny, které mohou ve stanoveném období 2022–2027 v oblasti cestovního ruchu nastat. Může se přitom jednat jak o změny legislativní či politické, tak o změny ekonomické, ale i další nepředvídatelné faktory, jak nám ukázal vývoj posledních let, a zejména pak pandemie onemocnění COVID-19. Implementační pravidla budou v takových případech vždy aktualizována tak, aby i nadále zajišťovala efektivní plnění stanovených cílů a opatření.

S ohledem na široký záběr navržených strategických cílů a opatření bude implementační část klást nároky nejen na Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu coby hlavního činitele, ale i na další odbory Magistrátu města Olomouce a přeneseně i na partnerské instituce, organizace či subjekty, které mohou být při naplňování cílů nápomocny.

## 15. Řídící struktura a nastavení řízení procesu implementace

Tato kapitola představuje hlavní aktéry procesu implementace a jejich funkce, které budou vykonávat ve vztahu k plnění cílů Strategie.

Kompetence činit klíčová rozhodnutí náleží **Radě města Olomouce**. Jedná se především o:

- schválení Strategie rozvoje cestovního ruchu města Olomouce (2022–2027);
- každoroční projednání Zprávy o naplňování Strategie rozvoje cestovního ruchu města Olomouce (2022–2027) a vyhodnocení naplňování cílů i monitorovacích indikátorů za předchozí rok;
- každoroční projednání a schválení Akčního plánu pro nadcházející rok včetně rozhodnutí o zařazení konkrétních projektů a aktivit do Akčního plánu.

Další rozdělení kompetencí bude vždy záviset na jednotlivých opatřeních. Některé úkony v procesu implementace budou jednotlivé orgány vykonávat ve vzájemné součinnosti, v jiných případech na sebe budou jejich činnosti navazovat. I proto je nezbytné zajistit dostatečnou informovanost o všech provedených krocích napříč organizační strukturou, kterou představujeme níže.

**Administrátor opatření** bude zajišťovat organizační zaštitění, řízení a koordinaci potřebných kroků při implementaci. S výjimkou opatření 1.5: „Rozvoj nových cyklostezek, in-line stezek a služeb s tím souvisejících“ se bude jednat o Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu. K hlavním zodpovědnostem administrátora opatření patří:

- zajištění komunikace a spolupráce mezi jednotlivými aktéry;
- určení realizátora dílčích opatření a podopatření včetně případných partnerů;
- věcné plnění dílčích opatření jednotlivých strategických cílů;
- vyjednávání se zástupci institucí zapojených do procesu implementace;
- zpracování a kontrola analýz, studií a dalších podkladů pro získání finanční podpory a dalších dokumentů potřebných k naplnění jednotlivých cílů;
- organizace setkání pracovních skupin a účast na nich;
- navrhování témat pracovních skupin (na základě podnětů členů pracovních skupin a správců opatření);
- každoroční zpracování Akčního plánu a jeho předložení Radě města Olomouce ke schválení;
- naplňování aktivit dle schváleného Akčního plánu;
- hodnocení naplňování jednotlivých opatření na základě stanovených monitorovacích indikátorů;
- ve spolupráci se správci opatření každoroční vypracování Zprávy o naplňování Strategie rozvoje cestovního ruchu města Olomouce (2022–2027) a její předložení Radě města Olomouce k projednání.

Jednotlivá opatření budou mít dále určené **správce opatření**, do jejichž kompetencí bude spadat:

- úzká spolupráce s administrátorem opatření na procesu implementace;
- aktivní účast na setkáních pracovních skupin;
- vyjednávání se zástupci institucí zapojených do procesu implementace;
- zařazování finančních prostředků na přípravu a realizaci jednotlivých aktivit do návrhu rozpočtu města a rozpočtového výhledu;
- každoroční účast na tvorbě Akčního plánu;
- koordinace aktivit dle schváleného Akčního plánu;
- průběžná kontrola naplňování cílů dle schváleného Akčního plánu;
- poskytování aktuálních informací o naplňování cílů a jejich prezentace třetím stranám.

Jako **realizátoři a partneři** budou do procesu implementace zapojeny i další odbory MMOI, městské, regionální či krajské organizace, partnerské subjekty (stakeholderi), organizátoři akcí či správci a provozovatelé příslušných zařízení či areálů, ale i soukromé subjekty. Na správcích jednotlivých opatření pak bude koordinovat jejich spolupráci a zajistit hladký průběh činností vedoucích k naplňování stanovených cílů.

Jako poradní orgán v celém procesu implementace bude sloužit **pracovní skupina** tvořena především z relevantních zaměstnanců města a jeho organizací. Přizvat do ní lze ale i další zástupce partnerských organizací, regionu nebo univerzity, potažmo i odborníky na danou problematiku, podnikatele či zástupce veřejnosti. Pracovní skupina se bude také každoročně podílet na tvorbě Akčního plánu a jeho vyhodnocení.

Konkrétní rozdělení rolí a s nimi souvisejících zodpovědností ilustruje následující tabulka:

<b>Strategický cíl 1: Rozvoj turistických cílů a infrastruktury</b>	
<b>Opatření 1.1: Rozvoj nových turistických cílů, modernizace stávajících cílů a jejich služeb</b>	
Správce opatření	Věcně příslušný náměstek primátora pro oblast kultury, cestovního ruchu a sportu
Administrátor	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu
Předpokládání realizátoři	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, partneři v rámci spolupráce s veřejným a soukromým sektorem Další odbory MMOI
Partneři	Olomoucký kraj Vlastníci a správci organizací Podnikatelé v oblasti cestovního ruchu a navázaných služeb
<b>Opatření 1.2: Rozvoj muzejních a kulturních zařízení a jejich služeb</b>	
Správce opatření	Věcně příslušný náměstek primátora pro oblast kultury, cestovního ruchu a sportu
Administrátor	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu
Předpokládání realizátoři	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, partneři v rámci spolupráce se zřizovateli a provozovateli muzejních a dalších kulturních zařízení, soukromé subjekty z oblasti kultury
Partneři	Olomoucký kraj Zřizovatelé a provozovatelé muzejních a dalších kulturních zařízení Soukromé subjekty z oblasti kultury
<b>Opatření 1.3: Podpora rozvoje podnikatelské turistické infrastruktury a jejich služeb</b>	
Správce opatření	Věcně příslušný náměstek primátora pro oblast kultury, cestovního ruchu a sportu
Administrátor	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu
Předpokládání realizátoři	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu Podnikatelé
Partneři	Podnikatelé v rámci turistické infrastruktury a služeb Univerzita Palackého v Olomouci (heatmapa)
<b>Opatření 1.4: Rozvoj vybraných lokalit zvýšením atraktivity území</b>	
Správce opatření	Věcně příslušný náměstek primátora pro oblast kultury, cestovního ruchu a sportu
Administrátor	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu
Předpokládání realizátoři	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu Správcovské organizace konkrétních areálů a objektů
Partneři	Olomoucký kraj Správcovské organizace konkrétních areálů a objektů
<b>Opatření 1.5: Rozvoj nových cyklostezek, in-line stezek a služeb s tím souvisejících</b>	
Správce opatření	Primátor statutárního města Olomouce
Administrátor	Odbor strategie a řízení
Předpokládání realizátoři	Odbor strategie a řízení

	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu Odbor investic Odbor dopravy a územního rozvoje
Partneři	Olomoucký kraj Obce v rámci sítě cyklo a in-line stezek regionu
<b>Strategický cíl 2: MICE</b>	
<b>Opatření 2.1: Podpora kongresové a incentivní turistiky</b>	
Správce opatření	Věcně příslušný náměstek primátora pro oblast kultury, cestovního ruchu a sportu
Administrátor	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu
Předpokládaní realizátoři	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu
Partneři	Central Moravia & Jeseniky Convention Bureau Czech Convention Bureau Organizace a subjekty aktivní v oblasti incentivní turistiky Hoteliéři Restauratéři
<b>Opatření 2.2: Rozvoj Výstaviště Flora Olomouc a.s. a s tím spojených služeb v oblasti MICE</b>	
Správce opatření	Věcně příslušný náměstek primátora pro oblast kultury, cestovního ruchu a sportu
Administrátor	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu
Předpokládaní realizátoři	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu Výstaviště Flora Olomouc, a.s.
Partneři	Organizátoři veletržních akcí Externí vystavovatelé
<b>Opatření 2.3: Podpora rozvoje spolupráce s UP a jejími ústavy</b>	
Správce opatření	Věcně příslušný náměstek primátora pro oblast kultury, cestovního ruchu a sportu
Administrátor	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu
Předpokládaní realizátoři	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu Univerzita Palackého v Olomouci
Partneři	
<b>Strategický cíl 3: Smart City</b>	
<b>Opatření 3.1: Tvorba a dlouhodobá podpora digitální platformy kulturních akcí a eventů</b>	
Správce opatření	Věcně příslušný náměstek primátora pro oblast kultury, cestovního ruchu a sportu
Administrátor	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu
Předpokládaní realizátoři	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu Odbor informatiky a Smart City
Partneři	Olomoucký kraj Kreativní Olomouc a další zástupci kulturní scény Univerzita Palackého v Olomouci
<b>Opatření 3.2: Rozvoj Olomouc region Card a dalších turistických slevových karet s ohledem na aktuální trendy</b>	
Správce opatření	Věcně příslušný náměstek primátora pro oblast kultury, cestovního ruchu a sportu
Administrátor	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu
Předpokládaní realizátoři	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu Odbor informatiky a Smart City
Partneři	Olomoucký kraj Partneři z řad veřejných organizací spravujících turistické cíle

	Partneři z řad soukromého sektoru navázaného na turistický ruch Univerzita Palackého v Olomouci
<b>Opatření 3.3: Podpora nových řešení přispívajících ke zvýšení návštěvnické atraktivity města</b>	
Správce opatření	Věcně příslušný náměstek primátora pro oblast kultury, cestovního ruchu a sportu
Administrátor	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu
Předpokládaní realizátoři	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu Odbor informatiky a Smart City
Partneři	Univerzita Palackého v Olomouci Partneři z řad veřejných organizací spravujících turistické cíle Partneři z řad soukromého sektoru navázaného na turistický ruch
<b>Opatření 3.4: Podpora modernizace expozic turistických cílů</b>	
Správce opatření	Věcně příslušný náměstek primátora pro oblast kultury, cestovního ruchu a sportu
Administrátor	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu
Předpokládaní realizátoři	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu Odbor informatiky a Smart City
Partneři	Univerzita Palackého v Olomouci
Strategický cíl 4: Rozvoj organizace CR, budování značky a marketing	
<b>Opatření 4.1: Tvorba konkurenceschopných produktů, marketing destinace, budování značky</b>	
Správce opatření	Věcně příslušný náměstek primátora pro oblast kultury, cestovního ruchu a sportu
Administrátor	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu
Předpokládaní realizátoři	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu
Partneři	Kreativní, komunikační a výzkumná agentura
<b>Opatření 4.2: Podpora eventů, nákupních příležitostí a rozvoje gastronomie</b>	
Správce opatření	Věcně příslušný náměstek primátora pro oblast kultury, cestovního ruchu a sportu
Administrátor	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu
Předpokládaní realizátoři	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu
Partneři	Organizátoři eventů Organizace a subjekty poskytující turistům nákupní příležitosti Provozovatelé gastronomických zařízení
<b>Opatření 4.3: Podpora Olomouce jako filmové destinace</b>	
Správce opatření	Věcně příslušný náměstek primátora pro oblast kultury, cestovního ruchu a sportu
Administrátor	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu
Předpokládaní realizátoři	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu Organizátoři jednotlivých festivalů a akcí Filmová kancelář Olomouckého kraje Univerzita Palackého v Olomouci
Partneři	
<b>Opatření 4.4: Podíl na aktivním řízení regionu Střední Morava, rozvoj kvality služeb, lidské zdroje a partnerství</b>	
Správce opatření	Věcně příslušný náměstek primátora pro oblast kultury, cestovního ruchu a sportu
Administrátor	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu

Předpokládání realizátoři	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu
Partneři	Oddělení zahraničních vztahů Střední Morava – Sdružení cestovního ruchu Centrála cestovního ruchu Olomouckého kraje CzechTourism
<b>Opatření 4.5: Monitoring, výzkumy trhů</b>	
Správce opatření	Věcně příslušný náměstek primátora pro oblast kultury, cestovního ruchu a sportu
Administrátor	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu
Předpokládání realizátoři	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu Odbor informatiky a Smart City
Partneři	Univerzita Palackého v Olomouci Kreativní, komunikační a výzkumná agentura
<b>Opatření 4.6: Komunikace projektů cestovního ruchu směrem k obyvatelům</b>	
Správce opatření	Věcně příslušný náměstek primátora pro oblast kultury, cestovního ruchu a sportu
Administrátor	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu
Předpokládání realizátoři	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu Odbor kancelář primátora Odbor strategie a řízení
Partneři	Občané

## 16. Přehled plánovaných aktivit, předpokládaných nákladů a časový výhled realizace

V následující tabulce jsou uvedeny konkrétní aktivity, jejichž realizace povede k naplňování smyslu jednotlivých opatření a strategických cílů definovaných v rámci návrhové části této strategie. Přehled představuje vyčerpávající výčet a komplexní zásobník možných projektů, jejichž uskutečnění bude záviset jednak na celkovém vývoji ekonomické situace, finančních příjmech a rozpočtových možnostech samosprávy, jednak na pečlivé organizaci a schopnosti města, partnerů a dalších zainteresovaných subjektů efektivně a úspěšně získávat podporu z externích zdrojů, zejména pak národních i evropských dotačních programů.

Je proto pravděpodobné, že ve výběru konkrétních projektů bude nutné v průběhu účinnosti strategie prioritizovat, případně se přizpůsobit vypisovaným výzvám a dalším externalitám.

Tabulka s přehledem plánovaných aktivit slouží jako klíčový podklad pro sestavování akčních plánů v průběhu let účinnosti strategie. Z tohoto důvodu uvádíme u jednotlivých aktivit a projektů mimo jiné i časové hledisko a předpokládané náklady.

Časové hledisko umožní strategické rozvrstvení jednotlivých aktivit do akčních plánů pro konkrétní roky tak, aby došlo k maximálně efektivnímu využití celého období i finančních zdrojů. S realizací aktivit se počítá jednak v krátkodobém (tj. do 3 let), střednědobém (4–7 let), popř. dlouhodobém (více než 8 let) výhledu. U některých aktivit je taktéž očekávaná každoroční/průběžná realizace.

Odhad nákladů umožní provázat aktivity v rámci akčních plánů pro konkrétní roky s finančními plány města (tj. rozpočtem, popřípadě rozpočtovým výhledem). Akční plány musí být koncipovány tak, aby bylo finanční krytí navrhovaných projektů v daném roce reálné a proveditelné.



Proposání navrhovaných aktivit do akčních plánů ovlivní též zdroje financování. V případě projektů, u nichž se nabízí využití dotační podpory, je nutné počítat s rezervou pro podání žádosti a vzít v potaz i další parametry, jako jsou například náklady spojené s udržitelností či povinnou publicitou. Zdroje financování tak do značné míry ovlivní i fázování jednotlivých projektů v rámci časové osy.

### Seznam zkratk:

- SMOI – Statutární město Olomouc
- MK – Ministerstvo kultury
- IROP – Integrovaný regionální operační program
- OK – Olomoucký kraj
- SMSCR – Střední Morava – Sdružení cestovního ruchu
- MUO – Muzeum umění Olomouc
- MMR – Ministerstvo pro místní rozvoj
- CMJCB – Central Moravia & Jeseniky Convention Bureau
- UPOL – Univerzita Palackého v Olomouci

Strategický cíl 1: Rozvoj turistických cílů a infrastruktury				
Opatření 1.1: Rozvoj nových turistických cílů, modernizace stávajících cílů a jejich služeb				
Projekt	Dílčí aktivity	Časové hledisko	Předpokládané náklady	Zdroj financování
Revitalizace Olomouckého hradu	Zpřístupnění dalších částí Olomouckého hradu	Střednědobá	Bude vyčísleno na základě zpracované projektové dokumentace	Rozpočet SMOI* Dotace MK IROP
	Rozšíření zázemí pro gastronomické služby v rámci areálu Olomouckého hradu	Střednědobá	Bude vyčísleno na základě zpracované projektové dokumentace	Rozpočet SMOI*
	Rozšíření parkovacích kapacit v docházkové vzdálenosti od Olomouckého hradu	Střednědobá	25 000 000,-	Rozpočet SMOI
Revitalizace letního kina v oblasti Locatteliho bastionu	-----	Střednědobá	80 000 000,-	Rozpočet SMOI Dotace MK IROP
Zpřístupnění kanovníckého domu ve Wurmově ulici	-----	Krátkodobá až střednědobá	Bude vyčísleno na základě zpracované projektové dokumentace	Rozpočet SMOI* Rozpočet Arcidiecézního muzea Dotace MK
Finalizace oprav olomouckých kostelů	-----	Krátkodobá až střednědobá	Bude vyčísleno na základě zpracované projektové dokumentace	Rozpočet SMOI* Rozpočet vlastníka objektu Dotace MK IROP
Vznik interaktivní atraktivity zaměřené na rodiny s dětmi v rámci Centra ekologických aktivit Sluňákov	-----	Krátkodobá až střednědobá	3 000 000,-	Rozpočet SMOI* Rozpočet OK Rozpočet Sluňákov – centrum ekologických aktivit města Olomouce, o.p.s.
Napojení nabídky nových/modernizovaných cílů na ORC	-----	Průběžná/každoroční	30 000,-/rok	Rozpočet SMOI Rozpočet OK Rozpočet SMSCR
Zvýšení atraktivity	-----	Krátkodobá až	1 500 000,-	Rozpočet SMOI

olomouckých náplavek		střednědobá		
Rozvoj přírodního koupaliště Poděbrady	-----	Krátkodobá až střednědobá	5 000 000,-	Rozpočet SMOI* Rozpočet provozovatele Dotace MMR
Zřizování nových a rekultivace stávajících parkových, relaxačních a eventových prostor mimo centrum města	Realizace větších projektů rozšíření městské zeleně	Krátkodobá až střednědobá	Bude vyčísleno na základě zpracované projektové dokumentace	Rozpočet SMOI IROP
	Rekultivace ploch městské zeleně pro účely pořádání společenských a kulturních akcí	Krátkodobá až střednědobá	1 000 000,-	Rozpočet SMOI IROP
Zřízení nového turistického informačního centra	-----	Krátkodobá až střednědobá	3 000 000,-	Rozpočet SMOI Rozpočet OK Rozpočet SMSCR IROP
<b>Opatření 1.2: Rozvoj muzejních a kulturních zařízení a jejich služeb</b>				
Aktivita/projekt	Dílčí aktivita	Časové hledisko	Předpokládané náklady	Zdroj financování
Dotační politika – podpora vzniku zážitkových expozic zaměřených na rodiny s dětmi	Ustanovení dotačního programu města zaměřeného na podporu aktivit pro rodiny s dětmi	Průběžná/ každoroční	500 000,-/rok	Rozpočet SMOI
Dotační politika – podpora menších a alternativních projektů rozšiřujících kulturní nabídku mimo centrum města	Ustanovení dotačního programu zaměřeného na menší kulturní zařízení s potenciálem rozšířit turisticky atraktivní kulturní nabídku i mimo centrum města	Průběžná/ každoroční	500 000,-/rok	Rozpočet SMOI
Rozpočtová politika – podpora činnosti stávajících kulturních zařízení a jejich akcí	-----	Průběžná/ každoroční	11 500 000,-/rok	Rozpočet SMOI
Multifunkční aréna v Olomouci	Příprava koncepce spolupráce soukromého a veřejného sektoru v rámci projektu Arena Olomouc	Krátkodobá	100 000,-	Rozpočet SMOI*
Muzeum umění Olomouc – Středoevropské fórum Olomouc	-----	Střednědobá	600 000 000,-	Rozpočet SMOI* Rozpočet MUO Dotace MK
<b>Opatření 1.3: Podpora rozvoje podnikatelské turistické infrastruktury a jejích služeb</b>				
Aktivita/projekt	Dílčí aktivity	Časové hledisko	Předpokládané náklady	Zdroj financování
Heatmapa podnikatelských příležitostí v ČR	-----	Krátkodobá	1 500 000,-	Rozpočet SMOI Dotace MMR
Kulatý stůl s podnikateli	-----	Průběžná/ každoroční	20 000,-/rok	Rozpočet SMOI
Incentivní programy	-----	Krátkodobá	Bude vyčísleno na základě konkrétních opatření	Rozpočet SMOI
Rozvoj spolupráce v rámci ORC	-----	Průběžná/ každoroční	400 000,-/rok	Rozpočet SMOI Rozpočet OK Rozpočet SMSCR
Podpora rozvoje cyklistické infrastruktury v okolí ubytovacích/ stravovacích zařízení a turistických cílů	-----	Krátkodobá až střednědobá	150 000,-	Rozpočet SMOI* Dotace MMR
Podpora vzniku nového olomouckého kempu	Ustanovení investičních pobídek pro vznik nového kempu	Krátkodobá	Bude vyčísleno na základě konkrétního projektu	Rozpočet SMOI
<b>Opatření 1.4: Rozvoj vybraných lokalit zvýšením atraktivity území</b>				
<b>Podopatření 1.4.1: Zoo Olomouc</b>				
Aktivita/projekt	Dílčí aktivity	Časové hledisko	Předpokládané náklady	Zdroj financování
Zoo Olomouc – rozvoj	-----	Krátkodobá	Bude vyčísleno	Rozpočet SMOI*

infrastruktury			na základě zpracované projektové dokumentace	Rozpočet ZOO Olomouc Dotace MMR
Zoo Olomouc – parkování	-----	Střednědobá	125 000 000,-	Rozpočet SMOI Rozpočet ZOO Olomouc Dotace MMR
Zoo Olomouc – rozvoj a modernizace pavilonů a výběhů	-----	Střednědobá	Bude vyčísleno na základě zpracované projektové dokumentace	<b>Rozpočet SMOI*</b> Rozpočet ZOO Olomouc Dotace MMR
<b>Podopatření 1.4.2: Výstaviště Flora a olomoucké parky</b>				
Aktivita/projekt	Dílčí aktivity	Časové hledisko	Předpokládané náklady	Zdroj financování
Výstaviště Flora a olomoucké parky – parkování	-----	Střednědobá	175 000 000,-	Rozpočet SMOI Rozpočet Výstaviště Flora Olomouc
Výstaviště Flora a olomoucké parky – modernizace a zatraktivnění prostor	Revitalizace městské tržnice a modernizace vybavení	Krátkodobá až střednědobá	Bude vyčísleno na základě zpracované projektové dokumentace	<b>Rozpočet SMOI*</b> Rozpočet Výstaviště Flora Olomouc
	Revitalizace gastrozóny mezi pavilony A a E a prostor v okolí oranžerie	Krátkodobá	Bude vyčísleno na základě zpracované projektové dokumentace	<b>Rozpočet SMOI*</b> Rozpočet Výstaviště Flora Olomouc
	Revitalizace terasy v rámci pavilonu A a příprava VIP prostor	Krátkodobá až střednědobá	Bude vyčísleno na základě zpracované projektové dokumentace	<b>Rozpočet SMOI*</b> Rozpočet Výstaviště Flora Olomouc
Výstaviště Flora a olomoucké parky – úpravy pro venkovní expozice	Realizace úprav ve Smetanových sadech pro přesunutí části expozic při veletrzích Flora do venkovních prostor	Krátkodobá až střednědobá	Bude vyčísleno na základě zpracované projektové dokumentace	<b>Rozpočet SMOI*</b> Rozpočet Výstaviště Flora Olomouc
Podpora značky Olomouc město květin	Photo-pointy s květinovou výzdobou	Krátkodobá	250 000,-/rok	Rozpočet SMOI Rozpočet Výstaviště Flora Olomouc
	Květinová výzdoba vybraných festivalů	Krátkodobá	1 500 000,-/rok	Rozpočet SMOI Rozpočet Výstaviště Flora Olomouc Rozpočty organizátorů
Pracovní skupina pro oživení městských parků a dalších veřejných prostor	-----	Průběžná/ každoroční	20 000,-/rok	Rozpočet SMOI
<b>Podopatření 1.4.3: Areál Korunní pevnůstky</b>				
Aktivita/projekt	Dílčí aktivity	Časové hledisko	Předpokládané náklady	Zdroj financování
Zpřístupnění dalších objektů v rámci olomouckého opevnění	-----	Střednědobá	Bude vyčísleno na základě konkrétních projektů	<b>Rozpočet SMOI*</b> Vlastníci objektů Dotace MMR IROP
Inovace produktu cestovního ruchu – Císařsko-královská olomoucká pevnost	-----	Krátkodobá	1 250 000,-	<b>Rozpočet SMOI*</b> Dotace MMR IROP
Korunní pevnůstka – Nová zážitková a interaktivní atraktivita	-----	Střednědobá	3 000 000,-	<b>Rozpočet SMOI*</b> IROP
Korunní pevnůstka – digitalizace	-----	Krátkodobá až střednědobá	3 000 000,-	<b>Rozpočet SMOI*</b> Rozpočet OK Dotace MK

<b>Podopatření 1.4.4: Svatý kopeček – Sadové náměstí</b>				
Aktivita/projekt	Dílčí aktivity	Časové hledisko	Předpokládané náklady	Zdroj financování
Svatý kopeček – obnova a revitalizace prostor	-----	Střednědobá	Bude vyčísleno na základě zpracované projektové dokumentace	Rozpočet SMOI Rozpočet OK Dotace MMR IROP
<b>Opatření 1.5: Rozvoj nových cyklostezek, in-line stezek a služeb s tím souvisejících</b>				
Pozn.: Aktivity jsou realizovány a monitorovány v rámci PUMMO.				
<b>Strategický cíl 2: MICE</b>				
<b>Opatření 2.1: Podpora kongresové a incentivní turistiky</b>				
Aktivita/projekt	Dílčí aktivity	Časové hledisko	Předpokládané náklady	Zdroj financování
Dotační politika – podpora kongresové a incentivní turistiky	Vznik dotačního programu na podporu kongresové a incentivní turistiky	Průběžná/ každoroční	1 000 000,-/rok	Rozpočet SMOI
Rozšíření nabídky kongresových prostor	-----	Střednědobá	500 000,-/rok	<b>Rozpočet SMOI*</b> Rozpočet CMJCB
Tvorba produktů CR zaměřených na atraktivnější volnočasové nabídky pro kongresového a MICE návštěvníka	-----	Krátkodobá	2 000 000,-	Rozpočet SMOI Rozpočet CMJCB Partneři ze soukromého sektoru
Posílení rozpočtu Central Moravia & Jeseníky Convention Bureau	-----	Průběžná/ každoroční	500 000,-/rok	Rozpočet SMOI
Pracovní skupina pro podporu rozvoje MICE aktivit	-----	Průběžná/ každoroční	10 000,-/rok	Rozpočet SMOI Rozpočet CMJCB
Zařazení kongresového organizátora/návštěvníka mezi cílové skupiny destinačního marketingu	Tvorba kvalitních kampaňovatelných fotografií zpracovávajících téma MICE turistiky (v souladu s brandbookem destinační značky)	Krátkodobá	100 000,-	Rozpočet SMOI Rozpočet CMJCB
	Tvorba kvalitních kampaňovatelných video-spotů zpracovávajících téma MICE turistiky (v souladu s brandbookem destinační značky)	Krátkodobá	1 000 000,-	Rozpočet SMOI Rozpočet CMJCB
<b>Opatření 2.2: Rozvoj Výstaviště Flora Olomouc a.s. a s tím spojených služeb v oblasti MICE</b>				
Aktivita/projekt	Dílčí aktivity	Časové hledisko	Předpokládané náklady	Zdroj financování
Realizace expertní studie Flora Olomouc	-----	Krátkodobá	150 000,-	<b>Rozpočet SMOI*</b> Rozpočet Výstaviště Flora Olomouc
Komunikační strategie pro posílení značky Flora Olomouc v rámci destinačního marketingu	-----	Krátkodobá	150 000,-	<b>Rozpočet SMOI*</b> Rozpočet Výstaviště Flora Olomouc
Pracovní skupina pro využití veletržního a eventového potenciálu města	-----	Průběžná/ každoroční	10 000,-/rok	Rozpočet SMOI
<b>Opatření 2.3: Podpora rozvoje spolupráce s UPOL a jejími ústavy</b>				
Aktivita/projekt	Dílčí aktivity	Časové hledisko	Předpokládané náklady	Zdroj financování
Rozvoj prezentace kongresových kapacit UPOL	-----	Krátkodobá	75 000,-	<b>Rozpočet SMOI*</b> Rozpočet CMJCB
Pracovní skupina pro destinační spolupráci s UPOL	-----	Průběžná/ každoroční	10 000,-/rok	Rozpočet SMOI
Tvorba produktů zaměřených na návštěvníka univerzity	-----	Krátkodobá	1 000 000,-	Rozpočet SMOI Rozpočet CMJCB Rozpočet UPOL
<b>Strategický cíl 3: Smart City</b>				
<b>Opatření 3.1: Tvorba a dlouhodobá podpora digitální platformy kulturních akcí a eventů</b>				
Aktivita/projekt	Dílčí aktivity	Časové hledisko	Předpokládané náklady	Zdroj financování

Realizace projektu digitální platformy kulturních akcí a eventů	-----	Krátkodobá	500 000,-	Rozpočet SMOI Dotace MK
<b>Opatření 3.2: Rozvoj Olomouc region Card a dalších turistických slevových karet s ohledem na aktuální trendy</b>				
Aktivita/projekt	Dílčí aktivity	Časové hledisko	Předpokládané náklady	Zdroj financování
Rozšíření nabídky ORC	-----	Průběžná/ každoroční	250 000,-	Rozpočet SMOI* Rozpočet OK Rozpočet SMSCR
Prozkoumání a realizace dalších možností digitalizace ORC	-----	Krátkodobá	250 000,-	Rozpočet SMOI* Rozpočet OK Rozpočet SMSCR
Příprava strategie segmentace ORC a realizace projektu segmentace	Příprava strategie segmentace ORC	Krátkodobá	150 000,-	Rozpočet SMOI* Rozpočet OK Rozpočet SMSCR
	Příprava nových typů slevových turistických karet	Krátkodobá	3 000 000,-	Rozpočet SMOI* Rozpočet OK Rozpočet SMSCR
Realizace kampaní využívajících ORC jako USP (Unique-selling-proposition)	-----	Průběžná/ každoroční	1 000 000,-/rok	Rozpočet SMOI* Rozpočet OK Rozpočet SMSCR
Rozšíření počtu prodejních míst	-----	Průběžná/ každoroční	200 000,-	Rozpočet SMOI* Rozpočet OK Rozpočet SMSCR
Redesign vizuální podoby ORC	-----	Krátkodobá	100 000,-	Rozpočet SMOI* Rozpočet OK Rozpočet SMSCR
<b>Opatření 3.3: Podpora nových řešení přispívajících ke zvýšení návštěvnické atraktivity města</b>				
Aktivita/projekt	Dílčí aktivity	Časové hledisko	Předpokládané náklady	Zdroj financování
Zlepšení konektivity v rámci nejnavštěvovanějších turistických cílů	-----	Krátkodobá	135 000,-	Rozpočet SMOI
Zapojení Olomouce do aplikace Smart Guide	-----	Krátkodobá	300 000,-	Rozpočet SMOI
Foto-pointy	-----	Krátkodobá	125 000,-	Rozpočet SMOI
Gamifikace	-----	Krátkodobá až střednědobá	1 500 000,-	Rozpočet SMOI IROP
Opatření vybraných památek naučnými panely s QR kódy	-----	Krátkodobá až střednědobá	300 000,-	Rozpočet SMOI IROP
<b>Opatření 3.4: Podpora modernizace expozic turistických cílů</b>				
Aktivita/projekt	Dílčí aktivity	Časové hledisko	Předpokládané náklady	Zdroj financování
Zvýšení interaktivity expozic ve vybraných památkách a cílech	-----	Krátkodobá až střednědobá	3 000 000,-	Rozpočet SMOI* Rozpočty správců muzeí a cílů Dotace MK IROP
Digitalizace expozic stávajících atraktivit	-----	Krátkodobá až střednědobá	1 800 000,-	Rozpočet SMOI* Rozpočty správců muzeí a cílů Dotace MK IROP
<b>Strategický cíl 4: Rozvoj organizace CR, budování značky a marketing</b>				
<b>Opatření 4.1: Tvorba konkurenceschopných produktů, marketing destinace, budování značky</b>				
Aktivita/projekt	Dílčí aktivity	Časové hledisko	Předpokládané náklady	Zdroj financování
Příprava nových turistických tras pro návštěvníka mimo hlavní proud	-----	Průběžná/ každoroční	1 500 000,-	Rozpočet SMOI Dotace MMR IROP
Publikace zprostředkující Olomouc návštěvníkům očima místních	-----	Krátkodobá	2 500 000,-	Rozpočet SMOI
Komunikační brand	-----	Krátkodobá	350 000,-	Rozpočet SMOI

strategie				
Rozvoj destinační značky	Tvorba nových fotografií vycházejících z principu nové destinační značky	Průběžná/ každoroční	300 000,-/rok	Rozpočet SMOI
	Tvorba nových video-spotů vycházejících z principu nové destinační značky	Průběžná/ každoroční	450 000,-/rok	Rozpočet SMOI
Nový turistický portál	-----	Krátkodobá	2 000 000,-	Rozpočet SMOI
<b>Opatření 4.2: Podpora eventů, nákupních příležitostí a rozvoje gastronomie</b>				
Aktivita/projekt	Dílčí aktivity	Časové hledisko	Předpokládané náklady	Zdroj financování
Ambasador marketing	-----	Krátkodobá	250 000,-	Rozpočet SMOI
Podpora turisticky atraktivního sektoru gastronomie	Tvorba gastronomického průvodce po Olomouci	Krátkodobá	950 000,-	Rozpočet SMOI
	Tvorba nového produktu (prohlídkové trasy) zaměřené na párování památek a chutí Olomouce	Krátkodobá	1 000 000,-	Rozpočet SMOI Účast partnerů
	Tvorba koncepce a realizace nové gastronomické akce	Krátkodobá	1 000 000,-	Rozpočet SMOI Účast partnerů
Informační stojany	-----	Krátkodobá	200 000,-	Rozpočet SMOI
Marketingové pokrytí nákupního, gastro a event turismu	-----	Průběžná/ každoroční	250 000,-/rok	Rozpočet SMOI
<b>Opatření 4.3: Podpora Olomouce jako filmové destinace</b>				
Aktivita/projekt	Dílčí aktivity	Časové hledisko	Předpokládané náklady	Zdroj financování
Dotační podpora – Olomouc jako filmová destinace	Ustanovení dotačního programu zaměřeného na podporu Olomouce jako filmové destinace	Průběžná/ každoroční	1 000 000,-/rok	Rozpočet SMOI NPO
Dotační podpora – vznik filmů a dalších audio-vizuálních děl natáčených v rámci Olomouce	-----	Průběžná/ každoroční	750 000,-/rok	Rozpočet SMOI NPO
<b>Opatření 4.4: Podíl na aktivním řízení regionu Střední Morava, rozvoj kvality služeb, lidské zdroje a partnerství</b>				
Aktivita/projekt	Dílčí aktivity	Časové hledisko	Předpokládané náklady	Zdroj financování
Marketingová a produktová rada	Jednání marketingové a produktové rady	Průběžná/ každoroční	40 000,-/rok	Rozpočet SMOI
	Tvorba produktů a balíčků připravených v rámci partnerské spolupráce	Průběžná/ každoroční	1 500 000,-/rok	Rozpočet SMOI Rozpočet OK Rozpočet SMSCR Rozpočet CMJCB
	Příprava společných marketingových, komunikačních a PR aktivit	Průběžná/ každoroční	300 000,-/rok	Rozpočet SMOI Rozpočet OK Rozpočet SMSCR Rozpočet CMJCB
	Příprava fam a press tripů	Průběžná/ každoroční	600 000,-/rok	Rozpočet SMOI Rozpočet OK Rozpočet SMSCR Rozpočet CMJCB
Online formát pro spolupráci s partnerskými městy	Jednání s partnerskými městy v rámci nového online formátu	Průběžná/ každoroční	-----	-----
	Příprava projektů v rámci spolupráce s partnerskými městy	Průběžná/ každoroční	500 000,-	Rozpočet SMOI Rozpočet OK Rozpočet SMSCR Rozpočty partnerských měst
Online brand tool box	-----	Krátkodobá	70 000,-/rok	Rozpočet SMOI Rozpočet OK Rozpočet SMSCR Rozpočet CMJCB
<b>Opatření 4.5: Monitoring, výzkumy trhů</b>				
Aktivita/projekt	Dílčí aktivity	Časové hledisko	Předpokládané náklady	Zdroj financování
Metodické pokyny pro realizaci výzkumů	-----	Krátkodobá	70 000,-	Rozpočet SMOI Dotace MMR
Výzkum jednodenního návštěvníka	-----	Průběžná/ každoroční	500 000,-/rok	Rozpočet SMOI Dotace MMR
Výzkum spokojenosti s návštěvou	-----	Průběžná/ každoroční	500 000,-/rok	Rozpočet SMOI Dotace MMR
Výzkum profilu návštěvníka a vnímání	-----	Průběžná/ každoroční	500 000,-/rok	Rozpočet SMOI Dotace MMR

destinační značky Olomouce				
<b>Opatření 4.6: Komunikace projektů turistického ruchu směrem k obyvatelům</b>				
Aktivita/projekt	Dílčí aktivity	Časové hledisko	Předpokládané náklady	Zdroj financování
Metodika pro informování veřejnosti o projektech cestovního ruchu	-----	Krátkodobá	70 000,-	Rozpočet SMOI

\* Rozpočet SMOI je do aktivit zapojen v případě, že konkrétní zainteresované organizace, instituce a subjekty nejsou schopny pokrýt náklady z vlastních prostředků, případně by je mohla finanční náročnost od realizace projektů odradit. Zapojení rozpočtu SMOI předpokládá dobrou finanční situaci města, která uvolnění finančních prostředků umožní.

## 17. Harmonogram aktivit

Implementace Strategie rozvoje cestovního ruchu města Olomouce (2022–2027) je kontinuální proces sestávající z analýzy opatření v rámci zásobníku projektů, návrhu, schvalování a realizace Akčních plánů v jednotlivých letech účinnosti Strategie, vyhodnocování Akčních plánů optikou monitorovacích indikátorů a strategických cílů, návrhu korekcí, úprav a celkové průběžné koordinace a komunikace. Proces implementace se řídí harmonogramem a odpovědnostmi nastavenými v rámci níže uvedeného schématu.

Měsíc	Dílčí část implementace	Zodpovědný útvar	Aktivita v průběhu implementace Konceptce SMOI v oblasti podpory sportu a pohybu
Průběžně	Koordinace, řízení	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu – oddělení cestovního ruchu	<b>Celkové průběžné řízení implementace Strategie</b> , sestávající zejména z prioritizace navržených aktivit ze zásobníků, tvorby Akčních plánů, pravidelného vyhodnocování realizace jednotlivých projektů, monitoringu vývoje v rámci indikátorů atd. Součástí je též zajištění vzájemné komunikace a kooperace s dalšími dotčenými aktéry, publicita atp.
Březen, duben	Vyhodnocení plnění Strategie rozvoje cestovního ruchu města Olomouce (2022–2027)	Správci indikátorů	<b>Evaluace vývoje v rámci monitorovacích indikátorů</b> za předcházející rok ze strany jejich správců a možný návrh korekcí a úprav pro následující období.
		Administrátoři opatření	<b>Evaluace uskutečňování opatření a strategických cílů Strategie a jednotlivých aktivit zahrnutých v Akčním plánu</b> za předcházející rok a možný návrh korekcí a úprav pro následující období.
		Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu – oddělení cestovního ruchu	<b>Shrnutí výsledků naplňování monitorovacích indikátorů a konkrétních cílů/opatření Strategie</b> za předcházející rok do Zprávy o naplňování Strategie rozvoje cestovního ruchu města Olomouce (2022–2027). Na základě předchozího vyhodnocení je možné navrhnout případné změny v rámci dokumentu.
Květen		Komise cestovního ruchu	<b>Projednání Zprávy o naplňování Strategie rozvoje cestovního ruchu města Olomouce (2022–2027)</b> Komisí cestovního ruchu a možný návrh korekcí a úprav.
Červen		Rada města Olomouce	<b>Projednání a schválení Zprávy o naplňování Strategie rozvoje cestovního ruchu města Olomouce (2022–2027)</b> za předešlý rok Radou města Olomouce.

Měsíc	Dílčí část implementace	Zodpovědný útvar	Aktivity v průběhu implementace Konceptce SMOI v oblasti podpory sportu a pohybu
Září, říjen	Tvorba Akčního plánu	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu – oddělení cestovního ruchu  Komise pro cestovní ruch	Prvním krokem je <b>expertní analýza</b> aktivit a záměrů zařazených v zásobníku projektů z hlediska jejich aktuálnosti, potenciálních dopadů na vývoj cestovního ruchu ve městě a naplňování cílů i jednotlivých opatření definovaných ve strategii a dále posouzení rozpočtových, organizačních a kapacitních možností města i dotčených institucí (v gesci Odboru cestovního ruchu, kultury a sportu – oddělení cestovního ruchu za přispění administrátorů opatření). Na základě této analýzy je vypracován <b>návrh Akčního plánu</b> , který následně <b>projednává Komise cestovního ruchu a doporučí jej k realizaci</b> . Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu – oddělení cestovního ruchu předá informace Odboru ekonomickému – oddělení rozpočtu a finanční strategie (neinvestiční aktivity) a Odboru investic (investiční aktivity).
Říjen, listopad		Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu – oddělení cestovního ruchu  Odbor investic  Odbor ekonomický  Investiční komise	V souladu s termínem na přípravu rozpočtu města na nadcházející rok <b>sladění požadavků na zařazení aktivit/projektů do Akčního plánu ve vazbě na rozpočtové možnosti města</b> (případně další relevantní zdroje financování). <b>Projednání investičních záměrů Investiční komisí a příprava investičního rozpočtu města</b> (zajišťuje Odbor investic ve spolupráci s Odborem ekonomickým a dalšími odbory MMOI) a <b>příprava provozního rozpočtu</b> na následující rok (zajišťuje Odbor ekonomický ve spolupráci s Odborem cestovního ruchu, kultury a sportu a dalšími odbory MMOI). <b>Sestavení ročního Akčního plánu ve vazbě na investiční a provozní rozpočet města</b> (zajistí Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu – oddělení cestovního ruchu ve spolupráci s administrátory opatření). Projekty, které se nepostoupí do Akčního plánu na daný rok, budou dále evidovány v databázi projektových námětů a projektů SMOI.
Prosinec		Rada města Olomouce	<b>Projednání a schválení ročního Akčního plánu</b> pro následující rok Radou města Olomouce.

## 18. Akční plány

Strategie rozvoje cestovního ruchu města Olomouce (2022–2027) bude s ohledem na dostupné finanční prostředky v jednotlivých letech naplňována především prostřednictvím **Akčního plánu**.

Akční plán představuje krátkodobý dokument, který se připravuje vždy na nadcházející rok s výhledem do roku dalšího. Jeho tvorba se provádí v jednotlivých krocích, kterými jsou:

- sběr podnětů od zaměstnanců příslušných odborů MMOI, relevantních organizací a institucí, popř. i od veřejnosti (lze využít participativních nástrojů) a jejich projednání;
- návrh, rozpracování a projednání jednotlivých aktivit a projektů;
- schválení aktivit a projektů a jejich zařazení do Akčního plánu.

Finální dokument pak bude předložen ke schválení Radě města Olomouc. Projekty, které nebudou schváleny jako součást Akčního plánu, mohou být zařazeny do databáze projektových námětů k jednotlivým opatřením.



## Struktura a proces tvorby akčních plánů

Akční plán je strukturovaný dokument, který zahrnuje přehled konkrétních aktivit a projektů určených k realizaci v daném roce včetně nastavení odpovědnosti, termínů plnění a finanční alokace. Předložené aktivity a projekty musí mít prokazatelnou návaznost na opatření a strategické cíle stanovené v tomto dokumentu a vést k jejich naplnění.

Akční plán představuje dlouhodobý strategický dokument, který se připravuje vždy na nadcházející rok s výhledem do roku dalšího. Proto zajištění kontinuity a co nejnázší realizaci aktivit a projektů z Akčního plánu je třeba dbát na to, aby byl tento dokument diskutován a schvalován současně s rozpočtem města a aby i jeho příprava byla do rozpočtu zahrnuta. Stejně tak veškeré aktivity a projekty navržené v Akčním plánu musí být v příslušném roce kryty rozpočtem města, případně jiným zdrojem financování. Do Akčního plánu naopak není třeba zahrnovat činnosti, které odpovídají mandatorním výdajům města, jako je např. údržba a oprava městského majetku apod.

Výběr jednotlivých aktivit a projektů do Akčního plánu vychází z databáze projektových námětů, která vznikne pro každé z navržených opatření, a řídí se aktuálními potřebami, naléhavostí a potřebností jejich realizace. Samotné projektové náměty pak vychází jednak z této strategie, jednak z jednání pracovních skupin či jiných veřejných projednání.

Akční plán bude v souladu se strukturou zpracování akčních plánů na MMOI zahrnovat:

- číslo opatření, které daná aktivita či projekt pomáhá naplňovat;
- název aktivity či projektu;
- stručný popis hlavních aktivit a jejich předpokládaných výstupů v daném roce;
- expertní odhad celkových finančních nákladů (v tis. Kč);
- expertní odhad nákladů z rozpočtu SMOI (v tis. Kč);
- expertní odhad nákladů z externích zdrojů (v tis. Kč) vč. dotačního titulu nebo určení jiného zdroje financování;
- předpokládané období realizace (časově omezené období, popř. „každoročně“);
- subjekt odpovědný za realizaci projektu a garanta;
- stupeň rozpracovanosti (např. zpracován investiční záměr, projektová dokumentace, vydáno stavební povolení, projekt v realizaci atd.);
- poznámku s případnou další relevantní informací o aktivitě či projektu.

Tabulka: Návrh struktury Akčního plánu

Číslo opatření	Název projektu	Popis aktivit / výstupy projektu	Předpokládané náklady (v tis. Kč)								Období realizace	Odpovědnost, garant	Stupeň rozpracovanosti	Poznámka
			Celkem	Náklady SMOI				Externí zdroje						
				Celkem	2022	2023	Další roky	Výše dotace	Dotační titul	Jiné zdroje financování				

Číslo opatření	Název projektu	Popis aktivit / výstupy projektu	Předpokládané náklady (v tis. Kč)								Období realizace	Odpovědnost, garant	Stupeň rozpracovanosti	Poznámka
			Celkem	Náklady SMOI				Externí zdroje						
				Celkem	2023	2024	Další	Výše	Dotační	Jiné zdroje				

							roky	dotace	titul	financování				
4.1	Nový turistický portál	...	2 000	2 000	500	1 400	100				I/2023–IV/2025	OI	Zpracován investiční záměr	...

## 19. Soubor monitorovacích indikátorů

Monitorovací indikátory jsou navázány na konkrétní opatření a slouží k evaluaci naplňování cílů strategie. Vyhodnocení některých indikátorů bude vyžadovat sběr dat, který aktuálně město nerealizuje (například měření nových parametrů destinační značky). Součástí aktivit v zásobníku je proto i doporučení na pravidelné výzkumy v rámci cestovního ruchu, které umožní tyto parametry evaluovat.

Každý monitorovací indikátor je zpracován v rámci separátní karty, která obsahuje jeho definici, měrnou jednotku, optimální směr vývoje, popis metodiky a výpočtu indikátoru, stávajících hodnot i optimálních hodnot v rámci naplňování strategie, předpokládané zdroje čerpání dat, frekvenci vyhodnocování a konkrétního správce indikátoru.

V případě optimálního vývoje pracujeme se symboly, jejichž význam vysvětluje následující tabulka.

Symbol	Význam symbolu
↑	vzrůstající tendence
↓	klesající tendence
⊥	nepoklesnout pod stanovenou mez
⊤	nepřekročit stanovenou mez
↔	udržet stávající hodnotu
A/N	splněno / nesplněno
Monitorovat	indikátor bude pouze monitorován

Číslo indikátoru: 1	Strategický cíl: 1. Rozvoj turistických cílů a infrastruktury	Opatření: 1.1 Rozvoj nových turistických cílů, modernizace stávajících cílů a jejich služeb			
Název indikátoru:	Výše alokovaných finančních prostředků z rozpočtu města na rozvoj nových turistických cílů a modernizací stávajících cílů a jejich služeb				
Správce indikátoru:	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu				
Druh indikátoru:	Měrná jednotka:	Optimální	Výchozí	Cílová	Cílová

		směr:	stav:	hodnota (ideální stav):	hodnota (skutečný stav):
Alokace	Kč/rok	±	17 mil. Kč /rok	17 mil. Kč /rok	
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	<p>Rozvoj nových turistických cílů a modernizace těch stávajících jsou přímo závislé na pravidelném a stabilním financování investičních akcí v objektech budto přímo ve vlastnictví města a jeho příspěvkových organizací nebo dalších subjektů, které jsou na městě nezávislé. Finanční prostředky mohou být alokovány budto v příslušných rozpočtových kapitolách a položkách, nebo v rámci dotací v cestovním ruchu.</p> <p>Financování rozvojových aktivit tohoto druhu bude do značné míry závislé na připravenosti jednotlivých projektů. Lze proto odůvodněně předpokládat, že v rámci sledovaného období zaznamenáme v konkrétních letech budto významná navýšení alokace, případně její snížení, a to právě v závislosti na připravenosti specifických projektů. Z celkového pohledu by však průměrná roční alokace v rámci rozpočtu města neměla klesnout pod stanovenou minimální hranici.</p>				
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ekonomickou situací</li> <li>• Rozpočtovými příjmy města</li> <li>• Připraveností projektů</li> <li>• Aktivitou v rámci jednotlivých let sledovaného období</li> </ul>				
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, odbor investic, odbor ekonomický				
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně				

<b>Číslo indikátoru: 2</b>	<b>Strategický cíl: 1. Rozvoj turistických cílů a infrastruktury</b>		<b>Opatření: 1.1 Rozvoj nových turistických cílů, modernizace stávajících cílů a jejich služeb</b>		
<b>Název indikátoru:</b>	Výše externích zdrojů využitých na rozvoj nových turistických cílů a modernizaci stávajících cílů a jejich služeb				
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu				
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>
Objem získaných dotací	Kč/sledované období	↔	421 mil. Kč /sledované období	421 mil. Kč /sledované období	
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Rozpočtové možnosti města Olomouce jsou do značné míry limitované. Velké investiční akce spojené s revitalizací a modernizací důležitých cílů proto vyžadují dotační podporu ze strany státu či Evropské unie. V období minulé strategie byla Olomouc úspěšná ve snaze získávat pro své projekty rozvoje turistických cílů externí dotační zdroje. Cílem pro				

	nadcházející období je proto udržet míru dotační podpory alespoň na stávající úrovni.
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Připraveností projektů</li> <li>• Úspěšností dotačních žádostí</li> <li>• Nabídkou, alokací a strukturou jednotlivých dotačních programů</li> </ul>
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, odbor investic, odbor ekonomický
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně

<b>Číslo indikátoru: 3</b>	<b>Strategický cíl: 1. Rozvoj turistických cílů a infrastruktury</b>		<b>Opatření: 1.1 Rozvoj nových turistických cílů, modernizace stávajících cílů a jejich služeb</b>		
<b>Název indikátoru:</b>	Počet dokončených / k realizaci připravených projektů pro rozvoj nových turistických cílů a modernizaci stávajících cílů a jejich služeb				
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu				
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>
Počet	projekty/rok	↑	0	3	
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Naplnění projektů shrnutých v rámci zásobníku pro opatření 1.1 vyžaduje intenzivní tempo přípravy a realizace. Počty připravených a dokončených projektů se opět budou v jednotlivých letech přirozeně lišit, roční průměr za celé sledované období by však neměl být nižší než 3 dokončené/k realizaci připravené projekty.				
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Připraveností projektů</li> <li>• Úspěšností dotačních žádostí</li> <li>• Nabídkou, alokací a strukturou jednotlivých dotačních programů</li> <li>• Ekonomickou situací</li> <li>• Rozpočtovými příjmy města</li> <li>• Připraveností projektů</li> <li>• Aktivitou v rámci jednotlivých let sledovaného období</li> </ul>				
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, odbor investic, odbor ekonomický, odbor strategie a řízení, odbor dotačních projektů				
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně				

<b>Číslo indikátoru: 4</b>	<b>Strategický cíl: 1. Rozvoj turistických cílů a infrastruktury</b>	<b>Opatření: 1.1 Rozvoj nových turistických cílů, modernizace stávajících cílů a jejich služeb</b>
<b>Název indikátoru:</b>	Počet návštěvníků nových/modernizovaných turistických cílů a počet návštěvníků využívajících jejich služeb	

<b>Správce indikátoru:</b>	<b>Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu</b>					
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>	
Navýšení	Procentuální navýšení oproti výchozímu stavu (stávající cíle)/monitorovat (nové cíle)	↑	100 % / monitorovat	120 % / monitorovat		
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Záměrem za projekty spojenými s rozvojem nových a modernizací stávajících turistických cílů je navýšení jejich návštěvnosti. V případě stávajících cílů počítáme, že jejich zatraktivnění povede k 20% zvýšení návštěvnosti oproti výchozímu stavu. I když v případě nových cílů nemůžeme přirozeně mluvit o navýšení návštěvnosti oproti výchozímu stavu (cíle před tím neexistovaly, a tudíž je nikdo nenavštěvoval), i tak bude jejich návštěvnost pravidelně monitorována, srovnávána a vyhodnocována v rámci celkové nabídky turistických cílů v Olomouci.					
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atraktivitou konkrétních projektů pro návštěvníky</li> <li>• Obecnou trajektorií cestovního ruchu v rámci ČR</li> <li>• Novými trendy v rámci cestovního ruchu</li> <li>• Ekonomickou situací</li> </ul>					
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně					

<b>Číslo indikátoru: 5</b>	<b>Strategický cíl: 1. Rozvoj turistických cílů a infrastruktury</b>			<b>Opatření: 1.1 Rozvoj nových turistických cílů, modernizace stávajících cílů a jejich služeb</b>		
<b>Název indikátoru:</b>	Existence a průběžné naplňování koncepce napojení modernizovaných/nových turistických cílů na ORC					
<b>Správce indikátoru:</b>	<b>Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu</b>					
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>	
Výsledek	monitorovat	A/N				
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Vznikne jasný plán včetně časového harmonogramu a navržených módů zapojení pro integrování nových či inovovaných turistických cílů a jejich nabídky do projektu Olomouc Region Card. Všichni dotčení aktéři budou o intencích plánu informováni a bude na něm existovat shoda. Koncepce je naplňována v závislosti na postupu realizace dalších aktivit popsanych ve strategii.					
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kapacitou pracovníků odboru cestovního ruchu, kultury a sportu</li> <li>• Spoluprací s Olomouckým krajem</li> </ul>					

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Spoluprací se Střední Morava – sdružení cestovního ruchu</li> <li>• Spoluprací s dalšími aktéry</li> </ul>
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně

<b>Číslo indikátoru: 6</b>	<b>Strategický cíl: 1. Rozvoj turistických cílů a infrastruktury</b>		<b>Opatření: 1.2 Rozvoj muzejních a kulturních zařízení a jejich služeb</b>		
<b>Název indikátoru:</b>	Existence a výše alokace dotačního programu města zaměřeného na podporu aktivit pro rodiny s dětmi				
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu				
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>
alokace a periodicitu	Kč/rok	↑	0	500 000,-/rok	
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Město Olomouc aktivně podpoří rozvoj muzejních a kulturních zařízení a jejich služeb se zaměřením na návštěvníka ze segmentu rodin s dětmi. Místní muzea a další zařízení v rámci sekundární turistické infrastruktury díky tomu zmodernizují své programy, expozice a prohlídkové trasy, tak aby nabízely atraktivní a zábavný zážitek pro děti a mladistvé. Pro tyto aktivity využijí mimo jiné i nový dotační program města, který každoročně poskytne na záměry tohoto typu adekvátní finanční alokaci.				
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozpočtovými možnostmi města</li> <li>• Spoluprací s dalšími aktéry</li> <li>• Možnostmi konkrétních zařízení sekundární turistické infrastruktury</li> <li>• Připraveností konkrétních projektů</li> </ul>				
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, odbor ekonomický				
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně				

<b>Číslo indikátoru: 7</b>	<b>Strategický cíl: 1. Rozvoj turistických cílů a infrastruktury</b>		<b>Opatření: 1.2 Rozvoj muzejních a kulturních zařízení a jejich služeb</b>		
<b>Název indikátoru:</b>	Existence a alokace dotačního programu zaměřeného na menší kulturní zařízení s potenciálem rozšířit turisticky atraktivní kulturní nabídku i mimo centrum města				
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu				
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>
alokace a periodicitu	Kč	↑	0	500 000,-/rok	

Plán (dle ročních akčních plánů)	2022	2023	2024	2025	2026	2027
<b>Popis indikátoru:</b>	Město Olomouc nabídne návštěvníkovi bohatý kulturní zážitek a program rozprostřený i mimo hranice historického centra. Dotačním programem s adekvátní finanční alokací podpoří vznik nových či projekty a akce stávajících menších zařízení, které ožíví společenský a kulturní život v širším prostoru metropole.					
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozpočtovými možnostmi města</li> <li>• Spoluprací s dalšími aktéry</li> <li>• Možnostmi konkrétních zařízení</li> <li>• Připraveností konkrétních projektů</li> </ul>					
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, odbor ekonomický					
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně					

<b>Číslo indikátoru: 8</b>	<b>Strategický cíl: 1. Rozvoj turistických cílů a infrastruktury</b>			<b>Opatření: 1.2 Rozvoj muzejních a kulturních zařízení a jejich služeb</b>		
<b>Název indikátoru:</b>	Výše alokovaných finančních prostředků z rozpočtu města na činnost kulturních zařízení, kulturní a společenské akce či festivaly					
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>	
alokace a periodicitu	Kč	↔	242 mil. Kč/rok	242 mil. Kč/rok		
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Město Olomouc bude dlouhodobě pokračovat v podpoře činnosti kulturních zařízení, jejich projektů a akcí v rámci města, které mají potenciál přitáhnout pozornost domácích i zahraničních turistů. I přes hrozící omezení rozpočtových možností města (vzhledem k očekávané ekonomické recesi) se pokusí udržet alokaci určenou na tento segment turistické nabídky ve stávající výši.					
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozpočtovými možnostmi města</li> <li>• Ekonomickou situací</li> <li>• Protiepidemickými opatřeními a reálnou možností pořádání akcí</li> <li>• Připraveností konkrétních projektů</li> </ul>					
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, odbor ekonomický, odbor strategie a řízení					
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně					

<b>Číslo indikátoru: 9</b>	<b>Strategický cíl: 1. Rozvoj turistických cílů a infrastruktury</b>			<b>Opatření: 1.2 Rozvoj muzejních a kulturních zařízení a jejich služeb</b>		
<b>Název indikátoru:</b>	Existence koncepce spolupráce soukromého a veřejného sektoru v rámci					

	projektu Arena Olomouc					
<b>Správce indikátoru:</b>	<b>Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu</b>					
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>	
výsledek	monitorovat	A/N				
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Město Olomouc bude disponovat konkrétní představou o realizaci projektu Arena Olomouc na základě vypracované koncepce spolupráce soukromého a veřejného sektoru, na které panuje široká shoda. Na základě této koncepce a rozpočtových možností města i konkrétních plánů dalších aktérů v rámci akce mohou již probíhat kroky k realizaci stavby, potenciálně též k jejímu dokončení v horizontu trvání této strategie.					
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozpočtovými možnostmi města</li> <li>• Ekonomickou situací</li> <li>• Spolupráci s dalšími aktéry v rámci projektu</li> <li>• Politickou shodou</li> <li>• Majetkoprávními aspekty</li> </ul>					
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, odbor investic, odbor strategie a řízení, odbor dotačních projektů					
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně					

<b>Číslo indikátoru: 10</b>	<b>Strategický cíl: 1. Rozvoj turistických cílů a infrastruktury</b>			<b>Opatření: 1.2 Rozvoj muzejních a kulturních zařízení a jejich služeb</b>		
<b>Název indikátoru:</b>	Otevření středoevropského fóra Olomouc					
<b>Správce indikátoru:</b>	<b>Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu</b>					
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>	
výsledek	monitorovat	A/N				
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Turisté budou moci navštívit expozici středoevropského výtvarného umění v nové budově galerie postavené na základě architektonické studie z pera Jana Šěpky v Denisově ulici.					
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Finanční podporou ze strany státu</li> <li>• Připraveností projektu a projektovými pracemi</li> <li>• Majetkoprávními aspekty</li> <li>• Ekonomickou situací</li> </ul>					
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, odbor strategie a řízení, Muzeum moderního umění					
<b>Perioda vyhodnocování</b>	1x ročně					



indikátoru:					
<b>Číslo indikátoru: 11</b>	<b>Strategický cíl: 1. Rozvoj turistických cílů a infrastruktury</b>		<b>Opatření: 1.3 Podpora rozvoje podnikatelské turistické infrastruktury a jejích služeb</b>		
<b>Název indikátoru:</b>	Počet incentivních programů pro podnikatele v oblasti turistické infrastruktury a služeb				
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu				
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>
počet	programy	↑	3	7	
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	<p>V případě dalších vln epidemie COVID-19, zpřísnění protiepidemických opatření či jiných externích vlivů existenčně ohrožujících podniky a zařízení navázané na cestovní ruch bude mít Olomouc připravený balík incentivních programů a úlev, které může využít pro podporu konkrétních segmentů. Jedná se zejména o:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prominutí nájemného</li> <li>• Prominutí poplatku za předzahrádky</li> <li>• Prominutí ubytovacích poplatků</li> <li>• ORC zdarma pro hosty ubytované na delší období</li> <li>• Prominutí místních poplatků z pobytu</li> <li>• Vybavení desinfekčními prostředky</li> <li>• Komunikační podpora</li> </ul>				
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pandemickou situací</li> <li>• Dalšími externími vlivy</li> <li>• Ekonomickou situací</li> <li>• Rozpočtovými možnostmi města</li> </ul>				
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, odbor ekonomický				
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	dle aktuální situace				

<b>Číslo indikátoru: 12</b>	<b>Strategický cíl: 1. Rozvoj turistických cílů a infrastruktury</b>		<b>Opatření: 1.3 Podpora rozvoje podnikatelské turistické infrastruktury a jejích služeb</b>		
<b>Název indikátoru:</b>	Růst nabídky ubytovacích kapacit v kempech a pro turisty přijíždějící obytnými vozy				
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu				
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>
Počet	Ubytovací kapacity v kempech	↑	140	280	
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>

<b>akčních plánů</b>	
<b>Popis indikátoru:</b>	Město bude disponovat komplexním balíčkem investičních pobídek, které může nabídnout podnikatelům se zájmem o zřízení nového kempu či zázemí pro ubytování návštěvníků přijíždějících obytnými vozy. Tyto pobídky mohou zahrnovat např. pronájem či prodej ploch či pozemků za zvýhodněnou cenu, koordinační a kooperační podporu v rámci majetkoprávních aspektů, vybudování vybraných prvků infrastruktury, propagační podporu v kanálech města atp. Díky tomu vzniká pro území Olomouce nový kemp a ubytovací kapacity v této oblasti se zdvojnásobují.
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pandemickou situací</li> <li>• Dalšími externími vlivy</li> <li>• Ekonomickou situací</li> <li>• Rozpočtovými možnostmi města</li> </ul>
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, odbor investic, odbor majetkoprávní
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	dle aktuální situace

<b>Číslo indikátoru: 13</b>	<b>Strategický cíl: 1. Rozvoj turistických cílů a infrastruktury</b>		<b>Opatření: 1.3 Podpora rozvoje podnikatelské turistické infrastruktury a jejích služeb</b>		
<b>Název indikátoru:</b>	Počet ubytovacích/stravovacích zařízení a turistických cílů opatřených logem cyklisté vítání				
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu				
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>
počet	zařízení	↑	0	15	
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Díky výstavbě servisních bodů, dobíjecích stanic a další infrastruktury pro cyklisty ve strategicky vybraných místech a komunikační podpoře města získá patnáct turistických cílů či ubytovacích/stravovacích zařízení v rámci města logo projektu „Cyklisté vítání“.				
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozpočtovými možnostmi města</li> <li>• Výběrem vhodných lokalit pro rozvoj cyklistické infrastruktury</li> <li>• Jednáním s dalšími aktéry</li> <li>• Vlastní iniciativou dalších aktérů</li> </ul>				
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, odbor strategie a řízení				
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně				

<b>Číslo indikátoru: 14</b>	<b>Strategický cíl: 1. Rozvoj turistických cílů a infrastruktury</b>		<b>Opatření: 1.3 Podpora rozvoje podnikatelské turistické infrastruktury a jejích služeb</b>		
<b>Název indikátoru:</b>	Růst ubytovacích kapacit v rámci konvenčních hromadných ubytovacích				

	zařízení					
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>	
počet	lůžka	↑	3513	3800		
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Díky koncepční podpoře města vzroste počet ubytovacích zařízení v rámci Olomouce, případně budou rozšířeny kapacity zařízení stávajících.					
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ekonomickou návratností projektů ubytovacích zařízení</li> <li>• Zájmem podnikatelů</li> </ul>					
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, soukromé podnikatelské subjekty					
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně					

<b>Číslo indikátoru: 15</b>	<b>Strategický cíl: 1. Rozvoj turistických cílů a infrastruktury</b>		<b>Opatření: 1.3 Podpora rozvoje podnikatelské turistické infrastruktury a jejích služeb</b>			
<b>Název indikátoru:</b>	Počet podnikatelských projektů zapojených do Olomouc Region Card					
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>	
počet	podniky	↑	40	60		
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Díky aktivní komunikaci se zástupci soukromého sektoru o polovinu vzroste počet podnikatelských projektů poskytujících v rámci ORC návštěvníkům slevy či výhody.					
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ochotou podniků účastnit se projektu</li> <li>• Konkrétním řešením přípravy projektu</li> <li>• Propagací festivalu</li> </ul>					
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně					

<b>Číslo indikátoru: 16</b>	<b>Strategický cíl: 1. Rozvoj turistických cílů a infrastruktury</b>		<b>Opatření: 1.4 Rozvoj vybraných lokalit zvýšením atraktivity území</b>			
<b>Název indikátoru:</b>	Počet nových či modernizovaných výběhů, expozic a pavilonů					
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota</b>	

					(skutečný stav):
počet	Nové/modernizované výběhy	↔	3/rok	3/rok	
Plán (dle ročních akčních plánů)	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
Popis indikátoru:	ZOO Olomouc udrží tempo modernizace a stavby nových výběhů, expozic i pavilonů a pokročí ve výstavbě safari.				
Indikátor je ovlivněn:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozpočtovými možnostmi města</li> <li>• Rozpočtovými možnostmi ZOO Olomouc</li> <li>• Návštěvností ZOO Olomouc</li> <li>• Přípraveností projektů</li> <li>• Prostorem areálu</li> </ul>				
Zdroj čerpání dat:	ZOO Olomouc				
Perioda vyhodnocování indikátoru:	1x ročně				

Číslo indikátoru: 17	Strategický cíl: 1. Rozvoj turistických cílů a infrastruktury		Opatření: 1.4 Rozvoj vybraných lokalit zvýšením atraktivity území		
Název indikátoru:	Návštěvnost ZOO Olomouc				
Správce indikátoru:	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu				
Druh indikátoru:	Měrná jednotka:	Optimální směr:	Výchozí stav:	Cílová hodnota (ideální stav):	Cílová hodnota (skutečný stav):
dopad	návštěvníci	↑	367 248	450 000	
Plán (dle ročních akčních plánů)	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
Popis indikátoru:	Rozvoj ZOO Olomouc, rozšíření parkovacích kapacit a celková modernizace povede ke zvýšení návštěvnosti areálu.				
Indikátor je ovlivněn:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Postupem dalších projektů v rámci ZOO Olomouc</li> <li>• Ekonomickou situací</li> <li>• Epidemickou situací</li> <li>• Rozvojem konkurence</li> </ul>				
Zdroj čerpání dat:	ZOO Olomouc				
Perioda vyhodnocování indikátoru:	1x ročně				

Číslo indikátoru: 18	Strategický cíl: 1. Rozvoj turistických cílů a infrastruktury		Opatření: 1.4 Rozvoj vybraných lokalit zvýšením atraktivity území		
Název indikátoru:	Celková parkovací kapacita pro Zoo Olomouc				
Správce indikátoru:	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu				
Druh indikátoru:	Měrná jednotka:	Optimální směr:	Výchozí stav:	Cílová hodnota (ideální stav):	Cílová hodnota (skutečný stav):

počet	parkovací místa	↑	350	600		
Plán (dle ročních akčních plánů)	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Popis indikátoru:	Namísto cca 350 parkovacích míst, které mají návštěvníci olomoucké ZOO k dispozici přímo v blízkosti areálu či v docházkové vzdálenosti se parkovací kapacita výstavbou nových stání rozšíří na 600 míst.					
Indikátor je ovlivněn:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozpočtovými možnostmi města</li> <li>• Nabídkou a strukturou dotačních programů</li> <li>• Identifikací vhodných lokalit pro nová stání</li> <li>• Majetkoprávními aspekty</li> <li>• Připraveností projektů na rozšíření parkovacích kapacit</li> </ul>					
Zdroj čerpání dat:	Odbor dopravy a územního rozvoje, Odbor investic					
Perioda vyhodnocování indikátoru:	1x ročně					

Číslo indikátoru: 19	Strategický cíl: 1. Rozvoj turistických cílů a infrastruktury		Opatření: 1.4 Rozvoj vybraných lokalit zvýšením atraktivity území			
Název indikátoru:	Celková parkovací kapacita pro Floru Olomouc					
Správce indikátoru:	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					
Druh indikátoru:	Měrná jednotka:	Optimální směr:	Výchozí stav:	Cílová hodnota (ideální stav):	Cílová hodnota (skutečný stav):	
počet	parkovací místa	↑	150	350		
Plán (dle ročních akčních plánů)	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Popis indikátoru:	Návštěvníci Flory Olomouc získají k dispozici nový parkovací objekt na místě současného parkoviště v ulici Poupětova, který významně navýší počet stání v bezprostřední blízkosti areálu.					
Indikátor je ovlivněn:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozpočtovými možnostmi města</li> <li>• Rozpočtovými možnostmi Výstaviště Flora Olomouc</li> <li>• Nabídkou a strukturou dotačních programů</li> <li>• Majetkoprávními aspekty</li> <li>• Připraveností projektu</li> </ul>					
Zdroj čerpání dat:	Odbor dopravy a územního rozvoje, Odbor investic, Výstaviště Flora Olomouc					
Perioda vyhodnocování indikátoru:	1x ročně					

Číslo indikátoru: 20	Strategický cíl: 1. Rozvoj turistických cílů a infrastruktury		Opatření: 1.4 Rozvoj vybraných lokalit zvýšením atraktivity území		
Název indikátoru:	Počet modernizovaných výstavních prostor a ploch pro pořádání akcí v rámci areálu				
Správce indikátoru:	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu				
Druh indikátoru:	Měrná jednotka:	Optimální směr:	Výchozí stav:	Cílová hodnota (ideální stav):	Cílová hodnota

					(skutečný stav):	
počet	projekty/sledované období	↑	0	4		
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Během sledovaného období strategie dojde k: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dokončení revitalizace městské tržnice a modernizaci jejího vybavení.</li> <li>• Dokončení revitalizace gastrozóny mezi pavilony A a E a prostor v okolí oranžérie, čímž dojde k vytvoření dalšího přirozeného meeting-pointu v rámci Smetanových sadů.</li> <li>• Dokončení revitalizace terasy v rámci pavilonu A a přípravy VIP prostor, čímž získají návštěvníci Výstaviště Flora k dispozici další moderní a atraktivní prostor (zelená střecha).</li> <li>• Provedení úprav v rámci Smetanových sadů, díky kterým bude moci veletrh Flora přirozeným způsobem expandovat do prostoru parku, kam bude přesunuta část expozic. Vybudované zázemí bude využíváno i pro pořádání akcí menšího charakteru.</li> </ul>					
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozpočtovými možnostmi města</li> <li>• Rozpočtovými možnostmi Výstaviště Flora Olomouc</li> <li>• Připraveností jednotlivých projektů</li> <li>• Spoluprací s Výstavištěm Flora Olomouc</li> <li>• Celkovým vývojem v oblasti veletržnictví</li> </ul>					
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor dopravy a územního rozvoje, Odbor investic, Výstaviště Flora Olomouc					
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně					

<b>Číslo indikátoru: 21</b>	<b>Strategický cíl: 1. Rozvoj turistických cílů a infrastruktury</b>		<b>Opatření: 1.4 Rozvoj vybraných lokalit zvýšením atraktivity území</b>			
<b>Název indikátoru:</b>	Dokončení inovace produktu cestovního ruchu – Císařsko-královská olomoucká pevnost					
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>	
výsledek	monitorovat	N/A				
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Nabídka technicko-vojenského turismu v Olomouci bude formalizována prostřednictvím inovovaného produktu – Císařsko-královské olomoucké pevnosti. Návštěvníci se o produktu dozví prostřednictvím moderního webového portálu, který jim nabídne vyčerpávající informace, či skrze nové informační brožury a další materiály. Cesta po olomouckých pevnostech díky tomu bude představovat zábavnou, novými aktivitami naplněnou kratochvíli pro všechny návštěvníky, s důrazem na rodiny s dětmi.					

<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozpočtovými možnostmi města</li> <li>• Nabídkou a strukturou dotačních programů</li> <li>• Zájmem vlastníků objektů</li> <li>• Spoluprací s dalšími aktéry</li> <li>• Památkovou ochranou</li> </ul>
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně

<b>Číslo indikátoru: 22</b>	<b>Strategický cíl: 1. Rozvoj turistických cílů a infrastruktury</b>		<b>Opatření: 1.4 Rozvoj vybraných lokalit zvýšením atraktivity území</b>		
<b>Název indikátoru:</b>	Počet nově zpřístupněných objektů v rámci olomouckého opevnění				
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu				
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>
počet	objekty	↑	0	3	
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Návštěvníci města budou moci navštívit tři nově zpřístupněné objekty olomouckého opevnění s atraktivními službami, které budou zařazeny do inovovaného produktu turistického ruchu Císařsko-královské olomoucké pevnosti.				
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozpočtovými možnostmi města</li> <li>• Nabídkou a strukturou dotačních programů</li> <li>• Zájmem vlastníků objektů</li> <li>• Spoluprací s dalšími aktéry</li> <li>• Památkovou ochranou</li> </ul>				
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, vlastníci objektů				
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně				

<b>Číslo indikátoru: 23</b>	<b>Strategický cíl: 1. Rozvoj turistických cílů a infrastruktury</b>		<b>Opatření: 1.4 Rozvoj vybraných lokalit zvýšením atraktivity území</b>		
<b>Název indikátoru:</b>	Vznik nové zážitkové a interaktivní atraktivity v rámci Císařsko-královské olomoucké pevnosti				
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu				
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>
počet	nové zážitkové a interaktivní atraktivity	↑	0	1	
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>

<b>akčních plánů</b>	
<b>Popis indikátoru:</b>	V rámci inovovaného produktu Císařsko-královské olomoucké pevnosti bude návštěvníkům nabízena i nově vybudovaná interaktivní atraktivita cílící na rodiny s dětmi.
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozpočtovými možnostmi města</li> <li>• Nabídkou a strukturou dotačních programů</li> <li>• Zájmem vlastníků objektů</li> <li>• Spoluprací s dalšími aktéry</li> <li>• Památkovou ochranou</li> </ul>
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně

<b>Číslo indikátoru: 24</b>	<b>Strategický cíl: 1. Rozvoj turistických cílů a infrastruktury</b>		<b>Opatření: 1.4 Rozvoj vybraných lokalit zvýšením atraktivity území</b>			
<b>Název indikátoru:</b>	Počet nových projektů digitalizace v rámci Císařsko-královské olomoucké pevnosti					
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>	
počet	nové projekty digitalizace	↑	0	3		
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	V rámci inovovaného produktu Císařsko-královské olomoucké pevnosti budou moci návštěvníci využít tři tři nové projekty digitalizace. Typově se jedná zejména o: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Projekty s rozšířenou realitou</li> <li>• Digitální zpřístupnění jinak nepřístupných objektů</li> <li>• Digitální hry spojené s pevnostními objekty</li> </ul>					
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozpočtovými možnostmi města</li> <li>• Nabídkou a strukturou dotačních programů</li> <li>• Technickým řešením</li> <li>• Zájmem vlastníků objektů</li> <li>• Spoluprací s dalšími aktéry</li> </ul>					
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, Odbor informatiky a Smart City					
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně					

<b>Číslo indikátoru: 25</b>	<b>Strategický cíl: 1. Rozvoj turistických cílů a infrastruktury</b>		<b>Opatření: 1.4 Rozvoj vybraných lokalit zvýšením atraktivity území</b>			
<b>Název indikátoru:</b>	Počet dokončených/k realizaci připravených projektů revitalizace veřejného prostoru v oblasti Svatý Kopeček – Sadové náměstí					



<b>Správce indikátoru:</b>	<b>Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu</b>					
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>	
počet	projekty	↑	0	3		
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Obnova a revitalizace veřejného prostoru v oblasti Svatý Kopeček – Sadové náměstí. Dokončeno bude: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dopravní řešení včetně navýšení parkovacích kapacit</li> <li>• Obnova zeleně</li> <li>• Obnova mobiliáře</li> </ul>					
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozpočtovými možnostmi města</li> <li>• Připraveností projektů</li> <li>• Majetkoprávními aspekty</li> </ul>					
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, Odbor dopravy a územního rozvoje, Útvar hlavního architekta, Odbor investic					
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně					

<b>Číslo indikátoru: 26</b>	<b>Strategický cíl: 2. MICE</b>			<b>Opatření: 2.1 Podpora kongresové a incentivní turistiky</b>		
<b>Název indikátoru:</b>	Výše alokovaných finančních prostředků z rozpočtu města na rozvoj kongresové a incentivní turistiky					
<b>Správce indikátoru:</b>	<b>Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu</b>					
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>	
alokace a periodicitu	Kč/rok	↑	0,-/rok	1 000 000,-/rok		
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Prostřednictvím dotačního programu bude město každoročně podporovat rozvoj MICE kapacit a potenciál nových projektů. Program bude určen pro vlastníky a správce kongresových zařízení, organizátory akcí, podniky, instituce, iniciativy a další organizace účastné na rozvoji MICE turistiky v rámci města Olomouce.					
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozpočtovými možnostmi města</li> <li>• Dostatkem vhodných projektů pro podpoření</li> <li>• Výběrem konkrétních projektů pro udělení podpory</li> <li>• Ekonomickou situací</li> <li>• Celkovým vývojem MICE turistiky v rámci ČR i světa</li> </ul>					
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, Odbor informatiky a Smart city					
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně					

Číslo indikátoru: 27	Strategický cíl: 2. MICE		Opatření: 2.1 Podpora kongresové a incentivní turistiky			
Název indikátoru:	Počet nových prostor ve vlastnictví města zpřístupněných pro pořádání kongresů					
Správce indikátoru:	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					
Druh indikátoru:	Měrná jednotka:	Optimální směr:	Výchozí stav:	Cílová hodnota (ideální stav):	Cílová hodnota (skutečný stav):	
počet	prostory nově zpřístupněné pro pořádání kongresů	↑	7	10		
Plán (dle ročních akčních plánů)	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Popis indikátoru:	Pořadatelé kongresů budou mít k dispozici tři nové prostory ve vlastnictví města pro organizaci svých akcí. Prostory budou nabízeny i prostřednictvím katalogu Central Moravia & Jeseníky Convention Bureau. Pro prezentaci budou zajištěny veškeré materiály.					
Indikátor je ovlivněn:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozpočtovými možnostmi města</li> <li>• Identifikací vhodných objektů a prostor</li> <li>• Náročností úprav prostor pro potřeby pořádání akcí</li> </ul>					
Zdroj čerpání dat:	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, Central Moravia & Jeseníky Convention Bureau					
Perioda vyhodnocování indikátoru:	1x ročně					

Číslo indikátoru: 28	Strategický cíl: 2. MICE		Opatření: 2.1 Podpora kongresové a incentivní turistiky			
Název indikátoru:	Počet akcí zprostředkovaných na základě spolupráce s Central Moravia & Jeseníky Convention Bureau a Czech Convention Bureau					
Správce indikátoru:	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					
Druh indikátoru:	Měrná jednotka:	Optimální směr:	Výchozí stav:	Cílová hodnota (ideální stav):	Cílová hodnota (skutečný stav):	
počet	akce/rok	↑	2/rok	4/rok		
Plán (dle ročních akčních plánů)	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Popis indikátoru:	Intenzivnější finanční podpora Central Moravia & Jeseníky Convention Bureau ze strany města a pravidelná setkání pracovní skupiny pro podporu rozvoje MICE aktivit v rámci města povedou k navýšení počtu akcí zprostředkovaných na základě spolupráce magistrátu s Central Moravia & Jeseníky Convention Bureau a Czech Convention Bureau.					
Indikátor je ovlivněn:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozpočtovými možnostmi města</li> <li>• Aktivitou pracovní skupiny</li> <li>• Spoluprací s dalšími aktéry</li> </ul>					
Zdroj čerpání dat:	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, Central Moravia & Jeseníky Convention Bureau					

<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně
--	----------

<b>Číslo indikátoru: 29</b>	<b>Strategický cíl: 2. MICE</b>		<b>Opatření: 2.1 Podpora kongresové a incentivní turistiky</b>			
<b>Název indikátoru:</b>	Počet produktů CR zaměřených na zatraktivnění volnočasové nabídky pro kongresového a MICE návštěvníka					
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>	
počet	produkty CR	↑	0	1		
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Olomouc bude disponovat atraktivním produktem CR, který cílí na zatraktivnění volnočasové nabídky pro kongresového a MICE návštěvníka. Tento produkt může mimo jiné použít i v rámci jednání o organizaci nových či setrvání stávajících akcí v rámci města.					
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozpočtovými možnostmi města</li> <li>• Spoluprací s Central Moravia &amp; Jeseníky Convention Bureau</li> <li>• Spoluprací s organizátory akcí</li> <li>• Spoluprací s provozovateli kongresových/ubytovacích zařízení</li> <li>• Zájmem organizátorů o nový produkt</li> </ul>					
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, Central Moravia & Jeseníky Convention Bureau					
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně					

<b>Číslo indikátoru: 30</b>	<b>Strategický cíl: 2. MICE</b>		<b>Opatření: 2.2 Rozvoj Výstaviště Flora Olomouc a.s. a s tím spojených služeb v oblasti MICE</b>			
<b>Název indikátoru:</b>	Počet významných akcí pořádaných v rámci Výstaviště Flora Olomouc a areálů v jeho správě					
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>	
dopad	akce/rok	↑	29/rok	40/rok		
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Díky využití nových příležitostí identifikovaných v rámci expertní studie a výstupů jednání pracovní skupiny dojde k navýšení počtu akcí realizovaných v rámci Výstaviště Flora Olomouc a areálů v jeho správě.					
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kapacitou Výstaviště Flora Olomouc a areálů v jeho správě</li> <li>• Organizačními možnostmi Výstaviště Flora Olomouc</li> <li>• Zájmem organizátorů</li> </ul>					

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stavem areálu výstaviště a dalších dotčených areálů</li> <li>• Epidemickou situací a opatřeními</li> </ul>
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, Výstaviště Flora Olomouc, Central Moravia & Jeseniky Convention Bureau
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně

<b>Číslo indikátoru: 31</b>	<b>Strategický cíl: 2. MICE</b>		<b>Opatření: 2.2 Rozvoj Výstaviště Flora Olomouc a.s. a s tím spojených služeb v oblasti MICE</b>			
<b>Název indikátoru:</b>	Návštěvnost významných akcí pořádaných v rámci Výstaviště Flora Olomouc a areálů v jeho správě					
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>	
<b>dopad</b>	<b>návštěvníci</b>	<b>↑</b>	<b>142 680</b>	<b>200 000</b>		
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Vzhledem k navýšení počtu akcí v rámci Výstaviště Flora Olomouc, zatraktivnění prostor výstaviště i dalších areálů, zajištění větších parkovacích kapacit, zatraktivnění programu a realizaci nových příležitostí dojde k navýšení návštěvnosti uskutečněných projektů.					
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kapacitou Výstaviště Flora Olomouc a areálů v jeho správě</li> <li>• Organizačními možnostmi Výstaviště Flora Olomouc</li> <li>• Aktivitou organizátorů</li> <li>• Atraktivitou konkrétních projektů</li> <li>• Stavem areálu výstaviště a dalších dotčených areálů</li> <li>• Epidemickou situací a opatřeními</li> </ul>					
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, Výstaviště Flora Olomouc, Central Moravia & Jeseniky Convention Bureau					
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně					

<b>Číslo indikátoru: 32</b>	<b>Strategický cíl: 2. MICE</b>		<b>Opatření: 2.3 Podpora rozvoje spolupráce s UPOL a jejími ústavy</b>			
<b>Název indikátoru:</b>	Počet plnohodnotně prezentovaných konferenčních prostor UPOL v katalogu Central Moravia & Jeseniky Convention Bureau					
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>	
<b>počet</b>	<b>prostory</b>	<b>↑</b>	<b>1</b>	<b>5</b>		
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Zlepšení prezentace kongresových kapacit UPOL v rámci kanálů města i					

	Central Moravia & Jeseníky Convention Bureau.  Jednotlivé konferenční prostory UPOL budou plnohodnotně prezentovány na webovém katalogu Central Moravia & Jeseníky Convention Bureau, a to včetně explikačních textů a atraktivních fotografií.
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Spoluprací s UPOL</li> <li>• Spoluprací s Central Moravia &amp; Jeseníky Convention Bureau</li> </ul>
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, UPOL, Central Moravia & Jeseníky Convention Bureau
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně

<b>Číslo indikátoru: 33</b>	<b>Strategický cíl: 2. MICE</b>		<b>Opatření: 2.3 Podpora rozvoje spolupráce s UPOL a jejími ústavy</b>		
<b>Název indikátoru:</b>	Počet produktů CR zaměřených na návštěvníka univerzity				
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu				
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>
počet	produkty	↑	0	1	
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Lidem přijíždějícím na akce pořádané univerzitou nabídne město produkt cestovního ruchu, který bude zaměřen na snahu rozšířit a zpestřit jejich zážitek z pobytu v metropoli. Jeho charakter může jednak vycházet z produktu pro návštěvníky MICE akcí, jednak může mít separátní podobu zaměřenou na téma vědy v rámci města.				
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozpočtovými možnostmi města</li> <li>• Rozpočtovými možnostmi UPOL</li> <li>• Spoluprací s UPOL</li> </ul>				
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, UPOL				
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně				

<b>Číslo indikátoru: 34</b>	<b>Strategický cíl: 3. Smart City</b>		<b>Opatření: 3.1 Tvorba a dlouhodobá podpora digitální platformy kulturních akcí a eventů</b>		
<b>Název indikátoru:</b>	Vznik digitální platformy kulturních akcí a eventů				
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu				
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>
výsledek	monitorovat	A/N			
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>

<b>Popis indikátoru:</b>	Vytvoření konceptu a zajištění vývoje i obsahové náplně pro digitální platformu kulturních akcí a eventů (web a aplikace) ve městě za využití zkušeností z tvorby a provozu webu a aplikace Sportuj v Olomouci.
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Přípravou koncepce aplikace</li> <li>• Technickým řešením</li> <li>• Zajištěním relevantního obsahu</li> <li>• Dlouhodobé technické podpoře</li> <li>• Pravidelností aktualizace</li> </ul>
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor informatiky a Smart City, Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně pravidelně (aktualizace obsahu, technická podpora)

<b>Číslo indikátoru: 35</b>	<b>Strategický cíl: 3. Smart City</b>		<b>Opatření: 3.1 Tvorba a dlouhodobá podpora digitální platformy kulturních akcí a eventů</b>			
<b>Název indikátoru:</b>	Návštěvnost platformy kulturních akcí a eventů					
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>	
dopad	návštěvníci webu/měsíc	↑	0/měsíc	5000/měsíc		
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Web digitální platformy kulturních akcí a eventů bude hojně navštěvován turisty i místními obyvateli.					
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktuálností obsahu</li> <li>• Propagací a komunikačními aktivitami</li> <li>• SEO</li> </ul>					
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor informatiky a Smart City, Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x měsíčně					

<b>Číslo indikátoru: 36</b>	<b>Strategický cíl: 3. Smart City</b>		<b>Opatření: 3.1 Tvorba a dlouhodobá podpora digitální platformy kulturních akcí a eventů</b>			
<b>Název indikátoru:</b>	Počet stažení aplikace kulturních akcí a eventů					
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>	
dopad	stažení/měsíc	↑	0/měsíc	50/měsíc		
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>

<b>Popis indikátoru:</b>	Zainteresovaní návštěvníci města/místní obyvatelé budou stahovat aplikaci kulturních akcí a eventů, aby měli neustálý online přehled o dění ve městě.
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hodnocením aplikace</li> <li>• Aktuálností obsahu</li> <li>• Propagací a komunikačními aktivitami</li> <li>• SEO</li> </ul>
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor informatiky a Smart City, Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x měsíčně

<b>Číslo indikátoru: 37</b>	<b>Strategický cíl: 3. Smart City</b>		<b>Opatření: 3.2 Rozvoj Olomouc region Card a dalších turistických slevových karet s ohledem na aktuální trendy</b>		
<b>Název indikátoru:</b>	Počet nabízených benefitů v rámci ORC				
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu				
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>
počet	benefity	↑	171	220	
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Díky aktivnímu jednání zástupců magistrátu zodpovědných za rozvoj turistického ruchu s podnikateli (monitorováno v rámci jednoho z předchozích indikátorů) a se správci a provozovateli turistických cílů vzroste počet nabízených benefitů v rámci Olomouc region Card na úroveň 210. Významně posílí zejména oblast kultury.				
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zájemem správců a provozovatelů turistických cílů</li> <li>• Proaktivní komunikací ze strany magistrátu</li> <li>• Spoluprací s dalšími aktéry (Střední Morava – sdružení cestovního ruchu, Olomoucký kraj)</li> <li>• Možností cílů nabídnout atraktivní benefity</li> </ul>				
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, Olomoucký kraj, administrátor ORC				
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	2x ročně				

<b>Číslo indikátoru: 38</b>	<b>Strategický cíl: 3. Smart City</b>		<b>Opatření: 3.2 Rozvoj Olomouc region Card a dalších turistických slevových karet s ohledem na aktuální trendy</b>		
<b>Název indikátoru:</b>	Vznik a realizace projektů digitalizace ORC nad rámec využití speciální aplikace				
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu				
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>

						stav):
výsledek	monitorovat	A/N				
Plán (dle ročních akčních plánů)	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Popis indikátoru:	Návštěvníci města si budou moci pořídit Olomouc region Card i v jiných digitálních formách, než je speciální separátní aplikace (např. přiřazení k platební kartě, univerzální aplikace Yourwallet atp.).					
Indikátor je ovlivněn:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Technickým řešením</li> <li>• Technickými možnostmi akceptantů karty</li> </ul>					
Zdroj čerpání dat:	Olomoucký kraj, administrátor ORC					
Perioda vyhodnocování indikátoru:	1x ročně					

Číslo indikátoru: 39	Strategický cíl: 3. Smart City		Opatření: 3.2 Rozvoj Olomouc region Card a dalších turistických slevových karet s ohledem na aktuální trendy			
Název indikátoru:	Počet typů slevových turistických karet					
Správce indikátoru:	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					
Druh indikátoru:	Měrná jednotka:	Optimální směr:	Výchozí stav:	Cílová hodnota (ideální stav):	Cílová hodnota (skutečný stav):	
počet	počet typů slevových karet	↑	1	4		
Plán (dle ročních akčních plánů)	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Popis indikátoru:	Na základě strategie segmentace vzniknou nové druhy slevových turistických karet využitelných v rámci Olomouce. Vhodné segmenty budou pojmenovány v rámci strategie, jako nejatraktivnější volby se však nabízí oblasti: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kultury</li> <li>• Gastronomie</li> <li>• Nabídky mimo hlavní proud</li> </ul>					
Indikátor je ovlivněn:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Počtem akceptantů karet</li> <li>• Dostatečnou nabídkou benefitů</li> <li>• Zájmem partnerů</li> <li>• Spoluprací s dalšími aktéry</li> </ul>					
Zdroj čerpání dat:	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, Střední Morava – sdružení cestovního ruchu, Olomoucký kraj					
Perioda vyhodnocování indikátoru:	1x ročně					

Číslo indikátoru: 40	Strategický cíl: 3. Smart City		Opatření: 3.2 Rozvoj Olomouc region Card a dalších turistických slevových karet s ohledem na aktuální trendy			
Název indikátoru:	Počet prodaných ORC či karet jinak uvedených do oběhu					
Správce indikátoru:	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					
Druh indikátoru:	Měrná	Optimální	Výchozí	Cílová hodnota	Cílová	



	jednotka:	směr:	stav:	(ideální stav):	hodnota (skutečný stav):	
dopad	prodané či jinak do oběhu uvedené karty	↑	4 977	10 000		
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Díky atraktivnější nabídce v rámci ORC, segmentaci karty a komunikačním aktivitám dvojnásobně vzroste počet prodaných či jinak do oběhu uvedených karet.					
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozpočtovými možnostmi města</li> <li>• Počtem módů digitalizace</li> <li>• Počtem subjektů zapojených do prodeje ORC</li> <li>• Počtem akceptantů karty</li> <li>• Počtem nabízených benefitů</li> <li>• Spoluprací s dalšími aktéry</li> </ul>					
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, Olomoucký kraj, administrátor ORC					
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně					

<b>Číslo indikátoru: 41</b>	<b>Strategický cíl: 3. Smart City</b>		<b>Opatření: 3.2 Rozvoj Olomouc region Card a dalších turistických slevových karet s ohledem na aktuální trendy</b>			
<b>Název indikátoru:</b>	Počet subjektů zapojených do prodeje ORC					
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>	
počet	subjekty zapojené do prodeje ORC	↑	58	100		
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	V důsledku aktivního jednání zástupců magistrátu zodpovědných za rozvoj cestovního ruchu vzroste počet subjektů zapojených do prodeje ORC téměř na dvojnásobek.					
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizačními možnostmi magistrátu</li> <li>• Zájmem potenciálních partnerů</li> <li>• Spoluprací s dalšími aktéry</li> <li>• Výhodami a pobídkami pro zapojené subjekty</li> </ul>					
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, Olomoucký kraj, administrátor ORC					
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně					

Číslo indikátoru: 42	Strategický cíl: 3. Smart City		Opatření: 3.3 Podpora nových řešení přispívajících ke zvýšení návštěvnické atraktivity města			
Název indikátoru:	Počet nejnavštěvovanějších turistických cílů pokrytých wifi připojením zdarma					
Správce indikátoru:	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					
Druh indikátoru:	Měrná jednotka:	Optimální směr:	Výchozí stav:	Cílová hodnota (ideální stav):	Cílová hodnota (skutečný stav):	
počet	turistické cíle pokryté wifi připojením	↑	9	13		
Plán (dle ročních akčních plánů)	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Popis indikátoru:	Ve všech nejnavštěvovanějších turistických cílech Olomouce se lidé připojí na wifi zdarma. Fungující wifi připojení bude zřízeno v nových lokalitách: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Výstaviště Flora – Pavilon A</li> <li>• Výstaviště Flora – Botanická zahrada</li> <li>• Výstaviště Flora – Sbírkové skleníky</li> <li>• Aquapark Olomouc</li> </ul>					
Indikátor je ovlivněn:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozpočtovými možnostmi města</li> <li>• Technickým řešením</li> <li>• Spoluprací s dalšími aktéry</li> </ul>					
Zdroj čerpání dat:	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, Odbor informatiky a Smart City					
Perioda vyhodnocování indikátoru:	1x ročně					

Číslo indikátoru: 43	Strategický cíl: 3. Smart City		Opatření: 3.3 Podpora nových řešení přispívajících ke zvýšení návštěvnické atraktivity města			
Název indikátoru:	Zapojení Olomouce do aplikace Smart Guide					
Správce indikátoru:	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					
Druh indikátoru:	Měrná jednotka:	Optimální směr:	Výchozí stav:	Cílová hodnota (ideální stav):	Cílová hodnota (skutečný stav):	
výsledek	monitorovat	A/N				
Plán (dle ročních akčních plánů)	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Popis indikátoru:	Zařazení Olomouce do vysoce hodnocené turistické aplikace Smart Guide. Jednání s provozovateli aplikace, příprava technického řešení, zajištění nutných obsahů (komentované prohlídky, fotografie, video, nahrávky, texty atp.).					
Indikátor je ovlivněn:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozpočtovými možnostmi města</li> <li>• Komunikací s provozovatelem aplikace</li> <li>• Technickým řešením</li> </ul>					

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sběrem potřebných materiálů (texty, fotografie, nahrávky)</li> <li>• Spoluprací s dalšími aktéry</li> </ul>
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, Odbor informatiky a Smart City
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně

<b>Číslo indikátoru: 44</b>	<b>Strategický cíl: 3. Smart City</b>		<b>Opatření: 3.3 Podpora nových řešení přispívajících ke zvýšení návštěvnické atraktivity města</b>			
<b>Název indikátoru:</b>	Počet specifických foto-pointů (a podobných projektů) v rámci prostoru města					
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>	
počet	Foto-pointy	↑	0	10		
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Vytvoření speciálních foto pointů (konkrétních míst pro pořízení fotografie) v rámci Olomouce. Opatření těchto míst informačními panely s návody, jak si pořídit specifický snímek pro sociální sítě a jak jej sdílet (speciální set hashtagů, podpora sdílení soutěží na sociálních sítích atp.). Návštěvníci mohou být motivováni pro pořízení a sdílení fotografií ze všech foto-pointů prostřednictvím soutěže.					
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozpočtovými možnostmi města</li> <li>• Organizačními možnostmi magistrátu</li> <li>• Spoluprací s dalšími aktéry</li> <li>• Přípravou doprovodných aktivit</li> </ul>					
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, Odbor informatiky a Smart City, UPOL, Výstaviště Flora Olomouc					
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně					
<b>Číslo indikátoru: 45</b>	<b>Strategický cíl: 3. Smart City</b>		<b>Opatření: 3.3 Podpora nových řešení přispívajících ke zvýšení návštěvnické atraktivity města</b>			
<b>Název indikátoru:</b>	Počet naučných panelů a podobných projektů (QR kódy atd.) v rámci prostoru města – realizovaných městem					
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>	
počet	plakety	↑	0	30		
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>

<b>Popis indikátoru:</b>	Opatření 30 vybraných památek a turistických cílů plakety s QR kódy, které turistovi umožní získat zajímavé informace o daném místě bez potřeby stahování aplikace, požizování audio-průvodce či klasického papírového bedekru. Návštěvníci mohou být motivováni k posbírání všech QR kódů během víkendové návštěvy prostřednictvím hry či soutěže.
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozpočtovými možnostmi města</li> <li>• Technickým řešením</li> <li>• Přípravou navazujícího webu</li> <li>• Přípravou obsahů</li> </ul>
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, Odbor informatiky a Smart City
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně

<b>Číslo indikátoru: 46</b>	<b>Strategický cíl: 3. Smart City</b>		<b>Opatření: 3.3 Podpora nových řešení přispívajících ke zvýšení návštěvnické atraktivity města</b>			
<b>Název indikátoru:</b>	Počet projektů gamifikace – realizovaných městem					
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>	
počet	projekty gamifikace	↑	6	10		
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Návštěvníci města budou mít k dispozici širší portfolio her a dalších gamifikovaných prohlídek či projektů, které zatraktivní poznávání města zejména rodinám s dětmi. Projekty mohou zahrnovat geolokační hry, šifry, mobilní aplikace, rozšířenou či virtuální realitu a zaměří se na nejatraktivnější památky a historické události v rámci dějin města.					
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozpočtovými možnostmi města</li> <li>• Technickým řešením</li> <li>• Identifikací vhodných témat</li> <li>• Přípravou obsahů</li> </ul>					
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, Odbor informatiky a Smart City					
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně					

<b>Číslo indikátoru: 47</b>	<b>Strategický cíl: 3. Smart City</b>		<b>Opatření: 3.4 Podpora modernizace expozic turistických cílů</b>			
<b>Název indikátoru:</b>	Počet nových interaktivních expozic nejvýznamnějších turistických cílů					
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota</b>	

					(skutečný stav):
počet	Interaktivní expozice	↑	0	3	
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Arcidiecézní muzeum, Muzeum Olomoucké pevnosti, Pevnost Poznání, Vlastivědné muzeum, Muzeum moderního umění a Arcibiskupský palác nabídnou nové interaktivní expozice či atraktivitu zaměřené na dětského návštěvníka.				
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozpočtovými možnostmi města</li> <li>• Nabídkou a strukturou dotačních programů</li> <li>• Technickým řešením</li> <li>• Možnostmi realizace v rámci vybraných objektů</li> <li>• Spoluprací s dalšími aktéry</li> </ul>				
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, muzejní zařízení a expozice				
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně				

<b>Číslo indikátoru: 48</b>	<b>Strategický cíl: 3. Smart City</b>		<b>Opatření: 3.4 Podpora modernizace expozic turistických cílů</b>		
<b>Název indikátoru:</b>	Počet nových expozic nejvýznamnějších turistických cílů využívajících digitální prvky				
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu				
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>
počet	expozice s digitálními prvky	↑	0	6	
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Implementace moderních technologií v rámci existujících i nových turistických cílů. Realizace projektů digitálních expozic, virtuálních expozic či expozic obohacených o prvky rozšířené reality. Využití synergie s Univerzitou Palackého v Olomouci a využití jejího potenciálu jako partnera a popularizátora vědy.				
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozpočtovými možnostmi města</li> <li>• Technickým řešením</li> <li>• Spoluprací s dalšími aktéry</li> </ul>				
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, významné turistické cíle				
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně				

<b>Číslo indikátoru: 49</b>	<b>Strategický cíl: 4. Rozvoj organizace CR, budování značky a marketing</b>	<b>Opatření: 4.1 Tvorba konkurenceschopných produktů, marketing destinace, budování značky</b>
-----------------------------	--	--

<b>Název indikátoru:</b>	Počet nových produktů turistické nabídky nabízených městem					
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>	
počet	nové produkty CR	↑	0	5		
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Olomouc bude disponovat širší produktovou nabídkou, a to včetně nových prohlídkových tras zaměřených na návštěvníka mimo hlavní proud.					
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozpočtovými možnostmi města</li> <li>• Organizačními možnostmi magistrátu</li> <li>• Identifikací vhodných oblastí pro rozvoj produktové nabídky</li> <li>• Sběrem nutných materiálů (audio, video, texty atd.)</li> </ul>					
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně					

<b>Číslo indikátoru: 50</b>	<b>Strategický cíl: 4. Rozvoj organizace CR, budování značky a marketing</b>			<b>Opatření: 4.1 Tvorba konkurenceschopných produktů, marketing destinace, budování značky</b>		
<b>Název indikátoru:</b>	Vznik komunikační brand strategie destinační značky města Olomouce					
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>	
výsledek	monitorovat	A/N				
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Zásady nastavené v rámci brandbooku destinační značky města budou převáděny do praxe jednotlivých komunikačních kampaní a aktivit na základě střednědobé brand komunikační strategie. Strategie mimo jiné také představí konkrétně nadefinované výkonnostní parametry značky (KPIs) a jejich cílové hodnoty, které poslouží k vyhodnocování efektivity jednotlivých kampaní a komunikačních aktivit.					
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Komunikačním rozpočtem města</li> <li>• Charakterem cílových skupin</li> <li>• Složením mediálního mixu</li> <li>• Dostupností potřebných dat</li> <li>• Nastavením jasných komunikačních cílů (KPIs)</li> <li>• Spoluprací se zpracovatelem strategie</li> </ul>					
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně					

Číslo indikátoru: 51	Strategický cíl: 4. Rozvoj organizace CR, budování značky a marketing		Opatření: 4.1 Tvorba konkurenceschopných produktů, marketing destinace, budování značky			
Název indikátoru:	Růst brand awareness, brand recognition					
Správce indikátoru:	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					
Druh indikátoru:	Měrná jednotka:	Optimální směr:	Výchozí stav:	Cílová hodnota (ideální stav):	Cílová hodnota (skutečný stav):	
hodnota	% populace schopné rozeznat destinační značku Olomouce	↑	Aktuálně není monitorován	Není možné určit bez iniciačního průzkumu		
Plán (dle ročních akčních plánů)	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Popis indikátoru:	Brand Awareness a Brand recognition destinační značky představují míru, ve které jsou lidé schopni rozeznat konkrétní destinaci na základě jejího loga, hlavního sdělení či konkrétních výstupů propagačních kampaní. Aby bylo možné sledovat vývoj indikátorů, musí být realizován iniciační výzkum, který bude následně každoročně opakován tak, aby došlo k získání vzájemně porovnatelných hodnot.					
Indikátor je ovlivněn:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Správným nastavením metodiky výzkumů</li> <li>• Sběrem relevantních dat</li> <li>• Dlouhodobostí výzkumů</li> <li>• Průběžným vyhodnocováním výzkumů</li> <li>• Intenzitou komunikačních kampaní</li> <li>• Šíří mediálního zásahu komunikačních kampaní</li> <li>• Dodržováním pravidel nastavených v rámci brandbooku destinační značky</li> </ul>					
Zdroj čerpání dat:	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					
Perioda vyhodnocování indikátoru:	1x ročně					

Číslo indikátoru: 52	Strategický cíl: 4. Rozvoj organizace CR, budování značky a marketing		Opatření: 4.1 Tvorba konkurenceschopných produktů, marketing destinace, budování značky		
Název indikátoru:	Růst brand love a brand loyalty				
Správce indikátoru:	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu				
Druh indikátoru:	Měrná jednotka:	Optimální směr:	Výchozí stav:	Cílová hodnota (ideální stav):	Cílová hodnota (skutečný stav):
hodnota	% populace oddané značce, považující značku za blízkou nebo	↑	Aktuálně není monitorován	Není možné určit bez iniciačního průzkumu	

	značkou nadšené; % populace toužící vrátit se do destinace nebo ji doporučit					
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Brand Love reprezentuje oddanost destinační značce, její blízkost (je pro lidi, jako jsem já) a nadšení, které budí mezi publikem. Brand Loyalty představuje touhu vrátit se do destinace, případně ji doporučit dalším lidem. Aby bylo možné sledovat vývoj těchto parametrů značky, musí být realizován iniciační výzkum, který bude následně každoročně opakován tak, aby došlo k získání vzájemně porovnatelných hodnot.					
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Správným nastavením metodiky výzkumů</li> <li>• Sběrem relevantních dat</li> <li>• Dlouhodobostí výzkumů</li> <li>• Průběžným vyhodnocováním výzkumů</li> <li>• Intenzitou komunikačních kampaní</li> <li>• Šíří mediálního zásahu komunikačních kampaní</li> <li>• Dodržováním pravidel nastavených v rámci brandbooku destinační značky</li> </ul>					
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně					

<b>Číslo indikátoru: 53</b>	<b>Strategický cíl: 4. Rozvoj organizace CR, budování značky a marketing</b>		<b>Opatření: 4.1 Tvorba konkurenceschopných produktů, marketing destinace, budování značky</b>			
<b>Název indikátoru:</b>	Rozšíření spektra asociací, které si návštěvníci s Olomoucí jako turistickou destinací spojují					
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>	
Počet a intenzita	Počet a intenzita asociací, které si lidé s Olomoucí jako destinací spojují	↑	Aktuálně není monitorován	Není možné určit bez iniciačního průzkumu		
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Realizace aktivit napříč strategickými cíli povede k tomu, že se Olomouc vymaní ze zažitého vnímání omezeného na historické aspekty destinace. V důsledku se rozšíří spektrum asociací, které si publikum s Olomoucí jako destinací spojuje (např. město květin, město gastronomie, město					



	kultury, živé město atd.). Abychom mohli sledovat, jak a v jaké míře skutečně došlo k rozšíření tohoto značkového asociačního portfolia, musí být realizován iniciační výzkum, který bude následně každoročně opakován tak, aby došlo k získání vzájemně porovnatelných hodnot.
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Správným nastavením metodiky výzkumů</li> <li>• Sběrem relevantních dat</li> <li>• Dlouhodobostí výzkumů</li> <li>• Průběžným vyhodnocováním výzkumů</li> <li>• Intenzitou komunikačních kampaní</li> <li>• Šíří mediálního zásahu komunikačních kampaní</li> <li>• Dodržováním pravidel nastavených v rámci brandbooku destinační značky</li> </ul>
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně

<b>Číslo indikátoru: 54</b>	<b>Strategický cíl: 4. Rozvoj organizace CR, budování značky a marketing</b>		<b>Opatření: 4.1 Tvorba konkurenceschopných produktů, marketing destinace, budování značky</b>			
<b>Název indikátoru:</b>	Realizace redesignu turistického portálu zastřešujícího brand města					
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>	
výsledek	monitorovat	N/A				
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Jedním z hlavních komunikačních nástrojů Olomouce se stane redesignovaný, moderní destinační web, který bude vycházet z principů nastavených v rámci brandbooku destinační značky.					
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Přípravou koncepce portálu</li> <li>• Technickým řešením</li> <li>• Sběrem a přípravou nutných obsahů (fotografie, texty, videa atd.)</li> <li>• Uživatelským testováním portálu</li> <li>• Spoluprací se zpracovatelem portálu</li> </ul>					
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, Odbor informatiky a Smart City					
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně					

<b>Číslo indikátoru: 55</b>	<b>Strategický cíl: 4. Rozvoj organizace CR, budování značky a marketing</b>		<b>Opatření: 4.2 Podpora eventů, nákupních příležitostí a rozvoje gastronomie</b>			
<b>Název indikátoru:</b>	Počet ambasadů z řad eventů, nákupních příležitostí a rozvoje gastronomie v rámci destinační komunikace Olomouce					
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					

Druh indikátoru:	Měrná jednotka:	Optimální směr:	Výchozí stav:	Cílová hodnota (ideální stav):	Cílová hodnota (skutečný stav):	
Počet	Osobnosti z řad organizátorů místních festivalů, akcí, z gastro-scény či služeb	↑	0	10		
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Zařazení významných či zajímavých osobností z řad organizátorů místních festivalů a akcí, gastro-scény či služeb do destinačního marketingu města. Vytvoření ambasador programu, kdy tyto osobnosti pomáhají v kampani posilovat značku města a rozšiřovat její záběr o nová témata. Realizace společných propagačních projektů (např. propůjčení účtů na sociálních sítích na jeden den atp.). Díky aktivitě města se do ambasador programu zapojí 10 osobností.					
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizačními možnostmi magistrátu</li> <li>• Výběrem ambasadorů</li> <li>• Ochotou ambasadorů účastnit se projektu</li> <li>• Konceptem spolupráce</li> <li>• Aktivitou ambasadorů</li> <li>• Frekvencí ambasadorských obsahů</li> </ul>					
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně					

<b>Číslo indikátoru: 56</b>	<b>Strategický cíl: 4. Rozvoj organizace CR, budování značky a marketing</b>		<b>Opatření: 4.2 Podpora eventů, nákupních příležitostí a rozvoje gastronomie</b>			
<b>Název indikátoru:</b>	Existence gastronomického průvodce po Olomouci					
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>	
výsledek	monitorovat	A/N				
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Vznikne gastronomický průvodce Olomoucí, který návštěvníkům představí ty nejlepší podniky z řad restaurací, hospod, barů, kaváren, cukráren, bister atp. a zároveň památky a atraktivity v jejich bezprostřední blízkosti.					
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ochotou podniků účastnit se projektu</li> <li>• Konkrétním řešením přípravy projektu</li> <li>• Propagací průvodce</li> </ul>					
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					

<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně
--	----------

<b>Číslo indikátoru: 57</b>	<b>Strategický cíl: 4. Rozvoj organizace CR, budování značky a marketing</b>		<b>Opatření: 4.2 Podpora eventů, nákupních příležitostí a rozvoje gastronomie</b>			
<b>Název indikátoru:</b>	Vznik nového produktu (prohlídkové trasy) zaměřené na párování památek a chutí Olomouce					
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>	
výsledek a periodičita	monitorovat	A/N				
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Návštěvníci Olomouce se budou moci vydat na novou prohlídkovou trasu, která spojuje gastronomické zážitky s blízkými památkami. Na trase je provádí audioprůvodce nahraný některou z osobností místní gastro-scény, případně tato osobnost jako fyzický průvodce. Projekt prohlídkové trasy bude logicky provázán s gastro-průvodcem.					
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizací a přípravou trasy</li> <li>• Ochotou osobností místní gastro-scény účastnit se projektu</li> <li>• Módem výběru konkrétních podniků a památek</li> </ul>					
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně					

<b>Číslo indikátoru: 58</b>	<b>Strategický cíl: 4. Rozvoj organizace CR, budování značky a marketing</b>		<b>Opatření: 4.2 Podpora eventů, nákupních příležitostí a rozvoje gastronomie</b>			
<b>Název indikátoru:</b>	Existence koncepce a realizace nové gastronomické akce					
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>	
počet a periodičita	akce/rok	↑	0x/rok	1x/rok		
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Návštěvníkům Olomouce budou jedenkrát ročně představeny podniky z gastro-průvodce v rámci komorního gastro festivalu. Nejdříve bude vypracována koncepce akce, na kterou v dalších letech naváže samotná realizace festivalu.					
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ochotou podniků účastnit se projektu</li> <li>• Konkrétním řešením přípravy projektu</li> <li>• Propagací festivalu</li> </ul>					
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					

<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně
--	----------

<b>Číslo indikátoru: 59</b>	<b>Strategický cíl: 4. Rozvoj organizace CR, budování značky a marketing</b>		<b>Opatření: 4.2 Podpora eventů, nákupních příležitostí a rozvoje gastronomie</b>			
<b>Název indikátoru:</b>	Počet informačních stojanů ve strategicky vybraných ubytovacích zařízeních, obchodech, obchodních centrech, službách a dalších lokalitách					
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>	
Počet	Informační stojany	↑	0	50		
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	V turisticky nejvytíženějších hotelech, obchodech, obchodních centrech, službách a dalších lokalitách bude rozmístěno 50 informačních stojanů s destinačními materiály města.					
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozpočtovými možnostmi města</li> <li>• Ochotou subjektů umístit stojan do svých prostor</li> <li>• Dostatkem destinačních materiálů</li> </ul>					
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně					

<b>Číslo indikátoru: 60</b>	<b>Strategický cíl: 4. Rozvoj organizace CR, budování značky a marketing</b>		<b>Opatření: 4.2 Podpora eventů, nákupních příležitostí a rozvoje gastronomie</b>			
<b>Název indikátoru:</b>	Počet komunikačních výstupů destinace věnovaných nakupování, gastronomii a eventům					
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>	
Počet	Komunikační výstupy/rok	↑	??*/rok	50/rok		
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Témata nakupování, gastronomie a eventů se stane pevnou a významnou součástí komunikace destinace.					
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Komunikačními rozpočty destinace</li> <li>• Sběrem nutných materiálů (fotografie, videa, texty atd.)</li> <li>• Ochotou dalších aktérů participovat na přípravě komunikace</li> </ul>					
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					

<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně
--	----------

<b>Číslo indikátoru: 61</b>	<b>Strategický cíl: 4. Rozvoj organizace CR, budování značky a marketing</b>		<b>Opatření: 4.3 Podpora Olomouce jako filmové destinace</b>		
<b>Název indikátoru:</b>	Existence a výše alokace dotačního programu zaměřeného na podporu Olomouce jako filmové destinace				
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu				
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>
Alokace a periodicita	Kč/rok	↑	0,-/rok	1 000 000,-/rok	
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Olomouc každoročně prostřednictvím nového dotačního titulu nasměřuje 1 000 000 Kč na podporu projektů spojených s rozvojem města jakožto filmové destinace.				
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozpočtovými možnostmi města</li> <li>• Spoluprací s dalšími aktéry</li> <li>• Připraveností konkrétních projektů</li> </ul>				
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu				
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně				

<b>Číslo indikátoru: 62</b>	<b>Strategický cíl: 4. Rozvoj organizace CR, budování značky a marketing</b>		<b>Opatření: 4.3 Podpora Olomouce jako filmové destinace</b>		
<b>Název indikátoru:</b>	Výše podpory pro vznik filmů a dalších audio-vizuálních projektů realizovaných v rámci Olomouce				
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu				
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>
počet	Kč/rok	↑	415 000,-/rok	750 000,-/rok	
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Olomouc vyhradí část rozpočtu v rámci individuálních dotací pro projekty natáčení filmů, video-spotů a dalších audio-vizuálních děl v rámci Olomouce. Tyto projekty musí mít potenciál šířit dál povědomí o Olomouci jakožto atraktivní destinaci.				
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozpočtovými možnostmi města</li> <li>• Spoluprací s dalšími aktéry</li> <li>• Připraveností konkrétních projektů</li> </ul>				

<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně

<b>Číslo indikátoru: 63</b>	<b>Strategický cíl: 4. Rozvoj organizace CR, budování značky a marketing</b>		<b>Opatření: 4.4 Podíl na aktivním řízení regionu Střední Morava, rozvoj kvality služeb, lidské zdroje a partnerství</b>		
<b>Název indikátoru:</b>	Počet produktů a balíčků připravených v rámci partnerské spolupráce				
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu				
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>
počet	Produkty či balíčky CR/rok	↑	0/rok	10/rok	
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Spolupráce v rámci marketingové a produktové rady povede k navýšení počtu společně připravených a realizovaných produktů či balíčků CR. Díky pravidelné intenzivní aktivitě se dostaneme zpět na úroveň v tomto ohledu nejaktivnějšího roku 2020.				
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozpočtovými možnostmi města</li> <li>• Spoluprací s dalšími aktéry</li> <li>• Výstupy marketingové a produktové rady</li> </ul>				
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, Střední Morava – sdružení cestovního ruchu, Centrála cestovního ruchu Olomouckého kraje				
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně				

<b>Číslo indikátoru: 64</b>	<b>Strategický cíl: 4. Rozvoj organizace CR, budování značky a marketing</b>		<b>Opatření: 4.4 Podíl na aktivním řízení regionu Střední Morava, rozvoj kvality služeb, lidské zdroje a partnerství</b>		
<b>Název indikátoru:</b>	Počet společných marketingových, komunikačních a PR aktivit				
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu				
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>
počet	marketingové, komunikační, PR aktivity/rok	↑	1/rok	3/rok	
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Díky spolupráci v rámci marketingové a produktové rady vzroste počet společných marketingových, komunikačních a PR aktivit na úroveň minimálně 3 projektů za rok.				
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozpočtovými možnostmi města</li> <li>• Spoluprací s dalšími aktéry</li> </ul>				

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Výstupy marketingové a produktové rady</li> </ul>
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, Střední Morava – sdružení cestovního ruchu, Centrála cestovního ruchu Olomouckého kraje
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně

<b>Číslo indikátoru: 65</b>	<b>Strategický cíl: 4. Rozvoj organizace CR, budování značky a marketing</b>		<b>Opatření: 4.4 Podíl na aktivním řízení regionu Střední Morava, rozvoj kvality služeb, lidské zdroje a partnerství</b>		
<b>Název indikátoru:</b>	Počet fam a press tripů				
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu				
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>
počet	fam či press tripy/rok	↑	11/rok	20/rok	
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Díky spolupráci v rámci marketingové a produktové rady vzroste počet společně organizovaných fam a press tripů na úroveň minimálně 20 za rok.				
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozpočtovými možnostmi města</li> <li>• Spoluprací s dalšími aktéry</li> <li>• Výstupy marketingové a produktové rady</li> </ul>				
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, Střední Morava – sdružení cestovního ruchu, Centrála cestovního ruchu Olomouckého kraje				
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	2x ročně				

<b>Číslo indikátoru: 66</b>	<b>Strategický cíl: 4. Rozvoj organizace CR, budování značky a marketing</b>		<b>Opatření: 4.4 Podíl na aktivním řízení regionu Střední Morava, rozvoj kvality služeb, lidské zdroje a partnerství</b>		
<b>Název indikátoru:</b>	Počet projektů v rámci spolupráce s partnerskými městy				
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu				
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>
počet	projekty/rok	↑	8/rok	10/rok	
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Díky spolupráci s partnerskými městy v rámci nového online formátu vzroste počet společně organizovaných akcí na minimálně 10 za rok.				
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizačními možnostmi města</li> <li>• Rozpočtovými možnostmi města</li> <li>• Spoluprací s partnery</li> </ul>				



	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vzájemnou koordinací a kooperací</li> </ul>
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, oddělení zahraničních vztahů
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	2x ročně

<b>Číslo indikátoru: 67</b>	<b>Strategický cíl: 4. Rozvoj organizace CR, budování značky a marketing</b>		<b>Opatření: 4.5 Monitoring, výzkumy trhů</b>		
<b>Název indikátoru:</b>	Vznik formálních metodických pokynů pro realizaci výzkumů				
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu				
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>
výsledek	monitorovat	A/N			
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Zavedení systematických pravidel, metodologie a frekvence pro sběr dat o turistickém ruchu v rámci Olomouce. Stanovení KPIs (key-performance-indicators), které chce město sledovat, a identifikace nutných výzkumů pro jejich vyhodnocení.				
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rozpočtovými možnostmi města</li> <li>Nabídkou a strukturou dotačních programů</li> <li>Spoluprací s dalšími aktéry</li> </ul>				
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu				
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně				

<b>Číslo indikátoru: 68</b>	<b>Strategický cíl: 4. Rozvoj organizace CR, budování značky a marketing</b>		<b>Opatření: 4.5 Monitoring, výzkumy trhů</b>		
<b>Název indikátoru:</b>	Každoroční realizace výzkumu jednodenního návštěvníka				
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu				
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>
počet	Šetření/rok	↑	0/rok	1/rok	
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Realizace dlouhodobého, robustního a jednotného výzkumu zaměřeného na jednodenního návštěvníka. Město se jeho prostřednictvím zaměří na získání informací o celkové návštěvnosti jednodenních návštěvníků, hlavních motivátorech k návštěvě, chování v rámci destinace atd.				
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rozpočtovými možnostmi města</li> <li>Organizačními možnostmi města</li> <li>Nabídkou a strukturou dotačních programů</li> </ul>				



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Spoluprací s dalšími aktéry</li> </ul>
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně

<b>Číslo indikátoru: 69</b>	<b>Strategický cíl: 4. Rozvoj organizace CR, budování značky a marketing</b>		<b>Opatření: 4.5 Monitoring, výzkumy trhů</b>		
<b>Název indikátoru:</b>	Každoroční realizace výzkumu spokojenosti s návštěvou				
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu				
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>
počet	šetření/rok	↑	0/rok	1/rok	
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Realizace dlouhodobého, robustního a jednotného výzkumu zaměřeného na spokojenost návštěvníků se zkušeností z destinace.				
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozpočtovými možnostmi města</li> <li>• Organizačními možnostmi města</li> <li>• Nabídkou a strukturou dotačních programů</li> <li>• Spoluprací s dalšími aktéry</li> </ul>				
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu				
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně				

<b>Číslo indikátoru: 70</b>	<b>Strategický cíl: 4. Rozvoj organizace CR, budování značky a marketing</b>		<b>Opatření: 4.5 Monitoring, výzkumy trhů</b>		
<b>Název indikátoru:</b>	Každoroční realizace výzkumu profilu návštěvníka a vnímání destinační značky Olomouce				
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu				
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>
počet	šetření/rok	↑	0/rok	1/rok	
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Realizace dlouhodobého, robustního a jednotného výzkumu zaměřeného na profil návštěvníka a vnímání destinační značky Olomouce. Tento výzkum mimo jiné umožní vyhodnocovat brandové parametry komunikačních kampaní a analyzovat jejich efektivitu.				
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozpočtovými možnostmi města</li> <li>• Organizačními možnostmi města</li> <li>• Nabídkou a strukturou dotačních programů</li> <li>• Spoluprací s dalšími aktéry</li> </ul>				

<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně

<b>Číslo indikátoru: 71</b>	<b>Strategický cíl: 4. Rozvoj organizace CR, budování značky a marketing</b>	<b>Opatření: 4.6 Komunikace projektů turistického ruchu směrem k obyvatelům</b>				
<b>Název indikátoru:</b>	Existence metodických pokynů a procesů pro informování veřejnosti o projektech cestovního ruchu					
<b>Správce indikátoru:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					
<b>Druh indikátoru:</b>	<b>Měrná jednotka:</b>	<b>Optimální směr:</b>	<b>Výchozí stav:</b>	<b>Cílová hodnota (ideální stav):</b>	<b>Cílová hodnota (skutečný stav):</b>	
výsledek	monitorovat	A/N				
<b>Plán (dle ročních akčních plánů)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>Popis indikátoru:</b>	Vypracování metodických pokynů a určení vhodných komunikačních kanálů pro šíření informací o plánovaných projektech cestovního ruchu mezi obyvatele města. Zajištění prostředků pro sběr zpětné vazby a podnětů.					
<b>Indikátor je ovlivněn:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozpočtovými možnostmi města</li> <li>• Komunikačními rozpočty města</li> <li>• Komunikačními kanály města</li> <li>• Zájmem veřejnosti</li> </ul>					
<b>Zdroj čerpání dat:</b>	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu					
<b>Perioda vyhodnocování indikátoru:</b>	1x ročně					

## 20. Vyhodnocení naplňování strategie

Naplňování Akčního plánu, stanovených monitorovacích indikátorů, jednotlivých opatření a konečně i hlavních strategických cílů bude každoročně shrnuto do Zprávy o naplňování Strategie rozvoje cestovního ruchu města Olomouce (2022–2027).

Efektivita Akčního plánu pro naplňování strategických cílů bude zjišťována průběžným sledováním a vyhodnocováním. Na konci stanoveného (ročního) období bude možné konstatovat, zda se podařilo stanovené aktivity naplnit, případně proč se to nepodařilo, nebo v jakém stupni rozpracování aktivity momentálně jsou. Zpráva pak bude shrnovat proběhlé aktivity a realizované projekty, poukáže na případné limitující faktory a navrhne doporučení dalšího postupu či změn. Součástí Zprávy bude i vyhodnocení monitorovacích indikátorů představených v předchozí kapitole. Ke kvantitativním zjištěním bude obsahovat podrobný komentář a stejně jako v případě hodnocení Akčního plánu i návrhy doporučení a případných změn pro dosažení optimálního stavu.

Takto zpracovaná Zpráva o naplňování Strategie rozvoje cestovního ruchu města Olomouce (2022–2027) bude každoročně sloužit jako jeden z podkladů pro tvorbu nového Akčního plánu.

Tabulka: Návrh struktury vyhodnocení Akčního plánu

Číslo opatření	Název projektu	Náklady projektu		Výchozí stupeň rozpracovanosti	Aktuální stupeň rozpracovanosti	Popis aktuální fáze projektu
		Celkem	V daném roce			

Tabulka: Návrh struktury vyhodnocení monitorovacích identifikátorů

Číslo opatření	Název projektu	Optimální vývoj	Hodnota					Trend plnění	Poznámka
			Výchozí hodnota	2023	2024	Další roky	Cílová hodnota		
	Indikátor XX	↑	15	20	-	-	25	☹️	
	Indikátor XY	N/A	N	A	-	-	A	😊	

## 21. Řízení změn a evaluace

Tato strategie byla zpracována za určitých výchozích podmínek, které se ale s nejvyšší pravděpodobností budou v čase měnit. Proto ani stanovené strategické cíle, jejichž naplnění je za výchozích podmínek vnímáno jako optimální, nejsou neměnné. Strategické řízení je živým procesem a kontinuální aktivitou, a aby bylo možné na nastalé situace reagovat, je třeba provádět pravidelnou evaluaci. Jejím cílem je analyzovat průběh procesu implementace, identifikovat příležitosti a bariéry a včas upozornit na případná rizika.

Jako podklady pro evaluaci poslouží monitorovací indikátory jednotlivých opatření, vyhodnocení plnění Akčního plánu a stanoviska zapojených aktérů – administrátorů a správců opatření, popř. jejich realizátorů a zapojených partnerů. Průběžná evaluace je v diki Odboru cestovního ruchu, kultury a sportu a každoročně bude součástí Zprávy o naplňování Strategie rozvoje cestovního ruchu města Olomouce (2022–2027).

Na základě zjištění z evaluace budou navrženy dílčí změny Strategie jako např. změny odpovědnosti či monitorovacích indikátorů, úprava popisu opatření apod. Případné návrhy na změny či úpravu dokumentu budou podstoupeny k projednání a schválení příslušným orgánům města.

