

Strategie rozvoje cestovního ruchu města Olomouce (2022–2027)

Návrhová 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

12. Úvod	3
13. Vize, návaznost a struktura návrhové části	3
13.1 Vize	4
13.2 Strategické cíle a jejich návaznost na SWOT analýzu	4
13.3 Struktura návrhové části	5
Strategický cíl 1: Rozvoj turistických cílů a infrastruktury	7
Strategický cíl 2: MICE	17
Strategický cíl 3: Smart City	23
Strategický cíl 4: Rozvoj organizace CR, budování značky a marketing.....	30

12. Úvod

Návrhová část Strategie cestovního ruchu města Olomouce 2022–2027 představuje klíčovou kapitolu dokumentu a definuje rámec i charakter aktivit v oblasti podpory turismu, na které se samospráva v příštích letech zaměří. V tomto ohledu nefunguje izolovaně, ale v mnoha ohledech navazuje zejména na návrhovou část základního koncepčního rozvojového dokumentu – Strategického plánu rozvoje města Olomouce, a to konkrétně na jeho druhý pilíř „Olomouc – Perla Evropy“ a jeho specifické cíle:

- 2.1 Posílit jednotnou komunikační kampaň Olomouce jako turistického cíle a spolupráci aktérů cestovního ruchu;
- 2.2 Zvýšit atraktivitu nabídky kvalitních služeb pro cestovní ruch, kulturu, volný čas a sport;
- 2.3 Zmodernizovat a rozšířit nabídku volnočasové, kulturní, sportovní a turistické infrastruktury včetně využití potenciálu vodních toků a vodních ploch;
- 2.4 Rozvinout podmínky pro cykloturistiku a pěší dostupnost turistických cílů;
- 2.5 Zvýšit atraktivitu historického centra Olomouce pro obyvatele města i pro návštěvníky.

Styčné plochy je možné vysledovat i v rámci prvního pilíře: Konkurenceschopná a kreativní Olomouc, specificky pak u cíle:

- 1.5 Podporovat inovace a kulturně kreativní průmysly

a dále také v pilíři tři, specifických cílech:

- 3.1 Zajistit udržitelnost dopravy ve městě ve všech formách včetně řešení parkování
- 3.3 Zlepšit kvalitu veřejných prostranství včetně sídelní zeleně a chránit historické dědictví

Mimo Strategický plán rozvoje města Olomouce se návrhová část Strategie cestovního ruchu města Olomouce 2022–2027 dále prolíná i s jinými koncepčními dokumenty zpracovanými v konkrétních rozvojových oblastech, hlavně pak se Strategií rozvoje kultury a kreativních průmyslů města Olomouce na období 2022–2027 (Cíl 1.2 Ve městě je funkčně a inovativně propojená nabídka kulturního dědictví a živé kultury, která je atraktivní pro místní i turisty a specificky pro mladou generaci) a Plánem udržitelné městské mobility Olomouc 2018–2030 (PUMMO; 5.1.3. Infrastrukturní opatření v oblasti cyklistické dopravy a 5.2.4. Neinfrastrukturní opatření v oblasti cyklistické dopravy).

Zatímco v případě Strategie rozvoje kultury a kreativních průmyslů města Olomouce na období 2022–2027 jsou aktivity dotýkající se cestovního ruchu spíše jen velmi stručně a rámcově nastíněny, PUMMO se věnuje bodům, které se dotýkají turistické nabídky (cyklodoprava a cyklostezky) podrobně, a to včetně konkrétních cílů i monitorovacích indikátorů. Tato skutečnost však nepředstavuje důvod tématiku cyklodopravy z návrhové části strategie cestovního ruchu vynechat. Věnujeme se jí proto v konkrétním opatření, v rámci realizace i vyhodnocení však zdůrazňujeme faktickou i funkční provázanost s PUMMO.

13. Vize, návaznost a struktura návrhové části

Návrhová část Strategie cestovního ruchu města Olomouce 2022–2027 přímo navazuje na část analytickou a reflektuje závěry plynoucí ze syntézy a na ní postavené SWOT analýzy. Strategická vize, cíle i následná konkrétní opatření jsou nadefinovány tak, aby maximalizovaly potenciál silných stránek Olomouce jako turistické destinace, umožnily využít nabízejících se příležitostí a omezily, popřípadě zcela eliminovaly vliv slabých stránek a eventuálních hrozeb.

13.1 Vize

Strategická vize definuje Olomouc následovně:

Živá, moderní a prosperující destinace v srdci Evropy

Olomouc jako dostupná, přívětivá, udržitelná, bezpečná, moderní a smart turistická destinace, která dokáže maximálně zužitkovat svůj unikátní historický, kulturní a lidský potenciál tak, aby nabídla autentický a zároveň i atraktivní a konkurenceschopný cestovatelský zážitek všem návštěvníkům, ať už přijeli za poznáním, kulturou, zábavou, sportem či služebně.

Díky tomu se cestovní ruch v Olomouci stává čím dál tím přirozenější součástí ekonomiky města, která poskytuje příležitosti a zároveň využívá synergie se soukromou sférou. Turistický potenciál Olomouce jako destinace je tak oceňován nejen návštěvníky, ale také místními obyvateli.

13.2 Strategické cíle a jejich návaznost na SWOT analýzu

- **Strategický cíl 1: Rozvoj turistických cílů a infrastruktury**
 - **Silné stránky a příležitosti (využití):** Využíváme zejména přednosti a příležitosti města z hlediska jeho polohy a dostupnosti (i pro kratší city breaks), atraktivitu místních památek (včetně UNESCO), potenciálu destinace pro církevní, technický/vojenský, kulturní, sportovní a zábavně-vzdělávací turismus, komplexní rozvoj cyklo dopravy a infrastruktury v regionu atd.
 - **Slabé stránky a hrozby (eliminace):** Snižujeme dopad negativních vlivů, jako jsou nedostatek moderních atraktivit pro zážitkový turismus a pro dětského návštěvníka, špatná dostupnost a infrastruktura (např. parkování) návštěvnicky silných cílů, nedostatečný rozvoj atraktivit v soukromém vlastnictví, nedostatečné využití potenciálu špičkových kulturních akcí atd.

- **Strategický cíl 2: MICE**
 - **Silné stránky a příležitosti (využití):** Chceme zužitkovat přednosti a příležitosti města, jako jsou opět jeho dobrá poloha a dostupnost, silná značka Flora Olomouc, významné MICE kapacity a ubytovací kapacity vyšší kategorie či speciálního charakteru, potenciál spolupráce s UPOL či Czech Convention Bureau atd.
 - **Slabé stránky a hrozby (eliminace):** Bojujeme proti negativním vlivům jako například nedostatečnému propojení soukromé sféry, především hotelů, do prezentace turistické nabídky, slabšímu zapojení MICE tematiky do propagace města atd.

- **Strategický cíl 3: Smart City**
 - **Silné stránky a příležitosti (využití):** Budeme stavět na přednostech a příležitostech města, jako jsou například jeho potenciál pro moderní turismus, možnost spolupráce s UPOL na moderních turistických produktech, projekt Olomouc Region Card a jeho digitalizace, aplikace moderních technologií (chytrá města, rozšířená realita) v produktech CR, existence interaktivních mobilních aplikací pro zážitkové prohlídky atd.

- **Slabé stránky a hrozby (eliminace):** Zaměříme se na neutralizaci efektu negativních externalit, jako jsou například nevyužitý potenciál aplikace/webu Mojeolomouc pro účely propagace, doposud omezené použití moderních technologií v rámci produktové nabídky města atd.
- **Strategický cíl 4: Rozvoj organizace CR, budování značky, marketing**
 - **Silné stránky a příležitosti (využití):** V rámci tohoto strategického cíle můžeme využít celou řadu silných stránek a příležitostí Olomouce jako turistické destinace. Například propracovaného turistického portálu města, silné pozice na sociálních sítích, prezentace v atraktivních médiích typu Lonely Planet, zpracování brandbooku města, synergie s dalšími organizacemi cestovního ruchu v regionu, užší návaznosti na komunikaci ČR i ostatních krajů, hlubšího využití partnerství s dalšími městy a institucemi atd.
 - **Slabé stránky a hrozby (eliminace):** Marginalizovat bychom naopak měli vliv slabých stránek a hrozeb, mezi které můžeme zařadit nejednoznačné vnímání Olomouce jako turistické destinace, nedostatečné využití vizuálně živé fotografie přibližující Olomouc jako živoucí město, zastarávající podobu webového portálu, chybějící rámec pro kooperativní marketing atd.

13.3 Struktura návrhové části

Strategické cíle dále rozvíjejí konkrétní opatření, která mají dlouhodobý a střednědobý charakter a tvoří základní strukturu návrhové části.

Strategický cíl 1: Rozvoj turistických cílů a infrastruktury

Opatření 1.1: Rozvoj nových turistických cílů, modernizace stávajících cílů a jejich služeb

Opatření 1.2: Rozvoj muzejních a kulturních zařízení a jejich služeb

Opatření 1.3: Podpora rozvoje podnikatelské turistické infrastruktury a jejich služeb

Opatření 1.4: Rozvoj vybraných lokalit zvýšením atraktivity území

pod-opatření: 1.4.1 ZOO Olomouc

1.4.2 Výstaviště Flora a olomoucké parky

1.4.3 Areál Korunní pevnůstky

1.4.4 Svatý Kopeček – Sadové náměstí

Opatření 1.5: Rozvoj nových cyklostezek, in-line stezek a služeb s tím souvisejících

Strategický cíl 2: MICE

Opatření 2.1: Podpora kongresové a incentivní turistiky

Opatření 2.2: Rozvoj Výstaviště Flora Olomouc a.s. a s tím spojených služeb v oblasti MICE

Opatření 2.3: Podpora rozvoje spolupráce s UPOL a jejími ústavy

Strategický cíl 3: Smart City

Opatření 3.1: Tvorba a dlouhodobá podpora digitální platformy kulturních akcí a eventů

Opatření 3.2: Rozvoj Olomouc region Card a dalších turistických slevových karet s ohledem na aktuální trendy

Opatření 3.3: Podpora nových řešení přispívajících ke zvýšení návštěvnické atraktivity města

Opatření 3.4: Podpora modernizace expozic turistických cílů

Strategický cíl 4: Rozvoj organizace CR, budování značky a marketing

Opatření 4.1: Tvorba konkurenceschopných produktů, marketing destinace, budování značky

Opatření 4.2: Podpora eventů, nákupních příležitostí a rozvoje gastronomie

Opatření 4.3: Podpora Olomouce jako filmové destinace

Opatření 4.4: Podíl na aktivním řízení regionu Střední Morava, rozvoj kvality služeb, lidské zdroje a partnerství

Opatření 4.5: Monitoring, výzkumy trhů

Opatření 4.6: Komunikace projektů cestovního ruchu směrem k obyvatelům

Strategický cíl 1: Rozvoj turistických cílů a infrastruktury

Kvalita nabídky turistických cílů a navázané turistické infrastruktury je klíčová z hlediska atraktivity města vůči návštěvníkům a jeho konkurenceschopnosti v rámci dalších destinací nejen v České republice, ale v celém evropském prostoru. Aktuální trendy cestovního ruchu navíc ukazují, že kromě klasických turistických hotspotů (památky, muzea, divadla, zoo, sportovní a zábavní areály atd.) stále více nabývá na důležitosti doprovodný servis, autentický a živý prožitek z návštěvy a možnost kombinovat nejrůznější aktivity do uceleného mixu podle individuálních preferencí s ohledem na délku i charakter pobytu.

Město se proto zaměří nejen na případnou výstavbu, rekonstrukce, revitalizace a rozšíření důležitých cílů, ale zároveň na maximální využití jejich potenciálu z pohledu šíře a komplexnosti jejich produktové nabídky. Spolu s tím bude klást důraz na intenzivní zapojení a podporu dalších participantů cestovního ruchu na nabídkové straně, ať už se jedná o reprezentanty organizací veřejné sféry či soukromé subjekty. Účelem těchto kroků je předložit potenciálním turistům lákavý a širokospektrální koktejl zážitků pro aktivní poznávání Olomouce.

Projekty, směřující k rozvoji turistických cílů a infrastruktury, s sebou samozřejmě ponesou nároky na investice, ať už krátkodobého či dlouhodobého charakteru. Předpokládáme, že některé rozvojové potřeby bude možné zcela krýt z prostředků v rámci městského rozpočtu, pro náročnější projekty však bude třeba zajistit spolufinancování z externích zdrojů (evropských, národních, krajských atd.) Z tohoto důvodu je třeba realizovat dlouhodobý monitoring aktuálně nabízených možností podpory a v případě vhodných pobídek bezodkladně informovat všechny zainteresované strany (vedení města, dotčené odbory, partnery v rámci cestovního ruchu apod.)

S organizací prací v rámci strategického cíle 1 bude spojena i nutnost strategického řízení a intenzivní vzájemné výměny informací mezi městem a dalšími subjekty popsány výše za účelem zajištění návaznosti jednotlivých akcí.

Opatření 1.1: Rozvoj nových turistických cílů, modernizace stávajících cílů a jejich služeb	
Popis opatření, hlavní aktivity	<p>Opatření se zaměří na rozvoj destinační nabídky města Olomouce, rozšíření a zatraktivnění portfolia turistických cílů a zvýšení komplexnosti mixu produktů a služeb cestovního ruchu s důrazem na diverzifikaci, formalizování a prohloubení spektra zážitků a aktivit, které město svým návštěvníkům nabízí. V tomto ohledu Olomouc jednak naváže na již přichystané, či dokonce zahájené projekty, u kterých bude sledovat jejich úspěšnou realizaci, jednak se zasadí o přípravu projektů nových, které budou reflektovat zvýšené nároky cílových skupin na personalizaci a různorodost zážitku z navštívené destinace.</p> <p>Právě rozšíření záběru v rámci cílových skupin, pro které představuje Olomouc potenciálně zajímavý turistický cíl, a doručení adekvátních navázaných produktů, služeb, informací a servisu pro jednotlivé segmenty, je jedním z důležitých hledisek tohoto rozvojového opatření. Zvláštní zřetel budeme v tomto ohledu klást na dodržování principů udržitelného cestovního ruchu, což městu umožní prezentovat Olomouc návštěvníkům jako autentickou, osobitou, originální a moderní destinaci nabízející jedinečnou turistickou zkušenost.</p> <p>Cílem tohoto opatření však není pouze rozšiřování počtu jednotlivých turistických cílů, produktů a jejich služeb, ale zároveň i jejich modernizace tak, aby kvalita poskytovaného servisu odrážela aktuální situaci v oblasti cestovního ruchu a zvyšující se požadavky cílových skupin.</p> <p>S ohledem na všechna výše uvedená kritéria se město v rámci tohoto opatření zaměří zejména na:</p> <ul style="list-style-type: none"> • rozvoj Městské památkové rezervace Olomouc s důrazem na využití potenciálu míst s velkou památkovou hodnotou nejen z hlediska poznávací, ale také zážitkové a event-based turistiky; • přípravu komplexnější nabídky v rámci technického, vojenského a industriálního turismu za maximalizace potenciálu pevnostních památek města; • rozvinutí nabídky zábavně-vzdělávacího turismu; • rozvinutí a podporu lokalit s potenciálem odpočinkových zón, které mohou sloužit nejen pro relaxaci, ale též pro pořádání kulturních akcí; • podporu stávajícího a podporu vzniku dalšího turistického informačního centra včetně určení vhodné lokality; • rovnoměrnější rozprostření atraktivní turistické a kulturní nabídky v rámci prostoru města Olomouce; • rozvíjení služeb využívajících smart technologií.

Opatření 1.1: Rozvoj nových turistických cílů, modernizace stávajících cílů a jejich služeb	
Cílová skupina	Návštěvníci, partneři v rámci spolupráce s veřejným i soukromým sektorem
Vazba na strategické dokumenty SMOI	<ul style="list-style-type: none"> • Strategický plán rozvoje města Olomouce do roku 2025 • Strategie rozvoje kultury a kreativních průmyslů města Olomouce na období 2022–2027
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
Monitorovací indikátory	<ul style="list-style-type: none"> • Výše alokovaných finančních prostředků z rozpočtu města na rozvoj nových turistických cílů a modernizaci stávajících cílů a jejich služeb • Výše externích zdrojů využitých na rozvoj nových turistických cílů a modernizaci stávajících cílů a jejich služeb • Počet dokončených / k realizaci připravených projektů pro rozvoj nových turistických cílů a modernizaci stávajících cílů a jejich služeb • Počet návštěvníků nových/modernizovaných turistických cílů a počet návštěvníků využívajících jejich služeb • Existence a průběžné naplňování koncepce napojení modernizovaných/nových turistických cílů na ORC

Opatření 1.2: Rozvoj muzejních a kulturních zařízení a jejich služeb	
Popis opatření, hlavní aktivity	<p>Sekundární turistická infrastruktura (kam počítáme scénické umění a hudbu, festivaly, film, muzea a galerie) představuje důležitý a pro návštěvníky velmi atraktivní prvek turistické nabídky Olomouce. Město se proto bude soustředit na aktivity s nejvyšším potenciálem pro zvýšení návštěvnosti města.</p> <p>Kromě podpory nejvýznamnějších souborů, jako jsou Moravské divadlo Olomouc a Moravská filharmonie Olomouc, jejichž zřizovatelem je přímo Statutární město Olomouc, budeme klást důraz na špičkové místní a mezinárodní festivaly, kde je značná pravděpodobnost na oslovení velkého množství návštěvníků jak z České republiky, tak ze zahraničí. Větší význam bude připsán i aktivitám zaměřeným na rozvoj menších či alternativních scén a projektů rozšiřujících kulturní portfolio města a jimi pořádaných akcí, které mohou být lákavé nejen pro občany, ale i pro návštěvníky Olomouce. Zvláštní pozornost pak bude věnována</p>

Opatření 1.2: Rozvoj muzejních a kulturních zařízení a jejich služeb	
	<p>nejen jejich realizaci, ale i doprovodné marketingové podpoře a komunikaci (viz vazba na opatření 4.1).</p> <p>Jedním z klíčových infrastrukturních projektů se zásadním dopadem na cestovní ruch by mohla být výstavba multifunkční haly, která mimo jiné nabídne prostor pro pořádání koncertů vážné i populární hudby, různých přehlídek a zábavných show.</p> <p>Olomouc bude dále podporovat rozvoj nových muzejních expozic, prohlídek a objektů a zvyšování jejich atraktivity pro návštěvníka. Cílem je zastavit trend klesajícího počtu návštěvníků (ve vztahu k rostoucímu počtu turistů ve městě), představit olomoucká muzea novým segmentům a cílovým skupinám a mimo jiné zvýšit i podíl opakovaných návštěv.</p> <p>Záměrem města je podporovat v rámci Olomouce ucelenou kulturní nabídku reprezentovanou kvalitními projekty jak regionálního, tak i nadnárodního významu, jako je například plánované Středoevropské fórum Olomouc. Z pohledu návštěvníka bude tato nabídka následně zastřešena projektem takzvané „muzejní čtvrti“, který prováže jednotlivé aktivity do komplexního produktu cestovního ruchu reprezentovaného mimo jiné i speciální turistickou kartou.</p>
Cílová skupina	Návštěvníci
Vazba na strategické dokumenty SMOI	<ul style="list-style-type: none"> • Strategický plán rozvoje města Olomouce do roku 2025 • Strategie rozvoje kultury a kreativních průmyslů města Olomouce na období 2022–2027
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
Monitorovací indikátory	<ul style="list-style-type: none"> • Existence a výše alokace dotačního programu města zaměřeného na podporu aktivit pro rodiny s dětmi • Existence a alokace dotačního programu zaměřeného na menší kulturní zařízení s potenciálem rozšířit turisticky atraktivní kulturní nabídku i mimo centrum města • Výše alokovaných finančních prostředků z rozpočtu města na činnost kulturních zařízení, kulturní a společenské akce či festivaly • Existence koncepce spolupráce soukromého a veřejného sektoru v rámci projektu Arena Olomouc

Opatření 1.2: Rozvoj muzejních a kulturních zařízení a jejich služeb	
	<ul style="list-style-type: none"> • Otevření středoevropského fóra Olomouc

Opatření 1.3: Podpora rozvoje podnikatelské turistické infrastruktury a jejích služeb	
Popis opatření, hlavní aktivity	<p>Cílem opatření je podpořit v rámci Olomouce podnikatelské podhoubí pro vznik nových a zlepšování stávajících projektů turistické infrastruktury a navázaných služeb.</p> <p>Město bude realizovat takové aktivity, které povedou ke zpřehlednění podnikatelského prostředí v oblasti cestovního ruchu, předávání důležitých informací pro přípravu a realizaci byznysových plánů, zvýšení motivace soukromých subjektů pro zapojení do aktivit souvisejících s rozvojem turistické nabídky (včetně zajištění incentívni či přímo finanční podpory takovýchto aktivit) a provázání produktového portfolia města a soukromých subjektů prostřednictvím turistické karty Olomouc region Card.</p> <p>Specificky (ale nikoliv výlučně) se město zaměří zejména na projekty spojené s rozvojem a využitím potenciálu místní gastronomické scény a zvýšení její atraktivity pro návštěvníka. Pod aktivity z tohoto ranku pak budou spadat například projekty typu přípravy gastronomických průvodců, speciálních poznávacích gastro-tours po městě, gastronomických akcí, tvorba komplexních turistických balíčků s důležitým gastro-elementem (kombinace gastronomie, památek a eventů), podpora vzniku zahrádek restauračních zařízení a venkovních projektů v rámci města apod. Žádoucí je rovněž s ohledem na bonitnější klientelu podporovat projekty vysoké gastronomie, která je v rámci cestovního ruchu na vzestupu.</p> <p>Samostatnou kapitolou v rámci opatření je podpora rozvoje ubytovacích kapacit v Olomouci. Město bude podporovat podnikatele se záměrem nabídnout návštěvníkům ubytování v kvalitních kempech, poskytnout prostory a infrastrukturu pro výletníky využívající obytné vozy či zbudovat ubytování a zázemí pro cykloturisty. Dále se město zaměří i na podporu rozšíření nabídky konvenčního ubytování a podporu výstavby nových ubytovacích zařízení a modernizaci stávajících, a to včetně těch spadajících do vyšší kategorie.</p> <p>Z hlediska zpřehlednění podnikatelského prostředí a předávání důležitých informací pro přípravu a realizaci byznysových plánů se město zaměří na přípravu heatmapy cestovního ruchu, která podnikatelům umožní identifikovat příležitosti pro rozvoj nových podnikatelských projektů.</p>

Opatření 1.3: Podpora rozvoje podnikatelské turistické infrastruktury a jejích služeb	
	Město také nabídne dodatečnou propagaci a případně i konkrétní incentivní pobídky podnikatelům, kteří se rozhodnou zařadit své podniky a služby do Olomouc region Card, případně dalších slevových karet (kulturní, gastro apod.)
Cílová skupina	Podnikatelé, návštěvníci
Vazba na strategické dokumenty SMOI	<ul style="list-style-type: none"> Strategický plán rozvoje města Olomouce do roku 2025
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)
Monitorovací indikátory	<ul style="list-style-type: none"> Počet incentivních programů pro podnikatele v oblasti turistické infrastruktury a služeb Růst nabídky ubytovacích kapacit v kempech a pro turisty přijíždějící obytnými vozy Počet ubytovacích/stravovacích zařízení a turistických cílů opatřených logem cyklisté vítání Růst ubytovacích kapacit v rámci konvenčních hromadných ubytovacích zařízení Počet podnikatelských projektů zapojených do Olomouc region Card

Opatření 1.4: Rozvoj vybraných lokalit zvýšením atraktivity území	
Popis opatření, hlavní aktivity	Specifické lokality v rámci Olomouce a jejího bezprostředního okolí disponují zvláštním významem pro rozvoj turistického ruchu. Město se zaměří na zvýšení atraktivity těchto území pro návštěvníka a bude přitom klást důraz na rozšiřování a modernizaci infrastruktury i služeb v místě, diverzifikaci související produktové nabídky a řešení konkrétních problémů a výzev daných území. Jmenovitě se bude město soustředit na aktivity spojené s rozvojem potenciálu Zoo Olomouc, Výstaviště Flora a olomouckých parků, areálu Korunní pevnůstka a lokality

Opatření 1.4: Rozvoj vybraných lokalit zvýšením atraktivity území

Svatý Kopeček – Sadové náměstí, jimž jsou věnována samostatná podopatření:

Podopatření 1.4.1: Zoo Olomouc

Zoo Olomouc je nejnavštěvovanější turistický cíl v Olomouckém kraji, jehož konkurenceschopnost je třeba kontinuálně zvyšovat a udržovat. Město podpoří a zasadí se o to, aby na výstavbu inženýrských sítí navázala modernizace nevyhovujících výběhů a pavilonů, výstavba nových, ale také investice směřující ke zlepšení dopravní infrastruktury. Bez zajištění kapacitně vyhovujícího parkoviště totiž nebude možné případné změny přetavit ve skutečnou konkurenční výhodu.

Podopatření 1.4.2: Výstaviště Flora a olomoucké parky

Areál Výstaviště Flora Olomouc se díky pořádaným akcím řadí mezi nejnavštěvovanější turistické cíle v Olomouckém kraji. Město se proto zaměří na pokračující obnovu, modernizaci a zatraktivnění výstavních prostor a dalších ploch v rámci areálu nebo v jeho správě nejen s ohledem na veletržní aktivity, ale též na pořádání kulturních akcí, trhů a užší provázání areálu na koncept živého města. Podobně jako u Zoo Olomouc je i v případě Flory velkou rozvojovou brzdou aktuální stav navazující infrastruktury (parkování). Město proto bude realizovat kroky k napravení stávající nevyhovující situace.

Město se dále zaměří i na rozvoj unikátního pásu parků, z nichž většinu spravuje právě Výstaviště Flora Olomouc. Vzhledem k tomu, že se v době po COVIDu očekává stoupající preference venkovních aktivit a atraktivit, bude Olomouc s parky na svém území primárně pracovat jako s prostorem pro turistickou nabídku. Klíčové z tohoto pohledu budou projekty, které přispějí k využití parků pro účely v oblasti sportu, společenského a kulturního vyžití a vyžití pro rodiny s dětmi.

Podopatření 1.4.3: Areál Korunní pevnůstky

Cílem tohoto opatření je propojení dochovaných památek olomoucké pevnosti a pevnostního stavitelství do komplexnější produktové nabídky, která městu umožní maximálně využít jeho potenciál pro technický, vojenský, industriální, vzdělávací a zážitkový turismus. Město bude v tomto ohledu podporovat pokračující revitalizace pevnostních objektů bastinové i fortové

Opatření 1.4: Rozvoj vybraných lokalit zvýšením atraktivity území	
	<p>pevnosti, rozšiřování expozičních prostor, mapující slavnou vojenskou historii města, i science centra Pevnost poznání v jeho edukační funkci. Město se zasadí o rozvoj komplexnějších eventů a digitalizace formou prohlídek s rozšířenou realitou, i v místech, kde to zatím není možné. Město zváží možnost vybudování nové, moderní zážitkové a interaktivní atraktivity, spojené s olomouckou pevností, s využitím pro dospělé i dětské návštěvníky (venkovní i vnitřní).</p> <p>Podopatření 1.4.4: Svatý Kopeček – Sadové náměstí</p> <p>Cílem tohoto podopatření je oživení a obnova veřejného prostoru v lokalitě Svatý Kopeček – Sadové náměstí (včetně dopravního řešení, obnovy zeleně, obnovy mobiliáře), zatraktivnění prostoru před kupeckými boudami s ohledem na historickou tradici tohoto významného poutního místa s Bazilikou Minor Navštívení Panny Marie, intenzivnější provázání lokality Svatý Kopeček s nabídkou města a podpora sakrální turistiky. Město bude postupovat v součinnosti s dalšími subjekty a organizacemi, jejichž role pro zatraktivnění celého prostoru je klíčová z hlediska cestovního ruchu.</p>
Cílová skupina	Návštěvníci
Vazba na strategické dokumenty SMOI	<ul style="list-style-type: none"> • Strategický plán rozvoje města Olomouce do roku 2025 • Plán udržitelné městské mobility Olomouc 2018–2030
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
Monitorovací indikátory	<p>Podopatření 1.4.1: Zoo Olomouc</p> <ul style="list-style-type: none"> • Počet nových či modernizovaných výběhů, expozic a pavilonů • Návštěvnost Zoo Olomouc • Celková parkovací kapacita pro Zoo Olomouc <p>Podopatření 1.4.2: Výstaviště Flora a olomoucké parky</p> <ul style="list-style-type: none"> • Celková parkovací kapacita pro Floru Olomouc • Počet modernizovaných výstavních prostor a ploch pro pořádání akcí v rámci areálu <p>Podopatření 1.4.3: Areál Korunní pevnůstky</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dokončení inovace produktu cestovního ruchu – Císařsko-královská olomoucká pevnost • Počet nově zpřístupněných objektů v rámci olomouckého opevnění

Opatření 1.4: Rozvoj vybraných lokalit zvýšením atraktivity území	
	<ul style="list-style-type: none"> • Vznik nové zážitkové a interaktivní atraktivity v rámci Císařsko-královské olomoucké pevnosti • Počet nových projektů digitalizace v rámci Císařsko-královské olomoucké pevnosti <p>Podopatření 1.4.4: Svatý kopeček – Sadové náměstí</p> <ul style="list-style-type: none"> • Počet dokončených/k realizaci připravených projektů revitalizace veřejného prostoru v oblasti Svatý Kopeček – Sadové náměstí

Opatření 1.5: Rozvoj nových cyklostezek, in-line stezek a služeb s tím souvisejících	
Popis opatření, hlavní aktivity	<p>Rozvoj cyklostezek, in-line stezek a s tím souvisejících služeb je oblastí, která se nedotýká pouze cestovního ruchu, ale celkové mobility v rámci města. Proto je také podrobně řešen v rámci opatření 5.1.3 Infrastrukturní opatření v rámci cyklistické dopravy a opatření 5.2.4 Neinfrastrukturní opatření v rámci cyklistické dopravy Plánu udržitelné městské mobility Olomouce pro roky 2018–2030 (PUMMO). Opatření v rámci této strategie proto navazuje na PUMMO a vyzdvihuje aspekty klíčové pro cestovní ruch. U velké části z nich však počítá s realizací a monitoringem prostřednictvím konkrétních aktivit navržených v plánu mobility.</p> <p>Cílem opatření je podpořit charakter města jako atraktivní destinace pro aktivní dovolenou spojenou s cyklistikou, jízdou na koloběžkách či in-line bruslích. Aktivity v rámci tohoto opatření povedou potenciálně k prodloužení délky pobytu návštěvníků (bohatší nabídka sportovních a pohybových aktivit pro rozšíření dovolenkového itineráře), případně k etablování Olomouce jako příhodného výchozího bodu pro cyklovýlety do okolí.</p> <p>Město podpoří rozvoj sítě cyklo a in-line stezek s akcentem nejen na celkovou kilometráž nových tras, ale též na jejich vzájemnou a logickou návaznost. Z hlediska souvisejících služeb se poté zaměří na podporu navýšení počtu nabíjecích stanic pro elektrická kola a koloběžky a podporu rozvoje sítě servisních bodů a úschoven kol.</p> <p>Mezi podporované aktivity zařadíme také bikesharing a půjčování elektrických koloběžek pro snadnější pohyb turistů po městě. Součástí tohoto kroku však bude také intenzivní edukace návštěvníků z hlediska pravidel využívání těchto služeb tak, aby nedocházelo k ohrožení zdraví jak uživatelů samotných, tak dalších účastníků provozu a chodců, případně k „zaplevelování“ veřejného prostoru nevhodně odstavenými koly a koloběžkami.</p>

Opatření 1.5: Rozvoj nových cyklostezek, in-line stezek a služeb s tím souvisejících	
	Z tohoto důvodu také podpoříme vznik speciálních zón pro odstavování sdílených kol a koloběžek.
Cílová skupina	Návštěvníci
Vazba na strategické dokumenty SMOL	<ul style="list-style-type: none"> • Strategický plán rozvoje města Olomouce do roku 2025 • Plán udržitelné městské mobility 2018–2030
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 Provozovatelé bikesharing služeb
Monitorovací indikátory	Následující monitorovací indikátory budou monitorovány v rámci PUMMO: <ul style="list-style-type: none"> • Délka nových cyklostezek • Počet nabíjecích stanic pro elektrokola • Počet servisních bodů • Počet úschoven kol • Počet uživatelů využívajících služeb bikesharingu

Strategický cíl 2: MICE

Oblast MICE značně utrpěla v důsledku opatření proti COVID-19, kdy byla řada veletrhů a dalších akcí zrušena, odložena nebo pořádána jen v omezeném rozsahu. V nadcházejícím období proto bude stěžejní učinit kroky ke vzkríšení kongresového turismu, a to nejen ve prospěch města, ale i dalších zainteresovaných subjektů, jako jsou hotely, restaurace, kongresová centra a výstavní prostory, které v době omezení zažily značný propad. Zmíněným subjektům bude v rámci strategického cíle 2 poskytnuta maximální součinnost a podpora při znovunastolení renomé Olomouce coby veletržního a kongresového centra kraje.

Konkrétní opatření se zaměří na podporu pořádání zmíněných akcí tak, aby se podařilo docílit minimálně jejich předcovidové četnosti a návštěvnosti. Ačkoliv návštěvy kongresů, konferencí, veletrhů či výstav nepatří například na rozdíl od poznávání historických a architektonických památek k nejdeklarovanějším účelům návštěvy města, stále má toto odvětví významnou roli na celkovém cestovním ruchu města. Pokud by tedy nedošlo k jeho opětovnému „nastartování“, propad v celkové návštěvnosti by byl více než znatelný.

Aby skutečně došlo k dorovnání a případnému zvýšení počtu návštěvníků mířících do Olomouce za MICE, je třeba jednak vytvořit vhodné podmínky pro navyšování počtu pořádaných akcí tohoto typu, a jednak se soustředit na podporu velkých, již zavedených eventů. V obou případech spočívá role města v zajištění finanční a mediální podpory, a to formou sponzoringu akcí a poskytnutí prostoru v oficiální PR komunikaci města, potažmo turistické značky. Zmíněná podpora se však netýká pouze samotných akcí, ale i jejich pořadatelů a míst konání na území města. Součástí tohoto strategického cíle proto bude i úzká spolupráce s tzv. velkými hráči na poli MICE, jako jsou Výstaviště Flora Olomouc a. s., Univerzita Palackého v Olomouci, kongresová centra, hotely a další instituce.

Město bude nadále podporovat i rozvoj přidružené infrastruktury, která se významně podílí na celkovém vnímání pořádaných akcí a má vliv i na potenciální akvizici nových pořadatelů. V rámci plánovaných projektů městské mobility půjde o zlepšování dopravní dostupnosti míst konání akcí a zajištění dostačujících parkovacích kapacit. Další důležitou oblastí je pak zajištění ubytovacích kapacit, potažmo jejich navyšování a zkvalitňování. Pro post-covidové období budou navíc typické zvýšené nároky na zajištění vyhovujících hygienických a bezpečnostních opatření na pořádaných akcích.

Projekty směřující k rozvoji MICE turistiky bude možné částečně hradit z prostředků městského rozpočtu, případně z externích zdrojů (evropských, národních, krajských atd.) Kromě finanční podpory pak bude důležité nabízet i mediální kapitál, ať už přímo prostor v médiích či alespoň některou z forem mediálního lobbingu. Z dlouhodobého hlediska pak budou klíčové i dobré vzájemné vztahy se zainteresovanými stranami (kongresová centra, výstaviště a další prostory, hotely, vystavovatelé a organizátoři akcí apod.) S tím pak bude souviset i nezbytný monitoring a vzájemná výměna informací o počtu akcí, jejich návštěvnosti či výhledu do dalších let.

Opatření 2.1: Podpora kongresové a incentivní turistiky
Popis opatření, hlavní aktivity

Opatření se zaměří na znovunastolení a zvýraznění role Olomouce jako centra kongresové a incentivní turistiky v kraji. Učiněno tak bude prostřednictvím finanční, mediální i technické podpory jednotlivých zainteresovaných subjektů, mezi které řadíme jak kongresová centra a další místa určená ke konání MICE akcí, tak i samotné pořadatele z řad místních organizací, institucí a firem.

Za účelem navýšení počtu účastníků pořádaných konferencí a kongresů bude město podporovat aktivity související s rozšiřováním kapacit stávajících míst konání a hledáním či vytvářením míst nových. Podporovat bude rovněž případný vznik alternativních (resp. multifunkčních) míst konání i mimo centrum města. Žádoucí bude také maximální vytížení všech těchto prostor, a to i mimo hlavní sezónu.

Aktivity směřované na organizátory akcí se pak budou zaměřovat na jejich organizační, finanční, mediální a technickou podporu. Cílem je všem těmto subjektům maximálně zjednodušit procesy spojené s organizací MICE aktivit a zajistit tak jejich loajalitu a rozvoj v celém nadcházejícím období.

Mimo podporu samotných akcí a jejich pořadatelů se město zaměří také na podporu ubytovací, dopravní a stravovací infrastruktury, jejíž fungování příliv business klientů umožňuje. Město se bude zasazovat o modernizaci a rozvoj stávajících hotelů a případný vznik nových s důrazem na nadstandardní ubytování pro náročné klienty. V rámci ubytovacích kapacit bude město podporovat vznik speciálních projektů a balíčků zaměřených na kongresový a incentivní turismus a obdobným počínům třetích stran poskytne vhodné mediální zastřešení.

Cílové skupině kongresových a business návštěvníků pak bude město, resp. destinační značka věnovat část své marketingové komunikace a mediálního prostoru a bude na ně pamatovat při svých PR aktivitách. Speciální pozornost bude věnována organizátorům MICE.

Na tyto aktivity vyhradí město část svého rozpočtu a bude se zasazovat o získání grantové podpory na krajské, republikové i mezinárodní úrovni, aby bylo schopné nabídnout součinnost co nejvíce subjektům.

Nedílnou součástí probuzení kongresové a incentivní turistiky po COVIDu bude také navázání intenzivnější spolupráce s Czech Convention Bureau a její regionální derivací Central Moravia & Jeseniky Convention Bureau. Pro účely této spolupráce je vhodné:

Opatření 2.1: Podpora kongresové a incentivní turistiky	
	<ul style="list-style-type: none"> • zajistit nové propagační materiály včetně aktuálních fotografií, • postarat se o úplnost poskytovaných informací o nabízených prostorách, • zajistit co nejhladší průběh veškerých procesů spojených s akvizicí nových pořadatelů na personální rovině tak, aby byla Olomouc jak atraktivním partnerem pro zmíněnou organizaci, tak i vyhledávaným místem konání akcí ze strany pořadatelů. <p>V neposlední řadě je třeba myslet na to, že pořádání akcí se nadále neobejde bez bezpečnostních a hygienických opatření proti šíření onemocnění COVID-19. Město proto bude jakožto dohledový orgán od organizátorů vyžadovat důsledné dodržování těchto opatření a bude se zasazovat o zajištění vhodného vybavení na místech konání akcí (např. stojany s dezinfekcí, bezkontaktní platební terminály apod.)</p>
Cílová skupina	Firmy, návštěvníci, organizace a subjekty aktivní v oblasti incentivní turistiky, hoteliéři, restaurace a další
Vazba na strategické dokumenty SMOI	<ul style="list-style-type: none"> • Strategický plán rozvoje města Olomouce do roku 2025 • Plán udržitelné městské mobility Olomouc 2018–2030
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	Central Moravia & Jeseníky Convention Bureau Czech Convention Bureau Organizace a subjekty aktivní v oblasti incentivní turistiky Hoteliéři Restauratéři
Monitorovací indikátory	<ul style="list-style-type: none"> • Výše alokovaných finančních prostředků z rozpočtu města na rozvoj kongresové a incentivní turistiky • Počet nových prostor ve vlastnictví města zpřístupněných pro pořádání kongresů • Počet akcí zprostředkovaných na základě spolupráce s Central Moravia & Jeseníky Convention Bureau a Czech Convention Bureau • Počet produktů CR zaměřených na zatraktivnění volnočasové nabídky pro kongresového a MICE návštěvníka

Opatření 2.2: Rozvoj Výstaviště Flora Olomouc a.s. a s tím spojených služeb v oblasti MICE	
Popis opatření, hlavní aktivity	<p>Smyslem tohoto opatření je podpořit organizaci, jejíž jméno je stále přetrvávajícím synonymem olomouckého veletržnictví. Navazujeme přitom na opatření 1.4 Rozvoj vybraných lokalit zvýšením atraktivity území, ale soustředíme se na kroky vedoucí ke zvýšení návštěvnosti z řad odborné veřejnosti a business klientely a podporu veletržních aktivit.</p> <p>S cílem dosytit zájem o výstavy a další akce z doby COVIDu a vzbuzení dalšího zájmu v nadcházejícím období bude město podporovat pořádání veletrhů a dalších akcí. Zejména v případě významných akcí typu Flora Olomouc, ale i akcí střední velikosti, se bude nabízet jako spolupořadatel, a spojovat tak renomé města s renomé daných akcí. Kromě zaštitění svým jménem bude město nabízet mediální, finanční i technickou podporu.</p> <p>Kromě akcí pořádaných samotným výstavištěm bude město podněcovat i externí vystavovatele a organizátory akcí a nabízet jim svou součinnost při využití prostor Výstaviště Flora Olomouc. K akcím třetích stran, jako jsou například Aquatera Olomouc, Národní výstava psů Floracanis Olomouc nebo Stavotech Olomouc je v zájmu města přidat další úspěšné projekty.</p>
Cílová skupina	Návštěvníci veletržních akcí, firmy, organizátoři veletržních akcí
Vazba na strategické dokumenty SMOI	<ul style="list-style-type: none"> • Strategický plán rozvoje města Olomouce do roku 2025
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 Výstaviště Flora Olomouc, a.s.
Partneři	Organizátoři veletržních akcí Externí vystavovatelé
Monitorovací indikátory	<ul style="list-style-type: none"> • Počet významných akcí pořádaných v rámci Výstaviště Flora Olomouc a areálů v jeho správě • Návštěvnost významných akcí v rámci Výstaviště Flora Olomouc a areálů v jeho správě

Opatření 2.3: Podpora rozvoje spolupráce s UPOL a jejími ústavami	
Popis opatření, hlavní aktivity	<p>Univerzita Palackého v Olomouci má z hlediska MICE nezastupitelnou roli. Sama je organizátorem řady akcí, za kterými přijíždí odborná veřejnost z celé republiky i zahraničí, ale pořádá také odborné akce pro veřejnost a například promoce, za kterými sezónně přijíždí tisíce návštěvníků s potenciálem využít další turistickou nabídku a infrastrukturu města. Město proto bude dále rozvíjet a prohlubovat spolupráci s Univerzitou Palackého a jejími ústavami na budování renomé Olomouce coby meeting pointu akademické obce jak v rámci republiky, tak i na mezinárodní úrovni.</p> <p>Záměrem opatření města ve vztahu k UPOL v nadcházejícím období konkrétně bude:</p> <ul style="list-style-type: none"> • partnersky se na těchto odborných akcích podílet, • budovat renomé dosud existujících akcí i podporovat vznik nových, • poskytovat součinnost v organizačním a technickém zajištění akcí (vč. prostor apod.), • pomáhat s propagací a PR vybraných akcí, • zapojovat své vlastní projekty v rámci doprovodného programu vybraných akcí. <p>Město i univerzita jsou zároveň dva subjekty se silnou mediální relevancí a pozorností, a tak jejich vzájemnou synergií dojde k amplifikaci účinku budování dobrého jména jednoho i druhého. Aby byl tento efekt ještě více podpořen zevnitř, město bude při vytváření nových propagačních materiálů zaměřených na MICE věnovat prostor i podpoře UPOL, a zároveň bude vybízet UPOL ke zmiňování širší nabídky města v jejích vlastních materiálech. Cílem je pak také společné vytvoření materiálů pro cílovou skupinu odborníků a kongresových turistů.</p> <p>Dalším výrazně posilujícím prvkem na poli MICE může být ve spolupráci s UPOL získání návštěvy významných akademických jmen, čehož pak lze využít i dále pro zviditelnění města navenek a přilákání dalších návštěvníků, ať už z řad odborné či laické veřejnosti. Město proto bude univerzitě nápomocno při oslovování potenciálních zajímavých hostů a případném dalším organizačním, mediálním a jiném zajištění uskutečněné návštěvy.</p> <p>Univerzita také disponuje prostory vhodnými pro pořádání středních a menších akcí třetích stran. V zájmu města je proto na základě spolupráce s UPOL tyto prostory využívat a navyšovat tak celkové kapacity pro pořádání kongresů, konferencí apod.</p>
Cílová skupina	Akademická obec, další návštěvníci akcí UPOL, veřejnost

Opatření 2.3: Podpora rozvoje spolupráce s UPOL a jejími ústavy	
Vazba na strategické dokumenty SMOI	<ul style="list-style-type: none"> • Strategický plán rozvoje města Olomouce do roku 2025
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 Univerzita Palackého v Olomouci
Partneři	
Monitorovací indikátory	<ul style="list-style-type: none"> • Počet plnohodnotně prezentovaných konferenčních prostor UPOL v katalogu Central Moravia & Jeseniky Convention Bureau • Počet produktů CR zaměřených na návštěvníka univerzity

Strategický cíl 3: Smart City

Návštěvníci Olomouc dlouhodobě vnímají jako historickou, památkami obdařenou, kulturně bohatou a lákavou turistickou destinaci. Město však nechce pouze pasivně těžit ze svých přirozených předností, jeho cílem je naopak přispívat k intenzitě zážitků, které si návštěvníci z Olomouce odnáší, a pozvedávat je na novou úroveň.

Jedním z prvků této „nadstavby“ je i zapojení chytrých technologií, které mohou na jedné straně zjednodušovat a zpříjemňovat turistům pobyt ve městě (spolu s věcmi, jako jsou plánování programu dovolené, vyhledávání akcí, nakupování lístků a vstupů, získávání podrobných informací, doprava, řešení krizových situací apod.) nebo na druhé straně rozšiřovat, prohlubovat či celkově zatraktivňovat produktovou nabídku a jednotlivé její části.

Město se z tohoto pohledu zaměří na čtyři hlavní rozvojová opatření. Podpoří vznik a zajistí dlouhodobou funkčnost digitální platformy kulturních akcí a eventů, zasadí se o rozvoj Olomouc region Card s ohledem na aktuální trendy, podpoří další nová řešení pro zvýšení návštěvnické atraktivity města a bude pracovat i na modernizaci expozic turistických cílů na svém území.

U nezanedbatelné části z výše vyjmenovaných opatření je třeba počítat nejen s náklady na vývoj nových nástrojů, jejich implementaci a spuštění, ale též s dlouhodobou podporou jak technického charakteru, tak s podporou obsahovou. Město proto bude pravidelně monitorovat stav v rámci jednotlivých opatření a zajistí maximální funkčnost a aktuálnost konkrétních řešení v čase.

Opatření 3.1: Tvorba a dlouhodobá podpora digitální platformy kulturních akcí a eventů
Popis opatření, hlavní aktivity

Bohatý kulturní život a široké spektrum zážitků, které v tomto směru Olomouc návštěvníkům nabízí, patří k základním stavebním kamenům turistické atraktivity města. V současné chvíli však citelně chybí jednoduchá a uživatelsky přívětivá digitální platforma, která by předkládala návštěvníkům ucelený přehled o kulturním dění v Olomouci a jednotlivých akcích a eventech. Uživatelé si sice mohou vyhledat informace v rámci kalendáře akcí přímo na stránkách města nebo na turistickém portále tourism.olomouc.eu, konverzní cesta je však v obou případech zbytečně složitá (někteří lidé nemusí informace najít) a uživatelské rozhraní neodpovídá moderním standardům v rámci segmentu (chybí například propojení se sociálními sítěmi, možnost přidávat akce rovnou do svého kalendáře, responzivita pokulhává atp.) Presentovaná data také nejsou vždy úplná a nepředstavují reprezentativní vzhled do kulturního bohatství a potenciálu města.

Cílem opatření je proto vytvořit pro propagaci kultury ve městě a sdílení kulturních informací platformu podobného formátu, jako je aktuální projekt Sportuj v Olomouci. Taková platforma bude poskytovat informace o aktivitách na kulturní scéně a k tomu nabídne návštěvníkům kalendář kulturních akcí, aktuality a dodatečné informace o jednotlivých kulturních zařízeních, souborech, festivalech atd. Platforma ve výsledku podpoří image Olomouce jako kulturního centra a festivalové destinace a pomůže oslovit další turisty, kteří hledají i jiné zážitky než návštěvu památek. V tomto ohledu Strategie cestovního ruchu města Olomouce navazuje na Strategii rozvoje kultury a kreativních průmyslů města Olomouce na období 2022–2027, která v zásobníku aktivit a realizačních kroků v opatření 1.2.1 nastiňuje vytvoření multižánrové nabídky co vidět/navštívit v Olomouci (brožury či aplikace). Oba dokumenty tak fungují ve vzájemné synergii.

Při vývoji platformy bude město dbát zejména na rychlost a přehlednost technického řešení spojenou se snadnou orientací uživatele na stránce a dostupností jednotlivých informací, adaptabilitu na mobilní zařízení, vizuální atraktivitu, moderní funkce (výše zmíněné propojení se sociálními sítěmi, mapami, kalendáři, aplikacemi atd.) a jednoduchou správu. Z pohledu dlouhodobé údržby bude kladen důraz zejména na neustálou kompletnost, aktuálnost a správnost prezentovaných informací tak, aby si návštěvník vždy mohl být jistý, že mu nic důležitého z kulturní nabídky města neunikne a že se může na platformu bezvýhradně spolehnout. Z tohoto pohledu bude zásadní

Opatření 3.1: Tvorba a dlouhodobá podpora digitální platformy kulturních akcí a eventů	
	<p>komunikace se všemi reprezentanty kulturní scény v Olomouci a ideálně i jejich zapojení do správy a průběžného doplňování a aktualizace obsahů na platformě.</p> <p>Po uvedení platformy do finální podoby se tato stane také důležitou součástí propagace města v rámci destinačního marketingu. Záměrem je, aby platforma nezapadla a stala se skutečně užitečným a navštěvovaným zdrojem kulturních informací pro turisty i pro místní.</p>
Cílová skupina	Návštěvníci
Vazba na strategické dokumenty SMOI	<ul style="list-style-type: none"> • Strategie rozvoje kultury a kreativních průmyslů města Olomouce na období 2022–2027
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	Olomoucký kraj Kreativní Olomouc a další zástupci kulturní scény Univerzita Palackého v Olomouci
Monitorovací indikátory	<ul style="list-style-type: none"> • Vznik digitální platformy kulturních akcí a eventů (A/N) • Návštěvnost platformy kulturních akcí a eventů • Počet stažení aplikace kulturních akcí a eventů

Opatření 3.2: Rozvoj Olomouc region Card a dalších turistických slevových karet s ohledem na aktuální trendy	
Popis opatření, hlavní aktivity	<p>Město plánuje i do budoucna pokračovat v práci s Olomouc region Card (ORC) jako významným motivátorem k návštěvě a silným komunikačním tématem. Bude proto hledat nové příležitosti rozvoje karty tak, aby ORC návštěvníkům vždy nabízela atraktivní mix benefitů v uživatelsky přívětivém, maximálně digitalizovaném a komplexním „balení“.</p> <p>Cílem je, aby uživatel mohl kartu v digitální podobě používat i tehdy, pokud si nechce stahovat speciální aplikaci. Město podpoří přípravu technického řešení, které dovolí přiřadit digitální ORC například k platební kartě, popřípadě ji používat prostřednictvím univerzální digitální peněženky, jako je třeba aplikace Yourwallet apod. V případě, že město bude v budoucnu využívat v rámci destinačního marketingu turistickou aplikaci, zasadí se o to, aby byla tato s digitální ORC funkčně propojena.</p>

Opatření 3.2: Rozvoj Olomouc region Card a dalších turistických slevových karet s ohledem na aktuální trendy

	<p>Město bude dál usilovat o rozšíření portfolia benefitů, které karta návštěvníkům nabízí. V tomto ohledu se zaměří jednak na zatraktivnění nabídky výhod, bonusů a slev na služby, které jsou v gesci města (např. doprava, vstupy do památek a jiných turistických cílů ve správě města atp.), jednak se bude snažit motivovat partnery z řad veřejných organizací i soukromých subjektů operujících v oblasti turistického ruchu, aby atraktivitu ORC dále podpořili i speciálními nabídkami v rámci svých zařízení.</p> <p>Pokud se podaří do ORC zapojit další subjekty, a rozšířit tak nabídku benefitů, bude město směřovat k tomu, aby mohlo kartu segmentovat na více druhů podle typu „uživatel“ (mohou vzniknout separátní turistické karty pro různé oblasti).</p> <p>V turistickém ruchu se totiž v globále čím dál tím silněji prosazuje trend personalizace zážitku, a právě tomu má jít segmentace ORC naproti. Zatímco v současné době je pravděpodobné, že turista využije pouze část výhod, které mu karta nabízí a které konvenují jeho představě o ideálně strávené dovolené, a zbývající benefity nechá „propadnout“ jako nezajímavé, do budoucna chceme, aby si mohl vybrat specifickou ORC přesně podle svých potřeb. Město tak zareaguje na skutečnost, že jednou kartou nemůže „potěšit“ každého, zabrání tomu, aby byla karta pro některé části cílové skupiny zcela nezajímavá, a celkově zvýší její užitečnost (lidé nebudou platit za něco, co nevyužijí) a atraktivitu jak pro návštěvníky samotné, tak pro zařízení, která ji nabízejí.</p> <p>Jak již bylo řečeno výše, ORC bude pro město i nadále představovat zásadní téma komunikace. Úžeji proto kartu integruje do destinační kampaně a z hlediska výkonu se zaměří na navýšení počtu prodaných či jinak distribuovaných karet. Zároveň prozkoumá i další zajímavé marketingové nástroje, jako je například redesign aktuální podoby karty v návaznosti na vizuální styl města či za zapojení místních umělců. Z karty tak může vzniknout i svého druhu umělecký předmět, který si budou turisté z Olomouce odvážet jako suvenýr.</p>
Cílová skupina	Návštěvníci
Vazba na strategické dokumenty SMOI	<ul style="list-style-type: none"> • Strategický plán rozvoje města Olomouce do roku 2025
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	Olomoucký kraj

Opatření 3.2: Rozvoj Olomouc region Card a dalších turistických slevových karet s ohledem na aktuální trendy	
	Partneři z řad veřejných organizací spravujících turistické cíle Partneři z řad soukromého sektoru navázaného na turistický ruch Univerzita Palackého v Olomouci
Monitorovací indikátory	<ul style="list-style-type: none"> • Počet nabízených benefitů v rámci ORC • Vznik a realizace projektů digitalizace ORC nad rámec využití speciální aplikace • Počet typů slevových turistických karet • Počet prodaných ORC či karet jinak uvedených do oběhu • Počet subjektů zapojených do prodeje ORC

Opatření 3.3: Podpora nových řešení přispívajících ke zvýšení návštěvnické atraktivity města	
Popis opatření, hlavní aktivity	<p>Cílem města v tomto opatření je jít naproti způsobům, kterými jsou dnešní turisté zvyklí destinaci „konzumovat“, a zlepšit si tak zážitek z pobytu. Některé aktivity v rámci tohoto opatření pak mohou vést k tomu, že se zpráva o atraktivitě Olomouce jako turistického cíle bude šířit nejen prostřednictvím oficiálních kanálů a kampaně města, ale také díky takzvanému word-of-mouth efektu (tzn. „šeptandě“). V takové chvíli se návštěvníci stávají de facto ambasadory destinace a doporučují její návštěvu svým známým, případně vytváří v rámci svého pobytu vlastní obsahy (fotografie, videa, stories atp. – takzvaný user-generated-content) a ty šíří prostřednictvím vlastních profilů a stránek na sociálních sítích.</p> <p>V první řadě se město zasadí o to, aby návštěvníkům zajistilo co nejlepší konektivitu. Lidé jsou dnes zvyklí být online téměř 24/7 a internetové připojení již nepovažují ani ne tak za benefit jako spíše za standardní službu. Město proto bude realizovat kroky k pokrytí všech významných turistických cílů ve své správě či ve správě partnerských organizací vysokorychlostním wi-fi připojením zdarma.</p> <p>Záměrem města je také umožnit turistům poznávat a prožívat Olomouc nejen „fyzicky“, ale i prostřednictvím kvalitní turistické aplikace. Ta by jim měla poskytnout veškeré potřebné informace o destinaci i jednotlivých cílech a nabídnout zajímavé funkcionality, které zpříjemní a prohloubí zážitek z návštěvy města (např. propojení s ORC). Vzhledem k tomu, že lidé dnes neradi stahují kvanta specifických aplikací „na jedno použití“, nepovažujeme však v tomto ohledu za ideální cestu vývoj aplikace vlastní. Spíše preferujeme zařazení Olomouce do již existujících aplikací třetích stran, které sdružují více destinací v rámci Evropy. Příkladem za všechny může být aplikace SmartGuide, kterou</p>

Opatření 3.3: Podpora nových řešení přispívajících ke zvýšení návštěvnické atraktivity města	
	<p>aktuálně využívá z tuzemských měst například hlavní město Praha.</p> <p>Stále důležitější také je, aby si návštěvníci odváželi z Olomouce nejen skvělý zážitek, ale také skvělou a jedinečnou vzpomínku v podobě kvalitních fotografií, videí, GIFů atd., které mohou využít jak pro svou vlastní potřebu, tak pro sebe prezentaci na sociálních sítích. Město proto podnikne kroky ke zvýšení vizuální atraktivity města, ať už pokračující podporou stávajících projektů (např. rozkvetlé památky atd.), nebo podporou projektů nových. Zaměříme se na moderní trendy, jako je příprava speciálních „selfie a foto-pointů“ s návody na pořízení perfektní fotografie (popřípadě s možností pořídit si nejen fotku, ale například i GIF) a na využití moderních technologií, které lidem umožní odvézt si z Olomouce snímek či video, které by vlastními silami získávali jen těžko (projekty jako Gigaselfie atd.)</p> <p>Město vyjde vstříc také lidem, kteří při návštěvě města preferují venkovní aktivity, ať už je to pouhé korzování a nasávání místní atmosféry, nebo akčnější zábava typu her a naučných stezek. Olomouc tak bude nadále podporovat projekty spadající do ranku gamifikace (např. geolokační či šifrovací hry s důrazem na dětského návštěvníka a segment rodin s dětmi) i projekty, které návštěvníkům umožní získávat zajímavé doplňující informace přímo při průchodu městem (např. QR kódy s informací o architektonických památkách či zprávou o tom, kdo žil v daném domě, naučné panely atd.)</p> <p>U všech (nebo alespoň většiny) výše popsaných aktivit město zváží možnost využití synergie s aktivitami Univerzity Palackého v Olomouci.</p>
Cílová skupina	Návštěvníci
Vazba na strategické dokumenty SMOI	<ul style="list-style-type: none"> • Strategický plán rozvoje města Olomouce do roku 2025 • Koncepce veřejných prostranství
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 Partneři z řad veřejných organizací spravujících turistické cíle Partneři z řad soukromého sektoru navázaného na turistický ruch
Monitorovací indikátory	<ul style="list-style-type: none"> • Počet nejnavštěvovanějších turistických cílů pokrytých wi-fi připojením zdarma • Zapojení Olomouce do aplikace Smart Guide (A/N)

Opatření 3.3: Podpora nových řešení přispívajících ke zvýšení návštěvnické atraktivity města	
	<ul style="list-style-type: none"> • Počet specifických foto-pointů (a podobných projektů) v rámci prostoru města • Počet naučných panelů a podobných projektů (QR kódy atd.) v rámci prostoru města – realizovaných městem • Počet projektů gamifikace – realizovaných městem

Opatření 3.4: Podpora modernizace expozic turistických cílů	
Popis opatření, hlavní aktivity	<p>Cílem opatření je digitalizací a rozvojem interaktivity prohlídek a expozic (za využití digitálních technologií) zatraktivnit současnou nabídku turistických cílů v rámci města Olomouce. Obsah expozic je tímto způsobem možné rozšířit (např. prezentovat více informací, ukázat i objekty nezměrné historické hodnoty, které podléhají přísným podmínkám uskladnění, dovolit s těmito objekty manipulovat ve virtuálním prostředí, rozpohybovat sochy či obrazy a nechat je promluvit o svých tvůrcích či době vzniku atd.), aniž by bylo nutné investovat dodatečné prostředky do jejich skutečné fyzické podoby. Implementací moderních technologií tak lze významně zvýšit zážitek z návštěvy jednotlivých turistických cílů.</p> <p>Město bude podporovat dva základní rozměry digitalizace. Prvním z nich bude navyšování interaktivity jednotlivých výstav, druhým potom příprava prohlídek využívajících rozšířenou realitu. Ve všech případech přitom vezmeme do úvahy možnost využití synergie s Univerzitou Palackého v Olomouci a jejího potenciálu jako partnera a popularizátora vědy.</p>
Cílová skupina	Návštěvníci
Vazba na strategické dokumenty SMOI	<ul style="list-style-type: none"> • Strategický plán rozvoje města Olomouce do roku 2025 • Strategie rozvoje kultury a kreativních průmyslů města Olomouce na období 2022–2027
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
Monitorovací indikátory	<ul style="list-style-type: none"> • Počet nových interaktivních expozic nejvýznamnějších turistických cílů • Počet nových expozic nejvýznamnějších turistických cílů využívajících digitální prvky

Strategický cíl 4: Rozvoj organizace CR, budování značky a marketing

Oblast cestovního ruchu je nesmírně konkurenčním prostředím a všechny turistické destinace musí v rámci trhu neustále bojovat o pozornost. Město si přitom velmi dobře uvědomuje, že pro budování povědomí o Olomouci jako o atraktivním místě pro výlet či trávení delší dovolené a pro posilování její pozice v myslích potenciálních návštěvníků je potřeba vést setrvalou, intenzivní a strategicky promyšlenou komunikaci se silným mobilizačním apelem.

Město se proto zaměří jednak na tvorbu konkurenceschopné produktové nabídky, která stojí v základech úspěchu jakékoliv turistické destinace, jednak na dlouhodobou, systematickou propagaci, která bude propozici města předkládat publiku, a motivovat jej tak k návštěvě. Zmíněná propagace bude vycházet ze silné strategické báze podpořené pravidelným monitoringem trhu a výzkumy tak, aby na jejím základě mohla vzniknout nová destinační značka města a jejím prostřednictvím došlo nejen k navýšení míry znalosti Olomouce mezi turisty, ale také k prohloubení vztahu města a návštěvníka. Slovy marketingu – zaměříme se nejen na posilování takzvané brand recognition a brand awareness, ale také hodnot jako jsou brand love a brand loyalty.

Olomouc potom chceme návštěvníkům prezentovat nejen jako krásné a historické město, ale také jako živé, současné a trendy místo, kde nezanedbatelná část turistické nabídky vychází z práce místních komunit, ať už jde o umělce, podnikatele, studenty či další skupiny. Plánujeme tak významně rozšířit spektrum asociací, které si lidé ve spojení s Olomoucí vybaví. Chceme, aby potenciální návštěvníci vnímali Olomouc také jako město špičkové gastronomie světové úrovně, město filmu a kultury, město festivalů a akcí atd.

Dalším důležitým úkolem v rámci tohoto opatření je užší provázání aktivit města, regionu a kraje. Turisté dnes nevnímají Olomouc (i jakékoliv jiné město) jako oddělenou, samostatně stojící jednotku, ale dívají se na něj jako na součást širšího území s komplexní nabídkou, kterou plánují využívat bez ohledu na katastrální hranice. S trvající covidovou pandemií pak bude tento trend jen dále posilovat a propojování městských dovolených s aktivitami a časem tráveným v přírodě bude nabývat na důležitosti. Cílem města je vycházet preferencím turistů vstříc a umožňovat jim kombinaci nejrůznějších produktů turistického ruchu jak uvnitř hranic města, tak v jeho bližším i vzdálenějším okolí, a to přesně podle jejich osobních potřeb. Nepůjde přitom jen o faktické propojení těchto aktivit a jejich vzájemnou kooperaci, ale také o společnou komunikaci nových možností pro návštěvníky.

S ohledem na již dříve vyřčený požadavek na udržitelnost turistického ruchu v rámci Olomouce bude důležitou součástí tohoto opatření i snaha komunikovat maximum zamýšlených aktivit směrem k občanům. Cílem je, aby obyvatelé Olomouce co možná nejvíce těžili z pozitivních externalit cestovního ruchu a zároveň co nejméně pociťovali jeho negativní dopady. Chceme, aby místní turisty přijali a docenili, byli s jednotlivými plánovanými projekty srozuměni a vzali je za své.

Opatření 4.1: Tvorba konkurenceschopných produktů, marketing destinace, budování značky
Popis opatření, hlavní aktivity

Záměrem města je podpořit obraz Olomouce jako komplexní, živé a moderní destinace schopné uspokojit potřeby širokého spektra cílových skupin. Město se proto ve svém produktovém mixu i komunikaci intenzivněji zaměří i na ty části nabídky města, které byly doposud vnímány spíše jako doplňkové či okrajové, případně doposud nebyly cílovým skupinám prezentovány vůbec. Následující výčet proto není taxativním seznamem, ale spíše naznačením možností, které Olomouc v budoucnu prozkoumá:

- Jednou z těchto příležitostí je rozšíření nabídky pro návštěvníky, kteří vyhledávají turismus mimo „hlavní proud“ a zajímají se spíše o autentickou místní zkušenost. Město pro ně připraví balíčky nebo prohlídkové trasy zaměřené na méně známe aspekty Olomouce. Nemusí se přitom jednat pouze o neobvyklé památky (i když ty jsou také velmi atraktivním arzenálem, zejména s ohledem na rozšiřující se trend takzvané „urban exploration“ neboli „urbexu“ atd.), ale také trasy zaměřené i na kombinaci památek, zajímavá zákoutí nebo návštěvy malých galerií, kreativních dílen, výroby lokálních (řemeslných) produktů, street art nebo třeba gastronomii. Jednotlivé balíčky může město do budoucna podpořit i přípravou zajímavých doprovodných publikací, které prozkoumají tyto „tváře“ Olomouce do větší hloubky a detailu.
- Zmíněná gastronomie se do budoucna stane esenciální součástí propagace Olomouce. Město obecně plánuje využít současné momentum silné gastronomické scény a dále město propagovat a rozvíjet jako gastronomickou destinaci, ať už podporou stávajících gastro eventů, nebo tvorbou nových.
- V letní sezóně bude město intenzivněji komunikačně pracovat s parky na svém území jako prostorem pro turistickou nabídku. Výhodou je návaznost na značku Flora Olomouc a na stávající projekty, jako jsou promenádní koncerty nebo spolupráce s iniciativou Zaparkuj.
- Dále se město v létě zaměří i na intenzivnější komunikaci Olomouce jako vhodného startovního bodu pro cyklovýlety do okolí a vůbec jako destinace pro aktivní trávení volného času. V tomto ohledu bude však zcela zásadní rozvoj infrastruktury, kterému se věnujeme ve strategickém cíli číslo 1. Veškeré realizované kroky a rozšíření nabídky by se nicméně okamžitě měly stát součástí propagace města.

Opatření 4.1: Tvorba konkurenceschopných produktů, marketing destinace, budování značky

- V zimní sezóně lze pak kromě adventních trhů komunikovat i relativní dostupnost zimních areálů a spojení městské turistiky se zimním sportovním vyžitím, doplněným například i o wellness.
- Olomouc také více marketingově využije potenciál technických památek vojenského charakteru a Pevnosti poznání jako jednoho z klíčových cílů pro moderní poznávací a zážitkový turismus. Cíle tohoto typu patří totiž k nejpobulárnějším v České republice. Logickým navazujícím krokem bude i další podpora rozvoje Pevnosti poznání nebo dalších zážitkových atraktivit zaměřených na poznávací a zážitkový turismus, a to zejména s akcentem na rozšíření nabídky pro návštěvnícký segment rodin s dětmi.
- Všechny výše popsané aktivity by měly probíhat v souladu s principy udržitelného cestovního ruchu.

Ultimátním cílem jednotlivých aktivit v rámci tohoto opatření je vytvořit novou destinační značku města, která je formálně ukotvena v rámci takzvaného „brandbooku“. Ten bere v potaz všechny výše vyjmenované aspekty turistické nabídky Olomouce a pomůže ji prezentovat nejen jako město krásné, ale také živé. Brandbook kodifikuje vizuální a komunikační styl destinačního marketingu města a ukotvuje jasné zásady, podle kterých budou posuzovány a schvalovány veškeré další komunikační výstupy či kampaně zaměřené na turisty.

Brandbook i veškeré materiály pořízené při jeho tvorbě budou zpřístupněny i dalším subjektům v rámci Olomouce, které jsou zainteresovány v rámci cestovního ruchu. Díky tomu bude Olomouc ke svým návštěvníkům dlouhodobě mluvit jedním, konzistentním a silným hlasem a potenciálně dojde k budování takzvaného love brandu.

Dalším cílem při definování brandu města bude zpracování komunikační brand strategie, která pomůže přetavit značku do konkrétní podoby komunikačních kampaní cílené na potenciální návštěvníky města.

Kromě partnerů v rámci turistického ruchu pak bude novou destinační značku Olomouce reflektovat i nový turistický portál, jehož vznik město v rámci tohoto opatření plánuje. Budeme proto kompletně revidovat stávající webovou prezentaci, aby více odpovídala současným trendům a také vizuální podobě ostatní komunikace, včetně zvažování jejího přesunu na samostatnou

Opatření 4.1: Tvorba konkurenceschopných produktů, marketing destinace, budování značky	
	doménu. Dobrou inspirací a základem je landing page použitá v letní kampani 2020, která tyto požadavky z větší části naplnila.
Cílová skupina	Návštěvníci
Vazba na strategické dokumenty SMOI	<ul style="list-style-type: none"> • Strategický plán rozvoje města Olomouce do roku 2025 • Strategie rozvoje kultury a kreativních průmyslů města Olomouce na období 2022–2027
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	Kreativní, komunikační a výzkumná agentura
Monitorovací indikátory	<ul style="list-style-type: none"> • Počet nových produktů turistické nabídky nabízených městem • Vznik komunikační brand strategie destinační značky města Olomouce • Růst brand awareness, brand recognition • Růst brand love a brand loyalty • Rozšíření spektra asociací, které si návštěvníci s Olomoucí spojují • Realizace redesignu turistického portálu zastřešujícího brand města

Opatření 4.2: Podpora eventů, nákupních příležitostí a rozvoje gastronomie	
Popis opatření, hlavní aktivity	<p>Cílem tohoto opatření je systémově posilovat vnímání Olomouce jako živé turistické destinace, která nezakládá svůj potenciál a atraktivitu pouze na památkách a dalších tradičních prvcích produktové nabídky. Snahou bude v rámci rozpočtových možností města podpořit organizace a subjekty, které se podílejí na pořádání eventů s ambicí přitáhnout pozornost turistů, organizace a subjekty poskytující návštěvníkům města nákupní příležitosti a organizace a subjekty činné v oblasti gastronomie.</p> <p>Město se tímto způsobem zaměří zejména na:</p> <ul style="list-style-type: none"> • organizátory festivalů a akcí místního, nadregionálního a mezinárodního významu, • subjekty zaměřené na prodej lokálních produktů a výrobků od místních umělců, návrhářů, řemeslníků atp., • provozovatele gastronomických zařízení. <p>Podpora v rámci tohoto opatření pak bude mít zejména nemateriální charakter, jako je například společná medializace zajímavých projektů, poskytování mediálního prostoru ve</p>

Opatření 4.2: Podpora eventů, nákupních příležitostí a rozvoje gastronomie	
	<p>vlastnictví či dispozici města (např. OOH reklama atd.), podpora v rámci public relations a komunikace s médii, mediální lobbying nebo aktivní propagace prostřednictvím digitálních kanálů města (sociální média atp.)</p> <p>Záměrem je také propsat výše uvedené aspekty (eventy, nákupní příležitosti a dynamicky se rozvíjející gastronomii) do identity města jako turistické destinace. Tato tvář Olomouce se proto stane jednou ze stěžejních částí nového destinačního brandu města a bude reflektována i v přípravě nového brandbooku a všech komunikačních aktivit z něj vycházejících.</p> <p>Za účelem rozšíření zájmu návštěvníků i za hranice jejich původního cíle návštěvy bude město propagovat další turistickou nabídku, nákupní a jiné příležitosti také ve spolupráci s ostatními subjekty (zejména hotely, kongresovými centry, výstavními prostory či gastronomickými zařízeními), se kterými přijde turista během své návštěvy do kontaktu. Ubytovací zařízení je kupříkladu třeba vybavit stojany s propagačními materiály, jak je tomu běžně ve velkých evropských městech vč. Prahy, a zajistit tak lepší informovanost návštěvníků města o konání eventů.</p> <p>Potenciál však město spatřuje i v prezentaci Olomouce jako cíle pro krátkodobé návštěvníky, kteří chtějí propojit nakupování s výlety, kulturními či gastronomickými zážitky. V tomto ohledu se komunikačně zaměří na návštěvníky z regionu a bližšího okolí, kteří spádově náleží pod olomouckou aglomeraci, a to prostřednictvím menších testovacích kampaní, které prověří atraktivitu tohoto tématu mezi cílovou skupinou.</p> <p>Pozn.: Všechny aktivity v rámci tohoto opatření bude nutné koordinovat s případnou realizací projektu „Eat & Culture in Olomouc“ navrhovaného v rámci Strategie rozvoje kultury a kreativních průmyslů města Olomouce na období 2022–2027.</p>
Cílová skupina	Návštěvníci
Vazba na strategické dokumenty SMOI	<ul style="list-style-type: none"> Strategie rozvoje kultury a kreativních průmyslů města Olomouce na období 2022–2027
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
Monitorovací indikátory	<ul style="list-style-type: none"> Počet ambasadorů z řad eventů, nákupních příležitostí a rozvoje gastronomie v rámci destinační komunikace Olomouce

Opatření 4.2: Podpora eventů, nákupních příležitostí a rozvoje gastronomie	
	<ul style="list-style-type: none"> • Existence gastronomického průvodce po Olomouci • Vznik nového produktu (prohlídkové trasy) zaměřené na párování památek a chutí Olomouce • Existence koncepce a realizace nové gastronomické akce • Počet informačních stojanů ve strategicky vybraných ubytovacích zařízeních, obchodech, obchodních centrech, službách a dalších lokalitách • Počet komunikačních výstupů destinace věnovaných nakupování, gastronomii a eventům

Opatření 4.3: Podpora Olomouce jako filmové destinace	
Popis opatření, hlavní aktivity	<p>Film se stává stále důležitější součástí turistické nabídky Olomouce, která oslovuje méně tradičního návštěvníka. Významné festivaly jako Academia Film Olomouc (AFO) či PAF Olomouc dokážou do města přivést jak oceňované vědce z řady oblastí, tak i umělce a tvůrce mezinárodního významu, a přitáhnout tak k Olomouci pozornost médií i veřejnosti. Filmové akce zároveň přispívají k oživení metropole a jejího historického jádra, do kterého v poslední době vnáší i moderní technologie (např. virtuální a rozšířená realita). Návštěvníci festivalů pak tráví ve městě delší dobu a využívají i řadu místních služeb.</p> <p>Město chce maximálně vytěžit potenciál filmových festivalů a dalších akcí a prezentovat Olomouc turistům jako moderní, kulturní destinaci, která dokáže uspokojit i návštěvníky mimo hlavní proud. Bude proto pokračovat ve finanční, logistické i organizační podpoře významných eventů (včetně akcí, jako jsou například zmíněné AFO a PAF či Flora Film Fest nebo Mezinárodní festival filmů pro děti a mládež) i menších projektů a podpoří též vznik případných nových festivalů širšího i užšího zaměření. Město bude též podporovat aktivity vedoucí k rozšíření programu jednotlivých festivalů a doprovodných událostí a k užšímu propojení těchto akcí se zbytkem turistické nabídky metropole.</p> <p>Olomouc podpoří také takzvaný filmový turismus (tj. cestování po stopách filmů) a využití filmu jako marketingového nástroje propagace obecně. Záměrem města je motivovat filmaře, aby využívali Olomouc jako lokaci pro realizaci svých projektů a pro natáčení, a aby tak byly krásy Olomouce zprostředkovány co největšímu množství diváků. Za účelem propagace města směrem k filmovým profesionálům, vytváření filmových pobídek a další spolupráce s filmaři (lokační tour, závory veřejného prostranství,</p>

Opatření 4.3: Podpora Olomouce jako filmové destinace	
	<p>prezentace na veletrzích a festivalech) se město zasadí o zřízení olomoucké filmové kanceláře (Olomouc Film Office).</p> <p>Město bude směřovat také k tomu, aby se film stal přirozenou součástí i dalších projektů turistického ruchu, jako je například příprava netradičních prohlídkových tras, gamifikace a digitalizace.</p>
Cílová skupina	Návštěvníci, filmaři
Vazba na strategické dokumenty SMOI	<ul style="list-style-type: none"> • Strategie rozvoje kultury a kreativních průmyslů města Olomouce na období 2022–2027
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 Organizátoři jednotlivých festivalů a akcí Filmová kancelář Olomouckého kraje Univerzita Palackého v Olomouci
Partneři	
Monitorovací indikátory	<ul style="list-style-type: none"> • Existence a výše alokace dotačního programu zaměřeného na podporu Olomouce jako filmové destinace • Výše podpory pro vznik filmů a dalších audio-vizuálních projektů realizovaných v rámci Olomouce

Opatření 4.4: Podíl na aktivním řízení regionu Střední Morava, rozvoj kvality služeb, lidské zdroje a partnerství	
Popis opatření, hlavní aktivity	<p>Město Olomouc si velmi dobře uvědomuje potenciál regionu Střední Morava jako širší turistické destinace, která dokáže uspokojit potřeby návštěvníků směřujících jak za městskou dovolenou, kulturou a eventy, významnými památkami, zážitky a poznáváním, sportovními aktivitami, přírodními krásami a wellness, tak za jejich libovolnou kombinací. Olomouc chce být integrální součástí tohoto regionu z pohledu cestovního ruchu, těžit ze vzájemných synergií a zároveň poskytovat maximální podporu svým partnerům.</p> <p>Významným úkolem v rámci tohoto opatření je zajistit účast města na aktivním řízení regionu Střední Morava. Olomouc bude podporovat aktivity směřující k budování vztahů mezi jednotlivými sdruženími a centrály cestovního ruchu v rámci</p>

Opatření 4.4: Podíl na aktivním řízení regionu Střední Morava, rozvoj kvality služeb, lidské zdroje a partnerství

	<p>regionu, posilování vzájemné participace, kooperace a týmové práce, budování synergií v rámci komunikačních, marketingových a PR aktivit a zlepšování kvality organizace projektů cestovního ruchu a rozhodovacích procesů. Město přitom bude klást důraz na pravidelná setkávání, aktivní, včasnou a úplnou informovanost všech partnerů, monitoring komunikace mezi jednotlivými organizacemi, vyhodnocování podnětů a zpětné vazby od partnerů a její přenesení do reálné roviny turistické nabídky.</p> <p>V rámci spolupráce Olomouc zaměří své úsilí na rozvoj kvality služeb, které návštěvníkům umožní užívat region jako komplexní, propojenou a funkční destinaci. Město podpoří přípravu produktové nabídky, která bude reflektovat jednak společné historické a kulturní vazby mezi lokalitami, jednak touhu turistů kombinovat různé druhy aktivit v rámci jednoho pobytu, a to s cílem, aby se Olomouc stala pro tento typ návštěvníků vstupní branou do celého regionu. Partnerům pak poskytne maximální možnou podporu při budování nutného doprovodného servisu, zejména s důrazem na rozvoj lidských zdrojů – např. proškolení pracovníků v rámci turistického ruchu tak, aby byli schopni doporučovat aktivity maximálně těžící z propojenosti regionu atd.</p> <p>Samostatnou kapitolou tohoto opatření je marketingová spolupráce v rámci regionu a vzájemná medializace akcí a atraktivit. Město Olomouc chce co nejvíce využít principů co-brandingu tak, aby celý region mluvil ke svým návštěvníkům, pokud možno, konzistentním stylem a způsobem. Specifický důraz pak bude město klást na komunikační provázanost v rámci jednotlivých aktivit a schopnost vzájemně si „posílat“ návštěvníky mezi turistickými cíli ve správě různých partnerů. Záměrem je, aby nabídka regionu nebyla jednotlivými organizacemi cestovního ruchu vnímána izolovaně na základě přesně stanovených hranic konkrétních lokalit, ale aby byla podporována mobilita návštěvníků mezi různými cíli bez ohledu na to, v čí správě se nacházejí.</p> <p>Nad prostor regionu Střední Morava se město Olomouc zaměří na rozvoj partnerství s dalšími městy a oblastmi s vhodným historickým, kulturním nebo dalším propojením a na intenzivnější propagaci této spolupráce v oblasti cestovního ruchu. Plánuje také podpořit rozvoj spolupráce s centrály a sdruženími cestovního ruchu nejen na regionální, ale také národní úrovni tak, aby komunikace Olomouce navazovala na celkovou prezentaci</p>
--	--

Opatření 4.4: Podíl na aktivním řízení regionu Střední Morava, rozvoj kvality služeb, lidské zdroje a partnerství	
	České republiky a město se stalo přirozenou součástí nabídky nejen pro tuzemské, ale také zahraniční návštěvníky.
Cílová skupina	Návštěvníci, partneři v rámci regionu i mimo něj
Vazba na strategické dokumenty SMOI	<ul style="list-style-type: none"> • Strategický plán rozvoje města Olomouce do roku 2025
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
Monitorovací indikátory	<ul style="list-style-type: none"> • Počet produktů a balíčků připravených v rámci partnerské spolupráce • Počet společných marketingových, komunikačních a PR aktivit • Počet Fam a Press tripů • Počet projektů v rámci spolupráce s partnerskými městy

Opatření 4.5: Monitoring, výzkumy trhů	
Popis opatření, hlavní aktivity	<p>Město v současné chvíli pracuje s monitoringem situace v oblasti cestovního ruchu a výzkumy trhu se zaměřením na turismus nesystematicky. Jednotlivé projekty na sebe logicky nenavazují, nesledují jasný cíl či koncepci a některé důležité aspekty, které by městu umožňovaly vytvořit si jasný obrázek o jeho pozici v rámci segmentu i konkurence, dokonce úplně chybí. Záměrem tohoto opatření je stávající stav radikálně změnit a v pravidelných intervalech získávat pro město data, na kterých bude schopné stavět relevantní a opodstatněná rozhodnutí pro rozvoj své turistické nabídky i komunikace.</p> <p>Nejdůležitějším krokem v tomto směru bude standardizace výzkumů trhu. Město bude definovat rozsah, metodologii</p>

Opatření 4.5: Monitoring, výzkumy trhů	
	<p>a frekvenci výzkumů trhu nutných pro efektivní plánování aktivit cestovního ruchu v Olomouci. Portfolio výzkumů by na základě analytické části této strategie mělo obsahovat minimálně výzkum mezi jednodenními návštěvníky, výzkum spokojenosti s návštěvou města či výzkum profilu návštěvníka. Pro každý z výzkumů je třeba vytvořit a zafixovat dotazník, cílovou skupinu, vzorek, metodu sběru apod.</p> <p>Výsledky výzkumů potom nepoputují takzvaně „do šuplíku“, ale budou o nich informováni další partneři v rámci cestovního ruchu ve městě Olomouci a následně budou využity při přípravě konkrétních produktů a produktových balíčků destinační nabídky i při návrzích konkrétních komunikačních aktivit a kampaní.</p>
Cílová skupina	Návštěvníci
Vazba na strategické dokumenty SMOI	
Správce opatření	Věcně příslušný náměstek primátora pro oblast kultury, cestovního ruchu a sportu
Administrátor	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu
Předpokládání realizátorů	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu Odbor informatiky a Smart City
Partneři	Univerzita Palackého v Olomouci Kreativní, komunikační a výzkumná agentura
Monitorovací indikátory	<ul style="list-style-type: none"> • Vznik formálních metodických pokynů pro realizaci výzkumů • Každoroční realizace výzkumu mezi jednodenními návštěvníky • Každoroční realizace výzkumu spokojenosti s návštěvou • Každoroční realizace výzkumu profilu návštěvníka a vnímání destinační značky Olomouce

Opatření 4.6: Komunikace projektů turistického ruchu směrem k obyvatelům	
Popis opatření, hlavní aktivity	<p>Turistický ruch, stejně jako jakákoliv jiná oblast průmyslu, má nezanedbatelné dopady na lokality, kde dochází k jeho intenzifikaci. Ať už jde o prosté navýšení počtu lidí, kteří se v danou dobu pohybují v konkrétním místě, vyčerpání určitých služeb (parkoviště, veřejná doprava, restaurace, kulturní zařízení atp.), zvýšení úrovně hluku atd., je záměrem města, aby tyto negativní externality pocítovali místní obyvatelé co nejméně, a naopak co nejvíce těžili z externalit pozitivních (např. navýšení počtů pracovních míst a byznysových příležitostí).</p>

Opatření 4.6: Komunikace projektů turistického ruchu směrem k obyvatelům	
	<p>Veškeré aktivity, které budou vykazovat potenciál výrazněji ovlivnit život obyvatel v místě jejich realizace, bude proto město prezentovat místním komunitám, ať už formou veřejných projednání, užších diskuzních skupin, Public Relations a komunikace na sociálních sítích nebo prostřednictvím speciálních informačních kampaní.</p> <p>Záměrem přitom není informace pouze šířit mezi občany města, ale také získávat užitečnou zpětnou vazbu od místních obyvatel, průběžně ji vyhodnocovat a na jejím základě upravovat charakter a rozsah jednotlivých aktivit, případně připravovat aktivity a projekty zcela nové a ty zásadně nevyhovující rušit.</p> <p>Komunikace projektů turistického ruchu směrem k obyvatelům bude probíhat dle zásad udržitelného turistického ruchu tak, aby zvýšila pozitivní hodnocení jednotlivých projektů ze strany místních a vedla k tomu, že občané přivítají navýšení počtu turistů ve městě a příležitosti, které z toho pro ně plynou. Cílem je, aby místní i turisté fungovali ve městě ve vzájemné přirozené symbióze a docházelo mezi nimi k budování pozitivního vztahu.</p>
Cílová skupina	Občané města Olomouce a dalších dotčených lokalit
Vazba na strategické dokumenty SMOI	
Správce opatření	Věcně příslušný náměstek primátora pro oblast kultury, cestovního ruchu a sportu
Administrátor	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu
Předpokládání realizátorů	Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu Odbor kancelář primátora Odbor strategie a řízení
Partneři	Občané
Monitorovací indikátory	<ul style="list-style-type: none"> Existence metodických pokynů a procesů pro informování veřejnosti o projektech cestovního ruchu