



**AKČNÍ PLÁN
ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU
PRO ROK 2019/2020**



Tento akční plán vychází ze Strategie řízení cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji, která vznikala v letech 2014 – 2015. Jeho cílem je stanovit priority rozvoje cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji pro rok 2019/2020 (s přesahem do roku 2021).

Zpracoval:

Mgr. Jan Smiga



Obsah

POUŽÍVANÉ ZKRATKY	4
1. Struktura řízení cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji	5
2. Nosné projekty realizované odborem RRC.....	6
3. Projekty realizované krajskou destinační společností MST v roce 2019/2020	7
4. Plán podporovaných aktivit na úrovni jednotlivých destinačních managementů	8
4.1. Krajská destinační společnost	8
4.2. TO Beskydy-Valašsko	10
4.3. TO Jeseníky	11
4.4. TO Opavské Slezsko	12
4.5. TO Ostravsko	13
4.6. TO Poodří – Moravské Kravaňsko	14
4.7. TO Těšínské Slezsko	15
Příloha č. 1 – Seznam subjektů destinačních společností v MSK	17



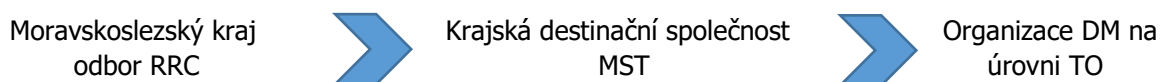
POUŽÍVANÉ ZKRATKY

CR	Cestovní ruch
CzT	Česká centrála cestovního ruchu - CzechTourism
MSK	Moravskoslezský kraj
MST	Moravian-Silesian Tourism, s.r.o.
RRC	Odbor regionálního rozvoje a cestovního ruchu
TO	Turistická oblast
ZZ	Zahraniční zastoupení
FB	Facebook
DM	Destinační management



1. Struktura řízení cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji

Od roku 2014 je nastavena nová struktura řízení cestovního ruchu v MSK:



Dle stanoveného kompetenčního modelu je nositelem strategického řízení a směřování MSK v oblasti CR odbor regionálního rozvoje a cestovního ruchu Krajského úřadu Moravskoslezského kraje. Ten ve spolupráci s MST a organizacemi destinačního managementu na úrovni TO vypracovává strategické dokumenty CR na úrovni kraje a zajišťuje koordinaci mezi strategickými dokumenty na krajské a národní úrovni. Navíc realizuje nosné projekty a marketingové aktivity na celokrajské úrovni a zajišťuje financování CR formou dotačních programů, individuálních dotací apod. V rámci celokrajského marketingu a propagace realizuje MSK veletrhy CR (v ČR i v zahraničí), PR akce, roadshow, závody apod.

MST jako krajská destinační společnost kromě výše uvedené spolupráce realizuje marketingové aktivity na celoregionální úrovni (famtripy, presstripy, workshopy), řídí a spravuje oficiální turistický portál Moravskoslezského kraje (www.severnimorava.travel) a integrovaný FB profil Severní Morava a Slezsko, provádí komerční aktivity, monitoruje a vyhodnocuje statistická data a realizuje projekty na celoregionální úrovni. MST v souladu se strategickými dokumenty na národní úrovni (Marketingová koncepce CR 2013-2020, Marketingová strategie CzT 2013+) a krajské úrovni (Strategie řízení CR v MSK) zodpovídá za tvorbu produktů CR na regionální úrovni. Ty jsou vytvářeny na základě metodiky, která je součástí Kategorizace organizací destinačních managementů. Na jejich tvorbě spolupracuje s klíčovými partnery na úrovni regionu. V rámci podpory prodeje produktů CR připravuje a realizuje aktivity zaměřené na domácí i zahraniční zdrojové trhy.

Organizace destinačního managementu na úrovni TO, jejichž výčet je uveden v příloze č. 1, provádí koordinaci vlastních dokumentů se strategickými dokumenty na krajské úrovni, realizují projekty a marketingové aktivity na úrovni příslušné oblasti, řídí a spravují oblastní/lokální webové stránky CR a integrované FB profily, zajišťují financování svých činností a monitorují a vyhodnocují statistická data na lokální úrovni. V souladu se strategickými dokumenty na národní úrovni (Marketingová koncepce CR 2013-2020, Marketingová strategie CzT 2013+) a krajské úrovni (Strategie řízení CR v MSK) zodpovídají za tvorbu produktů CR na oblastní a lokální úrovni. Ty jsou vytvářeny na základě metodiky, která je součástí Kategorizace organizací destinačních managementů. Na jejich tvorbě spolupracují s MST, MSK a dalšími partnery na úrovni oblasti, a to jak z komerční, tak i nekomerční sféry.

Organizace destinačního managementu na úrovni TO se zaměřují při svých aktivitách převážně na domácí a příhraniční zahraniční zdrojové trhy.



2. Nosné projekty realizované odborem RRC

Odbor RRC dlouhodobě realizuje následující základní, resp. nosné projekty, které podporují rozvoj CR v Moravskoslezském kraji:

- Beskydská magistrála – projekt na podporu a rozvoj běžeckého lyžování a cykloturistiky v MSK;
- Jesenická magistrála – projekt na podporu a rozvoj běžeckého lyžování a cykloturistiky v MSK;
- Jak šmakuje Moravskoslezsko – projekt na podporu a rozvoj gastroturistiky v MSK;
- TECHNOTRASA – projekt zaměřený na turistický potenciál industriálního dědictví MSK;
- Single trails Bílá – produkt na podporu cykloturistiky, který je určený pro milovníky adrenalinu.

Výše uvedený výčet projektů / produktů popisuje strategické zaměření MSK, tj. na:

- sportovní turistiku – cykloturistiku a lyžařskou běžeckou turistiku;
- industriální turistiku;
- gastroturistiku.

Dalšími tématy, kterými se MSK zabývá, je oblast agroturistiky, lázeňské turistiky, vodácké turistiky, kempování, tvorba yoga pointů, seniorské cestování a spolupráce na projektech společně s Olomouckým, Zlínským, Žilinským krajem a přilehlými vojvodstvími Polska.

Mimo výše uvedené projekty zajišťuje MSK účast na tuzemských i zahraničních veletrzích. Pro rok 2020 je plánována prezentace MSK (ve spolupráci s MST) na těchto veletrzích:

Země	Veletrhy a významné prezentační akce	Předběžný termín konání
CZ	Regiontour Brno	leden
SK	ITF Slovakiatour Bratislava	leden
CZ	Jizerská 50	únor
CZ	HW Praha	únor
CZ	Hradec Králové	březen
CZ	Dovolená Ostrava	březen
CZ	Jablonec nad Nisou	březen
CZ	MTT Wroclaw	Březen



CZ	FOR BIKES	duben
CZ	Plzeň	září
PL	Globe Katowice	březen
PL	MTT Opole	Květen
PL	Piknik nad Odrou	květen
IT	Il Salone del Camper	září
UK	WTM London	listopad

3. Projekty realizované krajskou destinační společností MST v roce 2019/2020

- Regionální produkt cestovního ruchu TECHNORASA surová krása (fáze udržitelnosti, ve spolupráci s MSK)
- Projekty Jesenická magistrála a Beskydská magistrála – zejména realizace marketingových aktivit (ve spolupráci s MSK)
- Vlajkový projekt – „Společné dědictví“, jeho cílem je využít turistický potenciál česko-polského příhraničí po celé délce ČR - PL hranic. Projekt zahrnuje vytvoření jednotného kulturního tematického produktu po obou stranách hranice, který povede od MSK až po Liberecký kraj, včetně následných aktivit podpory prodeje.
- Projekt „Postindustriální dědictví příhraničí“ – nádstavbový projekt TECHNORASY. Cílem projektu je vytvoření nového přeshraničního tematického produktu s pracovním názvem „Nejlepší technické atraktivity Horního Slezska“ s citlivým propojením na TECHNORASU a polskou stezku „Szlak Zabytków Techniki“, včetně následných aktivit podpory prodeje.
- Projekt Moravskoslezské filmové kanceláře s cílem propagovat Moravskoslezský kraj jako atraktivní filmovou destinaci a pomáhat filmovým štábům při realizaci projektů na území MSK.
- Projekt „Slezsko-Moravské pomezí“ jehož cílem je vytvoření několika společných přeshraničních produktů v cestovním ruchu dle předem definovaných témat včetně následných aktivit podpory prodeje.



4. Plán podporovaných aktivit na úrovni jednotlivých destinačních managementů

4.1. Krajská destinační společnost

SWOT analýza

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> Kvalitní spolupráce s KÚ MSK, CzT + ZZ CzT a komunikace směrem k subjektům v CR Efektivní využívání nástrojů digital marketingu Statut společnosti zajišťující maximální flexibilitu a operativnost Finanční stabilita 	<ul style="list-style-type: none"> Nedostatečné nástroje k řízení cestovního ruchu v destinaci Nedostatečná velikost pracovního týmu s ohledem na množství aktivit
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> Rozvoj aktivit cestovní agentury = nový další zdroj financování Česko – Polské projekty Využití synergie s tématy CzT na nár. úrovni Projektové činnosti Kategorizace organizací destinačních managementů (substituce zákona o CR) 	<ul style="list-style-type: none"> Změna priorit MSK - oslabení významu cestovního ruchu Slabá motivace subjektů v cestovním ruchu k zapojení se do celokrajských aktivit Nedostatečná podpora cestovního ruchu ze strany státu a MMR

Plán aktivit pro rok 2019/2020 vychází z několika základních pilířů, jejichž rozsah je určen následovně:

- Vytváření atraktivní a konkurence schopné produktové nabídky
- Realizace aktivit podpory prodeje (B2B veletrhy, prezentační roadshow, organizace fam & press & study tours, inzertní činnost)
- Digital marketing včetně správy a rozvoje profilů na sociálních sítích)
- Osvětová činnost (organizace produktových workshopů, zpracování statistických výstupů, organizace odborné konference)
- Realizace aktivit Film Office – Moravskoslezské filmové kanceláře
- Realizace aktivit pro rozvoj MICE segmentu

Prostřednictvím dílčích aktivit spadajících do základních pilířů by se měla společnost MST pokusit eliminovat hrozby uvedené ve výše uvedené SWOT analýze a pokusit se posílit dosavadní slabé stránky.

Produktová nabídka

- témata CzT – vytváření dílčích produktů k naplnění komunikačních témat CzT vycházejících z marketingových plánů CzT pro období 2019 až 2022
- další produkty a byprodukty uvedené v kapitole 3



Podpora prodeje

- **Aktivity realizované na konkrétních zdrojových trzích**

	veletrh	prezentace	roadshow	fam trip	press trip	inzerce	strat. partnerství
Polsko		x	x	x	x	x	x
Slovensko		x	x	x	x	x	x
Rakousko			X	x	x	x	
Německo				x	x	x	
Rusko					X		
UK	x		X	x	X		
Skandinávie	x		x	x	x		
Francie					x		
Itálie					x		
Benelux	x		X		x		
UAE							
Vzdálené trhy					x		
Česká republika	x	x	x	x	x	x	x

- **Digital marketing** bude pro rok 2019 a 2020 zahrnovat jak běžný provoz regionálního portálu CR www.severnimorava.travel včetně správy integrovaného FB profilu Severní Morava a Slezsko, tak i realizaci reklamních kampaní na podporu produktů na příslušných landing pages.

9

V rámci běžného provozu bude zajišťováno plnění obsahu včetně překladů pro jazykové mutace webu, budou řešeny realizace nových modulů – aktualizace microsite LBT,

Plánované on-line reklamní kampaně pro rok 2019 a 2020:

- Marketingový mix na podporu produktu Technotrasa - surová krása;
- Marketingový mix na podporu ostatních produktů viz výše;

Osvětová činnost, statistiky, měření

Jedná se o aktivity zaměřené na rozvoj měření výkonu CR destinace i destinačního managementu. Dále pak aktivity zaměřené na vzdělávání a koordinaci partnerů v rámci destinace. Za tímto účelem budou organizovány:

- *pracovní skupiny se zástupci TO* (ad hoc);
- *produktové workshopy* (dle potřeby);
- *školení* pro pracovníky TIC, manažery TO, pracovníky MST, MSK, resp. RRC (dle potřeby), partnery v rámci produktů;

a v rámci měření:

- *aktivity vedoucí k dalšímu nastavování měření výkonu CR* (vedení statistik, nastavení metrik, statistická šetření a jejich vyhodnocování atd.)



Realizace aktivit Film Office – Moravskoslezské filmové kanceláře

Zahrnuje veškeré aktivity na podporu filmového cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji přes zajištění propagace filmově atraktivních míst a jejich prezentaci na odborných akcích včetně organizace tzv. location tours – prezentačních cest pro tuzemské i zahraniční filmové štáby produkce a lokační manažery. Filmová kancelář rovněž zajišťuje veškeré servisní aktivity nezbytné pro realizaci filmových projektů na území Moravskoslezského kraje.

Realizace aktivit pro rozvoj MICE segmentu

Jedná se o aktivity propagující celý Moravskoslezský kraj jako atraktivní MICE destinaci včetně účasti na odborných B2B akcích a přípravy konkrétních nabídek (ve spolupráci s vhodnými poskytovateli služeb) pro realizace velkých MICE eventů.

4.2. TO Beskydy-Valašsko

SWOT analýza

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> • Tradice a zkušenost se spoluprací obcí v rámci mikroregionů, Regionu Beskydy a Beskydy-Valašsko • Deklarovaná spolupráce MSK s turistickými oblastmi • Akční skupina CR v TO Beskydy-Valašsko – skupina odborníků, kteří dávají kvalitní podněty k rozvoji CR • Zkušenosti menších organizací spolupracujícími při rozvoji CR na malých územích (Beskydhost, Morávka) 	<ul style="list-style-type: none"> • Rozdělení TO na „dva tábory“ Beskydy a Beskydy-Valašsko • Malá míra koordinace a spolupráce mezi podnikateli a samosprávou • Přirozená turistická oblast Beskydy je administrativně a politicky rozdělená mezi dva kraje • Chybí silný a jasný management turistické destinace • Nízká úroveň sdílení informací a jejich pravidelná aktualizace
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> • Roste význam partnerství veřejného a soukromého sektoru • Dostatek zdrojů v rozpočtech obcí a strukturální fondy EU pro podporu CR • Část podnikatelů má vůli podílet se na financování DM TO • Přehodnocení vynakládaných prostředků na cestovní ruch • Využití zkušenosti z jiných regionů v ČR i zahraničí 	<ul style="list-style-type: none"> • Více subjektů působící v organizaci CR v TO, riziko nedosažení dohody klíčových subjektů • Zdržení přijetí zákona o cestovním ruchu • Negativní zkušenost z minulých pokusů o organizaci DM v TO Beskydy • Nevyužití potenciálu spolupráce přes hranice v rámci euroregionů a se Zlínským krajem • Dlouhodobost dosažení měřitelných i viditelných výsledků působení DM TO



V rámci TO Beskydy by mělo průběžně docházet k realizaci takových aktivit a opatření, které by vedly k eliminaci hrozeb uvedených ve výše uvedené SWOT analýze a současně k posílení dosavadních slabých stránek.

Pro destinační společnost **Destinační management turistické oblasti Beskydy-Valašsko, o.p.s.**, působící v TO Beskydy-Valašsko, byla pro období let 2019-2020 stanovena tato nosná témata:

- Digitální marketing (provoz, inovace aktualizace webu beskydyportal.cz; beskydycard.cz; optimalizace návštěvnosti webů; publikování a propagace příspěvků na sociálních sítích);
- Podpora prodeje (tištěné propagační materiály; inovace Beskydy Card; veletrhy a výstavy CZ, SK, PL; FAM a Press TRIPY ve spolupráci s CzT a KDS);
- Kooperace – uplatňování principu 3K platformy (poradní orgán; workshopy subjektů zapojených do Beskydy Card a další aktivity);
 - Zahájení integračního procesu s obcemi a subjekty na území okresu Vsetín a s CCR regionu Východní Morava
- Tvorba a rozvoj produktů zaměřených na cykloturistiku, gastroturistiku a historické a kulturní tradice.
- Měření výkonu (měření výkonnosti DMO a TO dle přijaté metodiky vycházející z požadavků kategorizace ODM)
- Osvětová činnost (Fórum cestovního ruchu IX. Ročník; Study tour pro TIC a recepční hotelů; vzdělávací semináře)
- Řízení DMO (klasifikace DMO; Fond CR; podání projektů MSK, NPPPCR, CZ-PL)

4.3. TO Jeseníky

SWOT analýza

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> • Pravidla veřejné podpory • Síťování (semináře, workshopy, rozvoj partnerství) • neustálý rozvoj produktové nabídky a její kvality • spolupráce s CK (ATIS a.s., Rekrea Ostrava s.r.o., ROSBR s.r.o.) • e-marketing • realizace vlastního výzkumu • spolupráce s univerzitami 	<ul style="list-style-type: none"> • spolupráce s TO Jeseníky – západ • vytváření rozvojových aktivit
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> • virtuální karta „Slevový voucher Euroregionu Praděd“ • zážitkový žeton Praděd • financování členskými příspěvky • zvyšování návštěvnosti • rozvoj spolupráce s výrobcí lokálních produktů • CZ/PL spolupráce 	<ul style="list-style-type: none"> • ukončení financování z MSK • nedostatečné zapojení vyloučených oblastí (Osoblažsko apod.)



V rámci TO Jeseníky by mělo průběžně docházet k realizaci takových aktivit a opatření, které by vedly k eliminaci hrozeb uvedených ve výše uvedené SWOT analýze a současně k posílení dosavadních slabých stránek.

Pro destinační společnost **Euroregion Praděd**, působící v TO Jeseníky, byla pro období let 2019 - 2020 stanovena tato nosná témata:

- Rodinné Jeseníky (vícegenerační rodiny);
- Nejčistší vzduch;
- aktualizace marketingové strategie
- tvorba oblastních produktů (např. ke komunikačním tématům CzT).

4.4. TO Opavské Slezsko

SWOT analýza

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> • aktivní spolupráce s Partnerny Opavského Slezska (síťování) • deklarovaná spolupráce Moravskoslezského kraje s turistickými oblastmi • dobrá poloha z hlediska geografie v rámci MSK - blízkost hranic s Polskem a Slovenskem • přítomnost vzdělávacích institucí s obory CR a spolupráce s nimi • produkt Týden slezské kuchyně • produktová témata: pevnostní oblast, krajina břidlice, Prajzská, Opava 	<ul style="list-style-type: none"> • nízká míra spolupráce mezi podnikateli a samosprávou • nedostatečná úroveň sdílení informací o plánovaných, či již probíhajících aktivitách a eventech a jejich pravidelná aktualizace • nedostatečné měření, statistiky a analýzy • nedostatečné množství ucelených produktů cestovního ruchu • nedostatečná velikost pracovního týmu DM
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> • vytvoření ucelených produktů a produktových témat • rozvoj spolupráce s výrobci lokálních produktů • využití alternativních zdrojů financování DM • Spolupráce s ostatními Turistickými oblastmi v kraji • ČR/PL spolupráce 	<ul style="list-style-type: none"> • oslabení nebo ukončení podpory Statutárním městem Opava • oslabení nebo ukončení podpory z MSK • nedostatečná spolupráce subjektů zabývajících se turistickým ruchem • nedostatek kvalifikovaných lidí

V rámci TO Opavské Slezsko by mělo průběžně docházet k realizaci takových aktivit a opatření, které by vedly k eliminaci hrozeb uvedených ve výše uvedené SWOT analýze a současně k posílení dosavadních slabých stránek.



Pro destinační společnost **Turistická oblast Opavské Slezsko, z.s.**, působící v TO Opavské Slezsko, byla pro období let 2019 - 2020 stanovena tato nosná témata:

- Produkt Týden slezské kuchyně
- Produktové téma Krajina břidlice
- Produktové téma Opevněná hranice
- Produktové téma Prajzská
- Podpora aktivit a zapojení podnikatelských subjektů
- Rozvoj webových stránek, jejich aktualizace a tvorba
- Propagace přes sociální sítě
- Propagace účastí na veletrzích a významných akcích (roadshow)
- Podpora regionálních produktů
- Spolupráce na krajských tématech
- Tvorba mezioborových produktů
- Certifikace DM
- Měření výkonnosti destinace

4.5. TO Ostravsko

SWOT analýza

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> • rozsáhlá turistická nabídka • propojení s provozovatelem turistických informačních center, výstaviště a Slezskoostravského hradu • společenské akce a eventy s celostátním i zahraničním přesahem 	<ul style="list-style-type: none"> • nedořešené financování činnosti DM • absence ucelené pobytové nabídky typu zvýhodněného systému • nedořešená klasifikace DM
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> • spolupráce se soukromým sektorem • MS v hokeji do 20 let • komunikační kampaň CzT 2019-2020 • nové atraktivy • zatraktivnění nabídky prův. služeb 	<ul style="list-style-type: none"> • nedostatek kvalifikovaných pracovníků • financování aktivit destinačního managementu ze strany SMO

V rámci TO Ostravsko by mělo průběžně docházet k realizaci takových aktivit a opatření, které by vedly k eliminaci hrozeb uvedených ve výše uvedené SWOT analýze a současně k posílení dosavadních slabých stránek.

Pro destinační společnost **OSTRAVAINFO!!!** (v rámci společnosti Černá louka s.r.o.), působící v TO Ostravsko, byla pro období let 2019 - 2020 stanovena tato nosná témata:

- Klasifikace DM



- Příprava ostravské karty
- Příprava nových produktů
- Digitální marketing (provoz, inovace, aktualizace webu ostravainfo.cz a jeho jaz. mutací; sociálních sítích)
- Podpora prodeje (tištěné propagační materiály; veletrhy ve spolupráci s KDS i samostatně; FAM a Press TRIPY ve spolupráci s CzT, KDS i SMO)
- Spolupráce s ostatními aktéry v TO, kraji i PL a SK příhraničí
- Měření výkonu (návštěvnost, průzkumy, dotazníky spokojenosti)
- Vzdělávání (Study tour pro TIC a recepční hotelů; vzdělávací semináře)
- Vyhledávání nových zdrojů financování (NPPCR, Euroregion)
- Aktivní podpora témat CzT pro roky 2019 - 2020.

4.6. TO Poodří – Moravské Kravařsko

SWOT analýza

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> • moderní metody propagace (facebook, twitter, instagram) • produkt Pohádkové Poodří • aktivní spolupráce s TIC (workshopy) 	<ul style="list-style-type: none"> • spolupráce s podnikatelskou sférou • jazykové bariéry u poskytovatelů služeb • finance • statistiky
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> • síťování • regionální produkty – spolupráce s výrobcí • zvýšení návštěvnosti • spolupráce s OIS, spolupráce s DM • zapojení do projektu Krajina břidlice (štoly Odry) • ČR/PL spolupráce • ČR/SK spolupráce 	<ul style="list-style-type: none"> • finance – snížení, ukončení podpory ze strany MSK • nedostatek kvalifikovaných lidí

V rámci TO Poodří – Moravské Kravařsko by mělo průběžně docházet k realizaci takových aktivit a opatření, které by vedly k eliminaci hrozeb uvedených ve výše uvedené SWOT analýze a současně k posílení dosavadních slabých stránek.

Pro destinační společnost **Destinační management turistické oblasti Poodří - Moravské Kravařsko, o.p.s.**, působící v TO Poodří – Moravské Kravařsko, byla pro období let 2019 -2020 stanovena tato nosná témata:

- Řízení DMO (certifikace DM TO P-MK; podání projektů MSK, NPPPCR, CZ - PL, CZ - SK)
- Kooperace (síťování - semináře, workshopy, spolupráce s partnery z komerční, veřejné i neziskové sféry spolupracující v oblasti CR)



- Digitální marketing (provoz, aktualizace webu www.poodri.com, www.pohadkovepoodri.cz ; www.bajkowa-odra.pl, publikování a propagace příspěvků na sociálních sítích FB Poodří-Moravské Kravaňsko, Pohádkové Poodří, Bajkowa Odra, Instagram, Twitter);
- Podpora prodeje (tištěné propagační materiály; videospoty; veletrhy, výstavy prezentační akce CZ, SK, PL; studytour, presstripy a famtripy vlastní, či ve spolupráci s MSK,CzT a KDS);
- Tvorba a rozvoj produktů (koordinace produktu Pohádkové Poodří; příprava a podpora nových produktů – venkovská a církevní turistika). Aktivní zapojení nových subjektů TO P-MK do projektu KDS Technotrasy, iniciovat další zapojení subjektů TO P-MK do nově vznikajících produktů. Podpora komunikačních témat CzT.
- Měření výkonu (měření výkonnosti - statistická šetření, návštěvnost, průzkumy zpracování výsledků pro KDS a CzT a Kategorizaci DMO)
- Osvětová činnost (školení a study tour pro TIC a spolupracující partnery v CR)

4.7. TO Těšínské Slezsko

SWOT analýza

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> • Těšínské Slezsko Region Card (síťování) • moderní metody propagace (facebook, instagram) • zaměření na turistický potenciál (např. Trojmezí, lidové tradice) 	<ul style="list-style-type: none"> • absence stálého zaměstnance • nedostatečné statistiky
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> • fóra cestovního ruchu • ČR/PL spolupráce • ČR/SK spolupráce • Trojmezí (rozvoj marketingového pojmu a produktu) • personální stabilizace jednotky DM 	<ul style="list-style-type: none"> • Finance – ukončení dotačních možností na provoz destinačních managementů (krajská dotace) • klimatické změny, omezení z hlediska ochrany přírody • nedostatek kvalifikovaných lidí

V rámci TO Těšínské Slezsko by mělo průběžně docházet k realizaci takových aktivit a opatření, které by vedly k eliminaci hrozeb uvedených ve výše uvedené SWOT analýze a současně k posílení dosavadních slabých stránek.

Pro destinační společnost Regionální rada rozvoje a spolupráce se sídlem v Třinci, z.s. působící v TO Těšínské Slezsko, byla pro období let 2019 - 2020 stanovena tato nosná témata:

- Těšínské Slezsko Region Card, marketingová a technická podpora;
- Trojmezí – rozvoj marketingového pojmu/značky a na to navazujících produktů (folklor, cykloturistika, pěší turistika, pašerácká stezka, apod.), organizační, marketingová podpora, PR podpora;
- Cykloturistika MTB;
- Cykloturistika – rozvoj produktu Olše – Olza (cyklotrasa č.10, včetně drobné infrastruktury);



- Internetová komunikace (kompletní rekonstrukce webu www.tesinskeslezsko.cz, facebookový profil, instagram);
- Měření výkonnosti destinace;
- Certifikace destinační společnosti TO Těšínské Slezsko (nutné aktivity spojené s certifikací destinační společnosti TO Těšínské Slezsko dle aktuální metodiky).



Příloha č. 1 – Seznam subjektů destinačních společností v MSK

Krajská destinační společnost

Moravian-Silesian Tourism, s.r.o.

IČ: 02995832

Sídlo: Vítkovická 3335/15, Moravská Ostrava, 702 00 Ostrava

Oblastní destinační společnosti

Destinační management turistické oblasti Beskydy-Valašsko, o.p.s.

IČ: 29392055

Sídlo: náměstí Svobody 6, Místek, 738 01 Frýdek-Místek

Destinační management turistické oblasti Poodří - Moravské Kravařsko, o.p.s.

IČ: 02111942

Sídlo: nám. Komenského 12, 742 45 Fulnek

Euroregion Praděd

IČ: 69594074

Sídlo: Nové doby 111, 793 26 Vrbno pod Pradědem

Regionální rada rozvoje a spolupráce se sídlem v Třinci, z.s.

IČ: 44741031

Sídlo: Družstevní 294, Staré Město, 739 61 Třinec

Černá louka s.r.o.

IČ: 26879280

Sídlo: Černá louka 3235, Moravská Ostrava a Přívoz Ostrava, 702 00 Ostrava

Turistická oblast Opavské Slezsko, z.s.

IČ: 04597486

Sídlo: Horní náměstí 382/69, Město, 746 01 Opava

