



# **NÁVRHOVÁ ČÁST STRATEGIE ŘÍZENÍ CESTOVNÍHO RUCHU MORAVSKOSLEZSKÉHO KRAJE**

**2021-2025**

**VYHODNOCENÍ**

# SWOT analýza

## Silné stránky

- Dostatek ubytovacích kapacit
- Napojení dalniční, železniční a letecké dopravy na dopravní uzly

## Příležitosti

- Obrovský polský trh
- Větší zapojení MICE segmentu
- Nízká intenzita cestovního ruchu
- Práce s poplatkem z pobytu
- Změna chování klienta

## Slabé stránky

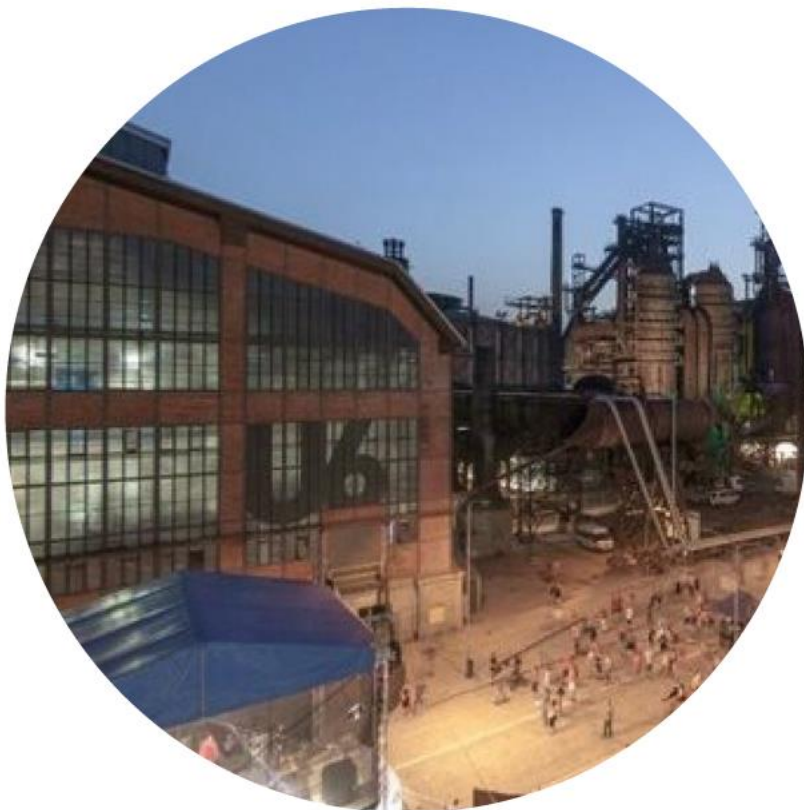
- Nedostatečná doprovodná infrastruktura
- Velký rozptyl zájmu návštěvníků
- Nedostatečné systémové propojení jednotlivých aktérů cestovního ruchu
- Nízká vytíženost lůžek
- Závislost na domácím cestovním ruchu
- Malý počet TOP cílů

## Hrozby

- Nedostatek kvalifikovaných pracovníků
- Závislost CR na vůli podpory této oblasti
- Neexistence systémového financování

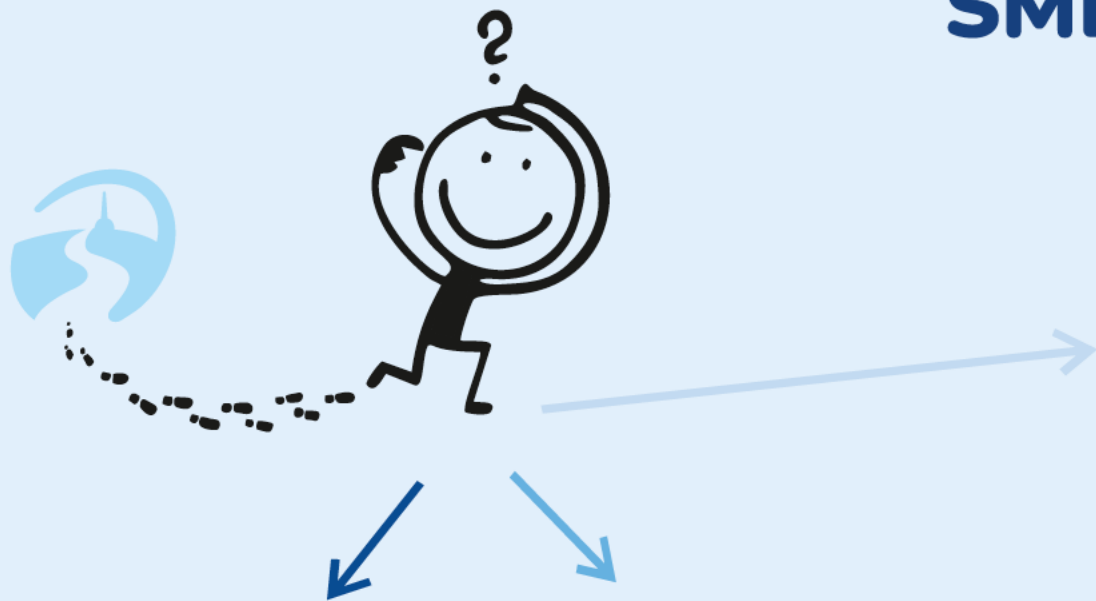


Je destinace udržitelného cestovního ruchu s celoroční nabídkou, je řízena profesionálním destinačním managementem na krajské i oblastní úrovni, s funkčním systémem spolupráce a zajištěným financováním dalšího rozvoje.





**SMĚRY**





# A) SYSTÉM B) DESTINACÉ C) FINANCE



funkční systém  
spolupráce a financování



profesionální  
destinační management

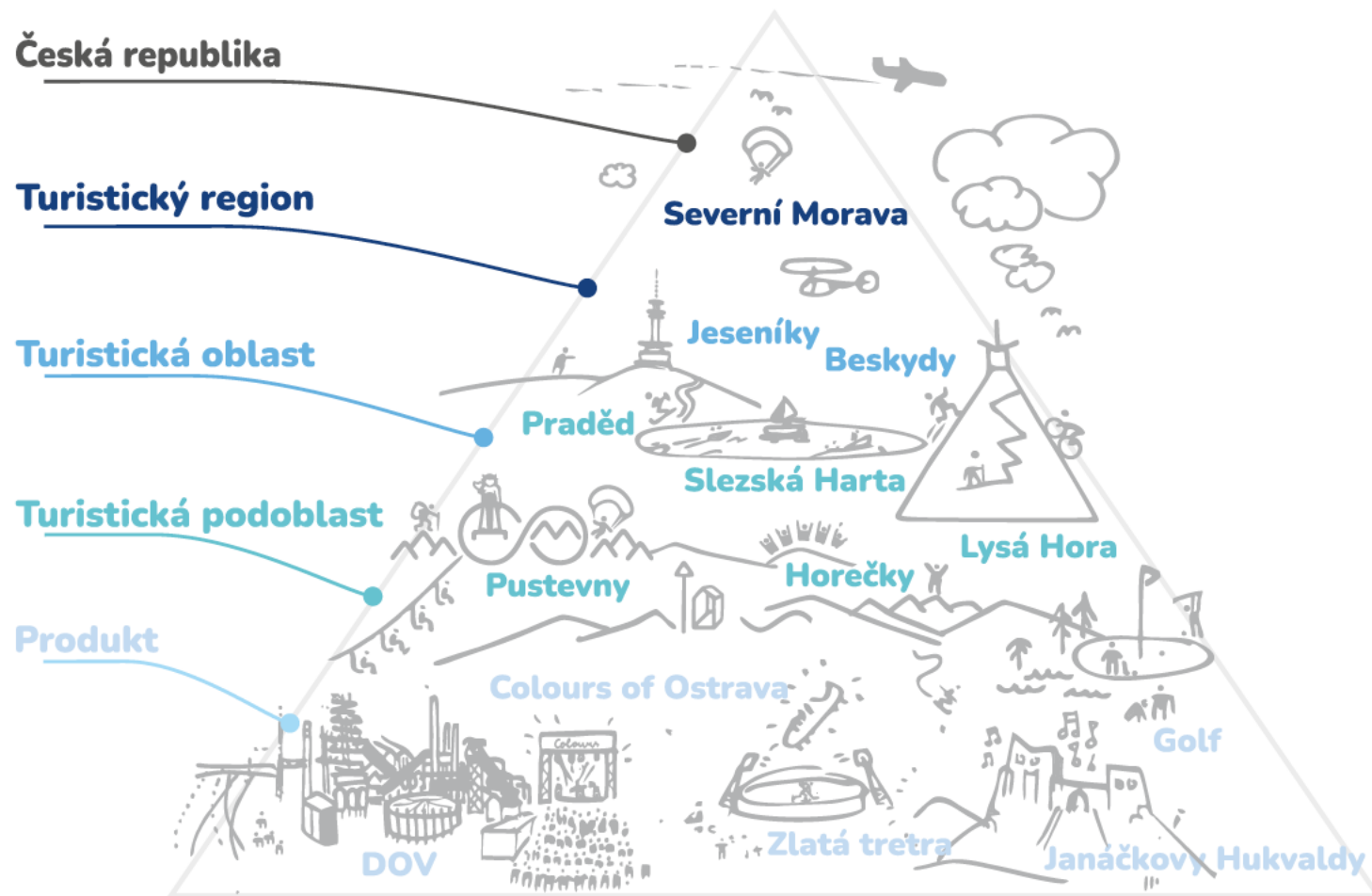


celoroční  
nabídka



## Metodika území

Pyramida vztahená k turismu - předpoklad pro vznik zákona o cestovním ruchu

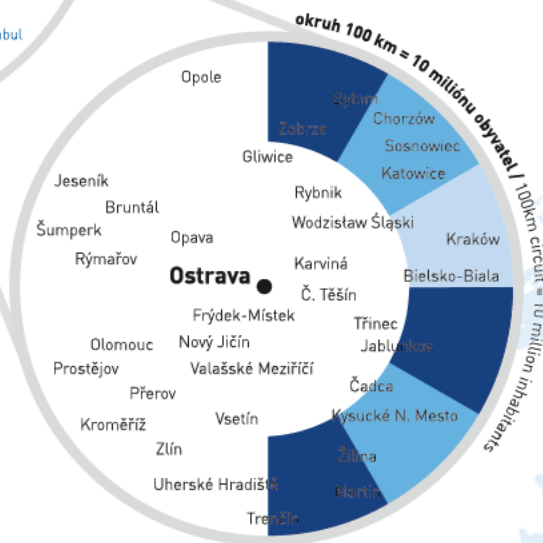
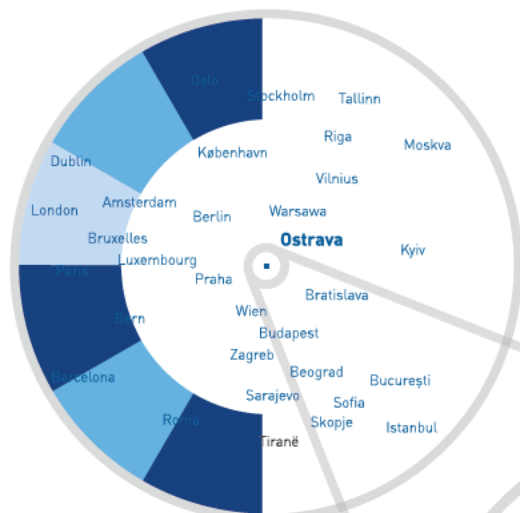




B) DESTINACE priorita 6.2. zvýšení znalosti destinace na blízkých trzích

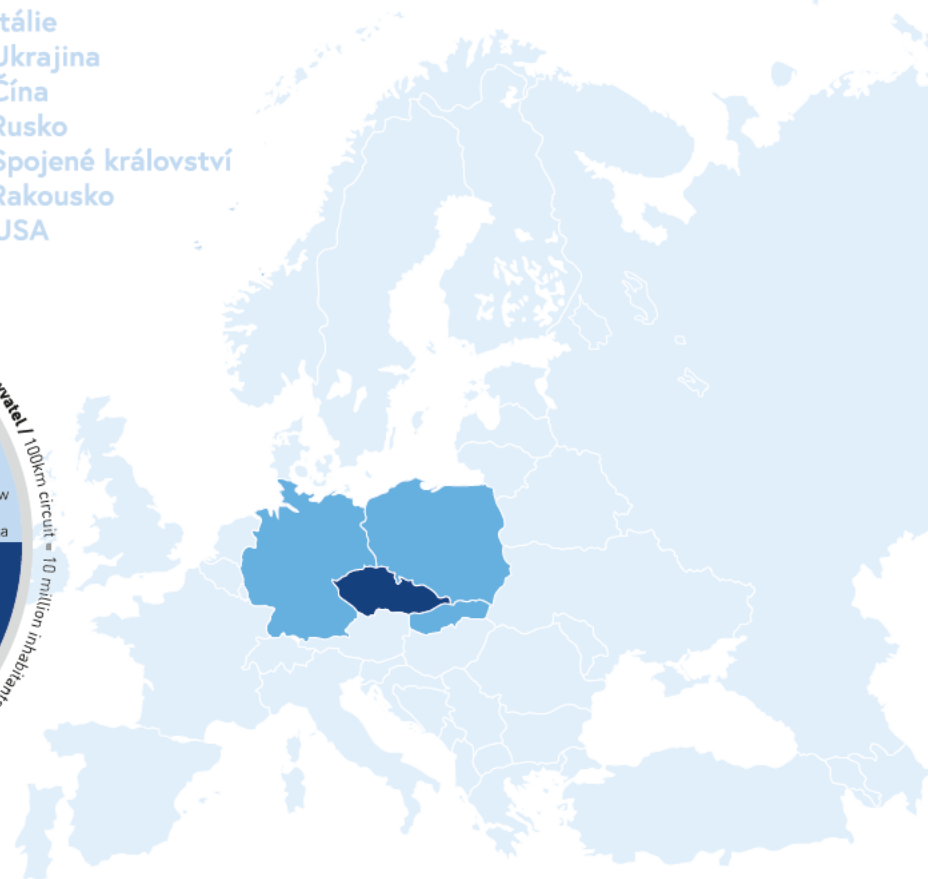
## TOP 10 zdrojových trhů

Obrovskou výhodou regionu je nevyužitý potenciál hustoty obyvatel v okolí Severní Moravy.  
V okruhu 100 km žije 10 miliónů potenciálních zákazníků.



Dlouhodobě se držíme standardu

1. Slovensko
2. Polsko
3. Německo
4. Itálie
5. Ukrajina
6. Čína
7. Rusko
8. Spojené království
9. Rakousko
10. USA



## Nosné produkty cestovního ruchu krajské organizace destinačního managementu



### 1. TECHNOTRASA

Industrial a tradice, styl a elegance. Technotrasa propojuje unikátní místa připomínající výraznou technickou a řemeslnou vyspělost severní Moravy a Slezska.



### 2. POJEZ - GASTRONOMIE

Cílem je propagovat Moravskoslezský kraj jako region s výbornou a stylovou místní kuchyní a podporovat místní podnikatele.



### 3. ACTIVE OUTDOOR

Fajna zima, Fajne léto, GOLF 7, příroda. Severní Morava je destinací aktivního trávení volného času. Nabídka v zimě i v létě, vynikající podmínky pro golf, ale i aktivní pohyb v přírodě je esencí Active outdoor Severní Morava.



### 4. TOP CZECH EVENTS

Severní Morava hostí největší akce v celé České republice. Akce takového významu dokáží zaujmout návštěvníka nejen z Česka, ale i ze zahraničí.



### 5. FAMILY PARK SEVERNÍ MORAVA

Severní Morava je ideálním místem pro rodinnou dovolenou, nabízí paletu možností pro malé i větší děti včetně edukace a motivace pro delší pobyty.





B) DESTINACE priorita 6.2. zvýšení znalosti destinace na blízkých trzích

## Unique selling point

Racionálně znějící důvod, proč by měli volit náš produkt, tedy přijet zrovna sem.

Konkurence není schopna takovou nabídku poskytnout nebo ji ve své nabídce nemá. Nabídka musí být ojedinělá.

Nabídka musí být tak účinná, že je schopna oslovit miliony lidí, tedy přitáhne k našemu produktu nové zákazníky.



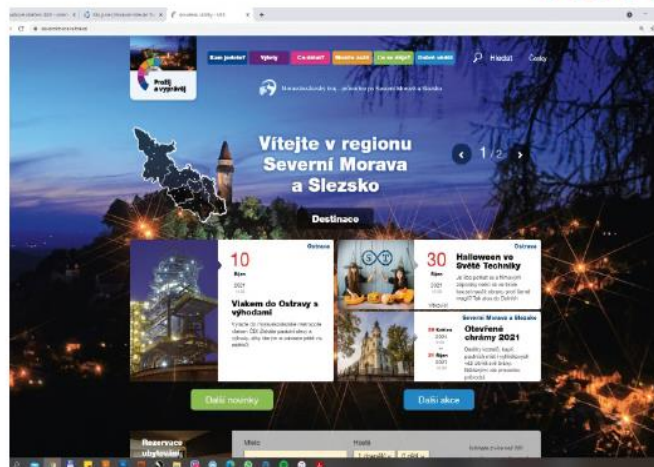


B) DESTINACE prioritizace 7.3. vizuální kompatibilita destinace

# Vizuální identita regionu

Pro porovnání komunikace vizibilita dvou oblastí.

XXX

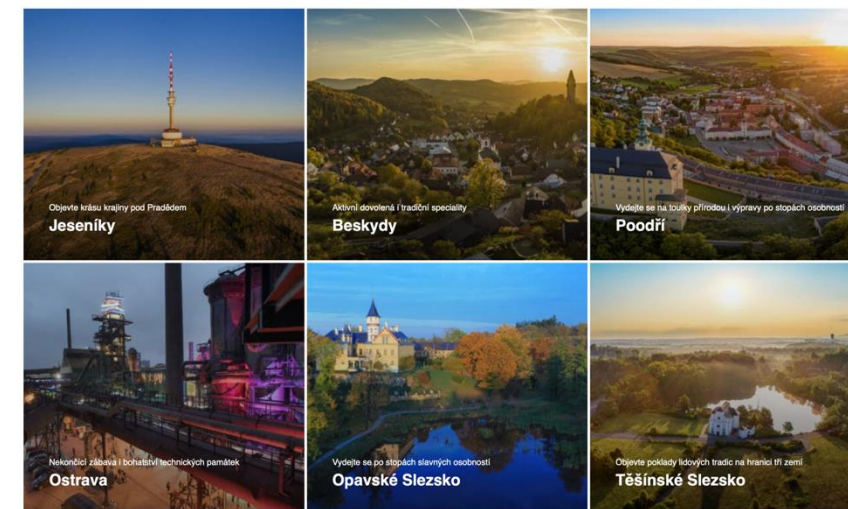


Manuál jednotného vizuálního stylu

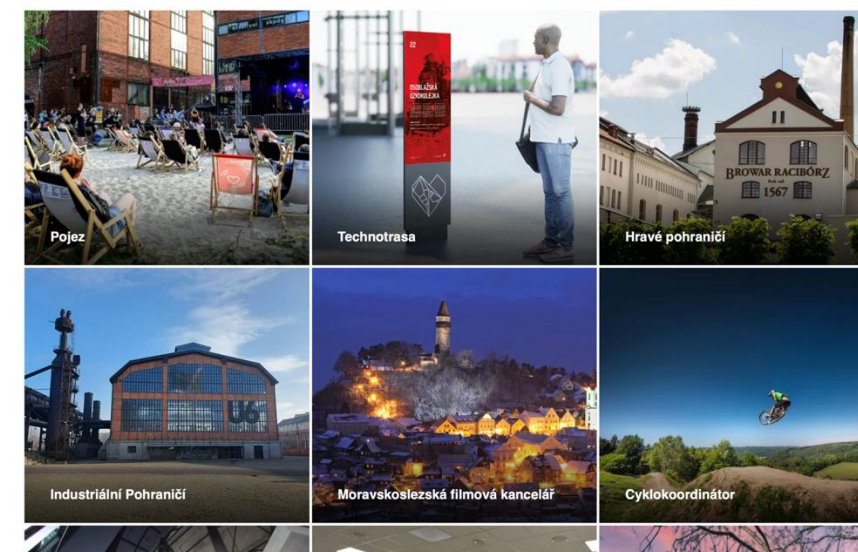
<http://motyl-cz.vasestranky.cz/reference>



## Turistické oblasti



## Projekty a aktivity





B) DESTINACE priorita 7.3. vizuální kompatibilita destinace

## Vizuální kompatibilita regionu

Sjednocení není hned, ale je to postupný proces.

Kraj by mohl iniciovat architektonickou studii informačních center v komunikaci se zřizovateli.

Tlak na vizuální kompatibilitu vychází z pyramidy řízení cestovního ruchu.

Cílem není unifikace, ale kompatibilita designu.

Motivace k úpravě ve formě změny v dotačních titulech kraje.





## Organizace barev oblastí

Návrh pro novou organizaci barev.



MSTOURISM



Beskydy-Valašsko



Jeseníky -Východ



Opavské Slezsko

OSTRAVA!!!

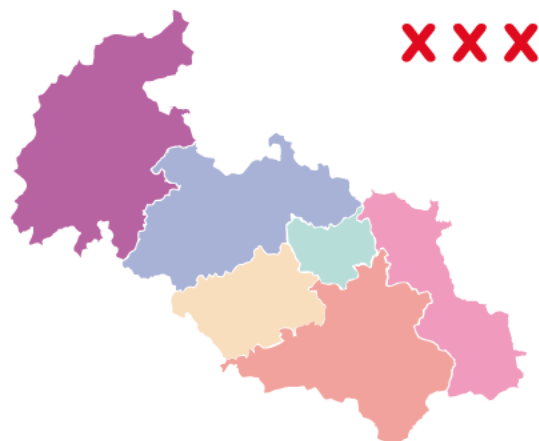
Ostravsko



Poodří-Moravské Kravařsko



Těšínské Slezsko



Jeseníky -Východ



Opavské Slezsko

OSTRAVA!!!

Ostravsko



Poodří-Moravské Kravařsko



Beskydy-Valašsko



Těšínské Slezsko





## Geneze návrhu LOGOTYPU

Logotyp představuje grafické symboly, slovní spojení nebo jejich kombinaci a jednoznačně identifikuje danou organizaci.

Logotyp Moravskoslezského kraje je tvořen grafickým symbolem a názvem.

**Symbol obsahuje tři základní prvky:**

- uzavřený elipsoidní tvar symbolizuje kraj jako samostatnou entitu,
- hora s TV vysílačem je společná pro Lysou horu i Praděd (tedy nejvyšší vrcholy v kraji),
- zvlněný pruh uprostřed má více významů – řeka, dálnice, cesta k prosperitě.



silnější sebevědomý logotyp?



### Čitelnější slovní spojení v logotypu ?

Logotyp má s prezentací regionu mnoho společného. Logo kraje se používá při tisku dokumentů a propagačních předmětů, je nedílnou součástí akcí, které kraj podporuje a podobně. Současné logo má několik nevýhod. Jednak je poplatné době, ve které vzniklo, nemá moderní jednoduchý vzhled a jednak při užívání v souvislosti s použitím jiných log nevyčnívá, ale mnohdy zaniká. Je tedy otázkou, zda nepřistoupit k tzv. rebrandingu a nezískat tak moderní logo podporující vizi směřování Moravskoslezského kraje jako inovativního regionu. Tímto krokem bychom dosáhli nejen moderního loga, ale také celostátní PR a prostoru pro vysvětlení, že se náš kraj „mění“.



Dnešní stav logotyp je tvořen grafickým symbolem a názvem.



Můžeme využít grafického symbolu, do kterého se dlouhodobě investovalo a je pevně usazen v hlavách lidí v celém Česku. Ke grafickému symbolu přidáme pouze název turistického regionu, na kterém se shodly hlasováním DO a vedení MSK.



Oblast nemá název a třísť se komunikace.



region rozvoje máme světový kraj



Dnes můžeme využít grafického symbolu, do kterého se dlouhodobě investovalo a je pevně zanesen v hlavách obyvatel ČR. Ke grafickému symbolu přidáme pouze slovní spojení Severní Morava.



vzdálené trhy, letiště





Dashboard

Strategie

Popis opatření

Poznámka

Plnění

Priority:

1

2

3

4

5

6

7

8

2021

2022

2023

2024

2025

Cíle:

1.1 Definování rolí jednotlivých úrovní

1.2 Promítnutí rolí do dotačních programů MSK

1.3 Koordinace činností aktérů cestovního ruchu

2023 - 2023

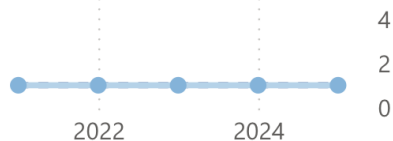
1.1.1 Dořešení kompetencí mezi MSK a MST

Dodatek rámcové smlouvy

1

Cílová hodnota: 1 (+0%)

Splněno v roce:  
2021



● Cílová hodnota ● Hodnota plnění

Odpovědnosti:

MSK MST

Plnění:

uzavřen dodatek rámcové smlouvy - RK 14.3.2022 č. u. 42/2850, resp. 2024

2023 - 2023

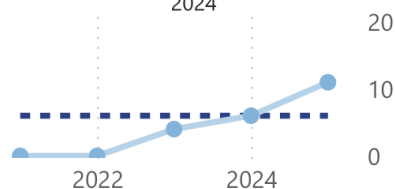
1.1.2 Provázní spolupráce MST a TO

Smlouva mezi MST a TO

11

Cílová hodnota: 6 (+83.33%)

Splněno v roce:  
2024



● Cílová hodnota ● Hodnota plnění

Odpovědnosti:

MSK MST TO

Plnění:

dokument projednán a odeslán k podpisu na TO, etapa č.1 nefinanční (bezúvazková), etapa č.2 finanční (bezúvazková) - model objednávek CZT, JČ

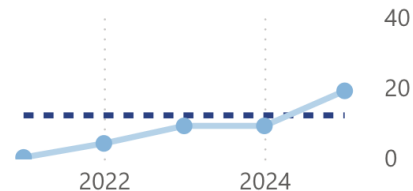
2022 - 2025

1.1.3 Role samosprávy a DMO

Akce zaměřené na zapojení obcí do TO

19

Cílová hodnota: 12 (+58.33%)



● Cílová hodnota ● Hodnota plnění

Odpovědnosti:

MSK MST TO obce

Plnění:

MSID setkání se starosty 1.11.2022, seznam účastníků, konference 2022/2023 - body k tomuto tématu, akce setkání se starosty, MSID, vedení MSK, MST, jednání na úrovni TO...

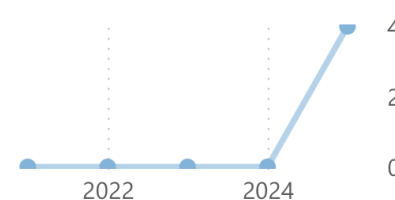
2022 - 2025

1.1.3 Role samosprávy a DMO

Počet obcí nově zapojených do činností DMO

4

Cílová hodnota: 50 (-92%)



● Cílová hodnota ● Hodnota plnění

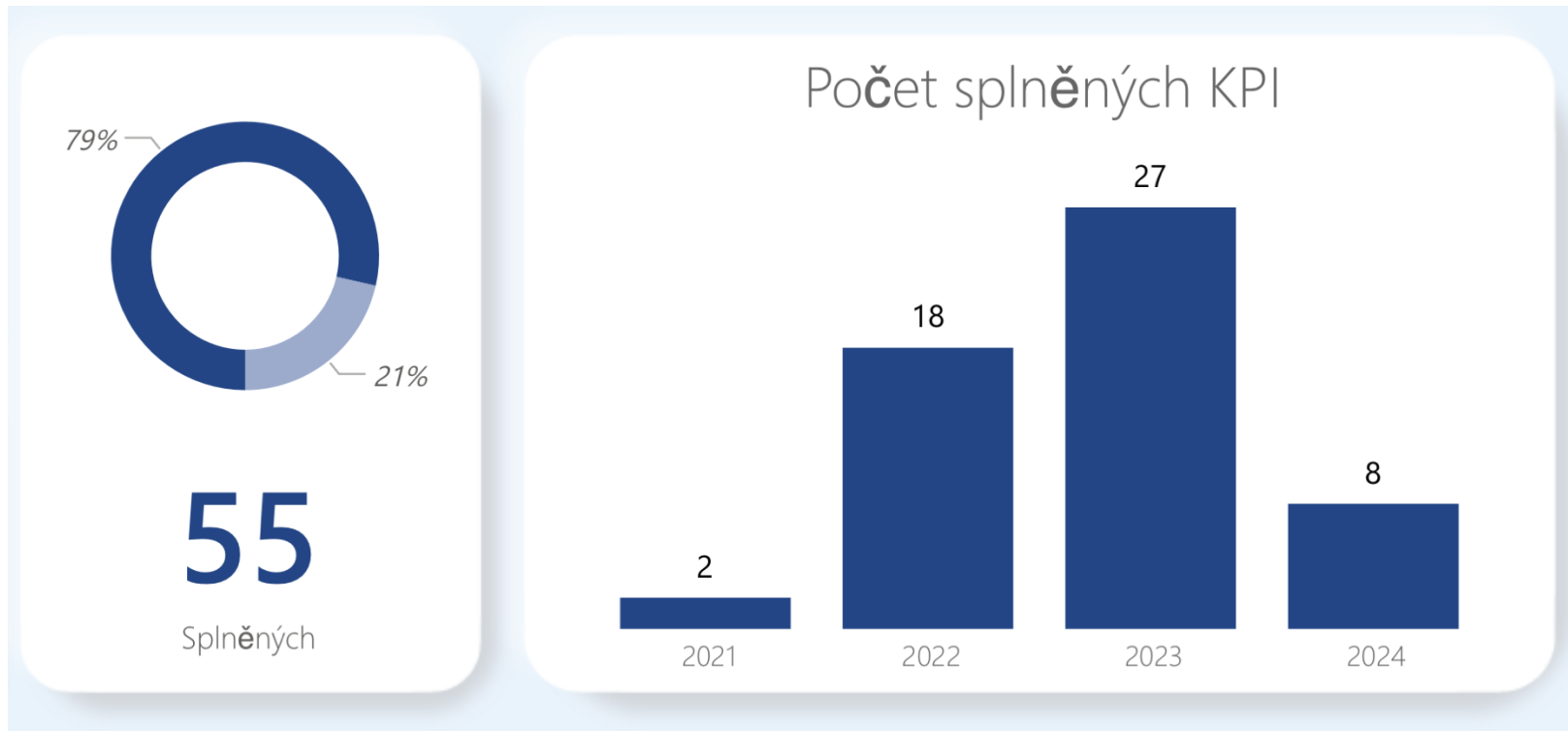
Odpovědnosti:

MSK MST TO obce

Plnění:

Počet nově zapojených obcí do činností DMO

# NA KOLIK JE NAPLNĚNA STRATEGIE?



# KONCEPCE ROZVOJE CYKLISTICKÉ DOPRAVY V MORAVSKOSLEZSKÉM KRAJI – CYKLOVIZE 2030+

- Vize: Zajištěný bezpečný a pohodlný „TRAN-SPORT“ cyklistů.
- Priority
  - Priorita č. 1 - Datová základna a projektový tým.
  - Priorita č. 2 - Cyklistická doprava jako součást dopravního systému.
  - Priorita č. 3 - Cykloturistika a terénní cyklistika jako nedílná součást rekreace a cestovního ruchu.
  - Priorita č. 4 - Koordinace a organizace cyklistiky.

# STRATEGIE ROZVOJE MORAVSKOSLEZSKÉHO KRAJE 2019-2027

- Jedinečná kultura a otevřenost ke spolupráci - #hrajeMSKrajem
- Kraj přitahující talenty a nabízející kompetentní pracovníky
- Nejvýznamnější technický a technologický pól růstu v ČR
- Intenzivní inovace a vysoká přidaná hodnota podnikání
- Atraktivní a dobře placená pracovní místa
- Čisté ovzduší a zdravé životní prostředí
- Vyšší dynamika vzniku nových firem
- Nízkoemisní hospodářství
- Kraj špičkových služeb
- Prostě nová image

# PROGRAMOVÉ PROHLÁŠENÍ VEDENÍ MORAVSKOSLEZSKÉHO KRAJE NA VOLEBNÍ OBDOBÍ 2024–2028



# PROGRAMOVÉ PROHLÁŠENÍ VEDENÍ MORAVSKOSLEZSKÉHO KRAJE NA VOLEBNÍ OBDOBÍ 2024–2028

- Rozvojové zóny a brownfields
- Cykloturistika
- Kongresová turistika
- Podpora podnikavosti v MSK
- Family Park Severní Morava

# HLAVNÍ OKRUHY K POKRAČOVÁNÍ ŘEŠENÍ

- Vazba samospráv a DMO – volby 2026
- Dotační pravidla ve vazbě na MMR
- Využití vzdělávacích institucí
- Systém sběru, vyhodnocování a využívání dat
- Správa a řízení produktového portfolia
- Využití memorand s okolními kraji
- Absorpční kapacita kraje – návštěvnická/projektová
- Využití nových technologií - AI

# AMBICE NOVÉ STRATEGIE

- Posun v tématech
- Upevnění systému – pokračující profesionalizace
- Nastavení výchozího podkladu pro novou strategii kraje
- Vizibilita – v místě, v ČR, v zahraničí
- Zapojení místních?

## ZPRACOVATELÉ



Ing. Jaromír Polásek  
Poněšice 8  
Hluboká nad Vltavou 373 41  
[info@jaromirpolasek.cz](mailto:info@jaromirpolasek.cz)  
tel: +420 774 210 023

Radek Leskovjan  
Jeseník n/O 196  
Jeseník nad Odrou 742 33  
[radekleskovjan@gmail.com](mailto:radekleskovjan@gmail.com)  
tel: +420 603 462 531