



**AKČNÍ PLÁN  
ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU  
PRO ROK 2017**



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 2017 (s možným přesahem do roku 2018).

**Zpracovali:**

Ing. Ema Havelková, MBA

Mgr. Jan Smiga



## Obsah

POUŽÍVANÉ ZKRATKY .....	4
1. Struktura řízení cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji .....	5
2. Nosné projekty realizované odborem RRC.....	5
3. Projekty realizované krajskou destinační společností MST.....	8
4. Plán podporovaných aktivit na úrovni jednotlivých destinačních managementů .....	8
4.1. Krajská destinační společnost .....	8
4.2. TO Beskydy .....	11
4.3. TO Jeseníky .....	12
4.4. TO Opavské Slezsko .....	13
4.5. TO Ostravsko .....	14
4.6. TO Poodří – Moravské Kravařsko .....	15
4.7. TO Těšínské Slezsko .....	16
Příloha č. 1 – Seznam subjektů destinačních společností v MSK .....	17



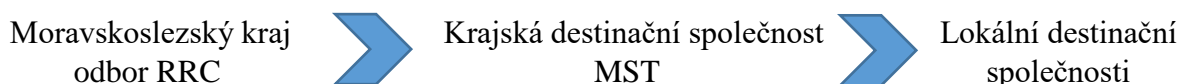
## POUŽÍVANÉ ZKRATKY

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
SMO	Statutární město Ostrava
TO	Turistická oblast
ZZ	Zahraniční zastoupení



## 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 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 celokrajské úrovni (famtripy, presstripy, workshopy), řídí a spravuje celokrajské webové stránky CR ([www.severnimorava.travel](http://www.severnimorava.travel)), provádí komerční aktivity, monitoruje a vyhodnocuje statistická data a realizuje projekty na celokrajské úrovni. MST se zaměřuje při svých aktivitách převážně na zahraniční oblasti a komerční nabídku pro tyto cílové trhy. MST dále zodpovídá za rozesílání newsletterů, správu krajského facebookového profilu a správu komunikační zóny s TO.

Oblastní destinační společnosti, jejichž výčet je uveden v příloze č. 1, provádí koordinaci vlastních dokumentů se strategickými dokumenty na krajské úrovni, realizují projekty a marketingové aktivity na lokální úrovni, řídí a spravují lokální webové stránky CR, zajišťují financování svých činností a monitorují a vyhodnocují statistická data na lokální úrovni. Lokální destinační společnosti se zaměřují při svých aktivitách převážně na domácí a přílehlé zahraniční cílové trhy.

Mimo výše uvedené subjekty je v rámci MSK dále rozvíjena spolupráce s dalšími aktéry v oblasti CR, jako jsou např. Klub českých turistů, KLACR, turistická informační centra, Biskupství ostravsko-opavské apod.

## 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;
- Singltrails Bílá – produkt na podporu cykloturistiky, který je určený pro milovníky adrenalinu.

V roce 2016 probíhá navíc v rámci ČR – SK přeshraniční spolupráce příprava nového projektu „Bez bariér“, jehož případná realizace bude probíhat v letech 2017 – 2019. Jeho cílem je odstranit bariéry nejen pro zdravotně postižené návštěvníky kraje, ale např. i pro seniory a rodiče s kočárky či cizince, tzn., jedná se o odstranění nejen technických bariér, ale např. i jazykových bariér.

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

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

Mimo výše uvedené projekty zajišťuje MSK účast na tuzemských i zahraničních veletrzích. Pro rok 2017 je plánována prezentace MSK na těchto veletrzích:

Země	Veletrhy a významné prezentační akce	Předběžný termín konání	Náklady na stánek hradí
AUS	Ferien Messe Vídeň	12.- 15.1.2017	MST
CZ	Regiontour Brno	19.- 22.1.2017	MSK
CZ	Olomouc	10. – 11.2.2017	MSK
CZ	HW Praha	16.- 19.2.2017	MSK
CZ	Jizerská 50	17. – 19.2.2017	MSK
CZ	Hradec Králové	únor/březen	MSK



CZ	Dovolená a Region Ostrava	3.– 5.3.2017	MSK
CZ	Jablonec nad Nisou	16. - 18.3.2017	MSK
CZ	FOR BIKES	31.3. - 2.4.2017	MSK
CZ	Karneval chutí Ostrava	21. – 23.4.2017	MSK
CZ	Plzeň	září 2017	MSK
D	RDA Workshop Touristik	duben 2017	MST
NL	Utrecht	únor 2017	MSK
PL	MTT Wroclaw	únor 2017	MST
PL	Globe Katowice	březen 2017	MST
PL	Agrotravel Kielce	duben 2017	MST
PL	Piknik nad Odrou	květen 2017	MST
SK	Trenčín	květen 2017	MSK
SK	Slovakiatour Bratislava	26.- 29.1.2017	MSK
UK	WTM London	listopad 2017	MSK / MST
UK	IGTM	listopad 2017	MST
?	veletrh v rámci projektu 4 Moravských krajů	září – listopad 2017	MSK

Pozn: Termíny veletrhů mohou být změněny v návaznosti na informace organizátorů.



### 3. Projekty realizované krajskou destinační společností MST

MST realizuje ve spolupráci s MSK projekt TECHNOTRASA.

V roce 2016 probíhá navíc v rámci ČR – PL přeshraniční spolupráce příprava dvou nových projektů:

- Společné dědictví – tzv. vlajkový projekt, jehož případná realizace bude probíhat v letech 2017 – 2019. 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.
- Postindustriál – nádstavbový projekt TECHNOTRASASY, který bude probíhat v letech 2017 – 2019. Cílem projektu je vytvoření nového přeshraničního tematického produktu s pracovním názvem „Nejlepší technické atraktivita Horního Slezska“ s citlivým propojením na TECHNOTRASU a polskou stezku „Szlak Zabytkow Techniky“, včetně následných aktivit podpory prodeje.

Nově bude v roce 2017 realizován projekt v rámci FILM COMMISSION.

### 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"> <li>• Kvalitní spolupráce s KÚ MSK, CzT + ZZ CzT a komunikace směrem k subjektům v CR</li> <li>• Efektivní využívání nástrojů on-line marketingu</li> <li>• Statut společnosti zajišťující maximální flexibilitu a operativnost</li> <li>• Finanční stabilita</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nedostatečné nástroje k řízení cestovního ruchu v destinaci</li> <li>• Nedostatečná velikost pracovního týmu s ohledem na množství aktivit</li> </ul>
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozvoj aktivit cestovní agentury a nárůst prodeje</li> <li>• Film commission</li> <li>• Projektové činnosti</li> <li>• Vytvoření facebookového profilu v anglickém jazyce</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Změna priorit MSK - oslabení významu cestovního ruchu</li> <li>• Slabá motivace subjektů v cestovním ruchu k zapojení se do celokrajských aktivit</li> <li>• Nedostatečná podpora cestovního ruchu ze strany státu a MMR</li> </ul>





Plán aktivit pro rok 2017 vychází ze čtyř základních pilířů, jejichž rozsah je určen následovně:

- vytváření produktové nabídky – 15 %
- aktivity podpory prodeje – 25 %
- on-line aktivity – 45 %
- osvětová činnost, statistiky a měření – 15 %

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** MST zahrnuje mimo produktů uvedených v kapitole 3 ještě následující:

- běžecký průvodce – nový produkt podporující fenomén běhání, jako další možný rozvoj Beskydské a Jesenické magistrály;
- témata CzT – vytváření dílčích produktů k naplnění prezentovaných témat CzT (pro rok 2017 téma Baroko, pro rok 2018 téma Příběhy 20. století, pro rok 2019 téma Příběhy současnosti – připomínka 30. výročí sametové revoluce).

V rámci **podpory prodeje** se MST zaměří na aktivity pro následující zahraniční trhy:

Cílový trh	Aktivita	Produkt
POLSKO	Veletrh v Katovicích (podpora letní sezóny)	Aktiv letní + zimní Technotrasa Jak šmakuje Kulturní krajina Cool Destinace, Zábavní areály
	Roadshow / prezentační akce v nákupním středisku (podpora zimní sezóny)	
	Fam & press trip (2x ročně, zima a léto)	
	Inzerce	
SLOVENSKO	Veletrh v Bratislavě (ITF)	Aktiv letní + magistrály Technotrasa Pohádkové Poodří Jak šmakuje Kulturní krajina Cool Destinace, Zábavní areály
	Press trip (2 x ročně)	
	Prezentační akce - 2x TK (zima + léto)	
	Inzerce (dle aktuální nabídky)	
	Spolupráce RegioJet a České dráhy	
Rakousko + Německo	Veletrhy (Vídeň a Kolín)	Osobnosti MSK Technotrasa Cool Destinace
	Fam & press trip (2x ročně)	
	Spolupráce s OeBB (city break)	
	Spolupráce s CK a CA	
Rusko	Fam & press trip spolupráce s doporučenými CK)	Obecně MSK



Spojené Království	Veletrh (WTM London)	Technotrasa (Rotsch, 2sv. válka) Cool Destinace Golf Medical
	Fam & Press Trip (1x)	
	Spolupráce s RyanAir	
Skandinávie (Finsko, letecké spojení)	Veletrh (se ZZ CzT)	Cool Destinace Technotrasa + Golf
	Fam & Press Trip (golf)	
	Prezentační akce - TK	
	Spolupráce letecký dopravce	
Francie + Itálie	Inzerce, případný fam & press trip (1x ročně)	Cool Destinace (Církevní turistika)
Benelux (letecké spojení)	Spolupráce letecký dopravce	Cool Destinace Technotrasa, Golf
UAE Dubai	Prezetační akce - TK	Medical Tourism
	Fam & Press Trip (1x ročně)	
DCR	Inzerce (oborová + vkládané přílohy)	

**On-line aktivity MST** budou pro rok 2017 zahrnovat jak běžný provoz celokrajského portálu [www.severnimorava.travel](http://www.severnimorava.travel), tak i realizaci reklamních kampaní.

V rámci běžného provozu budou zajišťovány překlady pro jazykové mutace webu, budou řešeny realizace nových modulů, jako např. korporátní web MST, e-shop, rezervační systém, mapové moduly apod. Samozřejmostí bude i správa facebookového profilu.

10

Plánované on-line reklamní kampaně pro rok 2017:

- iDnes – 2 x ročně realizace PR kampaně (letní a zimní);
- Google AdWords – 2 x ročně realizace reklamní kampaně;
- Facebook – 2 x ročně realizace kampaně pro letní a zimní produktovou nabídku;
- Bannerové kampaně – pouze příležitostně.

**Osvětová činnost** bude sestávat z aktivit zaměřených na vzdělávání a spolupráci destinačních společností, MST a MSK. Za tímto účelem budou organizovány:

- *poradní orgány* (s frekvencí 1 x za 2 měsíce);
- *produktové workshopy* (celkem 6 dvoudenních akcí);
- *školení a study tours* pro pracovníky TIC, manažery TO, pracovníky MST a MSK, resp. RRC;
- „*best practises*“ – tj. realizace jednoho odborného semináře za účelem získání know-how vytipovaných (zahraničních) organizací z oblasti cestovního ruchu.

Strategickým úkolem pro MST je do poloviny roku 2017 vytvořit a představit **jednotnou metodiku měření ukazatelů CR**. Tato metodika musí být použitelná pro všechny TO, čímž bude zajištěna porovnatelnost výkonnosti jednotlivých TO.



## 4.2. TO Beskydy

### SWOT analýza

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> <li>• podpora klíčových hráčů (fond CR)</li> <li>• vysoké povědomí o TO a její pozitivní vnímání</li> <li>• portál</li> <li>• Beskydy Card</li> <li>• vlastní značka - logo Beskydy</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• absence stálého zaměstnance</li> <li>• neexistence 2 – 3 letých strategických plánů</li> <li>• finance (výpadek ROP)</li> </ul>
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> <li>• zlepšení infrastruktury CR</li> <li>• rozšiřování spektra partnerů</li> <li>• spolupráce s MAS a dalšími lokálními organizacemi</li> <li>• spolupráce s Centrálou Východní Moravy</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• změny personálního obsazení ve funkcích s rozhodovací pravomocí (např. volby, nekompetentní vůdci, ...)</li> <li>• finance</li> <li>• konkurující organizace, které by chtěly převzít řízení destinačního managementu v dané TO</li> <li>• klimatické změny (ohrožení především zimní sezóny)</li> </ul>

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.

11

Pro destinační společnost **Destinační management turistické oblasti Beskydy-Valašsko, o.p.s.**, působící v TO Beskydy, byla pro rok 2017 stanovena tato nosná témata:

- Ondrášův poklad;
- Beskydy, trochu jiné hory;
- Beskydy – pro ty, kteří hledají klid, pohodu, relax, odpočinek;
- Beskydy s fantazií – jedinečné zážitky;
- Beskydy pro aktivní lidi;
- rozvoj webového portálu (upgrade, responsibilita, ...);
- Beskydy Card;
- aktualizace marketingové strategie a sledování statistik.



### 4.3. TO Jeseníky

#### SWOT analýza

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

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.

12

Pro destinační společnost **Euroregion Praděd**, působící v TO Jeseníky, byla pro rok 2017 stanovena tato nosná témata:

- Rodinné Jeseníky;
- Čistý vzduch;
- aktualizace marketingové strategie.



#### 4.4. TO Opavské Slezsko

##### SWOT analýza

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> <li>propagační materiály v jazykových mutacích</li> <li>oblíbené akce „Otvírání turistické sezóny v Opavském Slezsku“ a „Týden Slezské kuchyně“</li> <li>historie (krajina břidlice, Prajzká)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>spolupráce s podnikatelskou sférou</li> <li>statistiky</li> <li>rozhodovací pravomoci (magistrát)</li> <li>jazykové bariéry u poskytovatelů služeb CR</li> </ul>
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> <li>vytvoření produktů Krajina břidlice a Prajzká + jejich rozvoj</li> <li>elektronická forma komunikace (portál, facebookový profil, youtube, instagram)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>rozpočet magistrátu města Opava</li> <li>nedostatek kvalifikovaných pracovních sil ve službách CR v TO</li> </ul>

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 rok 2017 stanovena tato nosná témata:

- Prajzká;
- Krajina břidlice;
- podpora akcí „Otvírání turistické sezóny v Opavském Slezsku“ a „Týden Slezské kuchyně“;
- aktualizace marketingové strategie.



## 4.5. TO Ostravsko

## SWOT analýza

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> <li>• stabilní turistická nabídka (tradiční atraktivita – tj. památky i navštěvované akce)</li> <li>• dobře nastavená spolupráce s CzT</li> <li>• mezinárodní konference v Ostravě</li> <li>• společenské akce a eventy v Ostravě</li> <li>• sociální sítě (facebookový profil Enjoy Ostrava a instagram v AJ)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• absence ucelené pobytové nabídky typu zvýhodněného systému</li> <li>• fluktuace zaměstnanců realizujících aktivity v rámci destinačního managementu</li> <li>• podléhání rozhodování orgánům SMO</li> <li>• nerozvinutá spolupráce s okolními DM</li> <li>• spolupráce s Letištěm Leoše Janáčka v Mošnově</li> </ul>
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> <li>• spolupráce s OIS</li> <li>• mobilní aplikace</li> <li>• grantové schéma na podporu konferencí pro rok 2017</li> <li>• historie a tradice města (rok 2017 = 750 let založení města)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• nedostatek kvalifikovaných lidí ve službách</li> <li>• financování aktivit destinačního managementu je závislé pouze na rozpočtu SMO</li> <li>• na SMO neexistuje nezávislá platforma destinačního managementu</li> </ul>

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 **Statutární město Ostrava**, působící v TO Ostravsko, byla pro rok 2017 stanovena tato nosná témata:

- industriál – Kód SALOMON;
- Convention;
- Presstripy;
- aktualizace marketingové strategie.



#### 4.6. TO Poodří – Moravské Kravařsko

##### SWOT analýza

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> <li>• moderní metody propagace (facebook, twitter, instagram)</li> <li>• produkt Pohádkové Poodří</li> <li>• aktivní spolupráce s TIC</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• statistiky TO</li> <li>• orientace na TO Ostravsko (zlepšení komunikace)</li> <li>• cílená propagace do příhraničí (Slovensko, Polsko)</li> </ul>
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> <li>• síťování</li> <li>• realizace nového produktu (letní akce)</li> <li>• hranice Moravy a Slezska</li> <li>• regionální produkty</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• neochota některých subjektů poskytovat statistická data</li> <li>• finance - ukončení podpory ze strany MSK</li> <li>• odliv lidí z TO (snižují se tím příspěvky obcí)</li> </ul>

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 rok 2017 stanovena tato nosná témata:

- Pohádkové Poodří;
- Kulturní produkt „Zemská hranice“;
- Jak šmakuje Moravskoslezsko (síťování);
- TECHNOTRASA (síťování);
- aktualizace marketingové strategie.



#### 4.7. TO Těšínské Slezsko

##### SWOT analýza

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

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**, působící v TO Těšínské Slezsko, byla pro rok 2017 stanovena tato nosná témata:

- Region Card;
- Trojmezí – rozvoj marketingového pojmu/značky a na to navazujících projektů (folklor, cyklo, turistika apod.)
- Cykloturistika MTB;
- Cykloturistika – rozvoj produktu Olše – Olza;
- aktualizace marketingové strategie.





## Příloha č. 1 – Seznam subjektů destinačních společností v MSK

### *Krajská destinační společnost*

#### **Moravian-Silesian Tourism s.r.o.**

IČ: 029 95 832

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

### *Lokální destinační společnosti*

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

IČ: 293 92 055

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

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

IČ: 021 11 942

Sídlo: nám. Komenského 12, 742 45 Fulnek

#### **Euroregion Praděd**

IČ: 695 94 074

Sídlo: Nové doby 111, 793 26 Vrbno pod Pradědem

17

#### **Regionální rada rozvoje a spolupráce se sídlem v Třinci**

IČ: 447 41 031

Sídlo: Družstevní 294, Staré Město, 739 61 Třinec

#### **Statutární město Ostrava**

IČ: 008 45 451

Sídlo: Prokešovo náměstí 1803/8, 70200 Ostrava - Moravská Ostrava

#### **Turistická oblast Opavské Slezsko, z.s.**

IČ: 045 97 486

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

