

## Akční plán Koncepce rozvoje cestovního ruchu statutárního města Ostravy 2006/2007

### 1. Aktivity SMO

Opatření	Charakteristika	Garant	Partneři	Aktivity/projekty	Předpokládané náklady v mil. Kč 2006/2007		Zdroje
					Celkové náklady	Náklady z rozp. SMO	
<b>1. Primární rozvoj (vytváření nových atraktivit)</b>							
1.1 Dobudování sítě cyklotras a cyklostezek, propojení stávajících fragmentovaných cyklotras a cyklostezek	Přes poměrně solidní nabídku cyklotras a cyklostezek, svědčí jejich stávající stav o nedostatečné úrovni koordinace na celoměstské úrovni. Zatímní budování tras a stezek je v působnosti městských obvodů, avšak chybí zde koordinační role města (SMO) a některé trasy a stezky na sebe navenavazují, často stametrové úseky chybí k lepšímu propojení a vytvoření komplexnější nabídky. Téměř zcela nedostupné pro cykloturisty je centrum města. Tyto nedostatky snižují již realizované aktivity, často i v ČR jedinečné (např. cyklotramvaj). Důležité je také zařazení ZOO Ostrava do systému cyklostezek jako významného turistického cíle. Cílem je optimální využití stávající nabídky cyklotras a cyklostezek ve městě jejich koordinovaným propojením v rámci města a napojením na okolní regionální, národní a mezinárodní síť cyklotras a dotvoření sítě značených cyklotras a cyklostezek ve městě tak, aby se staly integrální součástí jak dopravního systému města, tak významným prvkem zvyšujícím atraktivitu města pro cykloturisty.	SMO (OD)	MOB	1.1.1 Zahrnování změn územního plánu do tvorby a úpravy cyklotras a cyklostezek.			SMO
				1.1.2 Realizace dalších úseků Greenways a městských cyklotras.		20,6	SMO, zahrnuto do návrhu rozpočtu města – OD
				MOB Radvanice a Bártovice – vyhotovení projektů pro cyklotrasu; prioritou bude napojení cyklotrasy „J“ přes Slezskou Ostravu a Slezskoostravský hrad směr centrum města	0,2		MOB Radvanice a Bártovice
				Mob Hošťálkovic – příprava projektové dokumentace na výstavbu nového úseku cyklotrasy	0,1		Mob Hošťálkovic
				MOB Plesná – stavba cyklotrasy „CH“ (bude zařazena do investičního rozpočtu MOB Plesná za předpokladů dotace)	1,5		MOB Plesná
Mob Ostrava-Jih – oprava cyklostezek k Odře – cyklistická stezka-napojení trasy „C“	1,1 4,5		Mob Ostrava-Jih				
				1.1.3 Dokončení Koncepce rozvoje cyklistické dopravy v Moravskoslezském kraji, která stanoví podmínky pro rozvoj a údržbu cyklotras. K zadání tohoto dokumentu přistoupil Moravskoslezský kraj. Předpokládané dokončení – březen 2006.			KÚ MSK

Opatření	Charakteristika	Garant	Partneři	Aktivity/projekty	Předpokládané náklady v mil. Kč 2006/2007		Zdroje
					Celkové náklady	Náklady z rozp. SMO	
				1.1.4 Průběžná spolupráce zhotovitele při zpracovávání dokumentu se SMO.			
1.2 Využití řek Ostravice, Opavy, Odry a Lučiny pro rekreační plavbu	Ostravsko disponuje významnou nabídkou vodních toků, které zatím byly pro potřeby turismu a volnočasových aktivit velmi omezeně využity. Jejich postupné zapojení do nabídky turismu výrazně zvýší atraktivitu celého území. Cílem je propojení těchto řek a jejich využití pro rekreační účely a rekreační plavbu.	SMO (OER, OD)	SMO, soukromí investoři	1.2.1 Projednání zpracované studie proveditelnosti			
<b>2. Sekundární rozvoj (úpravy, rekonstrukce a rozvoj stávajících atraktivit)</b>							
2.1 Zpracování studie využitelnosti průmyslového dědictví Ostravy pro potřeby CR s identifikací nejvhodnějších variant pro získání zápisu vybraných památek na seznam UNESCO.	Ostrava potřebuje pro změnu svého image významnou „značku“ na trhu cestovního ruchu. Nejvýraznější možností je využití průmyslové historie a jedné z mála silných stránek Ostravy v oblasti turismu – nabídky technických památek a atraktivit. Po výrazném útlumu průmyslu z 90. let zatím nedošlo ke zpracování komplexního dokumentu, mapujícího možnosti využití těchto průmyslových artefaktů pro jiné účely, např. pro turismus a volnočasové aktivity. Přitom s plynoucím časem dochází k jejich devastaci a tím k narůstání budoucích nákladů, spojených ať již s jejich úpravou/rekonstrukcí/přestavbou pro jiné využití či s jejich likvidací. Cílem je vytvoření odborného dokumentu, charakterizujícího možnosti využití průmyslových areálů a objektů pro potřeby rozvoje cestovního ruchu a volnočasových aktivit a jejich následná regenerace a revitalizace.	SMO (OER, ÚHA)	MK ČR, PÚ, MOB, vlastníci	2.1.1 Sestavení odborné pracovní skupiny zahrnující představitele města, průmyslové výroby, památkářů, univerzit a stavebních odborníků a architektů, pro otázky využití průmyslového odkazu Ostravy v oblasti CR 2.1.2 Jasná formulace představ a záměrů zainteresovaných stran o využitelnosti průmyslového dědictví Ostravy 2.1.3 Formulace a zadání zpracování studie 2.1.4 Vytvoření podmínek ze strany SMO a dotčených městských obvodů pro podporu a úspěšný rozvoj vybraných opatření 2.1.5 Postupná realizace opatření vyplývajících ze zpracované studie			SMO, MOB, MMR, partneři

Opatření	Charakteristika	Garant	Partneři	Aktivity/projekty	Předpokládané náklady v mil. Kč 2006/2007		Zdroje
					Celkové náklady	Náklady z rozp. SMO	
2.2 Využití areálu v Dolní oblasti Vítkovic, prohlášeného za národní technickou památku, pro potřeby cestovního ruchu.	Tento areál je v celé řadě charakteristik specifický a jedinečný nejen na místní, regionální, národní, ale i na mezinárodní úrovni. Jeho zařazení mezi kandidáty na zápis na listinu UNESCO je přes řadu rozporných názorů významným argumentem pro to, aby se tato otázka dostala na úroveň debat odborníků a politiků. Její vyřešení může napomoci definitivní změně image Ostravy. Cílem je vytvoření předpokladů pro využití jedinečného areálu pro zápis na listinu UNESCO a jeho následný rozvoj ve vazbě na areály Černé louky a Karoliny a vytvoření jedinečného zábavně – poznávacího areálu s dominantou stávající národní kulturní památky, obklopenou volnočasovou a programovou nabídkou a nabídkou návazných a souvisejících služeb.	SMO (OER, ÚHA)	SMO, MSK, MK ČR, PÚ, Vítkovice, a.s., Diamo, s.p., OKD a.s., člen koncernu KARBON INVEST, a.s.	2.2.1 Vytvoření pracovní skupiny sestavené ze zástupců zainteresovaných subjektů (SMO, MSK, MOB, památkáři, Vítkovice a.s., OKD a.s., člen koncernu KARBON INVEST, a.s., Diamo s.p., DMMS atd.)			SMO, MOB, MMR, partneři
				2.2.2 Zpracování projektu začlenění optimální části areálu (z pohledu zachování jedinečnosti této tur. atraktivity tj. technologická kontinuita těžby uhlí, jeho koksování a výroby železa) Dolní oblasti Vítkovic (společně s dalšími 3 lokalitami - Důl Anselm, Důl Michal, Důl Vrbice) na listinu památek UNESCO.			
				2.2.3 Zpracování komplexní studie využití památek, potenciálně vhodných pro zápis na listinu UNESCO pro potřeby rozvoje cestovního ruchu (vč. provozního a bezpečnostního režimu, financování provozu apod.).			
				2.2.4 Návazně zajistit podmínky pro rozvoj doprovodných služeb CR k hlavním atraktivitám.			
				2.2.5 Zajistit realizaci projektu a zápis vybraných památek v optimálním rozsahu na listinu UNESCO.			
<b>4. Podpůrná vybavenost</b>							
4.1 Vylepšení atraktivity Stodolní ulice	Stodolní ulice se stala významným fenoménem města, avšak její extenzivní rozvoj, vycházející pouze ze soukromých zájmů provozovatelů klubů dostoupil již svého vrcholu a její další rozvoj vyžaduje již výraznější podporu i veřejného sektoru. Zejména péče o komunikace, zajištění bezpečnosti atd., vyžadují razantnější	SMO (OER) / Agentura Stodolní ulice	Majitelé klubů, MOB Mor. Ostrava a Přívoz	4.1.1 Vytvoření pracovní skupiny ze zástupců SMO/MOB Moravská Ostrava a Přívoz, podnikatelů a obyvatel ze Stodolní ulice a projednání záměrů. /skupina není vytvořena, obvod informuje ostatní subjekty/	20		(25% = 5 mil. Kč) MOB MoaP, 75% bude uhrazeno z prostředků EU
				4.1.2 Zpracování projektu rekonstrukce a estetizace Stodolní ulice. /je zpracován/			

Opatření	Charakteristika	Garant	Partneři	Aktivity/projekty	Předpokládané náklady v mil. Kč 2006/2007		Zdroje
					Celkové náklady	Náklady z rozp. SMO	
				<p>4.1.3 Projednání projektu rekonstrukce a estetizace Stodolní ulice s dotčenými subjekty. /dotčené subjekty – majitelé přilehlých provozoven – byli seznámeni s rozsahem budoucích stavebních úprav v polovině roku 2004/</p> <p>4.1.4 Realizace projektu rekonstrukce (povrch vozovky, chodníky, osvětlení atd.) a estetizace (mobiliář, veřejná zeleň atd.) S realizací se počítá v roce 2006: leden-únor přípravné práce, březen-červenec vlastní realizace.</p> <p>4.1.5 Tvorba specifického informačního servisu pro návštěvníky - historie Stodolní ul. a stávající zábavní nabídka. Noční "procházka" Stodolní ul. s průvodcem, zpracování a vydání oficiálních tiskových materiálů k nabídce Stodolní ulice včetně cizojazyčných mutací. Tento materiál by měl zároveň sloužit i jako volně dostupný propagační materiál ve smyslu "nalákání" tuzemských mimoregionálních a zahraničních turistů a návštěvníků. Materiál by měl být dostupný na významných frekventovaných místech (např. letiště Praha-Ruzyně, nádraží Praha hl. n., v partnerských informačních centrech v Praze atd.).</p>			
4.2 Napojení Ostravy na národní a mezinárodní síť dálnic	Ostravě dlouhodobě chybí napojení na národní a mezinárodní dálniční síť. Toto se odráží i v hodnocení dostupnosti Ostravy turisty a návštěvníky, kdy tento nedostatek nejsilněji spojuje právě s městem Ostravou. Svůj podíl na této situaci však může mít i dlouhodobá medializace celé kauzy. Cílem je zlepšení silniční dopravní dostupnosti města a image města.	SMO (OER, OD)	MD ČR, MSK	4.2.1 Monitoring výstavby dálnice a postupné promítání této aktivity do mediální oblasti a informovanosti o městě (využití i jako marketingový nástroj).			SMO

Opatření	Charakteristika	Garant	Partneři	Aktivity/projekty	Předpokládané náklady v mil. Kč 2006/2007		Zdroje
					Celkové náklady	Náklady z rozp. SMO	
4.3 Vytvoření ubytování typu kempu	V Ostravě a jejím blízkém okolí zcela chybí ubytování typu kempu (nejbližší je ve Frenštátě p. Radhoštěm). Vytvořením kempu by došlo k doplnění ubytovacích služeb pro další cílovou skupinu, která dnes nenalezne odpovídající nabídku, a vzhledem k tomu, že se jedná o hygienický faktor nabídky, je jeho nedostatek demotivujícím prvkem pro potenciální cílové skupiny. Město by tedy mělo připravit motivující nabídku pro soukromé investory, nebo využít pro vybudování a provoz kempu některé ze svých účelově zřízených společností (Sportovní a rekreační zařízení města Ostravy, s.r.o., ZOO Ostrava). Cílem je rozšíření nabídky podpůrné vybavenosti města v oblasti ubytovacích kapacit a tím rozšíření spektra cílových skupin turistů.	SMO (OER, ÚHA)	Sportovní a rekreační zařízení města Ostravy, s.r.o., ZOO Ostrava, soukromí zájemci	4.3.1 Výběr vhodné lokality ve městě a zapracování do územně-plánovací dokumentace. Možnost vybudování netradičního safarikempu v areálu ZOO Ostrava.			SMO
				4.3.2 Rozhodnutí o formě zajištění (realizace vlastními silami s využitím účelových organizací, kontrolovaných městem nebo vytvoření motivační nabídky pro potenciální investory).			SMO, partneři
4.4 Rozšíření nabídky ubytování hotelového typu tříhvězdičkového o standardu	Ostrava je v nabídce ubytovacích služeb výrazně pod úrovní průměru v ČR. Je proto žádoucí rozšířit nabídku kvalitních ubytovacích kapacit, odpovídajících dnes trendům v sektoru cestovního ruchu, tj. zejména 3 hvězdičkové hotely. Ostrava by tedy měla připravit motivační nabídku pro soukromé investory, kteří by na sebe měli převzít vytvoření takové nabídky, ať již výstavbou nových kapacit, nebo rekonstrukcí stávajících objektů. Jde tedy o zvýšení atraktivity města pro cílovou skupinu investorů, pro kterou by měly být identifikovány motivační nástroje a následně realizovány v nabídce města (zejména územní plán s nabídkou vhodných ploch / objektů, nabídka	SMO (OER, ÚHA)	MMR, ČCCR, MPO ČR, Czechinvest, KHK MSK, podnikatelé v hotelnictví (HOREKA, NFHR, UNIHOST), MIC (1)	4.4.1 Identifikace vhodných lokalit pro realizaci hotelů tříhvězdičkového standardu a jejich zanesení do územně-plánovací dokumentace města.			SMO
				4.4.2 Zpracování komplexní nabídky pro potenciální investory do výstavby hotelového ubytování ve městě včetně identifikace a nabídky motivačních nástrojů.			SMO, partneři

Opatření	Charakteristika	Garant	Partneři	Aktivity/projekty	Předpokládané náklady v mil. Kč 2006/2007		Zdroje
					Celkové náklady	Náklady z rozp. SMO	
				4.4.3 Aktivní kampaň zaměřená na potenciální investory (cíleně využít např. i mezinárodního setkání investorů v Cannes a Mnichově jehož se Ostrava pravidelně účastní) a následná realizace staveb.			SMO, partneři
4.5 Doplnění nabídky městských volnočasových aktivit a doplňkových služeb o specifickou nabídku pro cykloturisty	Doplnění nabídky cyklotras a cyklostezek o doplňkové služby pro cykloturisty – stojany pro bezpečné odstavení kol (s možností uzamykání) u významných turistických a volnočasových aktivit, zajištění jednotného značení tras, zajištění značnických služeb pro cykloturisty (servisy, „bicycle friendly“ systém atd.), krytá odpočívadla na cyklotrasách/stezkách atd. <b>Cílem je</b> zvýšení kvality nabídky města pro cykloturisty.	SMO (OD, OER)	MIC (1), MOB, podnikatelské subjekty, DMMS	4.5.1 Vytvoření pracovní skupiny zástupců zainteresovaných subjektů a zpracování projektu "bicycle friendly" (cyklisté vítání) pro Ostravu (možný název Cyklo-Ostrava).			SMO, partneři
				4.5.2 Zpracování potřebné dokumentace pro realizaci projektu a získání prostředků od donorů (SROP, MMR)			SMO, partneři
				4.5.3 Pořízení bezpečnostních stojanů na kola s možností uzamykání.  Do konce roku 2005 SMO pořídí stojany v částce 741 tis. Kč. Jedná se o jednorázovou akci, v rámci které dojde k instalaci cca 120 stojanů na území města. Po jejich instalaci budou svěřeny do správy jednotlivým městským obvodům. Další doplnění počtu stojanů bude již ponecháno na zájmu a možnostech jednotlivých městských obvodů.			SMO, MOB, partneři
				4.5.4 Další rozšíření a rozvoj služeb v rámci projektu cyklotramvají jakožto alternativního způsobu přepravy cykloturistů v kritických místech ostravské aglomerace. Zpracování systému dopravní návaznosti na v současné době vytvářený systém Beskydských a Jesenických cyklobusů vč. integrovaného systému jednotného jízdového.			SMO, partneři
				4.5.5 Realizace projektu			SMO, partneři, donoři

Opatření	Charakteristika	Garant	Partneři	Aktivity/projekty	Předpokládané náklady v mil. Kč 2006/2007		Zdroje
					Celkové náklady	Náklady z rozp. SMO	
4.6 Rozvoj systému orientačního značení turistických cílů	Město je již částečně vybaveno tzv. hnědými cedulemi, sloužícími pro označování turistických cílů. Zatím se však nejedná o propracovaný cílevědomý systém. <b>Cílem je</b> tedy vytvořit systém orientačního značení turistických cílů ve městě a jeho přímém okolí.	SMO (OER)	MIC (1), MOB, podnikatelské subjekty, DMMS, o.p.s.	4.6.1 Navržení systému značení turistických cílů v Ostravě.			SMO, partneři, donoři, MMR
				4.6.2 Zahájení realizace			
<b>5. Marketing</b>							
5.1 Vytvoření systému marketingového plánování města pro podporu nabídky na cílových trzích cestovního ruchu	Město nemá středně a dlouho dostatečný plán prezentace v sektoru cestovního ruchu. Prezentace v posledních letech byly založeny spíše na jednorázových (byť významných) akcích, avšak velmi chybí výraznější prezentace zaměřená na významné pozitivní změny, které se zde odehrály v posledních 15 letech, prezentace využívá ne zcela originálních témat (město zeleně, město sportu a kultury), témat netypických pro Ostravu (Sklep strašidel) a málo využívá silných témat své historie (industriální a technické památky a atraktivitu), témat svých stávajících silných stránek (ZOO Ostrava, největší koupaliště ve střední Evropě, zajímavá architektura atd.), která jsou v ČR vnímána. <b>Cílem je</b> zajištění dlouhodobé podpory rozvoje tržní pozice města v oblasti turismu vytvořením účinného marketingového plánovacího systému.	SMO (OER, KP)	MIC (1), MOB, Sportovní a rekreační zařízení města Ostravy, s.r.o., Ostravské výstavy, a.s., DMMS, o.p.s.	5.1.1 Vytvoření pracovní skupiny (poradního sboru) pro cestovní ruch na území města (možno využít skupiny v rámci systému destinačního managementu), zahrnující zainteresované subjekty (SMO včetně MOB, podnikatele v CR, profesní sdružení, odborníky na CR atd.) vedené zástupcem SMO.			SMO
				5.1.2 Zpracování principů marketingového plánování města pro cestovní ruch a příprava marketingového plánu pro období 2006 vč. definice požadované tržní pozice na trhu cestovního ruchu a jeho průběžná aktualizace (následně příprava plánu pro rok 2007).			
				5.1.3 Zpracování komunikačního stylu a grafického manuálu města pro potřeby změny image města v oblasti cestovního ruchu a oslovení identifikovaných cílových skupin návštěvníků a turistů včetně vytvoření portfolia oficiálních suvenýrů města, které budou korespondovat s novým komunikačním stylem a s charakteristickými prvky cestovního ruchu Ostravy.			

Opatření	Charakteristika	Garant	Partneři	Aktivity/projekty	Předpokládané náklady v mil. Kč 2006/2007		Zdroje	
					Celkové náklady	Náklady z rozp. SMO		
5.2 Zvýšit rozsah a intenzitu propagace atraktivit cestovního ruchu města	<p>Z marketingových šetření (ale i z osobních zkušeností) vyplývá velmi malá znalost Ostravy, resp. jejich atraktivit cestovního ruchu jak v samotném regionu (SMaS, MSK), tak zejména v dalších částech ČR a v zahraničí. Změna image je dlouhodobým úkolem a bez výraznějších investic do nápaditě zpracované a cílené propagace turistických a volnočasových atraktivit města je dosažení této změny téměř nereálné.</p> <p><b>Cílem je</b> podpora nabídky města na cílových trzích cestovního ruchu a podpora změny image města Ostravy v rámci prezentačních akcí v zahraničí společně s Janáčkovou filharmonií Ostrava a Národním divadlem Moravskoslezským.</p>	SMO (KP, OER)	MIC (1), MOB, Sportovní a rekreační zařízení města Ostravy, s.r.o., Ostravské výstavy, a.s., DMMS,o.p.s., ČCCR-CzT, soukromé subjekty	5.2.1 Intenzivní marketingová podpora plánovaných akcí (v souladu s kalendářem akcí roku 2006) realizovaných s podporou města, jakožto prvků posilující pozitivní image města a celkové zviditelnění Ostravy v rámci ČR (zejména Pohár mistrů evropských zemí ve florbale 2006, Febio Fest, OST-RAVAR, Davis Cup 2006, MS v kulturistice, Motoršou, Domov-Dovolená-Region, Mistrovství Evropy v soutěži TEAM GYM 2006, TUR Ostrava 2006, Janáčkův Máj, Zlatá Tretra Ostrava 2006, Memoriál Jana Veselého, Colours of Ostrava, Janáčkovy Hukvaldy, Folklor bez hranic, Den NATO, Spectaculo Interesse, IDSF – mezinárodní soutěž ve sportovním tanci, Investment and Business Forum Ostrava, ForArch 2006, Transport 2006, Gastro festival Ostrava 2006, Ekonomický kongres, Průmyslový veletrh Ostrava atd.).			SMO, partneři	
				5.2.2 Přímá účast na vybraných domácích výstavách, veletržích a workshopech:		0,32		SMO (OER)
				5.2.3 Účast na domácích veletržích prostřednictvím prospektového a informačního servisu DMMS:		0,01		

Opatření	Charakteristika	Garant	Partneři	Aktivity/projekty	Předpokládané náklady v mil. Kč 2006/2007		Zdroje
					Celkové náklady	Náklady z rozp. SMO	
				5.2.4 Přímá účast na zahraničních veletrzích: <ul style="list-style-type: none"> <li>Reisemarkt Drážďany, 27. – 29. ledna 2006</li> <li>Otdych – Leisure Moskva, 19. – 22. září 2006</li> <li>zahraniční veletrh (dle aktuální nabídky)</li> <li>zahraniční veletrh (dle aktuální nabídky)</li> </ul>		3,12	SMO (OER)
				5.2.5 Účast na zahraničních veletrzích prostřednictvím prospektového a informačního servisu DMMS: <ul style="list-style-type: none"> <li>CBR Mnichov, 18. – 22. února 2006,</li> <li>MITT Moskva, 22. – 25. března 2006,</li> <li>TUC Lipsko, 16. – 20. listopadu 2006,</li> <li>Glob Katowice, duben 2006,</li> <li>Slovakiatour Bratislava, 26. - 29. ledna 2006,</li> </ul>		0,03	
				5.2.6 Příprava intenzivní marketingové podpory plánovaných akcí pro rok 2006 v souladu s marketingovým plánem <ul style="list-style-type: none"> <li>Příprava speciálních tiskovin pro připravované vlaky „Pendolino“ na trati Praha – Ostrava (nutno dohodnout spolupráci s ČD)</li> </ul>			SMO
5.3 Vytvořit systém zajištění aktuální informovanosti o městě a jeho nabídce pro cestovní ruch na tuzemském trhu	Vytvoření informačního a prezentačního systému o aktuální nabídce města pro DCR. V současné době jde zejména o pravidelné zasílání informací o nabídce města do sítě ATIC, vydavatelům tištěných turistických průvodců, provozovatelům elektronických informačních portálů, odborným časopisům a vydavatelům deníků a periodik, ČCCR-CzT, Českým centrem při ZÚ, atd.	SMO (OER)	MIC (1), ČCCR-CzT, Česká centra při ZÚ DMMS,o.p.s.	5.3.1 Vytvoření adresáře domácích informačních zdrojů, ovlivňujících cílové skupiny potenciálních domácích návštěvníků a turistů města Ostravy.			SMO, partneři
				5.3.2 Příprava základní marketingové informace o městě Ostrava jako destinace cestovního ruchu (v souladu s marketingovým plánem) pro identifikované cílové skupiny.			

Opatření	Charakteristika	Garant	Partneři	Aktivity/projekty	Předpokládané náklady v mil. Kč 2006/2007		Zdroje
					Celkové náklady	Náklady z rozp. SMO	
				5.3.3 Úvodní kontaktování cílových informačních zdrojů a zajištění průběžné informovanosti (nejméně 4 x ročně) s aktualizovanými informacemi.			
5.4 Vytvořit systém zajištění aktuální informovanosti o městě a jeho nabídce pro cestovní ruch na cílových zahraničních trzích (s pomocí CzechTourismu a Českých center při ZÚ)	Vytvoření informačního a prezentačního systému o aktuální nabídce města pro vybrané zahraniční trhy (zejména Polsko, Slovensko, Německo, Benelux, Pobaltské země, země bývalého Sovětského svazu). V současné době jde zejména o pravidelné zasílání informací o nabídce města ČCCR-CzT, Českým centřům při ZÚ, vydavatelům tištěných turistických průvodců, provozovatelům elektronických informačních portálů, odborným časopisům a vydavatelům vybraných periodik a vybraným touroperátorům zaměřeným na ČR atd. <b>Cílem je</b> podpora informovanosti o nabídce města na zahraničních cílových trzích cestovního ruchu a zejména podpora změny image města Ostravy.	SMO (OER)	MIC (1), ČCCR-CzT, Česká centra při ZÚ, DMMS,o.p.s.	5.4.1 Vytvoření adresáře domácích informačních zdrojů, ovlivňujících cílové skupiny potenciálních zahraničních návštěvníků a turistů města Ostravy.  5.4.2 Příprava základní marketingové informace o městě Ostrava jako destinace cestovního ruchu (v souladu s marketingovým plánem) pro identifikované zahraniční cílové skupiny vč. potřebných jazykových mutací (zejména POL, ANG, NĚM, RUS).  5.4.3 Úvodní kontaktování cílových informačních zdrojů a prodejců (CK, touroperátoři, zahraniční zastoupení ČCCR) a zajištění průběžné informovanosti (nejméně 4 x ročně) s aktualizovanými informacemi v relevantních jazykových mutacích.			SMO, partneři
5.5 Usilovat o vstup města do sítě European Cities Tourism	Zlepšení image napomůže i členství města v prestižních organizacích, ke kterým v oblasti cestovního ruchu European Cities Tourism patří (cca 95 členů, za ČR Praha, Olomouc). Město zahájí jednání o členství v této organizaci, což následně umožní i využití	SMO (OER)	MIC (1), DMMS,o.p.s., ČCCR-CzT	5.5.1 Projednat ze zástupci European Cities Tourism podmínky členství pro Ostravu.			

Opatření	Charakteristika	Garant	Partneři	Aktivity/projekty	Předpokládané náklady v mil. Kč 2006/2007		Zdroje
					Celkové náklady	Náklady z rozp. SMO	
				5.5.2 Zajistit kroky pro realizaci vstupu do sítě European Cities Tourism.			
5.6 Vytvořit systém elektronické prezentace nabídky potenciálu cestovního ruchu	Stávající nabídka v elektronické formě je poměrně slabá a roztržitá. Nejlepší úroveň nabídky atraktivit a služeb CR je na stránkách MIC, avšak při zadání různými vyhledávači nejsou tyto stránky vždy na marketingově zajímavých pozicích. Pro posílení pozice nejen v oblasti formy nabídky, ale i z pohledu zlepšení její marketingové pozice je tedy nezbytné v rámci www stránek SMO vytvořit patřičný modul v několika jazykových mutacích a pro posílení jeho pozice jej provázat alespoň s organizacemi, zainteresovanými na rozvoji cestovního ruchu a volnočasových aktivit, které jsou zřizovány SMO. <b>Cílem je</b> zlepšení pozice města v oblasti e-komunikace a propagace potenciálu turismu města Ostravy.	SMO (KP)	MIC (1), Sportovní a rekreační zařízení města Ostrava, s.r.o., Ostravské výstavy a.s., ZOO Ostrava, DMMS, o.p.s.,	5.6.1 Příprava projektu nových www stránek SMO vč. modulu určeného pro podporu rozvoje cestovního ruchu a změny image města s využitím výstupů marketingového plánu a nového komunikačního a grafického stylu. Nové www stránky SMO, by měly dodržovat současné trendy a požadavky kladené na informace uveřejňované v prostředí internetu (uživatelské profily návštěvníků, jazykové mutace atd.).			SMO
				5.6.2 Realizace nových www stránek vč. Identifikovaných jazykových mutací a jejich spuštění. Zajištění jejich průběžné aktualizace.			SMO
5.7 Pořízení „Generelu cestovního ruchu ve městě Ostrava“	Tento materiál by komplexně podchytil problematiku turistiky, využití volného času, sportovního i kulturního vyžití v Ostravě i v jejím okolí. Řešení generelu by bylo úzce vázáno na územní plán, limity a potenciál území	SMO (ÚHA)		5.7.1 Zmapování současného stavu zařízení pro turistiky, sport, volný čas a kulturu. Vyhodnocení stavu a stanovení postupu pro odstranění disproporcí.		2	SMO (ÚHA)

Opatření	Charakteristika	Garant	Partneři	Aktivity/projekty	Předpokládané náklady v mil. Kč 2006/2007		Zdroje
					Celkové náklady	Náklady z rozp. SMO	
				5.7.2 Konkretizace umístění nových zařízení a z toho vyplývající potřeba řešení dopravy a technické infrastruktury.			
<b>6. Organizační rozvoj</b>							
6.1 Zajištění organizační podpory rozvoje CR ve městě na úrovni SMO	<p>Systému řízení turismu na úrovni města chybí jednoznačný garant na úrovni SMO. Vzhledem ke zkušenostem z jiných měst, ke stávající organizaci města a k roli cestovního ruchu by měl být tímto odbor, zajišťující rozvojové aktivity města (např. ekonomického rozvoje). Zde by mělo být zřízeno pracoviště (oddělení cestovního ruchu), které by bylo odpovědné za celkovou koordinaci aktivit cestovního ruchu z pohledu jeho věcné náplně. Partnerem by mělo být pracoviště propagace a marketingu města.</p> <p><b>Cílem je</b> vytvoření koordinačního pracoviště rozvoje cestovního ruchu ve městě a tím vytvoření jednoznačného partnera pro komunikaci s partnery uvnitř a vně města.</p>	SMO (OER)	Enterprise plc, pracovní skupina destinačního managementu pro oblast Ostravsko	<p>6.1.1 Zajištění průběžného monitoringu vývoje cestovního ruchu ve městě a naplňování Koncepce rozvoje CR SMO a její průběžnou aktualizaci, účast na jednání pracovní skupiny pro Ostravsko a na jednání poradního sboru CR.</p> <p>6.1.2 Aktivní účast na přípravě a realizaci konference o rozvoji cestovního ruchu.</p>		0,5	SMO (OER)
6.2 Zlepšení péče o čistotu a vzhled města	<p>Přes množství zrekonstruovaných domů v Ostravě je zde stále ještě řada objektů, které nepůsobí na návštěvníky a turisty příliš atraktivně. V zájmu města je hledat nástroje pro zlepšení tohoto stavu a zrychlení rekonstrukcí objektů formou motivačních nástrojů. Rovněž péče o čistotu patří k hůře hodnoceným charakteristikám města ze strany návštěvníků a turistů, je proto nutné zajistit zlepšení kvality této péče.</p> <p><b>Cílem je</b> zlepšení stávajícími turisty kritizovaného hygienického faktoru celkové marketingové nabídky města.</p>	SMO (ÚHA, KP, OKaB)	MOB, MK ČR, PÚ, vlastníci budov,	<p>6.2.1 Pokračování motivačního systému pro majitele nemovitostí („Dům roku“)</p> <p>6.2.2 Zajištění kvalitnější péče o čistotu města.</p>		0,2	SMO (KP/ÚHA)
							SMO, partneři

Opatření	Charakteristika	Garant	Partneři	Aktivity/projekty	Předpokládané náklady v mil. Kč 2006/2007		Zdroje
					Celkové náklady	Náklady z rozp. SMO	
6.3 Zlepšení úrovně vstřícnosti a pochopení místních obyvatel ve vztahu k návštěvníkům a turistům.	Ostrava získala nedobré hodnocení návštěvníků a turistů i v oblasti vstřícnosti a pohostinnosti místních obyvatel. Léta orientace na těžký průmysl snížily kompetence místních ve vztahu k návštěvníkům a turistům. Je proto velmi důležité jít cestou vysvětlování významu turismu pro místní ekonomiku a životní úroveň místních obyvatel. Vhodné je proto využít místních periodik (Ostrava, Deník atd.) a ve spolupráci s novináři působit na „vzdělávání“ místních obyvatel. <b>Cílem je</b> zlepšení povědomí o významu cestovního ruchu pro ekonomický a sociální rozvoj města a jeho okolí.	SMO (OER, KP)	MOB, vydavatelé místních periodik, masové sdělovací prostředky, školící a vzdělávací zařízení (působící zejména v sektoru cestovního ruchu)	6.3.1 Vytvořit pravidelné rubriky v tiskovinách a periodikách SMO a MOB (Ostravská radnice atd.), věnující se obecně významu cestovního ruchu v ekonomické a sociální oblasti a popisující příklady úspěšných rozvojových projektů cestovního ruchu ve světě, v ČR a v Ostravě.			SMO, partneři
				6.3.2 V rámci pravidelné informovanosti o možnostech cestovního ruchu v Ostravě a okolí zavést pravidelná setkání s médii k problematice cestovního ruchu.			
				6.3.3 Zavedení 1 volného dne v roce bez placení vstupného do Ostravských památek a turistických atrakcí - analogie Dny evropského kulturního dědictví.			

## 2. Aktivita městských obvodů a městem založených či zřízených organizací

Opatření	Charakteristika	Garant	Partneři	Aktivity/projekty	Předpokládané náklady v mil. Kč 2006/2007		Zdroje	
					Celkové náklady	Náklady z rozp. SMO		
<b>2. Sekundární rozvoj</b>								
2.1 Rozvoj areálu ZOO Ostrava	<p>Zoologické zahrady patří k nejnavštěvovanějším kulturně vzdělávacím zařízením v ČR. V loňském roce dosáhla návštěvnost 15 licencovaných Zoo téměř 5 mil. návštěvníků. Po dlouhém, téměř 20letém období investiční stagnace Zoo Ostrava, byla v listopadu 2004 otevřením pavilonu pro slony nastartována nová etapa rozvoje Zoo. V současnosti lze Zoo Ostrava považovat za komplexní a neustále se rozvíjející areál s ochranně-vzdělávací i rekreačně-sportovní funkcí, který vyhledávají celé rodiny. Díky stále sílícímu přílivu zahraničních návštěvníků (zejména z Polska), je význam tohoto zařízení výrazně nadregionální. V letošním roce je odhadováno, že by branami Zoo Ostrava mohlo projít až 350 tisíc platících návštěvníků. Tisíce dalších návštěvníků pak navštíví Zoo bezplatně, v rámci specializovaných výukových a vzdělávacích programů. V průběhu posledního roku byly dosavadní aktivity Zoo m.j. rozšířeny o oblast sportovní (jediný udržovaný areál pro běžky přímo v Ostravě), ale i aktivity kulturní (pořádání koncertů).</p> <p><b>Cílem je</b> co nejširší využití stávajícího areálu a již realizovaných rozvojových aktivit k vytvoření nejen poznávacího, ale i rekreačně sportovního a kulturního centra, sloužícího nejen pro</p>	ZOO Ostrava	Univerzita Slaská Katowice, Ostravská univerzita- Přírodovědná fakulta	<p>2.1.1 Obohacení programové náplně:</p> <p><b>-o botanickou část</b> realizací projektu bude návštěvníkům Zoo zpřístupněno jedinečné a unikátní území se zachovanými pozůstatky močálovitých praulšin, dubin a bukových porostů. 2006 – 2008 projekty dokončeny, čeká se na vydání stavebního povolení</p> <p><b>-o přírodní výběh pro medvědy a primáty</b> (včetně dětských koutků, akvária a doplňkových expozic) 2006 – 2007 projekt se dokončuje, bude se žádat vydání staveb. povolení</p> <p><b>-o pavilon pro lidoopy-šimpanze</b> Všechny výše uvedené skupiny zvířat mají velmi vysoký stupeň turistické atraktivity a podle zkušeností z obdobných zařízení dojde po otevření takovýchto expozic k výraznému nárůstu počtu návštěvníků 2008 – 2009 bude vyhlášena architektonická studie, snad i realizace</p>		cca. 38 mil Kč, již zahrnuto v kapitálovém výhledu SMO	20 mil. Kč je předmětem schválení RM	SMO, fondy, EU

Opatření	Charakteristika	Garant	Partneři	Aktivity/projekty	Předpokládané náklady v mil. Kč 2006/2007		Zdroje	
					Celkové náklady	Náklady z rozp. SMO		
				<p>2.1.2 Témata ZOO:</p> <p>„ZOO bez bariér“ – maximální zpřístupnění ZOO pro handicapované občany</p> <p>„ZOO mezinárodní a srozumitelná“ – webové stránky + popisky atd. (ne zatím všude) jsou vytvořeny ve 3 jazykových mutacích (ČES, POL, ANG)</p> <p>„Zelená Ostrava“ (ZOO alias SMO pomáhá k zachování biodiverzity a trvale udržitelného rozvoje nejen v rámci ČR, ale i v jiných zemích světa).</p>			<p>fondy, nadace, KÚ MSK, SMO</p> <p>fondy, KÚ MSK, SMO</p> <p>KÚ MSK, SMO, SFŽP, soukr. subjekty</p>	
2.2 Vytvoření centra zábavy a volného času v návaznosti na centrum města a rozvoj Černé louky.	Po období devastace území Černé louky došlo ve druhé polovině 90. let vybudováním multifunkčního výstavního a konferenčního centra k nastartování oživení této oblasti. Následné aktivity spojené s vytvořením MiniUni a opravou Slezskoostravského hradu vytvářejí předpoklady pro výraznější využití této oblasti pro zábavní turismus a volnočasové aktivity. Vhodné by bylo propojení této oblasti (dopravní, architektonické i tématické) se ZOO a s dnes dekontaminovanou oblastí Karoliny a následně s národní technickou památkou v Dolní oblasti Vítkovic. Tím by vznikl ve střední Evropě jedinečný areál, nabízející dopravní napojení (silniční i železniční, za určitých podmínek i vodní –	Ostravské výstavy, a.s.	SMO (OD, OER), MOB Mor. Ostrava a Přívoz, provozovatelé a poskytovatelé dotčených zařízení a služeb, DPO, a.s.	<p>2.2.1 Zpracování studie propojitelnosti areálu Výstaviště-Slezsko Ostravského hradu-MiniUni-Karoliny-Dolní oblasti Vítkovic.</p> <p>2.2.2 Vytvoření odpovídajícího systému dopravní obslužnosti mezi areály.</p> <p>2.2.3 Vytvoření místní mikroinfrastruktury značení a informace o systému propojení včetně otvácích dob jednotlivých atrakcí apod.</p> <p>2.2.4 Spolupráce s pořádací agenturou Colours of Ostrava a řešení možnosti rozšíření festivalu do nově propojených areálů, stejně tak využít návaznosti na pořádané výstavní a veletržní akce (např. večerní raut na Slezskoostravském hradě)</p>		1mil. Kč je předmětem schválení RM	SMO	garant, SMO, MOB Mor. Ostrava a Přívoz, MMR, CzechTourism, partneři

Opatření	Charakteristika	Garant	Partneři	Aktivity/projekty	Předpokládané náklady v mil. Kč 2006/2007		Zdroje
					Celkové náklady	Náklady z rozp. SMO	
				2.2.5 Marketingová kampaň směřovaná jak na místní obyvatelstvo tak na mimoostravskou klientelu turistů vč. turistů z tur. oblastí Beskyd a Jeseníků, jakožto zajímavé doplňkové formy jejich pobytu. Zároveň využít možností přes CzechTourism resp. jejich zahraniční zastoupení.			
				2.2.6 Zakomponování do stávajících a nových turistických balíčků a návazně realizace několika akcí na podporu prodeje (např. press a fam tripů) pro rychlejší propagaci nových atrakcí ve městě.			
				2.2.7 Vytvoření muzea historických vozidel v areálu Černé louky			
				2.2.8 Další rozvoj areálu Slezskoostravského hradu		1 mil. Kč je předmětem schválení RM	SMO
<b>3. Terciární rozvoj</b> (příprava programového zabezpečení, produkty, produktové balíčky)							
3.1 Vytvoření nabídky produktů a produktových balíčků poznávacího turismu	Ostrava dnes nabízí velmi omezený počet produktových balíčků ČR a to i v oblasti, kde je svým potenciálem skutečně jednoznačně nejsilnější minimálně v ČR – technické památky a industriální atraktivita. Ve spolupráci s majiteli a provozovateli těchto atraktivit a zároveň doplňkových služeb bude potřeba vytvořit portfolio nabídky pro pokrytí celoroční nabídky a vytípaných cílových skupin. <b>Cílem je</b> vytvoření celoroční nabídky poznávacího turismu města Ostravy a tím zvýšení jeho atraktivity pro turisty.	MIC (1)	SMO (OER), Mob, Sportovní a rekreační zařízení města Ostravy, s.r.o., Ostravské výstavy, hotely, DMMS, o.p.s., Letiště Ostrava, a.s., DPO, a.s., provozovatelé a poskytovatelé dotčených zařízení a služeb	3.1.1 V rámci pracovní skupiny destinačního managementu identifikovat vhodné cílové skupiny a vybrat vhodné atraktivita města pro tvorbu produktů a produktových balíčků poznávacího turismu.  3.1.2 Vytvořit portfolio produktů a produktových balíčků poznávacího turismu, pokrývajících celoroční nabídku pro identifikované cílové skupiny návštěvníků a turistů.  3.1.3 Zajistit jednotící image zpracovávaných produktů, marketing a systém prodeje vytvořených produktů a balíčků poznávacího turismu.			garant, SMO, partneři, MMR, CzechTourism,

Opatření	Charakteristika	Garant	Partneři	Aktivity/projekty	Předpokládané náklady v mil. Kč 2006/2007		Zdroje
					Celkové náklady	Náklady z rozp. SMO	
3.2 Vytvoření nabídky produktů a produktových balíčků zábavního a městského turismu	Ostrava je díky své poloze, pozici 3. největšího města v ČR, vybavenosti a historické roli považována za centrum zábavy. Její skutečná nabídka v této oblasti je však poměrně omezená a pro celou řadu zajímavých cílových skupin v podstatě neexistující. O tom svědčí i výsledky marketingových šetření, jasně odražející neuspokojení očekávání návštěvníků a turistů v této oblasti. Ve spolupráci s majiteli a provozovateli relevantních aktivit a doplňkových služeb bude potřeba vytvořit portfolio nabídky pro pokrytí celoroční nabídky a vytípaných cílových skupin. <b>Cílem je</b> vytvoření celoroční nabídky zábavního a městského turismu města Ostravy a tím zvýšení jeho atraktivity pro turisty.	MIC (1)	SMO (OER), Mob, Sportovní a rekreační zařízení města Ostravy, s.r.o., TJ NH, ZOO Ostrava, Ostravské výstavy, a.s., DMMS, o.p.s., Letiště Ostrava, a.s., DPO, a.s., Hotel Atom, s.r.o., Vítkovice Arena, a.s., NDM, Ostravské muzeum, provozovatelé a poskytovatelé dotčených zařízení a služeb	<p>3.2.1 V rámci pracovní skupiny destinačního managementu identifikovat vhodné cílové skupiny a vybrat vhodné atraktivity města pro tvorbu produktů a produktových balíčků zábavního turismu.</p> <p>3.2.2 Vytvořit portfolio produktů a produktových balíčků zábavního turismu, pokrývajících celoroční nabídku pro identifikované cílové skupiny návštěvníků a turistů. K tomu využít již tradičních významných akcí zábavního charakteru buďto dlouhodobě spojovaných s Ostravou, nebo vhodně využívajících existujícího zázemí města (zejména Pohár mistrů evropských zemí ve florbalu 2006, Febio Fest, OST-RA-VAR, Davis Cup 2006, MS v kulturistice, Motoršou, Domov-Dovolená-Region, Mistrovství Evropy v soutěži TEAM GYM 2006, TUR Ostrava 2006, Janáčkův Máj, Zlatá Tretra Ostrava 2006, Memoriál Jana Veselého, Colours of Ostrava, Janáčkovy Hukvaldy, Folklor bez hranic, Den NATO, Spectaculo Interesse, IDSF – mezinárodní soutěž ve sportovním tanci atd.), rozsáhlého zázemí prodejních ploch nákupních center a obchodů a sportovních a zábavních areálů.</p> <p>3.2.3 Zajistit jednotící image zpracovávaných produktů, marketing a systém prodeje vytvořených produktů a balíčků zábavního turismu.</p>			garant, SMO, partneři, MMR, Czech Tourism, Česká centra při ZÚ

Opatření	Charakteristika	Garant	Partneři	Aktivity/projekty	Předpokládané náklady v mil. Kč 2006/2007		Zdroje
					Celkové náklady	Náklady z rozp. SMO	
3.3 Vytvoření nabídky produktů a produktových balíčků profesního turismu	Ostrava disponuje velmi solidní nabídkou pro profesní cestovní ruch, zejména v oblasti konání konferencí, seminářů a firemních setkání. Zatím však zde absentuje nabídka agentur, nabízejících doplňkové služby, které jsou dnes již zcela běžné v podobně zaměřených destinacích (Praha, Brno, H. Králové, Olomouc). I toto je důvod zatím omezené nabídky produktů a balíčků profesního cestovního ruchu. Navíc blízkost atraktivní přírodní krajiny (Beskydy, Poodří, Jeseníky) vytváří i zajímavý potenciál pro tzv. incentivní turismus. <b>Cílem je</b> vytvoření celoroční nabídky profesního turismu města Ostravy a tím zvýšení jeho atraktivity pro turisty.	MIC (1)	SMO (OER), Mob, Sportovní a rekreační zařízení města Ostravy, s.r.o., T.J.NH, ZOO Ostrava, Ostravské výstavy, a.s., DMMS,o.p.s., Letiště Ostrava, a.s., Hotel Atom, s.r.o., Vítkovice Arena, a.s., DPO, a.s., a provozovatelé a poskytovatelé dotčených zařízení a služeb	3.3.1 V rámci pracovní skupiny destinačního managementu identifikovat vhodné cílové skupiny a vybrat vhodné atraktivity města pro tvorbu produktů a produktových balíčků profesního turismu.  3.3.2 Vytvořit portfolio produktů a produktových balíčků profesního turismu, pokrývajících celoroční nabídku pro identifikované cílové skupiny. K tomu využít již tradičních významných akcí zábavního charakteru buďto dlouhodobě spojovaných s Ostravou, nebo vhodně využívajících existujícího zázemí města (zejména Domov-Dovolená-Region, Investment and Bussines Forum Ostrava, ForArch 2006, Transport 2006, Gastro festival Ostrava 2006, Ekonomický kongres, Průmyslový veletrh Ostrava atd.).  3.3.3 Zajistit jednotící image zpracovávaných produktů, marketing a systém prodeje vytvořených produktů a balíčků profesního turismu.			garant, SMO, partneři, MMR, CzechTo urism
3.4 Vytvoření nabídky produktů a produktových balíčků pro sportovce a sportovní kluby (jde v podstatě o formu profesního cestovního ruchu).	Ostrava disponuje zajímavou a širokou nabídkou sportovních zařízení a infrastruktury, která je využitelná kromě občasných pořádání významných sportovních akcí (MS v hokeji, Zlatá tretra atd.) i pro nabídku specifických balíčků pro sportovce, kteří se potřebují na své závody připravovat se zajištěním kvalitního zázemí. Rovněž pro přípravu takovéto nabídky by bylo vhodné využít blízkosti přírodně atraktivních oblastí (Beskydy, Poodří, Jeseníky). <b>Cílem je</b> vytvoření celoroční nabídky specifické formy profesního turismu	MIC (1)	SMO (OER), Mob, Sportovní a rekreační zařízení města Ostravy, s.r.o., Vítkovice Aréna, a.s., DPO, a.s., DMMS,o.p.s., provozovatelé a poskytovatelé dotčených zařízení a služeb	3.4.1 V rámci pracovní skupiny destinačního managementu identifikovat vhodné cílové skupiny sportovců a sportovních klubů a vybrat vhodná zařízení ve městě pro tvorbu produktů a produktových balíčků sportovně-profesního turismu.  3.4.2 Vytvořit portfolio produktů a produktových balíčků sportovně-profesního turismu, pokrývajících potenciální nabídku pro identifikované cílové skupiny sportovců a sportovních klubů.			garant, SMO, partneři, MMR, CzechTo urism, Česká centra při ZÚ

Opatření	Charakteristika	Garant	Partneři	Aktivity/projekty	Předpokládané náklady v mil. Kč 2006/2007		Zdroje
					Celkové náklady	Náklady z rozp. SMO	
				3.4.3 Zajistit jednotící image zpracovávaných produktů, marketing a systém prodeje vytvořených produktů a produktových balíčků sportovně-profesního turismu.			
3.5 Vytvoření tématických pěších tras ve městě, propojujících zajímavou nabídku místních atraktivit (Radniční věž, Ostravské museum, MiniUni, Slezskostravský hrad, ZOO, architektura, obchody, restaurace, technické památky, atraktivita atd.).	Ostrava zápasí se změnou image, ale zároveň zatím jen minimálně využívá nástrojů, schopných změnit charakter města zejména přístupem k jeho prezentaci. Již dnes Ostrava disponuje celou řadou atraktivit, jejichž propojení, a to nejen vydáním mapy, ale vyznačením, popisy, vytvořením základní „mikroinfrastruktury“ (infotabule, odpočívárny, možnosti uzamčení kol atd.), silnou propagací atd., dá jednoznačný impuls pro místní obyvatele i pro návštěvníky a turisty k tomu, aby začali považovat Ostravu za něco jiného, než byla ve druhé polovině 20. století a zároveň zvýší atraktivitu Ostravy pro volnočasový turismus. Cílem je vytvoření nabídky tématických tras, propojujících atraktivitu města a vytvářejících nabídku poznávacího turismu pro návštěvníky a turisty.	MIC (1)	SMO (OER), Ostravské výstavy, a.s., ZOO Ostrava, PÚ, DMMS, o.p.s., provozovatelé a poskytovatelé dotčených zařízení a služeb	3.5.1 Ve spolupráci se SMO zmapování a následný výběr možných tématických tras ve městě. 3.5.2 Jednání s potenciálně zainteresovanými subjekty CR na tématických trasách městem- navázání úzké spolupráce a "vtažení" do systému. 3.5.3 Vytvoření odpovídajícího systému dopravní obslužnosti v rámci integrovaného systému MHD. 3.5.4 Vytvoření místní mikroinfrastruktury (infotabule, odpočívárny, možnosti uzamčení kol atd.). 3.5.5 Zpracování do stávajících a příprava nových tématických turistických balíčků. 3.5.6 Zpracování tiskových materiálů a tisk průvodců pro návštěvníky dostupných zdarma na IC a v klíčových bodech na trase, případně u řidičů dopravce zajišťující provoz na této trase 3.5.7 Propagace nových turistických možností ve městě směřovaná jak na místní obyvatelstvo tak na mimostravskou klientelu turistů vč. turistů z tur. oblastí Beskyd a Jeseníků, jakožto zajímavé doplňkové formy jejich pobytu.			SMO, MOB, MMR, CzechTourism, partneři

Opatření	Charakteristika	Garant	Partneři	Aktivity/projekty	Předpokládané náklady v mil. Kč 2006/2007		Zdroje
					Celkové náklady	Náklady z rozp. SMO	
<b>4. Podpůrná vybavenost</b>							
4.1 Vytvoření městské prohlídkové autobusové trasy - „city bus tour“	Přesto, že město dnes nabízí řadu atraktivit a památek, neexistuje nabídka pro návštěvníky a turisty, která by jim umožnila bez využití vlastního dopravního prostředku absolvovat trasu po turistických atrakcích města. Výstupem by tedy mělo být zřízení speciální linky pro návštěvníky a turisty, umožňující prohlídku nejzajímavějších atraktivit města a propojující zároveň dopravní uzly (autobusová a vybraná vlaková nádraží), ubytovací kapacity a samotné volnočasové atrakce města. <b>Cílem je</b> dosažení standardní evropské úrovně nabídky města Ostravy v oblasti poznávacího cestovního ruchu.	DPO, a.s.	SMO (OD, OER), MIC (1), provozovatelé atraktivit, DMMS, o.p.s.	4.1.1 V rámci pracovní skupiny destinačního managementu pro oblast Ostravsko identifikovat vhodné varianty trasy a projednat s potenciálními dopravci, partnery a donory. /Jsou vedena jednání – DPO, a.s. však tento projekt nemá zahrnut ve svých podnikatelských aktivitách, a proto na něj nemá vyčleněny žádné finanční prostředky. Předpokladem pro realizaci projektu je finanční krytí z jiných zdrojů/.	0,2 - 2		garant a partneři, donoři, MMR, CzechTourism
				4.1.2 Zpracování doprovodných propagačních a dokumentačních materiálů (letáky, průvodce, e-varianta a nabídka atd.)			
				4.1.3 Příprava potřebného počtu autobusů (speciální úpravy pro potřeby turistů, design a barevné provedení atd.)			
				4.1.4 Zahájení zkušebního provozu			
4.2 Zlepšení stavu komunikací a veřejných ploch v Ostravě	Jedna ze stinných stránek Ostravy je stav komunikací. Zejména centrální části města jsou ve stavu „permanentní rozkopanosti“ již řadu let a zatím nelze spatřovat výrazně pozitivní výstupy. Rovněž hlavní náměstí – Masarykovo nám. – je snad posledním náměstím velkých a středních měst v ČR, které má stále ještě asfaltový a místy navíc velmi nekvalitní povrch. Rovněž komunikace propojující v současné době nejnavštěvovanější atrakce města (ZOO, Slezskostravský hrad	MOB	SMO (OD, ÚHA), KÚ MSK	4.2.1 Příprava 2-letého plánu rekonstrukce a estetizace komunikací a veřejných ploch, významně ovlivňujících image města u návštěvníků a turistů.			SMO, partneři, donorské zdroje, EU
				4.2.2 Prioritní řešení hlavního náměstí v centru - Masarykovo nám. a navazujících komunikací a ploch. Dokončení v roce 2006.			
				4.2.3 Realizace plánu rekonstrukce a estetizace komunikací a veřejných ploch.			

Opatření	Charakteristika	Garant	Partneři	Aktivity/projekty	Předpokládané náklady v mil. Kč 2006/2007		Zdroje
					Celkové náklady	Náklady z rozp. SMO	
				4.2.3.1 Projekt „Stavba přístupové komunikace a vybudování parkoviště pro návštěvníky kostela sv. Kateřiny v Ostravě-Hrabové“. Předpoklad zahájení hlavních stavebních prací - únor 2006, předpoklad dokončení - 31. 8. 2006.	141 010 EUR		25% MOB Hrabová 75% MMR + Phare 2003/II. část
<b>5. Marketing</b>							
5.1 Připravit motivační systém pro návštěvníky a turisty na principu „city card“	Marketingovým nástrojem zvyšujícím atraktivitu města a zároveň motivujícím návštěvníky a turisty ke spotřebě nabízených služeb / produktů cestovního ruchu / atraktivit je dnes již ověřený systém „návštěvnických karet“. Vzhledem k tomu, že město dnes řídí a provozuje (přes vlastněné společnosti – ZOO, Sportovní a rekreační zařízení města Ostravy, s.r.o., Ostravské výstavy, DPO, a.s.) řadu služeb a atraktivit, mělo by společně s nimi zahájit přípravu „Ostravské návštěvnické karty“ a oslovit zájemce z podnikatelské sféry. Vstup do European Cities Tourism navíc umožní využití zkušeností s tímto produktem v podobných městech v Evropě (v ČR provozuje Olomouc) a využití know-how této organizace. <b>Cílem je</b> zvýšení atraktivitu města pro návštěvníky a turisty a podpora jejich motivace k využití nabídky města.	MIC (1)	SMO (OER) , ZOO Ostrava, Sportovní a rekreační zařízení města Ostravy, s.r.o., Ostravské výstavy, DPO, a.s., Ostravská univerzita-Hvězdárna, podnikatelské subjekty, DMMS, o.p.s.	5.1.1 Na základě výstupů z jednání s European Cities Tourism zahájit přípravu realizace produktu „city card“.  5.1.2 Příprava technického projektu pro zavedení elektronické návštěvnické karty a získání podpory z donorských zdrojů.  5.1.3 Zahájení realizace projektu „Ostrava city card“.			garant, SMO, partneři  garant, SMO, partneři, donorské zdroje
<b>6. Organizační rozvoj</b>							

Opatření	Charakteristika	Garant	Partneři	Aktivity/projekty	Předpokládané náklady v mil. Kč 2006/2007		Zdroje				
					Celkové náklady	Náklady z rozp. SMO					
6.1 Oživení centra města.	Oživení centra města je nutnou podmínkou rozvoje turismu ve městě. Živé centrum znamená větší atraktivitu pro návštěvníky a turisty, kteří jsou následně ochotni strávit zde více času a utratit zde více peněz za služby, zboží a suvenýry. Podstatou této aktivity je zejména organizační zajištění a spolupráce zainteresovaných subjektů (poskyvatelé služeb, obchodníci, provozovatelé atraktivit atd.). Následně jde o řadu motivačních nástrojů, které může využít město ve vztahu k zainteresovaným subjektům. <b>Cílem je</b> zvýšení atraktivity centra města a tím i celého města a regionu pro návštěvníky a turisty.	MOb Moravská Ostrava a Přívoz	SMO (KP), provozovatelé služeb, atraktivit, obchodníci v centru, DMMS, o.p.s., Ostravské výstavy, a.s.,	6.1.1 Ve spolupráci se zainteresovanými subjekty a partnery zpracovat plán aktivit a akcí pro centrum města, navazující na kalendář hlavních akcí SMO pro rok 2006. MOb MoaP zpracoval projekt „Centrum žije 2005-2006“. V roce 2005 bylo v rámci tohoto projektu uspořádáno 6 (tzv. velkých) „Propagačních akcí“ a cca 22 „Doprovodných akcí“. Součástí projektu bylo také vyhlášení „Ceny městského obvodu Moravská Ostrava a Přívoz“ pro pořadatele nejzajímavější akce konané na území MOb. Bude vyhodnocena 7. 1. 2006 a ocenění budou předána v průběhu ¼ roku 2006. V roce 2006 předpokládá obvod pokračování 2. části projektu, v rozsahu cca 6 „Propagačních akcí“ a 21 „Doprovodných akcí“, opětovně budou vyhlášeny „Ceny MOb“.	3,1		MOb MOaP				
				6.1.2 Připravit marketingový plán propagace a podpory aktivit a akcí. Bude zpracován v průběhu ¼ roku 2006.							
				6.1.3 Realizace akcí a aktivit a jejich marketingové podpory.							
								6.1.4 Ve spolupráci se zainteresovanými subjekty a partnery zpracovat plán aktivit a akcí pro centrum města, navazující na kalendář hlavních akcí SMO pro rok 2007.			garant, partneři
							6.1.5 Připravit marketingový plán propagace a podpory aktivit a akcí.				
							6.1.6 Realizace akcí a aktivit a jejich marketingové podpory.				

Opatření	Charakteristika	Garant	Partneři	Aktivity/projekty	Předpokládané náklady v mil. Kč 2006/2007		Zdroje
					Celkové náklady	Náklady z rozp. SMO	
				6.1.7 Připravit a realizovat motivační systém pro subjekty v centru města, vedoucí k dosažení požadovaných cílů (úprava budov/výloh, otevírací doba atd.)			garant, partneři
				6.1.8 Zajištění pravidelné zpětné vazby od cílových návštěvníků a turistů a od zainteresovaných subjektů a partnerů.			garant, partneři
6.2 Zkvalitnění nabídky ostravské ZOO	ZOO Ostrava patří svými parametry k největším a nejvýznamnějším v ČR. Přes množství vylepšení v posledních letech je na řadě objektů již patrná sešlost. Většina hlavních objektů pochází z období 60. let a morálně ani fyzicky neodpovídá současným požadavkům. Objekty jsou navíc nesmírně energeticky náročné. Jediná zchátralá restaurace byla letos uzavřena z důvodu havarijního stavu i z důvodu hygienických. <b>Cílem je</b> podpora rozvoje jedné z nejvýznamnějších atraktivit města pro návštěvníky a turisty.	ZOO Ostrava	SMO (OER), MIC (1)	6.2.1 Průběžná přeměna ZOO z místní volnočasové atraktivity na významný celoroční cíl pro domácí i zahraniční turisty (vč. vazby na projekt "Ostrava city card").			garant
				6.2.2 Realizace informačního systému v ZOO (informace o vystavených exemplářích) vč. cizojazyčných mutací (hlavně POL a ANG, v budoucnu snad i NĚM a RUS).			garant, donoři
				6.2.3 Marketingová podpora nabídky (ediční činnost, začlenění do produktů, e-komunikace atd.).			garant, partneři, donoři

### 3. Aktivity ostatních institucí, s účastí SMO jako partnera

Opatření	Charakteristika	Garant	Partneri	Aktivity/projekty	Předpokládané náklady v mil. Kč 2006/2007		Zdroje
					Celkové náklady	Náklady z rozp. SMO	
<b>1. Primární rozvoj</b>							
1.1 Vytvoření nové atraktivy cestovního ruchu na principu „science centre“, charakteristické ho technickou a průmyslovou historií Ostravy a okolí.	Silnou stránkou Ostravy je množství technických památek a atraktivit, spojených s průmyslovou historií. Vytvoření atraktivy typu „science centre“, určené pro poznávání a objevování světa a jeho zákonitostí netradiční formou a představující řadu technických (fyzikálních) procesů, spojených s průmyslovou historií posílí pozici Ostravy na trhu poznávacího cestovního ruchu, zejména bude-li navazovat na některou z industriálních atraktivit nebo technických památek města (viz <a href="http://www.labyrinth-ostlava.cz">http://www.labyrinth-ostlava.cz</a> ). <b>Cílem je</b> zvýšení atraktivy města s využitím stávajících silných stránek (průmyslová a technická orientace) a vytvoření specifické atraktivy, rozšiřující nabídku pro poznávací a zábavní cestovní ruch.	Labyrinth, o.p.s.	SMO, VŠB-TU Ostrava, Vítkovice a.s., Mittal Steel, a. s.	1.1.1 Dobudování pracovních týmů (Odborná rada, Poradní sbor) pro rozvoj Labyrintu.			garant, KÚ MSK, EU, státní rozpočet
				1.1.2 Ukončení jednání o výběru lokality a podpis smlouvy.			
				1.1.3 Dokončení projektové dokumentace			
				1.1.4 Dokončení a podání žádosti do SROP			
				1.1.5 Projekční práce (budova, interiér, expozice)			
				1.1.6 Realizace ( budova, interiér, expozice)			
				1.1.7 PR aktivity			
				1.1.8 Zahájení provozu			
1.2 Vytvoření marketingového multimediálního centra turismu regionu.	Ostrava je přirozeným centrem a zároveň vstupní bránou do regionu (poloha na železničním koridoru, letiště, silniční uzel a výhledové napojení na dálniční síť), kam přijíždí ročně tisíce návštěvníků z profesních důvodů nebo na jednodenní návštěvy (za nákupy, rodinou, známými atd.). Vytvoření atraktivní pestré a zajímavé multimediální nabídky turistického regionu SMaS na jednom místě posílí na jedné straně roli Ostravy jako 3. největšího města ČR a přirozené metropole regionu a zároveň přispěje ke zvýšení atraktivy celého regionu. Návštěvníci	DMMS, o.p.s.	MSK, SMO (OER), MOb Moravská Ostrava a Přívoz, Enterprise plc, s.r.o.	1.2.1 DMMS, o.p.s. připraví projekt multimediálního centra pro předložení v rámci donorských programů (SROP, Program podpory CR a lázeňství/MMR)			garant, KÚ MSK, EU, státní rozpočet
				1.2.2 Výběr lokalizace projektu v Ostravě.			
				1.2.3 Dokončení projekčních prací, zpracování žádosti a předložení projektu v rámci SROP			
				1.2.4 Realizace projektu			

Opatření	Charakteristika	Garant	Partneři	Aktivity/projekty	Předpokládané náklady v mil. Kč 2006/2007		Zdroje
					Celkové náklady	Náklady z rozp. SMO	
				1.2.5 Reklamní kampaň a zahájení provozu multimediálního centra			
<b>2. Sekundární rozvoj</b>							
2.1 Vytvoření tématické trasy v „Nové Huti“.	Ostrava má paradoxně již velmi omezené možnosti nabídky fungujících tradičních průmyslových odvětví. Pro oživení nabídky a koneckonců i pro majitele Nové Huti může znamenat využití stávajících fungujících provozů pro turismus zajímavou nabídku, zvyšující atraktivitu města a zároveň být nástrojem propagace stávajících majitelů. Cílem je zvýšení atraktivitu poznávací nabídky města a tím zvýšení atraktivitu města jako celku pro návštěvníky a turisty.	Mittal Steel, a.s.	SMO (OER), MIC (1)	<p>2.1.1 Zahájení jednání s představiteli Mittal Steel, a.s. a Diamo, s.p. - seznámení se záměrem, společná identifikace možností</p> <p>2.1.2 Identifikace potenciálních tématických tras</p> <p>2.1.3 Zpracovat bezpečnostně-provozní řád pro turisty, přesně alokovat trasu v závodě, poskytnutí odborného průvodce - pracovníka závodu.</p> <p>2.1.4 Zajistit proškolené odborné animátory, kteří dorazí na místo s danou tur. skupinou, základní poučení (důkladné na místě) turistů v otázce bezpečnostních pravidel tohoto turistického produktu.</p> <p>2.1.5 Zpracování turistických balíčků s využitím dané tématické trasy v Mittal Steel, a.s., Diamo, s.p. vč. patřičné propagace.</p>			garant, partneři, donoři, MMR, CzechTourism
<b>3. Terciární rozvoj</b>							
3.1 Vytvoření nabídky společných produktů a produktových balíčků s turistickými oblastmi regionu Severní Morava a Slezsko	Polohy a charakteru Ostravy je možno využít při přípravě společných produktových balíčků s okolními turisticky atraktivními a trhu turismu pozitivně vnímanými oblastmi (zejména Beskydy a Jeseníky) k nabídce společných produktových balíčků, navzájem se vhodně doplňujících a využívajících silných stránek jednotlivých partnerů ke zvýšení	DMMS, o.p.s.	zařízení města Ostravy, s.r.o., TJ NH, ZOO Ostrava, Ostravské výstavy, a.s., Letiště Ostrava, a.s., DPO, a.s., provozovatelé a	3.1.1 Ve spolupráci s DMMS a s okolními turistickými oblastmi identifikovat vhodné možnosti společných produktů a produktových balíčků a vhodné cílové skupiny.			SMO, partneři, MMR, CzechTourism, Česká centra při ZÚ

Opatření	Charakteristika	Garant	Partneři	Aktivity/projekty	Předpokládané náklady v mil. Kč 2006/2007		Zdroje
					Celkové náklady	Náklady z rozp. SMO	
				3.1.2 Vytvořit portfolio společných produktů a produktových balíčků, pokrývajících celoroční nabídku pro identifikované cílové skupiny.			
				3.1.3 Zajistit vhodný image zpracovávaných produktů, marketing a systém prodeje vytvořených společných produktů a balíčků.			
<b>4. Podpůrná vybavenost</b>							
4.1 Dopravní obslužnost Stodolní ulice	Zvýšení dostupnosti a tím i atraktivnosti Stodolní ulice je na jedné straně zájmem zejména provozovatelů klubů, na druhé straně co nejrychlejší, nejméně hlučné a nejbezpečnější vyvezení zábavou unavených návštěvníků z centra je zájmem veřejné sféry (zejména SMO/MOb Moravská Ostrava). Ve spolupráci s DPO, a.s./dalšími dopravci a sdružení Stodolní ulice by tedy bylo vhodné nabídnout tuto službu zájemcům o zábavu z městských částí Ostravy a z širokého okolí, včetně např. významných rekreačních center v Beskydech. Tuto službu je možné zaměřit v mimosezóně zejména na páteční a sobotní noci, v průběhu rekreační (tj. letní a zimní) sezony je možné zvážit takovouto službu i pro všední dny v týdnu. <b>Cílem je zlepšení dopravní obslužnosti Stodolní ulice</b> jednak pro	Agentura Stodolní ulice	SMO (OD), MOb, DPO, a.s., okolní města, provozovatelé atraktivit a služeb v blízkých rekreačních centrech, ostatní dopravci	4.1.1 Vytvoření návrhu zlepšení dopravní obslužnosti Stodolní ulice v rámci města Ostravy a jeho nejbližšího okolí. Jednalo by se o noční propojení Stodolní s městskými částmi a nejbližšími satelity Ostravy (např. Petřkovice, V. Polom, Klimkovice, Vratimov). Noční linka by byla provozována v pátky a soboty v noci a ze Stodolní by vyjížděla cca. 2 - 3x v hodinových intervalech (např. 01.00, 02.00 a 04.00 hod.). Kromě předpokládaného růstu návštěvníků a jejich výdajů za zábavu v centru města lze spatřovat přínos i ve snížení rizik, spočívajících v řízení motorových vozidel pod vlivem alkoholu. Linka by měla být provozována na komerčním základě, SMO / MOb by se měly podílet na propagaci.			SMO, MOb Mor. Ostrava a Přívoz, DPO, a.s., partneři
				4.1.2 Projednání projektu mezi zainteresovanými stranami (SMO, MOb Mor. Ostrava a Přívoz, Agentura Stodolní ulice, DPO, a.s.), příprava a realizace pilotního projektu.			

Opatření	Charakteristika	Garant	Partneři	Aktivity/projekty	Předpokládané náklady v mil. Kč 2006/2007		Zdroje
					Celkové náklady	Náklady z rozp. SMO	
				4.1.3 Vytvoření pracovní skupiny ze zainteresovaných zástupců (Agentura Stodolní ulice, SMO, MOB Mor. Ostrava a Přívoz, DMMS,o.p.s., Beskydhost atd.) a zpracování návrhu dopravního propojení centra města (vč. Stodolní ulice) s významnými rekreačními centry zejména v Beskydech (Ostravice, Čeladná, Frenštát p. R., Frýdlant n. O. atd.) v období zimní a letní sezony za účelem zlepšení nabídky turistům v rekreačních centrech Beskyd a zvýšení návštěvnosti Stodolní ulice a centra města (SMO / MOB Mor. Ostrava a Přívoz by se mohly podílet na propagaci aktivity).			SMO, MOB Mor. Ostrava a Přívoz, DPO, a.s., klienti
				4.1.4 Projednání projektu mezi zainteresovanými stranami (SMO, MOB M. Ostrava, Agentura Stodolní ulice, DPO, a.s., Beskydhost atd.), příprava a realizace pilotního projektu.			
4.2 Vyřešení propojení centra Ostravy s letištěm (silniční / kolejové)	Přesto, že Ostrava disponuje druhým technicky nejlépe vybaveným mezinárodním letištěm v ČR (délka dráhy), je pro zájemce o letecké spojení úzkým místem propojení centra města s letištěm. Zájemce má tři základní možnosti – vlastní doprava po poměrně velmi zatížené dvouproudé silnici první třídy, využití zatím poměrně omezené nabídky linkové dopravy (autobusová linka č. 33) nebo využití taxislužby. Pro dlouhodobé řešení by bylo vhodné buďto propojení města s letištěm kolejovou dopravou, nebo rozšíření a zlepšení	MSK	Letiště Ostrava, a.s., SMO (OD)	4.2.1 Projednání rozvojových záměrů letiště s jeho managementem a vlastníkem (MSK), vyhodnocení předpokládaného nárůstu dopravy mezi letištěm a centrem města, zadání studie řešení optimálního dopravního propojení letiště s centrem města.			garant, partneři, strukturální fondy

Opatření	Charakteristika	Garant	Partneři	Aktivity/projekty	Předpokládané náklady v mil. Kč 2006/2007		Zdroje
					Celkové náklady	Náklady z rozp. SMO	
				4.2.2 Zpracování studie a rozplánování výstupů studie do realizační podoby.			
4.3 Rozšíření nabídky pravidelných leteckých linek	<p>Přesto, že Ostrava disponuje druhým technicky nejlépe vybaveným mezinárodním letišťem v ČR (délka dráhy), je pro zájemce o letecké spojení úzkým místem počet provozovaných pravidelných linek (dnes jen Ostrava – Praha a Ostrava-Vídeň). Je proto žádoucí hledat cesty rozšíření nabídky těchto pravidelných linek, což následně velmi napomůže letecké dostupnosti města, a tím zvýšení atraktivity města a celého regionu zejména pro zájemce o krátkodobé pobyty v regionu (2 – 4 dny), což je jednoznačným trendem posledních let (krátkodobé, ale časté pobyty, zejména s využitím nízkonákladových leteckých společností a využitím internetu jako základního informačního a rezervačního média). <b>Cílem je</b> využití významné potenciální silné stránky města a regionu pro zvýšení atraktivity nejen města Ostravy, ale celého regionu pro příjezdový cestovní ruch.</p>	Letiště Ostrava, a. s.	MSK, Letiště Ostrava, a. s., SMO (OER), provozovatelé služeb cestovního ruchu, významné podniky v Ostravě, DMMS, o.p.s., letečtí přepravci,	<p>4.3.1 Vytvoření pracovní skupiny zástupců zainteresovaných stran (garant + partneři).</p> <p>4.3.2 Zpracování společného plánu aktivit pro rozvoj nabídky pravidelných leteckých linek spojujících Ostravu s důležitými, příjezdový cestovní ruch zásadně ovlivňujícími, destinacemi (zejména Francie, Nizozemsko, Německo, Rakousko, Rusko, Velká Británie).</p> <p>4.3.3 Realizace společného plánu aktivit.</p>			garant, partneři
<b>5. Marketing</b>							

Opatření	Charakteristika	Garant	Partneři	Aktivity/projekty	Předpokládané náklady v mil. Kč 2006/2007		Zdroje
					Celkové náklady	Náklady z rozp. SMO	
5.1 Příprava a realizace famtripů a prestripů pro ovlivňovatele (vydavatelé průvodců, novináři, provozovatelé e-průvodců, zahraniční cestovní kanceláře) trhu cestovního ruchu	Nejlepším nástrojem jak přesvědčit potenciálního klienta o kvalitě nové značky je „dát mu ji ochutnat“, resp. „dát ji ochutnat“ tzv. „opinion leaderům“, tedy osobám, které mají možnost ovlivňovat názory velkých skupin lidí. V oblasti turismu a volnočasových aktivit zde patří novináři, vydavatelé turistických průvodců, prodejci produktů – tedy cestovní kanceláře atd. ČCCR má program podpory famtripů a ve spolupráci s DMMS jich bylo již v roce 2004 několik zrealizováno (ať již přímo do Ostravy, nebo v propojení s nabídkou ostatních destinací). <b>Cílem je</b> podpora nabídky města na cílových trzích cestovního ruchu a prezentacích v zahraničí, změna image města Ostravy.	DMMS, o.p.s.	ČCCR-CZT, SMO (OER), MIC (1), provozovatelé atrakcí, doplňkových služeb,	5.1.1 Příprava plánu fam a press tripů pro rok 2006 (ve spolupráci s DMMS a s CzechTourismem)			garant, partneři
				5.1.2 Realizace fam a press tripů v roce 2006		0,85	SMO (OER)

Opatření	Charakteristika	Garant	Partneři	Aktivity/projekty	Předpokládané náklady v mil. Kč 2006/2007		Zdroje
					Celkové náklady	Náklady z rozp. SMO	
5.2 Zvýšit rozsah a intenzitu propagace atraktivit cestovního ruchu města	Z marketingových šetření vyplývá velmi malá znalost Ostravy, resp. jejich atraktivit cestovního ruchu jak v samotném regionu (SMaS, MSK), tak zejména v dalších částech ČR a v zahraničí. Změna image je dlouhodobým úkolem a bez výraznějších investic do nápaditě zpracované a cílené propagace turistických a volnočasových atraktivit města je dosažení této změny téměř nereálné. <b>Cílem je</b> podpora nabídky města na cílových trzích cestovního ruchu a podpora změny image města Ostravy v rámci prezentačních akcí v zahraničí společně s Janáčkovou filharmonií Ostrava a Národním divadlem moravskoslezským.	DMMS,o.p.s.	MIC (1), SMO (OER, KP), MOB, Sportovní a rekreační zařízení města Ostravy, s.r.o., Ostravské výstavy, a.s., ČCCR-CzT, soukromé	5.2.1 Realizace intenzivní marketingové podpory pro akce roku 2006 (v souladu s kalendářem akcí, marketingovým plánem. <ul style="list-style-type: none"> <li>vytvoření tématického materiálu nabídky Ostravy v rámci katalogu turistického regionu SMaS (členěného dle jednotlivých turistických oblastí, témat a produktů), který bude garantován DMMS, včetně potřebných jazykových mutací (i v arabštině)</li> <li>vytvoření marketingové tiskoviny zaměřené na industriální památky Ostravy v rámci katalogu industriálních atraktivit SMaS, která bude garantována DMMS</li> <li>vytvoření marketingové tiskoviny s tématickým zaměřením Gastronomie Ostravy v rámci společného katalogu za SMaS, který bude garantován DMMS</li> <li>vytvoření marketingové tiskoviny na podporu cykloturistiky v Ostravě v rámci katalogu cykloturismu za SMaS, který bude realizován DMMS</li> </ul>			garant, partneři
<b>6. Organizační rozvoj</b>							
6.1 Zkvalitnění nabídky Hornického muzea OKD	Hornické muzeum OKD disponuje velkým rozvojovým potenciálem, který by mohl být velmi atraktivní i pro zahraniční turisty. Nedostatkem však je opět chybějící informační a orientační systém v cizích jazycích (ANG, NĚM, POL) a zajištění průvodců s	Hornické muzeum OKD	OKD,a.s., člen koncernu KARBON INVEST, a.s., SMO (OER), MOB	6.1.1 Zajištění cizojazyčných informačních a propagačních materiálů (vč. www stránek)  6.1.2 Příprava společných propagačních materiálů s ostatními industriálními atrakcivami ve městě a v regionu.			garant, donoři
							garant, partneři, donoři

Opatření	Charakteristika	Garant	Partneři	Aktivity/projekty	Předpokládané náklady v mil. Kč 2006/2007		Zdroje
					Celkové náklady	Náklady z rozp. SMO	
				6.1.3 Začlenění Hornického muzea OKD do orientačního systému města.			garant
6.2 Zlepšení úrovně stávajících ubytovacích kapacit ve městě	Řada hotelů v Ostravě nesplňuje aktuální požadavky na úroveň služeb a úroveň poskytovaných služeb není značena v souladu se standardy. SMO by měl ve spolupráci s profesními sdruženími (UNIHOST, HOREKA, NFHR), která jsou zároveň certifikačními institucemi, hledat cestu ke zlepšení kvality ubytovacích služeb. <b>Cílem je</b> zlepšení úrovně ubytovacích služeb města Ostravy.	KHK MSK	UNIHOST, HOREKA, NFHR, provozovatelé ubytovacích zařízení, SMO, MIC (1)	6.2.1 Vytvoření a realizace motivačního systému zaměřeného na zlepšení kvality poskytovaných služeb (např. soutěž nejlepší ubytovatel, analogie k "Dům roku").			garant, partneři
				6.2.2 Podpora zavádění jednotné certifikace hotelů a ubytovacích zařízení ve městě.			
6.3 Zlepšení úrovně personálu v ubytovacích, stravovacích a ostatních zařízeních cestovního ruchu	Mezi nejhůře hodnocenými z pohledu turistů jsou poskytovatelé služeb – personál. Společným zájmem by mělo být hledání společných cest řešení s profesními sdruženími (UNIHOST, HOREKA, NFHR) a s jednotlivými provozovateli zařízení. V zahraničí jsou osvědčenými nástroji např. motivační programy typu vyhlášení soutěže o nejlepšího ubytovatele, ale také je to podpora vzdělávacích aktivit personálu apod. <b>Cílem je</b> zlepšení úrovně ubytovacích služeb města Ostravy.	KHK MSK	MIC (1), SMO, MOB, UNIHOST, HOREKA, NFHR provozovatelé ubytovacích zařízení, provozovatelé služeb, vzdělávací instituce	6.3.1 Vytvoření výcvikového programu pro provozovatele a personál ubytovacích zařízení s využitím donorských zdrojů (OP RLZ).			garant, partneři, donoři, (OP RLZ)
				6.3.2 Vytvoření motivačních programů typu nejlepší recepční / číšník / servírka atd.			

**Použité zkratky:**

ATIC ... Asociace turistických informačních center  
CK ... cestovní kanceláře  
ČCCR-CzT ... Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism  
ČD, a.s. ... České dráhy, a.s.  
DCR ... domácí cestovní ruch  
DMMS, o.p.s. ... Destinační management Moravsko – Slezský, o.p.s.  
DPO, a.s. ... Dopravní podnik Ostrava, a.s.  
HOREKA ... Sdružení podnikatelů v pohostinství a cestovním ruchu  
IC ... informační centra  
KHK MSK.....Krajská hospodářská komora Moravskoslezského kraje  
KP.....odbor kanceláře primátora  
KÚ MSK... Krajský úřad Moravskoslezského kraje  
MD ČR ... Ministerstvo dopravy ČR  
MHD ... Městská hromadná doprava  
MIC (1). ... Městské informační centrum,o.p.s. (zastupitelstvo města uložilo radě města započít činnost vedoucí k možnému zrušení této obecně prospěšné společnosti a předložit zastupitelstvu města nejvhodnější návrh na založení /popř. zřízení/ nové právnické osoby danou problematikou se zabývající)

MK ČR ... Ministerstvo kultury ČR  
MMR ... Ministerstvo pro místní rozvoj  
MOb ... městské obvody  
MOb MoaP...Městský obvod Moravská Ostrava a Přívoz  
MPO ČR ... Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR  
MSK ... Moravskoslezský kraj  
NDM ... Národní divadlo Moravskoslezské  
NFHR ... Národní federace hotelů a restaurací ČR  
NPÚ ... Národní památkový ústav  
OD..... odbor dopravy  
OER.... odbor ekonomického rozvoje  
OKaB....odbor komunální a bytový  
OKD, a.s. ... Ostravsko-karvinské doly, a.s.  
OP RLZ ... Operační program Rozvoj lidských zdrojů  
SFŽP... Státní fond životního prostředí  
SMaS ... Severní Morava a Slezsko  
SMO ... Statutární město Ostrava  
TJNH ... Tělovýchovná jednota Nová Huť  
ÚHA.... Útvar hlavního architekta  
UNIHOST ... Sdružení podnikatelů v pohostinství, stravovacích a ubytovacích službách ČR  
VŠB-TU ... Vysoká škola báňská - Technická univerzita  
ZÚ ... zastupitelské úřady