



Závěrečná zpráva za rok 2014

(leden–prosinec 2014)

- Zadavatel:** Statutární město Olomouc
Olomoucký kraj
- Název projektu:** Marketingová podpora Olomouc region Card
- Zhotovitel:** RNDr. Ivan Marek
Reklamní a marketingová agentura m-ARK, Olomouc
- Zpracoval:** Ondřej Marek
Reklamní a marketingová agentura m-ARK, Olomouc

OBSAH:

1.0 Základní data o systému Olomouc region Card.....	2
pro Závěrečnou zprávu za rok 2014	2
2.0 Marketingový mix.....	2
2.1 Produkt Olomouc region Card	2
2.2 Cena karet	3
2.3 PRODEJCI – distribuce Olomouc region Card	3
2.4 SUBJEKTY – zapojené do projektu.....	3
3.0 Prodej Olomouc region Card za rok 2014.....	4
3.1 Přehled prodeje.....	4
3.2 Prodej podle typu karet	4
3.3 Prodej podle měsíců	4
3.4 Prodej u jednotlivých prodejců.....	5
4.0 Návštěvnost subjektů s ORC v roce 2014	5
4.1 Návštěvnost subjektů se vstupy ZDARMA	5
4.2 Nejnavštěvovanější subjekty v systému ORC	5
5.0 Podpora projektu Olomouc region Card v roce 2014	7
5.1 Internet.....	7
5.1.1 Aktualizace portálu www.olomoucregioncard.cz	7
5.1.2 Odkazy na stránky Olomouc region Card	7
5.2 Inzerce – cestovní kanceláře.....	7
5.3 Propagace karty Olomouckým krajem.....	7
5.3.1 Propagace v nově vydaných tur. materiálech	7
5.3.2 Propagace na veletrzích a propagačních akcích	7
5.3.2 Přehled inzerce s upoutávkou na ORC.....	8
5.4 Propagace karty městem Olomouc	8
5.4.2 Přehled inzercí města Olomouce s upoutávkou na kartu:	8
5.4.3 Propagační materiály a letáky města Olomouce s upoutávkou na kartu:	8
5.5 Materiály vydávané v rámci projektu ORC.....	8
5.5.1 Informační brožura	8
5.5.2 Informační leták – obecný	9
5.6 Propagace karty v rámci turistických balíčků a partnerských kampaní	9
6.0 Ekonomika projektu.....	10
6.1 Plánovaný / skutečný rozpočet na rok 2014	10
ZÁVĚR.....	11
PŘÍLOHY	12

1.0 Základní data o systému Olomouc region Card

pro Závěrečnou zprávu za rok 2014

- Zadavatel:** Statutární město Olomouc a Olomoucký kraj
Kontaktní osoby:
Město Olomouc: Mgr. Karin Vykydalová, Ing. Lucie Bartovská
Olomoucký kraj: Mgr. Radek Stojan, Bc. Tomáš Weber Vysloužil
- Název:** **systém** Olomouc region Card pro rok 2014
- Zhotovitel:** RNDr. Ivan Marek
reklamní a marketingová agentura m-ARK, Olomouc
- Cíl projektu:** Aktualizovat a rozvíjet systém Olomouc region Card tak, aby přinášel výhody návštěvníkům Olomouce i oběma turistickým regionům: Střední Morava a Jeseníky.
- Marketingové cíle:** Podpořit prodej turistické karty a zapojit nové subjekty.
Udržovat stabilní a fungující prodejní síť Olomouc region Card.
- Komunikační cíl:** Zasáhnout povědomí návštěvníků s tím, že zde existuje turistický produkt – tur. slevová karta, která zásadním způsobem rozšiřuje počet výhod a přináší úsporu peněz při návštěvě památek, muzeí, restaurací a dalších atraktivit, atrakcí i služeb a to nejen v Olomouci, ale také v turistických regionech Střední Morava a Jeseníky.
- Realizace:** leden–prosinec 2014
- Příspěvek r. 2014:** příspěvek Olomoucký kraj: 371.800 Kč (bez DPH),
příspěvek statutární město Olomouc: 200.200 Kč (vč. DPH).

2.0 Marketingový mix

2.1 Produkt Olomouc region Card

Na základě vypracované marketingové analýzy (září 2004) byla stanovena časová platnost produktu **Olomouc region Card** ve dvou variantách – 48 hod. a 5 dní. Ke každé kartě byl vytvořen též dětský ekvivalent, který mohou využívat děti do dovršení 15 let. Tato podoba karet zůstává zachována beze změny od počátku projektu.

Od roku 2011 se pro výrobu karet používá technologie plastové karty s identifikačními prvky. V roce 2012 byla karta poprvé doplněna také čárovým kódem, který převedl jedinečný identifikační alfanumerický kód každé karty do podoby zápisu vhodného pro optická čtecí zařízení. Doposud ale nedošlo k připravované částečné nebo úplné digitalizaci karty, takže tento systém nemohl být v praxi využit.

2.2 Cena karet

Ceny Olomouc region Card pro rok 2014 byly následující:

Doba platnosti karty	Cena karty
Karta 48 hodin - dítě	90 Kč
Karta 48 hodin - dospělý	180 Kč
Karta 5 denní - dítě	180 Kč
Karta 5 denní - dospělý	360 Kč

2.3 PRODEJCI – distribuce Olomouc region Card

Největší zastoupení mezi prodejci mají informační centra a někteří zapojení partneři, kteří jsou zároveň i prodejci karet (např. muzea, ubytovací zařízení aj.). Seznam prodejců k prosinci 2014 viz příloha č. 2.

Počet prodejců ORC 2010–2014, stav k poslednímu dni uvedeného měsíce

Prodejci ORC	Rok				
	2010	2011	2012	2013	2014
	prosinec	prosinec	prosinec	prosinec	prosinec
CELKEM	71	66	67	64	65

Počet prodejců se v posledních letech nijak dramaticky nemění. Každým rokem systém ORC o 2-3 prodejce přijde a podobný počet nových prodejců zase získá. Každý prodejce má nárok na provizi 10 % z prodeje.

2.4 SUBJEKTY – zapojené do projektu

Seznam zapojených subjektů k prosinci 2014 je uveden v příloze č. 3.

Počet subjektů ORC 2010–2014, stav k poslednímu dni uvedeného měsíce

Subjekty ORC	Rok				
	2010	2011	2012	2013	2014
	prosinec	prosinec	prosinec	prosinec	prosinec
Vstupy zdarma	72	75	78	70	81
Slevy	124	120	102	112	100
CELKEM	196	195	180	182	182

Všechny subjekty byly před zahájením turistické sezony a přípravou nové „Informační brožury“ pro rok 2014 obeslány s žádostí o aktualizaci svých údajů, příp. byla s nimi podepsána nová smlouva. Počty zapojených akceptantů karty se každoročně mění. Nově zapojení akceptanti, stejně jako všichni stávající jsou vybaveni potřebnými materiály a informováni o celém projektu. Nováčci také zaškoleni do problematiky akceptace karet a vyplňování hlášení apod. Většinou spolupracovníků byly příslušné materiály zaslány poštou. Průběžná komunikace se subjekty probíhá telefonicky, e-mailovou poštou a dle potřeby také osobní schůzkou.

Akceptanti karty, kteří uzavřeli „Smlouvu o spolupráci“, byli poučeni o podmínkách refundace vstupného při poskytování volného vstupu držitelům karet. K vyúčtování vstupů je standardně používán Evidenční list pro akceptanty, který slouží k zaznamenávání vstupů a následně k vyúčtování. Vyúčtování refundací vstupného je realizováno prostřednictvím databázového programu HORCA, kde jsou evidovány vstupy s kartou a

výše refundace. Refundace probíhá standardně 2x ročně a to vždy k 30. 6. a k 31. 12. (dle potřeby jednotlivých subjektů též k datu ukončení jejich turistické sezóny). Na vyžádání probíhá refundace také po jiných periodách. Výše refundace je stanovena smlouvou v určité procentuální výši z běžného vstupného. Nově zapojené i končící subjekty jsou uvedeny v příloze č. 1.

Každoročně je za sledované období zaznamenáno zneužití karet. V letošním roce bylo zaznamenáno celkem 12 případů zneužití karet. Těmto případům by zabránila digitalizace systému ORC.

Výjimečné postavení v celém projektu má Dopravní podnik města Olomouce a několik dalších akceptantů karty, pro které by bylo zaznamenávání zde využitých karet přinejmenším problematické. S těmito subjekty byla zavedena tzv. jednorázová refundace, jejíž výška je stanovena smlouvou.

Poskytovatelé slev bez refundace vstupného se nezavázali k zaznamenávání vstupů s kartou. Údaje od těchto subjektů jsou většinou dohadné a slouží k doplnění statistických údajů projektu a využití Olomouc region Card.

3.0 Prodej Olomouc region Card za rok 2014

3.1 Přehled prodeje

Prodej ORC 2010–2014, podíl přímého prodeje a ostatních typů prodeje

	2010	2011	2012	2013	2014
Celkový prodej (ks)	10629	4202	5134	5264	7374
z toho v ks:					
Přímý prodej	7134	2381	3294	3498	5772
CK	1552	1349	1453	1097	947
Prodej administrátorem nebo zřizovateli	1943	472	151	545	537
Prezentace administrát. nebo zřizovatelů			236	124	118

3.2 Prodej podle typu karet

Prodej ORC 2010–2014 podle typu karet

Typ karty	Rok				
	2010	2011	2012	2013	2014
2A – 48 hod.	9480	3000	3473	4004	5552
2K – 48 hod. Kids	699	681	973	762	1221
5A – 5 dní	362	434	562	395	475
5K – 5 dní Kids	88	87	126	103	126
Celkem	10629	4202	5134	5264	7374

3.3 Prodej podle měsíců

Prodej ORC 2010–2014 podle měsíců v roce

Měsíc	Rok				
	2010	2011	2012	2013	2014
leden	49	62	28	39	29
únor	72	56	31	10	125
březen	148	56	66	71	129
duben	3095	547	348	267	658

květen	2167	481	794	886	815
červen	2552	743	860	694	1080
červenec	893	959	1079	1484	1320
srpen	1340	807	1091	1024	1985
září	171	198	368	408	532
říjen	105	133	175	213	496
listopad	19	144	114	145	103
prosinec	18	16	180	23	102
CELKEM	10629	4202	5134	5264	7374

V roce 2014 došlo k výraznému nárůstu prodeje karet. Zvýšení prodeje souvisí především s faktem, že partneři z řad ubytovatelů pochopili, jaký obchodní a marketingový nástroj jim karta ORC nabízí a jak ji lze dobře využít v nabídce vlastních služeb a vytvořily řadu zajímavých turistických balíčků s kartou ORC.

Dalším přínosem pro prodej karet ORC byly také úspěšné akce města Olomouce a Olomouckého kraje – např. Olomoucký půlmaratón, akce Stay overnight, Májová a Adventní Olomouc aj. Na všech těchto akcích a řadě dalších byly karty účastníkům nabízeny.

3.4 Prodej u jednotlivých prodejců

viz Příloha č. 2

4.0 Návštěvnost subjektů s ORC v roce 2014

Počet vstupů zdarma a výše refundací evidovaných vstupů s ORC 2010–2014

	2010	2011	2012	2013	2014
Evidované vstupy celkem	9312	10631	14633	13003	18916
Výše refundací celkem	486 836 Kč	490 489 Kč	627 417 Kč	467 747 Kč	663 645 Kč
Celkový prodej (ks)	10629	4202	5134	5264	7374

4.1 Návštěvnost subjektů se vstupem ZDARMA

Počet uskutečněných evidovaných vstupů zdarma s ORC 2010–2014 naleznete v Příloze č. 3. Seznam všech subjektů zapojených do systému ORC v roce 2014 naleznete v Příloze č. 4.

4.2 Nejnavštěvovanější subjekty v systému ORC

TOP 5 nejvíce navštěvovaných subjektů se vstupem zdarma za rok 2010

TOP 5	Název subjektu	Počet vstupů - 2010	Výše refundace - 2010
1.	Zoo Olomouc	1384	54 620,00 Kč
2.	Hrad Bouzov	986	51 013,00 Kč
3.	Veteran Arena Olomouc	909	72 811,00 Kč
4.	NPÚ Kroměříž – zámek, zahrady, mincovna	687	50 000,00 Kč
5.	Ruční papírna Velké Losiny	593	38 504,00 Kč

TOP 5 nejvíce navštěvovaných subjektů se vstupem zdarma za rok 2011

TOP 5	Název subjektu	Počet vstupů - 2011	Výše refundace - 2011
1.	Zoo Olomouc	1120	59 775,00 Kč
2.	Hrad Bouzov	986	70 257,00 Kč
3.	Veteran Arena Olomouc	893	67 786,00 Kč
4.	NPÚ Kroměříž – zámek, zahrady, mincovna	683	25 000,00 Kč
5.	Ruční papírna Velké Losiny	671	42 288,00 Kč

TOP 10 nejvíce navštěvovaných subjektů se vstupem zdarma za rok 2012

TOP 10	Název subjektu	Počet vstupů - 2012	Výše refundace - 2012
1.	Zoo Olomouc - Sv. Kopeček	2174	102 700,00 Kč
2.	Hrad Bouzov	1240	78 391,50 Kč
3.	Veteran Arena Olomouc	1210	98 616,00 Kč
4.	Hrad Šternberk	957	50 655,00 Kč
5.	Zámek Velké Losiny	846	43 609,50 Kč
6.	Ruční papírna Velké Losiny – Muz. papíru	834	56 148,00 Kč
7.	Arcibiskupský palác	791	22 575,00 Kč
8.	Sbírkové skleníky	552	6 440,00 Kč
9.	Vlastivědné muzeum Olomouc	520	6 940,00 Kč
10.	Botanická zahrada Olomouc	429	2 962,50 Kč

TOP 10 nejvíce navštěvovaných subjektů se vstupem zdarma za rok 2013

TOP 10	Název subjektu	Počet vstupů - 2013	Výše refundace - 2013
1.	Zoo Olomouc - Sv. Kopeček	2478	61 386,00 Kč
2.	Hrad Bouzov	1532	97 301,00 Kč
3.	Hrad Šternberk	1020	53 286,00 Kč
4.	Veteran Arena Olomouc	924	44 539,00 Kč
5.	Arcibiskupský palác	514	14 370,00 Kč
6.	Muzeum Olomouckých tvarůžků A. W.	499	6 625,00 Kč
7.	Vlastivědné muzeum Olomouc	489	6 405,00 Kč
8.	Zámek Náměšť na Hané	489	13 755,00 Kč
9.	Arcidiecézní muzeum Olomouc	430	4 882,00 Kč
10.	Botanická zahrada Olomouc	422	4 965,00 Kč

TOP 10 nejvíce navštěvovaných subjektů se vstupem zdarma za rok 2014

TOP 10	Název subjektu	Počet vstupů - 2014	Výše refundace - 2014
1.	Zoo Olomouc - Sv. Kopeček	3484	85 265,00 Kč
2.	Hrad Bouzov	2304	145 827,00 Kč
3.	Veteran Arena Olomouc	1762	84 272,00 Kč
4.	Hrad Šternberk	1393	73 365,00 Kč
5.	Arcibiskupský palác	1089	31 095,00 Kč
6.	Vlastivědné muzeum Olomouc	863	12 848,00 Kč
7.	Arcidiecézní muzeum Olomouc	795	11 520,00 Kč
8.	Muzeum Olomouckých tvarůžků A.W.	718	16 185,00 Kč
9.	Sbírkové skleníky Olomouc	693	8 023,00 Kč
10.	Botanická zahrada Olomouc	650	7 665,00 Kč

V roce 2014 zaznamenal systém ORC vysoký nárůst vstupů oproti předchozím letům. Již v roce 2012 administrátor upozorňoval, že systém začíná být z administrativního hlediska neudržitelný. V roce 2012 se počet zaznamenaných vstupů blížil k 15.000 vstupů. V roce 2014 počet vstupů toto číslo výrazně překročil a počet refundovaných vstupů se pohybuje na hranici 19.000 vstupů za rok 2014. Což je nárůst oproti roku 2013 o ca. 45 %. Zřizovatelé systému v uplynulých letech přijali opatření, která měla za cíl, aby nedocházelo k finanční ztrátě administrátora. Protože však doposud nedošlo k digitalizaci systému ORC, tak značným navýšením vstupů, také značně narostla administrativní zátěž, jejímž vyústěním je další prohloubení ztráty administrátora.

5.0 Podpora projektu Olomouc region Card v roce 2014

V roce 2014 byly od zřizovatelů systému ORC na reklamu a komunikaci poskytnuty pouze omezené finanční prostředky, stejně jako v předešlých letech. Systém Olomouc region Card nebyl v roce 2014 a nebude ani v roce 2015 podporován žádnou přímou reklamní a marketingovou kampaní ze strany administrátora. Inzerce, která se v roce 2014 uskutečnila, byla uveřejněna především díky spolupráci zřizovatelů systému s partnery z oblasti cestovního ruchu v jejich propagačních materiálech nebo ve vlastních materiálech vydávaných zřizovateli systému – Olomouckým krajem a statutárním městem Olomouc.

5.1 Internet

5.1.1 Aktualizace portálu www.olomouregioncard.cz

- v březnu a dubnu proběhla hlavní aktualizace všech zapojených subjektů, následně celý rok probíhala postupná aktualizace dokumentovaná např. v kolonce „Aktuality“ nebo aktualizace vynucená náhlými změnami u zapojených subjektů
- podrobné výsledky návštěvnosti portálu www.olomouregioncard.cz za rok 2014 naleznete v příloze č. 6.

5.1.2 Odkazy na stránky Olomouc region Card

u spolupracujících partnerů, zapojených v systému ORC.

5.2 Inzerce – cestovní kanceláře

V roce 2014 pokračovala spolupráce s cestovními kancelářemi Čedok a Atis.

- **5.2.1 CK Čedok – Katalog Dovolená v České republice - léto 2014**
str. 4 upoutávka, informace o Olomouc region Card • str. 80 inzerce 190x74, barevně
- **5.2.2 CK Atis – Katalog Dovolená jaro, léto, podzim 2014 – Česko, Slovensko**
str. 93 - inzerce 195x121 mm, barevně

5.3 Propagace karty Olomouckým krajem

Karta je tradičně propagována v širokém spektru komunikačních kanálů, kterými Olomoucký kraj disponuje. Ve spolupráci s Městem Olomouc byla karta například poskytnuta novináři v rámci akce University Palackého – Setkání UPSolventů. Karta je také propagována na stránkách www.ok-tourism.cz a www.kr-olomoucky.cz.

5.3.1 Propagace v nově vydaných tur. materiálech

- „Hrajeme si v Olomouckém kraji“ – Omalovánky pro děti s významnými turistickými cíli Olomouckého kraje, Čj (2 000 ks)

5.3.2 Propagace na veletrzích a propagačních akcích

V rámci veletrhů CR jsou informace i informační letáky o ORC aktivně nabízeny návštěvníkům expozic.

- Regiontour 2014
- Tourism Expo 2014
- Dovolená Ostrava 2014
- FOR BIKES 2014
- ITEP 2014
- a další

5.3.2 Přehled inzerce s upoutávkou na ORC

- COT business 2/2014
- COT Travel
- Kam po česku (výlet s Olomouckou kartou)
- KAM na výlet
- SME „Léto v Čechách a na Moravě“
- WochenKurier
- PragueBedeker
- Olomoucký deník „Výlety“
- Obrazový atlas EUROBEDS
- Deníky Vltava Labe Press
- a další

5.4 Propagace karty městem Olomouc

Město Olomouc prezentovalo kartu v roce 2014 ve všech svých propagačních materiálech, dále v rámci soutěže Stayovernight, propagace a prodeje karty za zvýhodněnou cenu účastníkům Olomouckého ½ maratonu, pobytových balíčků Májová, Barokní a Adventní Olomouc a v některých inzercích města a na webových stránkách tourism.olomouc.eu. Karta také byla poskytnuta účastníkům press- a fam-tripů, na kterých se organizačně podílelo město Olomouc. Kartu s informacemi o ní také obdrželi novináři v rámci akce University Palackého – Setkání UPsolventů. Karta byla prostřednictvím této akce poskytnuta významným českým novinářům a publicistům (bývalým studentům UP – např. Jakub Železný, Vít Pohanka atd.).

5.4.2 Přehled inzercí města Olomouce s upoutávkou na kartu:

- katalog Klubu českých turistů: Obrazový atlas regionů, lázní a církevních památek ČR
- Magazín MF Dnes: Na kole okolo Olomouce + Cyklotoulky na programu ČT Sport a na www.i-cyklotoulky.cz

5.4.3 Propagační materiály a letáky města Olomouce s upoutávkou na kartu:

- Turistické noviny – sezona 2014 (Čj)
- Tourist News – season 2014 (Aj)
- Touristen-Zeitung – Saison 2014 (Nj)
- „Vítejte v Informačním centru Olomouc“ (Čj, Aj)
- leták – Základní informace o Olomouci (Čj, Aj) – určený pro Pražskou informační službu
- skládačka „Svatý Kopeček“ (Čj)
- skládačka „Olomouc & Kroměříž – Barokní perly Moravy“
- leták k soutěži o „Víkendový pobyt v Olomouci“ (Stayovernight) – Čj, Aj, Nj
- letáky – Májová, Barokní a Adventní Olomouc (Čj, Nj, Pl, Aj)
- Katalog ubytování 2014 (Čj, Aj)

5.5 Materiály vydávané v rámci projektu ORC

5.5.1 Informační brožura

Je určený k prezentaci projektu Olomouc region Card formou přímého bezplatného odběru na všech místech zapojených do systému ORC i mimo něj.

Jazyková mutace: Čj, Aj, Nj, Pj • Náklad: 6.500 ks

Rozsah: 108 stran, 4/4 • Výsledný formát: A6

Distribuce: prodejci Olomouc region Card.

Z důvodu úsporných opatření byl tisk brožury pro rok 2014 realizován v edičním plánu Krajského úřadu Olomouc a počítá se s ním také v roce 2015.

5.5.2 Informační leták – obecný

Je určený k prezentaci projektu Olomouc region Card formou přímého bezplatného odběru na všech místech zapojených do systému ORC i mimo něj.

Jazyková mutace: Čj, Aj • Náklad: 30 000 ks • Rozsah: 6 polí, 4/4 • Výsledný formát: DL

Distribuce: prodejci a partneři Olomouc region Card, výstavy a veletrhy ČR.

5.6 Propagace karty v rámci turistických balíčků a partnerských kampaní

Na základě jednání se subjekty, působícími v cestovním ruchu v Olomouckém kraji, byly začátkem roku 2014 vytvořeny pobytové balíčky, které tyto subjekty sami nebo prostřednictvím dalších zprostředkovatelů nabízely. Byla to tato zařízení:

- Hotel Akademie, Hrubá Voda
- Hotel Alley, Olomouc
- Hotel Červenohorské sedlo
- Hotel Gól Olomouc
- Hotel Lafayette, Olomouc
- Hotel Milotel, Olomouc
- Hotel Praděd, Velké Losiny
- Hotel Senimo, Olomouc
- Hotel Slunce, Rýmařov
- Penzion U Zlatého Muflona, Šternberk – Dolní Žleb

Pro sezónu 2015 již připravují balíčky s kartou ORC také Clarion hotel, Olomouc a Penzion Fojtství na Sv. Kopečku.

6.0 Ekonomika projektu

6.1 Plánovaný / skutečný rozpočet na rok 2014

PLÁN / SKUTEČNOST - období od 1. 1. 2014 do 31. 12. 2014

Finanční rozvaha - sezóna 2014	PLÁN	SKUTEČNOST
Počet vydaných karet za rok 201	7000	8000
Počet prodaných karet za rok 2014	6000	7374
Položky - leden - prosinec 2013	cena vč. DPH	cena vč. DPH
A) NÁKLADY		
I. Provozní náklady:		
výroba karet 7000 ks	60 000 Kč	50 048 Kč
info letáčky, 30.000 ks	45 000 Kč	45 000 Kč
brožura ORC - aktualizace, DTP práce	40 000 Kč	40 000 Kč
spolupráce CK - Čedok, Atis (inzerce)	35 292 Kč	35 292 Kč
administrace projektu	363 000 Kč	435 600 Kč
strategie a obsahové řešení m-ARK	10 000 Kč	10 000 Kč
režijní náklady m-ARK	90 000 Kč	90 000 Kč
provoz webu vč. aktualizace	70 000 Kč	70 000 Kč
Provozní náklady celkem:	805 000 Kč	775 940 Kč
II. Náklady na reklamní kampaň a podporu prodeje		
média (tisk, příprava inzerce pro zřizovatele)	15 000 Kč	15 000 Kč
Náklady na reklamní kampaň celkem:	15 000 Kč	15 000 Kč
III. Náklady na úhradu provizí a vstupného		
refundace vstupného	494 792 Kč	663 645 Kč
refundace MHD	12 000 Kč	12 000 Kč
úhrada proviz. prodejcům: 10 % z prodaných karet	60 500 Kč	59 820 Kč
Náklady na úhradu provizí a vstupného celkem	567 292 Kč	735 465 Kč
Celkem náklady	1 387 292 Kč	1 526 405 Kč
B) VÝNOSY		
prodej karet, vč. prodeje přes CK	726 000 Kč	1 019 710 Kč
Příspěvek OK	371 800 Kč	371 800 Kč
Příspěvek MMOL	200 200 Kč	200 200 Kč
Moravská Třebová	18 000 Kč	18 000 Kč
Město Kroměříž	60 500 Kč	60 500 Kč
Celkem výnosy	1 376 500 Kč	1 670 210 Kč
Výsledek hospodaření r. 2013		-297 218 Kč
Výsledek hospodaření r. 2014		143 805 Kč
Výsledek hospodaření pro další období		-153 413 Kč

* příspěvek Olomouckého kraje je poskytován bez daně (DPH)

Komentář k hospodářskému výsledku:

Hospodářský výsledek roku 2014 skončil, i díky nastaveným změnám, v kladných číslech. Sezónu 2014 provázal znatelný růst v prodeji karet, takže jsme se jako administrátor velmi obávali následných refundací, jak z hlediska jejich přímého nárůstu, tak z hlediska administrativy s tím spojené. Vše se potvrdilo. Nárůst prodeje karet oproti sezóně 2013 je cca 41%, nárůst počtu refundovaných vstupů je přibližně o 45% větší než loni. Obě položky výrazně ovlivnily celkový hospodářský výsledek. Znovu se zde ukázalo, jak důležitá byla úsporná opatření realizovaná již před sezónou 2013, bez nichž by současný výsledek sezóny nebyl kladný, ale byl by v dalším deficitu přibližně 100 až 150 tisíc korun. Takto bylo možné umazat opět část dluhu, který administrátorovi za období let 2011 a 2012 vyvstal.

ZÁVĚR

Projekt Olomouc region Card v roce 2014 vyrostl při pohledu zvenčí v jedinečný marketingový nástroj města Olomouce a Olomouckého kraje. Prodej více než 7000 kusů karet a jejich skutečné využití nemá jinde v ČR obdoby. V době, kdy se některé turistické systémy pod tlakem konkurence i vysokých finančních nákladů hroutí, systém ORC roste. Dokladem je také ocenění, jež systém Olomouc region Card obdržel v polovině letošního roku 2014. Odborníci z České asociace novinářů a publicistů v cestovním ruchu (www.czechtravelpress.cz) vyhlásili anketu mezi odborníky i veřejností o nejlepší projekt v oblasti cestovního ruchu, který má největší přínos pro turisty či podnikatele. Nominováno bylo 10 projektů z celé ČR a produkt Olomouc region Card získal ocenění ve třech kategoriích (ze čtyř vyhlášených):

1. místo v kategorii: Hodnocení odborné poroty – přínos pro podnikatele
2. místo v kategorii: Hodnocení veřejnosti – přínos pro turisty
3. místo v kategorii: Hodnocení veřejnosti – přínos pro odborníky.

Druhý pohled na systém ORC je pohled vnitřní, kdy se již dlouhou řadu let hovoří o digitalizaci systému, ale doposud se tak nestalo. Již po sezóně 2012, kdy se počet vstupů blížil hranici 15.000 vstupů za rok, jsme jako administrátor upozorňovali, že 15.000 je hranice, kdy při stávajícím způsobu administrace je tento systém administrativně neudržitelný. Sezóna 2014 to bohužel jasně ukázala. Museli jsme přejít na administraci ve 2-3 lidech, abychom byli schopni v exponovaných obdobích zajistit standardní kontrolu evidenčních listů se zaznamenanými vstupy. Kontrola takřka 19.000 vstupů je již administrátorsky ve stávajícím systému téměř nezvladatelná a chtěli bychom ocenit trpělivost partnerů i jejich ochotu nám vyjít maximálně vstříc, kdy mnohdy i více než 2 měsíce čekali na výsledek kontroly vstupů, abychom jim sdělili, zda je vše v pořádku a jakou částku si mají vyfakturovat. Z hlediska administrátora nejvyšší čas pro digitalizaci systému již dávno uplynul, nyní je zde spíše zoufalá snaha udržet tento kolos v provozuschopném stavu. Proto znovu apelujeme na všechny zainteresované – DIGITALIZUJTE SYSTÉM ORC!

Karta má velké jméno nejen mezi turisty, odborníky a tuzemskými turistickými systémy, ale skrývá v sobě ještě vyšší potenciál a bez nutné digitalizace se systém začne postupně zdrhávat a bude sám sobě škodit a postupně se hroutit. Digitalizace je nezbytná a nutná ihned.

Využívání karet turisty - rekordmanem sezóny 2014 ve využívání karet se stali 3 uživatelé, kteří během 5 dní stačili uskutečnit 14 vstupů do sledovaných zařízení. Nejrychlejší držitelé 48 hodinových karet zvládli za tuto dobu uskutečnit maximálně 9 vstupů.

Počet držitelů karet ORC, kteří uskutečnili daný počet vstupů

Počet vstupů	Počet karet	Počet vstupů	Počet karet
14	3	7	199
13	4	6	306
12	0	5	494
11	15	4	929
10	15	3	1145
9	59	2	1507
8	95	1	1196

Pozitivním krokem pro ekonomiku systému je také fakt, že se zřizovatelé dohodli na zvýšení prodejních cen karet. Od 1.1.2015 se cena 48 hodinové dětské karty zvyšuje o 30 Kč vč. DPH, cena 48 hodinové dospělé a 5 denní dětské karty o 60 Kč a cena 5 denní dospělé karty je zvýšena o 120 Kč.

Kromě digitalizace systému je potřeba také upgradovat celý webový portál www.olomoucregioncard.cz tak, aby odpovídal současným požadavkům uživatelů i trendům moderní komunikace.

Pokud i nadále bude ekonomika systému vykazovat kladný hospodářský výsledek, bylo by určitě velmi důležité pro zřizovatele, aby se do systému ORC vrátily dva nejnavštěvovanější jesenické subjekty - Ruční papírna Velké Losiny a Zámek Velké Losiny a obnovili tak nyní výrazně oslabený potenciál nabídky karty v Jeseníkách. Samozřejmostí je však udržení stávajících refundačních i některých fixních nákladových podmínek.

PŘÍLOHY

1. Seznam subjektů nových vs. odstupujících pro rok 2014 příloha č. 1
2. Seznam prodejců zapojených do ORC 2014 příloha č. 2
3. Seznam subjektů zapojených „zdarma“ do ORC 2014 příloha č. 3
4. Seznam subjektů zapojených do ORC 2014 příloha č. 4
5. Podrobné výsledky návštěvnosti www.olomoucregioncard.cz příloha č. 5

1. místo

Regionální marketingový projekt v cestovním ruchu 2014

