



## NÁRODNÍ PROGRAM PODPORY CESTOVNÍHO RUCHU V REGIONECH

1. výzva 2017

NPPCRR – Marketingové aktivity v CR (117D72200)

### Příklady uznatelných a neuznatelných výdajů

Podporované oblasti	Příklady podporovaných aktivit (nejedná se o taxativní výčet)	Příklady uznatelných i neuznatelných výdajů ale aktivit (nejedná se o taxativní výčet)
Řízení destinace (1)	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Tvorba strategických dokumentů destinace.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Uznatelné výdaje<ul style="list-style-type: none"><li>○ Výdaje spojené se zpracováním aktualizace strategických dokumentů, vyhodnocením plnění stávajících strategických dokumentů, respektive zpracování nových strategických dokumentů po ukončení jejich platnosti (např. výzkum potenciálu destinace a jeho využití, realizace studií a pořízení dat pro zpracování / vyhodnocení / aktualizaci strategických dokumentů, atd.).</li><li>○ Koordinační schůzky a workshopy pro zapojené subjekty – pronájem prostor, technika,</li></ul></li><li>▪ Neuznatelné výdaje<ul style="list-style-type: none"><li>○ Realizace výdajů nesouvisejících s aktualizací / vyhodnocením / zpracováním strategických dokumentů.</li><li>○ Výdaje spojené s aktualizací / vyhodnocením / zpracováním strategických dokumentů vlastními silami.</li></ul></li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Tvorba dopadových studií (hodnocení ekonomických, sociálních a environmentálních dopadů cestovního ruchu; sledování vztahu rezidentů a návštěvníků; podklady pro návštěvnický management; monitoring udržitelného rozvoje).</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Uznatelné výdaje<ul style="list-style-type: none"><li>○ Výdaje spojené s pořízením studií popisujících dopady cestovního ruchu na destinaci – konzultace, primární sběr dat, sekundární analýza dat, prezentace.</li><li>○ Výdaje s pořízením prostředků (SW, nebo HW), dat a dalších aktivit pro zabezpečení realizace dopadové studie vlastními silami.</li></ul></li><li>▪ Neuznatelné výdaje<ul style="list-style-type: none"><li>○ Výdaje spojené s pořízením dopadových studií nesouvisejících s územím destinace.</li><li>○ Realizace dopadových studií vlastními silami.</li></ul></li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Vzdělávání a trénink pracovníků DS a dalších aktérů cestovního ruchu (pracovníci TIC, DS,</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Uznatelné výdaje<ul style="list-style-type: none"><li>○ Výdaje spojené s účastí cílových skupin vzdělávacích aktivit na</li></ul></li></ul>



	<p>oddělení/odborů cestovního ruchu při Krajském úřadě, vzdělávání a školení průvodců, subjektů cestovního ruchu včetně jejich zaměstnanců).</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>školení (poplatek za účast na kurzu).<ul style="list-style-type: none"><li>○ Výdaje spojené s pronájmem sálu včetně pronájmu technického vybavení pro realizaci školení, odměnou externího lektora, zajištěním studijních materiálů.</li></ul></li><li>▪ Neuznatelné výdaje<ul style="list-style-type: none"><li>○ Výdaje na odměnu interního lektora.</li><li>○ Doprava na školení. Ubytování v případě vícedenních školení.</li><li>○ Pronájem prostor v případě realizace školení v prostorách v majetku členů statutárních orgánů organizace (např. pronájem vlastní zasedačky, pronájem prostor mimo organizaci, ale v majetku statutárního zástupce, atd.).</li></ul></li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Nastavení KPI's pro vyhodnocování efektivity činnosti destinačních společností.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Uznatelné výdaje<ul style="list-style-type: none"><li>○ Pořízení metodiky pro definování KPI's, včetně nástrojů na jejich sledování a popisu jejich vyhodnocování včetně konzultačních a poradenských služeb</li><li>○ Pořízení dat a dalších podkladů pro definování / sledování / vyhodnocování KPI's destinace.</li><li>○ Proškolení zaměstnanců zodpovědných za sledování a vyhodnocování KPI's – lektor, vytvoření manuálu.</li><li>○ Tvorba SW prostředí, ve kterém budou klíčové hodnoty zaznamenávány, analyzovány.</li></ul></li><li>▪ Neuznatelné výdaje<ul style="list-style-type: none"><li>○ Výdaje spojené se zajištěním definování / sledování / vyhodnocování KPI's destinace vlastními silami.</li></ul></li></ul>
<b>Marketingové výzkumy (2)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Realizace marketingových šetření v oblasti monitoringu návštěvnosti (profil návštěvníka), šetření zdrojových trhů, vnímání destinace (image, brand), spokojenosti návštěvníků s kvalitou nabídky nebo analýz konkurence.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Uznatelné výdaje<ul style="list-style-type: none"><li>○ Výdaje spojené se zajištěním marketingových výzkumů realizovaných za účelem sledování profilu návštěvníků, trendu v návštěvnosti, požadavků a spokojenosti návštěvníků.</li><li>○ Výdaje spojené s realizací výzkumů za účelem srovnávání destinací (benchmarking).</li><li>○ Pořízení nástrojů (SW a HW, další) na realizaci výzkumů, správu, zpracování a vyhodnocení dat.</li><li>○ Pořízení upomínkových předmětů pro účastníky výzkumu.</li></ul></li><li>▪ Neuznatelné výdaje<ul style="list-style-type: none"><li>○ Kontrola tazatelů nebo realizační firmy v terénu vlastními silami.</li><li>○ Dodatkové analýzy dat pořízených v rámci programu nad rámec naplánovaných aktivit.</li></ul></li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Realizace výzkumů u nositelů nabídky cestovního</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Uznatelné výdaje</li></ul>



	<p>ruchu se zaměřením na rozvoj destinace – zjištění potřeb na straně nabídky, spokojenost s fungováním a rozvojem CR v destinaci, náměty na vylepšení nabídky CR apod.</p> <p>▪ Realizace mystery-shoppingu u poskytovatelů služeb cestovního ruchu se zaměřením na rozvoj kvality služeb.</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Výdaje spojené s realizací výzkumu u nositelů nabídky.</li><li>○ Výdaje spojené s pořízením nástrojů (SW, HW, další) na zajištění výzkumů u nositelů nabídky.</li><li>○ Výdaje spojené s uspořádáním workshopu / konference pro nositele nabídky za účelem projednávání možností / překážek dalšího rozvoje destinace.</li></ul> <p>▪ Neuznatelné výdaje</p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Realizace dotazování vlastními silami.</li></ul> <p>▪ Uznatelné výdaje</p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Realizace aktivit souvisejících se zajištěním mystery-shoppingu a jeho vyhodnocením (definování nápravných opatření), včetně nákupu služeb souvisejících s realizací mystery-shoppingu u poskytovatele dané služby.</li><li>○ Mystery-shopping musí být realizován specializovanými / vyškolenými subjekty.</li></ul> <p>▪ Neuznatelné výdaje</p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Realizace dotazování vlastními silami.</li><li>○ Následná opatření k odstranění chyb zjištěných v rámci mystery shoppingu.</li></ul>
<p><b>Tvorba a inovace produktů (3)</b></p>	<p>▪ Akce cestovního ruchu (realizace eventů regionálního charakteru – ve spolupráci s oblastní/lokální DS). Vztah realizovaných akcí k nabídce destinace a akce musí být primárně zaměřené na návštěvníky cestovního ruchu (nebudou podporovány akce zaměřené primárně na rezidenty destinace – např. společenské – kulturní akce, atd.)</p> <p><i>Podpořené eventy budou hodnoceny dle metodiky a kritérií pro posuzování kvality eventů využívanou agenturou CzechTourism.</i></p>	<p>▪ Uznatelné výdaje</p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Eventy budou posuzovány dle metodiky agentury CzechTourism - kritéria budou zohledňovat např. návštěvnost akce, unikátnost či tradici daného eventu, počet TV stanic zajišťujících přenos, počet domácích i zahraničních návštěvníků apod. Cílem je monitorovat efektivitu vynaložených veřejných prostředků, zhodnotit přínos akce pro cestovní ruch a také přínos pro destinaci (region).</li><li>○ Podpořené eventy musí mít vazbu na nabídku destinace, místní kulturně-historické a přírodní dědictví a produkty destinace.</li><li>○ Eventy musí být primárně cíleny na účastníky cestovního ruchu.</li><li>○ Uznatelné výdaje spojené s realizací eventu – zábor, pronájem potřebného vybavení a sociálního zázemí akce, pronájem technického vybavení (např. ozvučení, pódium, multimediální obrazovka, informační panely), vytvoření informačních materiálů za účelem propagace akce, realizace propagačních aktivit na zvýšení povědomí o akci, aktivity související se zabezpečením účinkujících / vystupujících subjektů.</li><li>○ Výdaje spojené s realizací aktivit za účelem zjištění návštěvnosti</li></ul>



		akcí, na kterých se neprodávají lístky) ▪ Neuznatelné výdaje ○ Realizace aktivit zaměřených primárně na rezidenty (místní obyvatelé), podporu komunitního rozvoje místa, atd.
	▪ Tematické a regionální produkty - výrobky (vč. zapojení regionální producentů do nabídky destinace).	▪ Uznatelné výdaje ○ Výdaje spojené s tvorbou, distribucí a propagací tematických a regionálních produktů. ○ Výdaje spojené s propagací regionálních producentů a využíváním regionálních produktů (např. eventy, výstavy, soutěže, atd.). ○ Výdaje spojené s ukázkou / zpřístupněním výroby regionálních produktů veřejnosti. ○ Realizace aktivit zaměřených na propagaci systému regionální výrobek / služba. Zapojení systému regionálního výrobku / služby do systému regionálních značek pod Asociací regionálních značek. ▪ Neuznatelné výdaje ○ Výdaje na produkty nesouvisející s nabídkou a tématem destinace. ○ Výdaje na produkty, které nejsou určeny a nabízeny návštěvníkům. ○ Výdaje na nákup produktů u jiných než lokálních producentů a výrobců (sídlo firmy/výroba/provozovna musí být v dané destinaci). ○ Osobní a režijní náklady spojené s tvorbou regionálních produktů vlastními silami.
	▪ Turistické karty (výroba karet, tiskárna na potisk karet, SW aplikace pro administraci turistických karet, čtečka karet, atd.)	▪ Uznatelné výdaje ○ Výdaje spojené s pořízením, potiskem, distribucí turistických karet. ○ Výdaje spojené se správou turistických karet a vytvořením / pořízením aplikací pro správu turistických karet. ○ Výdaje spojené s pořízením odečtů / přečtení turistických karet v zapojených provozech. ○ Výdaje spojené s propagací turistické karty regionu a zapojených provozů. ○ Jazykové mutace karet – web, mobilní aplikace. ○ Licence ▪ Neuznatelné výdaje



		<ul style="list-style-type: none"><li>○ Osobní a režijní náklady související se výrobou a zaváděním turistických karet vlastními silami.</li></ul>
<b>Branding destinace (4)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Strategie brandingu (definování hodnot destinace, na kterých značka stojí, návrh značky a jejího umístování), vztah k národní destinační značce, kterou spravuje agentura CzechTourism (<a href="http://www.brand.czechtourism.cz">www.brand.czechtourism.cz</a>).</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Uznatelné výdaje<ul style="list-style-type: none"><li>○ Výdaje spojené s realizací brandingu destinace (např. výzkumy vnímání značky, návrh značky, vytvoření logotypu a logomanuálu značky, strategie rozvoje značky, vytvoření zastřešující značky (tzv. umbrella brandu) a navazujících značek, atd.)</li><li>○ Tvorba brand manuálu.</li><li>○ Workshop se zainteresovanými subjekty v rámci destinace – pronájem prostor, technika.</li></ul></li><li>▪ Neuznatelné výdaje<ul style="list-style-type: none"><li>○ Osobní a režijní náklady související s tvorbou strategie vlastními silami.</li></ul></li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Fotobanky/imageová videa – včetně SW aplikací pro uchování, správu a distribuci. Budou předkládány v rámci ZVA a monitorovacích zpráv v době udržitelnosti k využití pro aktivity MMR i agentury CzechTourism (podmínkou ošetření licenčních práv pro 3. strany).</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Uznatelné výdaje<ul style="list-style-type: none"><li>○ Výdaje spojené s nákupem práv, k již existujícím fotografiím, respektive pořízení nových fotografií pro účely propagace destinace.</li><li>○ Výdaje spojené s pořízením imageových videí zaměřených na propagaci destinace, respektive k propagaci hlavních produktů cestovního ruchu destinace.</li><li>○ Online zpřístupnění fotobanky partnerským subjektům.</li></ul></li><li>▪ Neuznatelné výdaje<ul style="list-style-type: none"><li>○ Pořízení fotoaparátu, respektive kamery pro pořízení fotobanky / imageových videí vlastními silami.</li><li>○ Pořízení fotobanky / imageových videí vlastními silami.</li><li>○ Pořízení fotobanky / imageových videí nesouvisejících s produkty destinace, případně nevyužívanými v rámci propagace destinace.</li></ul></li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Suvenýry/propagační předměty (vztah k destinaci /respektuje kulturně-historická nebo přírodní specifika/, respektive vztah k regionálním produktům destinace).</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Uznatelné výdaje<ul style="list-style-type: none"><li>○ Výdaje spojené s pořízením a prodejem suvenýrů / propagačních předmětů (např. nákup, skladování, doprava, atd.).</li><li>○ Suvenýry a propagační předměty musí mít vztah k destinaci a její specifické nabídce – např. Barrandien – sádrové odlitky trilobitů.</li><li>○ Např. vytvoření turistické vizitky / turistické značky k nově vytvořenému produktu destinace.</li><li>○ Relevantní autorská práva</li></ul></li><li>▪ Neuznatelné výdaje<ul style="list-style-type: none"><li>○ Pořízení suvenýrů / propagačních předmětů nesouvisejících se</li></ul></li></ul>



		<ul style="list-style-type: none"><li>○ specifickým zaměřením destinace / produktu.</li><li>○ Pořízení suvenýrů / propagačních předmětů, které nebudou distribuovány návštěvníkům.</li><li>○ Režijní a osobní náklady spojené s výrobou suvenýrů / propagačních předmětů vlastními silami.</li><li>○ Proplacení produktů, které budou dodány poškozené, budou vykazovat vady nebo budou nefunkční.</li><li>○ Náklady spojené se skladováním a případnou údržbou předmětů.</li></ul>
<b>Distribuce produktů cestovního ruchu (5)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Provázání webových portálů; budování společných datových skladů (např. propojení krajského webu s. oblastními a lokálními weby).</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Uznatelné výdaje<ul style="list-style-type: none"><li>○ Výdaje spojené s propojením webu, respektive informačních a rezervačních portálů destinace s weby a portály krajské úrovně (vzájemná výměna dat a informací).</li><li>○ Vytvoření centrálního datového skladu na úrovni kraje přístupného pro všechny destinace působící na území kraje, včetně destinací přesahující hranice kraje.</li><li>○ Propojení existujících datových skladů na úrovni destinace a kraje.</li><li>○ Vytváření automatizovaných kalendářů kulturních akcí.</li><li>○ Vytvoření jednotného vizuálního stylu u webu kraje a oblastní / lokální destinace.</li><li>○ Vytvoření jednotné platformy pro weby destinace na úrovni kraje.</li><li>○ Licence/autorská práva</li></ul></li><li>▪ Neuznatelné výdaje<ul style="list-style-type: none"><li>○ Nákup licencí nesouvisejících s realizací projektu.</li></ul></li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Projekty distribuce informací mezi národní, regionální a lokální úrovní destinací cestovního ruchu.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Uznatelné výdaje<ul style="list-style-type: none"><li>○ Výdaje spojené s propojením webu destinací a informačních portálů destinací na webové portály CzT.</li><li>○ Provázanost datových skladů destinací s datovými sklady CzT.</li><li>○ Vytváření automatizovaných kalendářů kulturních akcí.</li><li>○ Vytvoření jednotného vizuálního stylu u webů destinací a jejich provázání na weby CzT.</li></ul></li><li>▪ Neuznatelné výdaje<ul style="list-style-type: none"><li>○ Vytvoření nového webu.</li></ul></li></ul>
<b>Komunikace (6)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Komunikační kampaně (vč. videospotů).</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Uznatelné výdaje<ul style="list-style-type: none"><li>○ Výdaje spojené s realizací komplexní komunikační kampaně zaměřené na propagaci destinace, respektive produktů destinace (např. nákup mediálního prostoru / vysílacích časů, výroba propagačního spotu, realizace tiskové, on-line, rozhlasové</li></ul></li></ul>



		<p>kampaně, kampaně v kinech, vytvoření a umístění pořadu do TV – cestovatelské pořady, atd.)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Neuznatelné výdaje<ul style="list-style-type: none"><li>○ Realizace kampaně neprovázané na produkty a specifickou nabídku destinace.</li><li>○ Realizace kampaně nevycházející ze strategických dokumentů destinace.</li><li>○ V rámci kampaně nedošlo k zapojení prvků jednotného vizuálního stylu destinace.</li></ul></li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Ediční činnost (tiskoviny – mapy, letáky, ...).</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Uznatelné výdaje<ul style="list-style-type: none"><li>○ Výdaje spojené s realizací ediční činnosti zaměřené na propagaci destinace a produktů destinace, včetně eventů realizovaných v destinaci (grafický návrh, obsahová náplň, doplňující fotografie, korektura, copywriting, publikace, distribuce, nákup mediálního prostoru, atd.).</li><li>○ Např. vydání imageové tiskoviny, vytvoření materiálu k naučným stezkám, vydání mapového podkladu destinace, vydání brožury k turistickým kartám destinace, případně regionálním produktům.</li><li>○ Např. vytvoření propagačních materiálů na podporu realizovaných eventů.</li><li>○ Autorská práva na fotografie.</li><li>○ Tvorba jazykových mutací existujících tiskovin.</li></ul></li><li>▪ Neuznatelné výdaje<ul style="list-style-type: none"><li>○ Realizace ediční činnosti bez vazby na produkty destinace.</li><li>○ Realizace ediční činnosti, která není zaměřená na návštěvníky.</li><li>○ Náklady na skladování.</li></ul></li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ PR (vč. press a fam tripů, spolupráce s blogery).</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Uznatelné výdaje<ul style="list-style-type: none"><li>○ Realizace PR aktivit zaměřených na propagaci destinace a produktů destinace.</li><li>○ Realizace press a fam tripů pro subjekty ovlivňující poptávku po destinaci (např. novináři, cestovatelé, významné osoby s vazbou na region, atd.) a ovlivňující info o nabídce destinace (např. CK/CA, TIC, atd.).</li><li>○ Realizace aktivit zaměřených na zvýšení účasti na PR aktivitách (např. soutěže)</li></ul></li><li>▪ Neuznatelné výdaje<ul style="list-style-type: none"><li>○ Služby nad rámec předem stanoveného programu.</li></ul></li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Webové stránky (modernizace webových portálů –</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Uznatelné výdaje</li></ul>



	redesign, nové funkcionality, přizpůsobení specifickým cílovým skupinám programu).	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Výdaje spojené s modernizací webu (např. úprava platformy a zdrojového kódu, nový vizuální styl, aktivní obsah, atd.), rozšíření o nové funkcionality (nové webové aplikace, nové záložky, nové pod stránky, atd.), přizpůsobení webu specifickým cílovým skupinám (např. zvukové informace, větší velikost písma, překlady do cizích jazyků).</li><li>○ Realizace aktivit zaměřených na analýzu webu, sledování jeho návštěvnosti a efektivity, atd.</li><li>▪ Neuznatelné výdaje<ul style="list-style-type: none"><li>○ Vytvoření nového webu.</li><li>○ Realizace úprav vlastními silami.</li><li>○ Výdaje na správu webu a jeho aktualizace.</li></ul></li></ul>
	▪ Mobilní aplikace.	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Uznatelné výdaje<ul style="list-style-type: none"><li>○ Vytvoření mobilních aplikací zaměřených na propagaci a zviditelnění destinace, aplikací usnadňující cestování po destinaci. Mobilní aplikace musí souviset se specifickým zaměřením destinace, respektive aktuálními anebo novými produkty destinace.</li><li>○ Vytvoření dílčí aplikace, za účelem jejího zapojení do již existující zastřešující aplikace (např. vytvoření nové aplikace pro geofun, atd.).</li><li>○ Jazykové mutace.</li><li>○ Licence/autorská práva</li></ul></li><li>▪ Neuznatelné výdaje<ul style="list-style-type: none"><li>○ Realizace aplikace bez vazby na nabídku, respektive produkty destinace.</li></ul></li></ul>
	▪ Přímý marketing vč. CRM / on-line marketing / marketingový informační systém.	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Uznatelné výdaje<ul style="list-style-type: none"><li>○ Vstupní analýza procesů a postupů v destinaci.</li><li>○ Realizace komplexních řešení pro zavedení CRM v destinaci – usnadnění komunikace se zákazníky, budování vztahů se zákazníky, podpora opakovaných návštěv destinace. Využívání prvků on-line marketingu v komunikaci se zákazníky.</li><li>○ Zavádění marketingového informačního systému. Využívání MIS na podporu řídicích a rozhodovacích procesů.</li></ul></li><li>▪ Neuznatelné výdaje<ul style="list-style-type: none"><li>○ Provoz CRM a MIS – hosting, technická správa apod.</li><li>○ Aktualizace / upgrade CRM a MIS.</li><li>○ Vytvoření CRM a MIC vlastními silami.</li></ul></li></ul>





	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ B2B marketing – účast na akcích (veletrhy, workshopy, roadshow). Nutná koordinace s agenturou CzechTourism tam, kde je dostupné zahraniční zastoupení.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Uznatelné výdaje<ul style="list-style-type: none"><li>○ Realizace aktivit souvisejících s prezentací destinace zaměřených na subjekty CR (ostatní destinace, podnikatelské subjekty, CK / CA, provozovatelé atraktivit cestovního ruchu, a další) a spolupráce s partnery za účelem zviditelnění destinace nebo vytvoření nového produktu cestovního ruchu destinace, respektive produktu cestovního ruchu překračujícího území destinace.</li><li>○ V případě spolupráce se zahraničními partnery je vhodné využít spolupráci agentury CzechTourism, respektive jejich zahraničních zastoupení.</li></ul></li><li>▪ Neuznatelné výdaje<ul style="list-style-type: none"><li>○ Realizace prezentačních aktivit nesouvisejících se specifickým zaměřením / nabídkou produktů destinace.</li><li>○ Realizace aktivit v zahraničí bez spolupráce se ZZ CzT, v případě, že v daném místě ZZ CzT působí.</li></ul></li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Sociální média.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Uznatelné výdaje<ul style="list-style-type: none"><li>○ Realizace aktivit spojených s prezentací destinace, respektive produktů destinace na sociálních sítích (vytvoření strategie komunikace prostřednictvím sociálních médií, vytvoření obsahu, analýzy efektivity komunikace, atd.).</li></ul></li><li>▪ Neuznatelné výdaje<ul style="list-style-type: none"><li>○ Osobní náklady spojené se zpracováním odpovědí na dotazy publikované na sociálních sítích.</li><li>○ Osobní a režijní náklady spojené s prezentací destinace prostřednictvím sociálních médií.</li></ul></li></ul>
<b>Marketingové partnerství (7)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Projekty partnerství mezi DS a klíčovými marketingovými partnery (soukromé i veřejné subjekty) destinace s cílem pozitivně ovlivňovat vnímání značky destinace (např. realizace workshopů).</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Uznatelné výdaje<ul style="list-style-type: none"><li>○ Výdaje spojené s uzavřením partnerství na vzájemné propagaci a spolupráci destinace s významnými marketingovými partnery. Významní partneři musí působit na území destinace – vazba marketingového partnera na destinaci.</li></ul></li><li>▪ Neuznatelné výdaje<ul style="list-style-type: none"><li>○ Výdaje spojené s uzavřením partnerství s marketingovými subjekty bez vazby na území destinace, případně bez přínosu pro destinaci.</li></ul></li></ul>



**MINISTERSTVO  
PRO MÍSTNÍ  
ROZVOJ ČR**

Národní program podpory CR v regionech  
Podprogram Marketingové aktivity v cestovním ruchu  
1. výzva 2017  
Příloha č. 2 Zásad pro žadatele