

1. Celkové náklady na realizaci akce

Položky	Cena (v Kč)
Pronájem nebytových prostor PŘF UP Pevnost poznání vč. úklidu:	
• místnost C1 104 Laudonův sál	26 620,00
• místnost C1 105 Foyer	6 655,00
• místnost C1 114 Šatna (bez obsluhy)	3 993,00
• technický dozor	3 993,00
• nadstandardní úklid / nad 5 hod. akce	1 815,00
Zajištění popularizačního programu:	
• science show	14 399,00
• pronájem expozice Světlo a tma, včetně průvodců	96 800,00
Náklady na prezentace přednášejících	14 278,00
Moderování akce	15 000,00
Náklady na marketing a propagaci akce	37 498,00
Cena celkem	221 051,00

2. Zdroje financování akce

Statutární město Olomouc: 202 901 Kč

Komerční banka, a.s. (sponzorský dar): 18 150 Kč

3. Podíl statutárního města Olomouce na financování akce: 91,8 %

Finanční krytí dle rozpočtu MMOI (rozpočtové kapitoly na čerpání akce)

Pronájem prostor, zajištění popularizačního programu, náklady na prezentace přednášejících a moderování akce	
Organizační jednotka	Odbor strategie a řízení
Nákup ostatních služeb (prvek)	10892
Paragraf	3636
Položka	5169
Náklady na marketing a propagaci akce	
Organizační jednotka	Odbor kancelář primátora
Nákup ostatních služeb (prvek)	1239
Paragraf	2141
Položka	5169

4. Náklady na propagaci akce vč. přehledu využitých komunikačních kanálů

Marketingová kampaň cílila přímo na veřejnost prostřednictvím online i offline nosičů, tak i prostřednictvím médií, kterým byla rozeslána rozsáhlá tisková zpráva a následně ještě avízo pár dní před akcí.

Na webu města byla zveřejněna tisková zpráva, která byla následně aktualizována, aby se zobrazila na začátku stránky.

Na webu Měníme Olomouc vznikla samostatná podstránka s programem, akce byla přidána i do kalendáře akcí.

Na Facebooku statutárního města byla vytvořena událost a následně ještě zveřejněny dva příspěvky – jeden přibližně deset dní před akcí, druhý den před konáním. Totéž na Instagramu.

Z offline materiálů byly k dispozici CLV plochy na zastávkách MHD a týden také visely letáky ve vozech MHD. Ty byly rovněž distribuované v našem informačním centru, stejně jako ve všech budovách magistrátu a detašovaných pracovištích. Tam rovněž všude visely i plakáty A2. Akce se objevila také v Olomouckých listech a zaplatili jsme i celostránkovou inzerci v březnovém čísle Moravského seniora.

Týdny také visely online bannery na olomouckých zpravodajských serverech.

Mediální komunikace

	Poznámky
Tisková zpráva	rozeslání všem regionálním médiím
Olomoucké listy	článek a ilustrační foto
Microsite	
Kalendář akcí	
FB SMOI	běžný post
FB Měníme Olomouc	běžný post
FB event SMOI	událost
IG Měníme Olomouc	
Foto	MmOI zajistí fotografa do Pevnosti

Outdoor

	Poznámky
2x LCD TV v IC	
A2 Hynaisova ulice	
CLV	10 CLV ploch na zastávkách MHD

Print, PR

	Poznámky
Moravský senior	inzerce A4

Radio, TV

	Poznámky
TV Morava	upoutávka na akci
Rádio Haná	upoutávka na akci

Online

	Poznámky
Banner olomouc.cz	banner v záložce u poledního menu
Banner Hanácká Drbna	rectangle banner
Olomoucký Report PR článek	1800 znaků, program, foto

Tiskoviny

	Poznámky
leták A5 do IC a na pracoviště magistrátu	

Náklady na propagaci akce z rozpočtu oddělení komunikace a marketingu: 37 498 Kč (inzerce v časopise Moravský senior, tisk letáků, inzerce v MHD, banner olomouc.cz, banner Hanácká Drbna, PR článek Olomoucký Report).

5. Vyhodnocení efektivity vynaložených prostředků

Vyhodnocovat efektivitu u této akce není možné, poněvadž není znám počet jejich návštěvníků, kterým byl umožněn volný přístup na její jednotlivé části (science show, do expozice Světlo a tma i do Laudonova sálu, kde se konaly přednášky). Zájemci mohli přicházet a odcházet kdykoliv během akce, což ztěžuje přesné sledování počtu účastníků v různých časech (akce se konala od 8:00 do 19:00). U

vstupů nebyla prováděna kontrola, která by si vyžadovala další dodatečné náklady na realizaci. O akci jako celek byl velký zájem, což dokládá převis poptávky nad volnými kapacitami návštěvy olomoucké teplárny, stejně tak jako nemalý zájem o expozici Světlo a tma v Pevnosti poznání či o science show a prezentaci společnosti Veolia v předsálí Laudonova sálu. Bohužel četné publikum si nenašly pouze přednášky v Laudonově sále, což nám do budoucna dává prostor na zamýšlení nad tímto formátem prezentace témat udržitelného rozvoje.

Fotografie z výše uvedené akce jsou k dispozici: <https://www.olomouc.eu/aktualni-informace/aktuality/29856>