



Koruna Vysočiny, destinační management turistické oblasti

*Koruna Vysočiny, z.s., Kancelář managementu destinace se sídlem Příční 405, 593 01 Bystřice nad
Pernštejnem, IČ: 04415868
spis. zn. L 20838 u KS v Brně, účet č.: 115 -1313450277/0100 vedený u KB, tel.: 566 788 406, 776
308 072, kancelar@korunavysociny.cz*

Krátkodobý plán činností

Koruny Vysočiny

na rok 2021

Plán věcný (předběžný)

Úvod

Naše vize

Jsme spolehlivým partnerem a zprostředkovatelem v oblasti cestovního ruchu na území turistické oblasti Koruny Vysočiny se zaměřením na udržitelný cestovní ruch.

Náš cíl

Cílem destinačního managementu Koruna Vysočiny, z.s. je propojení jednotlivých subjektů působících v cestovním ruchu a kvalitní servis pro návštěvníky regionu zajišťující jejich spokojenost.

Spolupráci s různými subjekty konáme za účelem rozvoje oblasti, abychom mohli zajistit udržitelný rozvoj a konkurenceschopnost na trhu. A také abychom mohli vytvořit ucelenou nabídku aktivit, která dokáže oslovit nejen turisty z tuzemska a zahraničí, ale i rezidenty z turistické oblasti. Všem subjektům, které se k nám připojí, nabízíme nespočet možností spolupráce. Jako zásadní možnosti spolupráce můžeme označit společné produkty a projekty s jednotnou marketingovou kampaní pod značkou Koruna Vysočiny.

Novým cílem naší společnosti je heslo „společně to zvládneme“, jako reakce na aktuální stav pandemie na celém světě. Naším cílem je také vytvoření platformy, která v době „nouzového stavu“ připravuje program na vzdělávání a využívá potenciálu na okamžik, kdy bude možné přijímat turisty. Tento způsob práce v cestovním ruchu očekáváme v následujícím roce také a je potřeba stát při sobě a dobu nečinnosti tak využít v maximální prospěch nás všech.

Obsah

1. Rozvoj hlavní činnosti

1. Koordinace spolupráce subjektů cestovního ruchu z veřejného i soukromého sektoru
2. Shromažďování informací o turistickém potenciálu
3. Propagace a prezentace regionu
4. Koordinace činnosti turistických informačních center v Koruně Vysočiny
5. Projekty + významné propagační aktivity
6. Produkt v cestovním ruchu

2. Doplňková činnost

3. Prostředky informačních a komunikačních technologií

4. Lidské zdroje

5. Využívání a potřeby majetku (nespecifického i specifického)

6. Řízení vztahů s veřejností a komunikace

1. ROZVOJ HLAVNÍ ČINNOSTI

1.1. Koordinace spolupráce subjektů cestovního ruchu z veřejného i soukromého sektoru

- organizace pravidelného setkávání s partnery v cestovním ruchu – s podnikateli v cestovním ruchu, turistických informačních center a s klíčovými hráči v Koruně Vysočiny s cílem koordinace společné spolupráce
- navržení a naplňování společného marketingového tématu pro r. 2021
- účast na setkávání koordinátorů cestovního ruchu
- společná prezentace nabídky – elektronická i tištěná (je na zvážení) média pod správou a koordinací Koruny Vysočiny, z.s.
- společná prezentace na veletrzích cestovního ruchu v r. 2021 – veletrh for bike 2021
- realizace kampaní z vlastních i získaných prostředků z dotačních titulů
- koordinace spolupráce s TIC v destinaci
- Koordinace spolupráce s Vysočina Tourism
- spolupráce s agenturou CzechTourism při propagaci turistické nabídky Vysočiny, Koruny Vysočiny, z.s. orientované na domácí i příjezdový cestovní ruch
- realizace a motivace k tvorbě produktů cestovního ruchu

odpovídá: ředitelka

1.2. Shromažďování informací o turistickém potenciálu

- zajišťování průběžně (na schůzkách, seminářích, prací v terénu, výzvou partnerům), zveřejňování především na turistickém portálu Koruny Vysočina www.korunavysocin.cz, na sociálních sítích (Facebook,) tištěných a elektronických letních turistických novinách Koruny Vysočina, www.vysocina.eu, v elektronických turistických novinách Vysočiny, v tištěném turistickém magazínu
- pravidelná publikační činnost v městských zpravodajích (informovanost rezidentů)

odpovídají: ředitelka

1.3. Propagace a prezentace regionu na domácím trhu

- dle kapacity a zájmu organizátorů akcí budeme propagovat turistickou nabídku Koruny Vysočiny i na venkovních akcích, buď sami nebo prostřednictvím předaných tiskovin, popř. prezentačního stánku Koruny Vysočina.
- Spoluúčast na veletrhu v Brně, (dle situace i dalších) kam Koruna Vysočiny vyšle svého zástupce
- Distribuce turistický novin mimo kraj Vysočina
- Online marketingové aktivity na vyhledávačích Google, Seznam (v návaznosti na sezónnost, prázdniny, covid-19)

- Online marketingové aktivity na sociálních sítích
- Zapojení se do ročního tématu krajské DMO – Vysočina dětem

odpovídá: ředitelka

1.4. Koordinace činnosti turistických informačních center na území Koruny Vysočina

- setkání se zástupci turistických informačních center, jakožto výkonnými pracovníky a zástupci zakladatelských měst Koruny Vysočina - pravidelné setkávání 1x za 2 měsíce osobně nebo online
- pravidelné zasílání odborných informací e-mailem a návrhy spolupráce a různých podnětů
- tradiční komunikační platforma je rozšířena o další certifikovaná informační centra, které jsou zřizována podnikatelskými subjekty
- Nastavení a motivace k využívání komunikačního stylu nastaveného Korunou Vysočiny - v souladu s Grafickým manuálem značky a vizuálního stylu (bude-li k dispozici)
- V roce 2021 budeme společně pracovat na vylepšení turistického portálu s ohledem na uživatele
- Plánovaný tisk společných brožur se bude odvíjet od vyhlášení GP kraje Vysočiny.

odpovídá: ředitelka

1.5. Projekty + významné propagační aktivity

1.5.1. Aktivní práce s 3K Plattformou

Hlavním úkolem Koruny Vysočiny je propojení a koordinace spolupráce mezi aktéry v cestovním ruchu v naší destinaci. Pravidelné schůzky budou realizovány minimálně 1 x za rok. Na schůzkách budou vyhodnoceny jednotlivé projekty a produkty v cestovním ruchu a následně představeny nové. Setkání využijeme k tomu, abychom zjistili potřeby našich partnerů, hledali společné řešení, jehož výsledkem bude společná spolupráce. Komunikace probíhá pomocí online dotazníků, což šetří čas a zrychluje reakce na jednotlivé kroky managementu. S ohledem na vzniklou situaci jsou setkávání omezena na online, což přináší mnoho výhod. Více podnikatelských subjektů se vzhledem k šetření času těchto schůzek účastní.

Výhody:

- Aktivity, jenž bude Koruna Vysočiny dělat, budou na základě reálných potřeb uvnitř destinace
- Změny, které budou prováděny budou mít podporu “ze spodu”

- Online setkání jsou poměrně rychle svolatelné a můžou reagovat na aktuální potřeby v terénu. (rok 2020 byl tomu krásný příklad)

odpovídá: ředitelka

1.5.2. Sjednocení online propagace v rámci Koruny Vysočina

Pilotní projekt společného marketingového kalendáře mezi zakladatelskými členy Koruny Vysočin, bude efektivně řídit a využívat všech marketingových kanálů, pro jednotlivé cílové skupiny v rozloženém časovém úseku celého roka.

Další aktivitou v online propagaci je správa FB a IG stránek Koruny Vysočiny, včetně aktivního využívání placených kampaní.

Výhody:

- jednotná propagace akcí a vytvoření uceleného přehledu možností destinace
- Přehlednost pro turistu
- Zlepšení propagačních aktivit destinace, vytváření brandu
- Finanční úspora pro jednotlivé členy
- Časová úspora

odpovídá: ředitelka

1.5.3. Sjednocení vizuálu v tištěné formě

V letošním roce nastartujeme spolupráci i v oblasti printu. Doposud se vždy na letácích jednotlivých subregionů Koruny Vysočiny objevovalo logo, ale každý subregion vystupoval nadále ve svém vizuálu, někdy i nekoordinovaném.

Výhody:

- Tvoříme brand destinace
- Propagační materiál bude obsahovat ucelené informace pro turistu, který nezná žádné hranice
- V brožuře budou vždy informace napříč regionu
- Podnikateli v CR usnadní práci s vytvářením programu pro ubytované turisty
- Časová a finanční úspora

odpovídá: ředitelka

1.5.4. Finanční podpora z Vysočina Tourism na marketingové aktivity

Jedná se o slíbenou částku 200.000,- Kč, která je vázaná na marketingové aktivity destinace. Tato částka bude dělena všem certifikovaným DMO. Je to finanční zdroj našich marketingových kampaní, zejména online.

Výhody:

- Touto částkou pokryjeme naše online marketingové aktivity, které nebylo možno financovat jinak než v návaznosti na vyhlášené grantové programy.

odpovídá: ředitelka

1.5.5. Komunita na sociálních Koruny Vysočina

Cílem této aktivity je vytvoření jednotného kanálu, kde se bude propagovat region směrem navenek, ale také budeme informovat místní obyvatele o dění v celé oblasti. Zvyšování fanouškovské základny organicky, tj. dávat čím relevantní obsah. Zužítkovat tak velký úspěch ve spolupráci s fotografy, kteří nám zdarma poskytují fotografie. Nově chceme začít pracovat s profesní sociální sítí, LinkedIn

Rozdělit komunikaci na sociálních sítích zvlášť, nekopírovat posty a pro každou síť vytvořit nový unikátní a relevantní obsah.

Výhody:

- Každá sociální síť je pro jinou cílovou skupinu, jiný jazyk a jiný potenciál.
- Kvalitní příprava postů pro jednotlivé kanály pomůže i ostatním členům, ulehčí jim práci a mají příležitost tyto příspěvky sdílet na svých sítích.
- Vytváříme zajímavý obsah sociálních sítích, jakožto destinace, která má co nabídnout, tvoříme brand a fanouškovskou základnu.
- Spojujeme nabídku aktivit

odpovídá: ředitelka

1.5.6. Vytvoření online strategie a její nastartování

Cílem je zhodnocení stávajícího stavu, vytvoření strategie, získání finančních prostředků na realizaci a samotná realizace dle finančních možností. Vysvětlení důležitosti práce v online a případné školení ostatních partnerů. Toto téma je poměrně komplexní, část již v letošním roce budeme plnit.

Tvorbu společné strategie je potřeba aplikovat i směrem nahoru, tj. vytvořit společnou strategii mezi krajskou a oblastní destinací, diferencovat oba subjekty a vytvořit synergii.

Výhoda:

- Tvorba brandu Koruny Vysočina
- Tvorba brandu Vysočiny a následně rozložení do celého území
- Hledat si svoje místo na online trhu
- Prostřednictvím vyhodnocování můžeme získat reálné metriky úspěšnosti

odpovídá: ředitelka

1.5.7. Projekt Evropský strom roku - Chudobínská borovice

V rámci aktivit je potřeba pracovat také s fenoménem Chudobínské borovice, která získala v soutěži podporu od českých občanů v počtu 40 000 hlasů. Propojit se s fanouškovskou základnou na FB a komunikovat zde témata Koruny Vysočiny.

Výhody:

- Je to dobré komunikační téma, které definuje naši destinaci
- Získání nové komunity prostřednictvím sociálních sítí
- Podpora akcí v regionu a spolupráce v marketingové činnosti, získání si kreditu jakožto partnera, který umí dělat marketing a propojovat lidi
- Díky tématu představovat Korunu Vysočinu jakožto ideální místo k dovolené
- Ekologický přesah a podpora udržitelného cestovního ruchu v Koruně Vysočiny

odpovídá: ředitelka

1.5.8. EDEN – European Destinations of Excellence

Na konci minulého roku vznikla brožura všech vítězů soutěže, kterou pořádá centrála cestovního ruchu v ČR Czech Tourism. Brožura vyšla jak v českém, tak i anglickém jazyce a bude distribuována prostřednictvím kanálů Czech Tourism.

Výhody:

- Komunikační téma centrály cestovního ruchu
- Možnost zviditelnění
- Profilování Koruny Vysočiny jakožto klenoty České republiky
- Malé kroky destinace na zahraniční trh

odpovídá: ředitelka

1.5.9. Obhájení Certifikace Koruny Vysočiny

Minulý rok na jaře jsme získali certifikaci, bez jakýchkoliv připomínek. Certifikaci je potřeba letos na jaře obhájit. Znamená to absolvovat celou certifikaci znovu.

Výhody:

- Deklarace funkčnosti DMO
- Představení Koruny Vysočiny na Kraji Vysočiny jakožto silnou a stabilní destinaci, která je připravena spolu s krajskou DMO vytvářet kvalitní podporu odvětví cestovního ruchu a produktů
- Možnost získání finančních prostředků

odpovídá: ředitelka

1.6. Produkty v cestovním ruchu

1.6.1. Putování s Vodomilem po Koruně Vysočiny – Vysočina dětem

Tento produkt v cestovním roku je již 13. ročníkem a každý rok reflektuje nové téma krajské DMO.

Informace:

- Akce probíhá od května do října
- Jednotlivé cíle byly zvoleny tak, aby byly zastoupeny všechny oblasti Koruny Vysočiny.
- Akce funguje na základě doporučení zajímavých míst, které nejsou pro turisty známy. V rámci návštěvy daného místa, je nutné odpovědět na soutěžní otázku a získat razítko, které je umístěno u partnerů v cestovním ruchu.
- Legitimace s razítky a správnými odpovědi se sbírají a následně se vylosují výhercové.
- Propagace produktu probíhá prostřednictvím rádia.

odpovídá: ředitelka, pracovníci TIC

1.6.2. Putování za sochami Michala Olšiaka po Koruně Vysočiny

Nový produkt v cestovním ruchu, který vznikl na podzim 2020 jako reakce na vzniklou situaci, pandemii. Využili jsme fenoménu soch místního rodáka, které jsou umístěné v přírodě. Ideální cíl v době, kdy se turisté nechtějí sdružovat a obávají se možnosti nákazy. Do projektu jsou zapojeny informační centra v KV i mimo ní, a podnikatelské subjekty.

Informace:

- Produkt není časově omezený, je tvárný a dá se s ním pracovat v rámci celého roku.
- Jednotlivé cíle byly zvoleny tak, aby byly zastoupeny všechny části Koruny Vysočiny.
- Akce funguje na základě doporučení zajímavých míst, která nejsou pro turisty známá. V rámci návštěvy daného místa, je nutné získat razítko, které je umístěno u partnerů v cestovním ruchu.
- Legitimace s nasbíranými razítky se odevzdávají na informačních centrech, kde jsou účastníci hned odměněni.
- Je vytvořen jednotný dárek pro účastníky hry.
- Připravili jsme i upomínkové předměty, které jsou předmětem hospodářské činnosti KV.

odpovídá: ředitelka

1.6.3. Zážitková karta Koruny Vysočiny

V rámci partnerského setkání v únoru 2020 vznikl zájem o vytvoření společné turistické karty, která bude zastřešovat jednotlivé subjekty, jenž je možné navštívit v rámci destinace. Do projektu je zapojeno více než 60 subjektů a je navržen tak, aby do něj mohl kdykoliv někdo vstoupit.

Nový produkt v cestovním ruchu uceluje nabídku celého regionu.

Výhody:

- Společná prezentace partnerů
- Usnadnění orientace turistů v destinaci
- Motivace turistů zůstat v destinaci déle a ubytovat se, aby mohli získat výhody karty
- Provozovatele atrakcí můžou nabídnout něco navíc nebo slevu, čímž si přilákají nové zákazníky
- Karta umožní propojit destinaci v jeden větší celek a ulehčí práci ubytovatelů jakožto místa, kde turista získává informace
- Karta je navržena tak, abychom z ní mohli vytáhnout také statistické údaje

odpovídá: ředitelka

1.6.4. Koruna Vysočiny sklářská

Novým produktem, který navazuje na roční téma Vysočina Toursim je právě sklářství. Protože toto téma rezonuje na velké ploše našeho území, připravili jsme zajímavé cyklo a pěší výlety, které seznamují se sklářstvím v Koruně Vysočiny.

Informace:

- Akce je určena pro cílovou skupinu aktivní lidé a vzhledem k tématu
- Cyklo i pěší stezky vedou krásnou přírodou CHKO Žďárské vrchy, která je dosažitelná i pro seniory 60+, mají možnost využít půjčovny elektrokol
- Projekt upozorňuje na téma sklářství až do současnosti. Propojuje podnikatele ve sklářství a také muzea, které se tomuto tématu věnují svými expozicemi

odpovídá: ředitelka

1.6.5. Instagramová stezka Koruny Vysočiny

Dalším novým produktem, který reflektuje nově vzniklé požadavky turistů vzhledem na coronavir a také vzhledem k novým trendům v cestovním ruchu, je Instagramová stezka. Tento produkt zpracovává pěší a cyklo výlety a také ferratovou stezku.

Stezky jsou navrženy tak, aby propojily zajímavá instagramová místa v regionech a vytvořily tak celodenní program pro turistu. Samozřejmostí je doplnění informací o možnostech stravování, občerstvení, regionálních producentech a také o půjčovnách.

Informace:

- Akce je určena pro cílovou skupinu mladí aktivní lidé ve věku 20 – 38 let.
- Výlety jsou vytvořeny s ohledem na udržitelný cestovní ruch a do výletů jsou zapojena odlehlé místa regionu, která nejsou navštěvovaná, přesto že jejich atraktivita pro turistu je velká

odpovídá: ředitelka

1.6.6. Santiniho stezka

Letos budeme zpracovávat velké téma našeho regionu, kterému se zatím nikdo důkladně nevěnoval. Rádi bychom oživil slávu Santiniho a představili i jiná místa v regionu, která jsou s ním spojena. Toto téma chceme zpracovat jako nový produkt pro cílovou skupinu rodiny s dětmi tak, abychom odkryli Santiniho skvosty v celé Koruně Vysočiny. Cílem je zábavnou formou, pátračky pro děti, vytvořit hru, která bude poodhalovat tajemství fenoménu Santini. V letošním roce budeme pracovat na přípravě, tak abychom nejpozději v lednu roku 2022 přinesli nový produkt.

Informace:

- Akce je určena pro cílovou skupinu rodiny s dětmi a také na podporu edukace dětí v rámci škol v přírodě.

odpovídá: ředitelka, tým nadšených dobrovolníků

1.6.7. Trojúhelník UNESCO

Téma, které bylo v minulosti zpracováno, předáno na krajskou DMO z důvodu mezioblastní koordinace. Naším cílem v roce 2021 bude znovuoživení projektu a navázání partnerství s destinací Moravské Třebíčsko a městem Telč.

Informace:

- Uchopení největšího tématu kraje
- Vytvoření produktu s krajským rozsahem
- Vznik zajímavé nabídky a spolupráce s jednotlivými aktéry cestovního ruchu v kraji.

odpovídá: ředitelka a Hana Vykoukalová

1.6.8. Mlynářská stezka

Revitalizace stávajícího konceptu cykloturistické trasy Mlynářské stezky jako dálkové tematické trasy zaměřené na přírodu, tradice, řemesla a produkty regionů Vysočiny a Podýjí s cílem vytvoření atraktivní, bezpečné, sjízdné a udržované trasy pro cyklisty jako součást nabídky destinací Vysočina a Jižní Morava. V roce 2021 bude probíhat investiční část, kterou budou realizovat oba kraje. Koruna Vysočiny bude připravovat marketingovou část projektu, která bude realizovaná v roce 2022.

Informace:

- Hlavním tématem stezky je přiblížit návštěvníkovi právě historii a zajímavosti regionu s mlynářstvím spojené.
- Vedení trasy členitým, přírodně a krajinářsky cenným územím východní části Vysočiny představuje hlavní potenciál pro rozvoj cestovního ruchu na stezce
- Jako liniová spojnice přitom trasa zároveň svazuje dva přírodně významné chráněné celky moravské krajiny, a to Chráněnou krajinnou oblast Žďárské vrchy a Národní park Podýjí.

odpovídá: ředitelka, koordinátor Partnerství, o.p.s.

1.6.9. Gastro karta Koruny Vysočiny

Současná pandemická krize nejvíce zasáhla podnikatele v gastronomii. Kartou bychom rádi podpořili i tento segment. Kartu by mohl využít jak turista, tak i rezident. Cílem karty by bylo pobídnout k návštěvám ověřených restaurací.

Informace:

- Zájemci o gastronomii dostanou kartu na výdejových místech, kterými budou samotné restaurace, informační centra, obecní úřady.
- Úkol držitelů karty je navštívit všechny doporučené restaurace, získat razítko.
- Po posbírání všech razítek se karta odevzdá do kanceláře Koruny Vysočiny a proběhne losování o zajímavé kulinářské ceny.

odpovídá: ředitelka

2. DOPLŇKOVÁ ČINNOST

- reklama cizích subjektů na akcích Koruny Vysočina (např. Zahájení turistické sezony: Pochod za krásami okolí Nedvědice, v rámci spolupráce s Vysočina Tourism různé aktivity spojené s ročním tématem Vysočina dětem)
- organizace prověří možnost zavedení webového magazínu a možnost získání individuální dotace z Kraje Vysočina

- Vydávání letních turistických novin
- Inicie vznik další DMO v kraji Vysočina
- Inicie změny financování DMO Krajem Vysočina
- Získávání e-mailových adres pro Direkt marketing
- Vzdělávání pracovníků TIC a podnikatelů (vlastními silami i externisty)

odpovídá: ředitelka

3. PROSTŘEDKY INFORMAČNÍCH A KOMUNIKAČNÍCH TECHNOLOGIÍ

- bude probíhat pravidelná údržba hardware a software, v případě poškození i obměna, dle potřeb a nabídky i zajištění licencí
- tisk a kopírování – vlastními prostředky pro zajištění běžného chodu organizace
- tisk a kopírování – dodavatelsky (výstupy z projektů – propagační materiály)
- marketingové služby – nákup PPC kampaní, obsahové sítě, bannerové reklamy, vyhledávače
- udržování aktuálnosti webů a aplikací provozovaných Korunou Vysočiny:
 - www.korunavysociny.cz – turistický portál
 - Facebookový, instagramový a LinkedIn profil - [Korunavysočiny](#)

odpovídá: ředitelka

4. LIDSKÉ ZDROJE

- personální obsazení organizace již prakticky neodpovídá současným potřebám a činností organizace,
- Projekt DMO se dostal do druhé fáze, kterou pokud překoná, bude nutné navýšit počet zaměstnanců i z důvodu zástupu a zvyšování nároků na rozvoj destinace
- riziko fluktuace zaměstnanců (práce náročná na flexibilitu, nároky na dílčí zodpovědnost, tlak na kvalitu a výkon, náročná administrativa, mezilidské vztahy)
- organizace bude využívat pomoci zaměstnanců na dohody (o provedení práce, o pracovní činnosti) v souvislosti s uspokojováním dlouhodobých, resp. nahodilých potřeb
- organizace bude využívat spolupráci i na základě smluv
- např. poskytování právních poradenských služeb a konzultací nebo externí grafik
- organizace umožní zaměstnancům udržení a zlepšení kvalifikace – odborné semináře a konference, jazykové vzdělávání, vzdělávání v marketingu, zejména v online

odpovídá: ředitelka

5. VYUŽÍVÁNÍ A POTŘEBY MAJETKU (NESPECIFICKÉHO I SPECIFICKÉHO)

- u movitého majetku bude dle potřeby provedena oprava, údržba, obměna, a to dodavatelsky nebo vlastními silami, či vyřazení majetku
- organizace bude i nadále využívat skladové prostory u firmy EDEN
- dle potřeby budou řešeny výpůjčky či zápůjčky movitého majetku
- organizace nedisponuje žádným výrazně specifickým majetkem
- organizace může poskytnout např. Stánek na propagaci Koruny Vysočiny
- v letošním roce bychom rádi získali kancelář, abychom nemuseli využívat vlastní prostory a energie ředitelky kanceláře.

odpovídá: ředitelka

6. ŘÍZENÍ VZTAHŮ S VEŘEJNOSTÍ A KOMUNIKACE

- organizace aktivně komunikuje s veřejností a novináři – zveřejňování informací na webových stránkách organizace, zasílání tiskových zpráv přímo novinářům
- realizace marketingového a komunikačního plánu 2021 – vč. vizuálního stylu (bude v průběhu roku přepracován do podoby, jenž bude použitelná pro celou destinaci) - inzerce a propagace akcí, cílů, kulturních a turistických atraktivit (z rozpočtu organizace a projektů)
- propagace činnosti organizace prostřednictvím webové stránky www.korunavysociny.cz
- informování veřejnosti prostřednictvím výroční zprávy za rok 2019 dle zákona č. 106/1999 Sb.

odpovídá: ředitelka

Zpracoval: Ol'ga Königová

V Bystřici nad Pernštejnem 26.10.2020