

Uchwała Nr XX/116/08
Rady Miejskiej w Połańcu
z dnia 27 marca 2008 r.

**w sprawie wyrażenia woli przystąpienia Miasta i Gminy Połaniec do realizacji
przez Regionalną Organizację Turystyczną Województwa Świętokrzyskiego
zadania „Kampania promocyjna Województwa Świętokrzyskiego”
w latach 2008-2010**

Na podstawie art. 18 ust. 2 pkt 15 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (j.t. Dz. U. z 2001r. Nr 142 poz. 1591, zm. w 2002 r. Nr 23, poz. 220 i Nr 62, poz. 558, Nr 113, poz. 984, Nr 214, poz. 1806, z 2003 r. Nr 80, poz. 717, Nr 162, poz. 1568, z 2004 r. Nr 102, poz. 1055, Nr 116, poz. 1203, Nr 167, poz. 1759, z 2005 r. Nr 172, poz. 1441, Nr 175, poz. 1457, z 2006 r. Nr 17, poz. 128, Nr 181 poz. 1337, z 2007 r. Nr 48 poz. 327, Nr 138, poz. 974 i Nr 173, poz. 1218), art. 4 ust. 3 pkt 1 i 2 ustawy z dnia 25 czerwca 1999 r. o Polskiej Organizacji Turystycznej (Dz. U. z 1999 r. Nr. 62, poz. 689, z 2000 r. Nr 22, poz. 273, z 2001 r. Nr 22, poz. 249, z 2006 r. Nr 170, poz. 1217 i Nr 249, poz. 1832) oraz § 5 ust 1 pkt 3 Statutu Regionalnej Organizacji Turystycznej Województwa Świętokrzyskiego uchwała się, co następuje:

§ 1

Wyraża się wolę przystąpienia Miasta i Gminy Połaniec do realizacji przez Regionalną Organizację Województwa Świętokrzyskiego zadania „Kampania promocyjna Województwa Świętokrzyskiego” w latach 2008 – 2010, którego skrótowy opis stanowi załącznik nr 1 do uchwały.

§ 2

Upoważnia się Panią Anetę Matusiewicz do prowadzenia wszelkich działań związanych z pomocą Regionalnej Organizacji Turystycznej w opracowaniu zadania, złożeniu dokumentów aplikacyjnych w celu uzyskania dotacji na realizację zadania z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego; działanie 2.3 Promocja gospodarcza i turystyczna regionu.

§ 3


W związku z potrzebą zabezpieczenia środków finansowych na udział własny w realizacji projektu wyraża się zgodę na podwyższenie składki członkowskiej Miasta i Gminy Połaniec w Regionalnej Organizacji Turystycznej Województwa Świętokrzyskiego w latach 2008-2010 o 1 320,00 zł w skali roku.

§ 4

Wykonanie uchwały powierza się Burmistrzowi Miasta i Gminy Połaniec.

§ 5

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

**PRZEWODNICZĄCY
RADY MIEJSKIEJ**

mgr Stanisław Lolo

**Załącznik 1
do uchwały nr XX/116/08
Rady Miejskiej w Połańcu
z dnia 27 marca 2008 r.
OPIS ZADANIA**

Lp.	Nazwa zadania	Wartość ogółem w zł	Udział własny		Okres realizacji (lata realizacji)
			w zł	w %	
1	Zadanie „Kampania promocyjna Województwa Świętokrzyskiego”	7. 000.000,00	1. 050 000,00	15,00	2008 - 2010

- 1. Wnioskodawca - Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Świętokrzyskiego (Zamawiający).**

Projekt skupia wokół siebie partnerów wspierających realizację zamierzonych działań:

- Województwo Świętokrzyskie (Urząd Marszałkowski Województwa Świętokrzyskiego),
- samorzady (gminy i powiaty) będące członkami ROT,
- pozostali członkowie ROT

- 2. Cel projektu:** wykreowanie marki regionu świętokrzyskiego oraz przeprowadzenie działania reklamowo – marketingowych mających na celu ugruntowanie korzystnego wizerunku regionu świętokrzyskiego, a także stworzenie systemu informacji turystycznej.

3. Produkty (instrumenty promocji) wstępnie* planowane w kampanii oraz ich koszty

Tabela nr 1

Lp.	Działanie	Skrócony opis	Korzyści dla samorządu członka ROT	Koszt w tys zł
1.	Portal turystyczny	Portal składać będzie się ze strony głównej oraz 10- 14 portali lokalnych, którymi zarządzać będą administratorzy lokalni, członkowie ROT. Budowa portalu oparta będzie o bardzo nowoczesny system zarządzania treścią (CMS). Portal cechował będzie się dużą przejrzystością i atrakcyjną szatą graficzną opartą na animacji Flash. Dodatkowo strona zostanie wzbogacona o elementy multimedialne: wirtualne wycieczki, trójwymiarowe fotografie, efekty dźwiękowe itp. W całości tłumaczona będzie na 4 języki obce	Promocja poprzez najsukuteczniejsze obecnie w turystyce narzędzie (Internet). Dzięki czterojęzycznej wersji - profesjonalna informacja o członku dostępna będzie dla turystów z całego świata.	260,00
2.	Centrum IT w Kielcach oraz punkty it w regionie	Centrum IT w Kielcach - nabycie przez ROT lokalu w centrum Kielc, powierzchnia 50 - 100 m, wyposażenie w sprzęt biurowy i komputerowy z oprogramowaniem, wyposażenie biura w meble oraz wizualizacja i oznakowanie. Planuje się, aby centrum pełniło funkcję informacji miejskiej i regionalnej. Punkty IT – dofinansowanie 10- 14 punktów; wyposażenie w sprzęt biurowy i komputerowy z oprogramowaniem, wyposażenie biura w meble oraz wizualizacja i oznakowanie.	Możliwość przekazywania informacji o atrakcjach i ofercie turystycznej samorządu poprzez: - profesjonalnie funkcjonujący, regionalny system IT, - centrum IT w atrakcyjnym punkcie Kielc (np. ul. Sienkiewicza), - punkty IT stworzone lub istniejące na terenie działania zainteresowanych samorządów	878,00
3.	Targi Turystyczne	Planuje się udział w następujących imprezach krajowych: Warszawa (TT Warsaw, Lato), Katowice, Poznań, Łódź, Gdańsk, Kraków, Białystok). Powierzchnie wystawiennicze:10 -30 m. ²	Zwiększona ilość imprez targowych, większe powierzchnie, profesjonalnie przygotowane stoiska targowe. Niższe koszty promocji	795,00

		<p>Zagranicznych: w Berlinie, Moskwie, Londynie, Kijowie, Budapeszcie, Pradze. Ilość powierzchni stoiska jest zróżnicowana: 30 m² w Berlinie, 20 m² w Kijowie, pozostałe po 10 m.²</p>	<p>na targach, zwłaszcza zagranicznych, gdzie ROT ma dofinansowanie z Polskiej Organizacji Turystycznej (od 25 do 50 %)</p>	
4.	<p>Wydawnictwa</p>	<p>Wydane zostaną przewodniki, foldery, ulotki oraz albumy</p> <p>Projektowane nakłady:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Przewodniki 30.000 • Foldery 180.000 • Ulotki 300.000 • Albumy 10.000 <p>Większość wydawnictw będzie wydana w min. 4 wersjach językowych.</p> <p>Główny nacisk zostanie położony na wydawanie tzw. materiałów produktowych promujących określoną formę turystyki i istniejące pakiety i oferty turystyczne.</p>	<p>Zwiększone nakłady, wersje językowe oraz różnorodność publikacji.</p> <p>Możliwość wpływu członków na teksty i prezentację swoich atrakcji i ofert</p> <p>Pozyskanie przez członków części wytworzonego nakładu do własnej dyspozycji.</p>	1500,00
5.	<p>Imprezy promujące region</p>	<p>Stworzenie nowej cyklicznej, rozpoznawalnej w Polsce i Europie imprezy kulturalnej promującej region, a przede wszystkim Kielce</p> <p>W ramach 3- dniowej imprezy odbywającej się głównie w Kielcach - koncerty gwiazd światowego formatu, wystawy pokazy i prezentacje, jarmark produktów lokalnych.</p> <p>Transmisja imprezy przez najatrakcyjniejsze stacje telewizyjne.</p> <p>W ramach projekt przewiduje się zorganizowanie jednej edycji w 2010 r.</p> <p>Wsparcie najatrakcyjniejszych wybranych imprez już istniejących</p> <p>Udział regionu w trzech imprezach promocyjnych w kraju oraz w trzech imprezach za granicą na tzw .rynkach docelowych (np. kraj Warszawa, Śląsk, Kraków, zagranica- Moskwa, Berlin, Londyn)</p>	<p>Promocja w ramach nowej sztandarowej dla regionu imprezy, zorganizowanej w Kielcach</p> <p>Wzmocnienie wybranych, istniejących już imprez turystycznych lub kulturalnych</p> <p>Promocja poprzez imprezy promocyjne organizowane na najważniejszych rynkach krajowych i zagranicznych</p>	1410,00

6.	Prezentacja multimedialna na CD	Wydane zostaną płyty CD promujące region oraz poszczególne produkty turystyczne adresowane do: amatorów turystyki aktywnej, kulturowej, pielgrzymkowej, uzdrowskiej, wiejskiej, biznesowej oraz promujące turystykę dzieci i młodzieży. Powstanie także płyta ogólnie promująca region. Planujemy by powstało siedem rodzajów płyt, w 4 wersjach językowych, łączny nakład 100 000 egz.	Nowoczesna promocja oferty turystycznej członków poprzez prezentacje multimedialne na płytach CD. Pozyskanie przez członków części nakładu	350,00
7	Bank wizerunków	Stworzony zostanie bank wizerunków regionu. Zdjęcia zostaną pozyskane w drodze: - konkursów fotograficznych, - zakupu od artystów fotografików, - wykonania przez pracowników ROT (zakup profesjonalnego sprzętu). Przewidujemy, iż ilość fotografii znajdującej się w banku wizerunków wyniesie około 2000 sztuk.	Część fotografii będzie mogła być bezpłatnie wykorzystana do celów promocyjnych przez członków	70,00
8.	Public relation	W ramach kampanii planowane jest zorganizowanie 10 wizyt studyjnych tematycznych rocznie (po 5 wizyt w 2009 i 2010) dla dziennikarzy z prasy branżowej, jak również z prasy ogólnopolskiej. Planuje się również zaproszenie dziennikarzy zagranicznych (współpraca z POIT-ami).	Przy organizacji study – tour zostaną głównie uwzględnione atrakcje turystyczne zlokalizowane na obszarach powiatów, miast, gmin – członków ROTWS	54,00
9.	Reklama telewizyjna, prasowa	Reklama telewizyjna: Program o regionie świętokrzyskim nadawany w wybranej stacji, emisja: 2009, 2010 Spot reklamowy 30 sekundowy: emisja - 2009 oraz 2010, Reklama prasowa: a) wkładka do dziennika: turystyczna mapa regionu i poszczególnych atrakcji, kalendarz imprez kulturalnych i turystycznych, oferty członków, informacje praktyczne. Zasięg dodatku: 16 województw, emisja: wiosna 2009 i 2010 rok. b) artykuły sponsorowane; w mediach ogólnopolskich (dodatek turystyka),	Polepszenie wizerunku całego regionu, informacja o największych atrakcjach w reklamie telewizyjnej Informacja o atrakcjach turystycznych oraz ofercie każdego z członków znajdzie się w reklamie prasowej.	647,00

		prasa kobieca, wydawnictwa branżowe emisja; 2008, 2009, 2010		
10.	Reklama zewnętrzna	<p>Bilboardy usytuowane w centrach miast Polski. Zastosowane zostanie logo turystyczne, hasło promocyjne regionu świętokrzyskiego, adres strony internetowej www.swietokrzyskie.travel oraz intrygujące rozwiązania graficzne i tekstowe.</p> <p>Ilość: 200 (po 100 w 2009 i 2010)</p> <p>Wielkość bilbordów - tablice standardowe</p> <p>Czas trwania - akcja bilbordowa będzie miała miejsce w latach 2009 i 2010 roku, czas trwania – jeden miesiąc, przed sezonem turystycznym</p> <p>Dodatkowo region promowany będzie na tzw. city- light'ach (80 sztuk rocznie)</p>	<p>Polepszenie turystycznego wizerunku całego regionu, co znajdzie przełożenie w zwiększonych dochodach z turystyki.</p>	250,00
11.	Badania wizerunkowe	<p>Badania „fokusowe” prowadzone w dwóch etapach:</p> <p>A. Moduł „etap I - wizerunek” – 6 do 8 grup badawczych - po 3 lub 4 w dwóch wybranych miejscach Polski (np. Warszawa i Katowice). B. Moduł „etap I - wizerunek” plus etap II - kampania” jw.</p>	<p>Właściwe ukierunkowanie kampanii na rynki docelowe, gwarancja lepszej skuteczności podjętych działań. Poznanie opinii konsumentów na poziomie projektowania ułatwi wybór najlepszej idei, obniży koszty w przypadku podjęcia niespójnej z oczekiwaniami decyzji oraz pozwoli w pełni wykorzystać potencjał testowanych conceptów. Na etapie „po kampanii” pozwoli ocenić skuteczność zastosowanych technik.</p>	49,00
12	Materiały reklamowe	<p>Zakup tzw „gadżetów świętokrzyskich” (parasole, długopisy, kalkulatory, kubki, T-shirty, torby, zegary, itp.)</p>	<p>Cześć zakupionych materiałów promocyjnych zostanie przekazana członkom ROT</p>	37,00
Łącznie koszty działań promocyjnych				6.300,00

**Rodzaj zastosowanych działań promocyjnych i kwoty przeznaczone na ich realizację będą przedmiotem analiz zespołów eksperckich i dyskusji członków ROT w trakcie debat roboczych. Ostateczne ustalenia rzeczowo- finansowe zapadną w terminie umożliwiającym złożenie dokumentów aplikacyjnych.*

4. Realizacja projektu

Zakłada się, iż projekt będzie zrealizowany maksymalnie **do 2010 roku**, finansowanie projektu przez samorzady przewiduje się przez okres 3 lat (2008, 2009, 2010)

5. Wartość i finansowanie projektu

Całkowitą wartość projektu szacuje się na maksymalną kwotę **7.000.000,00** (siedem milionów złotych).

Zgodnie ze wstępnymi założeniami współfinansowania projektu, nakłady finansowe zostaną pokryte **przez członków ROT w 15% i przez środki EFRR w 85%**.

Finansowanie z EFRR - środki w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego; działanie 2.3 Promocja gospodarcza i turystyczna regionu.

Wkład własny - zostanie zabezpieczony przez środki własne organizacji oraz samorzady, będące członkami ROT, w postaci podwyższonej składki członkowskiej w latach: 2008, 2009, 2010.

Wkład własny wyniesie 1.050,000,00 - co daje **rocznie kwotę 350.000,00 PLN**.

Planuje się pokrycie rocznego wkładu własnego (tj kwoty 350.000,00) z następujących źródeł;

- 79.220,00 - środki własne Regionalnej Organizacji Turystycznej
- 200.000,00 - dodatkowa kwota składki Samorządu Województwa
- 37.780,00 - dodatkowa kwota składki Miasta Kielce,
- 33.000,00 - dodatkowa kwota ze składek innych samorządów

Na całkowite koszty zadania (7.000.000,00 PLN) składają się :

- 6. 300.000,00 - (90%) koszty operacyjne działań (wg tabeli nr.1),
- 700.000,00 - (10%) koszty administracyjne (biuro projektu) oraz

przygotowawcze (dokumenty aplikacyjne)

Dopuszcza się możliwość zmniejszenia całkowitej wartości projektu w przypadku:

- braku zainteresowania części członków przystąpieniem do projektu,
- zmniejszenia finansowania przez EFRR ,
- z innych istotnych powodów,

Dopuszcza się możliwość zwiększenia całkowitej wartości projektu w przypadku;

- zwiększenia się wkładu własnego z inicjatywy własnej członków ROT,
- poprzez pozyskanie nowych członków zainteresowanych realizacją projektu ,
- z innych istotnych powodów.

PRZEWODNICZĄCY
RADY MIEJSKIEJ

mgr Stanisław Lolo