

Uchwała Nr XIV/106/2007
Rady Gminy w Sitkówce-Nowinach
z dnia 28 grudnia 2007 r.

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

Na podstawie art. 18 ust.1 ustawy z dnia 8 marca 1990 roku o „samorządzie gminnym”,
– (Dz. U z 2001 roku Nr 142 , poz. 1591 ze zmianami) Rada Gminy uchwała, co
następuje:

§ 1

Wyraża się wolę przystąpienia Gminy Sitkówka-Nowiny 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 Wójta Gminy 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 Gminy Sitkówka-Nowiny w Regionalnej Organizacji Turystycznej Województwa Świętokrzyskiego w latach 2008-2010 o 1 320,00 zł w skali roku.

§ 4

Wykonanie uchwały powierza się Wójtowi Gminy .

§ 5

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

WICEPRZEWODNICZĄCY
Rady Gminy


Wiesław Rabiej

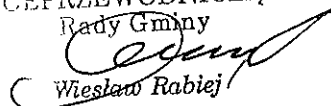
Uzasadnienie

Proponowany przez Regionalną Organizację Turystyczną Województwa Świętokrzyskiego projekt pn. „Kampania promocyjna Województwa Świętokrzyskiego” w latach 2008-2010 zakłada kompleksową promocję turystyczną regionu, poprawę jego wizerunku jako atrakcyjnego miejsca dla turystów. Zadanie ma charakter unikatowy w skali kraju, przewiduje wiele innowacyjnych rozwiązań. Jego realizacja pozwoli na znaczące zwiększenie liczby turystów odwiedzających region, a w szczególności Gminę co wpłynie na poprawę sytuacji i rozwój tego podmiotu w branży turystycznej na obszarze Gminy. Wkład własny ze strony Gminy/ jest symboliczny biorąc pod uwagę korzyści, jakie z realizacji projektu osiągnie Gmina i podmioty działające na jej terenie.

Z uwagi na powyższe podjęcie stosownej uchwały jest celowe i uzasadnione.

WICEPRZEWODNICZĄCY

Rady Gminy



Wiesław Rabiej

Załącznik 1
do uchwały nr
XV.106/2007
Rady Gminy
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 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 składat 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 najskuteczniejsze 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 powierzenie, 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 m².</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> <ul style="list-style-type: none"> • Projektowane nakłady: • 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 określona 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 Kielec</p> <p>W ramach 3- dniowej imprezy odbywającej się głównie w Kielecach - koncerty gwiazd światowego formatu, wystawy pokazy i prezentacje, jarmark produktów lokalnych.</p> <p>Transmisja imprezy przez najatrakcyjniejsze stacje telewizyjne.</p> <p>W ramach projektu 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 sztafietowej dla regionu imprezy, zorganizowanej w Kielecach</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.	<p>Prezentacja multimedialna na CD</p>	<p>Wydane zostaną płyty CD promujące region oraz poszczególne produkty turystyczne adresowane do: amatorów turystyki aktywnej, kulturowej, pielgrzymkowej, uzdrowiskowej, 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.</p>	<p>Nowoczesna promocja oferty turystycznej członków poprzez prezentacje multimedialne na płytach CD. Pozyskanie przez członków części nakładu</p>	<p>350,00</p>
7	<p>Bank wizerunków</p>	<p>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 znajdujących się w banku wizerunków wyniesie około 2000 sztuk.</p>	<p>Część fotografii będzie mogła być bezpłatnie wykorzystana do celów promocyjnych przez członków</p>	<p>70,00</p>
8.	<p>Public relation</p>	<p>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).</p>	<p>Przy organizacji study – tour zostaną głównie uwzględnione atrakcje turystyczne zlokalizowane na obszarach powiatów, miast, gmin – członków ROTWS</p>	<p>54,00</p>
9.	<p>Reklama telewizyjna, prasowa</p>	<p>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).</p>	<p>Polepszenie wizerunku całego regionu, informacja o największych atrakcjach w reklamie telewizyjnej Informacja o atrakcjach turystycznych oraz ofercie każdego z członków znajduje się w reklamie prasowej.</p>	<p>647,00</p>

	<p>prasa kobieca, wydawnictwa branżowe emisja; 2008, 2009, 2010</p>			
10.	<p>Reklama zewnętrzna</p> <p>Bilboardy usytuowane w centrach miast Polski. Zastosowane zostanie logo turystyczne, hasło promocyjne regionu świętokrzyskiego, adres strony internetowej www.swietokrzyskie.travel oraz intrygujące rozwiązanie graficzne i tekstowe. Ilość: 200 (po 100 w 2009 i 2010) Wielkość bilbordów - tablice standardowe Czas trwania - akcja bilbordowa będzie miała miejsce w latach 2009 i 2010 roku, czas trwania – jeden miesiąc, przed sezonem turystycznym 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.	<p>Badania wizerunkowe</p> <p>Badania „fokusowe” prowadzone w dwóch etapach: 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 rynku 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 wykorzystywać potencjał testowanych konceptów. Na etapie „po kampanii” pozwolą ocenić skuteczność zastosowanych technik.</p>	49,00	
12	<p>Materiały reklamowe</p> <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	
	<p>Łącznie koszty działań promocyjnych</p>		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 umożliwiający 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;

- 77.900,00 - środki własne Regionalnej Organizacji Turystycznej
- 200.000,00 - dodatkowa kwota składki Samorządu Województwa
- 37.780,00 - dodatkowa kwota składki Miasta Kielce,
- 34.320,00 - 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.

WICEPRZEWODNICZĄCY
Rady Gminy


Wiesław Rabczyński