

Łomża, dnia 16 marca 2011 rok

PREZYDENT
MIASTA ŁOMŻA

PROM. 0008.3.2011

Pan
Maciej Andrzej Borysewicz
Przewodniczący
Rady Miejskiej Łomży

Dot.: Informacja z realizacji zadań wynikających ze „Strategii promocji gospodarczej miasta Łomży 2005-2010” za 2010 rok

Zgodnie z planem pracy Rady Miejskiej na 2011 rok, w załączeniu przedkładam Wysokiej Radzie, informację z realizacji zadań strategicznych zapisanych w **„Strategii promocji gospodarczej miasta Łomży 2005-2010”** za 2010 rok.

Przedstawiony materiał zawiera zarówno opis podjętych i zrealizowanych działań promocyjnych, jak i wykonanie budżetu miasta za 2010 rok z zakresu promocji miasta.

Z poważaniem

PREZYDENT MIASTA

Mieczysław Leon Czerniawski

Sprawozdanie z realizacji zadań w 2010 roku wynikających ze „STRATEGII PROMOCJI GOSPODARCZEJ ŁOMŻY do 2010”

„Strategia promocji gospodarczej Łomży 2005-2010” jest dokumentem wspierającym „Strategię zrównoważonego rozwoju miasta Łomży do 2020r”, rozszerzając ją jednocześnie o kwestie gospodarcze w kontekście promocji i współpracy. Główny cel strategii promocji bezpośrednio odnosi się do celów strategii ogólnorozwojowej i określony został jako: **poprawa warunków dla wzrostu konkurencyjności przedsiębiorstw lokalnych i wzrostu zainteresowania inwestorów zewnętrznych Łomżą.**

Strategia promocji gospodarczej stanowi jedno z narzędzi strategii rozwoju umożliwiając wykreowanie pozytywnego wizerunku miasta:

1. na zewnątrz, co w wymiarze konkretnym ma na celu spowodowanie napływu kapitału i inwestycji;
2. do wewnątrz, co ma na celu integrację społeczności lokalnej i aktywne jej włączenie w realizację strategii rozwoju miasta.

Promocja stanowi więc czynnik wspierający politykę władz samorządowych prowadzoną tak względem otoczenia gminy, jak i wobec społeczności lokalnej, a jego głównymi składowymi są:

- polityka wspierania gron przedsiębiorczości,
- skuteczność promocji zewnętrznej,
- współpraca z otoczeniem na rzecz rozwoju subregionu łomżyńskiego.

Należy podkreślić, że działania zapisane w Strategii realizowane są konsekwentnie zgodnie ze zdefiniowanymi problemami, poprzez działania wytyczone w ramach czterech celów strategicznych:

Cel I. RZETELNA INFORMACJA – chodzi tutaj o wprowadzenie przez Miasto nowej jakości w informacji, również poprzez podejmowanie nowych inicjatyw i rzetelny przekaz.

Interaktywny plan miasta Łomża

Wykonano interaktywny plan miasta Łomża w postaci aplikacji internetowej umożliwiającej

poruszanie się po mapie oraz wyszukiwanie ulic i miejsc (obiektów), co ułatwia poszukiwanie ciekawych miejsc, zabytków, usług gastronomicznych, czy instytucji nie tylko mieszkańcom miasta, ale także turystom.

Podstrona portalu www

II etapem opracowania Przewodnika w formie papierowej było wykonanie portalu, który powstał w wersjach językowych PL i EN w technologii PHP, MySQL – przewodnik internetowy oraz jako aplikacja JAVA na telefon komórkowy, a także mechanizm do pobierania trasy w postaci pliku KML i gpx do użycia w programach Google Earth i turystycznych urządzeniach GPS. Wszystko jest wykonane w nowoczesnej technologii na telefon komórkowy będący mapą - przewodnikiem po dwóch trasach na terenie miasta Łomża. Aplikacja powstała na podstawie informacji zawartych w przewodniku drukowanym pt.: „Łomża , Gród na nadnarwiańskiej skarpie”. Całość zawiera teksty i tłumaczenia oraz materiały fotograficzne. W projekcie zostały zaznaczone najważniejsze atrakcje turystyczne miasta wraz z opisem i zdjęciami tych atrakcji.

Komplet ulotek

Opracowano i wydano nowatorsko opracowany komplet ulotek w czterech wersjach językowych: polskiej, angielskiej, rosyjskiej i niemieckiej. Ulotki dotyczą zabytków miasta, organizowanych imprez kulturalnych, tras turystycznych. Szata graficzna ulotek stanowi komplet, a tematyka ich została wyróżniona kolorystycznie. Każda ulotka zawiera specjalny kod, który po zeskanowaniu telefonem komórkowym ściąga z miejskiej strony internetowej interaktywną mapę i za pomocą klawiszy telefonu pozwala na poruszanie się po mapie i wyszukiwanie informacji i zdjęć m.in. zabytków.

Bombajka „Jeleń z Łomży”

Opracowano i wydrukowano książkę – bajkę, zwaną bombajką „Jeleń z Łomży”. Jest to pięknie zilustrowana 20 stronicowa książka formatu A4 z foliowanymi okładkami, pisana wierszem pełnym humoru, dzięki czemu jest łatwa do zapamiętania. Dziecko w krótkim czasie uczy się bajki na pamięć i chce podobnie jak jej bohaterowie przeżywać w tych samych miejscach podobne przygody. Bohaterem bajki jest poczciwy, dobroduszny Jeleń Mędrzec jeden z najstarszych i najmądrzejszych jeleni na świecie, który opowiada o losach miasta, zabytkach, otaczającej przyrodzie.

Katalog Inwestycji Sportowych

Opracowano i wydrukowano Katalog Inwestycji Sportowych, który jest prezentacją nowoczesnej infrastruktury sportowej w mieście, poczynając od ogólnodostępnych boisk sportowych, terenów rekreacyjnych ze skateparkami, kończąc na miejskiej pływalni, czy spełniającym wszelkie normy nowoczesności, stadionie lekkoatletyczno – piłkarskim. Można tam także znaleźć bogatą ofertę klubów, a także atrakcji sportowo – rekreacyjnych kierowanych do mieszkańców miasta.

Kieszonkowy folder turystyczny

Opracowano i wydano kieszonkowy folder turystyczny w czterech wersjach językowych. Oprócz informacji o zabytkach, ciekawych miejscach, imprezach, a także zdjęć i mapek, zawiera również specjalny kod, za pomocą którego możemy ściągać z łomżyńskiej strony interaktywny plan miasta ze zdjęciami i informacjami.

Zaprojektowano i wykonano znaki informacyjne o zabytkach Łomży

Elementem wspierającym promocję miasta są opracowane kierunkowe znaki informujące o położeniu zabytków w mieście i ciekawych miejscach. Biuro Promocji Miasta wspólnie z Wydziałem Gospodarki Komunalnej opracowało listę miejsc, które warto zobaczyć. Na tej podstawie opracowywana jest mapa wskazująca na zabytki Łomży. Wyznaczone miejsca/zabytki zostały oznakowane specjalnymi znakami, pozwalającymi turystom i gościom odwiedzającym Łomżę dotrzeć do ciekawych miejsc. Oprócz znaków ustawionych w zabytkowych częściach miasta, uwagę zwracają znaki na wjazdach do miasta. Docelowo takie tablice/oznakowanie zostaną uzupełnione o wspólnie opracowane z Polską Izba Turystyczną informacje o położeniu Łomży na Szlaku Książąt Mazowieckich. W ramach przygotowywanego projektu dla Szlaku Książąt Mazowieckich, cały obszar objęty szlakiem będzie oznakowany sposobem jednolity dla wszystkich miejscowości. Łomża współpracuje ze Szlakiem, umieszczając informacje o bieżących imprezach na stronach magazynu turystycznego pt. „Na Szlaku Książąt Mazowieckich”, dzięki któremu jesteśmy obecni na wszystkich ciekawych i znanych imprezach w Polsce, trafiając bezpośrednio do rąk turystów.

Wirtualny spacer po Łomży

Rozwój nowoczesnych technologii, a co za tym idzie mediów i środków promocji daje nam dziś unikalną szansę stworzenia innowacyjnego produktu – prezentacji

multimedialnej WIRTUALNE MIASTO, która z powodzeniem staje się elementem kreowania nowoczesnego wizerunku wielu polskich miejscowości. Wirtualne Spacerunki już od kilku lat są docenianym narzędziem promocji turystycznej miast i gmin oraz doskonałym uzupełnieniem portali www i reklamy internetowej, ponadto w ostatnim czasie to rozwiązanie staje się coraz bardziej popularne dlatego też na początku roku 2010 przystąpiliśmy do realizacji takiej wycieczki po naszym mieście. W wyniku czego powstało ponad 200 panoram, które dają nam możliwość poznawania uroków miasta, jego zabytków i najważniejszych atrakcji bez wychodzenia z domu.

Cykl filmów o atrakcjach turystycznych

Współpraca przy realizacji cyklu filmów o atrakcjach turystycznych Łomży i okolic zaowocowała zasponsorowaniem dwóch odcinków filmu w ramach „Wędrówek Doliną Narwi”. Sponsorowane odcinki to „Szlak militarny” opowiadający o historii obrony Łomży na fortach w Piątnicy, i ich roli w „cudzie nad Wisłą”. Tytuł ten został wybrany ze względu na bardzo duże zainteresowanie turystyką militarną.

Kolejny odcinek to „Łomża-granica Mazowska” opowiadający o najstarszym zabytku Łomży – Katedrze. Odcinek ten przeprowadza widza najstarszymi uliczkami miasta przez ciekawe zabytki, opowiadając także o dawnej wielokulturowości. Filmy ukazały się w telewizji regionalnej.

Współpraca z mediami

Przygotowywane są spoty reklamowe, które informują mieszkańców miasta i przejeżdżających gości o zbliżających się imprezach, akcjach, wydarzeniach kulturalnych, itd.

Telewizja Łomża i Studio Skorpion współpracowały z Miastem w ramach przygotowywania materiałów reklamujących wydarzenia promocyjne w mieście.

Wydawnictwa targowe i turystyczne

Poprzez uczestnictwo Miasta w wydawnictwach targowych, Łomża trafiła z reklamą i ofertą turystyczną, a także gospodarczą do Brukseli, Berlina, polskich placówek zagranicznych, ponad tysiąca indywidualnych przedsiębiorców krajowych i zagranicznych oraz na targi turystyczne w Warszawie, Gdańsku, Poznaniu, Berlinie, Londynie, Helsinkach, Szanghaju, Moskwie (m.in.:EUROGASTRO, LATO, TOUR SALON, INVEST-

HOTEL, BTF ADRENALIONA, HORECA, GASTROFOOD, ENOEXPO).

Miasto jak co roku promowało swoje walory poprzez wydawnictwa m.in. targowe jak: „Aktualności Targowe” (rynek krajowy i zagraniczny), „Wiadomości Turystyczne” (rynek krajowy i zagraniczny), „Rynek Turystyczny”, Katalogu Polskiej Turystyki „LIDER” oraz gazecie „Turystyczna”. Reklamę Łomży zamieściliśmy w dodatku do Rzeczpospolitej z cyklu „Perły Podlasia”.

Łomża gościła również na łamach magazynu turystycznego „Na Szlaku Książąt Mazowieckich”, którego dystrybucja była przeprowadzona na targach branżowych oraz imprezach, w których uczestniczył wydawca magazynu, w tym we wszystkich miastach leżących na historycznym szlaku. W magazynie zaprezentowano cyklicznie odbywające się imprezy m.in. Gościniec Łomżyński, Piknik historyczny – rekonstrukcja obrony Łomży 1920r., Niedziela na św. Rocha – festyn rodzinny, Mikrolotowe Mistrzostwa Podlaskiego „Kontakty- Łomża 2010”, IV Ogólnopolski Festiwal Anglojęzyczny Piosenek Filmowych „Soundtrack”, Ogólnopolski Konkurs Tańca Młodzieżowego „Wirująca Strefa”, Skansenowskie Spotkania, Europejskie Święto Sąsiadów, Słoneczna Estradę, Wirującą Strefę, Skansenowskie Spotkania.

Miasto korzysta również z możliwości promocji w lokalnej prasie.

Cel II. WSPÓŁPRACA NA RZECZ ŁOMŻY – ten cel polega na wielopłaszczyznowej współpracy między różnymi podmiotami, co sprzyja budowaniu dobrego klimatu dla przedsiębiorczości, a także na udziale w imprezach, wystawach, misjach gospodarczych.

Organizacja/współorganizacja imprez

Miasto wspiera działalność placówek i instytucji kulturalnych głównie o zasięgu lokalnym i regionalnym: Łomżyńską Orkiestrę Dętą, Łomżyńską Filharmonię Kameralną im. W. Lutosławskiego, Muzeum Północno - Mazowieckie w Łomży, Teatr Lalki i Aktora, Miejski Dom Kultury – Dom Środowisk Twórczych, Miejską Bibliotekę Publiczną, Regionalny Ośrodek Kultury, Muzeum Przyrody w Drozdowie, a także organizacje pozarządowe i fundacje, w tym: Stowarzyszenie Kultury i Oświaty „LOGOS”, Związek Sybiraków, Caritas Diecezji Łomżyńskiej, PTTK, ZHP, TWP, Społeczno - Oświatowe Stowarzyszenie Pomocy Pokrzywdzonym i Niepełnosprawnym „EDUKATOR”, Stowarzyszenie Dzieci i Młodzieży Niepełnosprawnej Intelaktualnie „Pomocna Dłoń”, Społeczne Stowarzyszenie Prasoznawcze STOPKA, ŁTN im. Wagów, Katolickie

Stowarzyszenie Pokój i Dobro, PTKKF, TPZŁ, Fundację Narwiańską, czy Diecezję Łomżyńskie, wyższe uczelnie, szkoły i przedszkola. Miasto jak co roku przeznaczyło środki finansowe i materiały promocyjne na potrzeby zorganizowania kolejnej edycji „Gościńca Łomżyńskiego”, XIII Międzynarodowego Festiwalu Teatralny „Walizka”, „Dni Łomży”, a także wystąpiliśmy jako współorganizator „XI Mikrolotowych Mistrzostw Podlaskiego „KONTAKTY” 2010”, Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy, Juwenaliów 2010, Ogólnopolskiej Inauguracji Europejskiego Tygodnia Sportu dla Wszystkich, i Podlaskiego Pikniku Off-Roadowego, XVII Festiwalu Muzyczne Dni Drozdowo - Łomża 2010, VII edycji Festynu „Gościniec Łomżyński”, obchodów 60-lecia Towarzystwa Wiedzy Powszechnej i 10-lecia powołania w Łomży Oddziału Regionalnego TWP, sesji naukowej poświęconej „wizji kształcenia nauczyciela XXI wieku”

Do końca 2010r. na podstawie Uchwały Nr 26/V/07 udzielane były dotacje celowe w sferze kultury, sztuki, ochrony dóbr kultury i tradycji, a także w sferze podtrzymywania tradycji narodowej, pielęgnowania polskości oraz rozwoju świadomości narodowej, obywatelskiej i kulturowej przez co była umożliwiona popularyzacja wiedzy, a także promocja Łomży i Ziemi Łomżyńskiej, poprzez utrwalanie tożsamości kulturowej i/lub historycznej.

Środki na dotacje przeznaczono na: prezentacje programu „Strofy Księstwa Narwiańskiego”, podtrzymywanie tradycji regionalnej, narodowej i religijnej w środowisku osób marginalizowanych społecznie oraz popularyzacja Łomży wśród mieszkańców innych regionów, Pielgrzymkę Jubileuszową do Sanktuarium Miłosierdzia Bożego w Łagiewnikach członków i podopiecznych Oddziału Pomocy Osobom z SM z okazji 20-lecia Katolickiego Stowarzyszenia „Pokój i Dobro”, wydanie książki 10 rocznika „Ziemia Łomżyńska”, IV Ogólnopolski konkurs Krasomówczy im. Hanki Bielickiej „Radość spod Kapelusza”, „Łączymy pokolenia” - zlot harcerski, spotkania pokoleń, „Marsz szlakiem 33 Pułku Piechoty Strzelców Kurpiowskich”, „Regionalne Spotkania Drużyn Harcerskich”, II Otwarte Mistrzostwa Łomży w Scrabble /ogólnopolskie/, wydanie Albumu pt. „Katedra Łomżyńska”, wydanie publikacji „Historia Domu Pomocy Społecznej w Łomży”, Ogólnopolskie Pielgrzymki Sybiraków, II tom Książki „Harcerstwo łomżyńskie wczoraj i dziś, XLIII Rajd Pamięci Września '39 - Wizna 2010, Jubileuszowy Zlot Stulecie Harcerstwa w Krakowie – wyjazd reprezentacyjny, zorganizowanie Konferencji Naukowej pn. Wybitni archiwiści łomżyńscy w służbie społeczeństwa, Czas wojny na zsyłce. „Wspomnienia” Z. Pieńkowskiego, film promocyjny – Zespół Pieśni i Tańca „Łomża” - rozśpiewana i roztańczona wizytówka miasta Łomża, XIV Ogólnopolski Turniej Tańca

Towarzystwo o Puchar Prezydenta Miasta Łomża, Wyposażenie członków ŁOD w stroje reprezentacyjne oraz instrumentarium i akcesoria muzyczne i sceniczne, inscenizację Walk Narodowo - Wyzwoleńczych – Cud nad Narwią (90 rocznica obrony Łomży), Golgota Wschodu – Historia Wciąż Żywa – film.

Ponadto jak co roku liczne instytucje otrzymały wsparcie w postaci przekazywanych materiałów promocyjnych.

Miasto było również współorganizatorem wielu konferencji, m.in. „Podróż historyczno – geograficzna – wykorzystanie ukształtowania terenu w lokalizacji umocnień i fortyfikacji w oparciu o rzekę Narew na odcinku Łomża – Piątnica – Nowogród – Miastkowo podczas walk obronnych w 1920 i 1939 roku”, wizja kształcenia nauczyciela XXI wieku” - sesja naukowa z okazji obchodów 60-lecia TWP i 10-lecia powołania Oddziału Regionalnego TWP, a także fundatorem symbolicznych „gwoździ” do sztandaru, m.in. Izby Celnej w Białymstoku, Oddziału Stowarzyszenia Geodetów Polskich.

XI Mikrolotowe Mistrzostwa Województwa Podlaskiego

Miasto współorganizowało XI Mikrolotowe Mistrzostwa Województwa Podlaskiego KONTAKTY – ŁOMŻA 2010. Podczas imprezy mogliśmy podziwiać m.in. Mistrzów Świata: Alka Dernbacha (motolotnie) i Tomasza Kudaszewicza (paralotnie) oraz pilotów z Polski i Litwy. Pierwsze atrakcje to „nalot” motolotni, paralotni i samolotów ultralekkich na Łomżę. Główne konkurencje zostały rozegrane w sobotę i niedzielę na lądowisku, zlokalizowanym przy moście Hubala, naprzeciwko plaży miejskiej. Gdzie odbyły się widowiskowe konkurencje paralotni, motolotni i samolotów ultralekkich oraz pokaz lotu wiatrakowca. Tego samego dnia, na Starym Rynku w Łomży o godz. 17:00 oficjalnie otwarto Mistrzostwa co połączono z niepowtarzalnym widowiskiem. Mieszkańcom naszego miasta zaprezentowali się piloci, finalistki Plebiscytu tygodnika Kontakty na Miss Lata 2010 oraz laureaci plebiscytów na „Człowieka Sukcesu 2009” i „Samorządowca Kadencji 2006-2010”. W widowisku plenerowym pt. „Ballada o Janie Wnęku” wystąpili artyści Teatru Gra i Ludzie z Katowic a na koniec nocne loty motolotni i balonów. Trzeciego dnia odbyły się mistrzostwa w celności lądowania paralotni, przeloty przez bramkę paralotni i samolotów ultralekkich oraz dekoracja zwycięzców i zakończenie Mistrzostw.

Europejskie Święto Sąsiadów Organizacja Festynu Święto Sąsiadów

Ludzie z 29 krajów Unii Europejskiej tego samego dnia bawili się, rozmawiali, integrowali się ze swoimi sąsiadami. Tą inicjatywę miasto podjęło 5 lat temu. Dynamika

lokalnego święta będzie kontynuowana przez mieszkańców miasta również w innych terminach, ale już teraz docierają do nas podziękowania za zorganizowanie imprezy. Mamy nadzieję, że z roku na rok nabierze ona jeszcze większego rozmachu, ale przede wszystkim zmobilizuje samych łomżyniaków do organizowania sąsiedzkich spotkań na własnych podwórkach. Ideą Europejskiego Święta Sąsiadów są jednak spotkania z najbliższymi sąsiadami. Dlatego podczas imprezy zachęcano, aby wyjść naprzeciw samotności i zubożeniu i spotkać się ze swoimi najbliższymi sąsiadami, porozmawiać i poznać się bliżej.

W poprzednich latach spotkania ze swoimi sąsiadami w ramach "Święta Sąsiadów" organizował p. Emilian Kudyba, który w nagrodę za realizację idei tego przedsięwzięcia odebrał od Prezydenta Jerzego Brzezińskiego pamiątkowy obraz oraz... sierp, nawiązujący do kultowej polskiej komedii "Sami Swoi". Ponadto na Starym Rynku wystąpiła również młodzież z III Liceum Ogólnokształcącego, która podczas prezentacji pt. "Z sąsiadami weselej" w humorystyczny sposób przedstawiła kraje sąsiadujące z Polską. Zaprezentowane zostały m.in. stroje, muzyka i dania charakterystyczne dla naszych państw ościennych, a także najślawniejsze osoby związane z tymi krajami.

W uroczystości wzięli udział również najbliżsi sąsiedzi naszego miasta, czyli przedstawiciele Gminy Łomża na czele z Wójtem Jackiem Nowakowskim. Na stoisku Gminy można było spróbować chleb ze smalczykiem i ogórkiem małosolnym. Nie zabrakło również zabawnych skeczy, prezentacji kultury kurpiowskiej oraz występów. Swoją muzyką pobyt na Starym Rynku umilały Zespół Ludowy Łomżyniaczy oraz Kapela Kurpiowska.

Nasze Święto przebiegało pod hasłem « Łomża Powodzianom ». Nie chcieliśmy, aby ten dzień był tylko naszym świętem, ale staraliśmy się pamiętać także o tych sąsiadach, którzy nie mogli razem z nami świętować. Młodzież ze zrozumieniem uczestniczyła w akcji zbierania pieniędzy dla powodzian. W samym dniu Sąsiadów zebrano około 5 tys. zł. Pomoc finansowa i rzeczowa, trafia do najbardziej potrzebujących powodzian, w tym głównie do Czechowic Dziedzic, z którym Łomża jest zaprzyjaźniona. Dalsza akcja kontynuowana jest przez Komitet Łomża Powodzianom powołany z inicjatywy Urzędu Miejskiego.

Festyn „Słoneczna Estrada”

Podczas cyklicznie organizowanych festynów klucze do miasta przejęły dzieci i tego dnia królowały na scenie. Przedstawieniom dzieci towarzyszyła promocja Bombajki

„Jeleń z Łomży”. Nowe wydawnictwo skierowane do dzieci powstało w związku z potrzebą promowania miasta w sposób bardziej przystępny, niż do tej pory. Wszystkie dzieci, które tego dnia przybyły na Starówkę otrzymały bajkę w prezencie. Rozdawano cukierki i udostępniono dzieciom atrakcje w formie zjeżdżalni, basenu z piłeczkami, segwey. Malowano także buzie, a wszystkiemu przyglądał się towarzyszący dzieciom tygrys – chodzące maskotki. Atrakcją była także łomżyńska kolejka Melex, która na co dzień uatrakcyjnia turystom pobyt w Łomży.

"Łomżyńskie Wieczory Kabaretowe"

Przez siedem letnich piątków na Starym Rynku w Łomży odbywały się "Łomżyńskie Wieczory Kabaretowe". Podczas prawie 3-godzinnych spotkań z muzyką i komedią na scenie występowały zespoły muzyczne z naszego miasta oraz grupy kabaretowe z całej Polski. Nie zabrakło również innych akcentów, jak np. pokaz mody, karaoke czy prezentacja łomżyńskich piłkarzy. Za każdym razem impreza przyciągała na Stary Rynek po kilkaset osób. Muzyczną część tegorocznego cyklu "Łowieczki" zakończył zespół, który przed siedmioma tygodniami ją inaugurował, czyli Po Godzinach. W świat humoru i satyry zgromadzoną publiczność, po raz ostatni w tym roku, przeniósł natomiast kabaret Kałasznikof z Rybnika.

Organizatorem "Łomżyńskich Wieczorów Kabaretowych" był Miejski Dom Kultury - Dom Środowisk Twórczych przy wsparciu Urzędu Miejskiego w Łomży. Sponsorem głównym "Łowieczki" była sieć sklepów spożywczych Lidl. „Łomżyńskie Wieczory Kabaretowe” były wyjściem naprzeciw oczekiwaniom łomżyńskich przedsiębiorców, mającym na celu zachęcenie mieszkańców Łomży do częstszych odwiedzin Starówki, a tym samym próbą ożywienia tej części naszego grodu nad Narwią.

Nagrody

W ramach tego działania wykonywane są dyplomy, medale, a także przyznawane nagrody pieniężne za najlepsze prace magisterskie dotyczące Ziemi Łomżyńskiej oraz wiele innych nagród w konkursach odbywających się pod patronatem Prezydenta Miasta Łomża m.in. w konkursie Krasomówczym im. Hanki Bielickiej pod hasłem "Radość spod kapelusza", w konkursie "Wiedzy o gospodarce i turystyce", wiedzy o Łomży, a także w „Ogólnopolskiej Olimpiadzie Myśli Jana Pawła II” itp.

Współpraca z ARR

Miasto współpracuje z Agencją Rozwoju Regionalnego poprzez udostępnianie informacji przedsiębiorcom o możliwości korzystania z wspólnie utworzonego Łomżyńskiego Funduszu Poręczeń Kredytowych i Funduszu Pożyczkowego. Szersze informacje zostały opisane w sprawozdaniu z realizacji Strategii zrównoważonego rozwoju miasta.

Współpraca zagraniczna - Szwecja

Współpraca została zapoczątkowana w 2007 roku a w związku z jej kontynuacją w maju 2010r. odbyła się wizyta gości w Łomży w trakcie której przeprowadzona została dwudniowa konferencja pn. „Uczeń ze specjalnymi potrzebami edukacyjnymi w systemie oświaty”. Jej celem było pogłębienie refleksji dotyczących dostosowywania wymagań edukacyjnych do indywidualnych potrzeb psychofizycznych, edukacyjnych ucznia, u którego stwierdzono zaburzenia i odchylenia rozwojowe lub specyficzne trudności w uczeniu się, uniemożliwiające sprostanie tym wymogom. W spotkaniu udział biorą m.in. nauczyciele łomżyńskich szkół, zaproszeni goście z Białegostoku, Częstochowy i Suwałk oraz szwedzkiego miasta Södertälje. Organizatorem konferencji był Samorządowy Ośrodek Doradztwa Metodycznego i Doskonalenia Nauczycieli w Łomży.

Uroczyste otwarcie konferencji przez Prezydenta Łomży Jerzego Brzezińskiego poprzedziły występy dzieci z Przedszkola Publicznego nr 4, w którym od lat prowadzone są nowatorskie działania na rzecz wspierania dziecka niepełnosprawnego i jego rodziny w lokalnym środowisku. Uczestnicy konferencji mieli także możliwość obejrzenia prac artystycznych w wykonaniu uczniów Zespołu Szkół Specjalnych.

Udział w targach

Łomża uczestniczyła bezpośrednio lub pośrednio poprzez Podlaski Urząd Marszałkowski, a także Lokalną Organizację Turystyczną w przedsięwzięciach targowych, w tym także zagranicznych, a także w Targach Katowice GLOB, Międzynarodowych Targach TOUR SALON w Poznaniu, XV TARGACH TURYSTYKI I WYPOCZYNKU oraz na imprezach promocyjnych o charakterze regionalnym i lokalnych. Na stoiskach targowych Miasta widoczne udzielano informacji o potencjale turystycznym miasta i okolic, zachęcano do degustacji przysmaków regionalnych, prezentowano lokalne firmy, ich usługi. Dzięki temu łomżyńskie stoisko bogate było w materiały wydawnicze przygotowane

nie tylko przez Miasto, ale także lokalnych usługodawców, rzemieślników, handlowców. Warto dodać, że oprócz materiałów opisowych Miasto przygotowuje szereg gadżetów - pamiątek na cele promocyjne.

W marcu 2010 miasto uczestniczyło w największych targach nieruchomości na świecie - **MIPIM w Cannes**. Cztery marcowe dni upłynęły na spotkaniach biznesowych i dyskusjach o sytuacji na światowych rynkach. Na Lazurowym Wybrzeżu zaprezentowała się również Łomża, z nieruchomościami przeznaczonymi dla inwestorów. Na targach zaprezentowano specjalnie przygotowany film promocyjny.

Międzynarodowe targi MIPIM przyciągnęły inwestorów, deweloperów, finansistów, konsultantów, zainteresowanych sytuacją na rynku nieruchomości. Łomża zaprezentowała swoją ofertę inwestycyjną wśród największych miast z województwa podlaskiego. W wyniku rozmów pojawiły się perspektywy wprowadzenia inwestorów do Łomży. W Łomży swoje interesy planują rozwijać konsorcja z branży hotelowej i rekreacyjnej. Zainteresowanie inwestowaniem w Łomży wyraziły firmy z Hiszpanii i Austrii. Prowadzone były również rozmowy z Amerykanami, Niemcami i Rosjanami.

Udział w tego typu targach jest doskonałą możliwością przyciągania dużych potentatów finansowych do małych i średnich miast. Jednak najważniejszą korzyścią jest nie tylko przyciągnięcie inwestora, ale przede wszystkim jego zatrzymanie w naszym mieście i przekonanie go, że Łomża jest przyjazna inwestycjom.

W dniach 24-25 kwietnia 2010r. W Centrum MT Polska w Warszawie, miasto Łomża uczestniczyło w **XV Targach Turystyki i Wypoczynku LATO 2010** turystycznych. Na wspólnym stoisku Podlaskiego razem z instytucjami samorządowymi i lokalnymi organizacjami turystycznymi, w tym z Białymstokiem, Hajnowką, Białowieżą, Augustowem i Suwałkami – przedstawicielami Podlaskiego Urzędu Marszałkowskiego, PROT-u, Łomżyńską Organizacją Turystyczną, przedstawicielami lokalnego biznesu w branży turystycznej promowaliśmy walory turystyczne Łomży i Ziemi Łomżyńskiej.

Największym powodzeniem cieszył się Przewodnik Łomżyński, ale także foldery, informatory tematyczne, ulotki, plany miasta i regionu. Do stoiska przyciągały lokalne produkty jak piwo z Łomżyńskiego Browaru, ale także sękacz i smakołyki, m.in. swojski chleb ze smalczykiem i ogórkiem kiszonym, piwo kozicowe, wyroby wędliniarskie, mrówkowiec, sękacz i białowieski marcinek.

Duże, efektowne stoisko z degustacją zachęcało do odwiedzenia nas oryginalnym repertuarem Zespołu PRYMAKI z bogatym repertuarem w kilku językach. Stoisko odwiedziło wiele osób, szczególnie pierwszego dnia, kiedy to rozdaliśmy znaczną część

materiałów promocyjnych, rozmawialiśmy o walorach ziemi łomżyńskiej, możliwościach noclegu, ciekawych miejscach. Jak zwykle odwiedzili nas łomżyniacy, którzy od kilku lub kilkudziesięciu lat mieszkają w Warszawie. Dla nich szczególnym zaskoczeniem był nowy, świeży wizerunek ich dawnego miasta, do którego z ciekawością chętnie przyjadą, jak sami stwierdzili. Mamy nadzieję, że nie tylko ich zachęciliśmy do odwiedzenia pięknie położonego miasta.

W dniach 26 – 28 marca 2010 przedstawiciele Urzędu Miejskiego w Łomży uczestniczyli w **Międzynarodowych Targach Turystycznych Katowice GLOB** promując Łomżę i Ziemię Łomżyńską na wspólnym stoisku z Podlaskim Urzędem Marszałkowskim, Podlaską Regionalną Organizacją Turystyczną, przedstawicielami Białowieży, Hajnówki, Augustowa oraz Suwalszczyzny i Centrum Turystycznym w Łomży.

140 wystawców z całego świata prezentowało swoje miasta, regiony, usługi, atrakcje turystyczne, kulturalne, a także smakołyki. Lokalni kucharze przyrządzali charakterystyczne dla regionów potrawy (gorące dania, pierożki, pierniki). Łomża częstowała sękaczem z Piątnicy – zachwalanym bardzo na innych targach i lokalnym piwem Łomża Export. Poza tym na naszym stoisku można było spróbować kindziuka, chleb swojski, wędliny, smalczyk, ogórki, żubrówkę, a także ciasto – marcinek i mrówkowiec. Degustacji towarzyszyła muzyka i śpiew zespołu Czeremszyńscy.

Stoisko przyciągało wielu odwiedzających dzięki czemu rozdaliśmy około 800 sztuk różnych wydawnictw o Łomży i okolicach, natomiast na całym stoisku Podlaskiego ponad 2500 tys. różnych publikacji.

Co pokazaliśmy z Łomży i Ziemi Łomżyńskiej i o czym opowiadaliśmy? Zwracaliśmy uwagę na piękne położenie miasta, wiosenne rozlewiska, faunę i florę, mówiliśmy o związkach miasta z Hanką Bielicką, Kardynałem Wyszyńskim, o pobycie Papieża Jana Pawła II, pokazaliśmy na zdjęciach zrewitalizowane ulice – deptaki, zabytki, szczególnie Katedrę, opowiadaliśmy o bogatej historii miasta, o imprezach kulturalnych, festiwalach i festynach, o możliwości aktywnej turystyki- trasach rowerowych, spływach kajakowych, gondolach, statku, motolotniach, skansenie i muzeach.

Wspólne stoisko z Podlaskim było wynikiem współpracy między poszczególnymi obszarami województwa oraz rosnącego w regionach przekonania o korzyściach jakie daje wspólna promocja. Kolejne wyzwania targowe dla regionu to Kraków, Gdańsk, Warszawa i Poznań.

Udział w Międzynarodowych Targach Poznańskich TOUR SALON 2010 gdzie na wspólnym stoisku z Podlaskim Urzędem Marszałkowskim, Podlaską Regionalną

Organizacją Turystyczną, Polską Izbą Turystyki Odział Podlaski, Urzędem Miasta Białowieża, Starostwem Powiatowym Hajnówka, Urzędem Miasta Białystok, Urzędem Miasta Augustów i Suwalską Organizacją Turystyczną, Łomża ruszyła na podbój Poznania i nie tylko, bowiem gospodarz targów gościł wielu turystów nie tylko z Polski, ale również ze świata (m.in. woj. śląskie, lubuskie, podkarpackie, Mazowsze, Mazury, oczywiście Poznań, a także Toruń, Kalisz, Wrocław, Łódź Włochy, Egipt, Tunezja, Francja, Litwa, Ukraina, oraz org. turystyczne, lokalne grupy działania, przedstawiciele agroturystyki, hotele, biura podróży, linie lotnicze, Inter City, gabinety SPA i wiele, wiele ciekawych miejsc w Polsce i na świecie.

Miasto promowało walory samej Łomży, ale również Ziemi Łomżyńskiej. Pokazaliśmy nasze zabytki, uwarunkowania historyczne, kulturowe, przyrodę, możliwości wypoczynku. Staraliśmy się zainteresować Łomżą na tyle, aby ci, który do tej pory zatrzymywali się tylko po to, żeby coś zjeść, zechcieli ją bardziej poznać. Przekonywaliśmy do Łomży gościnnej, czystej, urokliwej i zielonej. Dla dzieci i młodzieży zorganizowaliśmy loterię. Można było spróbować podlaskiego chleba ze smalcem i skwarkami, ogórka kiszzonego i wyroby wędliniarskie.

Gości targów przyciągała degustacja sękacza, i krówki, ale także kolorowe opracowania – przewodniki i foldery turystyczne miasta i powiatu, tematyczne ulotki, plany miasta i powiatu, pocztówki łomżyńskie, ulotki informacyjne, również dotyczące Fortów Carskich i Muzeum Fortecznego, Muzeum Przyrody w Drozdowie, Skansenu Kurpiowskiego w Nowogrodzie, możliwości popływania gondolami i kajakami, bazy noclegowej i gastronomicznej, a także ciekawych imprez i wydarzeń. Szczególnym zainteresowaniem cieszyła się tzw. turystyka militarna i to dotyczyło ogółu targów.

Osoby, które żywo interesowały się Łomżą, w tym sporo Łomżyniaków, którzy przed laty wyemigrowali do Poznania i innych miast, a odwiedzali targi, otrzymywali pełne pakiety informacyjne. Powodzeniem jak zwykle na targach cieszyły się drobne gadżety: breloki, opaski odblaskowe na rękę, ołówki, długopisy, zawieszki do komórki i smycze.

Dodatkowym akcentem obecności Łomży na targach były reklamy w wydawnictwach takich jak: Aktualności Targowe, Turystyczna, Wiadomości Turystyczne, które przygotowano już na początku roku z myślą o udziale Miasta w największych w Polsce targach turystycznych.

Coś dla siebie znaleźli też przedstawiciele branży turystycznej, którzy towarzyszyli miastu- ciekawe rozmowy, nowe kontakty, umowy, itd. Skorzystano z wielu ciekawych seminariów, podczas których podpatrywaliśmy jak promują się skutecznie inne regiony, bo

w regionach jest większa siła przebicia.

Udział Miasta w Festiwalu Promocji Miast i Regionów

Na najbardziej prestiżowy festiwal promocji miasta Łomża co roku zgłasza 1 lub 2 zrealizowane projekty. Przede wszystkim wygrywają duże miasta, które przeznaczają na promocję duże nakłady finansowe, jednak działania Łomży zostały docenione, bowiem dwa lata temu miasto zostało wyróżnione za projekt związany z możliwością pobierania informacji ze strony internetowej miasta na telefon komórkowy.

Udział w Lokalnej Organizacji Turystycznej Ziemia Łomżyńska

W 2007r. w siedzibie TURLOMZA.PL powołano do życia Stowarzyszenie Lokalna Organizacja Turystyczna - Ziemia Łomżyńska, w skład której weszło 25 członków-założycieli reprezentujących trzy sektory gospodarki: samorządy,- branżę turystyczną oraz organizacje pozarządowe

Główne cele statutowe LOT ZŁ to: opracowywanie i podejmowanie działań na rzecz promocji i rozwoju turystyki, rozwoju przedsiębiorczości oraz rozwoju społeczeństwa.

Naczelnym i pierwszym zadaniem LOT-u jest rozwój turystyki przyjazdowej, czyli tworzenie spójnego produktu turystycznego Ziemi Łomżyńskiej i jego promocja oraz tworzenie i koordynacja sieci punktów informacji turystycznej w regionie.

O członkostwo w LOT ZŁ mogą ubiegać się przedsiębiorstwa zainteresowane pozyskaniem funduszy z UE na rozwój turystyki, w tym bazy turystycznej oraz firmy świadczące usługi ubogacające produkt turystyczny: hotele, restauracje, SPA, bary, agroturystyka, turystyka aktywna, obsługa ruchu turystycznego.

LOT ZIEMIA ŁOMŻYŃSKA zawiązała się w 2007 r., ale ostatecznej rejestracji dokonano we wrześniu 2009r. Wśród założycieli są, m.in., samorządy miasta Łomża, powiatu łomżyńskiego i/oraz gmin Łomża, Nowogród, Jedwabne, Wizna, Piątnica i Zbójna. W przedsięwzięcie zaangażowały się liczne instytucje, w tym Regionalny Ośrodek Kultury, Łomżyński Park Krajobrazowy Doliny Narwi, Muzeum Przyrody w Drozdowie i Muzeum Północno - Mazowieckie.

Lokalną Organizacją Turystyczną kierują: Jerzy Lipiński (Prezes), Andrzej Skarzyński (Wiceprezes), Monika Wysocka (Sekretarz) i Monika Kosiorek-Olbrys (Skarbnik).

Jak do tej pory biuro LOT mieściło się w Starostwie Powiatowym, ale w 2010r. została podpisana w Ratuszu umowę o użyczenie tzw. Domu Pastora przy ul. Krzywe Koło

1. Na powierzchni niemal 1000m² przewidziana jest nie tylko siedziba LOT-u, ale także galeria wystaw, sprzedaż pamiątek, usługi gastronomiczno - noclegowe, usługi biblioteczno - księgarskie, szkoleniowo - dydaktyczne, a także sprzedaż usług turystycznych. Ze względu na konieczność przeprowadzenia remontu, trwają starania o środki unijne. Prace remontowo – budowlane będą realizowane etapowo. Jako pierwsze powstanie biuro LOT i Centrum Informacji Turystycznej, połączone z tworzonymi punktami informacji w gminach.

Miasto i LOT ZIEMIA ŁOMŻYŃSKA na bieżąco współpracują, realizując program promocji Łomży i Ziemi Łomżyńskiej, w tym uczestnicząc wspólnie w targach branżowych, a ostatnio realizując wspólnie cykl filmów o mieście, które emitowane są w telewizji regionalnej. Odcinki zasponsorowane przez Miasto to: „Szlak militarny” i „Łomża – granica Mazowsza”.

LOT Szlak Wodny Króla Stefana Batorego

Jednym z bardziej atrakcyjnych rejonów Polski, nie w pełni wykorzystanym na cele turystyczno – rekreacyjne są rejonu położone, wzdłuż rzek Narwi, Biebrzy, Kanału Augustowskiego, aż do granicy Państwa Polskiego.

Celem niniejszego projektu jest ożywienie turystyczno – rekreacyjne terenów wzdłuż wymienionych rzek i kanałów.

Szlak turystyczno - rekreacyjny Wisła - Kanał Augustowski (Niemen) będzie rozpoczynał się w Warszawskim Węźle Wodnym i przebiegał przez: Wisłę Warszawską – Kanał Żerański – Zalew Zegrzyński – Narew – Biebrzę – Kanał Augustowski i dalej aż na Niemen (Długość około 270km).

Ważniejsze miasta i miejscowości: Warszawa, Nieporęt, Zegrze, Serock, Pułtusk, Różan, Ostrołęka, Nowogród, Łomża, Wizna, Tykocin, Goniądz, Augustów (Druskienniki, Grodno).

Niektóre cele projektu:

- Stworzenie nowego produktu turystycznego dla mieszkańców Warszawy, Mazowsza, Podlasia i innych regionów.
- Odtworzenie szlaku turystycznego /drogi wodnej z infrastrukturą portową i przystaniami/ na trasie Warszawa – Augustów z możliwością wyjścia na tereny Białorusi i Litwy.
- Uruchomienie żeglugi turystycznej i wycieczkowej na trasie Warszawa – Augustów – Grodno z uwzględnieniem turystyki i rekreacji lokalnej.
- Wykorzystanie dla celów turystyczno – rekreacyjnych terenów położonych w strefie szlaku wodnego (rejon Białegostoku, Kurpie, Puszcza Augustowska).

- Szersze udostępnienie terenów przyrodniczych dla turystyki i rekreacji /rejon Biebrzy i Augustowa i innych.
- Wspieranie rozwoju turystyki wodnej i żeglugi śródlądowej
- Wspieranie zwiększania konkurencyjności obszarów położonych wzdłuż Szlaku wodnego między rzekami Wisłą i Niemnem.
- Podejmowanie innych zadań sprzyjających rozwojowi turystyki wodnej i jej infrastruktury związanej z funkcjonowaniem szlaku wodnego Króla Stefana Batorego.

Mamy nadzieję, że włączenie miasta w te działania spowoduje większą atrakcyjność turystyczną miasta. Obecnie trwają debaty nad siedzibą i lokalizacją LOT (Warszawa czy Łomża) a Uchwałą NR 476/LXV/10 z dnia 14 lipca 2010 r. Rada Miejska Łomży wyraziła wolę przystąpienia Miasta Łomży do Lokalnej Organizacji Turystycznej pn.: „Szlak Wodny Króla Stefana Batorego” .

Podlaska Marka Roku

Miasto uczestniczy w organizowanym przez Podlaski Urząd Marszałkowski Konkursie Podlaska Marka Roku. W ramach zgłoszeń rekomendowane są najlepsze firmy z Łomży w kategoriach:

1. KATEGORIA „SMAK” - Duży Producent - Musztarda Zbójnicka BONA
2. KATEGORIA „SMAK” - Mały Producent – Nalewka „Opowieści z Narwi”, Psiwo Jałowcowe;
3. KATEGORIA „MIEJSCE” - Łomżyński Park Krajobrazowy Doliny Narwi terenem atrakcyjnym przyrodniczo, turystycznie i historycznie;
4. KATEGORIA „POMYSŁ” - Czarny Teatr "Sivina II";
5. PRODUKT – Żegluga Narwiańska; „Opowieści z Narwi”; Festiwal Muzyczne Dni Drozdowo - Łomża;
6. PRZEDSIĘWZIĘCIE - X Mikrolotowe Mistrzostwa Podlaskiego "KONTAKTY" w Łomży. Jest to impreza doskonale promująca różne wydarzenia i przedsięwzięcia lokalne, szczególnie w regionie.

Udział Miasta w konkursie AGRO POLSKA

Zarekomendowano marki i smaki ziemi łomżyńskiej, znane nie tylko na polskim, ale i zagranicznym rynku. Najbardziej znane marki produkowane w Łomżyńskim Browarze to: Łomża Export, Łomża Wyborowe, Łomża Mocne oraz Firmę „BONA” produkująca wysokiej jakości produkty spożywcze jak: majonezy, sosy białe i czerwone, ketchupy,

musztardy, przetwory warzywne, marmolady, syropy, sałatki warzywne i miody. Udział w tego typu konkursie promuje nie tylko sam produkt, ale także miasto, w związku z czym Miasto popiera tego typu inicjatywy.

„Filary Polskiej Gospodarki”

Po raz czwarty zorganizowano przedsięwzięcie mające na celu stworzenie rankingu liderów regionalnego biznesu – „Filary Polskiej Gospodarki” i włączono się do do akcji wyboru firm zajmujących czołowe pozycje w polskiej gospodarce.

Niewątpliwie jest to cenna inicjatywa podnosząca prestiż nie tylko firmy, ale miasta i regionu.

W związku z powyższym przekazano listę dziesięciu według mnie najbardziej zasłużonych dla miasta i regionu Podlasia firm, wybranych spośród nominowanych w konkursie Filary Polskiej Gospodarki.

Objęcie honorowym patronatem powstającej Filmowej Trylogii Katyńskiej. Jest to projekt składający się z trzech kinowych, pełnometrażowych filmów dokumentalnych: „Katyń” - 77, „Pan Ksiądz” -70, „Opowieść Katyńska” - 70.

Materiały przedstawione na płytach, a dokumentujące zbrodnię katyńską, to doskonały materiał historyczno – dydaktyczny, który odkrywa całą prawdę o losach Polaków przez wiele lat skrzętnie ukrywaną i przemilczaną. W związku z czym zapewniono o możliwości dotacji do produkcji.

Miasto **udostępnia wizerunek herbu i loga na wniosek przedsiębiorców,** jeżeli działalność handlowa lub usługowa nie narusza dobrego imienia miasta, ale takich sytuacji dotychczas nie było. Zatem warunkiem otrzymania zgody na używanie herbu lub loga do celów komercyjnych jest złożenie wniosku na piśmie. W pozostałych przypadkach może to być informacja o użytkowaniu wizerunków promocyjnych /różne elementy Systemu Identyfikacji Wizualnej logo i herbu w wersji elektronicznej można otrzymać w Urzędzie Miejskim/. W 2010r. wyrażono 8 zgód na użycie herbu/logo, w tym 4 razy do celów komercyjnych, m.in. Agencji Reklamowej CLEVER, Wydawnictwu PERGAMENA, Drukarni KAMIL BORKOWSKI oraz Grzegorzowi Gwizdonowi – artyście plastykowi.

Współpraca przy projekcie edukacyjnym realizowanym przez IPN

Cenna inicjatywa skierowana do uczniów szkół ponadgimnazjalnych z terenu

województwa podlaskiego Katyń – w 70 rocznicę zbrodni, pozwala uczniom przyjrzeć się z bliska tragicznej, ale prawdziwej historii Polski. Przedsięwzięcie zostało dofinansowane ze środków budżetu miasta.

Cel III. OBSŁUGA PRZEDSIĘBIORCÓW NA WYSOKIM POZIOMIE – realizacja tego celu wymaga intensywnej współpracy z instytucjami zewnętrznymi, specjalizującymi się w kontaktach z przedsiębiorcami oraz obsługi samych przedsiębiorców.

Realizacja projektu pn.: „BIZNES BEZ BARIER – UTWORZENIE TRANSGRANICZNEGO PUNKTU OBSŁUGI INTERESANTA BIZNESOWEGO W ŁOMŻY

– Punkt jest prowadzony i w ramach Programu Programu Sąsiedztwa INTERREG IIIA/Tacis CBC 2004/2006 Polska – Białoruś - Ukraina i będzie funkcjonował jeszcze przez 2011 rok. Po zakończeniu projektu, ze względu na ciągłą współpracę z Białorusią i ewentualną pomoc dla przedsiębiorców, którzy zechcą podjąć jakiegokolwiek działania po obu stronach granicy, będą one nadal kontynuowane.

Oficjalnym partnerem w projekcie było Stowarzyszenie Farmerów Obwodu Grodzieńskiego. Z uwagi na możliwość nawiązywania kontaktów handlowych w szerokim zakresie, w projekcie uczestniczyły osoby reprezentujące różne dziedziny gospodarki, w tym turystycznej, meblowej, budowlanej, spożywczej, doradczo - konsultingowej, ogrodniczej, kosmetycznej, wydawniczej, hotelarskiej, agroturystycznej, mechanicznej. Dla ułatwienia prowadzenia kontaktów, zorganizowano spotkanie przedsiębiorców z Konsulem Polskim w Grodnie i Konsulem Generalnym Republiki Białoruś w Łomży. Uczestnikom projektu udzielono cennych wskazówek umożliwiających przyszłe kontakty z „sąsiadami”.

Głównym celem realizacji projektu było zaproponowanie łomżyńskim przedsiębiorcom możliwości rozszerzenia działalności gospodarczej na Białoruś, a w związku z tym zlikwidowanie barier w rozwoju współpracy wynikających z niedostatecznej wiedzy podmiotów gospodarczych o partnerach, warunkach prowadzenia działalności gospodarczej po obu stronach granicy. Efektem projektu było przeprowadzenie szkoleń i misji gospodarczych w Polsce i na Białorusi. Mikroprojekt ułatwił nawiązanie kontaktów handlowych, a w efekcie przyczynił się do rozwoju gospodarczego obu obszarów i tworzenia nowych miejsc pracy. Na ten cel Miasto otrzymało dofinansowanie w wysokości 224.000 zł. Nie należy tego jednak traktować w rozumieniu znacznego

i widocznego efektu gospodarczego, ale jako umożliwienie przedsiębiorcom zanalizowania rynku białoruskiego i wypracowanie sobie poglądu na potencjalne możliwości współpracy.

Rynek wschodni jak się okazało nie jest zbyt atrakcyjny dla łomżyńskich przedsiębiorców, w związku z czym jedynie branża turystyczna podjęła szeroką współpracę ze wschodem, co także przekłada się na efektywność projektu. Niemniej nawiązana współpraca z Grodzieńską Wolną Strefą Ekonomiczną pozwala na bieżącą wymianę informacji, które przekazywane są przedsiębiorcom łomżyńskim, w tym o konferencjach dla strony polskiej, a także targach białoruskich. Jak do tej pory przedsiębiorcy łomżyńscy, z wyjątkiem branży turystycznej nie wykazują aktywności w tych dziedzinach.

Punkt zajmuje się także czysto organizacyjnymi sprawami, a w związku z tym organizowaniem spotkań indywidualnych i pilotowaniem spraw związanych z załatwieniem wiz wjazdowych do Polski. Rozwijają się również kontakty związane z organizacją szkoleń w zakresie turystyki oraz wymiana turystyczna.

Nawiązana współpraca TURLOMZA.pl (uczestnika projektu) z firmami z rejonu Grodzieńszczyzny w ramach projektu "Biznes bez barier..." rozwija się na polu turystycznym. Firma Turlomza.pl podpisała umowę handlową z Polsko Białoruskim Centrum Biznesu i Turystyki dotyczącą współpracy:

- przygotowywania międzynarodowego produktu turystycznego (wycieczki),
- wzajemnej sprzedaży agencyjnej imprez,
- wzajemnej obsługi ruchu turystycznego przyjazdowego.

Przedstawiciele Turlomza.pl wielokrotnie odwiedzali Białoruś, a przedstawiciele Białorusi Łomżę. Trwają prace nad udoskonaleniem produktu turystycznego. Firma uczestniczy także w targach organizowanych na Białorusi, na które Miasto przekazuje materiały promocyjne. Podtrzymywane są kontakty biznesowe z Białoruskim Stowarzyszeniem Farmerów. Turlomza.pl podjęła inicjatywę wspólnej budowy produktu na stronach <http://www.zwariowanypilot.lomza.pl/index.php?k=127> udostępniła bezpłatnie uczestnikom projektu dostęp do www.ZP.lomza.pl

Podpisano także umowy handlowe dotyczące wczasów w Łomży dla Białorusinów i wspólnej promocji. Białorusini byli także zainteresowani zdobywaniem uprawnień instruktorów rekreacji i sportu oraz rehabilitacji (hipoterapia) i szkoleniami branży turystycznej i takie kursy zamierza przygotować Turlomza.pl.

Organizowane spotkanie z przedstawicielami instytucji z otoczenia biznesu i samymi przedsiębiorcami pozwoliło na nawiązanie wzajemnych kontaktów. Punkt Interesanta Biznesowego starał się zachęcić przedsiębiorców do nawiązania szerszej współpracy, a współpraca wynikać powinna już z chęci podtrzymywania kontaktów przez samych przedsiębiorców. Rolą Miasta (Punktu) jest w dalszym ciągu wspieranie przedsiębiorców przy podejmowaniu współpracy pomiędzy partnerami.

Oferta inwestycyjna

W 2010 roku przygotowano i wydano ofertę inwestycyjną na potrzeby wypromowania potencjału gospodarczego miasta podczas targów inwestycyjnych krajowych i zagranicznych. Materiały opracowano w czterech językach: polskim, angielskim, francuskim i niemieckim. Są one dostępne również na stronie internetowej miasta. Oferty wykorzystywane są podczas spotkań z inwestorami i przedsiębiorcami lokalnymi, krajowymi i zagranicznymi, rozsyłane do COI, Ambasad polskich, PAliiZ i indywidualnie. Oferty zostały opracowane na podstawie formuł zalecanych przez Państwową Agencję Informacji i Inwestycji Zagranicznych oraz Centrum Obsługi Inwestora Podlaskiego Urzędu Marszałkowskiego w Białymstoku.

Kontynuowana jest współpraca w zakresie promocji terenów inwestycyjnych Łomży wśród przedstawicieli łomżyńskiego biznesu tj. Łomżyńskiej Izby Przemysłowo – Handlowej oraz Cechu Rzemieślników i Innych Przedsiębiorców.

Miasto oferuje kilka terenów do zagospodarowania, w tym działki i nieruchomości, które są własnością Miasta, Syndyka masy upadłościowej lub Skarbu Państwa.

Oferta inwestycyjna miasta funkcjonuje w formie:

- elektronicznej – strona internetowa www.lomza.pl,
- pisemnej – folder,
- jeżeli zapytanie przysyłane jest mailem, inwestor otrzymuje wstępne informację tą samą drogą.

CEL IV. OBSŁUGA PRZEDSIĘBIORCÓW NA WYSOKIM POZIOMIE – cel miał za zadanie poprawę sytuacji w zakresie obsługi przedsiębiorców poprzez powołanie centrum wspierania biznesu.

Cel IV realizowany jest poprzez działania omówione w celach I-III.

Wszystkie poprzednie trzy cele są w takim samym stopniu skierowane do lokalnych firm, jak i potencjalnych inwestorów krajowych i zagranicznych, którzy będą chcieli rozpocząć działalność w Łomży. Postulaty, które dotychczas kierowane były do Prezydenta Miasta, w miarę możliwości finansowych zostały zrealizowane jak np. aktywizacja łomżyńskiej Starówki poprzez organizację Łomżyńskich Wieczorów Kabaretowych. W czasie trwania imprez, przedsiębiorcy z Łomży i nie z Polski zachęceni byli do wystawiania swoich produktów i usług na Rynku - nieodpłatnie. W tym czasie starano się uatrakcyjnić Rynek dla dzieci poprzez nieodpłatne udostępnianie sprzętu do zabaw dla dzieci. Motywowano także lokalnych kupców do otwierania swoich lokali w godzinach dostosowanych do większej aktywności mieszkańców miasta, podczas imprez, ale także do przejawiania własnej inicjatywy, promocji i innych zachęt.

Organizowano także spotkania z lokalnymi przedsiębiorcami, przedstawiając potencjał miasta w związku z ofertą inwestycyjną. Rozsyłano informacje o możliwościach wzięcia udziału w konferencjach, szkoleniach i targach w różnym zakresie. Informowano i zachęcano do wzięcia udziału w targach organizowanych przez Wolną Strefę Ekonomiczną w zaprzyjaźnionym Grodnie. W ramach nawiązanych kontaktów zagranicznych, w programie spotkań znalazły się kontakty z przedsiębiorcami z różnych branż. Miasto stara się wspierać i wychodzić naprzeciw inicjatywom i potrzebom przedsiębiorców, natomiast od samych przedsiębiorców zależą późniejsze konsekwencje tych działań.

Podsumowanie

Osiągnięcie celu głównego „Strategii Promocji Gospodarczej Łomży 2005-2010” wymagało zwiększenia wydatków na promocję. Analiza planowanych wydatków i obecnego budżetu na promocję pokazuje, że znaczną część środków przeznaczono na działania w zakresie celu: Współpraca na rzecz Łomży. Wydatki te z roku na rok rosły. Wzrastały też wydatki na cel: Rzetelna informacja ze względu na pojawiające się nowe i innowacyjne nośniki informacji. Ta tendencja prawdopodobnie ustabilizuje się z uwagi na bieżące śledzenie i wykorzystywanie innowacyjnych rozwiązań w ramach możliwych narzędzi promocji. Pozostałe dwa działania Obsługa przedsiębiorców na wysokim poziomie i Podjęcie działań na rzecz pozyskania do Łomży inwestorów zewnętrznych, także spowodowała wzrost wydatków. Jeżeli pozostaniemy przy tych samych celach realizując przyszłą zaktualizowaną strategię, to tendencja wydatków powinna sukcesywnie wzrastać, a jej nacisk powinien być kierowany na dwa ostatnie cele.

Budżet miasta każdego roku realizowano średnio na poziomie niemal 98%, co oznacza wykorzystywanie środków zgodnie z zakładanymi celami. Jak wskazuje poniższa tabela ogólne koszty realizacji zadań były nieco niższe (2,52%), niż przewidywał budżet, ze względu na konieczność wprowadzenia oszczędności w budżecie miasta we wszystkich komórkach organizacyjnych Urzędu, jednak wszystkie działania zapisane w strategii zostały zrealizowane, bądź ze względu na wieloletnie działania, w dalszym ciągu trwa ich realizacja. Należy jednak zaznaczyć, że wydatki na promocję miasta stopniowo wzrastają, a w związku z koniecznością aktualizacji Strategii, bądź zmiany jej ukierunkowania, aktualnie trwają rozmowy z potencjalnym partnerem, z którym można będzie wspólnie pozyskać dodatkowe środki na przygotowanie nowej strategii.

Wykonanie budżetu miasta za 2010 z zakresu promocji miasta

Dział 750, rozdział 75075	PLAN WYDATKÓW na 2010r.	WYKONANIE za 2010r.
§ 4300	456.782,00	451.801,65
§ 4210	19.000,00	18.804,28
§ 3040	3.000,00	2.699,01
§ 4170	11.000,00	10.523,00
§ 2820	69.500,00	69.500,00
§ 2800	25.000,00	25.000,00
§ 2810	4.800,00	4.800,00
§ 4380	1.000,00	300,00
§ 4430	9.918,00	9.909,35
§ 4420	4.750,00	4.742,80
§ 4530	11.250,00	11.175,09
RAZEM	625.000,00	609.255,18

PREZYDENT MIASTA

Mieczysław Leon Czerniawski