

WKP. 050.6.2012

Pan
Maciej Andrzej Borysewicz
Przewodniczący
Rady Miejskiej Łomży

Dot.: Ocena realizacji promocji miasta Łomża i analiza działań przewidzianych w rzeczowym zakresie do końca roku 2012. /Obszar działania – Promocja TURYSTYCZNA/

Zgodnie z planem pracy Rady Miejskiej na 2012 rok, w załączeniu przedkładam Wysokiej Radzie, informację z realizacji zadań realizowanych w ramach promocji turystycznej miasta w 2012 roku.

Przedstawiony materiał zawiera zarówno opis podjętych i zrealizowanych działań promocyjnych, jak też przedstawia założenia do dalszej pracy w bieżącym roku.

Tym samym przedstawiam Wysokiej Radzie załączony materiał do oceny.

Z poważaniem

Z up. PREZYDENTA MIASTA


Mirosława Kluczek
ZASTĘPCA PREZYDENTA MIASTA

NACZELNIK
Wydziału Kultury, Promocji i Sportu


mgr Ewa Grygo

ZICA NACZELNIKA
Wydziału Kultury, Promocji i Sportu


mgr Mariola Jabłonowska

**Ocena realizacji promocji miasta Łomża i analiza działań przewidzianych
w rzeczowym zakresie do końca roku 2012.
/Obszar działania – Promocja TURYSTYCZNA/**

Ocena realizacji promocji miasta Łomży zgodnie z założeniami z 2011r. miała wynikać z realizacji projektu turystycznego jakim miała być „Współpraca Łomży, Bielska Podlaskiego i Międzyrzecza Podlaskiego na rzecz rozwoju turystyki”, w ramach którego planowane było przeprowadzenie analiz, ekspertyzy dotyczących m.in. dotychczasowych działań na rzecz promocji turystycznej. Informacja o wynikach naboru projektów Miasto otrzymało dopiero w maju br, w związku z czym dotychczas nie wykonano takiej oceny przez podmioty zewnętrzne. Ze względu na potrzebę opracowania Strategii Promocji Turystycznej w tym roku Miasto poza projektem rozpocznie prace nad dokumentem, które zostaną zapewne poprzedzone oceną. Niemniej dokonano wewnętrznej analizy dotychczasowych i przyszłych działań na rzecz promocji miasta.

W związku z tym, że polityka Miasta w zakresie promocji turystycznej powinna być współtworzona również przez środowiska z branży turystycznej i okołoturystycznej, w tym roku rozpoczną się prace polegające na przeprowadzeniu analizy SWOT w celu przygotowania wynikających z oceny przyszłych zadań i wytyczenia głównego celu działania. Przyszła strategia pozwoli na zharmonizowanie i usystematyzowanie działań podejmowanych dotychczas oraz zaplanowanie przyszłych inicjatyw. Przygotowując strategię promocji turystycznej będziemy zwracać uwagę, aby była ona spójna ze strategią społeczno - gospodarczą i uzupełniała zawarte w niej plany rozwoju. Równoległe z określeniem zakresu i intensywności działań promocyjnych obecny i przyszły plan promocji zakładać będzie ścisłą partnerską współpracę wszystkich podmiotów o charakterze kulturalno - oświatowym oraz rekreacyjno - sportowym, działających na terenie miasta.

Natomiast stały kontakt z mediami prowadzony przez Biuro Rzecznika Prasowego zapewnia i zapewni regularną obecność w środkach masowego przekazu informacji nt. podejmowanych działań promocyjnych.

Działania prowadzone przez Wydział Kultury, Promocji i Sportu ukierunkowane są na podniesienie atrakcyjności miasta Łomży, wskazanie jej walorów turystyczno - rekreacyjnych i historycznych. Celem promocji miasta jest wykorzystanie miejscowego potencjału i szans tkwiących w otoczeniu oraz tworzenie wizerunku miasta jako otwartego, przyjaznego dla mieszkańców i gości. Obejmuje ona zorganizowane działania, polegające na:

- dostarczaniu informacji na temat inicjatyw podejmowanych przez władze samorządowe w celu tworzenia warunków dla rozwoju turystyki,
- prezentowaniu walorów estetycznych i turystyczno – kulturalnych, a także historycznych miasta.

Podjęmowane działania promocyjne można podzielić na :

- a) **promocję wewnętrzną** – skierowaną do mieszkańców. Jej celem jest kształtowanie pozytywnego wizerunku miasta, jako miejsca przyjaznego, o wielu walorach, w którym warto mieszkać i do którego warto wrócić po zakończeniu nauki;
- b) **promocję zewnętrzną** miasta, której odbiorcami są turyści, także mieszkańcy sąsiednich gmin oraz osoby utrzymujące sporadyczny kontakt.

Szczególną rolę w zakresie promocji miasta odgrywa współpraca z instytucjami kultury, oświaty, sportu i rekreacji oraz innymi jednostkami samorządowymi i organizacjami o charakterze turystycznym: LOT, PROT, Podlaski Urząd Marszałkowski, osobami fizycznymi, podmiotami z branży turystycznej, czy okołoturystycznej, współpraca z miastami leżącymi na Szlaku Książąt Mazowieckich, czy na Szlaku Króla Stefana Batorego. Wspólne działania o znacznym zasięgu oddziaływania mają szansę powodzenia i objęcia swoim zasięgiem większej grupy odbiorców. Działania podejmowane przy współpracy tych jednostek tworzą zarówno promocję wewnętrzną jak i zewnętrzną, a więc kreują klimat miasta atrakcyjnego zarówno dla mieszkańców jak i gości.

Dla osiągnięcia celu podjęto następujące działania:

- wydanie planu miasta i mapy regionu (3 tys.),
- wykonanie wizytówek miasta o nazwie Niceplace (15 tys. nośników reklamowych trafiło do hoteli, ośrodków wypoczynkowych, informacji turystycznych, jacht klubów, muzeów, ośrodków sportu i rekreacji i innych),
- wydanie przewodnika rowerowego - „Rowerem po Łomży i okolicach”,
- wydanie pocztówek w formie graficznej o Łomży i okolicach,
- wydanie nowej wersji Bombajki „Jeleń z Łomży”,
- zakupienie wydawnictw promujących Łomżę i okolice,
- zlecenie wykonanie akwareli o tematyce łomżyńskiej,
- wykonanie namiotów promocyjnych z wizerunkiem panoramy miasta,
- współfinansowanie wydania płyty Filharmonii Kameralnej im.W.Lutosławskiego,
- przygotowanie wystawy o Łomży - „Powstają bulwary nad Narwią” i udział w wystawie „Łomża na szlaku Książąt Mazowieckich,”
- wykupienie powierzchni reklamowej w obcych wydawnictwach (branża turystyczna); „Rynek Turystyczny”, „Gościńska Polska”,
- zamieszczanie reklamy bieżących imprez w prasie, telewizji, na stronie internetowej, stawianie mailingu, wykorzystywanie monitorów w autobusach MPK,
- reklamowanie miasta na portalach internetowych (Traveling Polska),
- udział miasta w imprezach wystawienniczych, targach (Targi Turystyczne ITM Warszawa, XVIII Targi Regiony Turystyczne „Na Styku Kultur” w Łodzi, XVIII Międzynarodowe Targi Turystyki, Sprzętu Turystycznego, Żeglarskiego i Sportowego GLOB w Katowicach, pośrednio w targach w Berlinie, Poznaniu i Lipsku), udział w imprezach promocyjnych (Forum Turystki Przyrodniczej – VII Podlaskie Tarki Turystyczne w Białymstoku, prezentacja miasta podczas w inauguracji NIGHT POWER 2012 w Olsztynie); podczas targów miasto promuje produkty regionalne,

- wykonanie gadżetów promocyjnych,
- organizowanie lub współorganizowanie imprez o charakterze cyklicznym kulturalnym (obsługa - Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy, MDK-DŚT - koncert plenerowy - „Lato od czego by tu zacząć”), jednorazowym („Piłkarskie Show Muzyczne - Ławka Rezerwowych”), sportowym (zorganizowanie Strefy Kibica na mecz otwarcia Mistrzostw Europy w piłce nożnej EURO 2012 Polska – Grecja i mecz Polska - Czechy), wystaw, konferencji, prezentacji, itp.,
- współpraca z różnymi instytucjami miejskimi, lokalnymi i regionalnymi PROT-udział w Świącie Wisły w Warszawie), placówkami oświatowymi, przy organizowaniu imprez, konkursów itp.,
- stopniowe odnawianie witaczy – ul.Nowogrodzka,
- współpraca z partnerami społecznymi (Łomżyńskie Bractwo Historyczne – współorganizowanie wizyty w Łomży wyprawy Tour Napoleon 2012), organizacjami pozarządowymi (Stowarzyszenie Wspólnota Polska – wsparcie Igrzysk Polonijnych), miastami partnerskimi – Sodertalje, Gorki,
- współpraca z jednostkami kultury (Filharmonia Kameralna im. W.Lutosławskiego – współorganizacja koncertu dla mieszkańców Łomży, TLiA – współorganizacja XXV Międzynarodowego Festiwalu Teatralnego WALIZKA, ROK - Festiwal Muzyczne Dni Drozdowo - Łomża), sportu (wsparcie reprezentacji Polski – z Łomży w Mistrzostwach Świata w Karate Kyokushin w Japonii, ŁKS 1926 – wsparcie projektu promocyjnego, współorganizowanie Gali Boks - Łomżyński Wieczór Boks - z Tygrysem”), nauki (współorganizacja JUWENALIÓW, trwają rozmowy na temat współpracy w ramach projektu ekologicznego BERAS), instytucjami (KMP – współfinansowanie kampanii społecznej „Łomżyńscy Kibice - wzorowi Kibice”, czy „Razem Bezpieczniej”, „Święto Policji”), organizacjami społecznymi (zorganizowanie wystawy fotograficznej pokonkursowej z Fundacją Mleko Mamy i Stowarzyszeniem na rzecz Banku Mleka Kobiecego, Związkiem Sybiraków, Oddziałem w Łomży - współorganizacja uroczystości patriotyczno - religijnych, Polską Federacją Scrabble - Łomżyńskim Kołem Scrabble - współorganizowanie III Turnieju SCRABBLE, Radą Osiedla Nr 12 – współorganizacja konkursu „Animals 2012”), w zakresie organizowania spotkań, konkursów (Parafia Rzymskokatolicka pw. Krzyża Świętego - „VI Ogólnopolski Konkurs Krasomówczy im. Hanki Bielickiej - Radość spod Kapelusza”, „Debata Walentynkowa”), koncertów muzycznych innych imprez,
- udzielanie wsparcia finansowego, organizacyjnego (Fundacja OCALENIE – Międzynarodowy Dzień Uchodźcy, Fundacja Czas Lokalny – Festyn Na Jana, Automobilklub Rzemieślnik – „Rajd Pojazdów Zabytkowych”) i poprzez materiały reklamowo – promocyjne, fundowanie nagród (m.in. formacji tanecznej Crazy Twisting Group - jubileusz 10-lecia zespołu, ekipy samochodów zabytkowych,
- ufundowanie nagrody za prace magisterskie poświęcone Łomży i Ziemi Łomżyńskiej, nagród za wyjątkowe osiągnięcia w nauce, nagrody głównej w X jubileuszowym konkursie przeglądów małych form teatralnych, a także pucharów za wyniki sportowe,
- organizowanie spotkań z instytucjami i organizacjami oraz społecznością lokalną na

rzecz aktywizacji środowisk łomżyńskich i poprawy wizerunku miasta (Politechnika Białostocka, Federacja na rzecz rewitalizacji gospodarczej i turystycznej Łomżyńskiej Starówki „Gościenna Starówka”),

- współpraca z branżą turystyczną i okołoturystyczną (informowanie o możliwościach reklamy w bezpłatnych serwisach internetowych, oferowanie bezpłatnego udziału w miejskich wydawnictwach, oferowanie udziału pośredniego lub bezpośredniego w targach branżowych), organizowanie spotkań w sprawie potencjalnej współpracy w ramach wspólnych projektów,
- współpraca z Lokalną Organizacją Ziemia Łomżyńska w zakresie udziału w targach, wspólnej promocji miasta i Ziemi Łomżyńskiej; w trakcie uzgodnień z WSZiP im. B.Jańskiego możliwość otwarcia Łomżyńskiego Centrum Informacji Turystycznej oraz certyfikacja tego punktu, a tym samym w perspektywie możliwość pozyskania infokiosku na potrzeby miasta,
- wykonanie roll-upu o tematyce turystycznej,
- przyjmowanie patronatów honorowych przez Prezydenta miasta nad wydarzeniami, imprezami, rajdami, konferencjami, zawodami, konkursami, festiwalami, mistrzostwami, projektami, czy turniejami (do czerwca 2012 roku udzielono 22 patronaty),
- wspieranie placówek oświatowych poprzez ufundowanie symbolicznego gwoźdźca do sztandaru (SP Nr 4), zakupu i uszycia strojów średniowiecznych do inscenizacji podczas Dni Łomży (PG Nr 8), fundowanie nagród,
- udzielanie zgody na stosowanie logo miasta oraz elementów jego wizualizacji, celem lepszego kojarzenia nazwy miasta i budowania jego wizerunku,
- współpraca miasta z miastami leżącymi na Szlaku Książąt Mazowieckich, „Szlaku Króla Stefana Batorego”,
- współpraca na rzecz promocji miasta z „ambasadorami” miasta za granicą (w trakcie ustaleń współpraca Miasta i PWSliP w ramach programu BERAS, organizowanie wizyty delegacji Szwecji – Sodertälje i Sigtuna, współpraca placówek oświatowych ZSMiO Nr 4 w zakresie wymiany młodzieży - współpraca z Fabryką SCANIA i siecią Hoteli SCANDIC),
- udzielono wsparcia w postaci materiałów promocyjnych dla 124 różnych podmiotów w mieście.

Miasto Łomża może pochwalić się bogatą tradycją historyczną, toteż wykorzystuje ten atut i podejmuje działania promocyjne skierowane na wsparcie różnego rodzaju konkursów jak „Łomża moje miasto”, konkursów fotograficznych, czy inicjowanie imprez o charakterze historycznym jak „1 Turniej Miast leżących na Szlaku Książąt Mazowieckich”, na który zgłosiło się kilkanaście samorządów, w tym: Nowogród, Ostrów Mazowiecka, Grójec, Sochaczew, Góra Kalwaria, Koźnice, Zakroczym, Przasnysz, Sanniki, Ciechanów, Liw. Nawiązana współpraca przyczyni się do wspólnego i wzajemnego promowania miast leżących na szlaku Książąt Mazowieckich pod wspólnym szyldem, kontynuowania organizacji historycznych turniejów. Organizacja turnieju i jego oprawa (konferencja

historyczna, inscenizacja, turniej), jest również pierwszym krokiem przygotowującym Łomżę do obchodów 600 lecia nadania praw miejskich.

W ramach zadań przewidzianych do realizacji w 2012 r. zakłada się wykonanie takich zadań jak:

- I etap „Strategii rozwoju turystyki” – tytuł roboczy,
- udział miasta w targach (TOUR SALON, ew. wspólne stoisko z samorządami wchodzącymi w skład przyszłego Stowarzyszenia Szlaku Króla Stefana Batorego),
- współorganizacja przedsięwzięć o charakterze kulturalnym, naukowo-historycznym, podtrzymujących tradycje i budujące pozytywny wizerunek miasta (m.in. TPZŁ - spotkania Łomżyniaków, Związek Sybiraków, Towarzystwo Naukowe im. WAGÓW – konferencja naukowa),
- udział miasta w obcych wydawnictwach,
- współorganizacja imprez cyklicznych „Gościniec Łomżyński”, „Mistrzostw Mikrolotowych”,
- współorganizacja nowej imprezy - IV rundy Grand Prix NIGT POWER – nocnych wyścigów samochodowych,
- przygotowanie materiału zdjęciowego do wydania albumu o Łomży,
- przygotowanie filmu promocyjnego,
- wspieranie instytucji, placówek oświatowych, kulturalnych, sportowych, turystycznych i innych w tworzeniu pozytywnego wizerunku miasta podczas organizacji festiwali, konkursów, wystaw itp.

Zwracając uwagę na fakt, że wizerunek miasta budujemy wszyscy, wykorzystując przy tym możliwe środki finansowe, poddaję Państwa ocenie wykonane i przyszłe zadania w zakresie promocji turystycznej opisane w tym materiale.

NACZELNIK
Wydziału Kultury, Promocji i Sportu

mgr Ewa Grygo

Z-CIA NACZELNIKA
Wydziału Kultury, Promocji i Sportu

mgr Marlena Jabłonowska