

**Uchwała nr ...../...../2008  
Rady Miasta Ostrowca Świętokrzyskiego  
z dnia ..... 2008 r.**

**w sprawie wyrażenia woli przystąpienia Gminy Ostrowiec Świętokrzyski  
do realizowanego przez Regionalną Organizację Turystyczną Województwa  
Świętokrzyskiego zadania „Kampania promocyjna województwa świętokrzyskiego  
w latach 2008 – 2010”**

Na podstawie art. 7 ust. 1 pkt 10 i 18 oraz art. 18 ust. 1 ustawy z dnia 8 marca 1990 roku. o samorządzie gminnym (Dz. U. z 2001 roku Nr 142 poz. 1591, z 2002 roku Nr 23 poz. 220, Nr 62 poz. 558, Nr 113 poz. 984, Nr 153 poz. 1271, Nr 214 poz. 1806, z 2003 roku Nr 80 poz. 717, Nr 162 poz. 1568, z 2004 roku Nr 102 poz. 1055, Nr 116 poz. 1203, z 2005 roku Nr 172 poz. 1441 i Nr 175 poz. 1457, z 2006 roku Nr 17 poz. 128 i Nr 181 poz. 1337 oraz z 2007 roku 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 oraz z 2006 r. Nr 170 poz. 1217 i Nr 249 poz. 1832) oraz § 5 ust. 1 pkt 3 i ust. 2 pkt 3 Statutu Regionalnej Organizacji Turystycznej Województwa Świętokrzyskiego **Rada Miasta uchwała**, co następuje:

**§ 1.** Wyraża się wolę przystąpienia Gminy Ostrowiec Świętokrzyski do realizowanego przez Regionalną Organizację Turystyczną Województwa Świętokrzyskiego zadania „Kampania promocyjna województwa świętokrzyskiego w latach 2008 – 2010”, którego skrótowy opis stanowi załącznik nr 1 do uchwały.

**§ 2.** W związku z potrzebą zabezpieczenia środków finansowych na udział własny w realizacji projektu wyraża się zgodę na podwyższenie składki członkowskiej Gminy Ostrowiec Świętokrzyski w Regionalnej Organizacji Turystycznej Województwa Świętokrzyskiego w latach 2008 – 2010 o 1760 zł w skali roku.

**§ 3.** Wykonanie uchwały powierza się Prezydentowi Miasta Ostrowca Świętokrzyskiego.

**§ 4.** Uchwała wchodzi w życie z dniem powzięcia.

## 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 tym Ostrowiec Świętokrzyski, co wpłynie na poprawę sytuacji i jego rozwój w branży turystycznej. Składka podstawowa za członkostwo Ostrowca Świętokrzyskiego w strukturach ROT WŚ wynosi 4.400 zł w skali roku. Przystąpienie do kampanii będzie się wiązało ze zwiększeniem jej o 1.760,00 zł (łącznie 6.160,00 zł). Szacowana wartość ogółem całego przedsięwzięcia wynosi 7.000.000,00 zł. Wkład własny ze strony Gminy Ostrowiec Świętokrzyski jest więc 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.

### 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),
- samorządy (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.	<b>Portal turystyczny</b>	Portal składał 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.	<b>Centrum IT w Kielcach oraz punkty it w regionie</b>	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.	Możliwość przekazywania informacji o atrakcjach i ofercie turystycznej samorządu poprzez: - profesjonalnie	878,00

		<p>Planuje się, aby centrum pełniło funkcję informacji miejskiej i regionalnej.</p> <p>Punkty IT – dofinansowanie 10- 14 punktów; wyposażenie w sprzęt biurowy i komputerowy z oprogramowaniem, wyposażenie biura w meble oraz wizualizacja i oznakowanie.</p>	<p>funkcjonujący, regionalny system IT,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- centrum IT w atrakcyjnym punkcie Kielc (np. ul. Sienkiewicza),</li> <li>- punkty IT stworzone lub istniejące na terenie działania zainteresowanych samorządów.</li> </ul>	
3.	<b>Targi Turystyczne</b>	<p>Planuje się udział w następujących imprezach krajowych: Warszawa (TT Warsaw, Lato), Katowice, Poznań, Łódź, Gdańsk, Kraków, Białystok). Powierzchnie wystawiennicze: 10 -30 m.<sup>2</sup></p> <p>Zagranicznych: w Berlinie, Moskwie, Londynie, Kijowie, Budapeszcie, Pradze. Ilość powierzchni stoiska jest zróżnicowana: 30 m<sup>2</sup> w Berlinie, 20 m<sup>2</sup> w Kijowie, pozostałe po 10 m.<sup>2</sup></p>	<p>Zwiększona ilość imprez targowych, większe powierzchnie, profesjonalnie przygotowane stoiska targowe.</p> <p>Niższe koszty promocji na targach, zwłaszcza zagranicznych, gdzie ROT ma dofinansowanie z Polskiej Organizacji Turystycznej (od 25 do 50 %)</p>	795,00

4.	<b>Wydawnictwa</b>	<p>Wydane zostaną przewodniki, foldery, ulotki oraz albumy</p> <p>Projektowane nakłady:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Przewodniki 30.000</li> <li>• Foldery 180.000</li> <li>• Ulotki 300.000</li> <li>• Albumy 10.000</li> </ul> <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.	<b>Imprezy promujące region</b>	<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. Transmisja imprezy przez najatrakcyjniejsze stacje telewizyjne.</p> <p>W ramach projekt przewiduje się</p>	<p>Promocja w ramach nowej sztandarowej dla regionu imprezy, zorganizowanej w Kielcach.</p>	1410,00

		<p>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>Wzmocnienie wybranych, istniejących już imprez turystycznych lub kulturalnych.</p> <p>Promocja poprzez imprezy promocyjne organizowane na najważniejszych rynkach krajowych i zagranicznych.</p>	
6.	<b>Prezentacja multimedialna na CD</b>	<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.</p> <p>Pozyskanie przez członków części nakładu.</p>	350,00
7	<b>Bank wizerunków</b>	Stworzony zostanie bank	Część fotografii	70,00

		<p>wizerunków regionu. Zdjęcia zostaną pozyskane w drodze:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- konkursów fotograficznych,</li> <li>- zakupu od artystów fotografików,</li> <li>- wykonania przez pracowników ROT (zakup profesjonalnego sprzętu).</li> </ul> <p>Przewidujemy, iż ilość fotografii znajdującej się w banku wizerunków wyniesie około 2000 sztuk.</p>	<p>będzie mogła być bezpłatnie wykorzystana do celów promocyjnych przez członków.</p>	
8.	<b>Public relation</b>	<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 ROTWŚ.</p>	54,00
9.	<b>Reklama telewizyjna, prasowa</b>	<p>Reklama telewizyjna: Program o regionie świętokrzyskim nadawany w wybranej stacji, emisja: 2009, 2010 Spot reklamowy 30 sekundowy: emisja - 2009 oraz 2010,</p> <p>Reklama prasowa:</p>	<p>Polepszenie wizerunku całego regionu, informacja o największych atrakcjach w reklamie telewizyjnej</p>	647,00



		<p>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.</p> <p>b) artykuły sponsorowane; w mediach ogólnopolskich (dodatek turystyka), prasa kobieca, wydawnictwa branżowe emisja; 2008, 2009, 2010.</p>	<p>Informacja o atrakcjach turystycznych oraz ofercie każdego z członków znajdzie się w reklamie prasowej.</p>	
10.	<b>Reklama zewnętrzna</b>	<p>Bilboardy usytuowane w centrach miast Polski. Zastosowane zostanie logo turystyczne, hasło promocyjne regionu świętokrzyskiego, adres strony internetowej <a href="http://www.swietokrzyskie.travel">www.swietokrzyskie.travel</a> oraz intrygujące rozwiązania 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</p>	<p>Polepszenie turystycznego wizerunku całego regionu, co znajdzie przełożenie w zwiększonych dochodach z turystyki.</p>	250,00

		sztuk rocznie).		
11.	<b>Badania wizerunkowe</b>	<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.</p> <p>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 konceptów. Na etapie „po kampanii” pozwoli ocenić skuteczność zastosowanych technik.</p>	49,00

12	<b>Materiały reklamowe</b>	Zakup tzw. „gadżetów świątecznych” (parasole, długopisy, kalkulatory, kubki, T-shirty, torby, zegary, itp.)	Cześć zakupionych materiałów promocyjnych zostanie przekazana członkom ROT.	37,00
Łącznie koszty działań promocyjnych				<b>6.300,00</b>

*\*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 samorządy 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 samorządy, 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.

**PROPONOWANA PRZEZ  
ZARZĄD ROT WŚ  
WYSOKOŚĆ ROCZNEJ  
SKŁADKI CZŁONKOWSKIEJ  
W LATACH 2008, 2009, 2010  
DLA SAMORZĄDÓW**

Lp.	Samorząd	Roczna całkowita wysokość składki w latach: 2008,2009, 2010	Procentowy wzrost	Dodatkowa kwota
1	Samorząd Województwa Świętokrzyskiego	300.000,00	200%	200.000,00
2	Powiat Buski	3.850,00	40%	1.100,00
3	Powiat Jędrzejowski	3.850,00	40%	1.100,00
4	Powiat Kielecki	6.160,00	40%	1.760,00
5	Powiat Konecki	3.850,00	40%	1.100,00
6	Powiat Ostrowiecki	6.160,00	40%	1.760,00
7	Powiat Pińczowski	3.850,00	40%	1.100,00
8	Powiat Sandomierski	3.850,00	40%	1.100,00
9	Powiat Starachowicki	6.160,00	40%	1.760,00
10	Powiat Staszowski	3.850,00	40%	1.100,00
11	Powiat Włoszczowski	3.850,00	40%	1.100,00
12	Miasto Kielce	52.080,00	264%	37.780,00
13	Miasto Sandomierz	5.390,00	40%	1.540,00
14	Miasto Ostrowiec Świętokrzyski	6.160,00	40%	1.760,00
15	Miasto i Gmina Busko Zdrój	4.620,00	40%	1.320,00
16	Miasto i Gmina Chęciny	3.850,00	40%	1.100,00
17	Miasto i Gmina Końskie	4.620,00	40%	1.320,00
18	Miasto i Gmina Pińczów	3.850,00	40%	1.100,00
19	Miasto i Gmina Zawichost	3.850,00	40%	1.100,00
20	Miasto i Gmina Połaniec	4.620,00	40%	1.320,00
21	Miasto i Gmina Chmielnik	3.850,00	40%	1.100,00
22	Gmina Bieliny	3.080,00	40%	880,00
23	Miasto i Gmina Daleszyce	3.850,00	40%	1.100,00
24	Gmina Iwaniska	3.080,00	40%	880,00
25	Gmina Klimontów	3.080,00	40%	880,00
26	Gmina Łagów	3.080,00	40%	880,00
27	Gmina Łopuszno	3.080,00	40%	880,00
28	Gmina Miedziana Góra	3.080,00	40%	880,00
29	Gmina Mniów	3.080,00	40%	880,00
30	Gmina Nagłowice	3.080,00	40%	880,00
31	Gmina Nowa Słupia	3.080,00	40%	880,00
32	Gmina Nowy Korczyn	3.080,00	40%	880,00
33	Gmina Samborzec	3.080,00	40%	880,00
34	Gmina Sitkówka Nowiny	4.620,00	40%	1.320,00
35	Gmina Solec Zdrój	3.080,00	40%	880,00
36	Gmina Strawczyn	3.080,00	40%	880,00
37	Gmina Szydłów	3.080,00	40%	880,00