

WKP. 050.2.4.2013

Pan
Maciej Borysewicz
Przewodniczący
Rady Miejskiej Łomży

dot. Informacja z zakresu promocji miasta związanej z turystyką

Zgodnie z planem pracy Rady Miejskiej na 2013 rok, w załączeniu przedkładam Wysokiej Radzie, informację z realizacji zadań podjętych od stycznia 2013 roku związanych z promocją miasta w zakresie turystyki.

1) **Promocja miasta w wydawnictwie URLAUB IN POLEN 2013** skierowana do odbiorców w Niemczech, kolportowana podczas największych targów turystycznych w Berlinie. W publikacji zaprezentowano atrakcje i potencjał turystyczny Łomży i regionu. Wydawnictwo dostępne było na polskim stoisku narodowym podczas trwania targów.

2) **Zamówienie powierzchni reklamowej w polskojęzycznym wydawnictwie URLOP 2013** we współpracy z redakcją RYNKU PODRÓŻY przygotowano katalog informacyjno-ofertowy. Publikacja wydana w nakładzie 10.000 egz. dystrybuowana jest w ciągu roku bezpłatnie podczas targów MTT Wrocław, GTT Gdańsk, LATO Warszawa.

3) **Przekazano składkę członkowską Lokalnej Organizacji Turystycznej Ziemia Łomżyńska.** Informacja ze współpracy z LOT ZŁ została przekazana Wysokiej Radzie na poprzedniej sesji RM.

4) Udział Miasta w Międzynarodowych Targach ITM Warsaw

Łomża uczestniczyła w trzeciej edycji Międzynarodowych Targów Turystycznych ITM Warsaw, zrealizowanych w dniach 24-26 stycznia 2013 roku w Warszawskim Centrum EXPO XXI. Stoiska targowe zaprezentowało ponad 250 wystawców z 22 krajów, w tym Egiptu, Indonezji, Turcji, Finlandii, Niemiec, Rosji, Ukrainy, Etiopii, Algierii, Ghany, Jamajki, Norwegii, Rumunii, Republiki Dominikańskiej, Kanady, Indii, Macedonii, Izraela, Włoch, Chin, Portugalii oraz Polski. Swoje stoiska miały kraje, regiony i miasta, biura podróży i touroperatorzy, agencje incentive, hotele, centra konferencyjne, linie lotnicze i wiele innych podmiotów. Przedstawili oni ofertę dla klientów indywidualnych i biznesowych.

Na wspólnym stoisku województwa podlaskiego prezentowano walory Łomży i ziemi łomżyńskiej. Tradycyjnie podlaskie cieszyło się bardzo dużym zainteresowaniem dzięki ciekawie opracowanym materiałom. Podczas trzydniowej imprezy na stoisku Łomży odbywały się konkursy, loterie oraz degustacje lokalnych produktów - regionalnego piwa Łomża oraz sękacza z piekarni Państwa Śledziwskich w Piątnicy. Targi odwiedziło w tym roku ponad 6500 zwiedzających.

5) Promocja Miasta podczas „XIX Międzynarodowych Targów Turystyki, Sprzętu Turystycznego, Żeglarskiego i Sportowego 2012” w Katowicach

Od piątku do niedzieli 21-24 marca 2013r., Miasto Łomża brało udział w XIX Międzynarodowych Targach Turystyki, Sprzętu Turystycznego, Żeglarskiego i Sportowego GLOB 2013 w Katowicach, organizowanych przez Centrum Targowe FairExpo.

Podczas targów swoje oferty na powierzchni ponad 5500m² zaprezentowało niemal 200 wystawców. Stoiska narodowe oraz największe atrakcje turystyczne zaprezentowały: Dominikana, Czechy, Indonezja, Maroko, Słowacja, Tunezja i Węgry.

Wśród organizacji branżowych stoiska zorganizowały: Izba Turystyki RP, Polska Izba Turystyki - oddział Śląski, Śląska Izba Turystyki, Beskidzka Izba Turystyki, regionalne i lokalne organizacje turystyczne.

Miasto Łomża na wspólnym stoisku z Podlaską Regionalną Organizacją Turystyczną, Powiatem Siemiatyckim, Powiatem Białostockim, Miastem Augustów prezentowało materiały promocyjne regionu, w tym oferty wypoczynku, ciekawe miejsca, szlaki turystyczne, zapraszało na stałe imprezy. Jak zwykle dużym powodzeniem cieszyły się produkty regionalne – sękacz i piwo z lokalnego Browaru, chleb ze smalcem i ogórkiem kiszonym. Dzieci z entuzjazmem przyjmowały „Bajkę o jeleniu”, kolorowe baloniki i inne drobiazgi. Wśród materiałów promocyjnych największym zainteresowaniem cieszył się: Przewodnik Łomżyński, Przewodnik Rowerowy”, plany miasta i powiatu łomżyńskiego, a także Bombajka, Przewodnik Turystyczny wydany przez ŁPKDN, materiały Muzeum Przyrody w Drozdowie oraz indywidualne ulotki branży turystycznej i okołoturystycznej. Sądząc po ilości materiałów, które rozdano podczas targów można uznać, że dla mieszkańców Śląska, jesteśmy regionem atrakcyjnym turystycznie. Targi to też okazja do wymiany materiałów i doświadczeń między regionami, które także odwiedzały stoisko Łomży i województwa podlaskiego.

6) Zrealizowano kampanię reklamową o nazwie „Niceplace”, czyli system informacji turystycznej stworzony poprzez sieć nośników ekspozycyjnych rozmieszczonych w najdogodniejszych miejscach dla turystów w regionie, m.in. baza noclegowa, centra i punkty Informacji turystycznej, itp. Dzięki temu projektowi na terenie całego kraju nieograniczone ilościowo (dodrukowywane w miarę potrzeb) wizytówki reklamujące ciekawe miejsca w Łomży i możliwości spędzenia czasu wolnego trafia bezpośrednio do turysty poszukującego informacji o Łomży.

7) Wydanie książeczki - „Śladami prastarej Łomży. Opowieści niemego zabytku” poświęconej dziejom Łomży na przestrzeni wieków. Książeczka do kolorowania przeznaczona jest dla przedszkolaków i dzieci ze szkół podstawowych, które w programie nauczania mają tematykę związaną z historią miasta i regionu. Wydawnictwo stanowi pomoc dydaktyczną do warsztatów i zajęć, które prowadzone są w Muzeum Północno-Mazowieckim. Propozycja jest kontynuacją wydanej wcześniej Bombajki „Jeleń z Łomży” i nawiązuje do niej układem i formatem graficznym. Całkowity nakład 2 tys. sztuk.

8) Wydanie folderu oraz ulotki dotyczącej ofert obiektów sportowo-rekreacyjnych w Łomży

Ulotka informacyjna przede wszystkim służy mieszkańcom Łomży jako materiał informacyjny o najważniejszych obiektach i ich atrakcjach sportowo-rekreacyjnych. Razem z folderem stanowi materiał promocyjny, uszczegółowiony w wydawnictwie „SPORT i REKREACJA W ŁOMŻY dla każdego...”. Wydawnictwa ukazały się w nakładzie po 300 i 500 sztuk. Folder kolportowany jest przez MOSiR i dostępny jest w ośrodkach podległych tej jednostce, ale także w poprzez Wydział Kultury, Promocji i Sportu, jako materiał promocyjny m.in. na targach turystycznych.

9) **Wydano „Przewodnik Rowerowy po Łomży”** w nakładzie 1850 egzemplarzy. Przewodnik kolportowany jest przez Miasto na targach turystycznych, poprzez jednostki podległe Miastu, a także przez Łomżyński Park Krajobrazowy Doliny Narwi, czy placówki miejskie. Publikacja zawiera informacje ogólne o uwarunkowaniach miasta i jego otoczeniu, opisuje zabytki, ciekawe miejsca, wydarzenia kulturalne, placówki kultury, historię miasta. Poradnik zawiera istotne informacje dla rowerzystów w kwestiach bezpieczeństwa, a przede wszystkim opisuje trasy rowerowe zarówno miejskie, jak i okolic. Przeprowadza cyklistów ciekawymi szlakami informując o stopniu trudności tras, co ukazują specjalnie opracowane mapki poglądowe.

10) **Udział Miasta „500 lecia Województwa Podlaskiego”- 26 kwietnia 2013r.**

Obchody były okazją wykorzystania potencjału Województwa i pokazania jego siły na zewnątrz poprzez media krajowe i zagraniczne. Uroczystości były także szansą przedstawienia różnic i bogactwa kulturowego trzech regionów wchodzących w skład Województwa: Podlasia, Ziemi Łomżyńskiej i Pojezierza Suwalsko-Augustowskiego.

Pierwsza samorządowa parada przeszła ulicami Białegostoku (od Odeskiej przy Operze i Filharmonii Podlaskiej, przez Krakowską, Lipową do Rynku Kościuszki). Parada zostanie powtórzona w przyszłym roku zarówno w Łomży, jak i w Suwałkach. Miasto reprezentowali: władze miasta w roli Książąt Mazowieckich, Gimnazjum Publiczne nr 8 - młodzież w strojach średniowiecznych, Łomżyńska Orkiestra Dęta z mażoretkami, aktorzy w bajkowych strojach z Teatru Lalki i Aktora, Zespół Pieśni i Tańca ŁOMŻA w strojach szlacheckich, Grupa Rekonstrukcji Historycznej NAREW w umundurowaniu. Każdy Zespół idący w paradzie został przedstawiony pod sceną na ul. Lipowej, a mieszkańcy i goście Białegostoku z entuzjazmem oklaskiwali krótki pokaz każdego zespołu.

W paradzie wzięło udział po ok.10 zespołów/grup reprezentacyjnych ze 116 gmin województwa. Zwieńczeniem parady był koncert wybranych przez reżysera zespołów na scenie (Rynek Kościuszki), w tym występ Crazy Twisting Group z Miejskiego Domu Kultury-Domu Środowisk Twórczych.

11) **Współorganizacja z MOSiR otwarcia Terenów sportowo-rekreacyjnych nad Narwią.**

W dniu 18 maja zaplanowano otwarcie uroczyste bulwarów. W programie rozpoczynającym się plenerem malarskim dla dzieci, młodzieży, rodziców i dziadków miasta przewidziano koncerty, konkursy, zabawy dla mieszkańców miasta. Oficjalna część uroczystości rozpocznie się o godz. 15.00. Oprócz koncertu Łomżyńskiej Orkiestry Dętej zaplanowano koncert zespołu PO GODZINACH oraz koncert szantowy – A.Koryckiego i D. Żukowskiej - rozbudowy i podwyższenia standardów bazy turystycznej i sportowej. Wybudowanie bulwarów nad Narwią stwarza możliwości uatrakcyjnienia oferty turystycznej miasta Łomży, w tym pobytu w regionie oferując infrastrukturę służącą uprawianiu aktywnych form turystyki, w związku z czym wizerunek i oferta Bulwarów wykorzystywana jest w materiałach promocyjnych Urzędu, na stronie internetowej w ofertach turystycznych, w wydawnictwach.

12) **Współorganizacja NOCY MUZEÓW**

Kontynuacją imprez rozpoczętych w związku z otwarciem Bulwarów jest NOC MUZEÓW, w ramach których przewidziano szereg atrakcji w różnych ośrodkach i jednostkach podległych Miastu. Rozpoczęcie godz. 19.00.

13) Podpisanie listu intencyjnego dot. nawiązania współpracy Klastra Marek Turystycznej Polski Wschodniej

W Maju 2013r. podpisano list intencyjny (bez zobowiązań finansowych) dotyczący nawiązania współpracy Klastra Marek Turystycznych Polski Wschodniej. List stanowi wolę współpracy na rzecz rozwoju turystyki w województwie podlaskim i warmińsko-mazurskim. Zrzesza on podmioty branży turystycznej, których wspólnym celem jest promocja całego regionu, w tym Miasta Łomża. Celem funkcjonowania Klastra jest wykreowanie silnej marki turystycznej rozpoznawalnej w Europie. W ramach wspólnych projektów mogą być realizowane kampanie promocyjne, branżowe konferencje misje, targi oraz badania, które umożliwiają zidentyfikowanie nisz rynkowych i stworzenie adekwatnych dla nich specjalistycznych produktów turystycznych. Misją Klastra jest wspieranie instytucji i przedsiębiorców działających w obszarze usług turystycznych, szkoleniowych i rekreacyjno-sportowych poprzez stworzenie trwałych ram współpracy opartych na transferze wiedzy, technologii i rozwiązań innowacyjnych pomiędzy członkami Klastra, instytucjami otoczenia biznesu, jednostkami naukowo-badawczymi, a także samorządami.

14) Przygotowano materiał informacyjno - promocyjny o charakterze turystycznym do Almanachu Samorządów Województwa Podlaskiego. Jest to publikacja rocznicowa, której celem jest zaprezentowanie potencjału województwa podlaskiego w związku z 500 leciem powstania.

W ramach promocji miasta podjęto szereg działań związanych pośrednio z promocją turystyczną, w tym wsparcie różnych inicjatyw. Współorganizowano imprezy o charakterze sportowym i kulturalnym, które także mają wpływ na rozwój turystyki, ponieważ promując potencjał miasta w każdym działaniu mamy wpływ na atrakcyjność miasta, a co za tym idzie na większe zainteresowanie turystów.

Niniejszą informację związaną z promocją turystyczną przedkładam Wysokiej Radzie jako materiał ogólnie poglądowy z prośbą o przyjęcie.

Z up. PREZYDENTA MIASTA

Mirosława Kluczek
ZASTĘPCA PREZYDENTA MIASTA