

Łomża, dnia 15 października 2013 r.

WKP. 050.10.2013

**Pan  
Maciej Andrzej Borysewicz  
Przewodniczący  
Rady Miejskiej Łomży**

**Dot.: „Analiza możliwości powstania strategii turystyki dla Łomży”.**

Zgodnie z planem pracy Rady Miejskiej na 2013 rok, przedkładam Wysokiej Radzie informację o możliwościach przygotowania strategii turystycznej dla m.Łomży.

Dokument taki niewątpliwie przyniósłby korzyści o tyle, że w całym procesie jego powstawania przygotowana zostałaby całościowa analiza potencjału m.Łomży, wskazałaby silne i słabe strony w mieście w tym zakresie i wytyczyłaby konkretne kierunki działań. Przygotowanie strategii tzw. uspołecznionej pozwoliłoby wypowiedzieć się różnym grupom społecznym – mieszkańcom miasta jak oceniają Łomżę, jej potencjał i możliwości rozwoju turystyki, co być może zaktywizowałoby podmioty zainteresowane działalnością turystyczną i okołoturystyczną. Niewątpliwie otworzyłoby to drogę do dialogu między Władzami miasta, a potrzebami jego mieszkańców. Niezaprzeczalnie tego typu strategia, czy nazwalibyśmy ją marketingową, turystyczną, czy produktu turystycznego, usystematyzowałaby wiedzę w tym zakresie.

Odwrócenie miasta w kierunku rzeki Narew poprzez wybudowanie Terenów Sportowo-Rekreacyjnych – PORT ŁOMŻA jest dodatkowym elementem, który już pracuje na miano atrakcyjnego miasta pod względem turystycznym. Warto wspomnieć, że w Konkursie na Najlepszy Produkt Turystyczny w obszarze środkowej i Północno - Wschodnie Polski, ogłoszonym przez Polską Organizację Turystyczną, to nie tylko Łomżyniacy głosowali na PORT ŁOMŻA, co w efekcie dało nam czołowe miejsce. To pokazuje, że potencjał Łomży jest widoczny również na zewnątrz i nie pozostawia wątpliwości co do znaczenia dziedzictwa historycznego dla współczesnego i przyszłego oblicza miasta. Być może w wyniku powstania strategii wypracujemy jeszcze inne nowe, innowacyjne produkty turystyczne i zbudujemy silniejszy wizerunek ośrodka miejskiego.

Z drugiej strony ograniczają nas środki finansowe na przygotowanie dokumentów, w tym wykonanie analizy, czy raportu, a następnie przygotowanie samej strategii. Wiąże się to z zaangażowaniem firmy, czy uczelni specjalizującej się w strategiach promocji miast lub zleceniem wykonania poszczególnych elementów strategii konsultantowi – specjaliście. Środki, jakie należałoby przeznaczyć na ten cel kształtują się między 35-50 tys. zł minimum. W każdym wypadku ze względu na sporą ofertę na rynku usług, związane to będzie z przeprowadzeniem procedury przetargowej. Dokument może być przygotowany z perspektywą długofalową, ale wtedy zaistniałby konieczność częstszego jej aktualizowania, dlatego korzystniejsze byłoby opracowanie dokumentu na okres 5 lat.

W 2014 roku otworzą się możliwości finansowania w związku z nową perspektywą finansową, jednak doświadczenie sprzed trzech lat pokazuje, że nie ma tutaj gwarancji otrzymania wsparcia z zewnątrz. Warto wspomnieć, że dwa lata temu przygotowano taki projekt partnerski pn.: „Współpraca Łomży, Bielska Podlaskiego i Międzyrzecza Podlaskiego na rzecz rozwoju turystyki” i złożono w ramach Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej. Najpóźniej na początku 2012r. miały być ogłoszone wyniki związane z otrzymaniem środków, jednak Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości ostateczną ocenę złożonego i rekomendowanego wniosku, ogłosiła dopiero w połowie 2012r. roku, w związku z czym strategia musiałaby być w całości zrealizowana ze środków miejskich, co było niemożliwe ze względu na brak wystarczającego budżetu. Natomiast w 2013r. środki były na tyle zmniejszone w stosunku do poprzednich lat, że nie pozwoliło to na zaplanowanie strategii.

Wobec powyższego pod decyzję Wysokiej Rady poddaję propozycję i potrzebę opracowania strategii turystycznej dla miasta Łomży i w związku z tym zarezerwowanie w 2014r. niezbędnych środków na ten cel.

Z poważaniem

Z up. PREZYDENTA MIASTA  
  
Mirosława Kluczek  
ZASTĘPCA PREZYDENTA MIASTA