

Łomża, dnia 10 października 2014r.

**PREZYDENT
MIASTA ŁOMŻA**

WKP. 050.2.6.2014

**Pan
Maciej Andrzej Borysewicz
Przewodniczący
Rady Miejskiej Łomży****Dot. Analizy możliwości powstania strategii turystyki dla Łomży**

Zgodnie z planem pracy Rady Miejskiej na 2014 rok, temat ten wyłonił się wraz z przygotowanym projektem pn.: „Współpraca Łomży, Bielska Podlaskiego i Międzyrzecza Podlaskiego na rzecz rozwoju turystyki”, jednak już w 2013r. informowaliśmy, że projekt nie otrzymał dofinansowania, a wykonanie strategii wyłącznie z budżetu miasta byłoby zbyt kosztowne, szczególnie, że w ciągu 4 lat środki w zakresie promocji miasta zmniejszyły się niemal o połowę. Tematyka tego zagadnienia została jednak utrzymana w planach prac Rady Miejskiej na kolejne lata, w związku z czym informujemy o podjętych czynnościach w tym zakresie.

Miasto Łomża dotychczas nie miało wykonanych analiz służących przygotowaniu dokumentu strategicznego pod kątem turystycznym, a stanowiłyby one podstawę do opracowania strategii. Wobec tego sugestią Rady Miejskiej było zaproponowanie przygotowania analiz, a nawet dokumentu Strategii jednej z uczelni miejskich. W związku z powyższym przygotowano zapytanie i szczegółowe wytyczne, które mogłyby zakwalifikować i wyłonić najlepszą propozycję przygotowania częściowego bądź całościowego dokumentu strategii spośród wszystkich uczelni miejskich tj. Państwowej Wyższej Szkoły Informatyki i Przedsiębiorczości, Wyższej Szkoły Agrobiznesu i Uczelni Jaskiego w Łomży.

Pragniemy jednak poinformować, że od trzech lat prowadzimy badania ankietowe wśród restauratorów i branży hotelarskiej, dzięki czemu na bieżąco posiadamy aktualne informacje o ruchu w tej dziedzinie. Informacje te promowane są w wydawnictwach promocyjnych, w tym w Przewodniku Turystycznym, Planie Miasta w materiałach przygotowywanych przez Podlaską Regionalną Organizację Turystyczną, Lokalną Organizację Turystyczną, ale także rozsyłamy bazy informacji przewodnikom turystycznym osobom zainteresowanym, a także przedstawiamy na stronie internetowej miasta w

zakładce" Informacje Praktyczne". Informacje udostępniamy także agencjom turystycznym współpracującym z miastem. Jest to materiał, który przyszłości posłuży przy opracowaniu elementów częściowych strategii promocji.

Jesteśmy przekonani, że strategia turystyczna, czy produktu turystycznego dobrze zaplanowana, kompleksowa, może przynieść pozytywne efekty. I to zarówno krótko, jak i długoterminowe, budując przy tym świadomość u odbiorców poprzez wzmocnienie wizerunku i marki. Po opracowaniu strategia może i powinna być też wykorzystywana przez wszystkich, którzy uczestniczą w życiu marki: pracowników marketingu, władz samorządowych, wydziałów Urzędu, pracowników obsługujących klienta, podległe jednostki, etc. Korzyści płynące z sytuacji, kiedy cała organizacja mówi jednym językiem marki, ma jej świadomość i wie, dokąd zmierza, są nieocenione.

W chwili obecnej oczekujemy na odpowiedź z trzech Uczelni Łomżyńskich, które po rozpatrzeniu możliwości przygotowania chociażby cząstkowych materiałów do strategii, staną się motorem do rozpoczęcia prac nad dokumentami.

W związku z powyższym proszę Wysoką Radę o przyjęcie powyższej informacji.

PREZYDENT MIASTA

Mieczysław Leon Czerniawski