

## **SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI ROTWŚ ZA ROK 2009**

Realizacja projektu „Kampania promocyjna Województwa Świętokrzyskiego”

### **Targi**

Zagraniczne:

1. ITB w Berlinie  
(11-15 marzec), powierzchnia 30 m<sup>2</sup>
2. MITT Moskwa  
(18-21 marzec), powierzchnia 10m<sup>2</sup>
2. UKRAINE 2008 w Kijowie  
(październik), powierzchnia 10m<sup>2</sup>

Krajowe:

1. Międzynarodowe Targi Turystyki, Rekreacji i Wypoczynku INTOUREX w Sosnowcu (20-22 luty), powierzchnia 21m<sup>2</sup>
2. XIV Międzynarodowe Targi - Regiony Turystyczne „NA STYKU KULTUR” w Łodzi (27 luty- 1 marzec), powierzchnia 20 m<sup>2</sup>
3. Krakowski Salon Turystyczny (3-kwiecień), powierzchnia 20m<sup>2</sup>
4. Gdańskie Targi Turystyczne (17-19 kwiecień), powierzchnia 20m<sup>2</sup>
5. I Międzynarodowe Targi Turystyki Wiejskiej i Agroturystyki Agrotavel (17-19 kwiecień), powierzchnia 50 m<sup>2</sup>
6. XIII Targi Turystyki i Wypoczynku „LATO” w Warszawie (24-26 kwiecień), powierzchnia 20m<sup>2</sup>
7. Międzynarodowe Targi Turystyczne TT Warsaw TOUR & TRAVEL w Warszawie (24-26 wrzesień), powierzchnia 20m<sup>2</sup>
8. XIX Międzynarodowy Salon Turystyczny „TOUR SALON” w Poznaniu (21-24 październik), powierzchnia 50m<sup>2</sup>

### **Imprezy promocyjne (pozatargowe)**

Event promocyjny w Warszawie

W dniach 1-3 lipca w kluczowych miejscach w stolicy, pojawiły się specjalnie obrandowane miotły z logotypem Woj. Świętokrzyskiego i adresem [www.swietokrzyskie.travel](http://www.swietokrzyskie.travel). Jednocześnie na ulicę wyszły czarownice w strojach ze spotu reklamowego, które wędrowały cały dzień po centrum stolicy, zapraszając do przejażdżki na miotle i do odwiedzenia strony [www.swietokrzyskie.travel](http://www.swietokrzyskie.travel). Miotły wysłano do najważniejszych redakcji: m.in. Tina, Dziennik Polska, Gazeta Wyborcza czy Newsweek. służą również jako dodatkowy gadżet promocyjny, nadal są wysyłane do różnych dziennikarzy.

Promocja imprez lokalnych

Przy współpracy z Gazetą Echo Dnia realizujemy cykliczne zapowiedzi imprez odbywających się w Regionie Świętokrzyskim. Turyści z regionu świętokrzyskiego, radomskiego i podkarpackiego otrzymują dokładną informację oraz zaproszenie na imprezy lokalne. Cztery jednostronicowe dodatki w piątkowych wydaniach Echa Dnia.

We współpracy w TVP3 Info ROTWŚ nagrywa serię odcinków promujących Region Świętokrzyski.

Do tej pory zrealizowano następujące odcinki:

- ▶ „Świętokrzyska zielona szkoła” promujący turystykę dzieci i młodzieży,
- ▶ „Perły Ziemi Świętokrzyskiej”, promujący turystykę kulturową – 2 odc.
- ▶ „Klucz do zdrowia” – promujący turystykę uzdrowiskową
- ▶ „W krainie mocnych wrażeń” – promujący turystykę aktywną
- ▶ „Swojskie klimaty” – promujący agroturystykę i turystykę wiejską – 2 odc.
- ▶ „Delegacja wbrew regułom” – promujący turystykę biznesową
- ▶ „Podróże z pasją” – promujący turystykę dla hobbystów – 2 odc.
- ▶ „Białe szaleństwo” – promujący turystykę zimową
- ▶ „Zielone Świętokrzyskie” – promujący świętokrzyską przyrodę – 2 odc.
- ▶ „Kielce Miasto Targowe” – promujący Miasto Kielce

### Wizyty studyjne

- „Zimowe Świętokrzyskie czyli Zjazd Czarownic” – 12 luty

W imprezie wzięli udział dziennikarze mediów świętokrzyskich takie jak:

- Gazeta Wyborcza Kielce
- Echo Dnia Kielce,
- Radio PLUS Kielce
- RMF MAXXX Kielce
- Polskie Radio Kielce
- Radio Fama Kielce
- TVP 3 Kielce
- Radio Eska
- Radio Planeta

W czasie trwania konkursów TVP3 Kielce kręciła ujęcia do filmu promocyjnego z cyklu „Świętokrzyskie Miejsca Mocy” pt. Białe szaleństwo.

Podczas zawodów RMF MAXXX Kielce prowadziła audycję „na żywo”

Ukazały się artykuły w Gazecie Wyborczej i Echu Dnia oraz na stronach internetowych.

- Wizyta studyjna dziennikarzy z Węgier – 22-24 maj

Ośmiu dziennikarzy reprezentowało węgierskie media branżowe takie jak:

- Metropol - bezpłatna gazeta, ogólnokrajowa
- Turizmus Panorama - Ogólnokrajowy miesięcznik Zrzeszenia hoteli węgierskich i branży turystycznej
- Szabad Föld – ogólnokrajowa gazeta czytana przede wszystkim przez ludzi z prowincji
- Go! Utazas - Ogólnokrajowy miesięcznik turystyczny
- Forgó Travel,
- węgierska TV satelitarna, ogólnokrajowa DUNA

Węgrzy odwiedzili Jędrzejów, Jaskinię Raj, Park Etnograficzny w Tokarni, Kielce, Święty Krzyż, Krzyżtopór, Kurozwęki i Sandomierz

Efektom wizyty dziennikarzy z Węgier były liczne artykuły w prasie węgierskiej na temat atrakcji świętokrzyskiego oraz film prezentowany w węgierskiej TV ogólnokrajowej DUNA (do dnia dzisiejszego można oglądać na stronie internetowej Kalandozó).

- Wizyta Studyjna dziennikarzy z Niemiec „Polska Toskania” – 19-23 sierpień

Sześciu dziennikarzy reprezentowało niemieckie media branżowe takie jak:

- o Süddeutsche Zeitung
- o Tageszeitung
- o Tagesspiegel
- o Deutsche Welle
- o Zeitschrift Motorrad
- o Badische Neueste Nachrichten
- o Focus online

Niemcy zwiedzili najciekawsze zabytki Sandomierza

Efektom wizyty dziennikarzy z Niemiec mają być artykuły w prasie niemieckiej (przedstawicielka POIT w Berlinie prześle wkrótce skany).

## **Działalność wydawnicza**

Działania wykonane:

- Folder pt. „Świętokrzyska zielona szkoła” nakład: 6 000 egzemplarzy
- Folder pt. „Największe atrakcje turystyczne województwa świętokrzyskiego” nakład: 10 000 egzemplarzy
- Folder pt. „W Krainie Mocnych Wrażeń” nakład: 13 000 egzemplarzy
- „Świętokrzyskie – Co? Gdzie? Kiedy?” nakład: 5000 egzemplarzy
- „Świętokrzyskie – Co? Gdzie? Kiedy?” – kalendarz ścienny nakład: 1000 egzemplarzy
- Informator Turystyczny nakład: 25 000 egzemplarzy
- Mapa turystyczna regionu świętokrzyskiego nakład: 80 000 egzemplarzy
- Mapa Gór Świętokrzyskich nakład: 5100 egzemplarzy
- Folder „Klucz do zdrowia” nakład: 50 000 egzemplarzy
- Folder „Czarujące Świętokrzyskie” nakład: 20 000 egzemplarzy
- Komiks „Poszukiwacze zaginionego kwiatu paproci” nakład 10 000 egzemplarzy

Działania w trakcie realizacji:

- Wydawnictwo pt. „Świętokrzyska zielona szkoła” - wznowienie nakład: 50 000 egzemplarzy
- Folder pt. „Największe atrakcje turystyczne województwa świętokrzyskiego” - wznowienie nakład: 70 000 egzemplarzy
- Zestaw ulotek „Przystanek Świętokrzyskie” nakład: 75 000 egzemplarzy
- Zestaw ulotek „Perły Ziemi Świętokrzyskiej” nakład: 60 000 egzemplarzy
- Zestaw plakatów z atrakcjami z województwa świętokrzyskiego nakład: 8.000 egzemplarzy
- Przewodnik „Świętokrzyskie dla dzieci i młodzieży” nakład: 5 000 egzemplarzy

## **Bank wizerunków**

- Zakupiono zdjęcia od uznanych artystów fotografików oraz fotografów amatorów
- W ramach delegacji zdjęcia wykonywali pracownicy ROT
- Zorganizowano konkurs fotograficzny „Świętokrzyskie w kadrze”, planuje się wkrótce ogłosić kolejną edycję konkursu
- Pozyskano zdjęcia od członków ROT

## **Płyta CD/DVD**

Rozstrzygnięty został przetarg na wykonanie płyty CD. Wykonawcą została firma Amistad z Krakowa

- nakład 50 000 egz.
- format prezentacji: CD wraz z serwisem www
- każda płyta będzie zawierała 4 wersje językowe: polską, angielską, niemiecką i rosyjską
- Technika wykonania: Adobe Macromedia Flash + JAVA (aplikacje na telefon komórkowy) + dodatki (panoramy 3D, wirtualny przewodnik 3D, filmy);

## **Gadżety**

Wykonane zostały projekty gadżetów przez firmę Plenerownia. Ogłoszony i rozstrzygnięty został przetarg Dot.: postępowania o udzielenie zamówienia publicznego na wykonanie i dostawę gadżetów reklamowych promujących Województwo Świętokrzyskie. Wykonawcą gadżetów została firma QUEBEC GROUP z Kielc.

## **System Informacji Turystycznej Woj. Świętokrzyskie**

Ogłoszono i rozstrzygnięto następujące postępowania:

1. Wykonanie i dostawa mebli biurowych
2. Dostawa krzeseł i foteli biurowych
3. Dostawa komputerów, oprogramowania i urządzeń biurowych
4. Dostawa i montaż oznakowania RCIT, CIT, PIT
5. Dostawa ekspozytorów na materiały promocyjne
6. Oznakowanie drogowe Centrów i Punktów IT

Uruchomienie Regionalnego Centrum Informacji Turystycznej

Ogłoszono i rozstrzygnięto następujące przetargi:

1. Na modernizację i adaptację pomieszczeń przy ul. Sienkiewicza 29
2. Na dostawę elementów multimedialnych i ekspozycyjnych
3. Na wykonanie i dostawę elementów zabudowy biurowej i mebli

Placówka mieścić się będzie w Kielcach przy ul. Sienkiewicza 29. Za koncepcję aranżacji oraz przygotowanie projektu architektoniczno-budowlanego odpowiada znana firma projektowa A+D z Warszawy.

## **Reklama w mediach**

Spoty w telewizji TVN

- Termin emisji: 23.06 - 30.06 (początek w noc świętojańską, czyli Sabat Czarownic)
- Kanały: TVN, TVN Turbo, TVN Style
- Rodzaje spotów: 2 x 30s, 1 x 15s
- Produkcja: telewizja TVN

- Dom mediowy: Innovations
- W sumie wyemitowano 114 spotów w czasie największej oglądalności (prime time)  
Spot został odebrany w znacznej większości znakomicie. Potwierdzają to komentarze pod poszczególnymi spotami, zamieszczone na portalu You Tube:  
[http://www.youtube.com/watch?v=utYv9RIMhek&feature=channel\\_page](http://www.youtube.com/watch?v=utYv9RIMhek&feature=channel_page) .  
Liczba wyświetleń spotów na portalu You Tube (23.09.2009):
- I spot : 7 tysięcy
- II spot: 4 tysiące

Publikacja reklam w mediach: telewizja, prasa i Internet

Kampania reklamowa w portalu Onet.pl:

- Termin emisji: 24.06 - 30.06
- Miejsce emisji: strona główna Onet.pl
- Technologia: screening z emisją wideo, link aktywny do swietokrzyskie.travel
- Kreacja: Blue Grass
- Efekty kampanii:
  - ok. 1500 wejść dziennie na stronę [www.swietokrzyskie.travel](http://www.swietokrzyskie.travel),
  - dotarcie do ponad 700 000 tys. unikalnych użytkowników. Reklama emitowana na stronie głównej Onet.pl, składająca się z dwóch form graficznych w terminie 24 czerwiec 2009 – 30 czerwiec 2009 (567 824 odsłon).

Kampania wirusowa na portalach społecznościowych:

- Termin: 22.06 – 6.07
- Kanały: YouTube, Wrzuta i Goldenline
- Cel kampanii: promocja spotów 30s oraz launch portalu [swietokrzyskie.travel](http://swietokrzyskie.travel)
- Efekty: zwiększenie zasięgu oglądalności spotów (wynik na 22 września to w sumie ok. 11 000 odsłon).

### **Kampania outdoorowa**

- Termin: 1-30 lipca
- Rodzaj nośników:
  - billboard 6x3 – 85 szt.
  - billboard 4x3 - 34 szt.
  - megaboard 12x3 – 5 szt.
  - citylight – 80 szt.
  - busboard – 2 szt.
- Kreacja plakatów: Blue Grass
- Wykup nośników i druk: Metropolis
- Miejsca: Warszawa, Kraków, Lublin, Łódź, Kielce, Katowice i GOP

### **Badania wizerunkowe**

Raport z badań PENTOR Research International:

- Badania wizerunkowe pomogły ustalić hasło, stylistykę przekazu oraz pomogły wytypować miejsca najbardziej kojarzone z regionem
- Respondentom przypadł do gustu motyw magii i czarów, z którym idealnie współgra

osoba czarownicy na miotle

### **Realizacja innych projektów (poza kampanią)**

Projekty dofinansowane z Ministerstwa Sportu i Turystyki (w ramach konkursu na wykonanie zadania)

Opracowanie „Operacyjnego programu rozwoju turystyki biznesowej, uzdrowiskowej, agroturystyki oraz turystyki dla dzieci i młodzieży w Województwie Świętokrzyskim”.

Stworzenie oznakowania drogowego „Szlaku Architektury Drewnianej”

### **Konkursy**

- „Na najlepszy produkt turystyczny” współorganizacja (z POT)  
Tegoroczna edycja konkursu rozpoczęła się marcu i przebiegała według zasad regulaminowych wprowadzonych w 2008 roku. Z Regionu Świętokrzyskiego do Konkursu zgłoszono:

- Kraina Legend Świętokrzyskich – do Złotego Certyfikatu
- Malinowy Zdrów Hotel&Spa – do Certyfikatu POT
- Jarmark Jagielloński i Międzynarodowy Turniej Rycerski o Miecz Zawiszy Czarnego z Grabowa – do Certyfikatu POT.

Konkurs został rozstrzygnięty podczas tegorocznych Targów TOUR SALON w Poznaniu. Produkt Jarmark Jagielloński i Międzynarodowy Turniej Rycerski o Miecz Zawiszy Czarnego z Grabowa został nagrodzony Certyfikatem POT.

Koordinacja I Międzynarodowych Targów Turystyki Wiejskiej i Agroturystyki Agrotravel (17-19 kwiecień)

W ramach dofinansowania zadania z następujących źródeł:

- Ministerstwo Sportu i Turystyki,
- Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi,
- Świętokrzyskie Biuro Rozwoju Regionu (Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich)

W ramach targów Agrotravel zorganizowane były:

- Impreza wystawiennicza;
- Międzynarodowa Konferencja Popularnonaukowa „Perspektywy rozwoju i promocji turystyki wiejskiej i agroturystyki w Polsce”;
- Cykl warsztatów branżowych;

W trakcie targów przeprowadzone zostały konkursy na najciekawsze stoisko wystawiennicze oraz najbardziej innowacyjny produkt turystyczny.