

**Plan merytoryczny i finansowy**  
**Regionalnej Organizacji Turystycznej Województwa Świętokrzyskiego**  
**na 2011 rok**

**KOSZTY**

**KOSZTY**  
**PROJEKT KAMPANIA PROMOCYJNA WOJEWÓDZTWA ŚWIĘTOKRZYSKIEGO**

<b>Lp.</b>	<b>Działanie</b>	<b>Koszty</b>	<b>Informacja merytoryczna</b>
1	<p><b>System informacji turystycznej</b></p> <p><u>Warstwa analogowa:</u></p> <p>-dostawa, montaż, konserwacja i utrzymanie „witaczy” przy głównych drogach wjazdowych do regionu</p>	<p><b>85.766,00</b></p>   <p>85.766,00</p>	<p>Działanie obejmuje wykonanie i montaż tablic-witaczy dla turystów z innych województw, którzy odwiedzą świętokrzyskie. Witacze staną przy głównych drogach wjazdowych do regionu.</p> <p>Termin wykonania- 20 czerwca</p>
2	<p><b>Targi</b></p> <p>- Vakantiebeurs Utrecht (11-16.01.2011)</p> <p>- INTUREX Sosnowiec</p>	<p><b>43.763,05</b></p>	<p>W ramach projektu - udział w targach w Utrechcie oraz w Sosnowcu. ROT w Utrechcie występował jako gospodarz stoiska narodowego POLSKA</p> <p>Powierzchnia stoiska podczas targów w Sosnowcu wynosiła 20 mkw. Region Świętokrzyski był regionem Partnerskim Targów co wiązała się z szeroka prezentacją okołotargową:</p> <p>- konferencja „Kształtowanie wizerunku regionu na przykładzie Kampanii Promocyjnej Województwa Świętokrzyskiego oraz innych projektów unijnych”,</p>

			<p>- prezentacja na scenie – Zespół Mim w choreografii „Sabat Czarownic”, skecz „recz o tym jak powstały Kielce” w wykonaniu Czarownicy Łysicory i Zbója Mejdeja oraz Sabat Czarownic w wykonaniu Krainy Legend Świętokrzyskich.</p> <p>- degustacja potraw regionalnych: parzybroda, chleb ze smalcem oraz nalewka ze świętokrzyskich truskawek.</p> <p>Wszystkie te działania przyniosły Organizacji nagrodę Prezesa Targów Silesia w postaci złotego medalu w kategorii NAJLEPSZA KAMPANIA MARKETINGOWA PODCZAS TARGÓW INTOUREX.</p>
3	<p><b>Działalność wydawnicza</b></p> <p>Informator Agroturystyczny</p>	<p><b>61.630,00</b></p> <p>61.630,00</p>	<p><b>INFORMATOR AGROTURYSTYCZNY WOJEWÓDZTWA ŚWIĘTOKRZYSKIEGO</b></p> <p><b>Zawartość wydawnictwa:</b> Wydawnictwo będzie zawierać informacje adresowe na temat całej bazy tele – adresowej świętokrzyskich gospodarstw agroturystycznych. Podział listy gospodarstw agroturystycznych będzie miał charakter terytorialny i oparty będzie na podziale administracyjnym województwa. Ponadto w wydawnictwie znajdą się krótkie informacje dotyczące największych atrakcji turystycznych regionu, schematyczna mapa z podziałem administracyjnym ułatwiającą nawigację informatora. Przy wszystkich adresach gospodarstw agroturystycznych znajdzie się zdjęcie oraz piktogramy obrazujące ofertę danego gospodarstwa. nakład: 7000 egzemplarzy, w tym (wersja polska: 5500 , wersja angielska: 1000, wersja niemiecka: 500).</p> <p>Termin realizacji: do 31 marca 2011 r.</p>
4	<b>Imprezy promocyjne</b>	<b>48.660,31</b>	<p>W ramach promocji poza regionem, planuje się prezentacje regionu na evencie w Sosnowcu (opis prezentacji w punkcie drugim)</p> <p>Planuje się ponadto zrealizowanie 2 imprez krajowych.</p>
5	<b>Wizyty studyjne</b>	<b>4 503,99</b>	<p>Uwzględniono koszty w projekcie: - Kampania Promocyjna (4.503,99)</p>

	- wizyta studyjna dziennikarzy z mediów ogólnopolskich i zagranicznych zakończona udziałem w konferencji prasowej i Międzynarodowych Targach Turystyki Wiejskiej i Agroturystyki AGROTRAVEL III	4.503,99	Sfinansujemy część tej wizyty. Planujemy zorganizowanie w kwietniu 2011 r. wizyty studyjnej polskich i zagranicznych dziennikarzy z mediów branżowych zajmujących się tematem agroturystyki i turystyki wiejskiej oraz kuchni regionalnej. Zaprezentujemy im wiejskie produkty turystyczne i największe atrakcje świętokrzyskiego. Wizyta zakończona będzie ich udziałem Międzynarodowej Konferencji Turystyki Wiejskiej i Agroturystyki i Targach AGROTRAVEL III.
6	<b>Bank wizerunków</b>  - przeprowadzenie konkursu „Świętokrzyskie w Kadrze” wraz z kampanią informacyjną	<b>19.500,00</b>  19.500,00	<b>Kanały informacyjne wykorzystane w promocji konkursu:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prasa, telewizja regionalna, radio, plakaty, newsletter, punkty IT, gminy, Gminne Ośrodki Kultury, stowarzyszenia fotograficzne, centra handlowe, strony internetowe, fora fotograficzne.</li> </ul> <p>Harmonogram:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 22 grudnia 2010 – ogłoszenie konkursu</li> <li>• Do 28 lutego 2011 – składanie prac</li> <li>• 3 marca 2011 – spotkanie członków jury</li> <li>• 7 marca 2011 – II spotkanie członków jury w razie konieczności</li> <li>• 31 marca 2011 – Oficjalne rozstrzygnięcie konkursu w Muzeum Historii Kielc</li> <li>• 6 kwietnia – 30 kwietnia 2011 – wystawa czasowa na Placu Artystów</li> </ul>
7	<b>Badania wizerunkowe</b>  - Badania wizerunkowe zorganizowane przez firmę PENTOR	<b>30.000,00</b>	Przygotowanie (opracowanie i konsultacja) do przeprowadzenia przez PENTOR badań dotyczących wizerunku woj. świętokrzyskiego w oczach mieszkańców wybranych miast Polski. Nadzór nad przebiegiem badań. Organizacja konferencji prasowej (marzec 2011 r.), na której przedstawiony zostanie raport z badań PENTOR oraz wnioski wynikające z zestawienia wyników badań z roku 2009 i 2011.
	<b>Razem Kampania</b>	<b>293.823,35</b>	

**KOSZTY**  
**PROJEKT WYKREOWANIE I PROMOCJA MARKOWYCH PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH WOJEWÓDZTWA ŚWIĘTOKRZYSKIEGO ORAZ ICH KOMPLEKSOWE OZNAKOWANIE**

8	<p><b>System Informacji Turystycznej</b></p> <p>- wykonanie i dostawa do dwóch Centrów i jednego Punktu IT mebli, foteli oraz krzeseł biurowych</p> <p>- wykonanie platformy rezerwacji miejsc noclegowych oraz ofert turystycznych</p>	<p><b>115.748,00</b></p> <p>16.348,00</p> <p>99.400,00</p>	<p>Zadanie obejmuje wykonanie i dostawę do Centrów Informacji Turystycznej w Kazimierzy Wielkiej i Skarżysku-Kamiennej oraz Punktu IT w Staszowie mebli, foteli oraz krzeseł biurowych. Termin wykonania: koniec marca</p> <p>System umożliwił będzie przeglądanie i rezerwację on-line noclegów za pomocą specjalnie przygotowanego interfejsu. Będzie uzupełniony w funkcjonalności w postaci kreatora wycieczek turystycznych oraz w moduł do przeglądania ofert turystycznych Termin wykonania: koniec marca</p>
9	<p><b>Akcja medialna w telewizji, radio i prasie ogólnopolskiej oraz regionalnej</b></p> <p>działania medialne:</p> <p>- akcja Wypasiona Zima z TVP1 (31.12 – 02.01.2011) zrealizowano</p> <p>- Olimpiada zimowa dla dzieci w Świętokrzyskiem - „Zimowy zjazd czarownic”! zrealizowano</p>	<p><b>190.000,00</b></p> <p>65.000,00</p> <p>20.000,00</p>	<p>Akcja Wypasiona Zima” to akcja w okresie 31.12- 02.01.2011, kiedy Świętokrzyskie gości na na antenie TVP1 ze swoja ofertą turystyki zimowej, głównie stoków narciarskich.</p> <p>31 grudnia, w programie Kawa czy Herbata podczas 4 pięciominutowych wejść /live/ w godz. 6:00 - 8:00 oraz 10-minutowej audycji około godz. 15:00. W sobotę i niedzielę (01.01. i 02.01.) w 2 pięciominutowych audycjach, które wyemitowane zostaną pomiędzy 13:00 a 15:00. Podczas wejść widzowie zoaczbą: świętokrzyskie stoki: Kielce-Stadion, Niestachów, Sabat-Krajno, spotkają się z celebrytami blisko związanymi z województwem, a także poznają tajemnice regionalnej kuchni.</p> <p>Akcja medialna na antenie programu TVP 2 Przygotowanie, koordynacja i nagłośnienie zimowej olimpiady dla dzieci z konkurencjami nawiązującymi do symbolu regionu – Świętokrzyskiej Czarownicy.</p>

	<p>- zakup powierzchni reklamowej w prasie lokalnej i ogólnopolskiej, spoty reklamowe</p> <p>- doradztwo w zakresie przeprowadzenia akcji medialnej – 01.01.2011 – 31.12.2011</p> <p><b>wizyty studyjne:</b></p> <p>- wizyta studyjna dziennikarzy z mediów ogólnopolskich i zagranicznych w kwietniu 2011 zakończona udziałem w konferencji prasowej i Międzynarodowych Targach Turystyki Wiejskiej i Agroturystyki AGROTRAVEL III</p> <p>- wizyta studyjna dziennikarzy krajowych i zagranicznych w czerwcu 2011 zakończona udziałem w promocyjnej imprezie plenerowej „Sabat Czarownic”</p>		<p>Olimpiada promuje region w myśl hasła „Świętokrzyskie Województwem Dzieci” oraz m.in. produkt markowy – stoki narciarskie.</p> <p>Reklamy w czołowych tytułach ogólnopolskich i lokalnych poświęcone Świętokrzyskiemu, ROT WŚ, RCIT oraz markowym produktom turystycznym regionu. Aranżacja artykułów na temat markowych produktów turystycznych województwa. Promocja wydarzeń z regionu. Pozyskiwanie patronów medialnych imprez, organizacja biura prasowego, podtrzymywanie i dbanie o pozytywne relacje z mediami, bieżąca modyfikacja bazy mediów.</p> <p>Doradztwo w zakresie akcji prowadzonej w mediach, wydarzeń promocyjnych (np. Sabat Czarownic) i innych działań wizerunkowych.</p> <p>Uwzględniono koszty wizyt studyjnych podczas targów „Agrotravel” w Kielcach oraz imprezy Sabat Czarownic:</p> <p>Sfinansujemy część tej wizyty - Planujemy zorganizowanie w kwietniu 2011 r. wizyty studyjnej polskich i zagranicznych dziennikarzy z mediów branżowych zajmujących się tematem agroturystyki i turystyki wiejskiej oraz kuchni regionalnej. Zaprezentujemy im wiejskie produkty turystyczne i największe atrakcje świętokrzyskiego. Dziennikarze wezmą udział w wyjedzie studyjnym.</p> <p>Wizyta zakończona będzie ich udziałem Międzynarodowej Konferencji Turystyki Wiejskiej i Agroturystyki i Targach AGROTRAVEL III.</p> <p>Planujemy zorganizowanie w czerwcu 2011 r wizyt studyjnych dla dziennikarzy krajowych oraz z Węgier, Niemiec i Ukrainy zakończonych ich udziałem w magicznym koncercie plenerowym „Sabat Czarownic”.</p>
10	<p><b>Akcja promocyjna w Internecie</b></p> <p>- pozycjonowanie portalu <a href="http://www.swietokrzyskie.travel">www.swietokrzyskie.travel</a></p>	<p><b>58.900,00</b></p> <p>5.000,00</p>	<p>W ramach działania przeprowadzona zostanie kolejna kampania w przeglądarce Google mająca na celu pozycjonowanie portalu <a href="http://www.swietokrzyskie.travel">www.swietokrzyskie.travel</a> był w oparciu o szereg haseł najczęściej wybieranych przez internautów.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- wykonanie banerów reklamowych</li> <li>- wykonanie i obsługa kampanii newsletter</li> <li>- Wykonanie panoram sferycznych</li> </ul>	<p>8.900,00</p> <p>5.000,00</p> <p>40.000,00 (III transza)</p>	<p>Zamówienie przewiduje wykonanie serii banerów statycznych i animowanych wykorzystywanych do promocji w internecie.</p> <p>Planowany jest rozwój narzędzie umożliwiającego obsługę kampanii mailingowych w formie newslettera</p> <p>Zamówienie przewiduje wykonanie 82 panoram sferycznych oraz ich umieszczenie na portalu <a href="http://www.swietokrzyskie.travel">www.swietokrzyskie.travel</a>.</p>
11	<p><b>Targi Turystyczne oraz eventy</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zagraniczne <ul style="list-style-type: none"> <li>- UTAZAS Budapeszt (3-6.03)</li> <li>- MITT Moskwa (16-19.03)</li> <li>- ITB Berlin (9-13.03)</li> <li>- UKRAINE Kijów ( październik)</li> <li>- WTM Londyn (8-11.11)</li> </ul> </li> <li>- krajowe <ul style="list-style-type: none"> <li>- INTOUREX Sosnowiec (18-20.02)</li> <li>- NA STYKU KULTUR Łódź (25027.02)</li> <li>- Krakowski Salon Turystyczny (8-10.04)</li> <li>- LATO Warszawa(</li> <li>- TT Warsaw</li> <li>- TOUR SALON Poznań</li> </ul> </li> <li>- eventy</li> </ul>	<p><b>300.000,00</b> (w tym 70.000,00 zł eventy)</p> <p>20.000,00</p> <p>20.000,00</p> <p>20.000,00</p> <p>30.000,00</p> <p>25.000,00</p> <p>10.000,00</p> <p>10.000,00</p> <p>20.000,00</p> <p>20.000,00</p> <p>25.000,00</p> <p>30.000,00</p> <p>70.000,00</p>	<p>W ramach działania planuje się udział w 5 imprezach zagranicznych oraz 7 imprezach krajowych. ROTWS jako gospodarz stoiska regionalnego prezentuje ofertę swoich członków w sposób nowoczesny, interesujący z wykorzystaniem postaci regionalnych – Łysicory i Zbója Mejdeja. ROT planuje zakup nowego nowoczesnego stoiska targowego, które swoją premierę będzie miało w jesiennej edycji targów.</p>

12	<b>Sabat Czarownic</b>	<b>920.360,00</b>	W ramach zadania planuje się drugą edycję cyklicznej imprezy odbywającej się w Amfiteatrze na Kadzielni w dniu 25.06.2011 roku. Reżyserem koncertu będzie p. Leszek Kumański. Uczestnikami największe gwiazdy polskiej sceny muzycznej (szersza informacja w załączeniu)
13	<b>Działalność wydawnicza</b>	<b>220.000,00</b>	
	- Program rozwoju produktów turystycznych	23.000,00	Zawartość wydawnictwa: wydawnictwo zawierać będzie informacje dotyczące kierunków rozwoju produktów turystycznych województwa świętokrzyskiego wraz z ich opisem nakład: 1000 egzemplarzy Termin realizacji: do 31 października 2011 r.
	- Program promocji produktów turystycznych	18.000,00	Zawartość wydawnictwa: wydawnictwo zawierać będzie informacje dotyczące kierunków promocji produktów turystycznych województwa świętokrzyskiego wraz z ich opisem nakład: 1000 egzemplarzy Termin realizacji: do 20 czerwca 2011 r.
	- Zestaw ulotek „W Krainie Mocnych Wrażeń”	44.000,00	Zawartość wydawnictwa: wydawnictwo w formie zestawu ulotek pod wspólną nazwą w Krainie Mocnych Wrażeń” składać się będzie z 7 pojedynczych składanych ulotek. Każda ulotka dotyczyć będzie innej dyscypliny bądź grupy dyscyplin turystyki aktywnej. Znajdzie się tam opis możliwości uprawiania danej dyscypliny turystyki aktywnej w województwie świętokrzyskim, dane teleadresowe i inne informacje praktyczne, zdjęcia. nakład: 70 000 egzemplarzy (po 10 000 egzemplarzy każdej z 7 rodzajów ulotek w tym: 5 000 sztuk w wersji polskiej, 2 000 sztuk w wersji angielskiej, 1 500 sztuk w wersji niemieckiej, 1 500 sztuk w wersji rosyjskiej). Termin realizacji: do 11 lipca 2011 r.
	- Plan Miasta Kielce	10.000,00	Zawartość wydawnictwa: wydawnictwo będzie zawierać 2 mapy – mapę ścisłego centrum miasta Kielce (widły ulic: Tarnowska, Źródłowa, Sandomierska, IX Wieków Kielc, Żelazna, Armii Krajowej, Pakosz, Kusocińskiego, Szczepaniaka, Husarska, Wapiennikowa, Tarnowska) oraz mapę obejmującą całe miasto Kielce. W wydawnictwie znajdują się również informacje dotyczące: bazy noclegowej, wybranych obiektów

			<p>gastronomicznych, instytucji kultury, zabytków i atrakcji turystycznych miasta, komunikacji, opieki zdrowotnej i innych ważnych danych teled adresowych. W wydawnictwie znajdują się również fotografie.</p> <p>nakład: 20 000 egzemplarzy (200 bloków każdy zawierający 100 egzemplarzy planu miasta Kielce), wersje językowe: polsko – angielska. <b>Termin realizacji: do 17 marca 2011 r.</b></p>
	- Świętokrzyskie baśnie	38.000,00	<p>Zawartość wydawnictwa: wydawnictwo zawierające najciekawsze i najbardziej znane legendy świętokrzyskie: ok. 10 legend. Legendy przedstawione w nowej formie literackiej z zachowaniem jednak ich merytoryki. Każdą legendę napisze inny autor co podniesie atrakcyjność wydawnictwa. Najwyższy poziom edytorski i bardzo dobre ilustracje.</p> <p>Nakład: 10.000 egz. w tym 8.000 egz. wersja polska, 2.000 egz. wersja angielska.</p> <p><b>Termin realizacji: sierpień 2011 r.</b></p>
	- Świętokrzyski Szlak Literacki - przewodnik	50.000,00	<p>Zawartość wydawnictwa: wznowienie przewodnika do projektu Świętokrzyski Szlak Literacki. Wymagana ponowna redakcja i aktualizacja tekstów.</p> <p>Nakład: 3.500 wersja polska. <b>Termin realizacji: sierpień 2011 r.</b></p>
	- Mapy Gór Świętokrzyskich – dodruk	22.000,00	<p>Zawartość wydawnictwa: wznowienie mapy Gór Świętokrzyskich. Wymagana drobna korekta i aktualizacja tekstów i mapy. Nakład: 2000 wersja polska.</p> <p><b>Termin realizacji: do sierpień 2011 r.</b></p>
	- Dodruki ulotek i folderów wg bieżących potrzeb (kwartalnik ROT)	15.000,00	<p><b>Termin realizacji: 2011 r.</b></p>
14	<b>Wykonanie „witaczy” do produktów turystycznych.</b>	<b>247.272,00</b>	<p>Witacze do około 15 wybranych produktów turystycznych w regionie. Uniwersalny projekt witaczy z elementami indywidualnymi do każdego produktu.</p> <p>Lokalizacja: teren prywatny w miejscach kluczowych (skrzyżowaniach dróg głównych).</p> <p><b>Termin wykonania: 31 sierpnia</b></p>

	<b>Dodatkowe oznakowanie IT</b>		Uzupełnienie oznakowania punktów i centrów IT.
15	<b>Gadżety promocyjne</b>	<b>5.000,00</b>	
	<b>Razem Wykreowanie Produktów</b>	<b>2.057.280,00</b>	
<b>KOSZTY OPERACYJNE (DZIAŁALNOŚĆ STATUTOWA) PROJEKTÓW: „POPRAWA WIZERUNKU TURYSTYCZNEGO REGIONU POPRZECZ PROMOCJĘ WALORÓW WCZESNOBAROKOWEGO ZAMKU KRZYŻTOPÓR W UJEŹDZIE”</b>			
16	<b>Koszty przedsięwzięć filmowo- promocyjno-telewizyjnych</b>  - promocja regionu świętokrzyskiego w serialu „Ojciec Mateusz”  - inne, w tym koordynacja działań projektowych	<b>300.000,00</b>  260.000,00  40.000,00	Uwzględniono koszty (produkcji) 5 ostatnich z finansowanych odcinków serialu oraz emisji w TVP1 - 5 odcinków wraz z czołówkami oraz billboardami sponsorskimi.  Będą trwały prace przygotowawcze i produkcyjne do emisji filmów telewizyjnych: - „Świętokrzyskie Sztetle” (w trakcie realizacji, emisja i płatność w 2012) , oraz innych zgłoszonych do „funduszu filmowego”. Aktualnie największe szanse do współfinansowania ma projekt - „Gabriel” (emisja i płatność) w 2012)
	<b>Razem</b>	<b>300.000,00</b>	

<b>KOSZTY OPERACYJNE (DZIAŁALNOŚĆ STATUTOWA)</b> <b>TURYSTYCZNA PROMOCJA REGIONU ŚWIĘTOKRZYSKIEGO POPRZEZ PRODUKCJE AUDIOWIZUALNE, PR, REKLAMĘ</b> <b>ORAZ INNE NOWOCZESNE INSTRUMENTY I NARZĘDZIA</b>			
17	<p>- „Mobilna kapsuła czyli symulator lotów na miotle”:</p> <p>- filmy i prezentacje w 3 D</p> <p>- zakup nowego stoiska wystawienniczego oraz filmów w 3D</p> <p>- zakup samochodu (niezbędnego do ciągnięcia przyczepy- kapsuły)</p> <p>- przygotowanie produkcji programów i filmów telewizyjnych oraz internetowych</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• „Kabaretowe Wakacje z duchami” emisja w sierpniu w TVP 2,</li> <li>• prace przygotowawcze</li> </ul>	<b>750.000,00*</b>	<p>„Mobilna kapsuła, czyli symulator lotów na miotle” to specjalnie przystosowana przyczepa samochodowa, która zostanie zakupiona i adoptowana do pełnienia funkcji mobilnego kina. Przyczepa, po zaadoptowaniu, stanie się mobilnym kinem do wyświetlania przekazów promocyjnych (prezentacje multimedialne, filmy w 3D i 4D). Stanie się więc bardzo atrakcyjnym nośnikiem reklamy i promocji Regionu Świętokrzyskiego.</p> <p>ROT planuje zakup nowego, nowoczesnego, mobilnego stoiska wystawienniczego kompatybilnego z mobilną kapsułą. Stoisko wykonane będzie w formie przyczepy, która na targach stanie się nowoczesnym praktycznym stoiskiem wystawienniczym.</p> <p>Samochód zakupiony zostanie w drodze przetargu, spełniać będzie niezbędne parametry techniczne do pełnienia funkcji polegającej na transportowaniu mobilnego kina, czyli do przewozu przyczepy samochodowej zaadoptowanej do funkcji innowacyjnego nośnika reklamowego. Samochód wykorzystywany będzie także do transportu obsługi stoisk i materiałów promocyjnych na targach turystycznych i eventach.</p> <p>„Kabaretowe Wakacje z Duchami” to program kabaretowy rozgrywany w scenarii odpowiadającej klimatowi projektu - na zamku w Chęcinach w województwie świętokrzyskim, który ze względu na swoje położenie i historię wydaje się być idealnym miejscem na rejestrację tego typu programu.</p> <p>Film w całości zostanie zrealizowany na terenie Województwa Świętokrzyskiego i będzie prezentował największe atrakcje regionu. Jest to „film drogi” (road movie) .</p>

	<p>/produkcyjne – film telewizyjno- kinowy „Gabriel”)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Świętokrzyski Kanał Filmowy</li> </ul>		<p>Kanał zasilany będzie filmami i spotami pochodzącymi z następujących źródeł:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- produkcje własne w oparciu o posiadany sprzęt TV</li> <li>- produkcje zlecone np. TVN czy Kamerownia</li> <li>- materiały od naszych członków</li> <li>- filmiki przekazane przez PIK oraz UMWS</li> <li>- inne przesłane przez internautów</li> </ul>
	<p><b>Razem</b></p> <p><i>*Kwota 750 000,00 nie jest wystarczająca na przeprowadzenie samodzielnie wszystkich działań. ROT będzie ubiegał się o współfinansowanie projektu „Kabaretowe wakacje z duchami”</i></p>	<p><b>750.000,00</b></p>	
<p><b>ŚWIĘTOKRZYSKI SZLAK ARCHEO-GEOLOGICZNY</b></p>			
18	<p><b>Działalność wydawnicza</b></p> <p>- Ulotki "Świętokrzyskiego Szlaku Archeo – Geologicznego"</p>	<p><b>90.000,00</b></p> <p>10.000,00</p>	<p>Zawartość wydawnictwa: wydawnictwo w formie ulotki dotyczyć będzie obiektów i przebiegu „Świętokrzyskiego Szlaku arche – geologicznego”. W ulotce znajdą się opisy, zdjęcia i informacje praktyczne dotyczące obiektów na „Świętokrzyskim szlaku arche – geologicznym. Ponadto w ulotce znajdzie się schematyczna mapa z przebiegiem szlaku. nakład: 10 000 egzemplarzy (w tym 7 000 egzemplarzy w wersji polskiej, 3000</p>

	- Przewodnik "Świętokrzyskiego Szlaku Archeo – Geologicznego"	45.000,00	egzemplarzy w wersji angielskiej). Termin realizacji: do 20 kwietnia 2011 r.  Zawartość wydawnictwa: wydawnictwo w formie przewodnika dotyczyć będzie obiektów i przebiegu „Świętokrzyskiego Szlaku arche – geologicznego”. W przewodniku znajdują się opisy, zdjęcia i informacje praktyczne dotyczące obiektów na „Świętokrzyskim szlaku arche – geologicznym. Ponadto w przewodniku znajdują się: schematyczna mapka z przebiegiem szlaku, szczegółowe mapki z dojazdem do wybranych miejsc. Nakład: 3 000 egzemplarzy. Termin realizacji: do 15 listopada 2011
	- Mapa "Świętokrzyskiego Szlaku Archeo – Geologicznego"	35.000,00	Zawartość wydawnictwa: mapa dwustronna. Awers będzie zawierał: mapę główną z obszarem obejmującym całkowity przebiega szlak archeo – geologiczny oraz plan miasta Kielce z przebiegiem Szlaku Archeo – Geologicznego w mieście i szczegółową mapę obszaru Gminy Chęciny z przebiegiem Szlaku Archeo – Geologicznego w tejże gminie. Mapa główna przedstawiająca przebieg całego szlaku powinna być wykonana w skali 1: 125 000. Plan miasta Kielce oraz mapa obszaru Gminy Chęciny w skali 1: 75 000 powinny być wykonana z odpowiednio większą dokładnością. nakład: 5 000 egzemplarzy. Termin realizacji: do 17 października 2011 r.
19	<b>Strona internetowa</b>	<b>45.000,00</b>	Zawartość strony internetowej: Multimedialne intro, opisy obiektów na szlaku (podstrona do każdego obiektu), galeria fotografii, panoramy sferyczne, tapety do pobrania, gra edukacyjna 3-poziomowa, lekcje w terenie, baza teleadresowa, aktualności, słowniczek pojęć, interaktywna mapa, interaktywna tabela okresów geologicznych, wyszukiwarka, wydawnictwa w formie PDF. Wersja językowa: polska, angielska.
20	<b>Oznakowanie szlaku</b>	<b>149.000,00</b>	Szlak zostanie oznakowany przy pomocy znaków drogowych typu E-22a i E-22b. Ponadto z uwagi na samochodowo – pieszy charakter dojścia piesze do obiektów na szlaku zostaną oznaczone za pomocą tabliczek kierunkowych. Przy obiektach powstaną tablice opisowe – około 25 szt.
	Drogowe	84.000,00	
	Tablice opisowe	30.000,00	

	Tablice kierunkowe	35.000,00	
21	<b>Filmy promocyjne</b>	<b>12.000,00</b>	Produkcja 3 krótkich filmów promocyjnych bądź jednego dłuższego.
22	<b>Gadżety</b>	<b>17.500,00</b>	Gadżety z logotypem szlaku na standartowych nośnikach.
	<b>Razem Świętokrzyski Szlak Arche-Geologiczny</b>	<b>313.500,00</b>	
<b>AGROTRAVEL</b>			
23	<b>Agrotravel</b>	<b>175.000,00</b>	Koszty związane z organizacją i koordynacją Międzynarodowej Konferencji Turystyki Wiejskiej i Agroturystyki i Targów AGROTRAVEL III.
	<b>Razem Agrotravel</b>	<b>175.000,00</b>	
<b>POZOSTAŁE DZIAŁANIA (POZA PROJEKTAMI)</b>			

24	- inne działania (np. we współpracy z POT)	26.000,00	
25	<p><b>Sieć szlaków rowerowych w Górach Świętokrzyskich – najlepsza oferta dla aktywnych rodzin</b></p> <p>Projekt będzie realizowany w przypadku otrzymania dotacji z Ministerstwa Sportu i Turystyki</p>	217.500,00	<p>Zakres projektu: 16 pętli po około 20 km każda Szlaki te miałyby być wyznaczone również przede wszystkim w formie aplikacji do urządzeń GPS. W tym wypadku przewiduje się drobne oznakowanie w postaci wskaźników na trasach -- po 5 wskaźników na jedną trasę w miejscach niewralgicznych. Do tras oprócz aplikacji powstanie przewodnik oraz podstrona internetowa do <a href="http://www.swietokrzyskie.travel">www.swietokrzyskie.travel</a></p>
	<b>Razem inne działania</b>	<b>243.500,00</b>	
26	<b>Strata 2010 roku</b>	<b>113.442,54</b>	
<b>KOSZTY DZIAŁALNOŚCI ADMINISTRACYJNEJ</b>			
27	<p><b>Osobowe:</b></p> <p>- wynagrodzenia - narzuty ZUS</p>	<p><b>410 863,71</b></p> <p>374 175,95 36 687,76</p>	

28	<b>Niosobowe:</b>	<b>139 136,29</b>	
	<b>- zużycie materiałów i energii</b>	<b>54 220,00</b>	
	- materiały biurowe i informatyczne	47 300,00	
	- zużycie energii	6 600,00	
	- pozostałe	320,00	
	<b>- usługi obce</b>	<b>67 676,29</b>	
	- czynsze	14 880,00	
	- usługi bankowe	250,00	
	- usługi telekomunikacyjne	39 000,00	
	- usługi prawnicze	0,00	
	- pozostałe	13 546,29	
	<b>- podatki i opłaty</b>	<b>3 000,00</b>	
	- opłaty skarbowe i administracyjne	200,00	
	- pozostałe	2800,00	
	<b>- amortyzacja</b>	<b>1 715,00</b>	
	<b>- pozostałe koszty</b>	<b>12 525,00</b>	
	- inne pozostałe koszty	12 375,00	
	- wydatki poniesione n kup	150,00	
	<b>Razem (koszty administracyjne)</b>	<b>550.000,00</b>	

**RAZEM KOSZTY****4.796.545,89 ZŁ****PRZYCHODY**

1	<b>Składki członkowskie</b>	<b>1.308.700,00</b>	w tym: 170.000,00 zł zaległa wpłata Partnera Projektu „Krzyżtopór...” 820.000,00 zł Urząd Marszałkowski 94.300,00 zł Miasto Kielce 34.400,00 zł Powiat Kielce 190.000,00 zł pozostałe samorzady i inni członkowie
2	POT	<b>26.000,00</b>	Dofinansowanie wspólnych zadań
3	<b>RPO (zaliczka /kredyt)</b>	<b>2.721.000,00</b>	
	- Kampania	235.000,00	

	- Wykreowanie Produktów - Krzyżtopór - Turystyczna Promocja	1.646.000,00 240.000,00 600.000,00	
4	<b>Świętokrzyski Szlak Arche- Geologiczny</b>	<b>266.475,00</b>	
5	<b>Agrotravel</b>  Ministerstwo Sportu i Turystyki  Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi  Świętokrzyskie Biuro Rozwoju Regionalnego  Targi Kielce	<b>145.000,00</b>  90.000,00  35.000,00  15.000,00  5.000,00	Przychody na Agrotravel związane z realizacją umów zawartych pomiędzy ROT WŚ a MSiT, MRiRW, BGK i Tragami Kielce, które dotyczyć będą organizacji i koordynacji Międzynarodowej Konferencji Turystyki Wiejskiej i Agroturystyki i Targów AGROTRAVEL III.
6	<b>Sieć szlaków rowerowych w Górach Świętokrzyskich – najlepsza oferta dla aktywnych rodzin</b> Projekt będzie realizowany w przypadku otrzymania dotacji z Ministerstwa Sportu i Turystyki  Dotacja Ministerstwa Sportu i Turystyki  Inne źródła	<b>197.450,00</b>  170.450,00  27.000,00	Dotacja Ministerstwa Sportu i Turystyki oraz wyceniony wkład w postaci pomocy merytorycznej - partnerów projektu
7	<b>Przychody z tytułu podniesionych składek członkowskich na realizowany projekt:</b>	<b>110.000,00</b>	produkt placement

	- turystyczna promocja regionu świętokrzyskiego poprzez produkcje audiowizualne , PR reklamę oraz inne nowoczesne instrumenty i narzędzia		
8	<b>Z tytułu sprzedaży oraz prowadzonej działalności gospodarczej (spółka z o.o.)</b>	<b>30.000,00</b>	
<b>RAZEM PRZYCHODY</b>		<b>4.804.625,00</b>	
<b>WYNIK FINANSOWY</b>			
		<b>8.079,11</b> <b>(zysk)</b>	