



KLUCZOWE DZIAŁANIA ROT W 2015 ROKU





REALIZACJA PROJEKTU

„Turystyczna promocja Regionu Świętokrzyskiego poprzez produkcję audiowizualne, PR, reklamę oraz inne nowoczesne instrumenty i narzędzia”

Beneficjent: Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Świętokrzyskiego

Okres realizacji: 20.07.2010- 31.08.2015

Źródło dofinansowania: RPO 2.3

Promocja gospodarcza i turystyczna.

Wartość projektu: 9 997 500 zł

Planowane koszty 2015 roku: 1 522 648,04



PRODUKCJE AUDIOWIZUALNE

Budżet: 900 000,00 zł

Produkcje audiowizualne:

➤ Sabat Czarownic 6

Planowani wykonawcy, m.in. :

Ewelina Lisowska, Kombi, Afromental,
Sound'n'Grace, Mafia

Termin:

27 czerwca 2015 roku

Miejsce:

Amfiterat Kadzielnia

Transmisja:

TVP 2, prime time



Konferencja prasowa w dniu Sabatu Czarownic

11 felietonów x 2 - rekordowa liczba świadczeń promocyjnych w historii



PRODUKCJE AUDIOWIZUALNE

Budżet: 17 375,00 zł

Emisja filmu SABAT CZAROWNIC 3D w TVP HD



„SABAT CZAROWNIC 3D”

Film zostanie oparty na baśni stworzonej na podstawie legendy o sabatach – zlotach czarownic na Łysej Górze.

W pierwszej części filmu spotykamy Pielgrzyma, który jest świadkiem nieszczęsnej metamorfozy pięknych i młodych za dnia dziewcząt w wiedźmy straszące nocą. Czarownice postanawiają odmienić swój nędzny los. Muszą zebrać potrzebne składniki by przygotować eliksir młodości.

Ujęcia filmowe 3D zostaną wykonane w Górach Świętokrzyskich (Sabat czarownic) oraz na terenie całego województwa świętokrzyskiego (symulacja lotów na miotle).



PRZYGOTOWANIE I DRUK WYDAWNICTW

Budżet: 50 000,00 zł

- ✓ zakup dwóch komputerów stacjonarnych, laptopa wraz z ploterem i innymi urządzeniami towarzyszącymi oraz oprogramowaniem.





GADŻETY WIZERUNKOWE

Budżet: 13 185,80 zł



BADANIA ILOŚCIOWE I WIZERUNKOWE

Budżet: 36 055,00 zł



ZAKUP I GARAŻOWANIE SAMOCHODU

Budżet 150 000,00 zł





PROMOCJA PROJEKTU

Budżet: 20 000,00 Zł

- ✓ Zorganizowanie konferencji podsumowującej projekt
- ✓ Wydanie kalejdoskopu poświęconego projektowi



**ROZWÓJ
POLSKI WSCHODNIEJ**
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Trasy Rowerowe w Polsce Wschodniej

Komponent promocyjny

CEL STRATEGICZNY:

Zainteresowanie turystyką rowerową w Polsce Wschodniej
dzięki budowie silnej marki i stabilnego wizerunku produktu

O PROJEKCIE PROMOCYJNYM



Koszty roku 2015: 21 979 675,35 zł

Wydane w 2015: 1 656 307,08 zł

Zakontraktowane: 7 011 596,79 zł

Beneficjent projektu:

WOJEWÓDZTWO ŚWIĘTOKRZYSKIE

Partner wykonawczy:

Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Świętokrzyskiego

Projekt realizowany w partnerstwie z województwami:

podlaskim, podkarpackim, lubelskim, warmińsko-mazurskim

Okres trwania projektu:

31.01.2014 – 31.12.2015

24 870 588,44 PLN

Dofinansowanie:

85% EFRR + **15%** Budżet Państwa



KAMPAANIA W MEDIACH - tv, prasa, radio, internet

budżet - 10 217 137,27

PLANOWANE EFEKTY:

telewizja - 14 mln odbiorców kampanii – 6 576 711,85

radio - 2 mln słuchaczy – 647 250,00

prasa papierowa - 11 mln czytelników - 1 265 670,00

internet – 180 mln odsłon – 1 579 844,42

OBSŁUGA MERYTORYCZNA ZADANIA:

Zespół media: 3 + 1/5 etatu: Jarosław Panek, Agata Marjańska, Marcin Polit, Marzena Smoręda

Zespół internet: 1 etat + dodatki: Krzysztof Żołądek + Magdalena Osełka, Anna Kowalska



KAMPANIA TELEWIZYJNA

Budżet: 6 576 711,85 ZŁ – ZASIĘG 14 MLN ODBIORCÓW

- 5 wersji spotu o dł. 45 sekund – prod. TVN Media
- film o dł. 120 sekund – prod. TVN media
- film 3D w TVP HD
- 2 kampanie wrzesień i grudzień 2015 w stacjach grup TVN, Polsat i TVP (około 800 emisji spotów)
- 7 audycji w telewizjach śniadaniowych (jedna w czasie targów AGROTRAVEL)
- product placement – promocja marki Green Velo w programach telewizyjnych (np. serial, programy wakacyjne)
- sponsoring - emisja 8 - sekundowych reklam przed programami telewizyjnymi





KAMPANIA TELEWIZYJNA

FILM PROMUJĄCY SZLAK GREEN VELO (120 s)





KAMPANIA TELEWIZYJNA

Budżet: 240 000,00 zł

Produkcja filmu 3D promującego Wschodni Szlak Rowerowy Green Velo.





KAMPANIA RADIOWA

Budżet: 647 250,00 ZŁ, ZASIĘG 2 MLN SŁUCHACZY



- kampania spotowa – rozgłośnie ogólnopolskie
- cykl audycji w rozgłośniach regionalnych (krzyżowa emisja na terenie województw objętych projektem)
- cykl audycji w rozgłośniach ogólnopolskich, konkursy dla słuchaczy, relacje z imprez Green Velo
- sponsoring audycji o tematyce rowerowej
- udział w akcjach typu radiowy rowerowy tour



czujesz i wiesz



KAMPANIA PRASOWA

Budżet: 1 265 670,00 ZŁ - ZASIĘG 11 MLN CZYTELNIKÓW

MAGAZYN MTB NR 1 W EUROPIE

bike

TYGODNIK
ANGORA PRZEGLĄD
PRASY
KRAJOWEJ
I ŚWIATOWEJ

DWUTYGODNIK
Party
Życie gwiazd!

bikeBoard
magazyn rowerowy

- prasa rowerowa

- prasa regionalna

- prasa opiniotwórcza

- prasa lifestyle

- prasa turystyczna

artykuły sponsorowane
inserty (kalendarze wkładki tematyczne)
reklamy modułowe

POLSKA THE TIMES
**DZIENNIK
ZACHODNI**

gazeta
WYBORCZA

POLSKA
Newsweek


**NATIONAL
GEOGRAPHIC**



KAMPANIA INTERNETOWA - PORTAL INTERNETOWY I APLIKACJA MOBILNA BUDŻET: 392 370,00 ZŁ

Interaktywna mapa szlaku

Opis atrakcji turystycznych

Interaktywny przewodnik po szlakach wokół Green Velo

Baza MPR – Miejsc Przyjaznych Rowerzyście

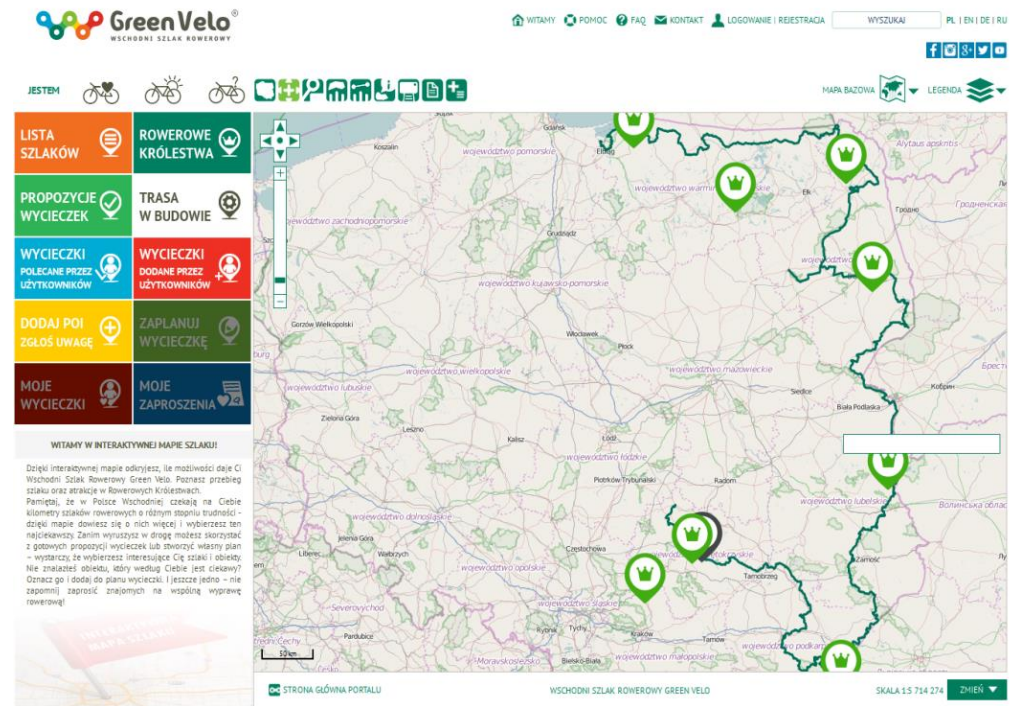
Baza MOR – Miejsc Obsługi Rowerzystów

Kalendarz imprez

Newsletter

Planner wycieczek

Funkcja społecznościowa – udostępnianie propozycji własnych wycieczek



INTERAKTYWNA MAPA

przebieg szlaku Green Velo i tras rowerowych w jego pobliżu (do 20 km), bieżący postęp prac



KAMPANIA INTERNETOWA - PORTAL INTERNETOWY I APLIKACJA MOBILNA

Stanowi wygodny mobilny przewodnik po szlaku Green Velo

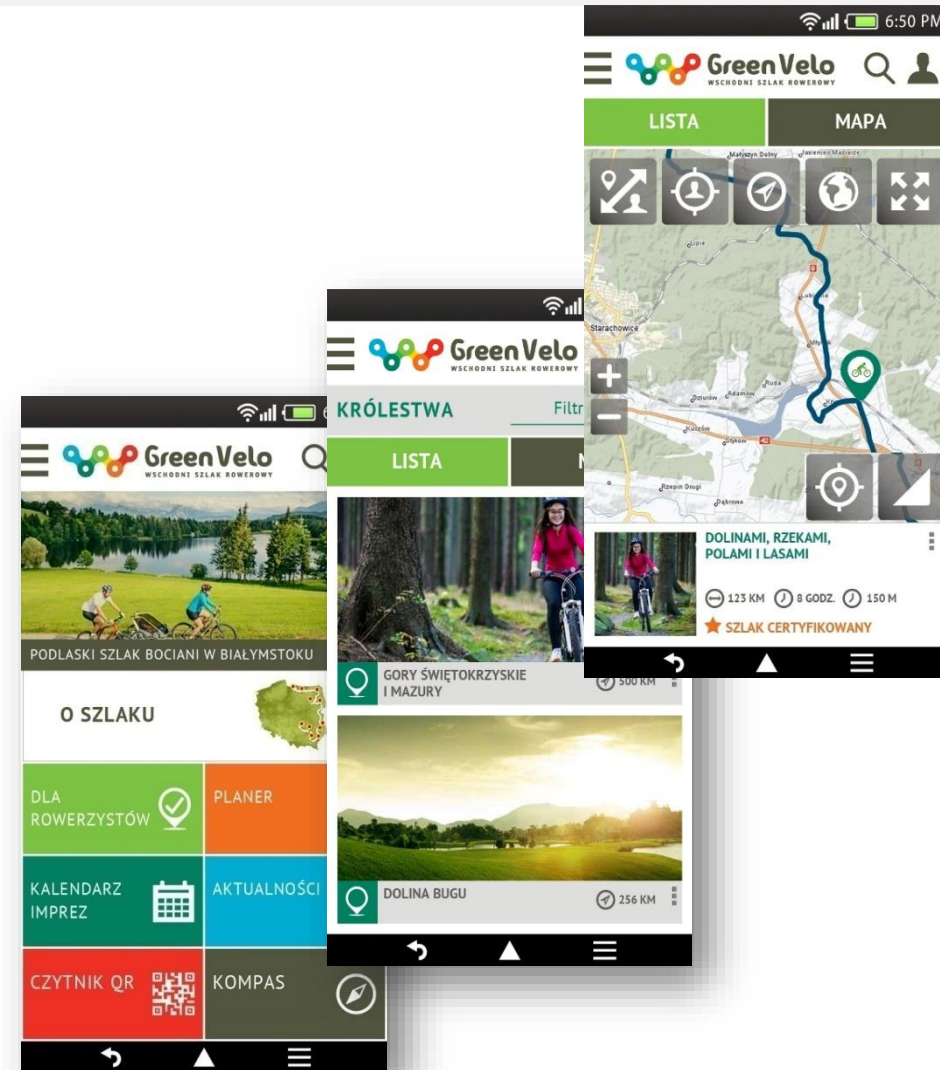
Synchronizacja z bazą danych portalu oraz kontem użytkownika

Możliwość działania w trybie on- i offline

Planner tras z możliwością nagrywania własnej trasy

Elektroniczny kompas

Dostępność na 3 platformy mobilne (Android, iOS, Windows Phone)



Planowana liczba unikalnych użytkowników portalu: 500 tys.



KAMPANIA INTERNETOWA – INNE DZIAŁANIA

BUDŻET 80 334,27 ZŁ

Koszt poszczególnych zadań na 2015 rok:

- Opłata za przedłużenie domen internetowych - 334,27 zł:

www.greenvelo.pl

www.greenvelo.eu

www.wschodnieszlakrowerowy.pl

- Tłumaczenia treści merytorycznych stanowiących zawartość portalu - 30 000 zł

- Wykonanie wirtualnych spacerów po szlaku - 50 000,00 zł



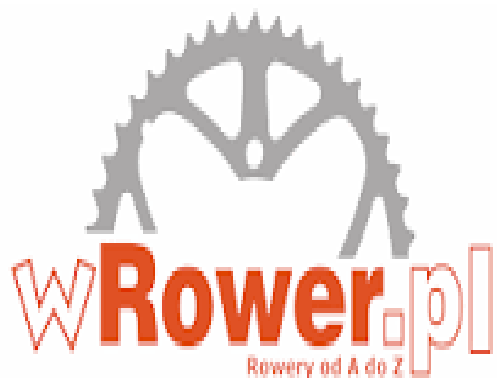
KAMPANIA INTERNETOWA

– ZAKUP POWIERZCHNI REKLAMOWEJ

BUDŻET: 1 107 140,15 ZŁ

Kampania internetowa – zakup reklam w portalach społecznościowych, zdjęciowych, horyzontalnych, portalach tematycznych, serwisach typu VOD oraz regionalnych, reklama mobile.

Zasięg:
180 mln odsłon reklamy



onet.



KAMPAANIA W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

BUDŻET 167 280,00 ZŁ



Kampania
w mediach
społecznościowych

Liczba użytkowników:
12 tys.

MEDIA - PUBLIC RELATIONS

BUDŻET – 723 599,05 ZŁ

Cel działania:

budowanie pozytywnego wizerunku
informowanie o trasie i projekcie
nagłośnienie eventów, imprez
targowych
i innych działań w projekcie

Efekt (wskaźniki):

konferencje prasowe – 7
Informacje prasowe – 150

bank zdjęć – 500

ambasador marki – 1

Wizyty studyjne -8

Współpraca z organizacjami rowerowymi - 25

Działanie między zespołami
Jarosław Panek, Cezary Molski, Anna Drzewiecka, Jacek Zdrojewski

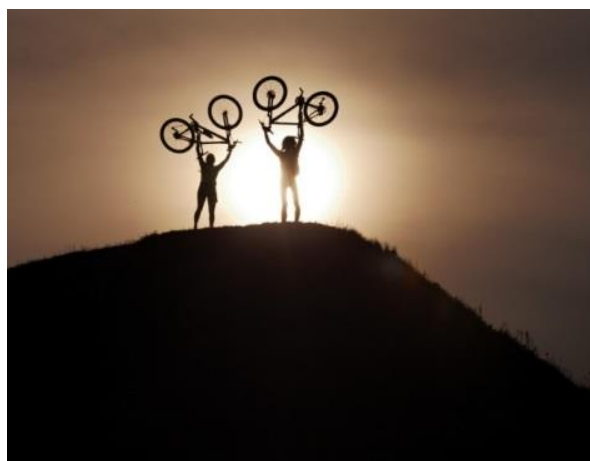
PR - BANK WIZERUNKÓW

Budżet: 71 959,50 Zł

Zamówienie zdjęć wraz z prawami autorskimi z terenu 5 województw.

W skład zamówienia wchodzi następujące rodzaje zdjęć:

- Zdjęcia obiektów,
- Zdjęcia z udziałem modeli,
- Zdjęcia lotnicze,
- Zdjęcia panoramiczne,
- Zdjęcia HDR,
- Zdjęcia dokumentacyjne.



TARGI

Budżet: 1 080 769,68 Zł

Cel działania:

- Dotarcie marki do grona odbiorców zainteresowanych konkretnie turystyką rowerową
- Szczegółowe zapoznanie z produktem, odpowiedź na wszystkie wątpliwości
- Kontakty biznesowe z przedsiębiorcami zainteresowanymi marką

Efekty, wskaźniki:

Liczba imprez targowych – 14

Rezultat: liczba gości odwiedzających targi/stoisko – 510 000

Zespół:

umowa zlecenie dla 1 pracownika ROT Anna Mandziuk



układ wyspowy



układ półwyspowy



układ narożny

Koszty w 2015 roku:
(obsługa techniczna):
186 944,64 zł

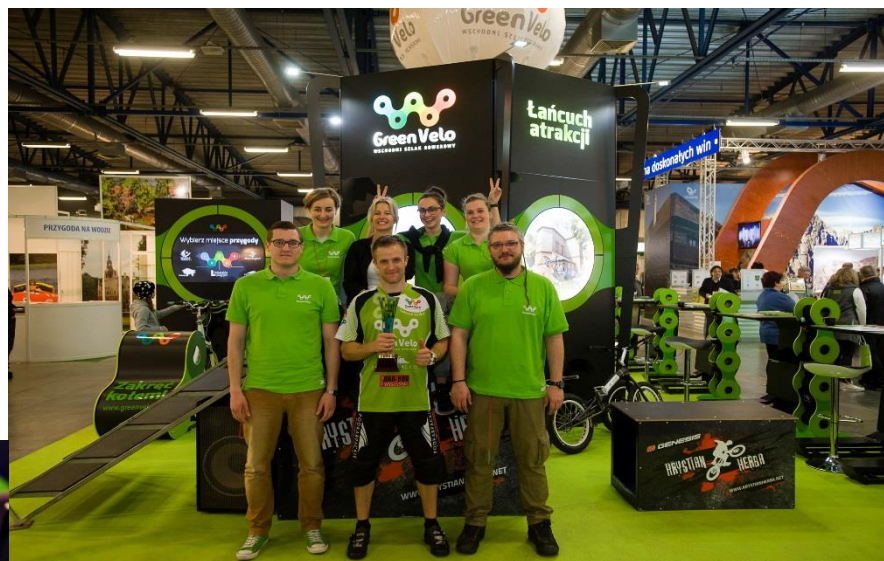


TARGI

IMPREZY ZREALIZOWANE

ZAGRANICZNE:

1. VAKANTIEBERAUS Utrecht 13-18 stycznia 2015
2. SALON DES VACANCES Bruksela 5-9 lutego 2015
3. ITB Berlin 4-8 marca 2015
4. JANTUR Kaliningrad 9-11 kwietnia 2015



KRAJOWE:

1. NA STYKU KULTUR Łódź 13-15 marca 2015
2. GLOB'alnie Katowice 27-29 marca 2015
3. Festiwal Turystyki i Czasu Wolnego Gdańsk 11-12 kwietnia 2015
4. LATO Warszawa 17-19 kwietnia 2015



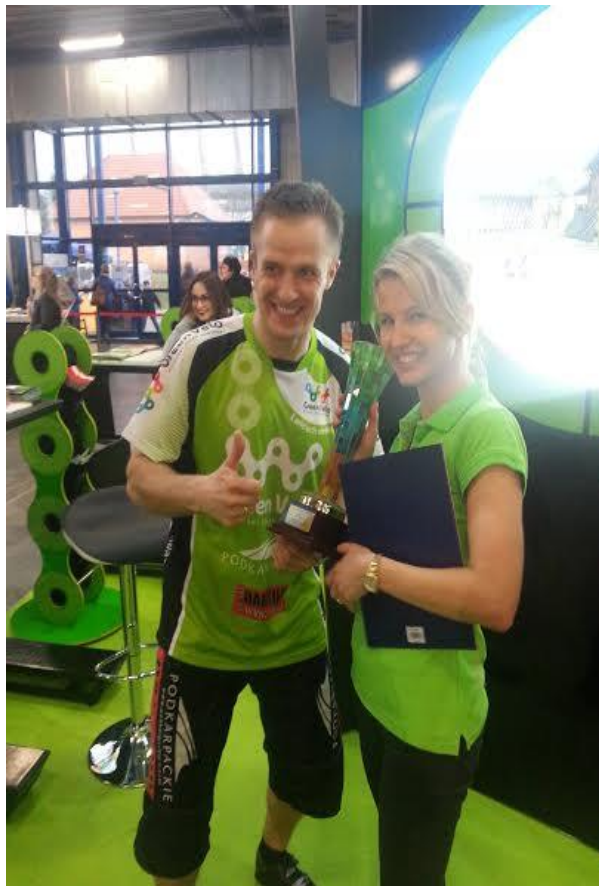


TARGI NAGRODY I WYRÓŻNIENIA

GLOB KATOWICE

FESTIWAL TYURYSTYKI GDAŃSK

LATO WARSZAWA



TARGI IMPREZY PLANOWANE

ZAGRANICZNE

1. EXPO Mediolan 18-24 maja 2015
2. EUROBIKE Friedrichshafen 26-29 sierpnia 2015



KRAJOWE:

1. BIKE EXPO Kielce
24-26 września 2015
2. TOUR SALON Poznań
15-17 października 2015
3. TT Warsaw
26-28 listopada 2015

2

SYMULATORY ROWEROWE W 3D



Koszt w 2015 roku:
(powierzchnie, noclegi,
transport i usługi dodatkowe)

810 185,04 zł



TARGI WYDARZENIA TOWARZYSZĄCE

Pokazy trialu rowerowego w wykonaniu 3-krotnego rekordzisty Guinnessa : Krystiana Herby



WYDAWNICTWA, MATERIAŁY PROMOCYJNE

BUDŻET: 3 459 329 ZŁ

5 języków

2,5 mln
WYDAWNICTW

120 szt. rowerów

200 rodzajów różnych
pozycji wydawniczych

75 000 szt.
gadżetów

500 kompletów
strojów rowerowych

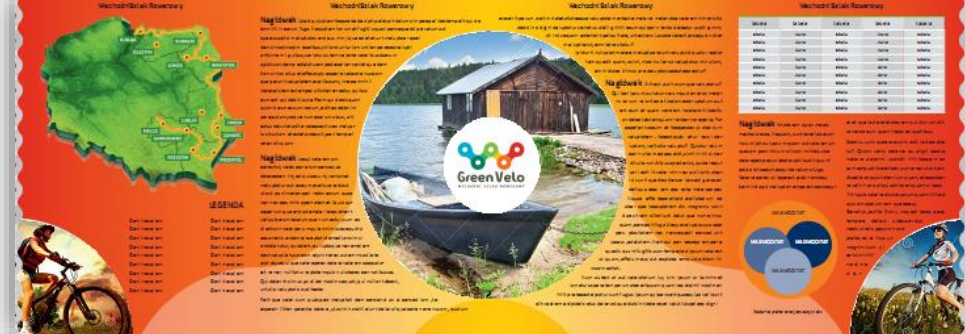
Zespół:

Anna Drzewiecka, Anna Strzelecka i Sylwia Skuta



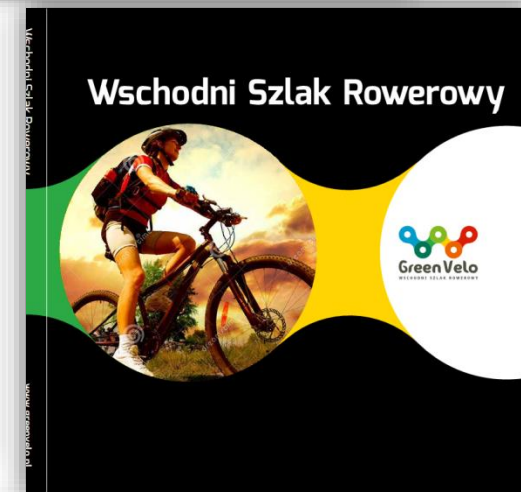
WYDAWNICTWA

Budżet: 2 661 155,00 Zł



Przewodniki, ulotki, mapy, atlasy

- Seria 5 map wojewódzkich
- Seria 12 map po królestwach rowerowych – zrywki i papierowe
- Seria 13 przewodników rowerowych
- Seria 5 atlasów rowerowych
- Ulotki i foldery ogólne
- Album promocyjny
- Wydawnictwo edukacyjne
- Kalendarz
- Paszporty turystyczne



STYCZEŃ / JANUARY / JANUAR 2015

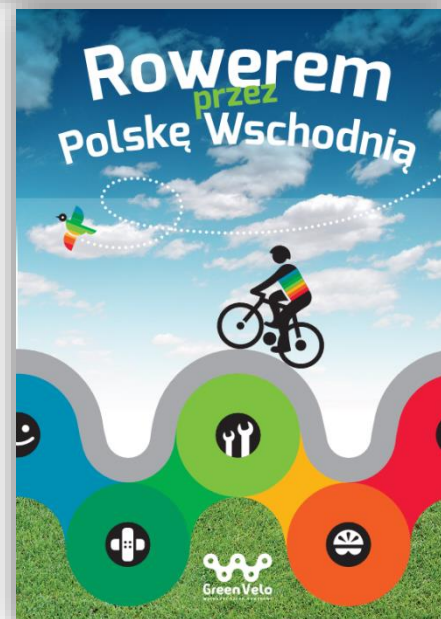
TYGODNIOWY MIESIĄC	PODZIAŁANIE MIESIĄC	WYDANIE MIESIĄC	ŚWIĘTO MIESIĄC	OWIATEK MIESIĄC	PIĄTEK MIESIĄC	SOBOTA MIESIĄC	NIEDEŁA MIESIĄC
1				1	2	3	4
2	5	6	7	8	9	10	11
3	12	13	14	15	16	17	18
4	19	20	21	22	23	24	25
5	26	27	28	29	30	31	

STYCZEŃ / JANUARY / JANUAR 2015

TYGODNIOWY MIESIĄC	PODZIAŁANIE MIESIĄC	WYDANIE MIESIĄC	ŚWIĘTO MIESIĄC	OWIATEK MIESIĄC	PIĄTEK MIESIĄC	SOBOTA MIESIĄC	NIEDEŁA MIESIĄC
1				1	2	3	4
2	5	6	7	8	9	10	11
3	12	13	14	15	16	17	18
4	19	20	21	22	23	24	25
5	26	27	28	29	30	31	

STYCZEŃ / JANUARY / JANUAR 2015

TYGODNIOWY MIESIĄC	PODZIAŁANIE MIESIĄC	WYDANIE MIESIĄC	ŚWIĘTO MIESIĄC	OWIATEK MIESIĄC	PIĄTEK MIESIĄC	SOBOTA MIESIĄC	NIEDEŁA MIESIĄC
1				1	2	3	4
2	5	6	7	8	9	10	11
3	12	13	14	15	16	17	18
4	19	20	21	22	23	24	25
5	26	27	28	29	30	31	



- gadzety standardowe (teczki, notesy, smycze, breloczki, koszulki)
- gadzety rowerowe (pokrowce na siodełka, odblaski, lampki rowerowe, chusty, zestawy narzędzi, bidony, sakwy rowerowe, torebki i rękawiczki rowerowe, mapniki, uchwyty do telefonu, kamizelki odblaskowe itp.)

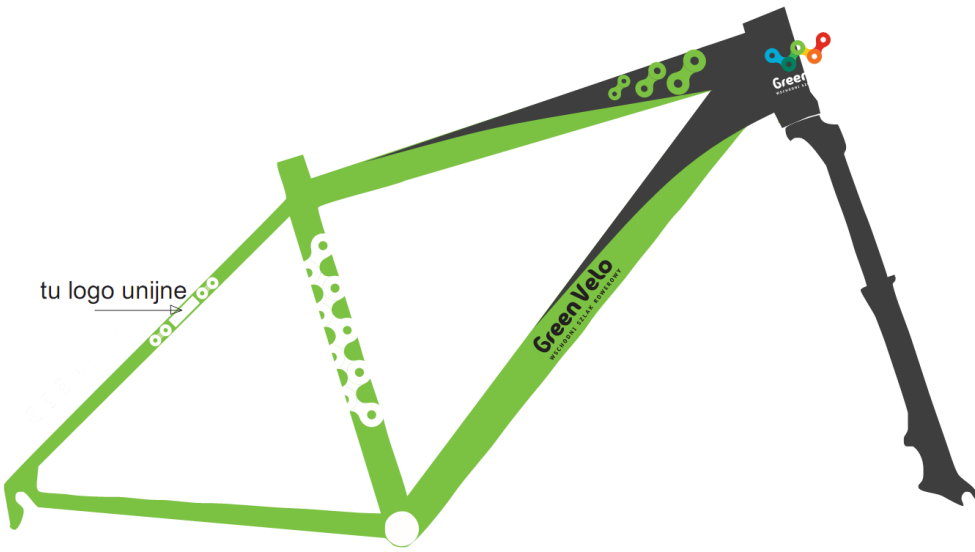


MATERIAŁY PROMOCYJNE

UBRANIA – Budżet: 107 625,00 Zł

ROWERY – Budżet: 205 149,00 Zł

- 120 sztuk rowerów crossowych przeznaczonych na nagrody w konkursach
- Kolekcja odzieży prezentująca markę Green Velo - 500 sztuk kompletów (koszulka + spodenki)





MOBILNY ZESTAW PROMOCYJNY

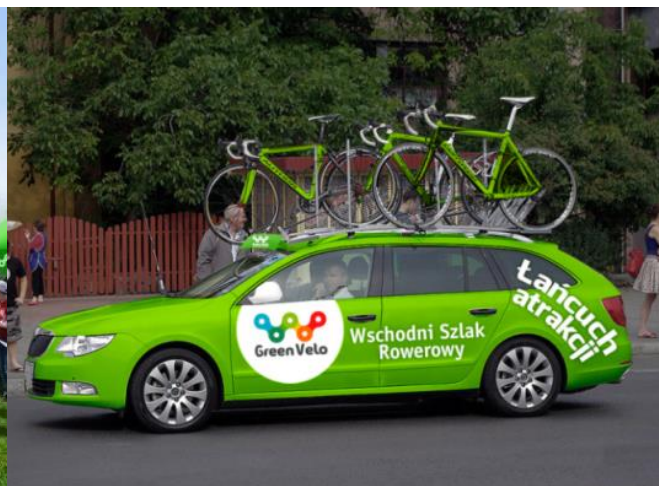
Budżet: 171 450,00 Zł

Samochód osobowy typu kombi

model używany przez ekipy kolarskie w profesjonalnych wyścigach kolarskich z bagażnikiem na 3 rowery, oklejone nadwozie

Wyposażenie promocyjne

Namiot pompowany prezentacyjny;
Rozkładane ekspozytory materiałów promocyjnych



- Udział pasywny w co najmniej 10 imprezach cyklu - logo w materiałach i informacja graficzna o najbliższym odcinku Greenvelo, miejsce promocyjne w miasteczku rowerowym;
- Udział aktywny w co najmniej 3 imprezach cyklu – przejazd mobilnego zestawu promocyjnego przed peletonem od startu; komunikaty typu: „Doznania sportowe turystyczne na trasie zapewnia Wschodni Szlak Rowerowy Greenvelo”;
- Udział w co najmniej 3 imprezach dla dzieci i młodzieży na zasadzie sponsora nagrody rzeczowej w konkursie (np. rower) w kontekście „Po zawodach czas na wycieczkę rowerową”.





KAPSUŁA 5D

Budżet: 219 999,85 Zł

- Mediolan – EXPO 2015 – 10-17 oraz 18-24 maja 2015 r.
- Świętokrzyskie – Agrotravel Kielce – 9-11 kwietnia 2015 r.
- Mazowieckie – Lato Warszawa – 17-19 kwietnia
- łódzkie – Manufaktura – Łódź – 8-9 sierpnia
- Świętokrzyskie - Bike EXPO Kielce – wrzesień
- Wielkopolskie – Tour Salon Poznań – 15-17 października



AMBASADOR MARKI

Budżet: 246 000,00 Zł

■ Profil

- Pasjonat rowerowy;
- Profesjonalista jazdy na rowerze;
- Osoba medialna;

■ Zaangażowanie

- Imprezy rowerowe – co najmniej 5;
- Otwarcia odcinków Greenvelo;
- Ambient media – w szczególności „outdoorowe” – media społecznościowe;
- Wizyty studyjne – lifestyle;
- Crosspromocje z producentami rowerów – kontekstowo.



WSPÓŁPRACA Z ORGANIZACJAMI ROWEROWYMI

Budżet: 100 000,00 Zł

Gadżety zostaną przekazane organizacjom rowerowym z obszaru Polski Wschodniej, które zgłoszą najciekawsze inicjatywy ocenione przez niezależną komisję konkursową.



AMBIENT MEDIA

Budżet: 720 867,99 Zł

- **Natural Media**
 - cel: „zazielenić myślenie o turystyce rowerowej”
- **Reklama w systemach wypożyczenia rowerów miejskich**
 - „zielone stacje rowerowe”
 - „rower z naturą... na bagażniku”
- **Zielony Rower**
 - wpisywać się będzie w zieleń miejską w zakresie aranżacji obecnych roślin lub tworzenia nowych kompozycji roślinnych
 - lokalizowany będzie w miejscach dużego natężenia ruchu lub prestiżowych
- **Reklama na trasie przejazdu dużych wyścigów kolarskich**
 - forma Land artu lub flashmobu, element relacji telewizyjnej
- **Reklama w sieci klubów fitness**
- **Współpraca promocyjna ze sklepami rowerowymi**
- **Crosspromocje z producentami rowerów**
- **Współpraca promocyjna z przewoźnikiem o zasięgu krajowym i zagranicznym**
 - Branding części wagonów do przewozów rowerów
- **Przygotowanie scenariuszy do Questingu i Geocachingu**



WIZYTY STUDYJNE - CHARAKTERYSTYKA DZIAŁAŃ

Budżet: 251 516,63 Zł

3 wizyt studyjnych dziennikarzy z zagranicy
(Ukraina, Belgia, Niemcy)

1 Wizyta zagraniczna dziennikarzy ogólnopolskich

5 Wizyt studyjnych dziennikarzy ogólnopolskich
(dziennikarze branżowi i okołoturystyczni)

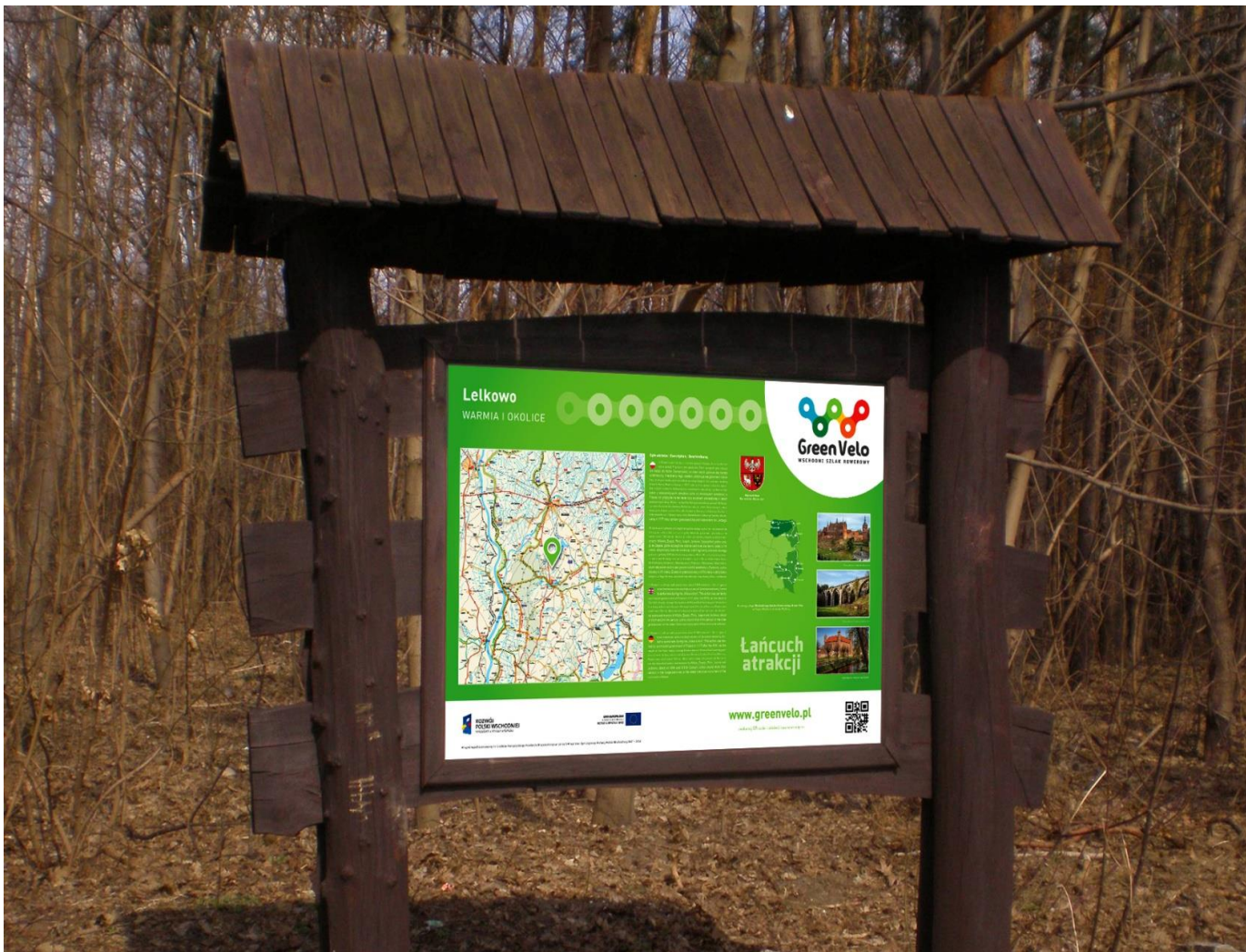
Okres realizacji: czerwiec – wrzesień 2015

Obszar wizyt – 5 województw (warmińsko-mazurskie,
podlaskie, lubelskie, świętokrzyskie i podkarpackie)



Efekt: co najmniej 8 wizyt studyjnych dla nie mniej
niż 60 dziennikarzy

ZAPROJEKTOWANIE ELEMENTÓW OZNAKOWANIA SZLAKU NADZÓR NAD WDROŻENIEM OZNAKOWANIA OZNAKOWANIE PUNKTÓW WĘZŁOWYCH NA SZLAKU



Koszty:

Wdrożenie standardu i nadzór - 198 376,57 zł

Zaprojektowanie elementów szlaku - 426 037,04 zł

Oznakowanie punktów węzłowych - 909 495,71 zł

WDROŻENIE SYSTEMU REKOMENDACJI (MPR-y)

Projekt obejmuje opracowanie i wdrożenie **2 systemów** certyfikacyjno-lojalnościowych (rekomendacji):

- Dla szlaków i tras rowerowych (wytyczanie, znakowanie),
- Dla kwater „przyjaznych rowerzystom” i innych obiektów (noclegowych, gastronomicznych, usługowych, atrakcji turystycznych).

Koszt: 1 500 000,00 zł



WYKONANIE WITACZY NA SZLAKU

W wyniku realizacji zamówienia wykonane zostanie 7 „witaczy” na obszarze 5 województw Polski Wschodniej.



Koszt: 410 000,00 zł

UPOWSZECHNIANIE SYSTEMÓW REKOMENDACJI

Realizacja zadania zakłada:

- opracowanie w zwartej formie manualu (poradnika) określającego standardy i oznakowanie szlaków i tras rowerowych, obiektów, pamiątek itp. w ramach sieci szlaków;
- wydanie drukiem i w wersji elektronicznej opracowanych standardów (publikacja w formie zestawu folderów/skryptów) wraz z dystrybucją wśród zainteresowanych podmiotów;
- organizację spotkań informacyjnych dla zainteresowanych partnerów.

W ramach zadania przewiduje się ponadto:

- organizację wizyty przedstawicieli niemieckiej organizacji ADFC, którzy zaprezentują niemiecki model zarządzania infrastrukturą rowerową w Polsce;
- wizytę studyjną dla liderów porozumień lokalnych w celu pokazania funkcjonujących obiektów w Niemczech i innych krajach Unii Europejskiej.



Koszt: 418 541,67 zł

SPÓJNE ZARZADZANIE TRASĄ

Powołanie międzyregionalnego stowarzyszenia w formule klastra turystycznego

Powołanie tzw. operatora trasy umożliwi:

- utrzymanie trwałość infrastruktury oraz wypracowanych rozwiązań inwestycyjnych (trwałość);
- podniesienie efektywności skali podejmowanych działań promocyjnych (promocja);
- rozwój oferty komercyjnej i współpracy z przedsiębiorcami (komercjalizacja);
- dalszy rozwoju produktu turystycznego i rozbudowy o kolejne elementy infrastruktury itp. (rozwój).



Koszt:
297 000,00 zł

WSPÓŁPRACA Z PARTNERAMI PROJEKTU

BUDŻET: 47 353,18 ZŁ



Na potrzeby czynności konsultacyjnych w projekcie organizowane będą jedno i dwu dniowe spotkania konsultacyjne na terenie województwa partnerów zaangażowanych w realizację projektu. Dodatkowo świadczone będą usługi transportowe dla przedstawicieli ROT biorących udział w spotkaniach.



PROMOCJA PROJEKTU

BUDŻET: 142 270,00 ZŁ

W ramach działań związanych z promocją projektu wykonane zostaną badania ewaluacyjne oraz materiały promocyjne: roll-upy, ścianki prasowe, plakat, naklejki.



Projekt współpracy ponadnarodowej „Międzynarodowe doświadczenie kluczem do sukcesu w branży turystycznej regionu świętokrzyskiego”

współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Projekt skierowany jest do uczniów Zespołu Szkół Ekonomicznych im. Oskara Langego w Kielcach

Wartość projektu po rozszerzeniu: 1 468 157,70 zł

Okres realizacji: 1.09.2013 – 30.06.2015

Planowane działania:

- realizacja kursów zawodowych i doradztwa
- płatne staże u świętokrzyskich pracodawców
- zajęcia dla uczestników projektu w Europejskim Centrum Informacji
- konferencja naukowa dotycząca rynku pracy w Polsce i Wielkiej Brytanii
- przygotowanie i wydruk publikacji w j. polskim i angielskim

Koszt: 260 310,41zł

Rozszerzenie projektu:

- Stworzenie platformy e-learningowej wraz z materiałami szkoleniowymi
- Dodatkowy cykl szkoleń zawodowych i doradztwa

Koszt: 244 291,70 zł

Koszt całkowity: 504 602,11zł





Działania poza projektami





TARGI TURYSTYCZNE

Budżet: 98 000,00 Zł

Targi Krajowe (83 000,00 zł):

- Międzynarodowe Targi Regiony Turystyczne NA STYKU KULTUR w Łodzi 13-15.03.2015 r.
- Międzynarodowe Targi Turystyki Wiejskiej i Agroturystyki AGROTRAVEL w Kielcach 10-12.04.2015 r.
- Targi Turystyki Weekendowej Atrakcje Regionów w Chorzowie 22-24.05.2015 r.
- Międzynarodowe Targi Regionów i Produktów Turystycznych TOUR SALON w Poznaniu 15-17.10.2015 r.
- Międzynarodowe Targi Turystyczne TT Warsaw 26-28.11.2015 r.



Targi Zagraniczne (15 000,00 zł):

- ITB Berlin 4-8.03.2015 r.

Regionalne Centrum Informacji Turystycznej

Budżet: 19 000,00 Zł

- Obsługa turystów (obsługa bezpośrednia, telefoniczna, pocztą elektroniczną i tradycyjną)
- Obsługa cyfrowego systemu informacji turystycznej (portal www.swietokrzyskie.travel, portale lokalne, www.tv.swietokrzyskie.travel,
- Dyżury dodatkowe w sezonie turystycznym oraz z okazji wydarzeń w Kielcach: WOŚP, Święto Kielc, Budzenie Sienkiewki, Dary Świętokrzyskich Lasów...
- Majówka z Czarownicą Świętokrzyską;
- Współpraca z Muzeum Narodowym w Kielcach;
- Wspomaganie eventów (Dymarki Świętokrzyskie, Święto Truskawki);
- Konkursy dla użytkowników portalu www.swietokrzyskie.travel i kanału SWIETOKRZYSKIE na Facebook'u;
- Współpraca z POT w ramach wdrażania Repozytorium Informacji Turystycznej, prowadzenie portalu Piękny Wschód, zarządzanie siecią infokiosków w regionie, contact center;





Projekt dofinansowany ze środków MSiT DYMARKI ŚWIĘTOKRZYSKIE Budżet: 167 200,00

Działania:

- Przygotowanie prezentacji archeologicznej,
- Wykonanie ulotek, plakatów i zaproszeń,
- Przygotowanie i emisja spotu promocyjnego.

- Działanie dofinansowane ze środków Ministerstwa Sportu i Turystyki w kwocie: **82 700,00 zł**
- Wkład finansowy Urzędu Gminy w Nowej Słupi/ Gminny Ośrodek w Nowej Słupi z siedzibą w Rudkach: **50 000 zł**





VII Międzynarodowe Targi Turystyki Wiejskiej i Agroturystyki AGROTRAVEL 10-12 kwietnia 2015 r. Budżet: 145 296,25 Zł

ORGANIZATORZY:



Ministerstwo
Sportu i Turystyki



WSPÓLORGANIZATORZY:



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA



Urząd Marszałkowski
Województwa Świętokrzyskiego



REGION PARTNERSKI:

MAKROREGION POLSKI WSCHODNIEJ

KRAJ PARTNERSKI:

VELIKA GORICA REPUBLIKI CHORWACJI



Główne wydarzenia:

- Prezentacje oferty wypoczynku na wsi
- Jarmark produktów regionalnych
- Scena kultury
- Konferencja prasowa
- Konferencje i warsztaty
- Wyjazdy studyjne
- Wizyta studyjna przedstawicieli placówek dyplomatycznych
- Konkursy
- Festiwal podróżniczy

**Ponad 20 tys. zwiedzających
160 wystawców**



Otwarcie AGROTRAVEL 2015



Velika Gorica, Chorwacja



Konferencja prasowa



Makroregion Polski Wschodniej



2-DNIOWY BLOK KONFERENCYJNY

- ❖ konferencja *ŚWIĘTOKRZYSKA KUŹNIA SMAKÓW* 9.04.2015 r.
- ❖ *FORUM TURYSTYKI WIEJSKIEJ I AGROTURYSTYKI* 9-10.04.2015 r.
- ❖ międzynarodowa konferencja: *TURYSTYKA WIEJSKA I AGROTURYSTYKA - NOWE PARADYGMATY DLA XXI WIEKU* 10.04.2015 r.



Wzięło udział 505 osób w tym 39 gości zagranicznych z 13 krajów



BLOK WARSZTATOWO - DYSKUSYJNY

1. *Prosument – producent i konsument energii elektrycznej w agroturystyce*
2. *Tworzenie i rozwój sieci współpracy dla produktów turystycznych na przykładzie Green Velo*
3. *Od nici do chleba – tradycje tkackie w Chorwacji*
4. *Współpraca partnerska na rzecz rozwoju turystyki wiejskiej*
5. *Tworzenie niskonakładowych produktów turystycznych*
6. *Jak pozyskać klienta w sektorze turystyki wiejskiej - Dzień ekspercki POT*
7. *Certyfikacja agroturystyki przyjaznej Naturze 2000*

WARSZTATY DLA MŁODZIEŻY - organizator WSEPiNM
w Kielcach

*Zdrowa żywność magnesem rozwoju turystyki wiejskiej
i agroturystyki – uczestniczyło 513 uczniów z 31 szkół
ponadgimnazjalnych*





STOISKA TARGOWE, KARCZMA, JARMARK, SCENA KULTURY



DZIĘKUJEMY ZA UWAGĘ

