

**Sprawozdanie finansowo-merytoryczne  
Regionalnej Organizacji Turystycznej Województwa Świętokrzyskiego  
za 2010 rok**

**KOSZTY/PRZYCHODY REALIZACJI ZADAŃ STATUTOWYCH**

<b>KOSZTY I PRZYCHODY DZIAŁALNOŚCI STATUTOWEJ</b>				
<b>Lp.</b>	<b>Działanie</b>	<b>Koszty</b>	<b>Przychody</b>	<b>Informacja merytoryczna</b>
<b>KAMPANIA PROMOCYJNA WOJEWÓDZTWA ŚWIĘTOKRZYSKIEGO</b>				
<b>1.</b>	<b>System IT:</b>  - dostawa i montaż drogowych znaków informacyjnych do Regionalnego Centrum Informacji Turystycznej oraz Centrów i Punktów Informacji Turystycznej	<b>84.180,00</b>  84.180,00		w ramach działania dostarczono 120 szt. informacyjnych znaków drogowych E-22 i D-34 wskazujących drogę dojazdu do Centrów i Punktów Informacji Turystycznej na terenie woj. świętokrzyskiego.
<b>2.</b>	<b>Targi</b>  - montaż, demontaż, transport, magazynowanie, renowacja stoiska	<b>291.017,61</b>  83.890,86		w ramach działania ROTWŚ uczestniczyła w rekordowej ilości targów turystycznych. 6 imprez zagranicznych oraz 7 imprez krajowych. Nowością w tym roku były targi UTASZAS Budapeszt, WTM Londyn oraz HÓ SHOW Budapeszt. Podczas targów zagranicznych byliśmy organizatorem stoiska regionu

	- MITT Moskwa	24.168,00		świętokrzyskiego na stoisku narodowym Polski. Podczas targów krajowych występowaliśmy jako gospodarz stoiska regionalnego w indywidualnej, nowoczesnej zabudowie.
	- ITB Berlin	18.495,36		
	- UKRAINE Kijów	20.527,80		
	- UTAZAS Budapeszt	10.424,35		
	- WTM Londyn	23.316,80		
	- HÓ SHOW Budapeszt	7.834,65		
	- INTOUREX Sosnowiec	7.030,83		
	- NA STYKU KULTUR Łódź	8.700,92		
	- Krakowski Salon Turystyczny	3.358,00		
	- Gdańskie Targi Turystyczne	11.447,78		
	- LATO Warszawa + TT Warsaw	41.430,42		
	- TOUR SALON Poznań	30.391,84		
<b>3.</b>	<b>Działalność wydawnicza</b>	<b>394.622,82</b>		

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- tłumaczenia tekstów na języki obce</li> <li>- wykonanie tekstów, korekta stylistyczna i merytoryczna</li> <li>- skład, druk, opracowanie i dostawa wydawnictw</li> <li>- dodatki, drobne projekty graficzne, uzgodnienia</li> <li>- dodruki, zakup gotowych wydawnictw</li> <li>- przewodnik dla dzieci i młodzieży</li> </ul>	<p>32.501,53</p> <p>10.137,88</p> <p>327.876,41</p> <p>4.614,80</p> <p>492,20</p> <p>19.000,00</p>		<p>W tym roku wydane zostały trzy nowe publikacje:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Czarujące Świętokrzyskie – wersja LUX, znane wydawnictwo poszerzone o profile pięciu postaci z regionu; nakład 10 tys. Sztuk.</li> <li>○ Przewodnik po szlaku Archeo-Geologicznym – pierwsze wydawnictwo opisujące obiekty na szlaku, 3 wersje obcojęzyczne; nakład 10 tys. W tym 3 tys. Wersji obcojęzycznych.</li> <li>○ Mapa pięciu szlaków tematycznych po województwie. Prowadzone były intensywne konsultacje merytoryczne z partnerami w regionie, które dotyczyły przebiegu nowopowstałego szlaku Archeo-geo. Nakład 3 tys.</li> </ul>
<b>4.</b>	<p><b>Imprezy promocyjne</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- prezentacja kuchni polskiej w Kijowie</li> <li>- Thames Festival w Londynie</li> </ul>	<b>38.697,14</b>		<p>IV Festiwal Kuchni Polskiej odbył się 29.05.2010 r. na terenie największej polskiej restauracji na Ukrainie - "Opałkowa Chata" i został mocno nagłościony w ukraińskich środkach masowego przekazu m.in. ukazało się specjalne wydanie miesięcznika „Robinson”, który zawierał szeroką informację o kucharzach, potrawach regionalnych, regionach uczestniczących w imprezie. Na stoisku województwa świętokrzyskiego odbyła się degustacja wyśmienitych świętokrzyskich potraw serwowanych przez Norberta Wróbla, szefa kuchni w restauracji „Victoria” w hotelu „Łysogóry”, a hostessy w strojach czarownic zachęcały do podróżowania do naszego regionu, rozdawały foldery i gadżety, częstowały nalewką truskawkową z Bielin</p>
<b>5.</b>	<p><b>Sabat Czarownic</b></p>	<b>967.714,24</b>		<p>4 września tego roku odbyła się pierwsza edycja cyklicznej imprezy Sabat Czarownic.</p>

				Impreza odbyła się w Amfiteatrze Kadzielnia i zgromadziła 6000 widzów oraz ponad milion telewidzów (transmisja na żywo w TVP2). Odbiła się wielkim echem w mediach regionalnych i ogólnopolskich. Zarówno podczas Sabatu Czarownic jak i dzień po na ul Sienkiewicza odbywał się Jarmark „Magiczna Sienkiewka”.
<b>6.</b>	<b>Wizyty studyjne</b>	<b>64.779,10</b>		<p>21 dziennikarzy z Polski (m.in. TVP2, TVP Info, Polskie Radio, Radio eM Katowice, TVP Koszalin/”Dziennik Polski” Londyn, „Polska Wieś”, „Wasze podróże”, „Agroturysta”), Włoch („Degusta” miesięcznik), Ukrainy („Robinzon” – miesięcznik turystyczny, „Mandry” - magazyn turystyczny, „Ukraina moloda” – czasopismo – dział ”Podróże”) i Rosji (Kaliningrad – TV, Radio, Prasa) poznało najnowszą ofertę turystyczną regionu świętokrzyskiego głównie pod kątem aktywnego wypoczynku w zgodzie z naturą.</p> <p>Efekty Study Tour:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• dwuminutowy felieton z Targów AGROTRAVEL, ukazał się 23.04.2010 r. w programie „Pytanie na śniadanie” w TVP 2. Oprócz relacji z targów w programie pokazane zostały m.in. świętokrzyskie smaki czyli produkty kulinarne, jak również atrakcje turystyczne województwa świętokrzyskiego.</li> <li>• felieton „Jesteś w raj” – ukazał się w kwietniu 2010 w "Dzienniku Polskim" w Londynie</li> <li>• felieton o regionie świętokrzyskim i o kuchni polskiej ukazał się we włoskim programie "eductour in Polonia" Headline . Program został zatytułowany - Polska to nie tylko zamki, kościoły i pomniki.</li> <li>• Seria audycji o świętokrzyskim - pierwsza audycja z tej serii wyemitowana została 07.05.2010 r. w Polskim Radiu Dla Zagranicy, a także 08.05.201 r. w nocnym paśmie powtórkowym w Programie 1 Polskiego Radia.</li> <li>• artykuł w majowym wydaniu ukraińskiego miesięcznika turystycznego „Robinzon”</li> <li>• artykuł w ukraińskim magazynie turystycznym „Mandry”</li> </ul> <p>Wizytacja bazy noclegowo-gastronomicznej i atrakcji turystycznych Kielc i Sandomierza przez 18-tu przedstawicieli z 11 ogólnopolskich Biur Podróży: PBP Orbis Warszawa, Excalibur Tours Kraków, China Town Travel s.c Warszawa, Jan Pol Kraków, TRAVPOL Warszawa, TOP Travel Kraków, INTOURIST Warszawa, TRAVEL-PROJEKT Warszawa, TOP TRAVEL Pruszków, FURNEL Travel International Warszawa, OST Gromada Warszawa. Study Tour połączony był z Zebraniem Plenarnym Członków Forum Turystyki Przyjazdowej 9.04.10 r. w Hotelu</p>
	- Wizyta studyjna dziennikarzy krajowych i zagranicznych pn. „Świętokrzyskie czaruje – poleć na weekend” – 7-10 kwietnia 2010 r.	20.592,00		
	- Wizyta studyjna połączona z Zebraniem Plenarnym Forum Turystyki Przyjazdowej - 9 – 10 kwietnia 2010 r.	5.580,00		
	- Wizyta studyjna dziennikarzy z Węgier – 23-27 czerwca 2010	7.423,20		
	- Wizyta studyjna dziennikarza z Gazety Wyborczej – 27-29 czerwca 2010 r.	554,90		
	- Wizyta studyjna dziennikarzy z pierwszego kanału państwowej telewizji	2.688,14		

	<p>ukraińskiej UTR 1 – 24-25 lipca 2010 r.</p> <p>- Wizyta studyjna dziennikarzy z Niemiec pn. „Z Łysej Góry prosto do Raju” 2 – 5 września 2010 r.</p> <p>- Wizyta studyjna dziennikarzy z Ukrainy 3-5.09.2010</p> <p>- Wizyta studyjna dziennikarzy z Węgier w dniach 4-5 września 2010</p> <p>- Wizyta studyjna dziennikarzy z polskich mediów 12 – 15 września 2010 r.</p>	<p>4.480,65</p> <p>18.897,00</p> <p>672,00</p> <p>3.891,21</p>	<p>Łysogóry” w Kielcach.</p> <p>W imprezie wzięło udział 8 dziennikarzy reprezentujących węgierską Szekszárd TV, Radio Katolickie, <i>Fanny</i> - kobiece czasopismo konsumenckie, <i>Turizmus Trend</i> - ogólnokrajowy miesięcznik branży turystycznej, <i>Nagyítás</i> - tygodnik ilustrowany, <i>HVG</i> - czasopismo konsumenckie i Biuro Podróży Forgó Travel. Efekty to m.in. filmowa relacja przygotowana przez Szekszárd TV, którą obejrzeć można na stronie <a href="http://www.rot.swietokrzyskie.travel">www.rot.swietokrzyskie.travel</a>, artykuły i zdjęcia w prasie węgierskiej i na stronach internetowych.</p> <p>Dziennikarz Gazety Wyborczej zwiedził świętokrzyskie Szlakiem Literackim oraz Szlakiem Architektury Drewnianej. Efektem był obszerny artykuł, który ukazał się w sierpniu br. w sobotnio-niedzielnym wydaniu „Gazety Wyborczej” (w dodatku „Turystyka”)</p> <p>ROT WŚ gościła autorów cyklicznej audycji "Audiencja" realizowanej przez TV UTR 1, której wydawcą jest pani Nadia Baziv, a wraz z nią pracowali reżyser i operator. Dziennikarzom towarzyszył Pan Włodzimierz Szczurek – Dyrektor Polskiego Ośrodka Informacji Turystycznej w Kijowie. <u>Efekt</u>em tej wizyty jest program „Audiencja” przygotowany przez UTR 1, który obejrzeć można na stronie <a href="http://www.rot.swietokrzyskie.travel">www.rot.swietokrzyskie.travel</a></p> <p>3wizyty studyjne zakończone udziałem dziennikarzy koncercie „Sabat Czarownic”; Dziennikarze z Niemiec - reprezentujący Main-Echo, Hamburger Abendblatt, Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, Zeitschrift Industriekultur. Opiekunem grupy była Pani Erika Magdalena Korzeniowska - przedstawicielka POIT w Berlinie.</p> <p>Dziennikarze z Ukrainy - reprezentujący telewizję ukraińską Dniepropietrowska TV, ukraińskie Stowarzyszenie Dziennikarzy, prasę branżową i konsumencką Tourbusiness, Robinzon, Sieгодня, Dzerkalo Tyzhnia, Fakty i Kommentari, Liza, Donbass, Gazeta po Kievski, Glavred, Travel Slim), Ukraińsko-Polskie Forum i portale internetowe <a href="http://www.tourUa.com">www.tourUa.com</a>, <a href="http://www.turmir.com.ua">www.turmir.com.ua</a>.</p> <p>Dziennikarze z Węgier reprezentujący telewizję węgierską TV Duna, węgierską prasę TTG Hungary, Nepszava, Magyar Nemzet, Gyöngy, Kiskegyed, B.P. Forgó Travel. Jako opiekun grupy przyjechała Pani Erika Baconyi - Dyrektor POIT w Budapeszcie.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>relacja z pobytu w świętokrzyskim niemieckiej dziennikarki na stronie internetowej i blogu: <a href="http://reisetage.blogspot.com">http://reisetage.blogspot.com</a></li> </ul>
--	--	--	---

				<p>Tag 1:  <a href="http://reisetage.blogspot.com/2010/09/polen-1-tag-was-bitte-ist.html#more">http://reisetage.blogspot.com/2010/09/polen-1-tag-was-bitte-ist.html#more</a></p> <p>Tag 2:  <a href="http://reisetage.blogspot.com/2010/09/polen-2-tag-hexen-monche.html#more">http://reisetage.blogspot.com/2010/09/polen-2-tag-hexen-monche.html#more</a></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Filmowa relacja przygotowana przez DNEPROPIETROWSKA TV REGIONALNA ОДТРК, która jest dostępna na stronie <a href="http://www.rot.swietokrzyskie.travel">www.rot.swietokrzyskie.travel</a></li> <li>• artykuł w październikowym wydaniu ukraińskiego miesięcznika «Мир Отдыха и Бизнеса» i na ich stronie <a href="http://www.mir.kiev.ua">www.mir.kiev.ua</a></li> <li>• artykuł w październikowym wydaniu ukraińskiego miesięcznika turystycznego „Robinzon”</li> <li>• artykuł w październikowym wydaniu ukraińskiego miesięcznika "Украинский туризм"</li> <li>• Filmowa relacja przygotowana przez TV DUNA (węgierska telewizja satelitarna, ogólnokrajowa), którą obejrzeć można na stronie <a href="http://www.rot.swietokrzyskie.travel">www.rot.swietokrzyskie.travel</a></li> </ul> <p>Dziennikarze z Polski reprezentowali portal internetowy onet.podróże, National Geographic, Fokus, Życie Warszawy, Press Club, TV Polonia. Efekty to:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• cykl tekstów o świętokrzyskim na stronie przewodnik.onet.pl <a href="http://przewodnik.onet.pl/polska/gory-swietokrzyskie/swietokrzyski-spokoj,1.3711903,artykul.html">http://przewodnik.onet.pl/polska/gory-swietokrzyskie/swietokrzyski-spokoj,1.3711903,artykul.html</a></li> <li>• artykuł o zabytkach techniki dla pisma pokładowego „W podróży” dostępnego w pociągach Intercity</li> <li>• artykuły o atrakcjach i smakach świętokrzyskich w magazynie „Świat”</li> <li>• TVP Polonia nakręciła w Chrobrzu sceny do programu podróżniczego "Skarby Nieodkryte"</li> </ul> <p>artykuł w listopadowym wydaniu dodatku turystycznego do Życia Warszawy i na stronie internetowej <a href="http://www.zw.com.pl/artykul/537270_Nie-tylko-Lysa-Gora.html">http://www.zw.com.pl/artykul/537270_Nie-tylko-Lysa-Gora.html</a></p>
<b>7.</b>	<b>Reklama w mediach</b>  - emisja spotów w telewizji TVN – 20.04 – 10.05.2010.	<b>715.307,18</b>  643.763,18		emisje spotów w stacjach TVN i TVN 24 w dniach: 20.04 – 09.05.2010 r. Ilość emisji: 35 (TVN) i 50 (TVN24). Modyfikacja istniejących spotów (wersja anglojęzyczna oraz wersja polecająca Sabat).

	- sponsoring programu Dzień Dobry TVN – 30.05.2010 i 1.06.2010  - sponsoring programu „Pojechany Łikend” w TVN Turbo – 13.03.2010 r.	69.544,00  2.000,00		wizyta przedstawicieli stacji w woj. świętokrzyskim – Województwie Dzieci. Zaprezentowanie na antenie wybranych produktów markowych. Kamera telewizyjna towarzyszyła Leszkowi Talko, dziennikarzowi poruszającemu tematy związane z wychowaniem i rozwojem dzieci, w parku dinozaurów w Bałtowie, na wyprawie do Kurozwęk, w Muzeum Zabawek i Zabawy w Kielcach oraz w Europejskim Centrum Bajki im. Koziołka Matołka w Pacanowie.  wizyta dziennikarzy w regionie w dniach 19-21.02.2010 r. Trzej wytypowani uczestnicy zmierzli się z zadaniami m.in. na zamku w Chęcinach, jaskini Raj, Starachowicach oraz Kielcach. W realizowanym odcinku wyjątkowo udział wzięli goście z Czech. Program był emitowany w TVN Turbo oraz na antenie iTVN.pl odbieranego za granicą i VOD Onet.pl.
<b>8.</b>	<b>Reklama zewnętrzna</b>  - zakup powierzchni reklamowej na billboardach oraz autobusach – 01.04 – 30.04.2010	<b>204.497,01</b>  204.497,01		Billboardy, około 100 nośników, w wymiarach: 6x3 i 4x3 m. Reklama na autobusach w Krakowie i Warszawie. Billboardy w kwietniu 2010 mogli oglądać mieszkańcy Warszawy, Krakowa, Kielc, Łodzi, Lublina i aglomeracji śląskiej.
<b>9.</b>	<b>Bank wizerunku</b>  - zakup fotografii  - wykonanie fotografii przez pracowników ROTWŚ w ramach delegacji	<b>15.288,00</b>  14.588,00  700,00		Na potrzeby promocyjne zostały zakupione zdjęcia od różnych artystów, fotografików. W tym także zdjęcia na stronę promującą nasz region <a href="http://www.pieknywschod.pl">www.pieknywschod.pl</a> .  Od pracowników ROTu zostały zakupione zdjęcia, które powiększyły bank wizerunków.
<b>10.</b>	<b>Płyta CD/DVD</b>  - dodatkowe projekty graficzne	<b>11.400,00</b>  8.600,00		Wykonanie dodatkowych projektów graficznych do płyty CD.

	- korekta	2.800,00		Korekta tekstów do płyty promocyjnej.
<b>Razem Kampania</b>		<b>2.768.503,10</b>		
<b>WYKREOWANIE I PROMOCJA MARKOWYCH PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH WOJEWÓDZTWA ŚWIĘTOKRZYSKIEGO ORAZ ICH KOMPLEKSOWE OZNAKOWANIE</b>				
11.	<b>Dostawa do 2 sal konferencyjno – szkoleniowych oraz 2 Centrów i 1 Punktu IT sprzętu komputerowego, urządzeń biurowych i oprogramowania</b>	<b>114.680,00</b>		w ramach działania dostarczono do sal szkoleniowo-konferencyjnych ROT oraz RCIT sprzęt komputerowy i oprogramowanie m.in. komputery stacjonarne, laptopy, drukarki, kserokopiarkę, telewizor LCD, rzutnik multimedialny, flip-chart. Zakupiono ponadto wyposażenie dla Centrów Informacji Turystycznej w Kazimierzy Wielkiej i Skarżyska-Kamiennej oraz Punktu Informacji Turystycznej w Staszowie
12.	<b>Wykonanie platformy rezerwacji miejsc noclegowych oraz ofert turystycznych</b>	<b>30.000,00</b>		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
13.	<b>Wynajem nośników reklamowych</b>	<b>41.047,52</b>		



14.	<p><b>Akcja medialna w telewizji, radio i prasie ogólnopolskiej oraz regionalnej</b></p> <p>Doradztwo w zakresie przeprowadzenia akcji medialnej oraz aranżacja artykułów w mediach <u>od marca do października</u></p> <p>-Usługa promocyjna podczas imprezy "Świętokrzyskie Nagrody Muzyczne Scyzoryki"</p> <p>-Wykonanie fotografii atrakcji turystycznych na potrzeby akcji medialnej w telewizji radio i prasie</p> <p>-Projekty billboardów reklamowych "Świętokrzyskie czaruje"</p> <p>- Wkładka reklamowa do ogólnopolskiego wydania</p>	<p><b>145.419,00</b></p> <p>61.000,00</p> <p>12.200,00</p> <p>1.099,00</p> <p>15.000,00</p> <p>43.920,00</p>		<p>aranżacja artykułów w mediach nt. markowych produktów turystycznych regionu (m.in.: stoki narciarskie, kuchnia regionalna, szlaki tematyczne itd.) oraz akcji prowadzonych w ramach kampanii promocyjnej województwa. Ponad 80 publikacji w prasie, m.in.: Super Express, Gala, Dziennik Zachodni, Gazeta Krakowska, Dziennik Polski, Gazeta Wyborcza i inne. 4 publikacje telewizyjne: TVP2, Polsat, TVN, TVN Turbo. Promocja wydarzeń, m.in. Sabatu Czarownic. Pozyskanie patronów medialnych koncertu, dystrybucja przydzielonej puli biletów, koordynacja działań mediów podczas samej imprezy.</p> <p>dodatkowo doradztwo w związku z: kampanią outdoorową, konkursem na billboardy, emisją spotów (media plany), kampanią Piękny Wschód, projektem filmowym „Krzyżtopór”, product placementem, kampaniami reklamowymi itd.</p> <p>wykonawca billboardów wybrany w trybie konkursu. Zwycięzca – firma Creatoria. Grafik Kuba Karwata przygotował 4 wersje reklamy billboardowej, 2 wersje autobusowej oraz 1 prasową.</p> <p>16-sto stronicowy dodatek wydany 28 września do całego nakładu Gazety Wyborczej w zasięgach: kieleckim, stołecznym, radomskim, rzeszowskim, lubelskim, łódzkim, krakowskim, częstochowski, katowicko-bielskim, wrocławskim,</p>
-----	--	--	--	--

	Gazety Wyborczej  - Usługi promocyjne	12.200,00		poświęcony markowym produktom turystycznym województwa świętokrzyskiego.
<b>15.</b>	<b>Akcja promocyjna w Internecie</b>  - Serwis specjalny; Kampania reklamowa świętokrzyskie.travel  - założenie i prowadzenie bloga dla dzieci i młodzieży www.krainaczarownic.pl (Czarownica prezentuje wszystkie atrakcje woj. świętokrzyskiego) – 01.03 – 31.10.2010  -pozycjonowanie strony swietokrzyskie.travel  -wykonanie fotografii w formie panoram sferycznych	<b>233.343,84</b>  48.800,00  45.000,00  9.907,72  60 000,00		około 70 wpisów promujących markowe produkty Świętokrzyskiego oraz najważniejsze imprezy i wydarzenia w regionie. Patroni medialni, certyfikat BEST. W rozwój bloga zaangażowani są wolontariusze i społeczność lokalna. W ramach akcji promocyjnych w Internecie prowadzony jest również profil województwa na portalu społecznościowym Facebook. Ponad 3660 użytkowników będących rzeczywistą grupą docelową kampanii promocyjnej, która cztery razy w tygodniu otrzymuje informacje o regionie, wydarzeniach, produktach etc. Na Facebooku prowadzone są również akcje specjalne, konkursy. Ponadto prowadzona jest komunikacja na Goldenline, Nasza Klasa oraz Blip.pl  portal turystyczny <a href="http://www.swietokrzyskie.travel">www.swietokrzyskie.travel</a> był pozycjonowany w przeglądarce Google w oparciu o szereg haseł najczęściej wybieranych przez internautów.  zamówienie przewiduje wykonanie 82 panoram sferycznych oraz ich umieszczenie na portalu www.swietokrzyskie.travel.  zadaniem kampanii była weryfikacja popularności haseł zastosowanych podczas

	-kampania linków sponsorowanych Google AdWords	366,00		pozycjonowania portalu <a href="http://www.swietokrzyskie.travel">www.swietokrzyskie.travel</a> .
	-przeprowadzenie kampanii mailingowej	3.660,00		w ramach tego zadania wdrożone zostało narzędzie do prowadzenia aktywnych kampanii mailingowych w formie newslettera
	-reklama internetowa	16.810,12		uruchomienie w dniu 29 września 2010 r. na okres miesiąca specjalnej sekcji poświęconej walorom regionu (markowe produkty turystyczne) w serwisie Gazeta.pl Turystyka. Kampania displayowa zawierająca: winietę, tapetę, belkę expand, billboard, double billboard, śródtekst
	- raport wizerunkowy Onet.pl	48.800,00		uruchomienie w dniach 4-17.01.2010 r. na portalu Onet.pl specjalnego raportu „Świętokrzyskie czaruje – poleć na narty!” przedstawiającego zimowe produkty markowe województwa. Efekty: 130 237 odsłon (PV), 110 726 użytkowników (UU).
<b>16.</b>	<b>Wykonanie gadżetów wizerunkowych dla produktów turystycznych</b>	<b>1.500,00</b>		Przetarg na wykonanie gadżetów promocyjnych ogłosił Urząd Marszałkowski. ROT opracował SIWZ wraz z opisem szczegółowych warunków zamówienia. Poniesiony koszt to 1500 zł za zlecenie opracowania dwóch projektów graficznych nadruków na koszulki
	<b>Razem Wykreowanie</b>	<b>565.990,36</b>		



	- Kolędowanie z Gwiazdami, czyli Święta na Świętym Krzyżu	300.000,00		Chmielnik, Pińczów, Małogoszcz, Chęciny) oraz w Izraelu.  uwzględniono koszty realizacji i emisji programu (w postaci dofinansowania programu). Atrakcyjne widowisko muzyczne (kolędowanie) z emisją podczas świąt Bożego Narodzenia, które ma przywrócić Świętemu Krzyżowi sławę narodowego sanktuarium polskiego. Na Świętym Krzyżu będą po raz pierwszy w historii polskiej telewizji grać i śpiewać różne grupy regionalne i etniczne narodu polskiego, m.in. Górale, Ślązacy, Wilniuchy, Romowie i oczywiście „Górale Świętokrzyscy”.
<b>Razem Krzyżtopór</b>		<b>2.718.018,88</b>		
<b>ŚWIĘTOKRZYSKI SZLAK ARCHEO-GEOLOGICZNY</b>				
18.	Opracowanie wizualizacji materiałów promocyjnych do Świętokrzyskiego Szlaku Archeo – Geologicznego	10.614,00		
<b>Razem Szlak archeo-geo</b>		<b>10.614,00</b>		

**DZIAŁANIA POZA PROJEKTAMI**

	<b>Działanie</b>	<b>Koszty</b>	<b>Przychody</b>	<b>Informacja merytoryczna / prognoza finansowa do 31.12.2010 r.</b>
19.	<b>Agrotravel</b>	<b>154 868,56</b>	<b>168 500,00 zł</b>	<p>w dniach 9 – 11 kwietnia 2010 r. w Kielcach odbyły się II Międzynarodowe Targi Turystyki Wiejskiej i Agroturystyki AGROTRAVEL. Organizatorami Targów oraz towarzyszącej imprezie wystawienniczej międzynarodowej konferencji były: Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Ministerstwo Sportu i Turystyki i Polska Organizacja Turystyczna, Urząd Marszałkowski Województwa Świętokrzyskiego, Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Świętokrzyskiego oraz Targi Kielce. Współorganizatorami Targów AGROTRAVEL 2010 są: Świętokrzyskie Biuro Rozwoju Regionalnego w Kielcach oraz Wyższa Szkoła Ekonomii i Prawa im. prof. Edwarda Lipińskiego w Kielcach. Patronat objęła TVP 1, partnerem był BGK, a partnerzy medialni to: Radio Kielce, „Echo Dnia”, Miesięcznik UE Fundusze Strukturalne – Poradnik dla samorządów i przedsiębiorstw, Radio Podlasie i Regionalny Portal Informacyjny, Redakcja Gazety Sołeckiej, Redakcja Nowa Wieś Europejska, „Gazeta Pomorska”, „AGROSERVIS”, Polska Wieś – Miesięcznik, Farmer; Plantpress Sp. z o.o. „Agroturysta”</p> <p>Główne komponenty przedsięwzięcia:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Impreza wystawiennicza</li> <li>• Międzynarodowa Konferencja Turystyki Wiejskiej i Agroturystyki pn. „Turystyka wiejska na drodze do komercjalizacji”</li> <li>• Cykl warsztatów branżowych i wyjazdy studyjne</li> <li>• Wizyta studyjna dziennikarzy krajowych i zagranicznych (przy współpracy z POIT)</li> <li>• Wizyta studyjna przedstawicieli ogólnopolskich Biur Podróży</li> </ul> <p>W targach AGROTRAVEL wzięło udział ponad 100 wystawców z Polski i zagranicy a odwiedziło ponad 20 tys. zwiedzających</p>
20.	<b>- XVI Spartakiada Sportowo – Rekreacyjne Pracowników KRUS</b>	<b>61.291,37</b>	<b>63.501,00 zł</b>	<p>ROT WŚ była organizatorem Spartakiady dla 150 pracowników KRUS, którzy reprezentowali pięć okręgów – Kielce, Rzeszów, Lublin, Kraków, Horyniec-Zdrój</p> <p>Konkurencje sportowo-rekreacyjne: piłka siatkowa, badminton, tenis stołowy, tenis ziemny, bieg przełajowy, szachy.</p>

<b>21.</b>	<b>Kolędowanie z Gwiazdami, czyli Święta na Świętym Krzyżu</b>	<b>120.000,00</b>	<b>120.000,00</b>	
<b>22.</b>	Składki członkowskie		<b>1.518.370,00</b>	w tym składka roczna Urzędu Marszałkowskiego wynosi 1.020.000,00 zł
<b>23.</b>	<b>RPO (zaliczki refundacje):</b>  - Kampania Promocyjna Województwa Świętokrzyskiego,  - Wykreowanie Markowych produktów,  - Krzyżtopór		<b>4.965.936,35</b>  2.132.920,73  427.722,83  2.405.292,79	
<b>24.</b>	Pozostała sprzedaż		<b>11.360,75</b>	
<b>25.</b>	Koszty finansowe	<b>19.877,04</b>		

## KOSZTY DZIAŁAŃ ADMINISTRACYJNYCH

Lp.	Działanie	Koszty
26	<b>Osobowe:</b>	<b>336.342,66</b>
27	<b>Nieosobowe:</b>	<b>205.604,67</b>
	- zużycie materiałów i energii	46.601,10
	- usługi obce	128.966,52
	- podatki i opłaty	4.735,67
	- amortyzacja	1.714,95
	- pozostałe koszty	23.586,43
<b>RAZEM KOSZTY DZIAŁALNOŚCI ADMINISTRACYJNEJ</b>		<b>541.947,33</b>



## WYNIK FINANSOWY

<b>RAZEM:</b>	<b>6.961.110,64</b>	<b>6.847.668,10</b>	<b>WYNIK FINANSOWY: (przychodu minus koszty)</b>
	<b>w tym: statutowe 6.399.286,27</b>	<b>w tym: statutowe: 363.361,75</b>	<b>-113.442,54 (strata)</b>
	<b>finansowe 19.877,04</b>	<b>składki 1.518.370,00</b>	
	<b>administracyjne 541.947,33</b>	<b>dotacje: 4.965.936,35</b>	