

WARIANT I – REALNY

Plan finansowy z informacją merytoryczną Regionalnej Organizacji Turystycznej Województwa Świętokrzyskiego na 2014 rok

KOSZTY			
KOSZTY PROJEKT POPRAWA WIZERUNKU TURYSTYCZNEGO REGIONU POPRZEZ PROMOCJĘ WALORÓW WCZESNOBAROKOWEGO ZAMKU KRZYŻTOPÓR W UJEŹDZIE			
1	Przedsięwzięcia filmowo – telewizyjno – promocyjne - produkcja filmu Gabriel - ulotka Kielce - druk Kraina Plenerów Filmowych, Świętokrzyskie zamki, dwory i pałace	571 297,48	
2	Razem Krzyżtopór	571 297,48	

KOSZTY
PROJEKTU TURYSTYCZNA PROMOCJA REGIONU ŚWIĘTOKRZYSKIEGO POPRZEZ PRODUKCJE AUDIOWIZUALNE, PR,
REKLAMĘ ORAZ INNE NOWOCZESNE INSTRUMENTY I NARZĘDZIA

3	Produkcje audiowizualne	1 718 308,51	
	- Sabat Czarownic	1 000 000,00	
	- spoty w TVN	126 372,61	
	• Świętokrzyskie czaruje – poleć na narty		
	- kampania promocyjna ze Specjalna Strefa Gospodarczą	300 000,00	
	- pozostałe (w tym umowy dot. Sabatu oraz innych produkcji audiowizualnych, płyty DVD, „Po Zmierzchu” itp.)	141 935,90	
	+ festiwal w Pacanowie	150 000,00	

4	Czarująca Kapsuła promocyjna - zakup mobilnej kapsuły wraz z wyposażeniem, magazynowanie - zakup kina 5 D	726 080,00 726 080,00	Kwota stanowi wynagrodzenie dla wykonawcy mobilnego kina – Czarującej Kapsuły 5D. Kino umożliwiać będzie prezentację filmów w wersji trójwymiarowej, które zostaną wzbogacone o efekty specjalne, m.in. podmuchy wiatru, zapachy, kurtynę wodną.
5	Zakup samochodu z garażowaniem	300 000,00	Planuje się zakup samochodu pozwalającego na przewóz stoiska targowego oraz kina 5 D na imprezy targowe oraz eventy
6	Zakup filmów reklamowych i prezentacji audiowizualnych na potrzeby promocji (w tym do "Czarującej Kapsuły")	207 375,40	Uwaga: W ramach tego działania planuje się produkcję kolejnego filmu w technologii 3D, który wyświetlany będzie w mobilnym kinie.
7	Działalność wydawnicza	168 256,40	Skład i druk „Największych Atrakcji Turystycznych” w wersji rozszerzonej – wersja językowa polska. Druk „Bajek Świętokrzyskich” Zakup fotografii Dodruki – w przypadku oszczędności Wydawnictwo 3D

8	Wykonanie gadżetów wizerunkowych	20 000,00	Gadżety – figurki czarownicy z Ćmielowa oraz inne standardowe gadżety.
9	Akcja medialna w Internecie, telewizji, radio i prasie ogólnopolskiej oraz regionalnej – wizyty studyjne	31 927,93	<p>1. Wizyta studyjna dziennikarzy polskich oraz tour operatorów z Ukrainy zakończona udziałem w konferencji prasowej i Międzynarodowych Targach Turystyki Wiejskiej i Agroturystyki AGROTRAVEL VI w kwietniu 2014</p> <p>2. Wizyta studyjna dziennikarzy ogólnopolskich w marcu/kwietniu 2014 podczas premiery filmu „Gabriel” w Kielcach</p> <p>3. Wizyta studyjna dziennikarzy z Belgii 29 maja – 2 czerwca 2014 prezentująca agroturystykę i turystykę aktywną zakończona udziałem w Jarmarku Świętokrzyskim w Tokarni</p> <p>4. Wizyta studyjna dziennikarzy polskich i zagranicznych (Niemcy, Ukraina) w czerwcu 2014 prezentująca uzdrowiska świętokrzyskie zakończona udziałem w promocyjnej imprezie plenerowej „Sabat Czarownic”</p>
10	Badania ilościowe i wizerunkowe	36 055,00	Pod koniec 2014 roku planowane jest zlecenie wybranej agencji przeprowadzenie badań z zakresu skuteczności i efektywności działań promocyjnych prowadzonych przez ROTWŚ. Badania te będą wsparciem do opracowywanej „Strategii rozwoju turystyki w Województwie Świętokrzyskim na lata 2014-2020”
11	Razem Turystyczna Promocja	3 208 003,24	
KOSZTY PROJEKTU TRASY ROWEROWE W POLSCE WSCHODNIEJ – PROMOCJA			

12	<p>Trasy rowerowe:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kampania telewizyjna - Kampania radiowa - Kampania prasowa - Kampania internetowa - Public Relations - Media społecznościowe - Targi - Wydawnictwa promocyjne - Materiały promocyjne - Wdrożenie standardu oznakowania oraz wraz z usługami audytu i nadzoru w terenie - Oznakowanie w terenie - Miejsca Przyjazne Rowerzystom - Witacze - Upowszechnienie standardów jakości i certyfikacji produktu - Klaster - Współpraca z partnerami projektu - Promocja projektu - Pracownicy ROT - Konsultanci - Delegacje - Komisja przetargowa - Doradztwo prawne - Osobowe - Ogólne 	<p>6 693 508,42</p> <p>1 021 300,37</p> <p>73 800,00</p> <p>687 570,00</p> <p>1 006 389,69</p> <p>512 911,00</p> <p>83 640,00</p> <p>289 600,16</p> <p>539 896,00</p> <p>556 575,00</p> <p>100 000,00</p> <p>385 000,00</p> <p>135 000,00</p> <p>45 000,00</p> <p>100 000,00</p> <p>148 500,00</p> <p>32 500,00</p> <p>30 000,00</p> <p>110 000,00</p> <p>318 201,48</p> <p>24 234,00</p> <p>6 000,00</p> <p>229 087,52</p> <p>207 931,20</p> <p>50 372,00</p>	<p>W 2014 roku rozpocznie się pierwszy etap realizacji projektu. Działania podejmowane w tym okresie nastawione będą głównie na promocję idei projektu oraz zamierzonych efektów końcowych. Działania promujące walory trasy rowerowej, stanowiące zachętę do przyjazdu do woj. Polski Wschodniej, podejmowane będą w 2015 roku.</p> <p>Planuje się realizację następujących działań:</p> <p>- promocja szlaku w formie product placement w dwóch odcinkach telewizji śniadaniowej,</p> <p>Przewiduje się do promocji projektu wykorzystanie formatu tzw. telewizji śniadaniowej. Informacje o budowanej trasie rowerowej pojawią się w zależności od Wykonawcy w stacji TVN (Dzień Dobry TVN) lub TVP 2 (Pytanie na śniadanie). Promocja realizowana będzie poprzez wejścia na żywo, wywiady z ciekawymi osobami, zapowiedzi pogody itp.</p> <p>- cykl audycji w rozgłoszeniach regionalnych,</p> <p>W ramach komunikacji wewnętrznej skierowanej głównie do mieszkańców województwa przez teren których przebiegał będzie szlak, zaaranżowany zostanie cykl audycji w rozgłoszeniach regionalnych. W ramach podejmowanych działań przeprowadzona zostanie kampanii informacyjna o efektach projektu i ich wpływie na rozwój regionu.</p> <p>- przeprowadzenie kampanii prasowej,</p> <p>Informacja o projekcie pojawią się również w wiodących tytułach prasy regionalnej, ogólnopolskiej, tematycznej, lifestylowej oraz turystycznej. Materiały aranżowane będą w formie artykułu, reklamy prasowej, wywiadu aranżowanego, a także relacji z podróży.</p> <p>- przeprowadzenie spójnej kampanii w Internecie również z wykorzystaniem mediów społecznościowych,</p> <p>Uzupełnieniem działań mediowych będzie kampania w Internecie. Objemnie ona zarówno typowe formy promocji jak reklama odsłonowa w zasięgowych portalach ogólnopolskich i regionalnych jak również reklamę w portalach społecznościowych.</p>
----	--	---	--

			<p>- wykonanie portalu internetowego,</p> <p>Jednym z istotniejszych wyników realizacji projektu będzie uruchomienie interaktywnego, dedykowanego rowerzystom portalu internetowego. Oprócz typowych informacji dotyczących szlaku, wyposażony zostanie w narzędzie do planowania tras rowerowych. Z innych funkcjonalności serwisu wymienić należy: interaktywną mapę, moduły społecznościowe, blog, gry, materiały ,ultimedialne.</p> <p>- udział w 4 imprezach targowych i wydarzeniach towarzyszących wraz z wykonaniem stoiska targowego,</p> <p>W trakcie realizacji projektu zaplanowano udział w szeregu imprez targowych i wydarzeń towarzyszących. W 2014 roku planowany jest udział w 4 takich imprezach. Jako przykładowe można podać targi turystyczne w Poznaniu i Londynie, targi rowerowe BikeExpo w Kielcach.</p> <p>Na potrzeby wydarzeń targowych wykonane zostanie stacjonarne i mobilne stoisko targowe. W wydarzeniach udział brać będzie również mobile kino 5D, które czasowo zostanie zaaranżowane na potrzeby projektu.</p> <p>- wykonanie pierwszej partii materiałów promocyjnych i wydawnictw,</p> <p>Realizacja tego elementu projektu odbywać będzie się w kilku częściach. Wiosną br. wykonana zostanie I partia gadżetów w ilości 37 500 szt. Będą to zarówno drobne materiały takie jak długopisy, teczki, notatniki, jak również gadżety dedykowane rowerzystom: pompki, dzwonki, urządzenia GPS.</p> <p>W zakresie wydawnictw promocyjnych w 2014 roku wykonana zostanie drobna partia obejmująca głównie ulotki i mapy z przebiegiem szlaku.</p> <p>- rozpoczęcie wdrażania działań wspierających rozwój produktu turystycznego,</p> <p>W 2014 roku rozpocznie się wdrażanie działań wspierających rozwój szlaku rowerowego jako produktu turystycznego. Podejmowane czynności skoncentrowane będą wokół przygotowania dokumentacji i pozyskania niezbędnych uzgodnień w zakresie:</p> <ul style="list-style-type: none"> - oznakowania szlaków turystycznych, - wykonania witaczy, - wdrożenia sieci miejsc przyjaznych rowerzyście.
--	--	--	---

			<p>- wdrożenie i upowszechnienie standardów certyfikacyjno-lojalnościowych</p> <p>Kolejnym działaniem niezbędnym do przekształcenia trasy rowerowej w produkt turystyczny, jest wdrożenie systemu lojalnościowo-certyfikacyjnego na szlaku. Systemem tym objęte zostaną:</p> <ul style="list-style-type: none"> - szlaki turystyczne, - kwatery przyjazne rowerzystom, - pamiątki, - rozwiązania pro-ekologiczne. <p>- przygotowanie struktur do zarządzania produktem po okresie trwałości,</p> <p>Niezbędnym elementem do prawidłowego funkcjonowania szlaku w ujęciu produktu turystycznego, jest utworzenie struktur które zajmą się zarządzaniem szlakiem po zakończeniu realizacji projektu. W ramach podejmowanych działań opracowana zostanie kompleksowa analiza aspektów formalno-prawnych w zakresie powołania operatora trasy w formule klastra turystycznego.</p> <p>- stała współpraca z mediami,</p> <p>Istotnym elementem prowadzenia działań komunikacyjnych jest współpraca z mediami i działania PR. Wiosną 2014 roku zorganizowana zostanie konferencja prasowa otwierająca projekt oraz cykl konferencji regionalnych.</p> <p>- wybór konsultantów do działań rzeczowych w projekcie,</p> <p>Specyfika obszarowa projektu (5 województw) wymaga zaangażowania do zespołu realizującego projekt, przedstawicieli partnerów – województw Polski Wschodniej. W strukturach urzędu marszałkowskiego lub Regionalnej Organizacji Turystycznej Województwa Świętokrzyskiego zaangażowany zostanie konsultant, który realizował będzie w imieniu partnera czynności konsultacyjne w projekcie.</p> <p>- organizacja spotkań konsultacyjnych z partnerami,</p> <p>Na potrzeby czynności konsultacyjnych w projekcie organizowane będą jedno i dwu dniowe spotkania konsultacyjne na terenie województwa partnerów zaangażowanych w realizację projektu.</p> <p>- przygotowanie materiałów promujących projekt.</p>
--	--	--	---

			<p>W celu promocji projektu przewiduje się realizację następujących działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> - wydruk Programu promocji i rozwoju tras rowerowych w Polsce Wschodniej na lata 2013-2020, - przygotowanie strony internetowej projektu, - wykonanie mobilnych mat. Promocyjnych: roll-upy, ścianki prasowe, plakaty itp.
13	Razem	6 693 508,42	
<p>KOSZTY PROJEKT PWP MIĘDZYNARODOWE DOŚWIADCZENIE KLUCZEM DO SUKCESU W BRANŻY TURYSTYCZNEJ REGIONU ŚWIĘTOKRZYSKIEGO</p>			
14	POKL	521 014,76	<p>W 2014 kontynuujemy realizację projektu współpracy ponadnarodowej „Międzynarodowe doświadczenie kluczem do sukcesu w branży turystycznej regionu świętokrzyskiego”, otrzymamy planowo 2 transze na realizację zadań w projekcie. Zadania te obejmować będą m.in.:</p> <ul style="list-style-type: none"> -koszty organizacji szkoleń dla uczniów (wynagrodzenia prowadzących, materiały szkoleniowe, certyfikaty) -koszty doradztwa zawodowego (wynagrodzenie, doposażenie gabinetu) -koszty obsługi Europejskiego Centrum Informacji, dyżury -koszty promocji projektu -koszty organizacji stażów dla uczniów -koszty wyjazdu studyjnego uczniów do partnera brytyjskiego (warsztaty, szkolenia) -koszty zarządzania projektem (osobowe i zakup wyposażenia biura projektu)
15	Razem	521 014,76	
<p>KOSZTY PROJEKTÓW DOFINANSOWANYCH ZE ŚRODKÓW MINISTERSTWA SPORTU I TURYSTYKI</p>			

16	Opracowanie strategii turystycznej województwa świętokrzyskiego.	108 000,00	
17	Razem	108 000,00	
POZOSTAŁE DZIAŁANIA (POZA PROJEKTAMI)			
18	Targi krajowe: - NA STYKU KULTUR Łódź - GLOB Katowice - AGROTRAVEL Kielce - TT Warsaw - TOUR SALON Poznań Targi zagraniczne: - ITB Berlin - Bruksela Obsługa techniczna stoiska Eventy (w tym obsługa kapsuły 5 D we współpracy z członkami ROT) oraz inne eventy wizyty studyjne	78 000,00 18 000,00 15 000,00 5 000,00 20 000,00 20 000,00 50 000,00 40 000,00 10 000,00 50 000,00 50 000,00	

Kalejdoskop ROT na Walne	6 000,00	
Działania związane z utworzeniem spółki oraz rezerwa	15 000,00	
Eksploracja samochodu	20 000,00	
Współpraca z POT	4 000,00	
Działania RCIT:	26 000,00	
- Obsługa turystów i prowadzenie badań ilościowo-jakościowych obsługiwanych turystów oraz sfery cyfrowej (działalność statutowa, zawarta w kosztach administracyjnych)	0,00	Koszt związany z naprawą Interaktywnej Mapy Regionu – usługa API Google oraz odświeżeniem wizerunku platformy rezerwacji miejsc. Administracja portalami turystycznymi woj. świętokrzyskiego:
- Obsługa cyfrowego systemu Informacji Turystycznej	10 000,00	<ul style="list-style-type: none"> • www.swietokrzyskie.travel • blog.swietokrzyskie.travel • tv.swietokrzyskie.travel • portale lokalne • Piękny Wschód (współpraca z portalem POT) • Kampania Newsletter • Facebook SWIETOKRZYSKIE • Platforma rezerwacyjna – www.rezerwacje.swietokrzyskie.travel <p>PLATFORMA REZERWACYJNA – www.rezerwacje.swietokrzyskie.travel – nowoczesne narzędzie umożliwiające turystom rezerwację miejsc noclegowych w świętokrzyskich hotelach, przeglądanie komercyjnych ofert turystycznych oraz planowanie wycieczek po regionie)</p>
- Dyżury dodatkowe podczas imprez w Kielcach	0,00	Dyżury podczas długiego weekendu majowego, sezonu turystycznego oraz imprez organizowanych przez kieleckie instytucje: <ul style="list-style-type: none"> – długi weekend majowy (1 maja 2014) – Europejska Noc Muzeów – Święto Kielc – dyżury w niedzielę (lipiec i sierpień)

<p>- Wsparcie innych instytucji przy organizacji imprez</p>	<p>0,00</p>	<p>Wsparcie kieleckich instytucji w organizacji imprez:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Święto Kielc – udostępnienie lokalu - Europejski Festiwal Miłośników Kultury Ludowej EUROPEADA (23-27.07.2014) – stworzenie punktu informacji turystycznej w biurze festiwalu. - Dymarki Świętokrzyskie – pomoc w promocji wydarzenia (w sferze cyfrowej) - Międzynarodowe Sympozjum Starożytnego Hutnictwa w Nowej Słupi (26-30.08.2014) – zakres działań do ustalenia.
<p>- Okres trwałości projektu – centra i punkty IT</p>	<p>0,00</p>	<p>W 2014 roku planowana jest akcja informacyjna wśród członków ROTWŚ dotycząca funkcjonowania centrów i punktów informacji turystycznej po zakończeniu okresu trwałości projektu „Kampania promocyjna województwa świętokrzyskiego” oraz podjęcie działań mających na celu zabezpieczenie funkcjonowania CIT i PIT w kolejnych latach.</p>
<p>- 5-lecie systemu IT (w ramach obchodów Światowego Dnia Turystyki)</p>	<p>2 000,00</p>	<p>W 2014 roku upłynie 5 lat od momentu utworzenia pierwszych punktów i centrów IT z projektu „Kampania Promocyjna Województwa Świętokrzyskiego” w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2007-2013, działanie 2.3. „Promocja gospodarcza i turystyczna regionu”, w tym Regionalnego Centrum Informacji Turystycznej w Kielcach. Planuje się, aby program organizowanych przez Urząd Marszałkowski Województwa Świętokrzyskiego obchodów Światowego Dnia Turystyki wzbogacić o elementy dotyczące systemu informacji turystycznej województwa świętokrzyskiego:</p> <ul style="list-style-type: none"> - prezentacja: podsumowanie działalności systemu IT w latach 2009-2014 oraz plany na najbliższe lata; - prezentacja eksperta (przedstawiciela Forum Informacji Turystycznej działającego przy Polskiej Organizacji Turystycznej) kierunku rozwoju IT w Polsce i w Europie; - podziękowania i wyróżnienia dla Partnerów tworzących system IT (dyplomy lub statuetki, itp.)
<p>- Szkolenie dla pracowników obiektów z</p>	<p>1 000,00</p>	<p>Pilotażowe szkolenie współorganizowane z Oddziałem Świętokrzyskim PTTK w Kielcach skierowane jest do osób pracujących w hotelach i obiektach turystycznych, zwłaszcza do recepcjonistów, kasjerów oraz innych osób mających bezpośredni kontakt z klientem.. Jednorazowe spotkanie w formie interaktywnych zajęć / warsztatów ma na celu pogłębienie wiedzy z zakresu:</p> <ul style="list-style-type: none"> - walorów turystycznych i atrakcji Kielc i województwa świętokrzyskiego;

	<p>branży turystycznej</p> <p>- Obsługa kapsuły ROT na najważniejszych imprezach w Targach Kielce</p> <p>+ Wsparcie działań ROT WŚ</p> <p>Kwestie administracyjne:</p>	<p>3 000,00</p> <p>10 000,00</p>	<p>- informacji praktycznych na temat organizacji pobytu gości w regionie; - dostępności informacji turystycznej (w sferze analogowej i cyfrowej). Planuję się przeprowadzić 3 spotkania dla grup maksymalnie 10-osobowej; 2 spotkania przed sezonem turystycznym (kwiecień) i jedno – edycja zimowa (zima 2014).</p> <p>Szkolenie dla pracowników CIT/PIT w regionie świętokrzyskim z zakresu obsługi klienta oraz krajoznastwa. Planuje się, żeby zajęcia obejmowały kilka spotkań – zarówno w sali, jak i wycieczek terenowych.</p> <p>Promocja województwa świętokrzyskiego na najważniejszych targach w halach Targów Kielce poprzez obsługę stoiska ROT WŚ. (koszt osobowy zawarty w kosztach administracyjnych)</p> <p>Wsparcie działań Biura Zarządu ROT WŚ: - obsługa wizyt studyjnych; - targi krajowe i zagraniczne - wsparcie działalności wydawniczej (doraźna korekta wydawnictw, tłumaczenia, itp.) - wsparcie w organizacji imprez: Agrotavel, Sabat Czarownic, (koszt osobowy zawarty w kwestiach administracyjnych)</p>
--	--	----------------------------------	---

19	- Agrotravel	100 000,00	
	-koszty związane z organizacją i koordynacją Międzynarodowej Konferencji Turystyki Wiejskiej i Agroturystyki i Targów AGROTRAVEL VI.	90 000,00	
	-organizacja study tour dla dziennikarzy polskich	10 000,00	
20	Razem inne działania	399 000,00	
21	RAZEM KOSZTY STATUTOWE:	11 500 823,90	
22	Strata/zysk roku 2013		77 454,29
RAZEM:		11 500 823,90	

KOSZTY DZIAŁALNOŚCI ADMINISTRACYJNEJ

23	Koszty administracyjne Osobowe: - wynagrodzenia i narzuty ZUS	666 883,00 440 528,00 440 528,00	
24	Nieosobowe: - zużycie materiałów i energii - materiały biurowe i informatyczne - zużycie energii - pozostałe - usługi obce - czynsze - usługi bankowe - usługi telekomunikacyjne - usługi prawnicze - pozostałe - podatki i opłaty - opłaty skarbowe i administracyjne - pozostałe - amortyzacja - pozostałe koszty - inne pozostałe koszty	226 355,00 25 000,00 16 000,00 7 000,00 2 000,00 153 000,00 49 000,00 4 000,00 50 000,00 10 000,00 40 000,00 6 000,00 5 000,00 1 000,00 2 355,00 40 000,00 40 000,00	

25	Razem (koszty administracyjne)	666 883,00	
26	Razem koszty (administracyjne+statutowe)	12 167 706,90	

PRZYCHODY			
27	Składki członkowskie	1 113 500,00	w tym: 650 000,00 zł Urząd Marszałkowski 94 300,00 zł Miasto Kielce 34 400,00 zł Powiat Kielce 73 500,00 zł Stowarzyszenie Narty Świętokrzyskie 60 000,00 zł Specjalna Strefa Gospodarcza Starachowice 30 000,00 zł Gmina Pacanów/ECB 171 300,00 zł pozostałe samorządy i inni członkowie
28	POT	4 000,00	Dofinansowanie wspólnych zadań

29	RPO (zaliczka /kredyt) - Krzyżtopór - Turystyczna Promocja	3 023 440,57 457 037,98 2 566 402 59	
30	POKL	478 718,00	W 2014 roku na realizację zadań w projekcie współpracy ponadnarodowej „Międzynarodowe doświadczenie kluczem do sukcesu w branży turystycznej regionu świętokrzyskiego” otrzymamy 2 transze (po zatwierdzeniu wniosków o płatność przez ŚBRR).
31	Projekt dofinansowany ze środków Ministerstwa Sportu i Turystyki	54 000,00	„Strategia rozwoju turystyki w Województwie Świętokrzyskim na lata 2014-2020”
32	Agrotravel	90 000,00	Przychody na Agrotravel związane z realizacją umów zawartych pomiędzy ROT WŚ a MSiT , które dotyczyć będą organizacji i koordynacji Międzynarodowej Konferencji Turystyki Wiejskiej i Agroturystyki i Targów AGROTRAVEL V I.
33	Projekt trasy rowerowe Polski Wschodniej – promocja	6 693 508,42	
34	Inne przychody z działań statutowych (m.in. targi)	50 000,00	
RAZEM		11 507 166,99 + 77 454,29= 11 584 621,28	

WYNIK FINANSOWY

Strata - 583 085,62