

SPRAWOZDANIE

Finansowo-merytoryczne za 2015 rok

a) KOSZTY/PRZYCHODY ADMINISTRACYJNE

Lp.	DZIAŁANIE	KWOTA	UWAGI
KOSZTY DZIAŁALNOŚCI ADMINISTRACYJNEJ			
1	Osobowe (wynagrodzenia i narzuty)	595 395,83	
2	Niesobowe:	245 017,66	
	- zużycie materiałów i energii	33 170,77	
	- usługi obce	128 936,10	
	- podatki i opłaty	1 391,50	
	- amortyzacja	366,00	
	- pozostałe koszty	81 153,29	
RAZEM KOSZTY DZIAŁALNOŚCI ADMINISTRACYJNEJ: 840 413,49 zł			

b) KOSZTY/PRZYCHODY DZIAŁAŃ STATUTOWYCH

KOSZTY I PRZYCHODY DZIAŁALNOŚCI STATUTOWEJ			
Lp.	DZIAŁANIE	KOSZTY	UWAGI
MIEDZYNARODOWE DOŚWIADCZENIE KLUCZEM DO SUKCESU – POKL			
PRZYCHODY: 504 602,11 zł			
	DZIAŁANIE	KOSZTY	UWAGI
3	Koszty merytoryczne	440 715,85	<p>Działania:</p> <ul style="list-style-type: none"> - kursy zawodowe i doradztwo, zajęcia w Europejskim Centrum Informacji - 247 uczniów - płatne staże u świętokrzyskich pracodawców 40 uczniów - szkolenia podczas wizyty studyjnej w Wielkiej Brytanii 14 uczniów - konferencja naukowa dotycząca rynku pracy w Polsce i Wielkiej Brytanii - przygotowanie i wydruk publikacji w j. polskim i angielskim - stworzenie platformy e-learningowej wraz z materiałami szkoleniowymi <p>Przeprowadzono adaptację i wyposażono:</p> <ul style="list-style-type: none"> - hotelową jednostkę mieszkalną, pracownię komputerową, bibliotekę szkolną, czytelnię, centrum multimedialne
RAZEM KOSZTY: 440 715,85			

**TURYSTYCZNA PROMOCJA REGIONU ŚWIĘTOKRZYSKIEGO POPRZECZ PRODUKCJE AUDIOWIZUALNE, PR, REKLAME,
ORAZ INNE NOWOCZESNE INSTRUMENTY I NARZĘDZIA**

PRZYCHODY: 1 264 160,39 zł

	DZIAŁANIE	KOSZTY	UWAGI
4	Produkcje audiowizualne	940 360,98	- Sabat Czarownic - Felietony - Emisja filmu :Sabat Czarownic” w TVP Polonia
5	Zakup filmów reklamowych	152 000,00	- Produkcja filmu „Sabat Czarownic” – wersja 8 i 12 minutowa do emisji w TV i kapsule 5D, wersja 2 minutowa do emisji w Internecie, wersja 20 i 30 sekundowa – zapowiedź w tv, 2 wersje językowe (pol., ang.)
6	Przygotowanie i druk wydawnictw	205 742,10	- Świętokrzyskie czaruje w 3D (II część, nakład 14 513 egz.) - Największe Atrakcje, (seria 4 folderów): ZIEMIA SANDOMIERSKA ZIEMIA STASZOWSKA ZIEMIA BUSKA ZIEMIA ŚWIĘTEGO KRZYŻA (nakład 16 000 egz., partnerzy: 4 Lokalne Organizacje Turystyczne z terenu województwa świętokrzyskiego) - Zakup przewodnika „Z sercem w plecaku”, (nakład 150 egz.) - Zakup dwóch komputerów stacjonarnych, laptopa wraz z Ploterem i innymi urządzeniami towarzyszącymi oraz oprogramowaniem.
7	Wykonanie gadżetów	11 943,00	- torba standardowa laminowana (500szt.) - plecak rowerowy (100 szt.) - pudełka na lunch (100 szt.)
8	Badania ilościowe i wizerunkowe	36 055,00	Przeprowadzono badania wizerunkowe postrzegania województwa świętokrzyskiego przez turystów
9	Zakup samochodu	157 624,00	Zakupiono samochód marki Toyota Hilux – który służy do wożenia kapsuły 5D oraz stoiska targowego
10	Promocja projektu	21 703,56	Zorganizowanie konferencji

			podsumowującej projekt w hotelu Best Western Grand oraz wydanie ulotki poświęconej projektowi.
11	Zarządzanie projektem	9 000,00	Koszty osobowe: księgowość; obsługa prawna

RAZEM KOSZTY: **1 534 428,64**

TRASY ROWEROWE W POLSCE WSCHODNIEJ – PROMOCJA

PRZYCHODY: 21 569 141,20 zł

	DZIAŁANIE	KOSZTY	UWAGI
12	Kampania telewizyjna	6 576 007,99	<ul style="list-style-type: none"> - produkcja i emisja filmu 3D promującego WSR Green Velo 4 wersje językowe, wersja 8, 12 minutowa (Kapsuła 5D), 2 minutowa (Internet), wersja 20 i 30 sekundowa (zwiastuny) - produkcja i emisja spotu promocyjnego - lokowanie produktu „Wakacyjny Peleton Gwiazd” - telewizja śniadaniowa (8 odcinków PNŚ)
13	Wydawnictwa promocyjne	3 055 763,44	<p><u>Przewodniki, ulotki, mapy:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Folder ogólny - Ulotka ogólna o projekcie - Ulotka ogólna dotycząca inwestycji - Seria 9 rodzajów ulotek odcinkowych - Wydawnictwo edukacyjne - Album - Kalendarz – 3 rodzaje <p>(łącznie nakład: 2 423 097 egz.)</p> <p><u>Mapy 12 królestw - składne, zrywki:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Mapy 5 województw - Mapy całego szlaku ścienna i składana <p>(łącznie nakład map to 1 037 600 egz.)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Atlas rowerowy dla

			<p>każdego z 5 województw (łącznie nakład atlasów to 76 897 egz.)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Seria 12 przewodników po królestwach (342 000 egz.) - Seria 12 paszportów turystycznych po królestwach (444 000 egz.)
14	Wykonanie gadżetów	798 172,44	<ul style="list-style-type: none"> - 120 rowerów crossowych - 500 kompletów strojów Rowerowych - Gadżety rowerowe, m.in. rękawiczki, bidony, sakwy rowerowe, światełka, odblaski, zestawy narzędzi rowerowych, torby na ramę; (łącznie 46 071 szt.)
15	Wdrożenie standardu oznakowania	237 572,93	<p>Wdrożenie 2 systemów certyfikacyjno-łojalnościowych:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dla szlaków i tras rowerowych (wytyczanie, znakowanie) - Dla kwater „przyjaznych rowerzystom” i innych obiektów (gastronomicznych, usługowych).
16	Oznakowanie szlaków rowerowych	903 452,22	<ul style="list-style-type: none"> - audyt 5 500 km znakowanych szlaków rowerowych, - opracowanie 3796 km nieznakowanych tras rowerowych w formie wycieczek rowerowych, - oznakowanych 500 węzłów, obiektów i atrakcji turystycznych w korytarzu szlaku Green Velo.
17	Zaprojektowanie elementów oznakowania szlaku	281 794,00	<ul style="list-style-type: none"> - przygotowanie 600 tablic opisowych
18	Stworzenie MPRów	1 125 965,06	<p>Wybór i doposażenie ok. 550 obiektów oferujących usługi dedykowane turystom rowerowym.</p>

19	Wykonanie witaczy	212 358,27	W wyniku realizacji zamówienia wykonanych zostało 7 „witaczy” na obszarze 5 województw Polski Wschodniej.
20	Upowszechnienie standardów jakości	485 710,00	<p>- Opracowanie, druk i dystrybucja poradnika określającego standardy i oznakowanie szlaków i tras rowerowych, obiektów, pamiątek itp. w ramach sieci szlaków;</p> <p>- organizacja spotkań informacyjnych dla zainteresowanych partnerów.</p> <p>W ramach zadania zrealizowano ponadto:</p> <p>- Wizyty przedstawicieli niemieckiej organizacji ADFC, którzy zaprezentowali niemiecki model zarządzania infrastrukturą rowerową w Polsce.</p> <p>- Wizytę studyjną dla liderów porozumień lokalnych w celu pokazania funkcjonujących obiektów w Niemczech i innych krajach Unii Europejskiej.</p>
21	Organizacja podmiotu zarządzającego trasą	255 471,00	Opracowanie strategii zarządzania produktem turystycznym „Wschodni Szlak Rowerowy Green Velo”.
22	Współpraca z partnerami projektu	29 905,65	Organizacja spotkań konsultacyjnych z partnerami projektu w 5 Regionach przez które przebiega szlak.
23	Kampania radiowa	605 917,06	<p>- audycje sponsorowane w rozgłośniach ogólnopolskich (10 audycji Henryka Sytnera), Program 3 Polskie Radio</p> <p>- kampania spotową o zasięgu ogólnopolskim – stacje grupy EuroZET</p> <p>- kampania spotową w radiach regionalnych – Radio Kielce, Radio Olsztyn, Radio Lublin, Radio Białystok, Radio Rzeszów (łącznie 300 spotów)</p> <p>- sponsoring w radiu ogólnopolskim (Program 3, Polskie Radio).</p>

24	Kampania prasowa	1 383 663,71	<ul style="list-style-type: none"> - Emisja reklam całostronicowych w 17 tytułach w Polsce w grudniu - Insert kalendarza Green Velo w dziennikach lokalnych we wszystkich województwach
25	Kampania Internetowa	1 322 313,52	<ul style="list-style-type: none"> - stworzenie portalu www.greenvelo.pl - kampania reklamowa w Internecie była prowadzona poprzez emisję bannerów reklamowych, świadczenie usług SEO, pozycjonowanie portalu oraz prowadzenie kampanii SEM - linku sponsorowanego. Swoim zasięgiem objęła użytkowników portali społecznościowych, zdjęciowych, horyzontalnych, portali i serwisów tematycznych i regionalnych, serwisów typu VOD z uwzględnieniem urządzeń mobilnych tj. aplikacji. <u>Kampanie prowadzono na:</u> - 3 portalach horyzontalnych (www.onet.pl , www.wp.pl, www.interia.pl) - 7 portalach społecznościowych - 4 portalach zdjęciowych - 347 portalach i serwisach turystycznych - 191 portalach i serwisach regionalnych.
26	PR	694 103,59	<ul style="list-style-type: none"> - wybór i zarządzanie ambasadorem marki - 13 konferencji prasowych ogólnopolskich i regionalnych - 8 wizyt studyjnych dziennikarzy krajowych i zagranicznych - zakup zdjęć wraz z prawami autorskimi z terenu 5 Województw (łączna ilość zdjęć pozyskanych w roku 2015 to 473 zdjęcia)
27	Kampania w MS	90 484,94	<ul style="list-style-type: none"> - prowadzenie 5 profili Szlaku Green Velo w mediach społecznościowych, - tworzenie postów, - stały kontakt z użytkownikami, - odpowiadanie na pytania, - monitoring komentarzy, - prowadzenie korespondencji, - obróbka graficzna zamieszczanych materiałów, - reagowanie na sytuacje kryzysowe - przeprowadzenie 2 konkursów

28	Kampania Ambient Media	827 422,00	<ul style="list-style-type: none"> - reklama w systemach wypożyczalni rowerów miejskich; - akcja Zielony Rower; - reklama w sieci klubów fitness; - współpraca promocyjna ze sklepami rowerowymi; - akcje promocyjne z producentami rowerów - współpraca promocyjna z Przewoźnikiem o zasięgu krajowym i zagranicznym; - reklama Natural Media; - akcja Peleton Pokoleń; - stworzenie scenariuszy do gier terenowych (questing i geocaching)
29	Eventy	689 553,50	<ul style="list-style-type: none"> - udział w imprezach sportowo rekreacyjnych, - obecność marki na wybranych cyklach maratonów rowerowych, - wsparcie w organizacji imprez regionalnych, - kampania edukacyjna, - promocja z udziałem Kina 5D: Mediolan EXPO 2015, Agrotavel Kielce, Lato Warszawa. <p><u>Zestaw promocyjny:</u> Samochód, namiot, stojaki, flagi, banery.</p> <p><u>Wykorzystanie:</u> imprezy promocyjne, wyścigi, targi, eventy</p>
30	Targi	904 355,97	<ul style="list-style-type: none"> - wykonanie indywidualnego stoiska wystawienniczego - obsługa techniczna wszystkich imprez targowych - pokazy trialu rowerowego na stoisku - konkursy edukacyjno-sprawnościowe na stoisku <p><u>Udział w targach turystycznych 5 REGIONÓW Polski Wschodniej:</u></p> <p>KRAJOWE: - NA STYKU KULTUR Łódź</p>

			<ul style="list-style-type: none"> - GLOB*alnie Katowice 27 - Festiwal Turystyki i Czasu Wolnego Gdańsk - LATO Warszawa - BIKE EXPO Kielce - TOUR SALON Poznań - TT Warsaw <p>ZAGRANICZNE:</p> <ul style="list-style-type: none"> - VAKANTIEBERAUS Utrecht - SALON DES VACANCES Bruksela - ITB Berlin - JANTUR Kaliningrad - EXPO Mediolan - EUROBIKE Friedichshafen.
31	Promocja projektu	138 498,30	<ul style="list-style-type: none"> - druk Programu promocji i rozwoju tras rowerowych w Polsce Wschodniej na lata 2013-2020, - realizacja badań ilościowo-jakościowych, - wykonanie folderu podsumowującego rezultaty projektu, - wykonanie plakatów, ścianek prasowych i roll-upów
32	Zarządzanie projektem:	947 192,81	<ul style="list-style-type: none"> - Koordynacja i nadzór merytoryczny - Obsługa postępowań - Doradztwo - Współpraca z regionami - Wyposażanie i utrzymanie biura projektu, - Wynagrodzenia pracowników, konsultantów regionalnych i ekspertów zaangażowanych w projekt
RAZEM KOSZTY: 21 565 678,40			

POZOSTAŁE KOSZTY I PRZYCHODY

	DZIAŁANIE	KOSZTY	PRZYCHODY	UWAGI
33	Agrotravel	144 340,87	90 000,00	<p><u>Główne wydarzenia:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - 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
34	Dymarki Świętokrzyskie	151 284,00	132 700,00	<ul style="list-style-type: none"> - Przygotowanie prezentacji archeologicznej, - Wykonanie ulotek, plakatów i zaproszeń, - Przygotowanie i emisja spotu promocyjnego.
35	Targi turystyczne	259 742,48		<ul style="list-style-type: none"> - Udział stoiska regionalnego w imprezach targowych wraz z obsługą techniczną i merytoryczną <p><u>Targi krajowe:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - NA STYKU KULTUR Łódź - AGROTRAVEL Kilece - ATRAKCJE REGIONÓW Chorzów - TOUR SALON Poznań - TT Warsaw <p><u>Targi zagraniczne:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - ITB Berlin - EXPO Mediolan
36	Wizyty studyjne	60 000,00		<ul style="list-style-type: none"> - 25 - 28 czerwca - dziennikarze i touroperatorzy z Węgier wzięli udział w koncercie „Sabat Czarownic”

				- 2 – 3 sierpnia - dziennikarze z Niemiec realizujący reportaż do Magazynu Motorradfahrer - „Innowacyjność w turystyce wiejskiej a nowe możliwości zatrudnienia na obszarach wiejskich” 15 - 17 września 2015, Korytnica - 3 wizyty studyjne do najatrakcyjniejszych miejsc regionu świętokrzyskiego: Trasa 1. Ziemia Sandomierska Trasa 2. Ponidzie Trasa 3. Góry Świętokrzyskie
37	Strategia Rozwoju Turystyki	1 798,60		Dokończenie działań związanych z pisaniem Strategii Rozwoju Turystyki z 2014 roku
38	Inne koszty/przychody statutowe	93 080,58	105 909,32	- Delegacje dotyczące wyjazdów w sprawach statutowych; - Umowy zlecenie/dzieło; - Domeny internetowe; - Hosting; - Pozostałe.
RAZEM:		710 246,53	328 609,32	
39	RAZEM	KOSZTY: 25 091 680,15 w tym: 24 251 069,42 statutowe administracyjne 840 413,49 finansowe 197,24	PRZYCHODY: 24 875 471,92 w tym: 23 666 513,02 statutowe składki 1 204 820,00 finansowe 4 138,90	

WYNIK FINANSOWY: 216 208,23 (WARTOŚĆ UJEMNA)