

Plan działań promocyjnych województwa podlaskiego w 2009 roku

Zgodnie z ustawą o samorządzie województwa z dnia 5 czerwca 1998 r. art. 11 oraz art. 41, promocja regionu należy do zakresu działań samorządu województwa. Założenia promocji zostały określone w oparciu o dokumenty podstawowe tzn.: zapisy "Strategii Rozwoju Województwa Podlaskiego do 2020 roku", "Program Rozwoju Turystyki i Zagospodarowania Turystycznego Województwa Podlaskiego do roku 2010" oraz z planem Polskiej Organizacji Turystycznej na rok 2009, a także z "Założeniami polityki społeczno-gospodarczej Województwa Podlaskiego na rok 2009" i "Programem współpracy Województwa Podlaskiego z organizacjami pozarządowymi oraz podmiotami wymienionymi w art. 3 ust. 3 ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie".

Zestawienie przedsięwzięć o charakterze promocyjnym przewidzianych do realizacji w roku 2009 - napisane przez Departament Współpracy z Zagranicą i Promocji UMWP

Departament Współpracy z Zagranicą i Promocji

1. Konkurs „Podlaska Marka Roku 2008”

Data realizacji: styczeń-marzec 2009 r.

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Celem konkursu jest wyłonienie i wypromowanie produktów, miejsc lub przedsięwzięć, które ze względu na swoją jakość, unikatowe walory i związki z województwem podlaskim, reprezentują poziom nieprzeciętny, godny do naśladowania. W 2009 roku planowane jest przeprowadzenie konkursu w ulepszonej, bardziej atrakcyjnej formule. Zostanie rozwinięta formuła konkursu, zwiększy się promocja samego konkursu, jak i jego laureatów. Ilość kategorii konkursowych zostanie zwiększona, zostało również założone stworzenie podkategorii do poszczególnych kategorii konkursowych. Laureaci Podlaskiej Marki Roku będą promowani podczas pozostałych przedsięwzięć wpisywanych w działania programowe Urzędu Marszałkowskiego Województwa Podlaskiego.

Partnerzy: Polskie Radio Białystok, Telewizja Białystok, Opera i Filharmonia Podlaska, Gazeta Współczesna

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Współpracy z Zagranicą i Promocji

2. „Honorowy Ambasador Województwa Podlaskiego”

Data realizacji: marzec 2009 r.

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Współpracy z Zagranicą i Promocji

3. Opracowanie „Założeń Wieloletniego Planu Promocji Województwa Podlaskiego”

Data realizacji: styczeń-marzec 2009 r.

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Założenia Wieloletniego Planu Promocji Województwa Podlaskiego na lata 2010-2014

założenia wieloletniego Planu Promocji województwa Podlaskiego na lata 2010-2014 to dokument o szczególnym znaczeniu dla promocji regionu. Stanowić on będzie fundament, na którym opierać się będą wszelkie działania o charakterze informacyjno-promocyjnym podejmowane przez Samorząd Województwa Podlaskiego. Ponadto, dokument będzie podstawą do przyszłych działań marketingowych zmierzających do wykreowania spójnego i atrakcyjnego wizerunku województwa podlaskiego.

Partnerzy: Wyg International Sp.zo.o.

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Współpracy z Zagranicą i Promocji

4. Akcja promocyjna w Warszawie

Data realizacji: maj 2009 r.

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Celem jednodniowej akcji promocyjnej jest zachęcenie potencjalnych turystów do spędzenia weekendu, wakacji letnich lub zimowych w województwie podlaskim. Urząd Marszałkowski Województwa Podlaskiego zaprezentuje swoje stoisko, które obsługiwać będzie Departament Współpracy z Zagranicą i Promocji w kooperacji z innymi Departamentami Urzędu Marszałkowskiego Województwa Podlaskiego. Prowadzona będzie akcja promocyjna – rozdawnictwo wydawnictw, gadżetów promocyjnych, konkursy i inne działania promujące województwo.

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Współpracy z Zagranicą i Promocji i inne Departamenty Urzędu Marszałkowskiego

5. 496. Urodziny Województwa Podlaskiego

Data realizacji: sierpień 2009 r.

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Celem przedsięwzięcia jest budowanie tożsamości obywatelskiej – integrowanie mieszkańców regionu, popularyzacja historii, kultury, prezentacje najważniejszych historycznie i kulturowo miast województwa podlaskiego.

Partnerzy: PUW, WOAK

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Współpracy z Zagranicą i Promocji, Departament Kultury i Dziedzictwa Narodowego

6. Rozbudowa Galerii Samorządowej

Data realizacji: kwiecień 2009 r.

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

W galerii samorządowej prezentowane są prace artystyczne autorów związanych z naszym regionem i samorządem województwa oraz wystawy tematyczne nawiązujące do wydarzeń i przedsięwzięć organizowanych w województwie. Sukcesywne poszerzanie tematyki i formy prezentowanych prac wymusza rozbudowę i modernizację galerii. Jedną z form działalności galerii będzie. współpraca z lokalną instytucją kultury.

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Współpracy z Zagranicą i Promocji

7. Wydanie dodatków promocyjnych w gazecie ogólnopolskiej

Data realizacji: kwiecień - lipiec 2009 r.

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Publikacja ma na celu promocję województwa podlaskiego w innych regionach kraju, potencjalnie będących najlepszym odbiorcą oferty turystycznej, kulturalnej i gospodarczej województwa podlaskiego. Zakres tematyczny dodatku obejmował będzie sfery takie jak: turystyka, kultura i atrakcje regionu. Ponadto jeden z zeszytów poświęcony będzie konkursowi Podlaska Marka Roku – promocji samego konkursu, jak i jego laureatów.

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Współpracy z Zagranicą i Promocji

8. Udział w imprezach „Studio Lato”

Data realizacji: lipiec-sierpień 2009 r.

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

W 2009 r. planowane jest uczestnictwo i promocja województwa podlaskiego w imprezach w ramach „Studia Lato” organizowanych przez Polskie Radio Białystok, które odbędą się w największych i najbardziej atrakcyjnych miejscowościach regionu. Wybór najbardziej perspektywicznych, dużych imprez zapewni dotarcie do jak największej liczby odbiorców. Na każdej z ww. imprez Urząd Marszałkowski Województwa Podlaskiego zaprezentuje swoje stoisko, które obsługiwać będzie Departament Współpracy z Zagranicą i Promocji w kooperacji z innymi Departamentami Urzędu Marszałkowskiego Województwa Podlaskiego. Prowadzona będzie akcja promocyjna – rozdawnictwo wydawnictw, gadżetów promocyjnych, konkursy i inne działania promujące województwo podlaskie. Najważniejszą imprezą całego cyklu będą Mistrzostwa Polski w Pływaniu na Byle Czym „Co Ma Pływać Nie Utonie”, odbywające się w Augustowie.

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Współpracy z Zagranicą i Promocji i inne Departamenty Urzędu Marszałkowskiego

9. Realizacja filmu promocyjnego

Data realizacji: maj 2009 r.

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

W 2009 r. przygotowany zostanie film promocyjny ukazujący walory turystyczne, potencjał gospodarczy, możliwości inwestycyjne i inne najważniejsze cechy i zalety województwa podlaskiego. Będzie on wyświetlany na wszelkiego rodzaju imprezach promujących region oraz na targach w kraju i za granicą organizowanych przez inne

Departamenty Urzędu Marszałkowskiego województwa Podlaskiego.

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Współpracy z Zagranicą i Promocji

10. Wydanie folderów promocyjnych

Data realizacji: styczeń 2009 r.

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Planowane jest wydanie dwóch rodzajów folderów promocyjnych:

- a) wersja ekskluzywna przeznaczona do promocji podczas imprez i wydarzeń prestiżowych lub jako elegancki prezent podczas oficjalnych wizyt z kraju i za granicą.
- b) wersja standardowa folderu, przeznaczona do rozdawania na imprezach, targach, seminariach itp.

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Współpracy z Zagranicą i Promocji

11. Gadżety promocyjne

Data realizacji: marzec 2009 r.

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Zakup pakietu różnorodnych, atrakcyjnych gadżetów reklamowych w celu ich dystrybucji na imprezach promujących województwo podlaskie

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Współpracy z Zagranicą i Promocji

12. Kronika Województwa Podlaskiego

Data realizacji: styczeń-grudzień 2009 r.

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Cykliczny program „Kronika Województwa Podlaskiego” poświęcony jest prezentacji województwa podlaskiego, a w szczególności najważniejszych przedsięwzięć w polityce regionalnej, w dziedzinie funduszy strukturalnych, popularyzacji oferty gospodarczej i turystycznej województwa, działań związanych z rolnictwem, kulturą, ochroną zdrowia, ochroną środowiska oraz relacjonowaniu najważniejszych imprez promocyjnych Województwa Podlaskiego i konferencji tematycznych.

Partnerzy: Telewizja TV Białystok

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Współpracy z Zagranicą i Promocji

13. Studium wykonalności

Data realizacji: marzec 2009 r.

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Studium wykonalności będzie dokumentem umożliwiającym opracowanie kampanii promocyjnej województwa podlaskiego na lata 2010-2014 wynikającej z „Założeń

wieloletniego planu promocji województwa podlaskiego”

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Współpracy z Zagranicą i Promocji

14. Udział w akcjach promocyjnych koordynowanych przez inne Departamentu Urzędu Marszałkowskiego Województwa Podlaskiego

Data realizacji: styczeń – grudzień 2009 r.

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Udział w akcjach promocyjnych koordynowanych przez inne Departamentu Urzędu Marszałkowskiego Województwa Podlaskiego.

15. Pozyskiwanie funduszy unijnych

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Realizacja projektów mających na celu efektywną i zintegrowaną promocję regionu oraz wydłużenie sezonu turystycznego: projekt promocyjny Kampania promocyjna województwa podlaskiego na lata 2010-2014.

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Współpracy z Zagranicą i Promocji

16. Obchody 5-lecia istnienia Biura Regionalnego Województwa Podlaskiego w Brukseli

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Impreza promocyjna w Brukseli związana z uczczeniem 10-lecia obecności województwa podlaskiego w Brukseli i 5-lecia istnienia Biura Regionalnego Województwa Podlaskiego. Obchody połączone z prezentacją dorobku artystycznego województwa, oferty turystycznej i gospodarczej. Celem imprezy jest zwiększenie rozpoznawalności województwa podlaskiego oraz Biura Regionalnego w Brukseli.

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Współpracy z Zagranicą i Promocji

17. Open Days – Europejski Tydzień Regionów i Miast

Data realizacji: październik 2009r.

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Największa w Brukseli cykliczna impreza promocyjna z zakresu polityki regionalnej, organizowana przez Komisję Europejską i Komitet Regionów we współpracy z regionami i miastami z całej Europy. Biuro Regionalne Województwa Podlaskiego w Brukseli będzie współorganizować seminarium tematyczne w konglomeracie z wybranymi regionami oraz stoisko promocyjne województwa podczas imprezy towarzyszącej Inwestor`s Cafe. Udział przedstawicieli województwa podlaskiego w seminariach tematycznych. Celem przedsięwzięcia zwiększenie rozpoznawalności województwa i Biura Regionalnego w Brukseli.

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Współpracy z Zagranicą i Promocji

Departament Rozwoju Obszarów Wiejskich

1. Dożynki Wojewódzkie

Data realizacji: wrzesień 2009r.

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Kultywowanie tradycji wsi województwa podlaskiego

Partnerzy: samorząd lokalny

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Rozwoju Obszarów Wiejskich

2. BIOFACH

Data realizacji: luty 2009r.

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Promocja żywności ekologicznej województwa podlaskiego – zwiększenie popytu na produkty z regionu.

Partnerzy: producenci prod. ekologicznych

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Rozwoju Obszarów Wiejskich

3. EKO GALA

Data realizacji: maj 2009r.

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Promocja żywności ekologicznej województwa podlaskiego – zwiększenie popytu na produkty z regionu.

Partnerzy: producenci prod. ekologicznych

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Rozwoju Obszarów Wiejskich

4. Zielone Świątki

Data realizacji: maj 2009r.

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Kultywowanie tradycji wsi województwa podlaskiego – zwiększenie popytu na produkty z regionu.

Partnerzy: Białostockie Muzeum Wsi

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Rozwoju Obszarów Wiejskich

5. Nasze Kulinarne Dziedzictwo

Data realizacji: sierpień 2009r.

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Kultywowanie tradycji kulinarnych województwa podlaskiego – zwiększenie popytu na produkty z regionu.

Partnerzy: ODR

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Rozwoju Obszarów Wiejskich

6. Zioła i Miody w Skansenie

Data realizacji: sierpień 2009r.

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Kultywowanie tradycji kulinarnych województwa podlaskiego – zwiększenie popytu na produkty z regionu.

Partnerzy: samorząd lokalny

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Rozwoju Obszarów Wiejskich

7. FARMA

Data realizacji: październik 2009r.

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Promocja żywności ekologicznej i produktów regionalnych województwa podlaskiego – zwiększenie popytu na produkty z regionu.

Partnerzy: producenci prod. regionalnych

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Rozwoju Obszarów Wiejskich

Samodzielne Stanowisko Pracy ds. Funkcjonowania Krajowej Sieci Obszarów

1. Identyfikacja i analiza dobrych praktyk

Data realizacji: 2009 rok

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

- 1.Regionalny konkurs na najlepszy projekt zrealizowany na terenach wiejskich w zakresie infrastruktury przy wsparciu środków unijnych.
- 2.Regionalny konkurs na najlepsze gospodarstwo ekologiczne.
- 3.Udział w krajowych i zagranicznych targach i imprezach promujących produkty tradycyjne, regionalne i ekologiczne oraz o tematyce turystycznej.
- 4.Udział w krajowych i zagranicznych targach i imprezach o tematyce związanej z rozwojem obszarów wiejskich
- 5.Konkurs na najlepszy projekt/inicjatywę mającą na celu promocję regionu za pomocą produktu regionalnego lub tradycyjnego, agroturystycznego lub innego promującego region.
- 6.Konkurs na najlepszy projekt Odnowy Wsi.
- 7.Wsparcie imprez lokalnych promujących produkty ekologiczne, regionalne, rolnictwo, tereny wiejskie oraz agroturystykę

8. Materiały promocyjne.

9. Promocja idei KSOW w kraju oraz na terenie Województwa Podlaskiego.

Partnerzy: Lokalne Grupy Działania, Gminy, Ośrodek Doradztwa Rolniczego oraz inne podmioty działające na rzecz obszarów wiejskich

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Rozwoju Obszarów Wiejskich

2. Przeniesienie dobrych praktyk

Data realizacji: 2009 rok

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

1. Organizacja spotkań i warsztatów mających na celu prezentację dobrych praktyk i wymianę doświadczeń

2. Organizacja Kongresu Odnowy Wsi

3. Audycja TV – aktywizacja obszarów wiejskich

4. Udział w krajowych i zagranicznych imprezach promocyjnych

5. Publikacja i dystrybucja broszur informacyjnych i folderów

6. Promocja idei KSOW w kraju oraz na terenie Województwa Podlaskiego.

Partnerzy: Lokalne Grupy Działania, Gminy, Ośrodek Doradztwa Rolniczego oraz inne działające na rzecz obszarów wiejskich

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Rozwoju Obszarów Wiejskich

3. Zarządzanie siecią

Data realizacji: 2009 rok

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

1. Publikacja i dystrybucja broszury informacyjnej oraz ulotki nt. „Co to jest KSOW”

2. Wkładka informacyjna nt. KSOW w regionalnym dzienniku.

3. Materiały promocyjne dotyczące KSOW

4. Spot reklamowy w TV Regionalnej i zapraszający do przyłączenia się i czynnego udziału w KSOW. Promocja idei KSOW w kraju oraz na terenie Woj. Podlaskiego

Partnerzy: Lokalne Grupy Działania, Gminy, Ośrodek Doradztwa Rolniczego oraz inne działające na rzecz obszarów wiejskich

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Rozwoju Obszarów Wiejskich

Departament Zarządzania RPO

1. Roczny plan pomocy technicznej – działanie 7.2.

Data realizacji: 01/01/2009-31/12/2009

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Akcje informacyjno-promocyjne; Materiały promocyjne i informacyjne; Ogłoszenia o konkursach w prasie; Konferencje, spotkania, szkolenia, warsztaty itp.; Punkty Informacyjno-kontaktowe w regionie; Interaktywna baza projektów realizowanych w

informacyjne kontakty w regionie, interaktywna baza projektów realizowanych w ramach RPOWP na lata 2007-2013; Opracowanie dot. systemu informacji i promocji RPOWP

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Zarządzania RPO

Departament Kultury i Dziedzictwa Narodowego

1. V Sympozjon z cyklu „Warto zapytać o kulturę” dot. edukacji międzykulturowej dzieci i młodzieży

Data realizacji: październik 2009r.

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Konferencja z udziałem osób zajmujących się tematyką edukacji międzykulturowej – pracowników resortu kultury, nauki, studentów, działaczy organizacji pozarządowych. Celem jest diagnoza aktualnej sytuacji, wymiana doświadczeń, omówienie tzw. „dobrych praktyk”. Efektem będzie wydanie kolejnej publikacji zawierającej referaty i wypowiedzi uczestników Sympozjonu.

Partnerzy: Ośrodek „Pogranicze – sztuk, kultur, narodów” w Sejnach

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Kultury i Dziedzictwa Narodowego

2. Informator o kulturze województwa podlaskiego

Data realizacji: styczeń - luty 2009r.

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Publikacja zawierająca teksty i fotografie dot. najważniejszych instytucji kultury działających w województwie, organizacji pozarządowych, zabytków, szlaków kulturowych, sztuki ludowej itd. Wydana będzie w celu upowszechnienia tego, co najistotniejsze w kulturze naszego województwa, co odróżnia nas od innych regionów Polski, aby zachęcić, szczególnie turystów do aktywnego uczestnictwa w życiu kulturalnym regionu.

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Kultury i Dziedzictwa Narodowego

3. Wydawnictwo jubileuszowe z okazji 10. edycji przyznawania nagród Marszałka Województwa Podlaskiego za osiągnięcia w dziedzinie twórczości artystycznej, upowszechniania i ochrony dóbr kultury

Data realizacji: listopad 2009r.

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Wydawnictwo zawierać będzie informacje o laureatach kolejnych edycji, ich osiągnięciach i zasługach związanych z kulturą województwa podlaskiego i wpływu na stan i rozwój kultury regionu.

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Kultury i Dziedzictwa

4. Otwarcie pierwszej części Szlaku Architektury Drewnianej „ Drzewo i Sacrum”

Data realizacji: czerwiec 2009r.

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Celem jest zachowanie oryginalnego, drewnianego budownictwa i ochrona kultury materialnej i niematerialnej terenów wiejskich. Dodatkowym celem jest także promowanie bogactwa kulturowego regionu: ginące zawody, zwyczaje, gwary mniejszości narodowych i religijnych. Wszystko to przyczyni się do rozwoju turystyki w regionie.

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Kultury i Dziedzictwa Narodowego

5. Europejskie Dni Dziedzictwa (Festyn Archeologiczny „Grodzisko” w Zbuczu. EDD w Dowszpuście)

Data realizacji: wrzesień - październik 2009r.

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Celem jest promocja zabytków, tradycji i lokalnych obyczajów; wydarzenia kulturalne, które przyczyniają się do poszerzenia świadomości historycznej obywateli.

Partnerzy: Gmina Czyże, Starostwo Powiatowe w Suwałkach, Regionalny Ośrodek Badań i Dokumentacji Zabytków w Białymstoku

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Kultury i Dziedzictwa Narodowego

6. Wydanie publikacji dotyczącej zabytków województwa podlaskiego

Data realizacji: maj - czerwiec 2009r.

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Wydawnictwo zawierać będzie informacje o zabytkach naszego regionu (historia, zdjęcia), które przybliżą turystom środowisko obiektów zabytkowych z terenu województwa.

Partnerzy: ROBiDZ w Białymstoku

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Kultury i Dziedzictwa Narodowego

7. Podlaskie Dni Dziedzictwa

Data realizacji: maj - lipiec 2009r.

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Celem jest przybliżenie ludziom dziedzictwa historycznego oraz tradycji lokalnej

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Kultury i Dziedzictwa Narodowego

8. Obchody 70-ej rocznicy wybuchy II Wojny Światowej

Data realizacji: wrzesień 2009r.

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Walki o Nowogród oraz Wiznę - rekonstrukcja walk mająca pokazać i przybliżyć historyczne oraz mogące wzmocnić poczucie patriotyzmu.

Partnerzy: Gmina Nowogród, Gmina Wizna

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Kultury i Dziedzictwa Narodowego

9. Konkurs na Najlepiej Zachowany Zabytek Wiejskiego Budownictwa Drewnianego w Województwie Podlaskim

Data realizacji: maj - wrzesień 2009r.

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Celem jest promowanie najlepiej zachowanych zabytków architektury drewnianej

Partnerzy: Muzeum Rolnictwa im. ks. Krzysztofa Kluka w Ciechanowcu

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Kultury i Dziedzictwa Narodowego

Departament Infrastruktury i Ochrony Środowiska

1. Kampania edukacyjna w zakresie ochrony środowiska w województwie podlaskim

Data realizacji: druga połowa stycznia 2009r.

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Celem Kampanii jest upowszechnienie wśród społeczeństwa województwa podlaskiego wiedzy o:

- głównych problemach związanych z wpływem człowieka na najbliższe środowisko,
- sposobach ochrony środowiska oraz oszczędzania zasobów naturalnych,
- możliwościach i kierunkach rozwoju Podlasia w oparciu o zasoby środowiska.

Partnerzy: urzędy gmin, miast, starostwa, Podlaski Urząd Wojewódzki, WIOŚ, SANEPID i inne, WFOŚiGW w Białymstoku, TVP Oddział Białystok – patronat medialny, Gazeta Współczesna – patronat prasowy

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Infrastruktury i Ochrony Środowiska

Departament Edukacji, Sportu i Turystyki

1. Organizacja wizyt studyjnych dziennikarzy na terenie województwa podlaskiego

Data realizacji: 2009r. – współpraca całoroczna

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Współorganizacja wizyt studyjnych dziennikarzy, opracowanie programu wizyt, organizacja pobytu w regionie. Kraje priorytetowe: Holandia, Francja, Niemcy, Włochy. Dziennikarze krajowi – priorytetowe magazyny ogólnodostępne – niespecjalistyczne. Efektem wizyt będą reportaże prasowe i/lub filmowe dotyczące potencjału turystycznego woj. podlaskiego.

Partnerzy: POT i jej zagraniczne ośrodki w Amsterdamie, Paryżu, Rzymie, Berlinie, PROT, samorządy lokalne, branża turystyczna, parki narodowe i krajobrazowe

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Edukacji, Sportu i Turystyki

2. Udział w targach turystycznych

Wyróżniono targi, na których przewidziana jest zintensyfikowana promocja regionu. Targi zagraniczne – z uwagi na zapotrzebowanie zgłoszone przez zagraniczne ośrodki POT i główne grupy odbiorców; targi krajowe – z uwagi na główną grupę odbiorców i pozyskanie nowych grup docelowych na rynku lokalnym.

- Vakantiebeurs – Utrecht

Data realizacji: 14–18.01.09

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Jedne z największych w Europie targów turystycznych pod względem liczby odwiedzających (Holandia jest jednym z krajów, którego mieszkańcy najczęściej odwiedzają województwo podlaskie). Targi przybliżą Holendrom ofertę turystyczną regionu, gł. pod kątem turystyki przyrodniczej i aktywnej (gł. rowerowej) cieszącej się dużą popularnością w tym kraju.

Partnerzy: POIT Amsterdam, POT, Warmińsko-Mazurska ROT, PROT

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Edukacji, Sportu i Turystyki

- MATKA – Helsinki

Data realizacji: 15-18.01.09

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Najważniejsze targi odbywające się w Finlandii i jedno z najbardziej znaczących w Skandynawii. Prezentacja województwa ma zachęcić obcokrajowców do przyjazdu do regionu Podlaskiego.

Partnerzy: POIT Sztokholm, POT, PROT, AOT

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Edukacji, Sportu i Turystyki, Departament Współpracy z Zagranicą i Promocji

- ITB – Berlin

Data realizacji: 11 - 15.02.09

Data realizacji: 11–13.03.09

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Największe targi turystyczne w Europie. Niemcy są grupą turystów najczęściej odwiedzającą woj. podlaskie.

Partnerzy: POT, POIT Berlin, PROT, samorządy lokalne, branża turystyczna

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Edukacji, Sportu i Turystyki, Departament Współpracy z Zagranicą i Promocji

- MAP Le Monde a Paris – Paryż

Data realizacji: 19–22.03.09

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Francja – jedna z najliczniejszych grup turystów odwiedzających województwo podlaskie. Województwo po raz pierwszy uczestniczy w w/w targach. Celem jest przybliżenie oferty turystycznej regionu na francuskim rynku turystycznym ze szczególnym akcentem na turystykę przyrodniczą, będącą głównym tematem wizyt studyjnych dziennikarzy francuskich.

Partnerzy: POIT Paryż, Warmińsko-Mazurska ROT, PROT, samorządy lokalne, branża turystyczna

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Edukacji, Sportu i Turystyki

- Tourbiznes – Mińsk

Data realizacji: Listopad 2009

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Prezentacja oferty turystycznej woj. podlaskiego na rynku białoruskim. Zwiększenie ilości turystów z Białorusi i Litwy, jako najbliższych państw sąsiadujących z regionem.

Partnerzy: POT, Podlaski Oddział PIT

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Edukacji, Sportu i Turystyki

- MTT – Wrocław

Data realizacji: 06–08.02.09

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Prezentacja oferty turystycznej na nowym rynku lokalnym. Udział wynika z analizy zapytań o województwo w PROT oraz danych Podlaskiego Oddziału PIT.

Partnerzy: Augustowska Organizacja Turystyczna

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Edukacji, Sportu i Turystyki

- Podlaskie Targi Turystyczne

Data realizacji: 20–22.03.09

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Główne targi turystyczne północno-wschodniej Polski. Prezentacja oferty turystycznej ze szczególnym akcentem na mieszkańców województwa podlaskiego oraz terenów przygranicznych Białorusi i Litwy.

Partnerzy: PROT

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Edukacji, Sportu i Turystyki

- GLOB – Katowice

Data realizacji: 27-29.03.09

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Południe Polski – drugi ważny odbiorca krajowej podlaskiej oferty turystycznej, głównie pod kątem turystyki przyrodniczej i agroturystyki.

Partnerzy: PROT, Podlaski Oddział PIT, samorządy lokalne, branża turystyczna

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Edukacji, Sportu i Turystyki

- Krakowski Salon Turystyczny

Data realizacji: 04–06.04.09

Partnerzy: PROT, Podlaski Oddział PIT, samorządy lokalne, branża turystyczna

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Edukacji, Sportu i Turystyki

- Lato – Warszawa

Data realizacji: 24–26.04.09

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Warszawa - główny krajowy odbiorca podlaskiej oferty turystycznej.

Partnerzy: PROT, Podlaski Oddział PIT, samorządy lokalne, branża turystyczna

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Edukacji, Sportu i Turystyki

- Tour Salon – Poznań

Data realizacji: 21–24.10.09

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Największe polskie targi turystyczne o znaczeniu międzynarodowym. Podlaskie od lat cieszy się tam dużym zainteresowaniem.

Partnerzy: PROT, Podlaski Oddział PIT, samorządy lokalne, branża turystyczna

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Edukacji, Sportu i Turystyki

3. Strategia Rozwoju Turystyki w Województwie Podlaskim w latach 2010 - 2015

Data realizacji: 2009r.

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Zlecenie opracowania dokumentu.

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Edukacji, Sportu i Turystyki

4. Strategia rozwoju produktu turystycznego „Szlak Wodny Króla Stefana Batorego – Wisła – Kanał Augustowski”

Data realizacji: 2009r.

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Opracowanie wraz z Samorządem Województwa Mazowieckiego koncepcji produktowej dla szlaku wodnego Wisła – Kanał Augustowski. Dokument ma wskazać kierunki rozwoju szlaku oraz możliwości dofinansowania projektu z funduszy europejskich.

Partnerzy: Samorząd Województwa Mazowieckiego, samorządy lokalne woj. podlaskiego – sygnatariusze Listu Intencyjnego

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Edukacji, Sportu i Turystyki

5. Publikacje

Data realizacji: realizacja materiału filmowego : kwiecień/maj – grudzień 2009

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

1. Realizacja filmu na temat walorów kulinarnych i największych atrakcji turystycznych województwa podlaskiego. Film składający się z pięciu kilkunastominutowych (max 10 min) odcinków, po jednym odcinku na każdy podregion:

a) Białystok - jako stolica regionu, promocja turystyczna głównie pod kątem esperanto (współpraca z Urzędem Miejskim w Białymstoku). Tykocin - kuchnia żydowska, Urzędem Miejskim i stowarzyszeniem „Uroczysko” w Supraślu – miasto z 500-letnią historią, Muzeum Ikon, miejsce Mistrzostw Świata w Pieczeniu Babki i Kiszki Ziemniaczanej

b) Kruszyniany, Bohoniki, Sokółka – aktywne ośrodki kultury tatarskiej. Potrawy kuchni tatarskiej prezentowane przez zamieszkujących te tereny Tatarów.

c) Suwałki/Sejny/Augustów – tradycje kulinarne Suwalszczyzny – wyrób sękacza, kindziuka, tradycyjnych serów. Atrakcje: Wigierski Park Narodowy, Suwalski Park Krajobrazowy, Kanał Augustowski, pojezierze suwalskie i augustowskie.

d) Region Puszczy Białowieskiej (Hajnówka/Białowieża) – nalewki ziołowo-owocowe, miody (lipiec białowieski), ciasto „marcinek”. Atrakcje turystyczne: Białowieski Park Narodowy, Hajnówka – „Brama do Puszczy”, miejsce organizacji festiwalu muzyki cerkiewnej.

e) Łomża/Nowogród – kuchnia kurpiowska. Atrakcje turystyczne: katedra w Łomży, forty w Piątnicy, skansen kurpiowski w Nowogrodzie.

Każdy odcinek zrealizowany z udziałem znanej osoby prowadzącej programy kulinarne w ogólnopolskich stacjach telewizyjnych, na terenie gospodarstw wytypowanych po konsultacji z właściwym starostą. Film w wersji językowej POL, ANG, NIEM, FR z podziałem na podregiony, rozpoczynający się prezentacją położenia i głównych atrakcji turystycznych danego podregionu. Dodatkem do filmu będzie folder promujący główne produkty tradycyjne oraz miejsca, w których serwowane są dane potrawy.

2. Rowerem przez Podlaskie: mapka ścieżek rowerowych województwa z opisem

głównych atrakcji.

3. „Podlaskie na 55+”, folder dla seniorów - oferta pensjonatów i kwater lub ośrodków agroturystycznych, szczególny akcent na dostosowanie obiektów i oferty turystycznej do potrzeb osób niepełnosprawnych ruchowo.

4. Modyfikacja folderu „Największe atrakcje turystyczne województwa podlaskiego” i wydanie w wersji polskiej, angielskiej, niemieckiej, francuskiej, rosyjskiej

5. Gadżety promocyjne z logo województwa.

6. Zakup zdjęć z prawami autorskimi o rozdzielczości spełniającej wymagania druków wielkoformatowych

Partnerzy: PROT, samorządy lokalne, branża turystyczna i stowarzyszenia działające w obszarze promocji turystyki i dziedzictwa kulinarnego, parki narodowe i krajobrazowe, indywidualni wytwórcy produktów tradycyjnych

6. Realizacja projektu w ramach PORPW Działanie V.2 Trasy rowerowe

Data realizacji: 2009r.

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

W ramach projektu powstanie trasa rowerowa przebiegająca przez najbardziej atrakcyjne turystycznie tereny woj. podlaskiego. Trasa jest częścią ogólnopolskiej trasy przebiegającej przez 5 województw Polski wschodniej.

Jednostki UMWP realizujące zadanie: EST.II, MRR, PARP samorządy lokalne

Departament Zdrowia

1. VII Rajd ratownictwa medycznego

Data realizacji: maj 2009r.

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Przedsięwzięcie będzie miało charakter rywalizacji zespołów ratownictwa medycznego, zarówno w zakresie znajomości teorii, jak i praktycznych zdań. Udział pozwoli na sprawdzenie się zarówno w sytuacjach typowych jak i tych, z jakimi służby ratownicze mają do czynienia stosunkowo rzadko. Ponadto Rajd umożliwi budowanie pozytywnego wizerunku wśród społeczeństwa. Będzie to również promocja jednostki na kształującym się rynku świadczeń zdrowotnych w zakresie ratownictwa medycznego. Rokrocznie w radzie bierze udział kilkadziesiąt zespołów ratowniczych z kraju i ze świata z uwagi, na to że zawody te są również eliminacjami do Mistrzostw Polski w ratownictwie medycznym.

Partnerzy: SP ZOZ Województwa Stacja Pogotowia Ratunkowego w Białymstoku

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Zdrowia

Departament Społeczeństwa Informacyjnego

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52 53 54 55 56 57 58 59 60 61 62 63 64 65 66 67 68 69 70 71 72 73 74 75 76 77 78 79 80 81 82 83 84 85 86 87 88 89 90 91 92 93 94 95 96 97 98 99 100

1. Promocja portalu Wrota Podlasia i wortalu turystycznego w ogólnopolskich mediach elektronicznych

Data realizacji: maj 2009r.

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Zaprezentowanie oferty portalu Wrota Podlasia i wortalu oraz potencjału turystycznego w regionie potencjalnym turystom z innych regionów Polski – wzrost zainteresowania woj. Podlaskim, wzrost liczby odwiedzających.

Partnerzy: Ogólnopolskie media elektroniczne

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Społeczeństwa Informacyjnego

2. Aktywacja obecnych użytkowników portalu Wrota Podlasia i wortalu turystycznego i pozyskanie nowych – kampania lojalnościowa i akcja reklamowa

Data realizacji: marzec-sierpień 2009r.

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Promocja wortalu turystycznego wśród potencjalnych oferentów w regionie – uatrakcyjnienie i uaktualnienie zasobów wortalu turystycznego – wzrost liczby turystów; promocja zasobów i oferty portalu Wrota Podlasia.

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Społeczeństwa Informacyjnego

3. Udział w przedsięwzięciach promujących region

Data realizacji: w zależności od dat imprez promocyjnych

Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty

Promocja portalu Wrota Podlasia i wortalu turystycznego wśród lokalnych społeczności – wzrost liczby użytkowników portalu i turystów zainteresowanych korzystaniem z lokalnej oferty turystycznej, rozbudowa zasobów wortalu

Partnerzy: Organizatorzy i gospodarze lokalnych imprez promocyjnych

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Społeczeństwa Informacyjnego, Departament Kultury i Dziedzictwa Narodowego, Departament Współpracy z Zagranicą i Promocji, Departament Edukacji, Sportu i Turystyki.

