

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 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

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. EKOLOGA

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

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Rozwoju Obszarów Wiejskich

6. Ziola 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 ramach RPOWP na lata 2007-2013; Opracowanie dot. systemu informacji i promocji RPOWP

Jednostki UMWP realizujące zadanie: Departament Zarządzania RPO

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 Narodowego

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 Dowspudzie

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

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 przybliży 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 jedne 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: 11–15.03. 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, samorzady 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

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 krajowy podlaskiej oferty turystycznej, głównie pod kątem turystyki przyrodniczej i agroturystyki.

Partnerzy: PROT, Podlaski Oddział PIT, samorzady 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, samorzady 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. Dodatkiem do filmu będzie folder promujący główne produkty tradycyjne oraz miejsca, w których serwowane są dane potrawy.

2. Rowerem przez Podlaskie: mapa 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

jest częścią ogólnopolskiej trasy przebiegającej przez 5 województw Polski wschodniej.

Jednostki UMWP realizujące zadanie: EST.II, MRR, PARR 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. 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

