

WSPÓLNA PROMOCJA POGRANICZA

Czas trwania: od lutego 2017 r. do stycznia 2018 r.



Interreg
Polska-Słowacja



UNIA EUROPEJSKA



ZWIĘKSZENIE POZIOMU ZRÓWNOWAŻONEGO
WYKORZYSTANIA DZIEDZICTWA KULTUROWEGO
I PRZYRODNICZEGO PRZEZ ODWIEDZAJĄCYCH
I MIESZKAŃCÓW



PROGRAM INTERREG V-A POLSKA - SŁOWACJA 2014 - 2020

TYTUŁ MIKROPROJEKTU

Wspólna promocja pogranicza

CZAS TRWANIA

od lutego 2017 r. do stycznia 2018 r.

MIEJSCE REALIZACJI

14 gmin polskich i słowackich: Radziechowy Wieprz, Węgierska Górka, Milówka, Rajcza, Ujsoty (PL), Novot, Zákamenné, Oravská Lesná, Nová Bystrica, Stará Bystrica, Klubina, Zborov nad Bystricou, Oščadnica, Skalité (SK).

GRUPY DOCELOWE

Osoby w różnym wieku, pochodzące zarówno z terenów pogranicza, jak i turystów odwiedzających te obszary. Strategia Wspólnej Promocji dla 14 gmin pogranicza będzie uwzględniała działania uwarunkowane od pory roku oraz czterech grup docelowych:



CEL PROJEKTU

Zwiększenie poziomu zrównoważonego wykorzystania dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego przez odwiedzających i mieszkańców.

CO CHCEMY OSIĄGNAĆ?

Pomysł na projekt zrodził się lokalnie. Stworzyli go sami mieszkańcy okolicznych wsi, ludzie z pasją, zauroczeni bogactwem tutejszej kultury i pięknem otaczających ich gór. To dzięki ich zaangażowaniu i wsparciu ekspertów z wielu dziedzin możliwe będzie przeprowadzenie opisanych poniżej działań.

Wspólna oferta turystyczna

Działania projektowe będą skierowane na wybór cennych kulturowo i przyrodniczo atrakcji oraz na ich skatalogowanie, a także ukazanie ich wartości w atrakcyjny sposób, poprzez stworzenie spójnej bazy zawierającej opisy, filmy i zdjęcia.

Tworząc bazę będą wybierane przedsięwzięcia i infrastruktura, którą cechują: wysoka jakość, symbioza z naturą (redukcja negatywnego wpływu na środowisko w podejmowanych działaniach), kultura ludowa (oparta na głębokich wartościach, zidentyfikowana z miejscem i tworząca tożsamość), zrównoważone wykorzystanie zasobów naturalnych, osobowych i rzeczowych.

Wspólna strategia promocji

W ramach projektu wypracowana zostanie szczegółowa strategia promocji terenu pogranicza. Dokument zawierał będzie dokładny plan działania w okresie trwania projektu, jak i po jego zakończeniu. Dzięki temu promocja będzie mogła być kontynuowana niższym kosztem po zakończeniu projektu.

Wspólna marka terytorialna

Atrakcyjna oferta turystyczna wraz z kompleksową strategią promocji regionu stanowić będą podwaliny do wypracowania wspólnej marki terytorialnej, która pozwoli na rozwój i zacieśnianie współpracy pomiędzy zrzeszonymi gminami, organizacjami pozarządowymi i instytucjami kultury działającymi na pograniczu. Marka ta stanie się wizytówką regionu w kraju i za granicą.

DLACZEGO WARTO?

Projekt odpowiada na potrzebę rozszerzenia, uatrakcyjnienia i uporządkowania oferty turystyczno-kulturalnej na terenach pogranicza polsko-słowackiego. Największą jego zaletą jest możliwość przeprowadzenia kompleksowych działań promujących Beskid Żywiecki na dużą skalę przy minimalnym finansowym wkładzie ze strony zaangażowanych gmin. Wzrost zainteresowania regionem przełoży się na większą liczbę odwiedzających nas turystów, a to z kolei będzie miało pozytywny i długoterminowy wpływ na rozwój obszaru oraz dobrobyt mieszkańców.

12 WSPÓLNYCH KORZYŚCI PŁYNĄCYCH Z PROJEKTU

1. BAZA ATRAKCJI TURYSTYCZNYCH

Projekt zakłada stworzenie kompletnej bazy atrakcji kulturalnych, przyrodniczych (a w przyszłości także atrakcji komercyjnych) dostępnej w całości na stronie internetowej. Przygotowane zostanie 120 opisów i propozycji spędzania wolnego czasu. Propozycje te zostaną pogrupowane tematycznie według odbiorców, do których kierowana jest promocja, czyli rodzin z dziećmi, grup zorganizowanych, osób aktywnych i osób z niepełnosprawnościami.

W trakcie trwania projektu powstaną materiały dotyczące tylko niekomercyjnych atrakcji związanych z naturą i kulturą regionu. Po zakończeniu projektu baza zostanie rozbudowana o wyselekcjonowane podmioty komercyjne, które spełnią określone warunki.

Włączenie atrakcji komercyjnych stanowi potencjał do generowania przychodu, który wykorzystany zostanie na wspólną promocję regionu w kolejnych latach.

Taka baza wpłynie na wizerunek regionu jako bogatego w atrakcje i różne możliwości spędzania wolnego czasu. Będzie to pierwsza tego typu tak kompletna, spójna wizualnie i opisowo baza, znajdująca się w jednym miejscu. Poszczególne atrakcje będą promowane w mediach ogólnopolskich i słowackich.

Podjęcie się działań zgromadzenia opisów, filmów, zdjęć tych miejsc, zachęcających do ich odwiedzenia jest przedsięwzięciem kosztownym i czasochłonnym, na które zazwyczaj brakuje środków. Tak dostępną bazę każda gmina będzie mogła wykorzystać również na własne potrzeby.

2. NOWE SZLAKI TURYSTYCZNE

Tereny pogranicza polsko-słowackiego obfitują w szlaki turystyczne, ale miejscowi znają więcej atrakcyjnych tras. Dlatego w założenia projektu wpisane zostało wytyczenie 37 nowych tracków GPR. Dzięki ich zróżnicowaniu pod względem długości, trudności i rodzaju sportu, oferta turystyczna regionu stanie się jeszcze bardziej atrakcyjna.

Specyfikacja nowych tras

- ✓ Szlaki piesze, o czterech stopniach trudności:
 - łatwe 5-10 km – 5 szt.
 - średnie 10-20 km – 5 szt.
 - średniozaawansowane 20-30 km – 3 szt.
 - zaawansowane 30+ km – 2 szt.

- ✓ Szlaki konne:
 - 10-20 km – 3 szt.
 - 20-40 – 3 szt.

- ✓ Rowerowe (szosowe i górskie):
 - łatwe 10-20 km – 5 szt.
 - średnie 20-40 km – 5 szt.
 - trudne 40+ km – 2 szt.

- ✓ Szlaki specjalne:
 - dla osób niewidzące i niedowidzące – 2 szt.
 - dla osób z ograniczeniami ruchowymi – 2 szt.

3. PAKIETY

Wyselekcjonowane atrakcje zostaną wykorzystane do stworzenia pakietów dostosowanych do potrzeb i oczekiwań każdej z grup docelowych. Dzięki pakietom, zarówno mieszkańcy, jak i turyści dostaną konkretną propozycję spędzenia wolnego czasu, dostosowaną do ich zainteresowań, pory roku i możliwości czasowych.

Kompletna baza takich atrakcji, wydarzeń i miejsc jest szansą dla całego regionu, ponieważ pozwoli mu konkurować z atrakcjami np. Wisły czy Szczyrku, które często wydają duże budżety na promocję. Dzięki skutecznej promocji informacja o atrakcjach regionu trafi do szerokiego spektrum zainteresowanych.

4. BROSZURY

Na podstawie pakietów atrakcji powstaną broszury informacyjne dedykowane wszystkim grupom docelowym, które będą dostępne w każdym centrum informacji turystycznej gmin biorących udział w projekcie. Raz przygotowany projekt będzie udostępniona w edytowalnej wersji w każdej gminie biorącej udział w projekcie, tak by w razie potrzeby zlecić zewnętrznej firmie dodruk. Dodatkowo tak przygotowane materiały będą rozdyskrebowane w słowackich i polskich organizacjach turystycznych, co pozwoli na dotarcie z ofertą wszystkich gmin do szerokiego grona potencjalnych zainteresowanych.

5. MAPY

W ramach budowania bazy atrakcji przyrodniczych i kulturalnych powstaną mapy (tradycyjne i elektroniczne, dodatkowo wytyczone szlaki zostaną wprowadzone do Google Maps), broszury i ulotki informacyjne. Wszystkie materiały będą profesjonalnie przetłumaczone i wydrukowane w języku polskim, słowackim i angielskim.

6. SPOTY REKLAMOWE

Przygotowane zostanie 16 spotów filmowych promujących najistotniejsze i najciekawsze wydarzenia kulturalne jak i zasoby naturalne. Każdy z tych spotów będzie prezentował atrakcje z całego regionu transgranicznego. Każda z gmin będzie mogła wykorzystać spoty na własne potrzeby promocyjne. Materiały video zostaną nakręcone z użyciem najnowocześniejszej technologii, w tym dronów.

7. STRONA WWW

Równoległe z realizacją projektu przygotowany zostanie nowoczesny, turystyczny portal internetowy, na którym znajdować się będą informacje z całego obszaru pogranicza. Zarówno turystom jak i mieszkańcom ułatwi to zorientowanie się w możliwościach, jakie daje cały obszar, bez konieczności przeglądania i porównywania ofert z co najmniej 14 różnych stron.

Strona wyposażona zostanie w specjalną wyszukiwarkę, dzięki której użytkownicy szybko znajdą interesujące ich atrakcje, a także zobaczą, jak połączyć je z innymi, w celu skomponowania swojego idealnego planu dnia (pakiety).

8. GADŻETY REKLAMOWE

W celach promocyjnych obszaru transgranicznego zostaną przygotowane także pamiątkowe materiały promocyjne takie jak notesy, długopisy, koszulki z logo projektu itp. Zostaną one wykorzystane do celów promocyjnych podczas imprez i wydarzeń organizowanych w regionie oraz jako nagrody w konkursach. W odróżnieniu od dotychczasowo dostępnych materiałów, gadżety te wyróżnią się dobrą jakością i niebanalnym designem.

9. WSPÓLNA MARKA TERYTORIALNA

Długofalowym efektem współpracy między gminami zrzeszonymi w projekcie będzie wypracowanie wspólnej marki lokalnej, na kształt Beskidzkiej Piątki albo Trójwsi. Pozwoli to na prowadzenie działań promocyjnych w mediach o zasięgu ogólnopolskim i słowackim. Koszt takich działań w skali jednej gminy jest nieosiągalny, dlatego łączenie sił pod wspólną marką dobrze wpisuje się w ogólną strategię promocji obszaru transgranicznego.

10. WSPÓLNA STRATEGIA PROMOCJI

Jedną z najistotniejszych części projektu jest opracowanie opracowana wspólnej strategii promocji obszaru transgranicznego. Zadanie to zostanie zlecone profesjonalnej agencji PR, która zajmie się również wdrożeniem strategii w trakcie trwania projektu. Strategia obejmować będzie m.in.:

- ✓ Audyt dotychczasowych działań promocyjnych w poszczególnych gminach
- ✓ Audyt PR i treści w sieci, audyt social media (reputacja w sieci)
- ✓ Cele strategiczne i operacyjne
- ✓ Analizę grup docelowych
- ✓ Ideę główną / hasło reklamowe / motyw przewodni promocji
- ✓ Dobór narzędzi promocji i obszarów działań
- ✓ Szczegółowy plan marketingowy ze wskazaniem mediów
- ✓ Rekomendacje i dobre praktyki

Przez czas trwania projektu obszar transgraniczny będzie aktywnie promowany w mediach o ogólnopolskim i słowackim zasięgu z uwzględnieniem lokalnych atrakcji i wydarzeń, w poszczególnych gminach. Wchodzi tu w grę reklamy na facebooku, radiu, portalach i serwisach informacyjnych oraz przy pomocy blogerów. Za kontakty z mediami, stworzenie notatek prasowych i tekstów do publikacji przez cały okres trwania projektu (12 miesięcy) odpowie agencja PR.

11. RODZINNY RAJD SAMOCHODOWY

Podsumowaniem działań promocyjnych będzie organizacja rodzinnego rajdu samochodowego, odbywającego się na terenie 14 gmin pogranicza. Działanie to ma odpowiedzieć na problem jakim jest słaba współpraca na rzecz wspólnej promocji walorów regionu. Uczestnicy rajdu przejadą przez wszystkie współpracujące gminy i w każdej z nich zostanie zorganizowana jakaś konkurencja związana z kulturą i naturą regionu. Na potrzeby wydarzenia zostaną przygotowane: pamiątkowe kubki z logo rajdu, mapy dojazdu, książka drogowa, naklejki, plakaty. Wydarzenie to będzie szeroko promowane w mediach, co przysłuży się do budowania wizerunku marki w świadomości potencjalnych turystów.

12. TRWAŁOŚĆ PROJEKTU

Projekt powstał po to, by umożliwić zrównoważony rozwój turystyki na pograniczu. Dzięki funduszom unijnym promocja regionu może ruszyć z dużym rozmachem. Należy jednak pamiętać, iż budowanie świadomości marki – w tym również marki terytorialnej – jest procesem długoterminowym. Dlatego też, tak istotny jest pomysł na kontynuację działań po zakończeniu projektu.

Wspólna strategia promocji zostanie opracowana w taki sposób, by dać gminom jasne wytyczne, co do kontynuowania kampanii po zakończeniu projektu ze zdecydowanie mniejszym budżetem reklamowym.

Po zakończeniu projektu strona internetowa z atrakcjami turystycznymi regionu poszerzy się o wybrane atrakcje komercyjne, które za obecność na portalu będą wносиły opłaty. Pozyskane w ten sposób fundusze zostaną przeznaczone na bieżącą kontynuację zapoczątkowanych działań po to, by ich kosztami nie obciążać urzędów gmin.

Oferta komercyjna będzie też przedłużeniem i dopełnieniem bazy możliwości spędzenia wolnego czasu w obszarze transgranicznym. Do tej pory nie powstała żadna strona tego typu, która odpowiadałaby w sposób rzetelny i całościowy na potrzeby przebywających w naszym regionie turystów.

**DZIEKUJEMY
ZA ÚWAGĘ**

**Więcej informacji można uzyskać
od koordynatora projektu:**

Szymon Walus
533 053 311
s.walus@rajcza.com.pl