

**UCHWAŁA NR XIV/122/2015  
RADY MIEJSKIEJ INOWROCŁAWIA**

**z dnia 30 listopada 2015 r.**

**w sprawie informacji o prowadzonych działaniach związanych z promocją Miasta  
Inowrocławia oraz planem działania na 2016 r.**

Na podstawie art. 18 ust. 2 pkt 2 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (Dz.U. z 2015 r. poz. 1515 i 1890) uchwała się, co następuje:

§ 1. Przyjmuje się informację o prowadzonych działaniach związanych z promocją Miasta Inowrocławia oraz planem działania na 2016 r. stanowiącą załącznik do uchwały.

§ 2. Wykonanie uchwały powierza się Prezydentowi Miasta Inowrocławia.

§ 3. Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

Przewodniczący Rady Miejskiej Inowrocławia

**Tomasz Marcinkowski**

Załącznik do Uchwały Nr XIV/122/2015

Rady Miejskiej Inowrocławia

z dnia 30 listopada 2015 r.

**Analiza prowadzonych przez Biuro Promocji działań związanych z promocją Miasta Inowrocławia oraz planem działania na 2016 rok**

Słowo „promocja”, wg encyklopedii to „oddziaływanie na odbiorców produktów danej firmy, polegające na przekazaniu im informacji, które mają w odpowiednim stopniu zwiększyć wiedzę na temat produktów lub usług oraz samej firmy w celu stworzenia dla nich preferencji na rynku.” Jednym z jej instrumentów jest public relations. Opracowano ponad 2000 definicji PR. Podstawowy jej schemat zawiera po pierwsze „organizację” realizującą misję o charakterze publicznym; po drugie „otoczenie” tej organizacji, np. klienci, mieszkańcy, członkowie władz lokalnych; po trzecie „relacje” pomiędzy nimi, określone wzajemnymi potrzebami.

Zarządzeniem nr 198/2015 Prezydenta Miasta Inowrocławia z 7 września 2015 roku, dotyczącym Regulaminu Organizacyjnego Urzędu Miasta Inowrocławia sprawami promocji Miasta zajmuje się Wydział Kultury, Promocji i Komunikacji Społecznej, a także częściowo - w różnym aspekcie: Wydział Inwestycji, Rozwoju Gospodarczego i Funduszy Europejskich, Biuro Obsługi Inwestorów, Wydział Oświaty i Sportu oraz Referat Promocji Zdrowia.

Należy jednak pamiętać, że działania prowadzone przez wszystkie Wydziały Urzędu Miasta, w mniejszym lub większym stopniu kreują wizerunek Miasta, podobnie jak zaangażowanie i postawa każdego zatrudnionego w nim pracownika.

**Przedstawiony materiał dotyczący działań promujących kulturalny i uzdrowiskowy Inowrocław został przygotowany w Wydziale Kultury, Promocji i Komunikacji Społecznej.**

**1. Promocja Inowrocławia – cele i kierunki**

Od końca XX wieku zaobserwować można w Europie renesans turystyki uzdrowiskowej. Zjawisko to odnotowano również w Polsce, a więc i w Inowrocławiu. Czynnikiem sprzyjającym zapewne jest wiele, do najważniejszych zaliczyć należy: zmianę świadomości społeczeństwa (swoistego rodzaju moda na zdrowie, ciekawość świata), większą mobilność i generalnie demograficzne starzenie się populacji. Do kuracjuszy przybywających w ramach ubezpieczenia doliczyć należy pacjentów ambulatoryjnych i w coraz większym stopniu kuracjuszy komercyjnych pokrywających pełne koszty pobytu i zabiegów.

Wiadomym jest, że „przyciągają” ich nie tylko nowoczesne placówki sanatoryjne, ale i oferta kulturalno - rekreacyjna. Mając tego świadomość staramy się, jako Wydział, przedstawiać Inowrocław jako miasto z pięknym uzdrowiskiem, bogatą historią, potencjałem inwestycyjnym, ważnymi wydarzeniami sportowymi i atrakcyjnymi imprezami kulturalnymi. Właśnie jako takie prężne miasto chcemy istnieć na mapie Polski i w kalendarzu potencjalnych turystów – krajowych i zagranicznych. Mamy bowiem świadomość, że przekłada się to na zwiększenie ruchu turystycznego, co z kolei powinno powodować stopniowy przyrost miejsc pracy i poprawę koniunktury gospodarczej.

Fakt wykorzystania naturalnego usytuowania miasta na olbrzymich pokładach solnych i wód mineralnych, posiadanie już od 1876 roku własnego uzdrowiska i parku uzdrowiskowego, konsekwentne starania władz Miasta o jego powiększanie i unowocześnianie spowodowały iż z dumą stwierdzić możemy, że jest to nasz „produkt turystyczny”.

Największą atrakcją parku jest tężnia solankowa. Teren wokół tego potężnego obiektu, o unikatowym na skalę europejską kształcie, podlega systematycznej renowacji. Okolica tężni wykorzystywana jest od lat do pięknych nocnych koncertów i widowisk plenerowych, podobnie jak i muszla koncertowa, w której występują artyści przyciągający swym repertuarem nie tylko osoby dorosłe, ale również dzieci i młodzież. Zachwyty - nawet osób przyjezdnych - wzbudza możliwość nieodpłatnego skorzystania z terenu przeznaczonego do publicznego grillowania, Ogrody Zapachów i Kolorów z informacją zamieszczoną w języku Braille'a oraz kolejne atrakcje rekreacyjno - sportowe. Oprócz powstałych w ostatnich latach terenów do mini golfa i kręgli, parku linowego, plenerowej siłowni dla dzieci i dla dorosłych oraz systematycznie powiększanej ilości ścieżek rowerowych i do nordic walking, furorę robi uruchomiony w 2015 r. workout. Dużą popularnością cieszy się też Pijalnia wód „Inowrocławianka” oraz palmiarnia i mini skansen zwany Chatą Kujawską. Podobnie, jak usytuowana na obrzeżach parku Inowrocławska Terma.

Każdego roku w Solankach wysadzanych jest prawie 200 tysięcy sadzonek kwiatowych i 8 tys. ziół, z których komponowane są piękne kwiatowe dywany „przyciągające oko” wszystkich spacerujących. Również w okresie zimowym, dzięki bardzo bogatej iluminacji, dzielnica uzdrowiskowa stanowi miejsce godne odwiedzenia. Wiele podróżujących osób specjalnie zatrzymuje się w Inowrocławiu, by zobaczyć tę wspaniałą feerię barw.

Inowrocław ma również miejsca godne obejrzenia przez miłośników historii. Są to m.in.: romańska bazylika mniejsza Imienia Najświętszej Maryi Panny z oryginalnymi płaskorzeźbami i maskami symbolizującymi podstawowe prawdy wiary chrześcijańskiej oraz gotycki kościół farny p.w. św. Mikołaja z licznymi zabytkami sztuki sakralnej, w którym – według Długosza – królowa Jadwiga przepowiedziała klęskę zakonu krzyżackiego; pierwszy w Polsce Instytut Prymasa Józefa Glempa, do którego jeszcze za życia przekazał on przedmioty ze swojego domowego archiwum oraz używane podczas posługi kapłańskiej; zainteresowanie budzi też Stała Wystawa Solnictwa oraz ekspozycja archeologiczna „Askaukalis Inowrocław”.

Reasumując, od kilku lat celem podejmowanych działań promocyjnych jest stałe utrwalanie marki Inowrocławia jako uzdrowiska o dużych możliwościach leczniczych, z nowoczesną bazą zabiegową i jednym z największych parków w Polsce. Właśnie jako takie stanowi cel wyjazdów turystycznych dla mieszkańców, nie tylko regionu. Dla kuracjuszy jest wspaniałym miejscem leczenia się, a dla inowrocławian idealnym miejscem relaksu. Profilaktyka zdrowia, walory przyrodnicze oraz bogata oferta kulturalno - sportowa w przeważającej części dostępne nieodpłatnie - przyczyniają się do rozwoju turystyki, a co za tym idzie, do rozwoju gastronomii i bazy noclegowej, a więc i zmniejszaniu bezrobocia.

Dzięki potężnej rozbudowie uzdrowiska i wielokierunkowej promocji Parku Solankowego obserwujemy wzrost przyjeżdżających do Inowrocławia liczby kuracjuszy i turystów. Inowrocław aktualnie odwiedzany jest, według danych GUS, przez około 34 tys. kuracjuszy rocznie. Łączne wpływy z tytułu opłaty uzdrowiskowej wniesione do budżetu miasta od początku stycznia do końca sierpnia 2015 roku wynoszą 1.082.141 zł. Dla porównania, za cały 2014 rok wyniosły one 1. 866.345,20 zł.

Gościmy w Inowrocławiu także przedstawiciele firm i stowarzyszeń nie tylko z kraju, lecz i z zagranicy, a także zgodnie z obecnym trendem, celebrytów. Ich obecność uatrakcyjnia imprezy podnosząc ich rangę, a także znacząco zwiększając frekwencję. Dobra opinia o Inowrocławiu przekazywana przez VIP-ów jest korzystną inwestycją. Oprowadzani przez pracownika Wydziału przekazują zawsze słowa uznania dla rozwoju Inowrocławia, podejmowanych działań na rzecz jego uatrakcyjnienia oraz ogólnej dostępności imprez kulturalno-rekreacyjnych.

Swoistą rolę promocyjną spełniają także upominki reklamowe, na których zawsze widnieje odniesienie do Inowrocławia: nazwa miasta, adres internetowy lub hasło promocyjne, np.: „Inowrocław. Uzdrowisko. Tak blisko”, „Inowrocław zaprasza do tęźni”, „Uzdrowski Inowrocław”, „Miasto Inowrocław”, „Inowrocław – twoje miasto”, „Lubię moje miasto Inowrocław” oraz „Inowrocław – miasto z klimatem”. Pojawiają się one, podobnie jak nasz adres internetowy, na bilbordach, plakatach, akcydensach, tekstach reklamowych i wszystkich gadżetach.

Poza tym, formą promocji jest także prezentacja walorów miasta, a w szczególności uzdrowiska, w mediach: prasie codziennej i czasopiśmie o dużym nakładzie, w pismach dla branży turystycznej i dla kuracjuszy, w internecie (na stronie miejskiej [www.inowroclaw.pl](http://www.inowroclaw.pl) oraz przez linki do innych stron, głównie zajmujących się tematyką turystyczną na facebooku), a także w radiu i telewizji.

Warto dodać, że mamy swój znak graficzny, bowiem w 2014 r. Miasto Inowrocław, decyzją Urzędu Patentowego Rzeczypospolitej Polskiej, otrzymało prawo ochronne na znak towarowy słowno-graficzny „Tęźnia Uzdrowska Inowrocław”. Jego używanie stanowi również formę promocji Miasta.

Na początku roku 2014 Miasto podjęło udział w projekcie współfinansowanym ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego pn. „Promocja walorów turystycznych województwa kujawsko-pomorskiego poprzez uczestnictwo w charakterze wystawcy w krajowych i międzynarodowych targach turystycznych oraz promocja produktu markowego województwa kujawsko-pomorskiego” realizowanego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego. Projekt miał na celu promowanie Miasta, poprzez akcje eventowe z wykorzystaniem materiałów promocyjnych w takich miastach jak: Gdańsk, Gdynia, Warszawa, Poznań, Olsztyn, Łódź, Sopot i Berlin (w pierwszym etapie), a w drugim etapie – zrealizowanym w I półroczu 2015 roku - poprzez wydanie nowego folderu/przewodnika turystycznego o Inowrocławiu. Trzeci etap projektu będzie polegał na stworzeniu przewodnika w wersji mobilnej. Ta internetowa wersja przewodnika po mieście dostępna będzie na stronie [www.inowroclaw.pl](http://www.inowroclaw.pl).

Miasto przystąpiło również do projektu pn. „Kujawsko-pomorskie – kreatywne wsparcie marki regionu” realizowanego w ramach RPO WK-P. Celem projektu jest promocja i rozwój markowych produktów oraz budowanie pozytywnego wizerunku regionu kujawsko-pomorskiego poprzez lokowanie marek w produkcjach filmowych, telewizyjnych i internetowych o ponadregionalnym zasięgu.

## **2. Działania w sferze kultury promujące Inowrocław**

Turystyka uzdrowska odgrywa kluczową rolę w rozwoju Inowrocławia. Jednakże, aby kuracjusze wyjeżdżali w pełni usatysfakcjonowani pobytem w naszym mieście i chcieli tu powracać, sanatoryjna oferta leczniczo - profilaktyczna musi być uzupełniana o bogaty program kulturalny oferowany przez nas i współpracujące z nami placówki.

Jednakże Inowrocław, to nie tylko przyjezdni odbiorcy – uczestnicy imprez kulturalnych. To również inowrocławianie i to w zróżnicowanym wieku, i o tym należy pamiętać. Nie chcemy, by szukali oni rozrywki w ościennych miastach!

W związku z powyższym, w 2015 roku przyjęliśmy nową opcję zapraszania gości i organizowanych imprez kulturalnych. Prowadzimy taki dobór wykonawców, by każdy odbiorca - bez względu na wiek - mógł znaleźć podczas większej uroczystości coś dla siebie. Naszym celem jest organizowanie imprez, które ze względu na swą atrakcyjność przyciągną do nas mogą również mieszkańców z okolicznych miast.

Przykładem na to są tegoroczne obchody Dni Inowrocławia. Dwudniowe Wielkie Grillowanie połączone ze zróżnicowanymi repertuarowo koncertami przyciągnęło tysiące inowrocławian i turystów. Ich zadowolenie i rozbudowana reklama były świetną promocją Inowrocławia.

Podobnie Ino ART FESTIVAL podczas którego, oprócz plenerowej projekcji filmu i spektaklu teatralnego połączonego z degustacją tortu, miały miejsce konkursy dla dzieci i wspólne z nimi zabawy, pokazy tańca, koncert, itp. Furorę zrobiły bajecznie kolorowe podniebne dekoracje z parasoli oraz tuby strzelających konfetti o kształcie kwiatów i motyli oraz gigantycznych rozmiarów bańki mydlane. Dzieci oklejały wielkie styropianowe litery z nazwą imprezy, malowały farbami w kolorze barw Inowrocławia ławki znajdujące się przy fontannie, robiły rysunki i karykatury. Tego na pewno w Inowrocławiu jeszcze nie było. Udało się nam w ten sposób ożywić nie tylko inowrocławski rynek i przyległe ulice, ale również przyciągnąć turystów nawet z odległych miast.

Stwierdziliśmy też, że założenie iż w przedłużone weekendy majowe większość inowrocławian nie ma w mieście, jest błędne. Zrobiliśmy w Teatrze Letnim Wielką Majówkę, podczas której koncertowały zespoły „GrubSon” i „Junior Stress”. Impreza przyciągnęła tysiące młodych ludzi, a teatr „pękał w szwach”.

Nowością było również nadawanie „na żywo” z Inowrocławia popularnej audycji radiowej „Lato z Radiem”. Informacje o Mieście, wywiady, koncerty, a wszystko realizowane w kilku punktach Inowrocławia, przyczyniło się kolejny raz do podniesienia jego atrakcyjności oraz zaistnienia poprzez fale radiowe w całej Polsce.

Zorganizowaliśmy też Muzyczne Pożegnanie Lata. Inowrocław żegnał się z nim na rok przy dźwiękach muzyki dwóch zespołów i Kamila Bednarka. Jest to kolejny element nowych promocyjnych działań podejmowanych przez nasz Wydział.

Reasumując, oprócz wprowadzonych przez nas innowacji, łącznie do końca września br. odbyło się w Inowrocławiu, prawie 100 imprez kulturalnych.

Niektóre z nich są już na stałe wpisane w kulturalne kalendarium Miasta. W sezonie wiosenno-letnim, zgodnie z ponad 100 – letnią tradycją, Park Solankowy (muszla koncertowa i okolica tężni) rozbrzmiewa muzyką. Koncerty i imprezy plenerowe odbywają się także w Teatrze Letnim. Wśród wykonawców znajdują się artyści polscy i zagraniczni, profesjonalści i amatorzy, a repertuar koncertów obejmuje zarówno folklor, jak i muzykę klasyczną.

Innymi imprezami artystycznymi godnymi wzmiankowania, a organizowanymi co roku i skupiającymi duże grono odbiorców, są: Imieniny Inowrocławia, Ogólnopolski Festiwal Małych Form Teatralnych „Arlekinada”, Ogólnopolski Festiwal Młodzieżowych Orkiestr Dętych, Inowrocławskie Spotkania Artystyczne, cykl imprez w ramach Inowrocławskiego Lata Muzycznego, w tym koncerty Inowrocławskiej Orkiestry Promenadowej, „Czwartkowe wieczory z muzyką kameralną” i Gala Operowo-Operetkowa, a także Otwarty Puchar Polski w Tańcu Nowoczesnym oraz przegląd chórów województwa kujawsko-pomorskiego „Wiosna w Solankach”, Dni Inowrocławia, Ino-Rock Festival czy festyn rodzinny „Z gęsiną w tle”. Warto także podkreślić, że w Parku Solankowym wstęp na wszystkie imprezy jest bezpłatny.

W Inowrocławiu organizowanych jest również wiele nowoczesnych w formie imprez czytelniczych, spotkań autorskich, wydarzeń sportowych, a także imprez promujących działania prozdrowotne i proekologiczne.

Szczegółowe kalendarium, na bieżąco aktualizowane, znajduje się na stronie [www.inowroclaw.pl/kalendarz](http://www.inowroclaw.pl/kalendarz) wydarzeń. Niezależnie od tego, wszystkim zainteresowanym kalendarz wydarzeń wysyłany jest raz w miesiącu drogą elektroniczną. Co miesiąc zamieszczany jest również w Informatorze UM „Nasze Miasto”.

### **3. Przedsięwzięcia promocyjne realizowane przez Inowrocławską Lokalną Organizację Turystyczną (InLOT)**

W 2008 roku, dla wzmocnienia działań promocyjnych powołano Inowrocławską Lokalną Organizację Turystyczną (InLOT). Podobne organizacje turystyczne istnieją w całej Polsce.

Miasto Inowrocław jest jednym z założycieli organizacji; pozostałe podmioty to: pensjonaty, sanatoria, gospodarstwa agroturystyczne, biuro turystyczne, stowarzyszenia, wyższa uczelnia i osoby fizyczne. Łącznie, według stanu na dzień 31 grudnia 2014 roku InLOT liczył 23 członków.

Zadaniem InLOT-u jest, między innymi, prowadzenie informacji turystycznej o Inowrocławiu jako miejscowości atrakcyjnej turystycznie. Informacja turystyczna InLOT-u jest certyfikowana przez Polską Organizację Turystyczną.

Zgodnie z zawartą z Miastem umową, InLOT prowadzi całoroczny punkt informacji turystycznej przy ul. Królowej Jadwigi 3 oraz dodatkowo zarządza wagonikiem tramwajowym przy ul. Św. Ducha.

Działania marketingowe prowadzone przez InLOT polegają m.in. na reprezentowaniu Inowrocławia na imprezach promocyjnych o zasięgu międzynarodowym, krajowym, regionalnym i lokalnym organizowanym w większości przez Marszałka Województwa i Miasto Inowrocław. Inicjatorem kilku z nich jest InLOT.

Poniżej przedstawiamy wykaz targów i przedsięwzięć promocyjnych, na których w 2014 roku oraz w I połowie 2015 roku Inowrocław był reprezentowany przez InLOT. Należy dodać, że wszędzie tam rozdawane były bezpłatnie gadzety promujące Inowrocław.

2014 rok:

- Targi Wypoczynek, Toruń (15-16 marca),
- Inauguracja Sezonu Turystycznego, Toruń (10 maja),

- Jarmark Kujawski podczas Dni Inowrocławia, Inowrocław (5-8 czerwca),
- Forum Ratownictwa, Inowrocław (13-14 maja),
- Piknik Lotniczy w Latkowie (17 maja),
- Kampania promocyjna „Paszportu turystycznego” (4 lipca),
- Gra miejska „Exlibris - Śladami inowrocławskiej biblioteki” (5-6 czerwca),
- „Inowrocław za pół ceny” (7-8 czerwca),
- Wydanie mapy „Atrakcje turystyczne Kujaw” (czerwiec),
- Bydgoski Festiwal Nauki (29 maja - Gra terenowa),
- Wysyłka materiałów promocyjnych Inowrocławia do 50 punktów informacji turystycznej w województwach kujawsko-pomorskim, łódzkim, pomorskim, wielkopolskim i mazowieckim (czerwiec),
- Targi Tour Salon w Poznaniu (23-25 października) - Targi Regionów i Produktów Turystycznych Tour Salon to wydarzenie, które od 25 lat przenosi zwiedzających w najdalsze zakątki obcych krajów, a także pełne dzikiej przyrody polskie regiony. Tour Salon to tysiące ofert turystycznych prezentowanych przez ponad 700 wystawców z ponad 40 krajów.

#### **2015 rok – pierwsze półrocze:**

- Targi Turystyczne „Wypoczynek” w Toruniu – 14-15 marca. Odwiedzający mogli zapoznać się z ofertami noclegowymi, gastronomicznymi i kulturalnymi naszego regionu. Na stoisku InLOT-u można było podziwiać również makietę tężni inowrocławskiej. Naszymi podwystawcami były następujące podmioty z branży turystycznej z Inowrocławia : Solanki Medical Spa, Hotel Bast (Anielska Grota), Hotelik „Pod tężnią” oraz Kalwaria Pakoska.
- Rozpoczęcie sezonu turystycznego – 9 maja. Inauguracja odbyła się w Toruniu na Rynku Nowomiejskim. InLOT promował Inowrocław i Kujawy Zachodnie. Odwiedzający mogli otrzymać bezpłatne foldery promujące miasto oraz zapoznać się z ofertami noclegowymi, kulturalnymi naszego regionu.
- Jarmark Kujawski – 11-12 czerwca. W Parku Solankowym otwarciu imprezy towarzyszyły występy zespołów muzycznych i tanecznych. W namiotach prezentowane były m.in. wyroby z rękodzieła, wikliny, skóry. Na stanowisku Inowrocławskiej Lokalnej Organizacji Turystycznej prezentowane były materiały promujące Miasto, a także sprzedawane były monety wydane z okazji 140-lecia powstania uzdrowiska w Inowrocławiu, gry miejskie oraz publikacje o Inowrocławiu i okolicach.
- Dni Inowrocławia – 13 -14 czerwca. Odbywały się na terenie Aeroklubu Kujawskiego. Odwiedzający mogli otrzymać na stoisku m.in. balony z logo InLot-u; w sprzedaży były monety wydane z okazji 140-lecia powstania uzdrowiska w Inowrocławiu, gry miejskie, a także publikacje o Inowrocławiu i okolicach.
- V Kujawski Festiwal Pieśni Ludowej – 28 lipca, w Parku Solankowym. Na stoisku Inowrocławskiej Lokalnej Organizacji Turystycznej prezentowane były materiały promujące miasto, a także sprzedawane były monety wydane z okazji 140-lecia powstania uzdrowiska w Inowrocławiu, gry miejskie oraz publikacje o Inowrocławiu i okolicach.

Ponadto Inowrocław promowany był w organizowanej przez InLOT

- piątej edycji dwudniowej akcji „Inowrocław za pół ceny” , która miała miejsce w weekend 06-07 czerwca 2015r. Wydarzenie to było świetną promocją dla miejscowych przedsiębiorców. W ramach niej każdy z uczestników zobowiązał się do obniżenia cen swoich towarów i usług o połowę. W akcji „Inowrocław za pół ceny” wzięła udział rekordowa liczba firm, było ich aż 63,

- drugiej edycji Gry miejskiej „Inowrocław - Ścieżka zdrowia” tj. grze z nagrodami w formie questingu, przeznaczonej zarówno dla turystów jak i mieszkańców,
- wizyty studyjnej touroperatorów i dziennikarzy,
- publikacji w magazynie „Wprost”.

Warto dodać, że InLOT wygrał postępowanie przetargowe na organizację kampanii promocyjnej produktów turystycznych Województwa Kujawsko – Pomorskiego w części dotyczącej uzdrowisk Województwa. W jej ramach przeprowadzono w okresie od 2 lipca do 4 września br. wspólną kampanię promocyjną Inowrocławia i Ciechocinka skierowaną do województw ościennych. Uzyskana przez InLOT kwota wyniosła: 118.180 złotych i opierała się przede wszystkim na kampanii mailingowej i promocyjnej w Internecie, zarówno na facebooku, jak i poprzez Google AdWords.

Reasumując, Miasto podejmuje działania, których celem jest współpraca ze wszystkimi podmiotami branży turystycznej działającymi w mieście, a poprzez InLOT – także w regionie. W skład Inowrocławskiej Lokalnej Organizacji Turystycznej wchodzi wiele podmiotów. Współdziałanie polega głównie na wspólnej promocji Inowrocławia na targach turystycznych i ma szansę dalszego długoterminowego rozwoju, na co wskazuje doświadczenie innych LOT-ów w Polsce. Taka forma współpracy w sektorze usług turystycznych jest uznawana przez ekspertów za optymalną w obecnych warunkach ekonomicznych i przy aktualnym systemie organizacji ruchu turystycznego.

#### **4. Działania służące promocji Inowrocławia realizowane z innymi partnerami**

Miasto Inowrocław współpracuje z różnymi urzędami, instytucjami, organizacjami, placówkami podległymi oraz mediami w celu jak najlepszej promocji Inowrocławia. Do ważnych wydarzeń, będących efektem takiej współpracy zaliczyć można

w 2014 roku:

- Współpracę i pomoc w organizacji stoiska Województwa Kujawsko-Pomorskiego podczas 79. Międzynarodowych Targów Grüne Woche w Berlinie (17-26 stycznia ).

- Festyn unijny z okazji 10-lecia Polski w UE w Inowrocławiu (4 maja), gdzie można było podziwiać stoiska wystawiennicze, taneczno-muzyczną prezentację wybranych krajów UE w wykonaniu przedszkolaków, mini happening teatralny oraz wziąć udział w: grach i konkursach z nagrodami (w tym quiz wiedzy o UE), warsztatach kulinarnych połączonych z degustacją potraw charakterystycznych dla krajów Europy, wspólnym malowaniem wielkiej flagi UE, degustacji wielkiego tortu-flagi UE.

- 2.Kujawski Piknik Śmigłowcowy na lotnisku w Latkowie (17 maja), podczas którego Inowrocław promował się na własnym stoisku z materiałami reklamowymi.



- Spotkanie współorganizowane z Fundacją Tumult. Podczas spotkania (24 czerwca) zostały przedstawione informacje dotyczące udziału w projekcie "Kujawsko-Pomorskie - kreatywne wsparcie marki regionu". Zaproszeni byli wszyscy zainteresowani udziałem w projekcie, w szczególności przedsiębiorcy, przedstawiciele jednostek samorządu terytorialnego oraz publicznych uczelni wyższych z województwa kujawsko-pomorskiego, a także producenci filmowi i telewizyjni z całego kraju. Celem tego innowacyjnego projektu było zachęcenie firm, samorządów, publicznych uczelni wyższych z województwa kujawsko-pomorskiego do skorzystania z coraz popularniejszej formy promocji, jaką jest lokowanie produktów, usług, wartych uwagi miejsc w filmach, serialach i programach telewizyjnych.

- Bezpłatna prezentacja Termy Inowrocławskiej i Pijalni Wód-Palmiarni „Inowrocławianka”, w ramach internetowych Targów Turystycznych, które były promowane także w 2014 r. na portalu [www.targiturystyczneonline.pl](http://www.targiturystyczneonline.pl).

- Inowrocław włączył się, po raz trzeci, do kampanii promocyjnej Kujawsko-Pomorskiej Organizacji Turystycznej pt. „Paszport turystyczny regionu”; obok innych najważniejszych atrakcji Kujawsko-Pomorskiego w paszporcie znalazły się Park Solankowy, Ogrody Papieskie oraz łąźnia uzdrowskowa.

- Wizyta burmistrza oraz członków Towarzystwa Miast Partnerskich z Bad Oeynhausen z okazji 25-lecia partnerstwa miast (ok. 100 osób), podczas której zostały wręczone materiały promocyjne (10-14 lipca); w programie pobytu w Inowrocławiu znalazło się m. in. zwiedzanie Parku Solankowego i centrum miasta, łąźni i kompleksu pijalni wód, palmiarni i chaty kujawskiej oraz termy.

- Konferencja prasowa i kampania promocyjna kończąca i podsumowująca projekt K-POT „Promujmy Polskę razem” Województwa Kujawsko-Pomorskiego pt. ZOSTAŃ TWARZĄ REGIONU. Konferencja zorganizowana w Pijalni Wód – Palmiarni „Inowrocławianka” (6 czerwca) z udziałem Joanny Koroniewskiej (znana aktorka z serialu „M jak miłość”) i Kingi Burzyńskiej (znana prezenterka programu „Dzień dobry TVN”).

- Wysłanie materiałów promocyjnych tj.: broszur, folderów na Forum Uzdrowisk Europejskich w Brukseli.

#### **W pierwszym półroczu 2015 roku:**

- współpraca z Polskim Radiem, która w lipcu zaowocowała prowadzeniem i emitowaniem z Inowrocławia audycji „Lato z Radiem”,

- najważniejszym działaniem o randze ogólnopolskiej i splendorze wręcz europejskim jest fakt, że w dniach 28 – 30 września Inowrocław był gospodarzem Kongresu Uzdrowisk Polskich, podczas którego Miasto przyjęło około 200 podmiotów, a wśród nich liczących się w Europie balneologów,

- współpraca z TVP Bydgoszcz; program Region Pełen Lata – ostatni dzień wakacji nagrywany był właśnie w Inowrocławiu.

Swoistego rodzaju formą promocji Miasta jest też fakt obejmowania przez Prezydenta Miasta, Ryszarda Brejzę patronatów honorowych nad bardzo dużą ilością imprez organizowanych przez różne podmioty i stowarzyszenia funkcjonujące w Inowrocławiu, a nawet czasami poza nim.

## 5. Publikacje i wydawnictwa reklamowe

Mamy świadomość, że wydawnictwa i akcydensy stanowią praktyczną i trwałą formę przekazu informacji o walorach uzdrowiskowych i turystycznych miasta.

W 2014 roku dostępne były następujące publikacje:

- ulotka turystyczna o mieście (wersje językowe: polska, angielska, niemiecka),
- folder „Inowrocław miasto DesigNowe”, bogato ilustrowany ( w j. polskim, angielskim i niemieckim),
- ulotka o nowych atrakcjach w Parku Solankowym (Ogrody zapachowe, Pijalnia wód-Palmiarnia „Inowrocławianka”, Chata Kujawska, Inowrocławska terma),
- album „Po prostu Inowrocław”,
- przewodnik po mieście i okolicy „Inowrocław i Kujawy”,
- album „Barwy soli”,
- filmy reklamowe o Inowrocławiu (kilka różnych, w tym jeden w 5 wersjach językowych: po polsku, angielsku, niemiecku, rosyjsku i francusku),
- płyta Grzegorza Turnaua „Ino”,
- płyta Inowrocławskiej Orkiestry Promenadowej z tytułowym utworem „Inowrocławskie Solanki”,
- płyta z muzyką klasyczną inowrocławskiego duetu Clasic Duo z promocyjnym dodatkiem o Inowrocławiu,
- folder dla niewidomych i niedowidzących „Inowrocławskie Solanki”,
- folder „Inowrocław.10 naj...”,
- ulotki Inowrocławskiej Lokalnej Organizacji Turystycznej („10 Naj...”, „Inowrocław Miasto uzdrowiskowe”, „Tężnia solankowa” oraz z bazą teleadresową),
- rysunkowy plan centrum Inowrocławia i Parku Solankowego.

Tradycyjnie, Miasto zamawiało i w 2015 roku zleciło również wykonanie kalendarzy (książkowe, trójdzielne i listkowe), prezentujących walory Inowrocławia.

### **W pierwszym półroczu 2015,**

mając na uwadze systematyczny rozwój Inowrocławia i zmieniającą się bazę turystyczno – uzdrowiskową, a co za tym idzie fakt dezaktualizowania się informacji z tej dziedziny życia miasta, podjęliśmy decyzję o wydaniu z magazynu „do końca” dotychczasowych albumów, folderów, ulotek, itp., itd.

Jeżeli pozwolą na to środki przyznane nam z budżetu Miasta, w 2016 roku planujemy stworzenie nowoczesnego folderu o Inowrocławiu, nad którym pracowałyby osoby z różnych środowisk i w różnym wieku.

W trosce o przekazywanie aktualnego wizerunku Miasta, w 2015 roku współuczestniczyliśmy w powstaniu i wydaniu przewodnika po Inowrocławiu. Planujemy też dokonanie aktualizacji wiadomości zawartych w info kioskach znajdujących się Solankach.

## 6. Prezentacja w mediach

W roku 2014 i w 2015 kontynuowane są działania promujące Inowrocław w środkach masowego przekazu. Do najważniejszych przedsięwzięć w tym zakresie zaliczają się:

### 1. Promocja w prasie, telewizji i radiu, w tym:

- „Tych lat nie odda nikt”, czyli benefis Ireny Santor (kilkakrotnie powtórzony w TVP1, TV Polonia),
- prezentacja zdjęcia inowrocławskiej Tężni uzdrowskiej na wystawie „Zakochaj się w Polsce nocą” w Strasburgu podczas posiedzeń Zgromadzenia Parlamentarnego Rady Europy,
- audycja promocyjna w Radiu PiK związana z konkursem,
- publikacja walorów turystycznych w dodatku „Poznaj Kujawy i Pomorze” do Gazety Prawnej,
- publikacja w wersji przewodnika „Tu jest super!” jako dodatek do gazety,
- publikacja walorów turystycznych Miasta w dodatku „Inowrocław. Biznes i Zdrowie” do Gazety Wyborczej,
- bezpłatne artykuły o Inowrocławiu ze szczególnym uwzględnieniem uzdrowskich walorów miasta w pismach branży turystycznej,
- materiał promocyjny w miesięczniku „Region Plus”,
- reklama sportów plażowych w Telewizji Bydgoszcz,
- relacje z wydarzeń oraz zapowiedzi imprez w telewizji kablowej Amazing Inowrocław,

### a także w 2015 roku:

- reklama tężni i promocja Solanek w gazecie „Wprost”,
- kompleksowa informacja o Mieście dla redaktorów Polskiego Radia prowadzących audycję „Lato z Radiem” w Inowrocławiu,
- kompleksowa informacja o Mieście dla prowadzących w TVP Bydgoszcz program pt. „Region Pełen Lata”,
- informacje o ciekawostkach uzdrowsko-turystycznych Inowrocławia dla „Gazety Wyborczej”,
- informacje o Inowrocławiu jako uzdrowsku w artykule Stowarzyszenia Gmin Uzdrowskich RP i Onet,
- artykuły o Inowrocławiu w piśmie dla pacjentów i gości uzdrowsk „Poradnik kuracjusza” wydawanym przez Stowarzyszenie Gmin Uzdrowskich RP,
- artykuł o Inowrocławiu z okazji 25 - lecia samorządów terytorialnych w „Magazynie Gospodarczym FAKTY”,
- artykuł – wywiad z Prezydentem Ryszardem Brejzą w „Magazynie Gospodarczym FAKTY” w związku z Kongresem Uzdrowsk Polskich, którego Inowrocław był gospodarzem (28-30 września br.),

- reklamy w Expressie i w Gazecie Pomorskiej promujące wydarzenia kulturalne Inowrocławiu.

Pragniemy dodać, że ze względu na wysokie koszty promocji w tradycyjnych mediach, liczba materiałów sponsorowanych i reklam jest ograniczana.

## 2. Materiały multimedialne, w tym:

- różnorodne filmy o Inowrocławiu zamieszczone na stronie internetowej miasta,
- relacje z wydarzeń kulturalnych i społecznych zamieszczane na miejskiej stronie WWW. i na profilu FB
- materiały multimedialne (filmy, pokazy slajdów) prezentowane podczas imprez o charakterze promocyjnym.

## 3. Internet, w tym:

- stałe uzupełnianie i uatrakcyjnianie miejskiej strony internetowej,
- współpraca z portalami internetowymi o tematyce uzdrowskiej, turystycznej i kulturalnej poprzez zamieszczanie linków do miejskiej strony internetowej,
- promocja miasta na stronach internetowych Centrum Promocji Gmin Turystycznych,
- turystyczna prezentacja miasta na stronie [www.vc.travellingpolska.pl](http://www.vc.travellingpolska.pl),
- prezentacja Miasta na stronie [www.polskaatrakcyjna.pl](http://www.polskaatrakcyjna.pl),
- Gra SPACer - aplikacja mobilna na telefony i inne urządzenia mobilne aktywna od 2013 r., przedstawiająca ofertę polskich uzdrowisk - w tym Inowrocławia - we współpracy ze Stowarzyszeniem Gmin Uzdrowskich RP.

Dla celów promocyjnych miasta, a szczególności dla propagowania informacji o organizowanych przedsięwzięciach, wykorzystywane są także portale społecznościowe. InLOT, Kujawskie Centrum Kultury, Biblioteka Miejska oraz Ośrodek Sportu i Rekreacji działają aktywnie poprzez facebook, promując ważne wydarzenia z życia miasta. Inowrocław reklamuje się również na stronie facebooka Przewozów Regionalnych oraz na stronie internetowej [www.inianie.pl](http://www.inianie.pl).

## 7. Reklama wizualna (banery oraz tablice informacyjne i reklamowe)

W 2014 roku zlecono montaż nowego banera na budynku przy ul. Dworcowej. W Parku Solankowym zamontowano tablice upamiętniające posadzenie dębu przez Vadima Brodskiego i Konstantego Andrzeja Kulkę. W Parku Solankowym dokonano także oznakowania tras nordic walking.

**W pierwszej połowie 2015 r.** dokonano oznakowania tras rowerowych w Solankach. Wykonano też reklamy promujące Inowrocław na 3 autobusach linii dalekobieżnych. Dwa autobusy należą do Kujawsko-Pomorskiego Transportu Samochodowego, a jeden do Nadgoplańskiej Komunikacji Autobusowej. Informacja o nas dociera więc m.in. do Warszawy, Wrocławia, Zakopanego.

W trakcie przygotowania jest też nowa, dwustronna reklama Inowrocławia na tablicę znajdującą się w parku, od strony ul. Staszica.

W 2015 roku opracowaliśmy też nowe znaki graficzne Inowrocławia i zamieściliśmy je na ściankach wykorzystywanych podczas różnych konferencji i eventach promocyjnych.

## 8. Zakup i wykonanie materiałów promocyjnych

Gadżety promocyjne cieszą się zawsze ogromnym zainteresowaniem, dlatego z wielką starannością dokonujemy ich wyboru. Są to m.in. albumy, foldery i ulotki, teczki konferencyjne, kalendarze, płyty z filmami promocyjnymi i nagraniami koncertowymi, pamięć USB, długopisy i zestawy piśmiennicze, kubki, filiżanki, szklanki, smycze, parasole, bryłki soli, sól w woreczkach, breloki, lampki solne, torby reklamowe, kolorowani dla dzieci i notesy.

W **pierwszym półroczu 2015 roku** asortyment powyższy wzbogaciliśmy o przewodnik – folder o Inowrocławiu w j. polskim i angielskim, wydany przy współudziale Urzędu Marszałkowskiego oraz o artystyczne wyroby ze szkła, naklejki i bidony, które okazały się absolutnym hitem.

Materiały te są przeznaczone na upominki dla oficjalnych gości odwiedzających nasze miasto, kolportuje się je na targach turystycznych; wręczane są też jako nagrody w wielu okolicznościowych konkursach, a także w ogólnopolskich i międzynarodowych zawodach sportowych.

Wszystkie one posiadają grawer bądź nadruk informacyjny o Inowrocławiu. Należy dodać, że w ciągu roku zleca się produkcję wielu tysięcy sztuk takich gadżetów.

## 9. Nagrody za działania promujące Miasto

Konsekwentnie realizowany jest kierunek promocji Inowrocławia jako uzdrowiska. Trafność obranej formuły i celowość właściwie dobranych środków potwierdzają otrzymane nagrody i wyróżnienia.

Do najważniejszych nagród, które przyznano Inowrocławowi w 2014 należy:

- podziękowania z rąk Wicemarszałka Województwa Kujawsko-Pomorskiego za współpracę i pomoc w organizacji stoiska Województwa Kujawsko-Pomorskiego podczas 79. Międzynarodowych Targów Grüne Woche w Berlinie (17-26 stycznia).

- wyróżnienie poprzez wyselekcjonowanie zdjęcia Tężni uzdrowiskowej spośród wielu zdjęć typowanych do wystawy strasburskiej projektu „Zakočaj się w Polsce nocą”.

- Nagroda Marszałka Województwa Kujawsko-Pomorskiego - Inowrocław otrzymał nagrodę Marszałka Województwa Kujawsko-Pomorskiego w kategorii „innowacyjne metody stosowane w zakresie rozwoju i promocji miast i obszarów wiejskich”. XIV Gala Nagród Marszałka Województwa Kujawsko-Pomorskiego odbyła się 11 czerwca 2014 r. w toruńskim Dworze Artusa. To prestiżowe wyróżnienia, przyznawane jest przez gospodarza regionu za wartościowe dokonania w istotnych obszarach działalności publicznej, społecznej, profesjonalnej i biznesowej.

- 7 Nowych Cudów Polski 2014 - IV miejsce w plebiscycie „7 Nowych Cudów Polski” organizowanym przez National Geographic Traveler zajęła tężnia solankowa w Inowrocławiu. Ideą plebiscytu 7 Nowych Cudów Polski jest promocja ciekawych, niebanalnych i atrakcyjnych turystycznie miejsc w naszym kraju. Przez cały rok redaktorzy magazynu podróżują po kraju i szukają zakątków magicznych, nowopowstałych lub takich, w które tchnięto drugie życie. Udowadniają, że Polska jest najpiękniejsza i nie trzeba pokonywać tysięcy kilometrów, by przeżyć przygodę i zachwycić się światem.

### **W pierwszym półroczu 2015 roku,**

- Inowrocław zdobył I miejsce w VI edycji organizowanego przez Grupę Energa ogólnopolskiego Plebiscytu Miast „Świeć się z Energa” na Najpiękniejsze Iluminacje Świąteczne w Polsce, w województwie kujawsko – pomorskim,

- Marszałek Województwa przyznał nagrodę dla budynku w Inowrocławiu przy ul. Wierzbińskiego 86, który wygrał w konkursie architektonicznym „Architektura z energią”,

- Miasto Inowrocław zdobyło 1.miejsce w rankingu miast o najbardziej czystym powietrzu.

Plan przyznanych z Budżetu Miasta środków na 2015 r., po zmianach wynosi 949.976,00 zł (stan na październik br.). Wykonanie (wg stanu na październik br.) wynosi 663.270,02, co stanowi 69,82 %. Ze względu na uchwalanie budżetu w terminie późniejszym niż obrady Komisji, Wydział nie ma możliwości podania środków jakie będzie miał w 2016 roku. Już teraz wiadomym jest jednak, że kontynuowane będą formy, które sprawdzały się w poprzednich latach, typu: Imieniny Inowrocławia, Ogólnopolski Festiwal Małych Form Teatralnych „Arlekinada”, Ogólnopolski Festiwal Młodzieżowych Orkiestr Dętych, koncerty Inowrocławskiej Orkiestry Promenadowej, Gala Operowo – Operetkowa, przegląd chórów z cyklu „Wiosna w Solankach”, Ino-Rock Festiwal, czy rodzinny festyn „Z gęsiną w tle”, a także cieszące się dużym zainteresowaniem nowości wprowadzone w 2015 roku: Dni Inowrocławia z Wielkim Grillowaniem, Ino Art Festiwal, muzyczne majówki i muzyczne pożegnanie lata, emitowanie z Inowrocławia audycji „Lato z Radiem” i programu Telewizji Bydgoszcz „Region pełen lata” oraz szereg innych koncertów i wystaw. Współpracować nadal będziemy nie tylko z Kujawskim Centrum Kultury, Biblioteką Miejską i Ośrodkiem Sportu i Rekreacji w Inowrocławiu, ale również z Polskim Radiem i TVP Bydgoszcz. Dzięki współpracy z Urzędem Marszałkowskim i Inowrocławską Lokalną Organizacją Turystyczną Miasto obecne będzie na promocyjnych i turystycznych targach o zasięgu regionalnym, ogólnopolskim i zagranicznym, a artykuły o potencjale uzdrowiskowo-turystycznym i gospodarczym Miasta zamieszczane nadal będą w wydawnictwach ogólnopolskich i stronach internetowych.

Jeżeli Urząd Marszałkowski przystąpi w 2016 roku do realizacji programów regionalnych z wykorzystaniem środków unijnych, Miasto będzie starać się wziąć również w tym udział.

Pozytywne oceny naszych działań, z jakimi się spotykamy motywują nas do dalszych działań, utwierdzając w przekonaniu, że podjęta forma promocji jest stosowna i czyni nasze Miasto coraz bardziej popularnym wśród kuracjuszy i turystów. Nie mniej, otwarci jesteśmy na cenne sugestie ze strony Państwa – naszych odbiorców.

## **Uzasadnienie**

Informacja o prowadzonych przez Wydział Kultury, Promocji i Komunikacji Społecznej działaniach związanych z promocją Miasta Inowrocławia obejmuje okres od 1 stycznia 2014 r. do 30 czerwca 2015 r.

W informacji zawarty został także plan działań w zakresie promocji Miasta Inowrocławia na 2016 r.

Zgodnie z art. 18 ust. 2 pkt 2 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym do wyłącznej właściwości rady gminy należy ustalanie wynagrodzenia wójta, stanowienie o kierunkach jego działania oraz przyjmowanie sprawozdań z jego działalności.

W tej sytuacji wywołanie uchwały jest uzasadnione.

Przewodniczący Rady Miejskiej Inowrocławia

**Tomasz Marcinkowski**