

UCHWAŁA NR XXX/525/09
SEJMIKU WOJEWÓDZTWA ŚWIĘTOKRZYSKIEGO
z dnia 28 września 2009 r.

w sprawie przystąpienia Samorządu Województwa Świętokrzyskiego do realizacji przez Regionalną Organizację Turystyczną Województwa Świętokrzyskiego projektu pn. „Wykreowanie i promocja markowych produktów turystycznych Województwa Świętokrzyskiego oraz ich kompleksowe oznakowanie” realizowanego w latach 2009-2012”.

Na podstawie art. 11 ust. 2 pkt. 8, art. 12 ust. 1 pkt.4, art. 41 ust. 1 i ust. 2 pkt. 4 w związku z art. 14 ust. 1 pkt. 11 ustawy z dnia 5 czerwca 1998r. o samorządzie województwa (t.j. Dz.U. z 2001 r. Nr 142, poz. 1590 z późn. zm.) uchwała się, co następuje:

§ 1

Samorząd Województwa Świętokrzyskiego przystępuje do realizowanego przez Regionalną Organizację Turystyczną Województwa Świętokrzyskiego projektu pn.: „Wykreowanie i promocja markowych produktów turystycznych Województwa Świętokrzyskiego oraz ich kompleksowe oznakowanie w latach 2009-2012”, którego opis stanowi załącznik do niniejszej uchwały.

§ 2

W związku z potrzebą zabezpieczenia środków finansowych na udział własny niezbędny do realizacji ww. projektu, wyraża się zgodę na podwyższenie składki członkowskiej Samorządu Województwa Świętokrzyskiego z tytułu przynależności do Regionalnej Organizacji Turystycznej Województwa Świętokrzyskiego w latach 2010-2012 o 220 000 zł. w skali roku.

§ 3

Wykonanie uchwały powierza się Zarządowi Województwa Świętokrzyskiego.

§ 4

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

Przewodniczący Sejmiku

Tadeusz Kowalczyk

UZASADNIENIE

Realizowany w latach 2009-2012 przez Regionalną Organizację Turystyczną Województwa Świętokrzyskiego projekt pn.: „Wykreowanie i promocja markowych produktów turystycznych województwa świętokrzyskiego oraz ich kompleksowe oznakowanie” zakłada:

1. Wyposażenie 2 sal konferencyjno – szkoleniowych w sprzęt komputerowy i multimedialny,
2. Oznakowanie i wyposażenie 2 Centrów Informacji Turystycznej
3. Wykonanie 1 cyfrowej platformy rezerwacji miejsc noclegowych oraz ofert turystycznych,
4. 1 Impreza promująca region „Sabat Czarownic” (edycja 2011rok)
5. Ponad 400 000 sztuk wydawnictw,
6. Wynajem co najmniej 1 nośnika reklamowego promującego produkt „Świętokrzyskie” wynajem 1 mobilnej projekcji holograficznej
7. Udział w krajowych i zagranicznych targach turystycznych w 2011 roku oraz w 2012 roku, organizacja min. 12 eventów.
8. 1 akcja medialna w telewizji, radio i prasie ogólnopolskiej oraz regionalnej,
9. 1 akcja promocyjna w Internecie
10. 1 Opracowanie „Program rozwoju produktów turystycznych Województwa Świętokrzyskiego wraz z załącznikiem System Identyfikacji Wizualnej dla priorytetowych obszarów produktowych Regionu Świętokrzyskiego”.
11. 1 Badanie wizerunku produktów turystycznych,
12. Oznakowanie 30 produktów turystycznych i dojazdu do nich, wykonanie i montaż „witaczy” promujących produkty.
13. Wykonanie gadżetów wizerunkowych dla obszarów produktowych i produktów.

Projekt ten stanowi swoiste uzupełnienie realizowanej obecnie „Kampanii promocyjnej Województwa Świętokrzyskiego w latach 2008-2010”.

Jego realizacja pozwoli na poprawę wizerunku regionu świętokrzyskiego jako regionu atrakcyjnego turystycznie i zwiększenie liczby turystów odwiedzających region.

Wkład Samorządu Województwa Świętokrzyskiego do projektu nie jest wielki biorąc pod uwagę korzyści, jakie z jego realizacji osiągnie region i wszelkie podmioty działające na rzecz rozwoju turystyki w województwie.

Podjęcie uchwały jest celowe i uzasadnione.

OPIS ZADANIA

Wykreowanie i promocja markowych produktów turystycznych Województwa Świętokrzyskiego oraz ich kompleksowe oznakowanie.

O projekcie

Przedmiotem projektu jest wykreowanie i promocja markowych produktów turystycznych Województwa Świętokrzyskiego oraz ich oznakowanie. Dzięki realizacji projektu umocni się pozycja najbardziej znanych – wizerunkowych i rozpoznawalnych - produktów turystycznych oraz wykreowane i wypromowane zostaną nowe produkty.

W projekcie zastosowane są rozwiązania oryginalne i innowacyjne – po raz pierwszy w Regionie – bezpłatna cyfrowa platforma rezerwacji miejsc noclegowych i ofert turystycznych, kompleksowe, systemowe oznakowanie najważniejszych produktów turystycznych.

Szeroki, międzynarodowy zasięg projektu uzyskany zostanie dzięki, przede wszystkim, promocji w internecie, mediach zagranicznych, obecności na zagranicznych targach turystycznych i imprezach promocyjnych oraz dystrybucji wydawnictw obcojęzycznych. Bardzo ważnym rezultatem realizacji projektu będzie znaczący wpływ na wzrost ilości turystów przyjeżdżających do regionu. Dzięki wykreowaniu interesującego wizerunku produktów turystycznych i utrwalaniu o nich pozytywnych skojarzeń, projekt wpłynie na poprawę wizerunku turystycznego i inwestycyjnego całego regionu.

Po zakończeniu projektu, ROT będzie kontynuował podjęte działania w takim zakresie, na jaki pozwolą posiadane lub pozyskane środki finansowe (np. w ramach RPO Województwa Świętokrzyskiego).

Projektowana kampania jest bezpośrednio elementem wdrażania Strategii Rozwoju Turystyki w Województwie Świętokrzyskim na lata 2006-2014 oraz Programu promocji wraz z regionalnym systemem informacji turystycznej dla Województwa Świętokrzyskiego (na lata 2008-2013), oraz opracowanego w 2008 roku Programu rozwoju produktów turystyki aktywnej i kulturowej oraz opracowywanego obecnie Programu rozwoju produktów turystyki dzieci i młodzieży, turystyki aktywnej, biznesowej, agroturystyki i uzdrowiskowej.

Region Świętokrzyski posiada bardzo niewiele markowych produktów turystycznych rozpoznawalnych w kraju. Żaden produkt turystyczny nie jest rozpoznawalny zagranicą. Istnieje silna potrzeba „wzmocnienia tego, co silne” oraz kreowania nowych produktów turystycznych. Ze względu na walory, atrakcje turystyczne i tradycje główną grupę przyjeżdżających stanowią rodziny oraz dzieci i młodzież. Istnieje potrzeba szerszego dotarcia tych odbiorców poprzez działania promocyjne.

Cele projektu

CEL NADRZĘDNY PROJEKTU:

Stworzenie zintegrowanej oferty turystycznej województwa świętokrzyskiego przy wykorzystaniu potencjału regionu wpływającej na zwiększenie ruchu turystycznego i dochodów z turystyki.

CELE BEZPOŚREDNIE PROJEKTU:

Kreacja i rozwój konkurencyjnych produktów turystycznych – wpłynie to na ich konkurencyjność na rynku krajowym i zagranicznym,

Wykreowanie wizerunku turystycznego regionu – dzięki podjętym działaniom zwiększy się rozpoznawalność całego regionu i jego postrzeganie jako atrakcyjnej destynacji turystycznej,

Zwiększenie dostępności informacyjnej regionu poprzez kompleksowe oznakowanie markowych produktów i wiodących atrakcji turystycznych oraz stworzenie platformy rezerwacji miejsc noclegowych oraz ofert turystycznych.

Grupa odbiorców działań realizowanych w ramach projektu:

dzieci i młodzież szkół podstawowych i gimnazjów;

osoby lubiące wypoczywać na wsi;

rodziny z dziećmi;

osoby zwracające uwagę na swoje zdrowie i kondycję;

osoby zainteresowane aktywnym wypoczynkiem;

zamieszkujący duże miasta: Warszawa, Aglomeracja Warszawska, Łódź, Kraków, Aglomeracja Śląska, Poznań, Trójmiasto, Lublin, Wrocław,

zagraniczne rynki docelowe: Ukraina, Rosja, Niemcy, Izrael, Wielka Brytania, Benelux.

Zakres projektu

W rozdziale przedstawiono szczegóły wykonawcze działań wchodzących w zakres projektu „Wykreowanie i promocja markowych produktów turystycznych Województwa Świętokrzyskiego oraz ich kompleksowe oznakowanie.” tj:

Zestawienie działań promocyjnych
1. Wyposażenie 2 sal konferencyjno – szkoleniowych w sprzęt komputerowy i multimedialny,
2. Oznakowanie i wyposażenie 3 Centrów Informacji Turystycznej w sprzęt komputerowy oraz meble
3. Oznakowanie atrakcji i produktów turystycznych oraz dojazdu do nich za pomocą, tablic informacyjnych i znaków drogowych, wykonanie i montaż „witaczy” promujących produkty turystyczne
4. Wykonanie 1 platformy rezerwacji miejsc noclegowych oraz atrakcji turystycznych
5. Impreza promująca region „Sabat Czarownic”
6. Przygotowanie i druk wydawnictw
7. Wynajem nośnika reklamowego/nośników reklamowych
8. Udział w targach turystycznych oraz organizacja eventów
9. Akcja medialna w telewizji, radio i prasie ogólnopolskiej oraz regionalnej
10. Akcja promocyjna w Internecie
11. Wykonanie gadżetów wizerunkowych dla produktów turystycznych

1. Wyposażenie 2 sal konferencyjno – szkoleniowych w sprzęt komputerowy i multimedialny

W ramach dofinansowania z projektu wyposażone zostaną w sprzęt komputerowy i multimedialny 2 sale konferencyjno- szkoleniowe:

1. W siedzibie ROTWŚ (Kielce, ul. Ściegiennego 2, pok. 32)
2. W Regionalnym Centrum Informacji Turystycznej (Kielce, ul. Sienkiewicza 29).

Aby projekt mógł być prawidłowo realizowany należy podnosić wiedzę środowiska turystycznego w dziedzinie kreowania wizerunku regionu oraz poszczególnych produktów turystycznych. Obecnie zarządcy atrakcji turystycznych, organizacje pozarządowe inicjujące tworzenie produktów turystycznych w formule sieciowej nie mają możliwości wspólnego podnoszenia kwalifikacji i zintegrowania działań na rzecz rozwoju markowych produktów turystycznych, co skutkuje brakiem takich produktów na regionalnym rynku turystycznym.

Planuje się, aby wyposażone w ramach projektu sale szkoleniowe udostępniane były wszystkim użytkownikom, w tym partnerom tworzącym zintegrowane produkty turystyczne bezpłatnie. Wszelkie szkolenia, warsztaty i inne formy spotkań prowadzone będą przez ROTWŚ bezpłatnie.

Zakup wyposażenia komputerowego oraz sprzętu audiowizualnego obejmuje:

- 20 szt. komputerów (typu notebook)
- 1 szt. drukarka kolorowa laserowa,
- 3 drukarki laserowe czarno-białe
- 1 bindownica/gilotyna,
- 1 szt. kserokopiarka,
- 1 projektor multimedialny
- 1 ekran
- 1 flip-chart
- 1 telewizor plazmowy wraz z odtwarzaczem DVD

2. Oznakowanie i wyposażenie dwóch Centrów Informacji Turystycznej oraz jednego Punktu Informacji Turystycznej

Przewiduje się oznakowanie, doposażenie w sprzęt komputerowy, biurowy oraz meble biurowe 3 CIT-ów. Centra ulokowane będą na terenie powiatu kazimierskiego, skarżyskiego (obecnie nie funkcjonują tu żadne jednostki informacji turystycznej), punkt it powstanie na terenie powiatu staszowskiego. Planujemy, aby wyposażenie wszystkich jednostek świadczących usługi IT w ramach Systemu wykonane zostało w oparciu o identyfikację wizualną, która powstała w ramach projektu „Kampania promocyjna Województwa Świętokrzyskiego”.

Komplet wyposażenia dla CIT
Komputer stacjonarny wraz z monitorem i oprogramowaniem
Komputer typu notebook wraz z oprogramowaniem
Komputer stacjonarny wraz z monitorem oraz oprogramowaniem do samodzielnego korzystania przez turystów
Projektor multimedialny
Drukarka atramentowa kolorowa A3+
Kserokopiarka
Telefon
Fax

2 biurka z 2 krzesłami + 2 krzesła dla interesantów Meble Stojaki na materiały Podświetlany szyld na zewnątrz lokalu Znaki drogowe kierujące do CIT Tablica informacyjna w centrum miejscowości
--

3. Oznakowanie atrakcji i produktów turystycznych oraz dojazdu do nich za pomocą tablic informacyjnych i znaków drogowych, wykonanie i montaż „witaczy” promujących produkty turystyczne

1. Tablice z mapą regionu oraz zaznaczonymi atrakcjami turystycznymi przy parkingach + opis atrakcji turystycznych znajdujących się w pobliżu miejsc ustawienia tablicy. W skład działania wchodzi: wykonanie tablic, montaż wraz z transportem: minimum 30 szt.

2. Uzupełnienie istniejącego oznakowania drogowego, wymiana istniejących zniszczonych znaków drogowych – dojazdu do atrakcji turystycznych regionu. W koszt działania wchodzi: wyprodukowanie tablic, montaż wraz z transportem przy montażu, uzyskanie pozwoleń od zarządców dróg, wykonanie planów organizacji ruchu: minimum 200 szt.

3. Oznakowanie największych atrakcji turystycznych za pomocą tablic opisowych, w tym uzupełnienie starego oznakowania. W skład działania wchodzi: wykonanie tablic, montaż wraz z transportem: minimum 30 szt.

4. Wykonanie „witaczy” promujących najważniejsze wizerunkowo produkty turystyczne dla regionu, minimum 10 szt.

4. Cyfrowa platforma rezerwacji miejsc noclegowych i atrakcji turystycznych

Informacja merytoryczna: Planuje się, aby bezpłatna cyfrowa platforma rezerwacji miejsc noclegowych i ofert turystycznych funkcjonowała na portalu turystycznym www.swietokrzyskie.travel

System umożliwił będzie odszukanie i łatwą rezerwację noclegu w wybranym obiekcie noclegowym na terenie woj. świętokrzyskiego.

Rezerwacja noclegu będzie odbywać się za pośrednictwem wyszukiwarki umieszczonej na portalu www.swietokrzyskie.travel. Informacje o dostępności i obłożeniu bazy noclegowej będą wyświetlane na bieżąco, dzięki aktualizacjom dokonywanym przez właścicieli obiektów noclegowych.

Dodatkowym udogodnieniem dla turystów będzie możliwość rezerwacji miejsc w atrakcjach turystycznych. Zakładka ta administrowana będzie przez Biura Podróży, które za pośrednictwem platformy będą mogły informować o dostępności oferty turystyki przyjazdowej do woj. świętokrzyskiego.

5. Impreza promująca region „Świętokrzyski Sabat Czarownic”

Impreza zostanie zorganizowana w czerwcu 2011, będzie to druga edycja stałej corocznej imprezy weekendowej, organizowanej w Górach Świętokrzyskich. „Sabat Czarownic” ma szansę stać się produktem o najsilniejszym potencjale wizerunkowym w kategorii „wydarzenie”, jako że będzie wizytówką całego Regionu Świętokrzyskiego. Zaplanowano kampanię reklamową oraz stworzenie identyfikacji wizualnej produktu. Sam program imprezy należy jeszcze szczegółowo dopracować

pod kątem wizerunkowym, aby przekaz imprezy pokrywał się z nazwą produktu – Sabat Czarownic. Sama nazwa zawiera silny headline, jednak będzie potrzebne dodatkowe hasło promocyjne, które zostanie umieszczone w materiałach reklamowych. Impreza ma charakter festynu i kierowana jest do rodzin, młodzieży, osób lubiących wypoczywać na wsi, osób stanu wolnego z przedziału 18 - 40 lat, miłośników legend. W programie imprezy zaistnieć mogą na przykład atrakcje typu: „laserowy zlot czarownic”, pokaz „światło – dźwięk”, palenie ognisk, poszukiwanie kwiatu paproci, komponowanie pod okiem wiedźm „ziół mocy”, „czarująca” zabawa do „bladego świtu” oraz koncert gwiazd. Transmisja imprezy - przez stacje telewizyjne. Planuje się, aby Świętokrzyski „Sabat Czarownic” miał szeroki europejski zasięg.

6. Wydawnictwa

Wydawnictwa będą prezentować najważniejsze obszary produktowe oraz produkty turystyczne regionu. Planowane jest wydanie następujących publikacji promujących obszary produktowe i produkty wizerunkowe:

Wydawnictwo promujące wizerunkowe produkty turystyczne:

folder promujący najbardziej wizerunkowe produkty turystyczne całego regionu (rozważa się roboczy tytuł „Świętokrzyskie Miejsce Mocy”, „Czarujące Świętokrzyskie, „Największe Atrakcje Turystyczne”; format: A4; 32 strony + okładka; wersje językowe: polska, angielska, niemiecka, rosyjska, ukraińska, francuska, holenderska; nakład: minimum 60.000 egz.).

Wydawnictwa promujące dwa najbardziej wizerunkowe obszary produktowe:

foldery promujące produkty i ofertę adresowaną dla dzieci i młodzieży (format: A5, 24 strony + okładka, wersje językowe: polska, angielska, niemiecka, ukraińska; nakład: minimum 40.000 egz.)

folder promujący produkty i ofertę agroturystyki i turystyki wiejskiej (format: A5, 24 strony + okładka, wersje językowe: polska, angielska, niemiecka, rosyjska, nakład minimum: 40.000 egz.)

Wydawnictwa promujące inne konkurencyjne i atrakcyjne grupy produktów:

folder promujący produkty i ofertę turystyki kulturowej

folder promujący produkty i ofertę turystyki uzdrowiskowej

folder promujący produkty i ofertę turystyki aktywnej

folder promujący produkty i ofertę turystyki biznesowej

(Łączny nakład – minimum 100.000 egz – po 25.000 egz dla każdego z 4 obszarów; format: A5, 24 strony + okładka, wersje językowe: polska, niemiecka, rosyjska, angielska, dla turystyki kulturowej także wersja francuska, dla uzdrowiskowej-ukraińska, dla aktywnej - holenderska)

Wydawnictwa promujące produkty turystyki weekendowej

folder promujący ofertę weekendową (prezentujące programy krótkich pobytów; format: A5, 24 strony + okładka, wersje językowe: polska, niemiecka, rosyjska, angielska; nakład: minimum 20.000 egz.)

Ulotki produktowe (format: po rozłożeniu (330x205) mm, po złożeniu (110x205mm), wersje językowe: polska, rosyjska, ukraińska, niemiecka, angielska; dla kilku rodzajów ulotek – dodatkowo- francuski, holenderski, jidysz., łączny nakład minimum 150.000 egz.).

Łączny nakład wszystkich wydawnictw ok. 400.000 egz. Część materiałów zostanie też wydana w szacie graficznej stanowiącej projekty autorskie. Od dwóch do czterech wersji językowych – głównie: polska, angielska, niemiecka, rosyjska.

Wydawnictwa będą dystrybuowane na najważniejszych targach turystycznych w Polsce oraz w Europie, na których ma swoje stoisko promocyjne ROTWŚ, partnerzy projektu oraz na stoisku Polskiej Organizacji Turystycznej. Dystrybucja odbywać się będzie ponadto poprzez tzw. Venty.

Istotnym kanałem dystrybucji będą także Polskie Ośrodki Informacji Turystycznej (POIT-y) mające swą siedzibę w 11 krajach Europy, a także w Stanach Zjednoczonych i Japonii.

7. Wynajęcie nośnika reklamowego/nośników reklamowych

Wynajęte nośniki reklamowe (np. bilbordy, city- lighty, balon itp.) promować będą priorytetowe obszary produktowe oraz wizerunkowe produkty turystyczne. Promować będzie region podczas wielkich polskich eventów oraz w atrakcyjnych miejscach (Warszawa, aglomeracja warszawska, Łódź, Kraków, aglomeracja śląska, inne). Zastosowane zostanie logo turystyczne, hasło lub slogan promocyjny regionu świętokrzyskiego lub/i danego produktu.

8. Targi turystyczne

W ramach projektu przewiduje się uczestnictwo w najważniejszych, z punktu widzenia rynków docelowych targach dla województwa świętokrzyskiego tj. udział w 8 krajowych targach turystycznych i w 4 zagranicznych targach turystycznych w 2011 roku oraz udział w 6 krajowych targach turystycznych i 3 zagranicznych targach turystycznych w 2012 roku,

KRAJOWE

Targi Turystyki, Rekreacji i Wypoczynku INTOUREX w Sosnowcu – luty 2011, 2012;
Międzynarodowe Targi – Regiony Turystyczne NA STYKU KULTUR w Łodzi – marzec 2011, 2012;

Krakowski Salon Turystyczny - kwiecień 2011, 2012;

Gdańskie Targi Turystyczne - kwiecień 2011, 2012;

Targi Turystyczne „Voyager” kwiecień 2011, 2012;

Targi Turystyki i Wypoczynku LATO w Warszawie - kwiecień 2011, 2012;

TT Warsaw Tour&Travel w Warszawie – wrzesień 2011,

Tour Salon w Poznaniu – październik 2011,

ZAGRANICZNE:

Vakantiebeurs Utrecht – styczeń 2012;

ITB Berlin – marzec 2011, 2012;

MITT Moskwa - marzec 2011, 2012;

UKRAINE Kijów – październik 2011,

WTM Londyn – listopad 2011.

9. Akcja medialna w telewizji, radio, prasie ogólnopolskiej oraz regionalnej

W ramach akcji medialnej planuje się:

Programy telewizyjne promujące produkty turystyczne regionu świętokrzyskiego w ogólnopolskich i regionalnych stacjach telewizyjnych i radiowych. W ramach kampanii przewiduje się produkcję i koprodukcję programów telewizyjnych i radiowych.

Reklama w prasie – artykuły sponsorowane lub/ i reklamy prasowe zamieszczone głównie w mediach ogólnopolskich, regionalnych i branżowych.

10. Akcja medialna w Internecie

Ogłoszenia w serwisach turystycznych, popularnych portalach internetowych, reklamy, gry internetowe, filmiki i inne. Informacja zapraszająca na www.swietokrzyskie.travel i do odwiedzenia Regionu znajdzie się w większości portali turystycznych, na których turyści szukają miejsca na wyjazd.

11. Wykonanie gadżetów wizerunkowych produktów

Wykonanie i zakup materiałów reklamowych promujących najbardziej wizerunkowe produkty turystyczne. Wszystkie gadżety z nadrukiem – logo turystycznym regionu – czarownicą oraz z nazwami lub/i hasłami promującymi produkty turystyczne. Niewielka część gadżetów tzw. „ekskluzywnych” zostanie przeznaczona dla VIP-ów, gości specjalnych oraz dziennikarzy.

Dystrybucja gadżetów odbywać się będzie w RCIT, CIT-ach oraz PIT-ach, podczas targów turystycznych, podczas imprez promocyjnych, kulturalnych i turystycznych oraz wizyt studyjnych, delegacji. Dystrybucja ta będzie miała miejsce w Polsce i za granicą.

Kluczowe wskaźniki produktu i rezultatu:

Liczba nowych oraz liczba zmodyfikowanych produktów turystycznych – łącznie 30 szt. w 2012 r.,

Liczba turystów korzystających z wytworzonych/zmodernizowanych produktów turystycznych

- 150 000 osób w 2015 r.,

Liczba turystów korzystających z systemu rezerwacji i informacji turystycznej - 100 000 osób w 2015.

Harmonogram realizacji projektu

Etapy realizacji Projektu	Rozpoczęcie realizacji	Zakończenie realizacji
Przygotowanie dokumentacji projektowej, wykonanie niezbędnych analiz, doradztwo ekspertów finansowych i technicznych, opracowanie koncepcji programu promocji produktów turystycznych, opracowanie systemu identyfikacji wizualnej, przeprowadzenie badań wizerunkowych.	15-05-2009	15-01-2010
Dostawa komputerów, oprogramowania i urządzeń biurowych do sali konferencyjno - szkoleniowej ROT WŚ (ul. Ściegiennego 2) oraz RCIT (ul. Sienkiewicza 29) oraz 2 Centrów i 1 Punktu Informacji Turystycznej	01-10-2009	01-05-2010
Dostawa i montaż oznakowania 2 Centrów Informacji Turystycznej, 1 Punktu Informacji Turystycznej, atrakcji turystycznych i dojazdu do nich	02-01-2010	01-06-2010
Wykonanie i dostawa do 2 Centrów Informacji Turystycznej i 1 Punktu Informacji Turystycznej mebli, foteli oraz krzeseł biurowych	15-01-2010	01-05-2010
Biuro projektu, doradztwo techniczne, prawne i księgowo projektu	01-04-2009	30-04-2012

Wykonanie cyfrowej platformy rezerwacji miejsc noclegowych oraz ofert turystycznych	02-11-2009	01-05-2010
Wykonanie i montaż „witaczy” promujących produkty turystyczne	01-10-2010	01-06-2011
Przygotowanie i publikacja reklam w mediach: telewizja, radio, prasa i internet	01-06-2009	01-01-2011
Zorganizowanie imprezy promującej region „Sabat Czarownic”	01-08-2010	01-08-2011
Dostawa gadżetów reklamowych	01-07-2010	31-10-2010
Przygotowanie i druk wydawnictw	01-09- 2010	30-03-2012
Wynajem niekonwencjonalnych nośników reklamy	01-01-2010	30-04-2011
Udział w targach turystycznych oraz eventach	01-01-2011	30-04-2012

Planowany termin rozpoczęcia realizacji rzeczowej projektu: 15 -05 -2009, zakończenia: 30.04.2012

Źródła finansowania projektu (PLN):

Źródło		2009r.	2010r.	2011r.	2012r.	Suma
Dotacja (Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego)	PLN	322 124,00	597 632,00	1 474 688,00	295 412,00	2 689 856,00
	%	80,00%	80,00%	80,00%	80,00%	80,00%
Środki prywatne (ROT)	PLN	80 531,00	149 408,00	368 672,00	73 853,00	672 464,00
	%	20%	20%	20%	20%	20%