

## INTERPELACJA

Zielona Góra, 14 grudnia 2021 r.

Składający : Radna Aleksandra Mrozek

Dotyczy: **Odpowiedzi na składane przez radnych interpelacje.**

Pani Marszałek,

Składam interpelacje i oczekuje odpowiedzi zgodnej ze stanem rzeczy. Każdy Departament podlega nadzorowi Zarządu Województwa a jakość odpowiedzi wskazuje, że jest to dowolna wena twórcza pracownika nie weryfikowana przez nikogo z Zarządu . Radny zainteresowany odpowiedzią ma prawo odnieść wrażenie, że panuje chaos, brak kompetencji albo świadoma ucieczka od podnoszonych kwestii. Składana w dniu 29 2021r. listopada interpelacja dotycząca **Braku programu komunikacji marketingowej oferty turystycznej regionu lubuskiego** powyższe potwierdza.

Proszę o jasną , jednoznaczną odpowiedź na pytanie:

1. Czy województwo lubuskie ma program komunikacji marketingowej oferty turystycznej regionu lubuskiego? Jeżeli tak, to proszę o jego udostępnienie.

W oczekiwaniu na odpowiedź

Radna Aleksandra Mrozek

Zielona Góra, 27 grudnia 2021 r.

DS.II.0003.4.2021

**Pani**  
**Aleksandra Mrozek**  
**Radna Województwa Lubuskiego**

*Szanowna Pani Radna,*

odnosząc się do interpelacji z dnia 14 grudnia 2021 r. informuję, iż Departament Promocji i Strategii Marki w odpowiedzi, znak DM.IV.0003.3.2021, na Pani interpelację z dnia 29 listopada 2021 r., przedstawił najważniejsze działania na rzecz promocji oferty turystycznej regionu.

W ramach pracy Departamentu Promocji i Strategii Marki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Lubuskiego zaplanowano konkretne działania mające na celu przyciągnięcie turystów do regionu. Wydział Projektów Turystycznych i Promocji Lubuskiego Centrum Winiarstwa realizuje projekt pn. „*Promocja gospodarcza województwa lubuskiego poprzez organizację kampanii promocyjnej sektora turystycznego o zasięgu krajowym i międzynarodowym oraz targów turystycznych*”. W ramach ww. projektu zaplanowano szeroką kampanię promocyjną obejmującą m.in. takie działania jak: kampanię promującą potencjał turystyczny w mediach społecznościowych, Internecie (display), radiu, prasie, stworzony zostanie film promocyjny i wyemitowany w ogólnopolskiej telewizji, przeprowadzona zostanie również kampania w Internecie i mediach społecznościowych na rynku niemieckim, zlecona zostanie reklama na paczkomatach i nośnikach typu citylight oraz zorganizowany zostanie trzydniowy media trip dla blogerów i influencerów. Wszystkie powyższe zadania realizowane będą we wspólnej koncepcji wizualnej przez dwa kolejne lata w 2022 i 2023 roku, co przyczyni się do utrwalenia wizerunku województwa lubuskiego jako miejsca pełnego pięknych i ciekawych miejsc do odwiedzenia. Aby wpierać branżę turystyczną w ramach projektu zaplanowano również udział w targach turystycznych w Polsce (Katowice, Kraków) oraz za granicą (Berlin i Praga). W sumie podczas wszystkich imprez targowych na stoisku województwa lubuskiego zaprezentuje swoją ofertę 20 przedsiębiorców (MŚP) z regionu. Takie działanie stwarza dobre warunki do rozwoju oraz bezpośredniej promocji branży turystycznej. Ponadto do zadań Departamentu należy również promocja lokalnego winiarstwa. Lubuskie Centrum Winiarstwa w Zaborze jest organizatorem wydarzeń wzbudzających

niezwykle zainteresowanie turystów z całej Polski tj.: Lubuski Festiwal Otwartych Piwnic i Winnic, Winobranie w Winnicy Samorządowej czy Święto Lubuskiego Młodego Wina, które w tym roku odbyło się w Muzeum Etnograficznym w Zielonej Górze-Ochli i przyciągnęło ponad 5 000 odwiedzających. Regularne działania promujące lubuską enoturystykę tj. wydawanie map i katalogów winiarskich, szkolenia, prowadzenie strony internetowej i mediów społecznościowych sprawiło, że lubuskie winiarstwo rozpoznawalne jest w całym kraju a każdym kolejnym rokiem zauważamy znaczny wzrost odwiedzających lubuskie winnice.

Departament Promocji i Strategii Marki - jak co roku - planuje kampanie, które mają zachęcić turystów do przyjazdu do naszego regionu oraz wykreowanie dobrego wizerunku województwa wśród Lubuszan. Wszystkie działania są zapisane w Planie Działań Promocyjnych i Komunikacji Województwa Lubuskiego, który co roku jest podejmowany w formie uchwały przez Zarząd Województwa Lubuskiego.

W 2022 r. Departament Promocji i Strategii Marki planuje przeprowadzić m.in. kampanię promującą turystykę rowerową (Urząd Marszałkowski Województwa Lubuskiego jest obecnie w trakcie prac nad Polityką Rowerową Województwa Lubuskiego 2030. Programem Rozwoju Mobilności Rowerowej) oraz będzie kontynuował promocję odwiedzin naszego regionu pod hasłem Lubuskie na weekend. W swoich działaniach DM planuje wykorzystać dostępne narzędzia promocyjne np.: artykuły w mediach tradycyjnych (także branżowych), elektronicznych, mediach społecznościowych, promując się przy organizacji ogólnopolskich eventów. Województwo lubuskie będzie promować się również podczas wydarzeń, które są kulturalną marką naszego regionu i są znane nie tylko w Polsce, m.in.: Lubuskie Lato Filmowe, Muzyka w Raju, Gorzów Jazz Celebration, Solanin Film Festival oraz Międzynarodowe Spotkania Zespołów Cygańskich Romane Dyvesa.

W 2022 r. Wydział Promocji i Strategii Marki planuje wdrożyć długofalowy projekt marketingowo-edukacyjny Duszek Lubuszek. Projekt w oparciu o brand hero Duszka Lubuszka będzie miał na celu promocję lubuskich pałaców i zamków, promocję kierunków turystycznych, usług i produktów turystycznych, wydarzeń, konkursów i współpracy z samorządami. Postać brand hero Duszka Lubuszka będzie uzupełniać markę Lubuskie. W ramach projektu planowana jest kampania promująca postać w mediach społecznościowych, wydanie interaktywnej książeczki dla dzieci, gry memory czy serii mniejszych wydawnictw (np. widokówek). Efektem działań ma być wsparcie i rozwój w regionie turystyki rodzinnej. Wydział Promocji i Strategii Marki chce zaangażować w projekt osiem lokalnych samorządów (na początek) i stworzyć z nimi spójną strategię promocji w oparciu o postać brand hero.

By ujednoczyć działania promocyjne w regionie Wydział Promocji i Strategii Marki w pierwszym kwartale przyszłego roku zamierza zorganizować Forum Samorządowe Lubuskie Warte Zachodu. Jego celem będzie przedstawienie wszystkim lubuskim jednostkom samorządu terytorialnego kierunków promocyjnych na najbliższe lata, pokazanie płaszczyzny wspólnej promocji oraz przekazanie niezbędnej wiedzy, która pozwoli na bardziej efektywną promocję Lubuskiego.

Od 2016 r. Departament Promocji i Strategii Marki promuje największe turystyczne atrakcje regionu. Od tego czasu zainaugurował kampanie promujące: piękno przyrody (mamy najbardziej zalesiony region w Polsce), szlak militariów i fortyfikacji, obiekty architektury zabytkowej (pałace, zamki, dwory), obiekty architektury sakralnej (m.in. Szlak Kościołów Drewnianych Regionu Kozła), szlak wina i miodu, turystykę rowerową, birdwatching, lubuskie jeziora i rzeki.

Działania prowadzone przez Urząd Marszałkowski Województwa Lubuskiego oraz lubuską branżę turystyczną przynoszą wymierne efekty. Co roku nasz region odwiedza coraz więcej turystów, czego dowodzą wyniki badań Urzędu Statystycznego w Zielonej Górze. Np. w 2019 r. w turystycznych obiektach noclegowych województwa lubuskiego zatrzymało się 720,8 tys. turystów (o 4,8 proc. więcej niż rok wcześniej, czyli o ponad 33 tys. osób), którym udzielono 1480,0 tys. noclegów (wzrost w skali roku o 3,5 proc., tj. ponad 50 tys. noclegów). Wśród ogółu korzystających z noclegów w turystycznych obiektach noclegowych, 73,6 proc. (530,5 tys.) stanowili turyści krajowi, a 26,4 proc. (190,3 tys.) - turyści zagraniczni. Na przestrzeni czterech lat liczba turystów w województwie lubuskim wzrosła o ponad 100 tys. (dane w oparciu o turystyczne obiekty noclegowe).

Należy podkreślić, iż Departament Promocji i Strategii Marki każdego roku opracowuje Plan Działań Promocyjnych i Komunikacji Województwa Lubuskiego, podejmowany w formie uchwały przez Zarząd Województwa Lubuskiego.

*Z poważaniem*

z up. Marszałka Województwa

Mirosław Glaz

Dyrektor Departamentu

Departament Infrastruktury Społecznej

[podpisano certyfikowanym podpisem elektronicznym]