

INTERPELACJA

Zielona Góra, 5 maja 2022 rok

Składający: Radna Aleksandra Mrozek

Dotyczy: **Kampanii promocyjnej w roli głównej z „ Duszek Lubuszek”**

Pani Marszałek,

Konsekwentnie, od lat, twierdzę, że w regionie brakuje poważnej spójnej oferty turystycznej, która może być magnesem na turystów. Wyróżnikiem turystycznym województwa jest enoturystyka ale potencjał turystyczny województwo lubuskie ma znacznie większy. Brak programu rozwoju lubuskiej turystyki, mglista wizja jej rozwoju, słaba współpraca z Lubuską Regionalną Organizacją Turystyczną LOTUR” nie zrekompensują ogromnych, bo blisko 30 milionowych, środków przeznaczanych na promocję. Szumnie zapowiadana jest kampania promocyjna w roli głównej z „ Duszkiem Lubuszkim”. Częścią tej kampanii ma być maskotka i książeczka, której teksty mają zapraszać turystów do odwiedzania niekomercyjnych zamków i pałaców w Lubuskim. Na projekt z końcowymi efektami mieliśmy czekać do wiosny. Wiosna w pełni, sezon turystyczny zainicjowała „majówka” dlatego też kieruje pytania związane z tym projektem:

1. Jaki jest koszt projektu związany z kampanią w roli głównej z „ Duszek Lubuszek” ?
2. Gdzie i kiedy materiały promocyjne -maskotka i książeczka będą zachęcać turystów do odwiedzania niekomercyjnych zamków i pałaców a także całego regionu?
3. Jakie kryteria pozwoliły na wyłonię niekomercyjnych zamków i pałaców ,których opis znajdzie się w książeczce?
4. W jaki sposób będą mierzone efekty kampanii promocyjnej z udziałem „ Duszka Lubuska”?

Z poważaniem,

Radna Aleksandra Mrozek

Zielona Góra, 30 maja 2022 r.

DM.III.0003.1.2022

Pani
Aleksandra Mrozek
Radna Sejmiku Województwa
Lubuskiego

Szanowna Pani Radna,

odpowiadając na interpelację z dnia 5 maja 2022 roku znak sprawy BS.0003.33.2022 przedstawiam poniżej informację na zadane pytania:

Ad. 1.

Jaki jest koszt projektu związany z kampanią w roli głównej z „Duszek Lubuszek”?

Ze względu na to, że nie mieliśmy w budżecie Wydziału Promocji i Strategii Marki środków finansowych w odpowiedniej wysokości na przeprowadzenie zadania o tak szerokim zakresie przedmiotowym, a zarządcy obiektów wyrazili entuzjazm i chęć wzięcia udziału w przedsięwzięciu, ale tylko niektórzy byli gotowi współfinansować projekt, wystąpiliśmy o środki finansowe z projektu unijnego. Spowodowało to opóźnienia w realizacji zadania. Kampania promująca lubuskie zamki i pałace pn. Duszek Lubuszek to zadanie realizowane w ramach projektu pn. „*Promocja gospodarcza województwa lubuskiego poprzez organizację kampanii promocyjnej sektora turystycznego o zasięgu krajowym i międzynarodowym oraz targów turystycznych*” współfinansowanego z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego - Lubuskie 2020, Osi Priorytetowej 1 Gospodarka i innowacje, Działanie 1.4 Promocja regionu i umiędzynarodowienie sektora MŚP, Poddziałania 1.4.1 Promocja regionu i umiędzynarodowienie sektora MŚP- projekty realizowane poza formułą ZIT. W projekcie zaplanowano kwotę w wysokości 330 000,00 zł brutto. Jednak, ze względu na to, że jesteśmy w trakcie przeprowadzania procedur, nie można określić, czy cała kwota zabezpieczona na ten cel zostanie wykorzystana.

Ad. 2.

Gdzie i kiedy materiały promocyjne – maskotka i książeczka będą zachęcać turystów do odwiedzenia niekomercyjnych zamków i pałaców, a także całego regionu?

Książeczka oraz inne materiały promocyjne (m.in.: naklejki, breloki) będą dystrybuowane od roku 2022, na terenie województwa lubuskiego, podczas wydarzeń organizowanych przez Urząd czy też w obiektach opisanych w książeczce. Planujemy też wydarzenia oparte na postaci Duszka Lubuszka.

Ad. 3.

Jakie kryteria pozwoliły na wyłonienie niekomercyjnych zamków i pałaców, których opis znajdzie się w książeczce?

Departament Promocji i Strategii Marki podczas wyboru zamków i pałaców kierował się, głównie tym, aby były one dostępne dla zwiedzających, a także rozmieszczone w miarę możliwości, w całym regionie. W związku z tym, wysłaliśmy zaproszenia do udziału w projekcie do instytucji nadzorujących obiekty, prosząc również o partycypację w kosztach. Głównym celem projektu „Duszek Lubuszek” jest zwiększenie familijnej aktywności turystycznej, poprzez wzrost ilości odwiedzin w historycznych obiektach województwa lubuskiego oraz promocja pereł naszej małej ojczyzny. Omawiany projekt edukacyjno-marketingowy stał się tym bardziej cenny, że na skutek pandemii nastąpił zwrot w kierunku lokalnych produktów i usług, w tym lokalnej turystyki, która obecnie jest określana jako dojrzewający trend. Po roku 2020 eksperci szacują, że wkraczamy w erę turystyki 2.0: zrównoważonej, opartej na wartościach, sieciach społecznych, na tym co dostępne i bliskie (tj. np. lokalne dziedzictwo, żywność, produkty rzemieślnicze, kontakt z naturą).

Ad. 4.

W jaki sposób będą mierzone efekty kampanii promocyjnej z udziałem „Duszka Lubuszka”?

Celem w/w kampanii jest nie tylko promocja lokalnej turystyki, ale też pomoc w edukowaniu i kreowaniu tożsamości regionalnej od najmłodszych lat. Efekty kampanii, mierzone będą między innymi poprzez ilość gości odwiedzających nasze obiekty szlakiem Duszka Lubuszka, popularność w mediach społecznościowych, ilość zdobytych gratyfikacji po odwiedzeniu wszystkich 8 zamków-pałaców. Obiekty niekomercyjne, które są elementem projektu Duszek Lubuszek znajdują się w: Iłowej,

Żaganiu, Zaborze, Zatoniu-Zielonej Górze, Międzyrzeczu, Łagowie Lubuskim, Lubniewicach i Kożuchowie.

Bajkowa postać Duszka Lubuszka (nasz brand hero projektu) promuje dziedzictwo historyczne i architektoniczne województwa lubuskiego. Chcemy, by jego postać i projekty towarzyszące skłaniały odbiorców do interakcji, zachęcały do okolicznych wypraw, zwiedzania obiektów oraz lokalnych zakupów. W jaki sposób? Na podstawie wyłonionych ośmiu pałaców i zamków stworzymy historię i szlak małego turysty przy współpracy z punktami turystycznymi. Planowo, aby otrzymać maskotkę trzeba będzie odwiedzić 8 obiektów i zebrać pieczętki na mapce zamieszczonej w książeczce. Autorem tekstów do książeczki na temat każdego z 8 obiektów jest Artur Andrus – Mistrz Mowy Polskiej, znany dziennikarz radiowy, felietonista, autor piosenek i wielu publikacji, w tym m.in. książki dla najmłodszych.

Z poważaniem

z up. Marszałka Województwa

Janusz Rewers

Dyrektor Departamentu

Departament Promocji i Strategii Marki

[podpisano certyfikowanym podpisem elektronicznym]