

INTERPELACJA

Zielona Góra, 29 listopada 2021 r.

Składający : Radna Aleksandra Mrozek

Dotyczy: **Braku programu komunikacji marketingowej oferty turystycznej regionu lubuskiego.**

Pani Marszałek,

Potencjał turystyczny regionu i jego pełne wykorzystanie wymaga opracowania i konsekwentnego wdrażania Programu komunikacji marketingowej zwłaszcza, że w województwie lubuskim nie mamy aktualnego programu rozwoju lubuskiej turystyki. Konieczne jest zmierzenie się z opracowaniem spójnej komunikacji marketingowej, która wzmocni atrakcyjność turystyczną lubuskiego a turystyka będzie miała szansę stać się faktycznym filarem lubuskiej gospodarki . Skoro Zarząd Województwa przyjął, że na dzień dzisiejszy jedynym dokumentem wyznaczającym kierunki rozwoju lubuskiej turystyki jest Strategia Rozwoju Województwa Lubuskiego do 2030 to proszę odpowiedzieć na następujące pytania:

1. Jaki macie Państwo konkretny plan na przyciągnięcie turystów do województwa lubuskiego?
2. Jakie działania chcecie Państwo podjąć by turyści zostawali dłużej? – kto je ma koordynować?
3. Jakie działania zamierzacie podjąć by stworzyć dobre warunki do rozwoju branży turystycznej?
4. Jaka ma być „turystyczna opowieść” dotycząca lubuskiego i do koga ma należeć narracja?

W oczekiwaniu na merytoryczną odpowiedź
Radna Aleksandra Mrozek

Zielona Góra, 10 grudnia 2021 r.

DM.IV.0003.3.2021

Pani
Aleksandra Mrozek
Radna Województwa Lubuskiego

Szanowna Pani Radna,

w odpowiedzi na interpelację z dnia 29 listopada 2021 r. informuję, że 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 wspierać 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. Będziemy wykorzystywać 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 planujemy kampanię promującą 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 promuje największe turystyczne atrakcje regionu. Od tego czasu zainaugurowaliśmy 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).

Z poważaniem

z up. Marszałka Województwa

Janusz Rewers

Dyrektor Departamentu

Departament Promocji i Strategii Marki

[podpisano certyfikowanym podpisem elektronicznym]