

Materiał przygotowany na potrzeby **Komisji Problematyki Społecznej Rady Miejskiej** w Ławie

Formy promocji miasta

Jednym z kluczowych zadań Wydziału Promocji i Turystyki jest szeroko pojęta promocja miasta realizowana w dwóch obszarach jako:

- 1) **Promocja działań skierowanych do mieszkańców**, w tym aktywizowanie ławian, zachęcanie do udziału w życiu miasta, wzmacnianie zdolności partycypacyjnych, integrowanie i podnoszenie świadomości obywatelskiej i samorządowej
- 2) **Promocja oferty turystycznej i działań skierowanych do gości naszego miasta**, w tym współpraca z przedsiębiorcami branży turystycznej w celu budowania ciekawej oferty turystycznej i wzmacniania jej rozpoznawalności w kraju i regionie poprzez integrowanie działań branży turystycznej, opracowywanie kompleksowej oferty, wspieranej poprzez aktywny udział w organizacjach: WMROT oraz ZLOT.

1) Działania skierowane do mieszkańców polegają na:

- bieżącym przekazywaniu informacji z działalności urzędu oraz władarzy oraz naszych jednostek, spółek do publicznej wiadomości za pośrednictwem zarówno mediów lokalnych, jak i regionalnych oraz poprzez urzędową stronę internetową miastolawa.pl i portale społecznościowe Facebook (@miastolawa, @lawainspiruje), Instagram, realizację stałego cyklu krótkich informacji pn. „piątkownik”, relacji z bieżących wydarzeń na profilu oraz systematyczną aktualizację i zachęcanie mieszkańców do korzystania z szerokiego katalogu usług, w tym usług online uruchomionych w ramach projektu;
- promowaniu aktywności mających na celu wzmacnianie działań na rzecz rozwoju wspólnoty samorządowej i społeczności lokalnej i działalności obywatelskiej mieszkańców, polegające na:
 - współpracy z miejskimi jednostkami organizacyjnymi, instytucjami, placówkami edukacyjnymi oraz lokalnymi organizacjami;

- pozarządowymi w zakresie wzajemnego informowania o wydarzeniach realizowanych w ramach własnych działań, promowanie akcji wzmacniającej lokalny sektor NGO (*non-governmental organization*), poprzez kampanie informacyjną dotyczącą obszarów ich działań oraz możliwość wskazania jako beneficjentów programu 1,5%, promowanie usług w zakresie edukacji, opieki, wychowania, pomocy społecznej, w tym między innymi realizowanych programów stypendialnych, organizowanych pikników, festynów, warsztatów, projektów edukacyjnych, jak np. powołanie do życia LOWE (Lokalny Ośrodek Wiedzy i Edukacji) o wydarzeniach i działaniach realizowanych dla mieszkańców;
- promocji, wdrażaniu i obsłudze ławskiej Karty Mieszkańca jako narzędzia do wzmacniania idei rozliczania podatku w mieście. Praca w tym zakresie polega na przyjmowaniu wniosków o IKM, obsłudze technicznej kart, tworzeniu kolejnych zachęt dla nowych użytkowników, pozyskiwaniu partnerów do programu zniżkowego i poszerzaniu oferty zniżek i rabatów u lokalnych przedsiębiorców. W 2024 uruchomiono także aplikację mobilną IKM i wdrożono działania promocyjne zachęcające do wygodnego korzystania z karty w telefonie (która funkcjonuje zamiennie z wersją plastikową). Od początku sezonu turystycznego (maj) obsługę IKM przekazano Miejskiej Bibliotece Publicznej. Wydział Promocji i Turystyki pilotuje ten proces wspierając MBP we wdrożeniu tej zmiany, jednocześnie nadal obsługując mieszkańców, którzy chcą przedłużyć ważność swoich kart. Zmiana ta, już teraz widać, spotkała się chociażby ze względu na możliwość wyrobienia karty w dwóch miejscach (MBP i jej filia na ul. Skłodowskiej), z dużym entuzjazmem wśród mieszkańców.
- organizacji i przeprowadzeniu loterii podatkowej „Rozlicz Pit w Ławie i wygraj 7000 zł”. Wydział przeprowadził kampanię promocyjną zachęcającą mieszkańców do udziału w loterii poprzez rozliczanie podatku w mieście. Warunkiem uczestnictwa było rozliczenie podatku w Urzędzie Skarbowym w Ławie oraz wskazanie miasta Ławy jako miejsca zamieszkania. Celem nadrzędnym organizacji loterii było zwiększenie wpływów do budżetu miasta. W 2025 roku przeprowadzona zostanie czwarta edycja loterii, której łączna pula wynosiła 12,5 tys. złotych, a nagrody kolejno: 7000 zł, 3 x 1000 zł oraz 5 x 500 zł.

2). Działania skierowane do turystów i gości polegają między innymi na:

- prowadzeniu kampanii informujących o wydarzeniach organizowanych przez nasze jednostki i podmioty z branży turystycznej;
- wspieraniu wydarzeń poprzez zapewnianie ich obsługi, doposażenia w materiały i sprzęt będący w zasobach UM, jak namioty, stoiska, stoły, pufy, windery, leżaki, zakup pucharów, upominków, nagród;
- obejmowanie patronatem wydarzeń;

- rzetelnym informowaniu turystów i gości o istniejącej ofercie noclegowej, zachęcaniu do korzystania z lokalnej gastronomii i usług przedsiębiorców z branży turystycznej;
- wspieraniu inicjatyw lokalnych poprzez informowanie o i promowanie wydarzeń realizowanych z ich inicjatywy, np. spotkań historyków i regionalistów w Salce muzealnej, koncertów i warsztatów rzeźbiarskich w Kuźni Talentów, plenerów malarskich, wystaw i warsztatów w Galerii Sart, gier terenowych, spacerów z przyrodnikiem;
- promowaniu spacerów z przewodnikiem turystycznym i ich organizacja;
- promowanie oferty wycieczek statkiem Ilavia we współpracy z ICSTiR;
- udziale w Tragach i wydarzeniach organizowanych przez regionalne i ogólnopolskie organizacje turystyczne, współtworzeniu materiałów promocyjnych w ramach Warmińsko Mazurskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej oraz Zachodniomazurskiej Lokalnej Organizacji Turystycznej;
- współpracy sponsorskiej z Ława Sailing (Jakub Jurczak). Wybrany pakiet za kwotę 3 tys. zł obejmuje: umieszczenie logo ławy na burcie jachtu, na odzieży zawodników, na fladze wywieszanej na maszcie w porcie regat, a także oznaczenie ławy w mediach społecznościowych. Jest to świetna promocja miasta poprzez sport, która jest jednocześnie wsparciem dla sportowców;
- realizacji w sezonie wiosenno-letnim 3 spacerów z przyrodniczką Magdaleną Rudnicką z Fundacji Dzika Ława, które mają już swoich stałych odbiorców, ale przyciągają również nowych. Uczestnicy spacerów odkrywają uroki lokalnej przyrody, co ma ogromny charakter edukacyjny.

Ponadto w ramach kampanii promującej miasto, a dokładnie jubileusz 720-cia miasta Ławy, wykonano nowe logo ławy. Logo eksponowane jest na okazjonalnej pieczęcie (do użytku turystów w punkcie IT), na rollupach używanych podczas imprez, szkoleń, konferencji. Wymieniono również grafiki na oszklonych przystankach miejskich na te związane z jubileuszem. Dodrukowano również drobne upominki sygnowane logo 720-lecia miasta, jak również stworzoną grafiką. Są to między innymi, koszulki, torby, breloki, butelki szklane na wodę, zestawy piśmiennicze, etc.

W tym roku postanowiliśmy wymienić 3 tablice informacyjne, które już mocno „zużyte”, są to tablice w formacie 2m na 3 m, jedna w okolicy deptaka nad ławką i dwie w okolicy plaży przy ulicy Kajki. Będą to tablice na których zaznaczyliśmy miejsca atrakcyjne zarówno pod względem turystycznym, jak i przyrodniczym. W przygotowaniu projektu wsparła nas Magdalena Rudnicka z Fundacji Dzika Ława.

Działania promocyjne zaplanowane na 2025

Kontynuacja kampanii promocyjnych **Urlop w Ławie, Ślub w Ławie** pod hasłem *Miejsce ma znaczenie*.

Celem pierwszej z nich jest wzmacnianie świadomości turystycznej oraz promocja ŁAWY jako wyjątkowego miejsca pełnego atrakcji. W 2024 roku kampania koncentrowała się na rozwijaniu urlopowych profili w mediach społecznościowych, zdobywaniu lojalnych użytkowników oraz zwiększeniu widoczności strony www.urlopwilawie.pl i www.slubwilawie.pl i w tym roku kontynuujemy tę ideę.

Kampania „**Ślub w Ławie**” ma na celu promocję miasta jako idealnego, unikatowego miejsca do organizacji ceremonii ślubnej, której celem jest również wydłużenie sezonu turystycznego w mieście oraz zwiększony nacisk na promowanie tematycznych spacerów po Ławie, aby urozmaicić ofertę turystyczną i pokazać miasto w inny, ciekawy dla szerszej grupy turystów. W ramach tych działań wydział współpracuje intensywnie z lokalnymi przedsiębiorcami z branży ślubnej, promując tym samym ich usługi.

Działania realizowane w ramach kampanii:

- aktualizacja strony urlopwilawie.pl przy współpracy z agencją marketingową (przygotowanie nowych kreacji, ustalenie zasięgów i kierunków przekazu promocyjnego);
- dopasowanie zasięgów promocyjnych do nowego trendu w turystyce, czyli turystyce lokalnej, sąsiedzkiej, w ramach której turysta nastawiony jest na krótkie pobyty, lecz bardziej aktywne i wypełnione atrakcjami wyjazdu. Podkreślane były walory naturalne naszego miasta i jego otoczenia, które idealnie wpisują się w widoczną tendencję wyboru miejsca docelowego poza utartymi szlakami;
- kontynuacja promocji Ławy, jako miejsca do życia i wypoczynku, co wpisuje się w tendencję turystyki „workation”. Wzmocnienie przekazu przyjaznego brzegu Jezioraka - miejsca dostępnego komunikacyjnie, atrakcyjnego pod kątem turystycznym, ale także inwestycyjnym, sportowym, społecznym, kulturalnym. Miejsca w którym już po wyjściu biura, wylogowania się z pracy zdalnej, każdy może poczuć się jak turysta. Miejsca, do życia, pracy i wypoczynku;
- turystyka koncertowa i sportowa – wsparcie promocyjne największych wydarzeń kulturalnych i sportowych w Ławie;
- udział w targach i wydarzeniach zewnętrznych:

Na rok 2025 zaplanowano udział w Festiwalu „Kraina Górnej Odry” na Śląsku w terminie 27-29 czerwca. Jest to wydarzenie bardzo popularne wśród mieszkańców Górnego Śląska, ale także wśród mieszkańców z innych regionów Polski.

Udział miasta Ławy we wspomnianym festiwalu ma się odbyć przy pilotażu WMROT-u i w kooperacji z innymi miastami Warmii i Mazur. Jest to festiwal „ruchomy”, który codziennie jest w innej lokalizacji. Delegacja z Ławy planuje być ze swoim stoiskiem w Opactwie Rudy (ok 10 km od Rybnika) oraz Rybniku (tu będzie wydarzeniu towarzyszyło Radio ZET).

Z doświadczenia wynikającego z udziału w tej i podobnych imprezach wiemy, że jest to świetna, długofalowa forma promocji miasta, tym bardziej w tamtym rejonie, który jest doskonale skomunikowany z naszym miastem, a dla mieszkańców aglomeracji Śląskiej Ława i region Warmii i Mazur jest ultra atrakcyjny.

➤ Noc Muzeów w Ławie - 16 maja 2025 r.

W Ławie od kilku lat organizowane są atrakcje w ramach Nocy Muzeów otwierając instytucje do zwiedzania dla mieszkańców i turystów. Program wydarzeń i jego promocja koordynowane są przez Wydział Promocji i Turystyki. W edycji 2025 zaplanowano:

- wycieczkę historyczną po ratuszu z udziałem wiceburmistrz Dorotę Kamińską;
- zwiedzanie Biura Mniejszości Niemieckiej przy ławskim ratuszu;
- wystawę i zwiedzanie Szkoły podstawowej nr 1 w Ławie;
- zwiedzanie Cechu Rzemiosł;
- rejs statkiem ILAVIA połączony z opowiadaniem legendy;
- zwiedzanie cerkwi św. Jana Apostoła w Ławie;
- animacje i pokazy w Miejskiej Bibliotece;
- zwiedzanie kościoła Ojców Oblatów;
- wystawę w galerii SART;
- warsztaty rzeźby w Kuźni Talentów

➤ Organizacja 18. Edycji Pomarańczowego Rajdu Rowerowego im. Króla Holandii - 24 maja 2025

Organizacją rajdu zajmuje się Ławskie Centrum Sportu Turystyki i Rekreacji. Wydział Promocji partycypuje w wydarzeniu poprzez promocję wydarzenia, jak również wsparcie organizacyjne. Biuro Informacji Turystycznej jest jak co roku biurem rajdu, ale również organizuje na Wyspie Młyńskiej warsztaty ekologiczne, które mają przyciągnąć uczestników rajdu, jak również rodziny z dziećmi oraz turystów. Do udziału zaprosiliśmy przedsiębiorców, różnego rodzaju organizacje, fundacje, etc.

Będzie to kilka stanowisk ulokowanych w pięknych okolicznościach przyrody Wyspy Młyńskiej, na których będą prowadzone różnorodne warsztaty. Złożyliśmy wniosek o dofinansowanie do WFOŚiGW w Olsztynie, który został pozytywnie rozpatrzony, w wyniku czego pozyskaliśmy kwotę 5 tysięcy zł na organizację ww. imprezy.

➤ Ogólnopolska kampania w sieci kin Multikino

Kampania polegała na emisji spotu reklamowego w wybranych kinach na terenie całej Polski. Promocja trwała 2 tygodnie. Materiał był emitowany przed każdym z seansów we wszystkich kinach: Gdańsk, Katowice, Kraków, Łódź, Warszawa Młociny, Warszawa Złote Tarasy, Wrocław, Zabrze. W pierwszym tygodniu emisji frekwencja widzów, do których dotarła reklama, przekroczyła zakładaną liczbę 34 tysięcy.

Całkowity koszt kampanii wyniósł 16 060,73 zł.

Materiał video jaki został prezentowany w kinach dostępny będzie na kanale YT Miasta ŁAWA - **@miastoiawa8796**

- Współpraca z twórcą multimedialnym Igorem Blokiem, uczniem ławskiej szkoły im. Konstytucji 3 Maja, którego film stworzony w ramach praktyk uczniowskich w Informacji Turystycznej, okazał się wielkim sukcesem i spotkał się z entuzjastycznym odbiorem widzów. Film na samym tylko profilu facebook IT miał ponad 50 tysięcy odsłon. Igor zobowiązał się do wykonania serii filmów – animacji reklamowych z figurkami LEGO o tematyce związanej z atrakcjami i historią ławy. Zaplanowano przygotowanie serii dziesięciu takich materiałów. Akcję rozpoczął filmik z „turystą” Lego, który odwiedza ławę – podróż zaczyna od dworca, spaceruje po mieście, spotyka kibiców KS Jeziorak. Następny odcinek, który jest w produkcji, skupi się na rozpoczynającym się sezonie żeglarskim – ujęcia na wodzie oraz w siedzibie SSW MOS Ława. W kolejnych odcinkach „bohater” odwiedzi festiwal Soundlake, Złotą Tarkę, będzie także pływał ławią.
- Nawiązanie współpracy z dużym rynkiem potencjalnych turystów jakim jest miasto Łódź. Mowa tu o rozmowach jakie prowadzono z prezesem Łódzkiej Organizacji Turystycznej Tomaszem Koralewskim. W planach jest promocja miasta ławy poprzez udział w targach, nawiązanie kontaktów, które zaowocują zachęceniem turystów z Łodzi i tamtejszej aglomeracji do tego, aby wybrać ławę jako destynację ich kolejnych wyjazdów wakacyjnych.

➤ Promocja poprzez kontynuację współpracy z miastami partnerskimi

Jednym z promocyjnych działań miasta jest organizacja wizyt Miast Partnerskich - zarówno dla przedstawicieli władz, jak i młodzieży szkolnej. Wizyty te są niezwykle atrakcyjne dla każdej z partycypujących stron. Mają cenny wkład w budowanie świadomości wśród partnerskich narodów. Miasto z pewnością będzie kontynuować tę cenną współpracę, która niesie wiele walorów w obszarze nie tylko promocji miasta, ale też społecznym i kulturowym.

W 2025 roku zrealizowano wizytę 9 uczniów z Calvin College Tholen (5-11 maja 2025) oraz zaplanowano wizytę przedstawicieli władz 3 miast partnerskich: Herborn, Tholen, Garzdai oraz miasta pretendującego do partnerstwa – Mikołajów (8-11 sierpień 2025). Na oba przedsięwzięcia pozyskano środki zewnętrzne z Urzędu Marszałkowskiego w ramach wsparcia „WM dla WM 2025” - dla pierwszego przedsięwzięcia w wysokości 7000 zł, a dla zaplanowanego na sierpień w wysokości 4500 zł.

Ponadto miasto wspierając organizacje sportowe – m.in. Aqua-Instal Jeziorak Ława, WIR czy żeglarzy z SSW MOS, promuje się nie tylko lokalnie, ale także na zewnątrz. Organizacje te mają bowiem obowiązek informować o uzyskanym od miasta wsparciu i współpracy.

Kolejnym punktem promocji jest kooperacja z Ostródą. Dokładnie - planuje się stworzenie plakatu informującego o najważniejszych imprezach i atrakcjach obydwu miast.

Przygotowane przez: Jolanta Chrząstek, Marta Kalinowska-Szczudło, Michał Dziedziak

Wydział Promocji i Turystyki

INSPEKTOR

Jolanta Chrząstek

PODINSPEKTOR

Michał Dziedziak

I ZASTĘPCA BURMISTRZA

Dorota Kamińska

INSPEKTOR

mks
mgr Marta Kalinowska-Szczudło

BURMISTRZ
MIASTA ŁAWY

Dawid Kopaczewski

