Biuro Rady Miejskiej
WPŁYNĘŁO
Data 17.10.2025 r.
Podpis

Iława, 8.10.2025 r.

Materiał przygotowany na potrzeby **Komisji Oświaty Kultury Sportu i Turystyki -** Rady Miejskiej w Iławie

---

„Posezonowe podsumowanie wakacji" – *Wydział Promocji i Turystyki*

Na początku należy podkreślić, iż działania prowadzone przez Wydział Promocji i Turystyki na rzecz miasta mają charakter całoroczny, zaś sezon letni to jedynie czas „zbierania żniw".

Promocja miasta koncentruje się na dwóch obszarach:

I). Działania promocyjne skierowane do mieszkańców miasta *(promocja wewnętrzna – wizerunkowa).*

Ten rodzaj promocji to codzienne działania mające na celu przybliżenie mieszkańcom Iławy pracy iławskiego samorządu i burmistrza, a także pracy całego urzędu oraz podległych jednostek. To także stworzenie możliwości komunikacji z włodarzami, np. poprzez komentarze czy wiadomości prywatne.

Promocja opiera się na wykorzystywaniu szeregu kanałów dostępu dostosowanych do różnych odbiorców. Obecnie Miasto Iława posiada, oprócz strony internetowej www.miastoilawa.pl, dwa profile na fb: fb@miastoiława, fb@iławainspiruje, konto na Instagramie: ig@miastoilawa, a od niedawna na platformie TikTok tt@miastoilawa.pl.

Wychodząc naprzeciw zmieniającym się trendom, oprócz relacji fotograficznych z wydarzeń, zaczęły się ukazywać tzw. rolki, które są obecnie jednym z najskuteczniejszych formatów do komunikacji w internecie. Algorytmy mediów społecznościowych szczególnie promują rolki – dzięki temu docierają one często do osób spoza grona obserwujących profil. Rolka, która cieszyła się największą oglądalnością przyciągnęła blisko 47 tys. widzów. Dotyczyła wizyty miast partnerskich w sierpniu tego roku.

Wystąpienia burmistrza w formie rolki są bardziej przystępne niż oficjalne komunikaty i pozwalają szybciej dotrzeć z informacją do mieszkańców.

Analiza kluczowych wyników profilu fb@miastoilawa, w porównaniu z tym samym przedziałem czasu (maj-sierpień) w zeszłym roku, pozwala zauważyć dynamiczny rozwój, a największe wzrosty dotyczą odwiedzin profilu +49%, interakcji z zawartością +30% i kliknięć linków +100%.

Każdego dnia najważniejsze wydarzenia z kalendarza włodarzy są dokumentowane i publikowane. Jednym z najdłużej funkcjonujących i najbardziej rozpoznawalnych przejawów transparentności „życia ratusza" są tzw. Piątkowniki – posty publikowane każdego piątku, w których znajduje się opis oraz zdjęcia z najważniejszych spotkań, w których uczestniczyli burmistrz oraz jego zastępcy.

Mieszkańcy informowani są także na bieżąco o pozyskanych dla miasta funduszach, o stanie zaawansowania realizacji miejskich inwestycji, przekazywane są komunikaty ważne dla mieszkańców dotyczące np. remontów dróg. Jednym z priorytetów jest podawanie ważnych informacji w możliwie najszybszym terminie oraz wypracowanie w mieszkańcach przeświadczenia, iż na mediach społecznościowych swojego miasta znajdą zawsze najważniejsze, aktualne informacje, podane w sposób obiektywny i rzeczowy.

Znaczną część treści stanowią informacje kulturalno-sportowe z terenu miasta. Wydział Promocji i Turystyki promuje w sposób szczególny każde wydarzenie, które objęte jest patronatem Burmistrza Miasta Iławy. Na bieżąco śledzony jest też kalendarz imprez i wydarzeń oraz udostępniane są wszystkie potencjalnie interesujące dla mieszkańców treści z zakresu działalności jednostek, takich jak Iławskie Centrum Kultury, Iławskie Centrum Sportu, Turystyki i Rekreacji, czy Miejska Biblioteka Publiczna. Warto podkreślić, iż wszystkie pozytywne wydarzenia i inicjatywy w mieście, nawet te organizowane przez podmioty zewnętrzne, gdy organizator zwróci się z taką prośbą, są promowane i wspierane. Równolegle rozwijana jest strona internetowa miasta, gdzie systematycznie zamieszczane są zapowiedzi i relacje, a także inne ważne dla mieszkańców informacje, np. komunikaty dot. przetargów nieruchomości miejskich.

Ważnym kanałem komunikacji jest również współpraca z mediami – Melo Radio, ESKA, Info Iława, Kurier Iławski, Gazeta Iławska – jednakże wspieranie się płatną reklamą stanowi niewielki odsetek działań promocyjnych, które miasto stara się wypełniać we własnym zakresie.

Pozostałe działania promocyjne

Loteria podatkowa „Rozlicz PIT w Iławie i wygraj"

W 4. edycji loterii podatkowej do wygrania było 9 nagród o łącznej wartości 12,5 tysiąca. Loteria ruszyła 31 marca 2025 i trwała do 23 lipca 2025 (ostateczny termin rozpatrywania reklamacji), zaś przyjmowanie zgłoszeń na specjalnie stworzonej do tego stronie internetowej www.pitwilawie.pl trwało do 31 maja 2025. Głównym celem organizacji loterii jest nakłonienie osób mieszkających w Iławie do tego, aby rozliczały się w Urzędzie Skarbowym w Iławie, wskazując miasto Iława jako miejsce zamieszkania. W ten sposób pieniądze w części wracają do budżetu Iławy. Kampania promocyjna loterii była prowadzona zarówno za pośrednictwem mediów własnych, jak i reklamy sponsorowanej w lokalnych mediach. A zdobywczyni głównej nagrody 7000 tys. zł odebrała ją na scenie podczas koncertów w ramach Dni Iławy.

Iławska Karta Mieszkańca

Od początku sezonu turystycznego mieszkańcy Iławy chcący wyrobić Iławską Kartę Mieszkańca mogą to zrobić w obu lokalizacjach Miejskiej Biblioteki Publicznej: siedzibie głównej oraz filii. Wydział Promocji i Turystyki nadal nadzoruje prawidłowe funkcjonowanie IKM oraz dokłada starań, by była ona coraz bardziej popularna wśród mieszkańców Iławy. Działania promocyjne wokół IKM polegały również na zachęcaniu partnerów prywatnych do przystępowania do programu, a także informowaniu, iż funkcjonuje Aplikacja Mobilna IKM. Obecnie Iławska Karta Mieszkańca ma 38 partnerów i 10 095 wydanych kart.

Noc Muzeów

W Iławie od kilu lat organizowane są atrakcje w ramach Nocy Muzeów, podczas której instytucje otwierają się dla zwiedzających mieszkańców i turystów. Program wydarzeń i jego promocja koordynowane są przez Wydział Promocji i Turystyki.

W edycji 2025 przeprowadzono:

- wycieczkę historyczną po ratuszu z udziałem zastępczyni burmistrza Doroty Kamińskiej i wejściem na wieżę;
- zwiedzanie Biura Mniejszości Niemieckiej przy iławskim ratuszu;
- wystawę i zwiedzanie Szkoły Podstawowej nr 1 w Iławie;
- zwiedzanie Cechu Rzemiosł Różnych;
- rejs statkiem ILAVIA połączony z opowiadaniem legendy;
- zwiedzanie cerkwi św. Jana Apostoła w Iławie;
- animacje i pokazy w Miejskiej Bibliotece;
- zwiedzanie kościoła Ojców Oblatów;
- wystawę oraz warsztaty w galerii SART;
- warsztaty rzeźby w Kuźni Talentów.

Wydarzenie, mimo niesprzyjającej pogody, cieszyło się bardzo dużym zainteresowaniem mieszkańców i turystów. Można było zauważyć całe rodziny przechodzące od atrakcji do atrakcji.

18. Rajd Pomarańczowy im. Króla Holandii i Piknik Ekologiczny na Wyspie Młyńskiej

Organizacją rajdu zajmowało się Iławskie Centrum Sportu, Turystyki i Rekreacji, zaś Wydział Promocji i Turystyki wydarzenie współorganizował oraz promował. W Informacji Turystycznej, jak co roku, znajdowało się biuro rajdu. Na Wyspie Młyńskiej odbyły się warsztaty ekologiczne, które wieńczyły rajd. Impreza współfinansowana ze środków WFOŚIGW w Olsztynie, które Wydział Promocji i Turystyki pozyskał, cieszyła się wielkim zainteresowaniem i przyciągnęła nie tylko uczestników rajdu, ale również rodziny z dziećmi oraz turystów. Jako wystawcy w pikniku udział wzięli przedsiębiorcy, różnego rodzaju organizacje, fundacje, etc. W związku z bardzo pozytywnym odbiorem, mamy nadzieję kontynuować projekt w latach następnych.

Uroczysta Gala z okazji 720-lecia Miasta Iława/Wizyta Miast Partnerskich

Cały rok 2025 to rok obchodów 720. urodzin miasta, jednak to 9 sierpnia 2025 odbyła się Uroczysta Gala z tej okazji. Podczas Gali burmistrz Tholen Marleen Sijbers przekazała na ręce prezesa Towarzystwa Przyjaciół Dzieci Bożeny Suchockiej-Michalskiej czek na 7200 euro jako prezent dla miasta z okazji 720-lecia.

Co jest nie bez znaczenia wizyta miast partnerskich zbiegła się w czasie z zorganizowanym przez Iławskie Centrum Kultury Festiwalem Jazzu Tradycyjnego Złota Tarka sprawiając, że ten sierpniowy weekend był wielkim świętem miasta.

Wydział Promocji i Turystyki przygotowywał się do tych wydarzeń z dużym wyprzedzeniem. Organizacja pobytu przedstawicieli trzech miast partnerskich oraz jednego miasta pretendującego do partnerstwa, wymagała wielotorowych ustaleń oraz działań.

Wizyty miast partnerskich oraz pretendującego do członkostwa Mikołajewa w Ukrainie - zarówno przedstawicieli władz, jak i młodzieży szkolnej są niezwykle atrakcyjne dla każdej z partycypujących stron. Mają cenny wkład w budowanie świadomości wśród partnerskich narodów. Miasto z pewnością będzie kontynuować tę 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.

Mieliśmy też przyjemność gościć w ratuszu dwie grupy mieszkańców Herborn. W czerwcu gościliśmy grupę młodzieży ok. 30 osób, która przyjechała na wymianę do iławskiego liceum, a w sierpniu 60 mieszkańców miasta Herborn, którzy chcieli poznać i zobaczyć miasto.

Działania promocyjne związane z rozwojem gospodarczym i inwestycyjnym Iławy

Miasto poprzez kampanię „Urlop w Iławie" oraz „Ślub w Iławie" promuje lokalnych przedsiębiorców z branż turystycznej oraz ślubnej. Według danych z Urzędu Stanu Cywilnego w okresie maj – sierpień 2025 udzielono 27 ślubów w plenerze.

II). Promocja oferty turystycznej i działań skierowanych do gości naszego miasta *(promocja zewnętrzna – turystyczna)*

Nieodzownym elementem promocji wizerunkowej oraz informacyjnej, jest Biuro Informacji Turystycznej, które jest również częścią Wydziału Promocji i Turystyki.

Biuro od 1 maja do końca września działa w systemie 7-dniowym, a godziny otwarcia kształtują się tak:

Poniedziałek- Piątek 9.00 – 17.00
Sobota 10.00 -16.00
Niedziela i święta 10.00 -14.00

W Informacji Turystycznej pracują na stałe dwie osoby, a na tak zwany ścisły sezon mamy pomoc w postaci studentki, która wspomaga nas w bardzo obleganych terminach, tak, aby w biurze podczas sezonu pozostawały zawsze dwie osoby.

Jesteśmy certyfikowaną przez Polską Organizację Turystyczną Informacją Turystyczną na poziomie trzech gwiazdek w czterogwiazdkowej skali i w lutym tego roku otrzymaliśmy kolejny już certyfikat od POT.

Prowadzimy bieżącą obsługę strony internetowej it.miastoilawa.pl tak, aby odwiedzający mieli dostęp do aktualnych informacji, a także własne social media Facebooka, Instagrama, obsługę profilu firmy na platformie Google Firma oraz Youtube.

W trakcie sezonu, ale również poza nim, wprowadzamy zainteresowanych turystów, ale również grupy szklone i przedszkolne na wieżę ratusza, co stanowi dodatkową atrakcję.

W naszym biurze całorocznie można kupić pamiątki związane z miastem, rękodzieło lokalnych artystów, książki związane z regionem. Dużym zainteresowaniem cieszą się koszulki z napisem Iława, które oprócz wartości pamiątkowej, mają również wartość promocyjną, co tym bardziej nas cieszy.

Przez cały rok bezpłatnie rozdajemy, zarówno bezpośrednio w naszym biurze, jak i poprzez przedsiębiorców działających w branży turystycznej, wydrukowane przygotowane przez nas publikacje, takie jak:

- miniprzewodnik „Iława i okolice" w trzech wersjach językowych;
- mapy, tzw. „wyrywki" z planem miasta, a na rewersie Pojezierzem Iławskim;
- mapy atrakcji Iławy wraz z bazą turystyczną miasta;
- mapy inspiracji dla dzieci;
- ulotkę „Jezioro Jeziorak" z oznaczonymi przystaniami etc. oraz z najważniejszymi informacjami dla żeglarzy;
- ulotkę „Rowerem i nie tylko wokół Jezioraka";
- ulotka „Szlakiem Historii Iławy" jako odnośnik do strony internetowej: www.spacer-ilawa.pl;
- Kalendarz imprez na sezon 2025;
- ulotkę dotyczącą Statku Ilavia.

Część z powyższych publikacji udostępniamy naszym koleżankom i kolegom z Powiatowej Informacji Turystycznej na zasadach współpracy, zmniejszając tym samym koszt wydruku.

Utrzymujemy nadal wymianę materiałów promocyjnych między miastami, w tym roku wzmocniliśmy współpracę z miastem Ostróda i przekazaliśmy sobie cały pakiet materiałów, który to wymiennie dystrybuujemy wśród odwiedzających nasze biura turystów. Nawiązaliśmy

również współpracę z Kurzą Górą Ski & Bike Park w Kurzętniku. Wzajemnie promujemy się w naszych social mediach.

Raz w tygodniu wysyłamy do przedsiębiorców, hotelarzy z Iławy i okolic, wydarzenia na weekend w formie plakatu, zebrane przez nas, które również znaleźć można na naszej stronie internetowej oraz Facebooku, które umieszczane są również na portalach Urlop w Iławie i Mazury Zachodnie oraz drukowane i rozdawane iławianom i turystom w naszym biurze.

Jako jedna z niewielu Informacji Turystycznych na terenie Warmii i Mazur kolejny już rok możemy poszczycić się również Certyfikatem Miejsca Przyjaznego Rowerzystom, co jest dodatkową formą promocji miasta wśród fanów dwóch kółek.

Monitorujemy liczbę turystów odwiedzających nasze biuro, wprowadzając codziennie dane do Barometru Turystycznego.

I tak według danych z tego właśnie narzędzia przedstawiała się liczba osób odwiedzających biuro w 2025 roku w porównaniu do lat poprzednich.

	2025	2024	2023 rok
Maj	1854	2922	1720
Czerwiec	2887	2981	3416
Lipiec	3358	3494	5243
Sierpień	4155	3365	6333
Łącznie	**12254**	**12762**	**16712**

Główne akcje promocyjne prowadzone w 2025 roku:

Kampania „Urlop w Iławie" i „Ślub w Iławie"

Zarówno kampania **Urlop w Iławie,** jak i **Ślub w Iławie** są kontynuowane w 2025 roku. Celem kampanii jest budowanie pozytywnej świadomości turystycznej dla miasta Iława

w Polsce, pozyskiwanie turystów, uczestników imprez oraz wydarzeń. Kolejny rok budujemy również wizerunek Iławy poprzez promocję „Ślubu w Iławie". Szczegółowy raport z dotychczasowego przebiegu kampanii w Załączniku nr 1.

Członkostwo w organizacjach turystycznych:

Iława jest członkiem trzech związków o charakterze turystycznym:

- Zachodniomazurska Lokalna Organizacja Turystyczna – ZLOT;
- Warmińsko-Mazurska Regionalna Organizacja Turystyczna – WMROT;
- Stowarzyszenie Euroregion Bałtyk.

Organizacje te pozyskują środki zewnętrzne na działania promocyjne, promują region Warmii i Mazur oraz Mazur Zachodnich w tym Iławy, a także reprezentują region, w tym Iławę podczas targów, wystaw i imprez plenerowych.

Zachodniomazurska Lokalna Organizacja Turystyczna - ZLOT

Kolejny rok kontynuujemy współpracę ze Stowarzyszeniem Zachodniomazurskiej Lokalnej Organizacji Turystycznej z nowym dyrektorem w osobie Pana Beniamina Krawczyka na czele, Raport ZLOT dotyczący tegorocznych działań dołączamy do materiału w Załączniku nr 2.

Warmińsko-Mazurska Regionalna Organizacja Turystyczna – WMROT

W ramach współpracy w pierwszy trzech kwartałach tego roku wykonano szereg różnorodnych działań:

- zamieszczenie na portalu regionalnym artykułu o ważnych festiwalach w regionie – w tym o Złotej Tarce:

https://mazury.travel/festiwale-na-warmii-i-mazurach-2/

- artykuł o kinach studyjnych w regionie – w tym o Kinie Pasja w Iławie: https://mazury.travel/kina-studyjne-na-warmii-i-mazurach/

- artykuł o jeziorach w regionie, w tym o Jezioraku:

https://mazury.travel/niezwyklych-jezior-czar/

- zamieszczenie na portalu regionalnym artykułu o bezpłatnych spacerach z przewodnikiem w regionie – w tym po Iławie:

https://mazury.travel/bezplatne-spacery-i-atrakcje-w-regionie/

- informacje o bezpłatnych spacerach ukazały się również w wersji papierowej magazynu LOVE WM (edycja 2025) oraz wersji internetowej:

https://lovewm.pl/zwiedzaj-ciekawie-czyli-bezplatne-spacery-z-przewodnikami/

- posty o Iławie na social mediach sprzężonych z regionalnym portalem: https://www.facebook.com/mazury.travel
https://www.instagram.com/mazury.travel/

- zamieszczenie na portalu regionalnym wydarzeń mających miejsce w Iławie (ponad 20 wpisów):
https://mazury.travel/?s=i%C5%82awa&post_type%5B%5D=post&post_type%5B%5D=wydarzenie

- realizacja wizyty studyjnej dla dziennikarza (Gerard Penzl), który pisze artykuły dla Magazynu Boote (182.000 egzemplarzy). Wiosną 2026 roku ma powstać 10-stronicowy

artykuł o miastach skupionych wokół Kanału Elbląskiego – w tym o Iławie

- zagraniczny Ośrodek Polskiej Organizacji Turystycznej w Brukseli przeprowadził akcję promocyjną w mediach holenderskich, w wyniku czego ukazał się artykuł prasowy we wrześniowym numerze Magazynu PASAR – magazynu prowadzonego przez stowarzyszenie o tej samej nazwie propagującego aktywny i zrównoważony wypoczynek.

Przy współpracy z WMROT, Zespołem Parków Krajobrazowych Pojezierza Iławskiego, Informacji Turystycznej w Iławie powstał artykuł o szlaku pieszym Solniki, w którego treść wpleciono zarówno zdjęcia, jak i informacje dotyczące miasta Iławy.

Artykuł ukazał w różnych formatach, między innymi jako:

1. Magazyn publikowany Pasar Wandelen Dossier specjalne: 6 stron dedykowanych Polsce w lipcowym wydaniu Pasar Wandelen (o turystyce wędrownej) drukowanym w nakładzie 22 000 egzemplarzy i liczącym sobie 70 000 czytelników.

2. Strona internetowa Pasar.be umieszczenie artykułów w wersji online na oficjalnej witrynie stowarzyszenia na okres 1 roku. Strona liczy sobie 65.000 unikalnych użytkowników miesięcznie i 200 000 wyświetleń.

3. Newsletter Pasar Blok poświęcony Polsce w newsletterze stowarzyszenia wysyłanym do 50 000 subskrybentów i mającym bardzo wysoki, 42% wskaźnik otwarć.

4. Media społecznościowe Post na platformach Facebook 10 000 obserwujących i Instagram @pasarvzw: 1 365 obserwujących.

Poniżej link do artykułu:

https://www.pasar.be/reportage/welkom-regio-warmie-mazurie

Stowarzyszenie Euroregion Bałtyk

Podsumowanie działań Stowarzyszenia obejmuje cały rok, zatem działania podjęte przez Stowarzyszenie Euroregion Bałtyk w sezonie letnim 2025 zostaną przedstawione wiosną 2026.

Nagrania z Ludzikiem Lego

W związku z bardzo pozytywnym odbiorem filmiku z ludzikiem Lego w roli głównej, stworzonym przez ucznia iławskiego technikum, który przebywał na praktykach w Informacji Turystycznej, podpisano z nim umowę na wykonanie 10 krótkich filmów z Legoturystami, którzy w zabawny sposób przedstawiają najciekawsze miejsca i wydarzenia w mieście. Filmy te były i będą publikowane na miejskich socialmediach.

Raport z realizacji kampanii reklamowej w sieci kin Multikino 2025

Nową formą promocji miasta była w tym roku kampania promocyjna w sieci kin Multikino, którą miasto wykupiło. Osobno zostało zlecone przygotowanie klipu promocyjnego firmie Forest Grandfather Studio. Kosz przygotowania klipu 1107 zł.

Kampania reklamowa polegała na emisji 15 sekundowego spotu o Iławie.

Spot wyświetlany był w 8 kinach, przed każdym z seansów, na wszystkich ekranach w obiektach sieci Multikino: Gdańsk, Katowice, Kraków, Łódź, Warszawa Młociny, Warszawa Złote Tarasy, Wrocław i Zabrze.

1. Data emisji: 25.04-1.05.2025
   Zakładana frekwencja 34 000 widzów
   Faktycznie zrealizowana 44 721 widzów
   koszt **6083,40 zł** netto

2. Data emisji: 9.05-15.05.2025
   Zakładana frekwencja 41 000 widzów
   Faktycznie zrealizowana 39 517 widzów
   koszt **6974,10** zł netto

+ 2 dodatkowe dni emisji (16-17.05) 17 439 widzów
Łączne dotarcie - 101 677 widzów
Łączny koszt - 13 057,50 zł netto (16 060,73 zł brutto)

Mazury Zachodnie

Jak co roku kontynuujemy współpracę ze Stowarzyszeniem Przewodnicy po Mazurach. W każdą letnią sobotę wakacji, przedstawiciele stowarzyszenia oprowadzają turystów, jak i zainteresowanych iławian po mieście. Są to około 2-godzinne bezpłatne wędrówki tematyczne. Tematami tegorocznych spacerów były:

Rycerskie opowieści; Tajemnice jeziora Silm; W poszukiwaniu zatopionego pałacu – ciekawostki architektoniczne i urbanistyczne dawnej Iławy; Śladami Potrimpsa – pruskiego boga wód i jezior; Od Deutsch-Eylau do Iławy.

W tym roku w związku ze złożonym wnioskiem do budżetu, kontynuowaliśmy również cykl „Iławskich spotkań z przyrodą", które poprowadziła Magdalena Rudnicka z Fundacji Dzika Iława. Tematami spacerów, które przyciągnęły zarówno iławian, jak i turystów w różnym wieku, były: Użytek ekologiczny Żabie uroczysko; O czym szumi Iławka; Motylowy spacer. Projekt jest niezmiernie ciekawy i z roku na rok przyciąga coraz większą grupę odbiorców, jest ciekawym produktem promocyjnym i pozwala na odkrywanie przepięknych miejsc w obszarze miasta, które nie są jeszcze do końca poznane.

Na terenie miasta wymieniliśmy również trzy tablice informacyjne, które były nieczytelne i nieaktualne, nad Iławką przy trakcie pieszo rowerowym, przy „dzikiej plaży" i przy trakcie pieszo rowerowym w stronę przystani Skarbek. Tablice mają charakter informacyjno-edukacyjny, wskazują nam miejsca warte uwagi. Przy tworzeniu tablic wsparła nas Magdalena Rudnicka z Fundacji „Dzika Iława".

Przygotowane przez: Jolanta Chrząstek, Marta Kalinowska-Szczudło

INSPEKTOR
mgr Marta Kalinowska-Szczudło

Wydział Promocji i Turystyki
BURMISTRZ MIASTA IŁAWY
Dawid Kopaczewski

ul. Niepodległości 13, 14-200 Iława
tel. 89 649 01 01, fax. 89 649 26 31
NIP: 744-000-30-93 REGON: 000524370
e-mail: um@umilawa.pl www.miastoilawa.pl BIP: www.bip.umilawa.pl
Zachęcamy do załatwiania spraw online poprzez stronę: www.portal.miastoilawa.pl

Zał. 1

Biuro Rady Miejskiej
WPŁYNEŁO
Data 17.10.2025 r. godz. 14³⁵
Podpis .....

woway.
KOLEKTYW KREATYWNY / MARKETING I REKLAMA

Chojnice 08.09.25

IŁAWA inspiruje
O każdej porze roku

Skrócony raport z półmetka Kampanii „IŁAWA" za okres 19.03.2025 - 31.08.2025

Całkowty budżet: 30 000 zł
Wynagrodzenie agencji to 25% całkowitego budżetu: 7 500 zł
Budżet promocji płatnych: 22 500 zł / pozostało 7116 zł / wydano 15 338 zł

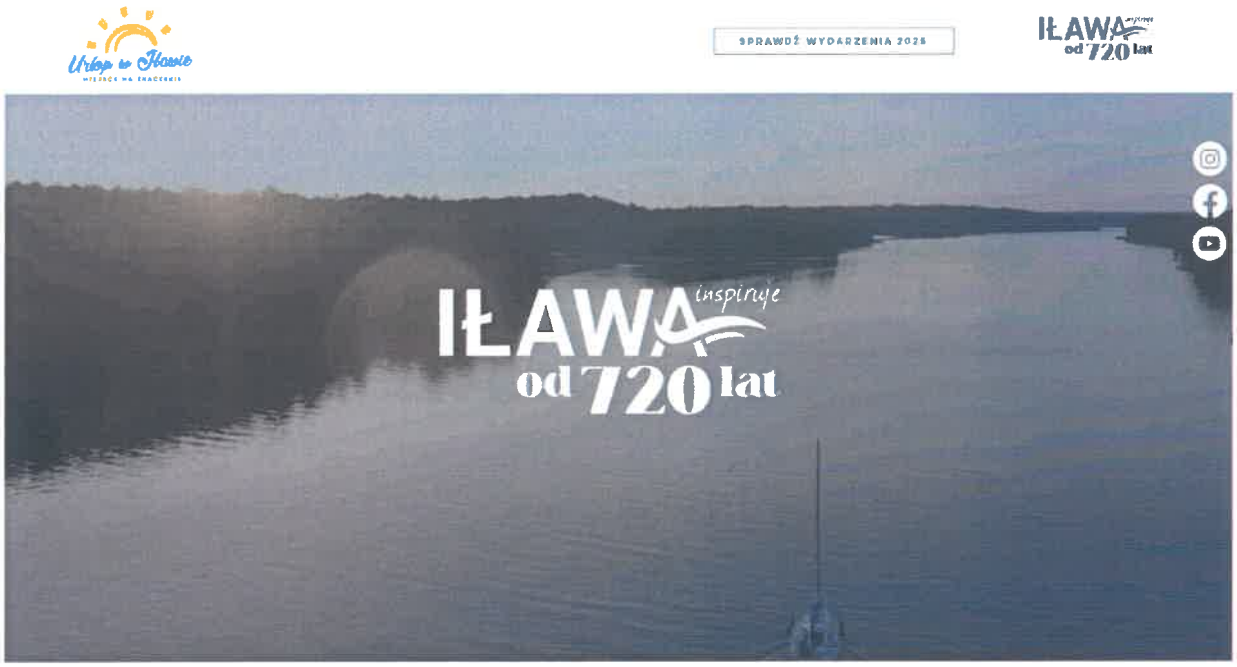
Umowny czas trwania kampanii: 300 dni / kampania trwa 173 dni / pozostało 127 dni

Cel kampanii: budowanie pozytywnej świadomości turystycznej dla gminy Iława w Polsce, pozyskiwanie turystów, uczestników imprez oraz wydarzeń. Kolejny rok ocieplamy również wizerunek Iławy poprzez promocję „Ślubu w Iławie"

Co obejmuje „wynagrodzenie agencji":

1. Odswieżono stronę internetową www.urlopwilawe.pl, tzw. landing page, z podstawowymi informacjami o wypoczynku w Iławie - opisy, zdjęcia, linki do baz noclegowych, atrakcji, informacji itp. Strona zawiera dodatkowo dział z wydarzeniami / newsami.
2. Wersja mobilna strony.
3. Prosty system obsługi strony.
4. Przedłużono domenę „urlopwilawie.pl", certyfikat bezpieczeństwa oraz serwer na rok.
5. Przedłużono opłaty serwerowe dla projektu.
6. Odświeżono social media „Urlop w Iławie" na Facebooku i Instagramie, przez które odbywa się płatna i organiczna reklama oraz promocja.
7. Stworzono nowe kreacje graficzne na 2025 promujące Iławę w wielu rozmiarach powierzchni reklamowych.
8. Prowadzenie, przygotowywanie i optymalzacja kampanii (300 dni) w social mediach przy wykorzystaniu strony www, Facebooka, Instagrama - postów, relacji, rolek, filmików oraz kontekstowo w google Ads.
9. Promocja organiczna i płatna wydarzeń bieżących w porozumeniu z Klientem.
10. Promowano również płatnie content strony i social mediów slubwilawie.pl
11. Przedłużono opłaty serwerowe i ssl dla slubwilawie.pl

STRONA NTERNETOWA



STATYSTYKI Z KAMPANII na dzień 31.08.2025

Wizyty z kreacji reklamowych na stronie lądowania - ok 8% większy niż w zeszłym roku o tej samej porze. Od poczatku kampanii do dziś było to ponad 36 tys. wizyt.

Najpopularniejsze były kolejno:
strona główna, spacery po iławie, aktualności, soundlake, dni iławy, złota tarka.

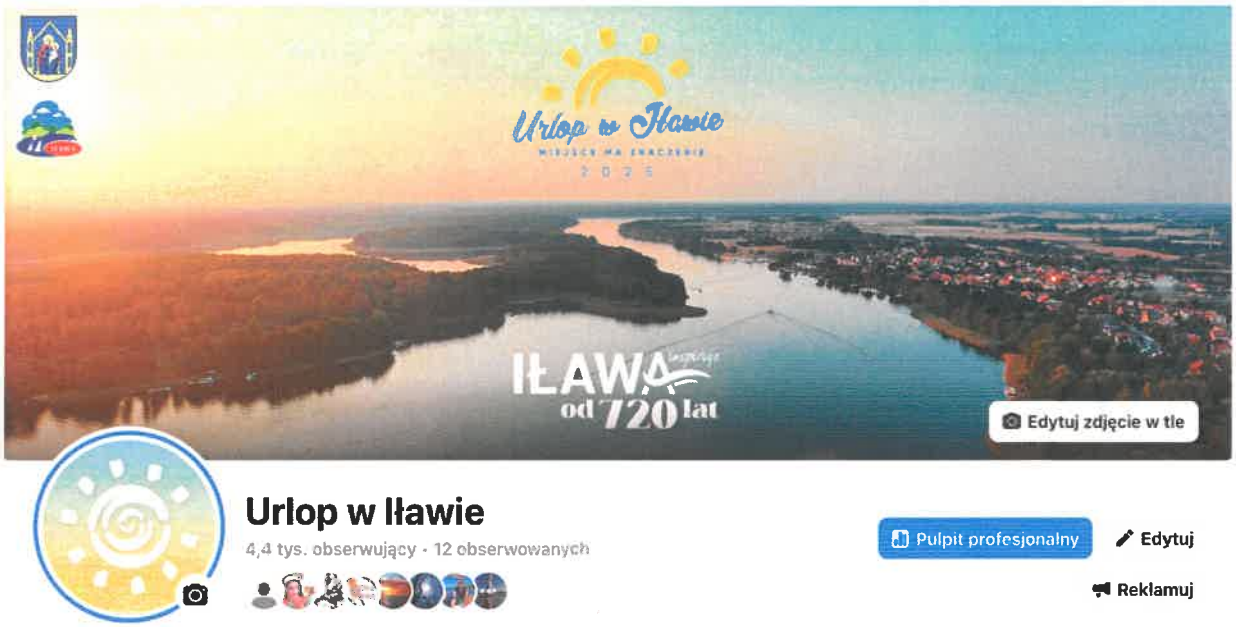
Strona landing page zanotowała ok 9% wzrost w stosunku do zeszłego roku, natomiast potwierdza się trend małego zainteresowania postami a potężnego zainteresowania relacjami. Młodsza grupa odbiorców zainteresowana szybką informacją i udostępnieniem tego, co dzieje się akurat w Iławie poprzestaje na social mediach i nie przechodzi do landing page - czerpie informacje z szybkich relacji i rolek.

W tym czasie pracowało 26 kreacji reklamowych w tym 7 wideo w różnych rozmiarach o łącznym zasięgu bliskim 3,2 mln odbiorców. Kreacje można pobrac TUTAJ: https://drive.google.com/file/d/1qcxN0uxrIdaMIYyTH7owYQbkHNzerZIQ/view?usp=share_link
W MIESIĄCACH MAJ-SIERPIEŃ zanotowano tradycyjnie największy wzrost zasięgów. Wszystko dzięki cyklicznym, wyczekiwanym wydarzeniom i długotrwałej, płatnej kampanii w polsce, dzięki której z każdym tygodniem zmniejszały się stawki za kliknięcie i wyświetlenia. Skupiliśmy się głównie na promocji miasta i wydarzeń, dopiero teraz, pozostałe środki - tak jak w zeszłym roku - wykorzystamy na pozyskanie nowych obserwatorów, zbudowanie nowej społecznosci na kolejny sezon.

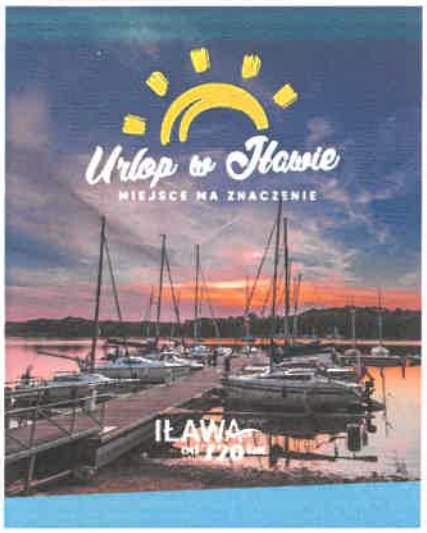
Ślub w iławie w tym roku podtrzymaliśmy na zeszłorocznym poziomie aby utrzymać ciepły wizerunek w polsce - miasta dla zakochanych gdzie mozna wziać ślub w pięknych

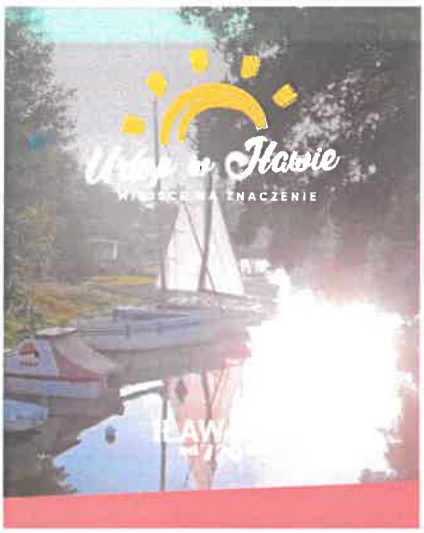
okolicznosciach. Jest to poparte statystykami z minionych sezonów. Stały kontent po prostu pracuje z tą samą, stałą informacją.

SOCIAL MEDIA: przybyło ok 1,1 tyś nowych obserwatorów (FB+IG)
UWAGA: W wysokim sezonie priorytetowa była promocja miasta i wydarzeń. W zeszłym roku sprawdził się model pozyskiwania nowych użytkowników w sezonie wysokim za pomocą promocji miasta i wydarzeń, natomiast typowa promocja pozyskująca lojalnych użytkowników odbywała się z pozostałych środków, co się bardzo dobrze sprawdziło.



Przykładowe kreacje promujące opierały się w Polsce głównie na informacji o 720 leciu Iławy. Każda grafika reklamowa wspominała o tym fakcie. Niektóre przykładowe ststyczne kracja zamieszczamy poniżej. Pozostałe wersje o raz wersje wideo - animowane mozna pobrac powyzej pod wskazanym linkiem.



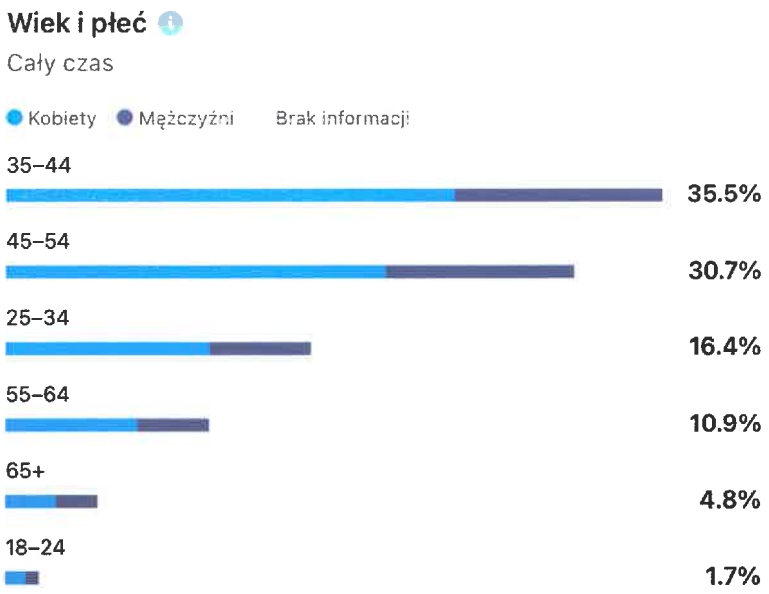


SUMA PŁATNYCH ZASIĘGÓW ORAZ WYŚWIETLEŃ REKLAM I PROFILI FB + IG
Zakładaliśmy według poprzednich doswiadczeń płatne zasięgi na poziomie 1,5 do 2 mln użytkowników podczas **całej kampanii**. Jednak ciagle trwająca w Polsce zewnętrzna reklama - nawet na najnizszym poziomie, skutecznie zmniejsza stawki reklamowe. Dlatego w tegorocznej kampanii juz na dziś zanotowano zasięg łączny z social mediów sięgający 2,3 mln wyświetleń kreacji i wszystkich informacji.

SUMA PŁATNYCH ZASIĘGÓW KONTEKSTOWYCH GOOGLE: 0,8 mln wyświetleń
Z tego rodzaju reklamy korzystaliśmy podobnie jak w zeszłym roku od 1 maja do połowy sierpnia - planujemy jeszcze od listopada do grudnia promując czas ferii. Tutaj wynik zapowiada się podobny do zeszłorocznego. To wyłącznie reklama poza Iławę wyswietlająca się w kontekscie poszukiwanych treści o wypoczynku, wakacjach, feriach, wydarzeniach i innych artykułów tematycznych na popularnych portalach używających reklam google.

SUMA ZASIĘGÓW ORGANICZNYCH (bezpłatnych)
Oorganiczny ruch wzrósł o 12%, to ok. 5% mniej w sosunku do zeszłorocznych w tym samym czasie. To naturalne przy zwiększeniu kwoty działań płatnych.

Tak właśnie rozkłada sie zainteresowanie contentem. Zdecydowanie wygrywa „relacja", zaraz za nią sa linki czyli relacje z linkiem lub posty które klikają się bezpośrednio do strony urlopwilawie.pl lub innej, potem posty ze zdjeciem lub grafiką, potem filmy, itp. Jest to zadziwiająco inny trend niż standardowy, ale widać, że własnie tego oczwkują nasi uzytkownicy.

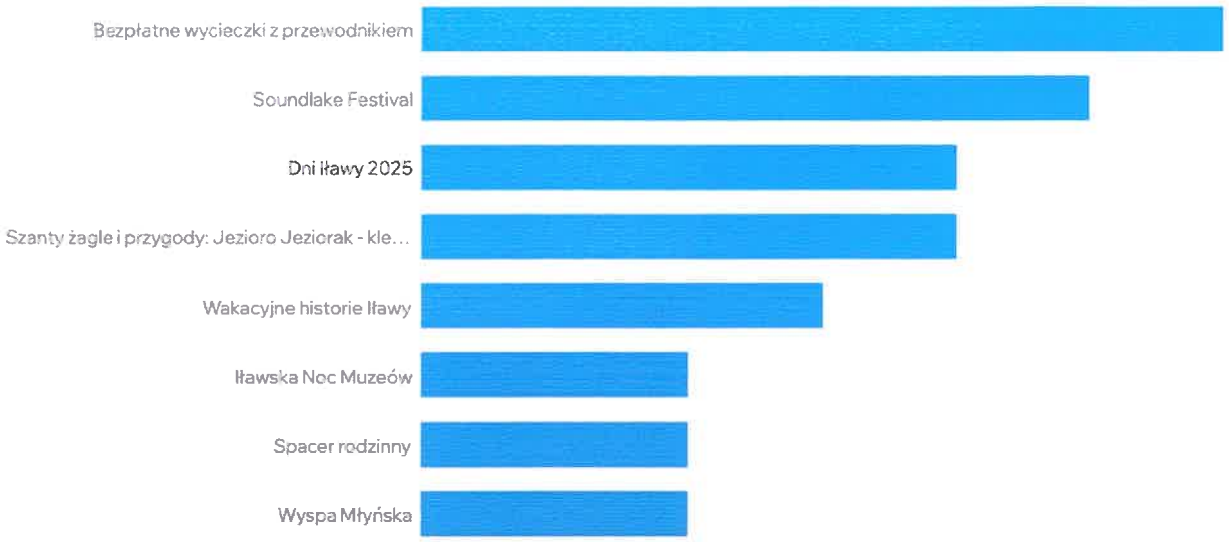


Większosć statystyk dotyczących użytkownika się nie zmieniła, choć w tym roku widać troche większe zainteresowanie przedziału wiekowego 35-44 lat. Kobiety ciągle królują wśród odbiorców ;)

Miasta dominujące wśród uzytkowników chronologicznie - w tym roku: Warszawa, Katowice, Bydgoszcz, Toruń, Brodnica, Olsztyn, Kwidzyn, Iława, Gdańsk, Lubawa, Płock, Malbork, Ciechanów, Bochnia, Kraków, Opole. Czyli widać pozostający trend, który promujemy od początku - głównie trasa pendolino.

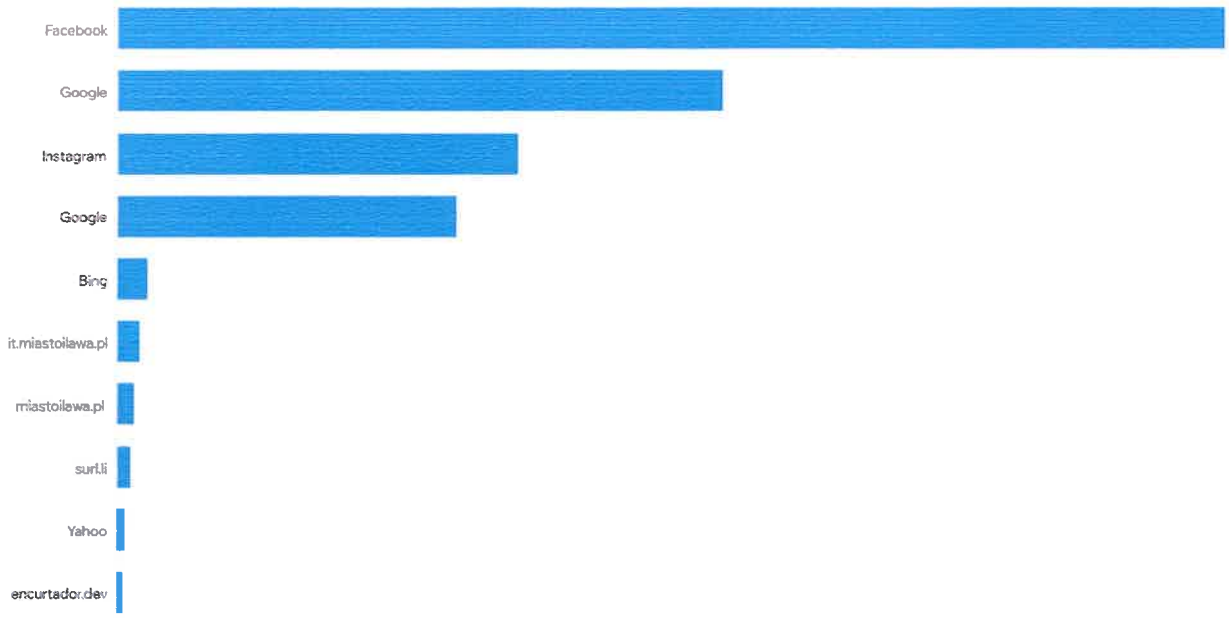
Co ciekawe zrównało się w tym roku przeglądanie kampanii w telefonach i na komputerach.

Tematy 2025 według zainteresowania:



Największe źródła ruchu

(google występuje 2x poniewaz jedno to reklamy graficzne a drugie to sieć wyszukiwań. Trend jest prawie identyczny jak zeszłoroczny)



PODSUMOWANIE:
Kampania przebiega bardzo podobnie do zeszłorocznej, to jej półmetek - co prawda z większym budżetem na sezon letni, ale wiele jeszcze może sie zmienić. Bardzo pomocnym okazuje się w tym roku wzmożona promocja wewnętrzna - ciekawe rolki, filmiki itp - mimo, że naszym zadaniem jest głównie promocja poza Iławą - na zewnątrz, w Polsce, to widzimy potencjał w tego rodzaju wsparciu i z pewnością go wykorzystamy.

Przygotował:
Opiekun odpowiedzialny za kampanię
Radosław Sikorski
woway.agencja marketingowa

Zapraszamy do współpracy: nasi stali Klienci w zakresie digital marketngu i marketingu tradycyjnego, to m.in. Lidl, Żabka, Biedronka, Aldi, Filharmonia Opolska, Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Novartis koncern farmaceutyczny, Alior Bank, Powiat Chojnice, Gmina Chojnice, Gmina Człuchów, Seko Ryby, Skiba Zakłady Mięsne, Zarzeccy Ser Korycński, Pytanie na Śnidanie, Meblik, Goodvalley, Dolina Dobra, Sowa, A1 Sorter i wiele innych.

zał. 2

Biuro Rady Miejskiej
WPŁYNĘŁO
Data 17.10.2025 r.
Podpis

PODSUMOWANIE DZIAŁAŃ Zachodniomazurskiej Lokalnej Organizacji Turystycznej

MAZURY ZACHODNIE

za okres 1 stycznia – 31 sierpnia 2025 r.

10 września 2025 r.

Szanowni Państwo,

przekazuję na Państwa ręce podsumowanie działań Zachodniomazurskiej Lokalnej Organizacji Turystycznej za okres od stycznia do sierpnia 2025 roku. To zestawienie jest nie tylko raportem z naszej codziennej pracy, ale przede wszystkim dowodem na konsekwentne budowanie marki Mazur Zachodnich – regionu, którego integralną częścią i jednym z filarów pozostaje Iława.

W Biurze ZLOT każdego dnia staramy się rozwijać narzędzia cyfrowe, prowadzić skuteczne kampanie promocyjne i realizować projekty, które wzmacniają wizerunek naszych miast i gmin. Jesteśmy przekonani, że podejmowane przez nas działania realnie przyczyniają się do wzrostu rozpoznawalności Iławy, przyciągają turystów i wspierają lokalną gospodarkę turystyczną.

Zachęcam do zapoznania się z niniejszym raportem, w którym przedstawiamy najważniejsze inicjatywy, osiągnięcia oraz plany na kolejne miesiące.

Z wyrazami szacunku,

Beniamin Krawczyk
Dyrektor Biura ZLOT

1. Wprowadzenie

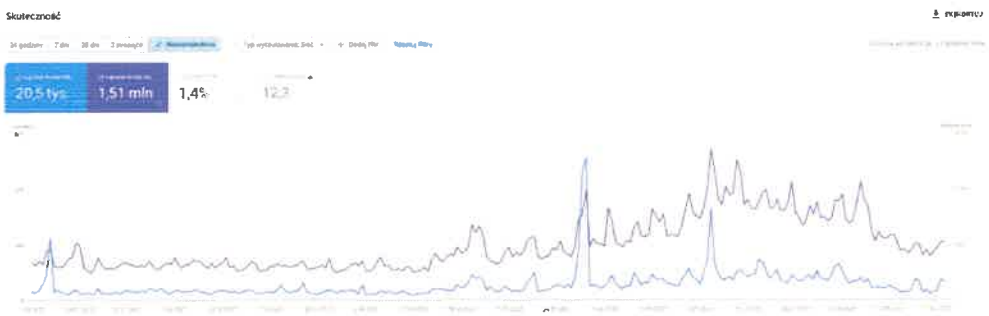
Zachodniomazurska Lokalna Organizacja Turystyczna (ZLOT) od ponad 20 lat konsekwentnie buduje markę Mazur Zachodnich jako atrakcyjnego regionu turystycznego. Współpracując z samorządami, przedsiębiorcami i mieszkańcami, kreujemy nowoczesne narzędzia promocji oraz realizujemy szeroko zakrojone działania marketingowe i edukacyjne. Dzięki temu Mazury Zachodnie stają się coraz bardziej rozpoznawalnym miejscem w kraju i za granicą. Kluczową rolę w tych działaniach pełni Iława – jedno z najważniejszych miast regionu, które w naszych materiałach i kampaniach jest stale eksponowane jako serce Mazur Zachodnich.

2. Kontynuacja zadań stałych

Rozwój nowoczesnych narzędzi cyfrowych

Współczesna turystyka opiera się na szybkiej i łatwej dostępności do informacji. Dlatego od kilku lat rozwijamy stronę internetową www.mazury-zachodnie.pl oraz aplikację mobilną „Odkryj Mazury Zachodnie". Są to podstawowe narzędzia planowania podróży w regionie – turyści znajdują tam informacje o atrakcjach, wydarzeniach, noclegach czy gastronomii. W 2025 roku portal odnotował imponujący wynik ponad 1,5 mln wyświetleń i ponad 20 tys. kliknięć w wyszukiwarce Google, co potwierdza jego znaczenie w promocji regionu.

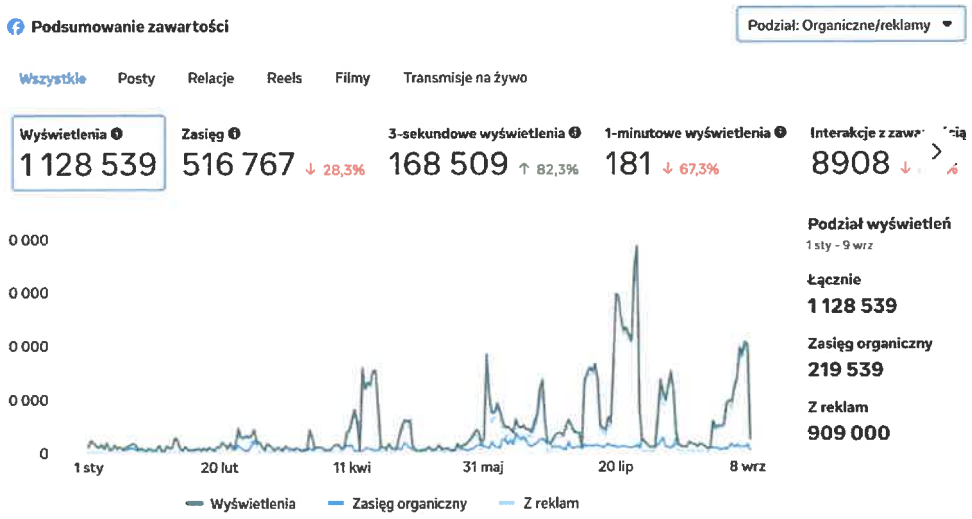
Google Search Console – skuteczność wyszukiwania:



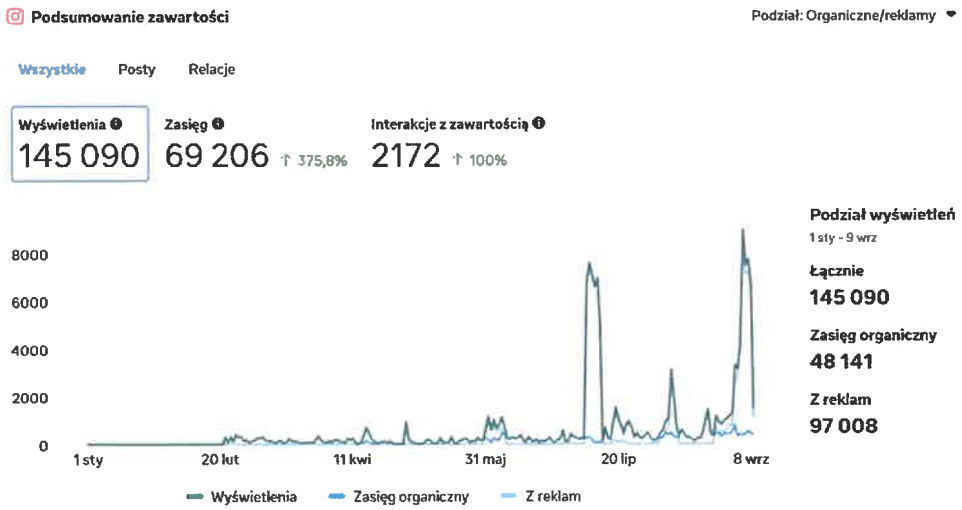
Kampania marketingowa

Promocja Mazur Zachodnich opiera się na dwóch filarach: działaniach w mediach społecznościowych oraz kampaniach w wyszukiwarce Google. W 2025 roku kampanie prowadzone na Facebooku i Instagramie dotarły do niemal 1,3 mln odbiorców. Regularnie publikujemy rolki, zdjęcia i treści angażujące, które prezentują uroki regionu. W połowie roku rozpoczęliśmy także działania na TikToku – choć profil jest wciąż w fazie budowania, to już teraz wyświetlenia przekroczyły 100 tys., co daje nam mocne podstawy do dalszego rozwoju tego kanału. Social media to dziś nie tylko reklama, ale przede wszystkim sposób na budowanie relacji z turystami i wzmacnianie pozytywnego wizerunku Mazur Zachodnich.

Facebook -Statystyki kampanii marketingowych



Instagram -Statystyki kampanii marketingowych



Facebook – najczęściej oglądane materiały

Najpopularniejsze materiały na podstawie wyświetleń

Mazury Zachodnie to miejsce, gdzie nie...

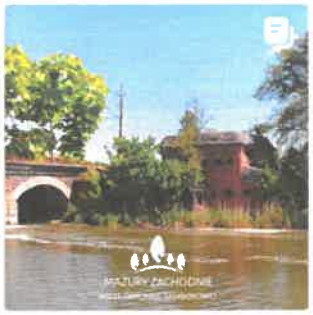
13 lipca 10:59

240 735 | 1160
43 | 59

Tu nie musisz się spieszyć 🌱✨ Na...

12 sierpnia 09:13

61 340 | 446
10 | 17



W Gmina Ostróda natura, historia i...

31 maja 09:41

56 697 | 202
8 | 7

Instagram - najczęściej oglądane materiały

Najpopularniejsze materiały na podstawie wyświetleń

Mazurska gąsienica, która pije rosę i.....

21 lipca 07:00

31 535 | 29
0 | 0

26 kwietnia ruszają rejsy po Kanale!

23 kwietnia 02:29

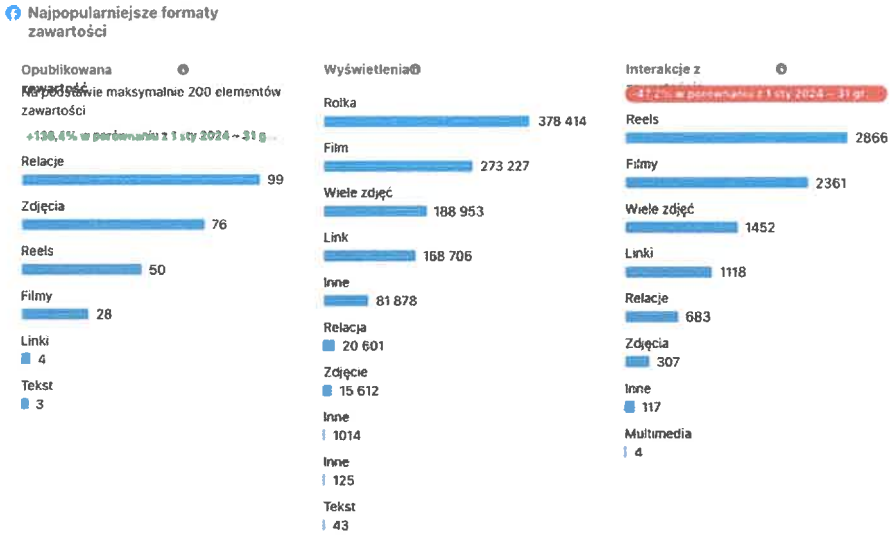
23 794 | 19
1 | 0

Iława w rytmie jazzu ! 🎷 Już od 8 sierpnia n...

5 sierpnia 07:49

13 908 | 6
0 | 1

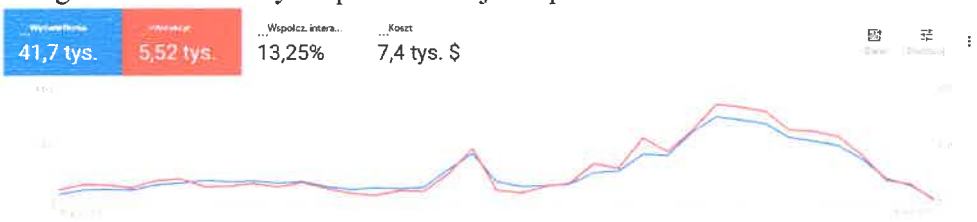
Facebook - najpopularniejsze formaty zawartości



Instagram- najpopularniejsze formaty zawartości

Drugim filarem naszych działań jest kampania Google Ads Grant. Dzięki niej udało się osiągnąć ponad 40 tys. wyświetleń i 5,5 tys. interakcji, ze współczynnikiem interakcji na poziomie 13,25%. To ważne wsparcie w docieraniu do nowych grup odbiorców, które pozwala zwiększać widoczność strony www i promować konkretne atrakcje regionu, w tym Iławę.

Google Ads Grant – wynik prowadzonej kampanii



Nasze kampanie zostały docenione przez Ministerstwo Sportu i Turystyki oraz Polską Organizację Turystyczną, które promują nasze materiały w swoich kanałach w mediach społeczościowych

W 2025 roku ZLOT został także wyróżniony przez Samorząd Województwa Warmińsko-Mazurskiego za całokształt działań promocyjnych, co potwierdza skuteczność i profesjonalizm prowadzonych działań.

3. Projekt z Ministerstwa Sportu i Turystyki

W 2025 roku ZLOT realizuje projekt **„Zintegrowana kampania promocyjna marki turystycznej Mazur Zachodnich"**, dofinansowany ze środków Ministerstwa Sportu i Turystyki w ramach Programu Wsparcia Turystyki 2025. Projekt obejmuje kilka kluczowych działań, których celem jest wzmocnienie marki turystycznej regionu oraz promocja jego oferty wśród turystów z Polski i zagranicy. Zadanie otrzymało dofinansowanie w kwocie 150 tys. zł.

3.1 Kampania w mediach społecznościowych

W ramach projektu prowadzimy intensywną kampanię w mediach społecznościowych pod hasłem **#SlowMazury**. Jej głównym założeniem jest pokazanie Mazur Zachodnich jako miejsca autentycznego, spokojnego i pełnego różnorodnych atrakcji. Do tej pory zrealizowaliśmy serię publikacji, które spotkały się z dużym zainteresowaniem odbiorców. Co istotne, nasze materiały zostały zauważone i docenione przez **Ministerstwo Sportu i Turystyki**, które promowało je w swoich oficjalnych kanałach.

3.2 System oznakowania w terenie

Równolegle prowadzimy prace nad stworzeniem nowego oznakowania turystycznego w regionie. Obecnie jesteśmy na etapie rozmów z zarządcami dróg wojewódzkich i lokalnych w sprawie lokalizacji nowych znaków turystycznych. Dodatkowo przygotowaliśmy projekty **tablic informacyjnych dla członków ZLOT**, które zostaną

zamontowane przy obiektach i atrakcjach turystycznych, wzmacniając rozpoznawalność marki regionu.

3.3 Mobilne stoisko promocyjne

Nasze stoisko promocyjne pojawiło się w 2025 roku na najważniejszych wydarzeniach w regionie, m.in. podczas:

- Inscenizacji Bitwy pod Grunwaldem,
- Międzynarodowego Festiwalu Jazzu Tradycyjnego „Złota Tarka" w Iławie,
- Ostróda Reggae Festival,
- Beach Pro Tour Warmia Mazury Challenge.

Była to wyjątkowa okazja do bezpośredniego kontaktu z turystami – zarówno z Polski, jak i z zagranicy. Stoisko cieszyło się dużym zainteresowaniem, rozdaliśmy setki informatorów, map i gadżetów promocyjnych. Obecność na tych wydarzeniach pozwala utrwalać wizerunek Mazur Zachodnich oraz promować Iławę jako jeden z filarów regionu.

3.4. Szkolenia dla branży turystycznej

Jesienią 2025 roku zaplanowaliśmy szkolenia skierowane do przedstawicieli branży turystycznej. Ich celem jest wsparcie lokalnych przedsiębiorców i instytucji w zakresie nowoczesnych metod promocji, obsługi turystów oraz wykorzystania narzędzi cyfrowych w codziennej pracy.

3.5. Współpraca z blogerami „Szalone Walizki"

W ramach projektu nawiązaliśmy współpracę z blogerami podróżniczymi **„Szalone Walizki"**, którzy przygotują cykl **12 krótkich filmów promocyjnych (rolek)**. Filmy będą prezentować atrakcje Mazur Zachodnich, w tym ofertę członków ZLOT, i zostaną opublikowane w naszych mediach społecznościowych oraz dodatkowo promowane. To działanie pozwoli dotrzeć do szerokiego grona odbiorców, zwłaszcza osób aktywnie korzystających z internetu i poszukujących inspiracji turystycznych.

3.6. „Pomysłownik Mazur Zachodnich"

Kolejnym elementem projektu jest przygotowanie publikacji pod nazwą **„Pomysłownik Mazur Zachodnich"**. To zbiór inspiracji i propozycji spędzania czasu w regionie, który w atrakcyjnej formie graficznej zaprezentuje jego potencjał turystyczny. Nad treścią pracuje doświadczona przewodniczka po Warmii i Mazurach – Magdalena Malinowska. Po redakcji i opracowaniu graficznym publikacja zostanie wydana pod koniec 2025 roku.

4. Wydawnictwa i materiały drukowane

Materiały drukowane są ważnym uzupełnieniem działań cyfrowych. W 2025 roku wydaliśmy nowe wydawnictwo papierowe „Odkryj Mazury Zachodnie", w którym dwie strony zostały poświęcone Iławie. Przygotowaliśmy także mini mapkę rowerową oraz dodrukowaliśmy (w ramach publicznych zdań zleconych) mapę powiatu ostródzkiego, informator o Gminie Ostróda i plan Miasta Ostróda. Jesteśmy w stałym kontakcie z punktem Informacji Turystycznej w Iławie, wymieniając się materiałami i wspierając nawzajem dystrybucję wydawnictw. Foldery, mapy i plan Miasta Iławy są nieodpłatnie dystrybuowane też w punkcie Informacji Turystycznej w Ostródzie.

5. Zakończenie

Rok 2025 to czas intensywnej promocji i dalszego umacniania marki Mazur Zachodnich. Nasze działania w sposób wymierny wpływają na promocję regioniu i samej Iławy, podnosząc jej rozpoznawalność i atrakcyjność w oczach turystów. Dzięki współpracy w ramach ZLOT, Iława zyskuje dostęp do szerokiej sieci kampanii promocyjnych, narzędzi cyfrowych oraz obecności na najważniejszych wydarzeniach. Chcemy kontynuować tę współpracę, aby jeszcze skuteczniej rozwijać potencjał turystyczny miasta i całego regionu. Konsekwentne eksponowanie reioniu I miasta pozwala budować jego pozycję na mapie turystycznej Polski i Europy.

Biuro Rady Miejskiej
WPŁYNĘŁO
Data 17.10.2025 r.
Podpis

Zał. 3

Współpraca miasta Iławy z organizacjami pozarządowymi i sportowymi jako działanie promocyjne na rzecz miasta:

Współpraca miasta Iławy z organizacjami pozarządowymi i sportowymi miała formę finansową i pozafinansową. Odbywała się na zasadach: pomocniczości, suwerenności stron, partnerstwa, efektywności, uczciwej konkurencji oraz jawności.

Współpraca pozafinansowa miasta z organizacjami pozarządowymi dotyczyła następujących sfer:

1. bezpłatnego użyczania sprzętu, obiektów, w tym kulturalnych i sportowych oraz lokali na potrzeby realizacji działań organizacji pozarządowych,
2. obsługi technicznej imprez, między innymi: nagłośnienie, oświetlenie, budowa sceny, prowadzenie imprez,
3. pomocy w organizacji działań, wspierania i promocji tych działań,
4. informacyjnej: informowanie o zadaniach publicznych, konkursach, ważnych wydarzeniach w obszarze działań trzeciego sektora,
5. doradczej w zakresie: działalności statutowej organizacji, pozyskiwania środków ze źródeł zewnętrznych, zakładania stowarzyszeń, obowiązków sprawozdawczych, dokonywania zmian w statucie, zwłaszcza zmian w KRS, tworzenia wniosków o dotacje,
6. merytoryczne wsparcie w działaniach organizacji seniorskich przez Pełnomocnika Osób Starszych i Niepełnosprawnych.

Lista przyznanych dotacji organizacjom pozarządowym w ramach realizacji zadań publicznych w roku 2025

Przeznaczenie dotacji	Organizacja pozarządowa	Przyznana dotacja
Konkurs wiedzy o Iławie	Stowarzyszenie Fabryka Inicjatyw Obywatelskich	3 200,00
Drugie Dyktando Iławskie	Stowarzyszenie Fabryka Inicjatyw Lokalnych	1 300,00
Przeprowadzenie szkoleń z zakresu udzielania pierwszej pomocy dla uczniów klas ósmych	Warmińsko-Mazurski Oddział Okręgowy Polskiego Czerwonego Krzyża Olsztyn	1 500,00
Święto Flagi w Iławie	Związek Harcerstwa Polskiego Chorągiew Warmińsko-Mazurska	3 000,00

Popołudnie z Kulturą Ukraińską	Związek Ukraińców w Polsce Warszawa	15 000,00
Działania wspomagające technicznie, szkoleniowo, informacyjnie organizacje pozarządowe oraz podmioty (...)	Powiat Iławski	2 000,00
Wspieranie dzieci i młodzieży niepełnosprawnej w dążeniu do samodzielnego funkcjonowania	Polskie Stowarzyszenie na rzecz Osób z Niepełnosprawnością Intelektualną Koło w Iławie	8 000,00
Punkt Wczesnej Interwencji	Polskie Stowarzyszenie na rzecz Osób z Niepełnosprawnością Intelektualną Koło w Iławie	21 000,00
Dzienne Centrum Aktywności	Polskie Stowarzyszenie na rzecz Osób z Niepełnosprawnością Intelektualną Koło w Iławie	13 000,00
Zapewnienie bezpieczeństwa na akwenach wypoczywającym w okresie letnim mieszkańcom i osobom przebywającym w mieście 2025	Stowarzyszenie Iławskie Wodne Ochotnicze Pogotowie Ratunkowe	35 000,00
Prowadzenie działań edukacyjnych z zakresu ratownictwa wodnego	Stowarzyszenie Iławskie Wodne Ochotnicze Pogotowie Ratunkowe	4 000,00
Działaj Lokalnie - wspieranie organizacji pozarządowych w realizacji działań o charakterze dobra wspólnego	Stowarzyszenie Przystań	4 000,00
Profilaktyka chorób nowotworowych Bądź zdrów	Stowarzyszenie Iławski Klub Amazonki	4 000,00
Organizacja wydarzeń kulturalnych związanych z muzyką gospel	Stowarzyszenie Gospel nad Jeziorakiem	16 000,00
Przeprowadzenie szkoleń z zakresu udzielania pierwszej pomocy dla uczniów klas ósmych	Warmińsko-Mazurski Oddział Okręgowy Polskiego Czerwonego Krzyża Olsztyn	1 500,00
Działania informacyjne i edukacyjne dla dzieci, młodzieży i dorosłych na rzecz podniesienia świadomości społecznej na temat zdrowego stylu życia (...)	Stowarzyszenie Abstynentów Regionu Iławskiego	10 000,00

III Warmińsko-Mazurska Spartakiada dla dzieci i dorosłych poruszających się na wózkach inwalidzkich	Fundacja Aktywnej Rehabilitacji "FAR"	3 500,00
Organizacja Miejsko-Gminnych zawodów sportowo pożarniczych drużyn Ochotniczych Straży Pożarnych grupy A i C	Ochotnicza Straż Pożarna w Iławie	2 000,00
Organizacja koncertów i warsztatów wokalnych muzyki chóralnej	Stowarzyszenie Chór Camerata	12 000,00
Śniadanie Obywatelskie 2025	Fabryka Inicjatyw Obywatelskich	2 000,00
Zumba dla seniorów z miasta Iławy	Stowarzyszenie Iławskich Seniorów	3 000,00

Wsparcie finansowe organizacji sportowych w realizacji zadań publicznych w zakresie tworzenia warunków sprzyjających rozwojowi sportu

Przeznaczenie dotacji	Organizacja sportowa	Przyznana dotacja
Rozwój strzelnictwa laserowego wśród osób niewidomych i słabowidzących	Iławski Klub Sportu, Kultury Fizycznej i Turystyki Niewidomych i Słabowidzących Morena	10 000,00
Triathlon	Szkoła Pływania ORKA	23 000,00
Żeglarstwo Regatowe dzieci i młodzieży - klasa Optimist i Laser	Stowarzyszenie Sportów Wodnych Iława	25 000,00
Koszykówka - Seniorzy	Szkoła Pływania ORKA	10 000,00
Tenis ziemny	Towarzystwo Tenisa Ziemnego w Iławie	15 000,00
Koszykówka - dzieci i młodzieży	Szkoła Pływania ORKA	25 000,00
Lekkoatletyka /Lekkoatletyczna Iława	Szkoła Pływania ORKA	32 000,00
Osiągnięcie wyższych wyników sportowych przez zawodników klubu sportowego UKS Rozwój Iława - senior	Uczniowski Klub Sportowy Rozwój Iława	20 000,00
Osiągnięcie wyższych wyników sportowych przez zawodników klubu sportowego UKS Rozwój Iława - dzieci i młodzież	Uczniowski Klub Sportowy Rozwój Iława	96 000,00
Piłka nożna dziewcząt dzieci i młodzieży	Fundacja Jezioranka	25 000,00

Piłka nożna dziewcząt seniorek	Fundacja Jezioranka	12 000,00
Dowóz dzieci i młodzieży z niepełnosprawnościami z terenu miasta Iławy do Placówki w Ostródzie w celach edukacyjnych i rehabilitacyjnych	Polskie Stowarzyszenie na rzecz Osób z Niepełnosprawnością Intelektualną Koło w Ostródzie	62 400,00
Stwarzanie warunków do rozwoju sportowego za pomocą wyjazdów przygotowawczych oraz możliwości udziału w zawodach - boks olimpijski	Stowarzyszenie Ludowy Klub Sportowy Iława	10 000,00
Realizacja zadań publicznych Gminy Miejskiej Iława z zakresu tworzenia warunków sprzyjających rozwojowi sportu piłki młodzieżowej (...)	Iławski Klub Sportowy Jeziorak	78 000,00
Szkolenie sportowe w zakresie piłki siatkowej, siatkówki plażowej dziewcząt i chłopców	Zryw - Volley	36 000,00
Udział drużyny seniorskiej Jezioraka Iława w rozgrywkach ligowych pod egidą WMZPN	Iławski Klub Sportowy Jeziorak	65 000,00 51 000,00
Tworzenie warunków sprzyjających rozwojowi sportu - piłki ręcznej dzieci, młodzieży, seniorów	Iławski Klub Piłki Ręcznej	73 000,00 57 000,00
Wioślarstwo	Klub Wioślarski "WIR" Iława	54 000,00
Xtremalna Iława vol. 6.	Stowarzyszenie Sportów Xtremalnych	8 000,00
Joga na trawie	Fundacja Ciało Umysł Emocje	5 500,00
Organizacja turnieju i promocja tańca towarzyskiego	Uczniowski Klub Sportowy GRACJA	25 000,00
Nauczanie i doskonalenie techniki z piłki nożnej wśród dzieci	Uczniowski Klub Sportowy BSS IŁAWA	3 500,00
Joga na trawie	Fundacja Ciało Umysł Emocje	5 500,00

Poprawa kondycji fizycznej mieszkańców poprzez treningi na ergometrze wioślarskim	Stowarzyszenie Drakens Iława	5 000,00
Ty też możesz zostać Igą	Towarzystwo Tenisa Ziemnego w Iławie	3 000,00