

wpt.  
16.07.2013  


## Jezioro Jeziorka nowym cudem Polski

 Gazeta.pl

Załącznik nr 5 do protokołu

Taki jest wynik plebiscytu zorganizowanego przez miesięcznik "National Geographic Traveler". Jeziorak wygrał m.in. z Łódzką Manufakturą, zamkiem w Łętowicach czy podziemiem krakowskiego Rynku.

- Cudze chwalić, swojego nie znacze - głosi stare powiedzenie i niesłyszy jeśli oto często prawdziwe - mówi Martyna Wojciechowska, redaktor naczelna "National Geographic Traveler". - Pokazując na naszych łamach świat, zapomnieliśmy, jaką ładną jest Polska, dlatego chcieliśmy zrobić konkurs promujący piękne miejsca wśród naszych rodaków. Najbardziej się cieszę, że społeczności lokalne tak bardzo się zmobilizowały, że we własnym zakresie włączyły się w promocję miejsc.

Obok jeziora Jeziorka wśród siedmiu nowych cudów Polski znalazły się takie turystyczne potęgi, jak: Stary Browar w Pełnianach, Termy Uniejów, Zamek Czocha, Żywe Muzeum Piernika w Tczewie, Muzeum Wsi Mazowieckiej i Fort Gerharda w Świnoujściu. Poza czołową stawką pozostały między innymi Narodowe Centrum Polskiej Piosenki w Opolu czy Stocznia Gdańsk. - Walka między kandydatami o uznanie wśród turystów z całej Polski, bo to oni głównie głosowali w plebiscycie, trwała do samego końca - mówi Włodzimierz Ptasznik, burmistrz Iław. - Stawka była wysoka, bo chodziło nie tylko o sam tytuł, ale też o to, by znaleźć się w przeszłyym przewodniku po nowych cudach Polski, który wydany zostanie przez "National Geographic Traveler" w przyszłym roku.

Zanim Jeziorka otrzymała nominację do udziału w plebiscycie, musiał zostać uznany przez redakcję miesięcznika za godnego reprezentanta Mazur. - Udało się i dzięki temu znaleźliśmy się wśród 32 najważniejszych polskich atrakcji turystycznych - informuje Michał Młotek, kierownik wydziału promocji Iławy. - Co ważne, byliśmy jedną z niewielu niekomercyjnych atrakcji w plebiscycie. Tym bardziej cieszymy się, że głosowali na nas turysti z całej Polski i że znaleźliśmy się w czołowej siódemce.

Do głosowania na jezioro Jeziorka poza Urzędem Miasta Iławy, który koordynował akcję, zachęcały między innymi samorząd województwa, Warmińsko-Mazurska Regionalna Organizacja Turystyczna w Olsztynie, wybrane biura informacji turystycznej z terenu Warmii i Mazur oraz media lokalne i regionalne. - W głosowaniu pomogli bardzo mocno internauci, skupieni na profilu "Mazury Cud Natury" na Facebooku; po raz kolejny nas nie zawiedli - mówi Radosław Zawadzki, dyrektor Departamentu Koordynacji Promocji Urzędu Marszałkowskiego w Olsztynie. - Potwierdzamy kolejny raz, że ponad 36-tysięczna społeczność nie jest tylko wirtualna.

W minionym roku w szczególniej siódemce pierwszej edycji plebiscytu, organizowanego przez "National Geographic Traveler", którego redaktorem naczelnym jest znana podróżniczka i dziennikarka Martyna Wojciechowska, nie znalazła się żadna atrakcja z województwa warmińsko-mazurskiego. A wtedy o zaszczytny tytuł walką między innymi Kanał Elbląski.

Jezioro Jeziorka to jezioro rynnowe, najdłuższe naturalne jezioro w Polsce. Jest leżącym z trzech największych jezior w Kraju Tysiąca Jezior. Jeziorak ma bogatą linię brzegową. Porastający brzeg akwenu lasy wraz z okolicznymi jeziorami tworzą Park Krajobrazowy Pojezierza Iławskiego. Poprzez cieśniny i krótka naturalne cieki ma połączenie z jeziorami: Pleskim, Ewinkim, Łabędziem, Ruczewem Wielkim, Ruczewem Małym, Iławskim i Daubym, a dzięki Kanalowi Elbląskiemu można dostać się na otwarte morze. Na jeziorze znajduje się aż 16 wysp. Na Wielkiej Żuławie - największej wyspie śródlądowej w Europie - znajdują się pozostałości wczesnośredniowiecznego grodu.

Jeziorak to raj dla miłośników sportów wodnych takich jak żeglarstwo, windsurfing, kitesurfing czy kajakarstwo oraz sprzyjające miejsca dla fanów nurkowania. To także wymarzone miejsce dla wędkarzy, gdyż w wodach Jeziorka żyją sumy, sandacz, szszupaki, węgorze, liny, karasie, karpie i okonie. Jezioro jest terenem połowów bieguna i rybołówstwa. Nad jego brzegami można spotkać czaple, kormorany i żurawie. Jeziorak stanowi również wyzwanie dla poszukiwaczy przygód. To przecież stworzony przez Zbigniewa Nienackiego bohater serii powieści "Pan Samochodzik" szukał zaginionych skarbów. W godzinę podróż po jeziorze można się dziś wybrać tramwajem wodnym "Iłavia".

Na zachodnim brzegu Jeziorka, w odległości 20 kilometrów od Iławy, na wysokim brzegu, leży wieś Siemiany. Znana ze swych turystycznych atrakcji, słynie także ze swoistego mikroklimatu, który pomaga w leczeniu chorób układu oddechowego. Podjęto starania, aby utworzyć tam uzdrowisko.

Na brzegach Jeziorka rozrosła się infrastruktura turystyczna: jest tu wiele pól namiotowych, biwaków, przystani jachtowych, punktów małej gastronomii, hoteli i gospodarstw agroturystycznych. Po jeziorze pływa jedyna w Polsce jednostka asenizacyjna - tzw. statek śmieciarka - przystosowana do odbioru nieczystości bezpośrednio z jachtów i łodzi motorowych.

Dwa razy, w Iławie i nad Jeziorkiem, gościł papież Jan Paweł II. Raz jako biskup krakowski w 1959 roku i ponownie w 1973 jako kardynał. Dla uczczenia jego pobytu w 1999 roku wytyczono szlak kajakowy, wiodący z Iławy przez Gizerek, Siemiany, Milomyl do Ostrady.

Wśród wielu atrakcji okolic Jeziorka wyjątkowe miejsce zajmuje unikalny w skali światowej Kanał Elbląski. Jest to jedna z najpiękniejszych dróg wodnych Europy. Łączy jezioro Jeziorka z Zalewem Wiślanym. Wybudowany w latach 1848-1872 i zaprojektowany przez holenderskiego inżyniera Georga Jakoba Stenke kanal funkcjonuje do dziś w niezmienionej formie, zadziwiając kunsztem XIX-wiecznej wiedzy inżynierskiej. Genialne rozwiązanie polegało na wybudowaniu na trasie kanalu śluz i pochylni, które niwelują różnicę poziomów wody o mniej więcej 100 metrów.

Tekst pochodzi z portalu Gazeta.pl - [www.gazeta.pl](http://www.gazeta.pl) © Agora SA

# Bezpłatny udział w poznańskich Targach był nagrodą dla miasta Iława

Przez trzy dni – od 17 do 19 października – Iława i okolice prezentowały swoje uroki na Targach Regionów i Produktów Turystycznych „Tour Salon” w Poznaniu. Przez ilawskie stoisko przetoczyło się około 5 tysięcy osób, a udział celebrytów spowodował obecność dziennikarzy, na czym i my skorzystaliśmy – mówi Michał Młotek z ilawskiego ratusza, który reprezentował nasze miasto na targach.

W tym roku poznańskie targi, które należą do największych i najważniejszych w Polsce, zgromadziły ponad 600 wystawców z 40 krajów świata. Iława i okolice – jako szlachetny laureat plebiscytu na „7 nowych cudów Polski” – prezentowały się na stoisku czasopisma podróżniczego „National Geographic Traveler”.

Możliwość udziału w targach na stoisku „National Geographic Traveler” był formą nagrody dla miasta Iława za udział i zwycięstwo w plebiscycie na „7 nowych cudów Polski”.

– Dzięki temu zaoszczędziliśmy kilkanaście tysięcy złotych, bo tyle zwykle kosztuje wykup powierzchni i aranżacja stoiska – mówi Michał Młotek. – Nasza obecność w Poznaniu, pod szyldem „Jeziora Jeziorak” była wspólnym przedsięwzięciem Urzędu Miasta Iławy, Urzędu Gminy Iława i Urzędu Marszałkowskiego Województwa Warmińsko-Ma-



Martyna Wojciechowska na stoisku „NGT” podpiszyła książki i spotykała się z fanami Fot. Urząd Miasta Iława

zurskiego. Wszyscy goście odwiedzający stoisko otrzymywali informacje o atrakcjach Iławy i okolic, a przede wszystkim o jeziorze Jeziorak – laureacie plebiscytu. Na stoisku jeziora Jeziorak dostępne były mapy, przewodniki, foldery, książki z serii „Pan Samochodzik i...”, których akcja toczyła się w Iławie i nad Jeziorakiem oraz... płyty z muzyką jazzową. Był to element promujący Międzynarodowy Festiwal Jazzu Tradycyjnego Old Jazz Meeting „Złota Tarka”.

## Dziennikarze i podróżnicy odwiedzili nasze stoisko

Poza przedstawicielami branży turystycznej, gośmi stoiska „National Geographic Traveler” byli znani dziennikarze i podróżnicy, w tym Martyna Wojciechowska, Marcin Kydryński i Marek Kamiński, na co dzień związani z czasopismem. Otrzymali oni voucherzy na weekendowy pobyt w Iławie dla dwóch osób, ufundowane przez Grand Hotel Tiffi.

Oprócz wybranych laureatów plebiscytu na z ostatnich



Zdjęcie Jezioraka postułyto jako ilustracja do całego stoiska i wystawy, która wcześniej krążyła po Polsce

dwoch lat na stoisku można było obejrzeć również wystawę „7 nowych cudów Polski”, która przez ostatnie trzy miesiące odwiedziła centra handlowe w Krakowie i Warszawie. Wśród najpiękniejszych miejsc w Polsce, wylonionych przez czytelników „National Geographic Traveler”, które zaprezentowano na wystawie, znalazło się jezioro Jeziorak.

W trakcie tegorocznych Targów Regionów i Produktów Turystycznych „Tour Salon” w Poznaniu Informacje na temat jeziora Jeziorak, Iławy i okolic uzyskać można było również na stoisku Warmii i Mazur, gdzie – pod szyldem „Krainy Kanału Elbląskiego” prezentowały się samorządy leżące na terenie powiatów ilawskiego, ostródzkiego i elbląskiego.

# Ilawa. Na promocję wydali niewiele, za to teraz będą mieli promocję na całą Polskę

## Jeziorka jednym z siedmiu nowych cudów Polski

Andrzej Mielnicki

a.mielnicki@gazetaolsztyńska.pl

**Jeziorko Jeziorka zostało**

**jednym z siedmiu nowych cudów Polski w plebiscycie**

**miesięcznika "National**

**Graphic Traveler". Sukces**

**tym cenniejszy, że Urząd**

**Miasta w Iławie, który**

**koordynował akcję**

**głosowania na nasze jeziorko,**

**wydaf na to zaledwie 2 tys. zł.**

**Po trwającym ponad trzy**

**miesiące głosowania kandydat**

**z Warmii i Mazur zdobył oszo-**

**wal m.in. Łódzką Manufaktu-**

**re, zamek w Lanckucie czy po-**

**dziemia krakowskiego rynku.**

**Chętnych do prestiżowego ty-**

**tu było 32.**

**Obok jeziorka Jeziorka wśród**

**siedmiu nowych cudów Polski**

znalały się takie turystyczne potęgi, jak Stary Browar w Poznaniu, Termy Uniejów, Zamek Czocha, Żywe Muzeum Piernika w Toruniu, Muzeum Wsi Mazowieckiej i Fort Gerharda w Świnoujściu. — Stawka była wysoka, — podkreśla Włodzimierz Piasznik, burmistrz Ilawy. — Bo chodziło nie tylko o sam tytuł, ale też o to, by znaleźć się w prestiżowym przewodniku po nowych cudach Polski, który wydany zostanie przez „National Geographic Traveler” w przyszłym roku.

Do głosowania na jeziorko Jeziorka zdecydował też samorząd województwa. — W głosowaniu pomogli bardzo mocno internauci, skupieni na profilu „Mazury Cud Natury”

na Facebooku, po raz kolejny nas nie zawieli — uważa Radosław Zawadzki, dyrektor Departamentu Koordynacji Promociji Urzędu Marszałkowskiego w Olsztynie. — Potwierdzamy kolejny raz, że ponad 36-tysięczna społeczność Ilawy jest tylko wirtualna.

Ilawa wydała na promocję Jeziorka w konkursie tylko 2 tys. złotych. — Reszta to praca urzędników — mówi Michał Miotek, szef promocji Urzędu Miejskiego w Ilawie.

— Teraz cała filozofia w tym, żeby przekuć sukces Jeziorka w zwiększący ruch turystyczny. Na pewno będziemy popularyzować rejsy po jeziorku, tym bardziej ze w związku z modernizacją Kanału Elbląskiego flota, która teraz pły-

wała z Ostródy do Elbląga, ma płynąć z Ostródy do Ilawy. To jest nasza szansa. Jeziorko to najdłuższe naturalne jeziorko w Polsce. Jest tam aż 16 wesp. — To wyjątkowe i dzikie jeziorko — uważa szef promocji ilawskiego magistratu. — Idealne do wypoczynku dla tych, którzy szukają ciszy i spokoju.

Sukces w plebiscycie ma też

wymiar ekonomiczny. Jeden

z numerów „NGT” ma być poświęcony Jeziorkowi i Ilawie.

A gdyby przeliczyć na

zlotówki wszystkie informa-

cje, które ukazały się w me-

diach o Jeziorku w związku

z plebiscytem, to, jak mówi

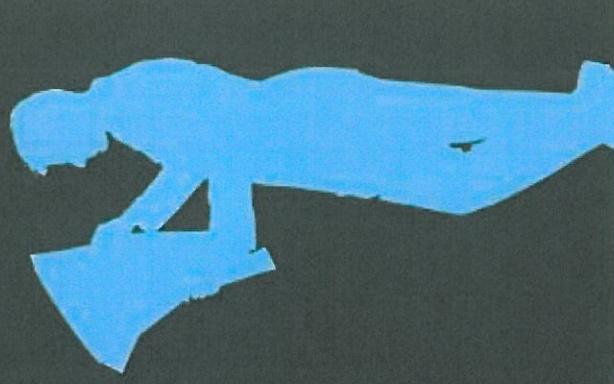
Michał Miotek, na taką pro-

mocje trzeba byłoby wydać ok.

100 tys. zł.

**Jeziorko to najdłuższe naturalne jeziorko w Polsce i wspaniałe miejsce do żeglowania** Fot. Mateusz Partyga





# NEWS

Jezioro Jeziorka zostało jednym z 7 nowych cudów Polski



**Informacja na temat promocji miasta w 2013 r.  
(formy pracy, koszty oraz współdziałanie z innymi podmiotami)**

Urząd Miasta Łkawy

Michał Młotek – wydział promocji i współpracy z zagranicą  
89 649 01 39, mmilotek@umilawa.pl

W 2013 roku większość działań w zakresie promocji turystycznej realizowano w oparciu o zaplanowaną w 2012 roku kampanię promocyjną "Jeziorak jednym z 7 nowych cudów Polski".

TRAVELER

DYPLOM

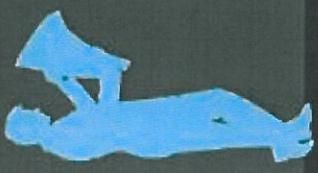
DLA  
JEZIORAK

LAUREATA PLERISCYTU  
MAGAZYNU NATIONAL GEOGRAPHIC TRAVELER



Przez Majchrzaka -  
Magazyn National Geographic

Warszawa 2012



# Jeziorak jednym z 7 nowych cudów Polski

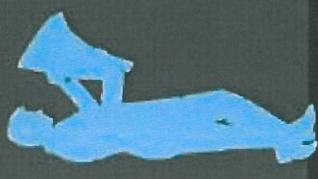
kampania związana z udziałem w plebisycie czasopisma „National Geographic Traveler” na 7 nowych cudów Polski

## Geneza projektu

Do tej pory nie wykorzystywano maksimum szans w obszarze promocji jeziora Jeziorak. Prowadzone działania miast i gmin w tym zakresie nie były koordynowane, ograniczały się do standardowych form i działań, i nie wykorzystywały w pełni nowoczesnych narzędzi promocji. W niktym stopniu wykorzystywano też ogólnopolskie kanały promocyjne w tym zakresie i możliwości wpisywania się w działania podejmowane przez samorząd województwa.

Tymczasem jezioro Jeziorak, najbliższego naturalnego jezioro w Polsce i trzecie po Śniardwach i Mamech na Warmii i Mazurach, i jego okolice, z uwagi na dostępność komunikacyjną i nowoczesną bazę turystyczną, stają się naturalnym miejscem wypoczynku dla turystów odwiedzających Warmię i Mazury i planujących wypoczynek w regionie. Aby zwiększyć i utrwać rozpoznawalność obszaru jeziora Jeziorak i zwiększyć efekty (zwiększenie ilości i czasu pobytu turystów) w tym zakresie, zrealizowano kampanię promocyjną w oparciu o plebiscyt organizowany przez czasopismo „National Geographic Traveler” na „7 nowych cudów Polski”, w partnerstwie z wybranymi gminami z obszaru jeziora Jeziorak i ze wsparciem samorządu województwa oraz organizacji i podmiotów, zakładających promocję turystyczną i gospodarczą województwa warmińsko-mazurskiego.

Inicjatorem i koordynatorem działań kampanii był wydział promocji i współpracy z zagranicą Urzędu Miasta Ławy.



Plebiscyt na „7 nowych cudów Polski” ma na celu wyłonienie ciekawych, niebanalnych i nieodkrytych perłek turystycznych Polski. Co roku redakcja „National Geographic Traveler” prezentuje czytelnikom 32 nominowane miejsca, po dwa z każdego regionu. Na łamach miesięcznika oraz na [www.nationalgeographic.pl](http://www.nationalgeographic.pl) ogłaszcane są aktualne wyniki głosowania, co mobilizuje regiony do podejmowania działań promocyjnych mających na celu zwiększenie liczby oddawanych głosów. Na uwagę zasługuje duże wsparcie mediów plebiscytu w obszarach: Internet, radio, telewizja.

## **Jeziorak jednym z 7 nowych cudów Polski**

kampania związana z udziałem w plebiscycie czasopisma „National Geographic Traveler” na 7 nowych cudów Polski

## **Cele projektu**

- budowa i utrwalenie marki „Jeziorak” poprzez zwiększenie aktywności medialnej i promocyjnej
- zwiększenie liczby turystów odwiedzających region
- zwiększenie aktywności gospodarczej wybranych podmiotów branży turystycznej
- wytworzenie poczucia tożsamości i identyfikacji mieszkańców z regionem
- zwiększenie konkurencyjności wobec Krainy Wielkich Jezior Mazurskich

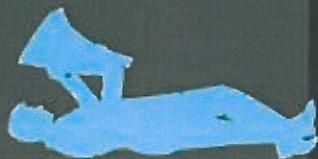


## **Jeziorki jednym z 7 nowych cudów Polski**

kampania związana z udziałem w plebiscycie czasopisma „National Geographic Traveler” na 7 nowych cudów Polski

## **Grupy docelowe projektu – etap I, plebiscyt:** czytelnicy czasopisma „National Geographic Traveler”

- turyści krajowi
- dziennikarze lokalni i regionalni
- środowiska wpływowego i opiniotwórcze
- organizacje pozarządowe
- mieszkańcy regionu

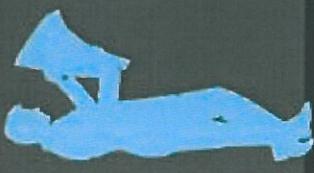


## **Jeziorak jednym z 7 nowych cudów Polski**

kampania związana z udziałem w plebiscycie czasopisma „National Geographic Traveler” na 7 nowych cudów Polski

## **Grupy docelowe projektu – etap II, kampania promocyjna:**

- turyści krajowi i zagraniczni
- dziennikarze regionalni i krajowi
- czytelnicy czasopisma „National Geographic Traveler”
- mieszkańców Warszawy, Krakowa, Lubina, Ostrowa Wielkopolskiego, Płocka i Poznania
- mieszkańców regionu



## Jeziorak jednym z 7 nowych cudów Polski

kampania związana z udziałem w plebiscycie czasopisma „National Geographic Traveler” na 7 nowych cudów Polski

## Główne założenia realizacyjne i przebieg projektu:

Etap I, plebiscyt (w oparciu o działanie reklamowe, public relations i działania lobbyingowe):

- uzyskanie nominacji wojewódzkiej w plebiscycie na „7 nowych cudów Polski” dla jeziora Jeziorak
- uzyskanie nominacji w plebiscycie na „7 nowych cudów Polski” dla jeziora Jeziorak
- uzyskanie tytułu laureata w plebiscycie na „7 nowych cudów Polski” poprzez realizację kampanii informacyjnej

Etap II, kampania promocyjna (w oparciu o działania reklamowe i public relations):

- przeprowadzenie kampanii promocyjnej w oparciu o czasopismo „National Geographic Traveler” - organizatora plebiscytu
- przeprowadzenie kampanii promocyjnej w oparciu o uzyskany tytuł jednego z „7 nowych cudów Polski”
- organizacja regat łodzi solarnych na jeziorze Jeziorak
- organizacja akcji „Jawa – turystom” w ramach podziękowań dla turystów, którzy głosowali na jezioro Jeziorak w plebiscycie



# Jeziorak jednym z 7 nowych cudów Polski

kampania związana z udziałem w plebiscycie czasopisma „National Geographic Traveler” na 7 nowych cudów Polski

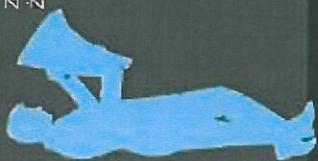
## Koncepcja kampanii:

Koncepcja zakładała uksztaltonanie w świadomości grup docelowych wizerunku jeziora Jeziorak jako jeziora otoczonego pięknymi lasami Parku Krajobrazowego Pojezierza Ławskiego, będącego rajem dla miłośników sportów wodnych, i obszaru jeziora Jeziorak jako regionu atrakcyjnego turystycznie, dostępnego komunikacyjnie, z nowoczesną infrastrukturą turystyczną – w oparciu o udział w plebiscycie na „7 nowych cudów Polski” jako kandydata Warmii i Mazur (etap I) i uzyskany tytuł jednego z „7 nowych cudów Polski” (etap II).

Przedstawiana koncepcja opierała się także na wywołaniu pozytywnych emocji poprzez użycie słowa „cud”, pośrednie i bezpośrednie nawiązanie do plebiscytu i kampanii „Mazury cud natury”, a także ukazanie jeziora Jeziorak jako jedynej niekomercyjnej lokalizacji w finałowej siódemce plebiscytu (Jeziorak symbolem całego plebiscytu).

Istotne – z punktu widzenia realizacji kampanii – było także zwiększenie rangi wypoczynku nad Jeziorakiem (dzięki uzyskanemu prestiżowemu tytulowi) a tym samym aktywizacja wybranych podmiotów z branży turystycznej do stworzenia nowych ofert i całorocznych produktów turystycznych.

Dużą rolę przywiązano również do ukazania jeziora Jeziorak jako jeziora czystego i przyjaznego, aplikującego wartości „eko”. Wydarzeniem, które służyło osiągnięciu tego celu, były między innymi organizowane we współpracy z Politechniką Gdańską regaty łodzi solarnych i bicie rekordu Guinessa w najbliższym jednodniowym przebiegu takich łodzi, które odbyły się w lipcu 2013 roku i spotkały się z ogromnym zainteresowaniem mediów (releje na żywo w TVN24 i w „Teleexpressie” w TVP1). W każdym z materiałów telewizyjnych i prasowych podkreślano, że regaty odbywały się na jeziorze Jeziorak – jednym z „7 nowych cudów Polski”. W tym kontekście, wykorzystując dotychczasowe zainteresowanie mediów, informowano również o jedynym w Polsce statku-śmieciarce, który pływa po Jezioraku, odbiierając nieczystości od żeglarzy.



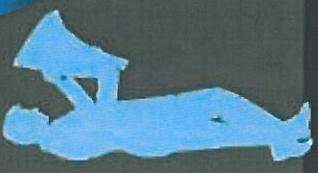
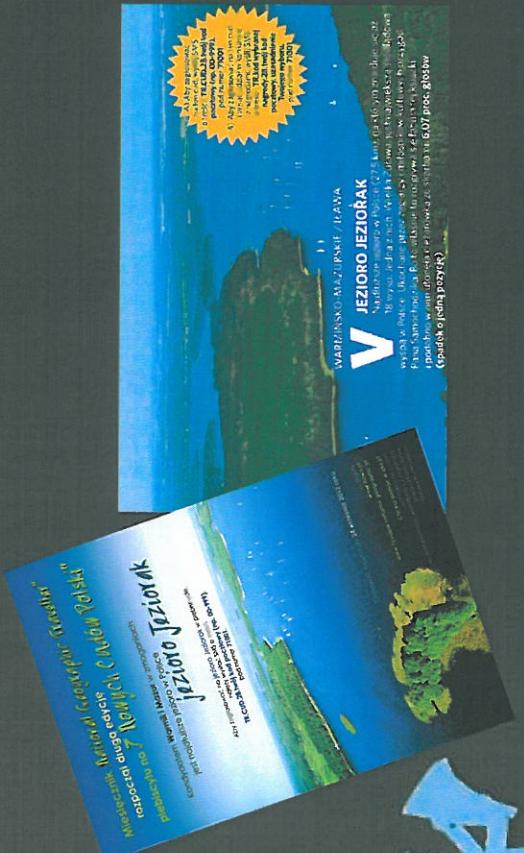
# **Jeziorak jednym z 7 nowych cudów Polski**

kampania związana z udziałem w plebiscycie czasopisma „National Geographic Traveler” na 7 nowych cudów Polski

## **Wizualizacje:**

- etap I (plakaty, ulotki, informacje prasowe – w załączniu)
- etap II (wybrane artykuły, wybrane materiały poplebiscytowe, przewodnik po „7 nowych cudach Polski” – w załączniu)

- Linki do wybranych materiałów:**
- [Polskie Radio](#)
  - [TVP](#)
  - [wp.pl](#)
  - [TVN24](#)
  - [Radio Olsztyn](#)
  - [Gazeta Olsztyńska](#)
  - [National Geographic Traveler](#)



# **Jeziorki jednym z 7 nowych cudów Polski**

kampania związana z udziałem w plebiscycie czasopisma „National Geographic Traveler” na 7 nowych cudów Polski

## Kanały komunikacji:

### Etap I:

- Internet
- telewizja
- media społecznościowe (w tym Facebook – fanpage: Mazur Cud Natury, Iława i inne)
- telebimy i kina (wyświetlanie animacji zachęcającej do głosowania na kandydaturę)
- prasa i radio
- reklama zewnętrzna (plakaty i ulotki w biurach informacji turystycznej w województwie oraz urzędach i instytucjach)

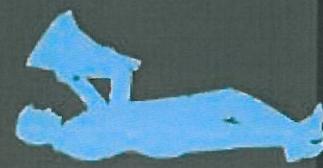
### Etap II:

- Internet
- telewizja
- media społecznościowe
- prasa i radio
- reklama zewnętrzna (targi i wystawa)
- kontakt bezpośredni

W pierwszym etapie kampanii wykorzystano te kanały komunikacji, które stwarzają możliwość jak najszerzego dotarcia z informacją o plebiscycie do osób, mogących oddać głos na kandydaturę.

W drugim etapie kampanii wykorzystano te kanały komunikacji, które stwarzają możliwość jak najszerzego poinformowania o uzyskaniu tytułu jednego z „7 nowych cudów Polski” dla jeziorka Jeziorki i ukształtowania określonego, założonego w koncepcji, wizerunku jeziorka Jeziorki w świadomości grup docelowych.

Dużą wagę, w pierwszym i drugim etapie, przywiązano do Internetu - głównego kanalu pozykowania informacji dla potencjalnych turystów, w tym do mediów społeczeństwowych, umożliwiających dotarcie w krótkim czasie do wielu tysięcy użytkowników.



## **Jeziorkak jednym z 7 nowych cudów Polski**

kampania związana z udziałem w plebisycie czasopisma „National Geographic Traveler” na 7 nowych cudów Polski

# **WARMIŃSKO -MAZURSKIE**

## **WSZYSTKIE SKARBY JEZIORAKA!**

Jeziorkak to nie tylko najdłuższe naturalne jezioro w Polsce, ale także miejsce wielu atrakcji. Coś dla siebie znajdą tu zarówno miłośnicy sportów wodnych, żeglarze, a także poszukiwacze przygód, którzy mogą wędrować szlakiem nagrywanego tu „Pana Samochodzika”. Uroki Jeziorka poznaczą można podczas rejsu tranzysternego wodnym „Iławią” lub w trakcie 9-godzinnego rejsu „Szlakiem Papieskim” z Iławy do Ostrody. Kilkadziesiąt lat temu tę samą trasę pokonywał Karol Wojtyła, późniejszy papież Jan Paweł II.

Na zachodnim brzegu Jeziorka, w odległości 20 kilometrów od Iławy, leży stynaca ze słynnych turystycznych atrakcji wieś Siemiany. To tam w lipcu odbywa się znany w całym kraju „Rock Blues Festiwal nad Jeziorkiem”.

Na południowym krańcu Jeziorka leży Iława – największe miasto w regionie. Co roku w drugim weekend sierpnia odbywa się tam Międzynarodowy Festiwal Jazzu „Tradycyjnego Old Jazz Meeting „Złota Tarka”.

więcej informacji:

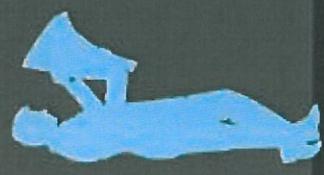
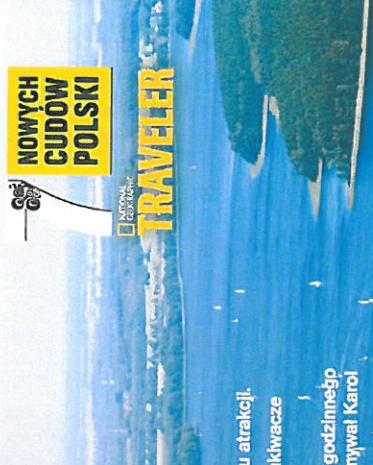
[www.ilawa.pl](http://www.ilawa.pl)

[www.jeziorojeziorka.pl](http://www.jeziorojeziorka.pl)

[www.jeziorojeziorka.pl](http://www.jeziorojeziorka.pl)

[www.cudpolski.pl](http://www.cudpolski.pl)

[www.ilawa.pl](http://www.ilawa.pl)



Jedna z planów, jakie zaprezentowane zostały na wystawie „7 nowych cudów Polski”

## **Jeziorka jednym z 7 nowych cudów Polski**

kampania związana z udziałem w plebiscycie czasopisma „National Geographic Traveler” na 7 nowych cudów Polski

### **Skuteczność:**

- uzyskanie tytułu jednego z „7 nowych cudów Polski” dla jeziora Jeziorka
- pojawienie się w darmowym przewodniku po „7 nowych cudach Polski” – nakład 30 tys. egzemplarzy
- rozkładówka z materiałem o jeziorze Jeziorka w wydaniu majowym (2013 – przed weekendem majowym) czasopisma
- udział w targach turystycznych w Poznaniu na stoisku „7 nowych cudów Polski”
- udział w wystawie „7 nowych cudów Polski”, prezentowanej w galeriach handlowych wybranych miast na terenie Polski
- co najmniej 40 materiałów o plebiscycie w prasie regionalnej i ogólnopolskiej oraz regionalnych i ogólnopolskich stacjach radiowych
- 5 wizyt ekip telewizyjnych nad Jeziorkiem w czasie trwania kampanii (w tym 12 wejść na żywo w TVN24 w czasie regat łodzi solarnych)
- uzyskanie tytułu pomogło w llawie w aplikowaniu o możliwość organizacji w 2013 roku Wojewódzkich Obchodów Światowego Dnia Turystyki (wrzesień) oraz szkolenia dla informatorów turystycznych i pracowników wydziałów promocji miast i gmin z Warmii i Mazur (październik)
- zwiększenie zainteresowania obszarem wśród inwestorów z branży hotelarskiej
- zwiększenie zainteresowania jeziorem Jeziorka i llawą wśród turystów krajowych
- zwiększenie konkurencyjności obszaru w stosunku do Krainy Wielkich Jezior Mazurskich
- powstanie nowych produktów turystycznych
- planowana wizyta redakcji „NGT” w llawie oraz osób współpracujących z redakcją: Martyny Wojciechowskiej, Marcina Kydryńskiego i Marka Kamińskiego (wizyta Marka Kamińskiego – znanego podróżnika, mieszka miejsce w grudniu 2013 roku)



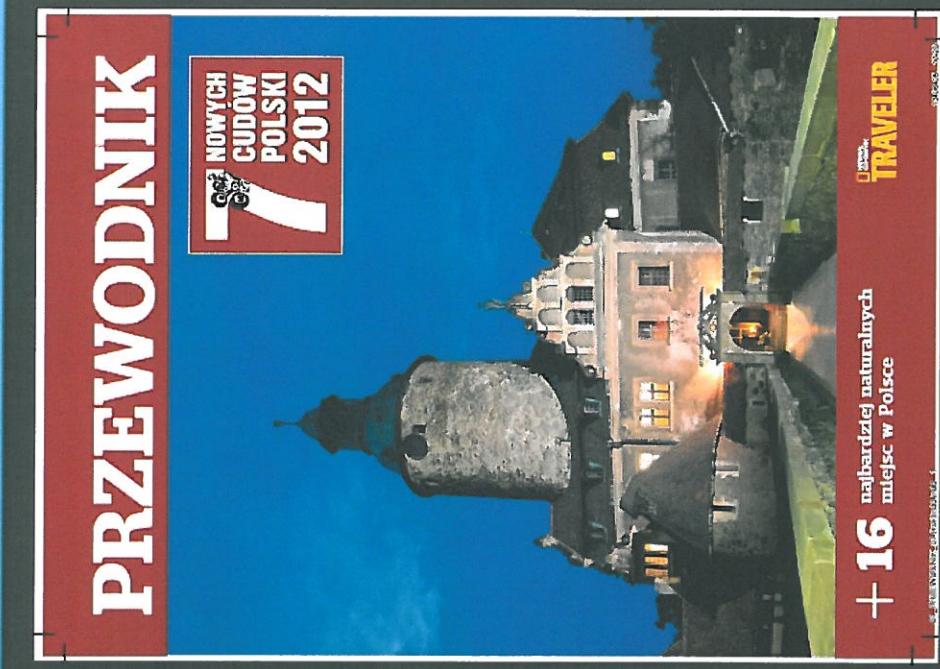
**Budżet pierwszego etapu kampanii wyniósł zaledwie 2 tys. zł!**

**Łączny budżet kampanii wyniósł 15 tys. zł.**

**Ekwivalent reklamowy wyniósł ok. 250 tys. zł. i czterokrotnie przewyższył roczny budżet wydziału promocji i współpracy z zagranicą Urzędu Miasta llawy.**

## **Jeziorka jednym z 7 nowych cudów Polski**

kampania związana z udziałem w plebisycie czasopisma „National Geographic Traveler” na 7 nowych cudów Polski

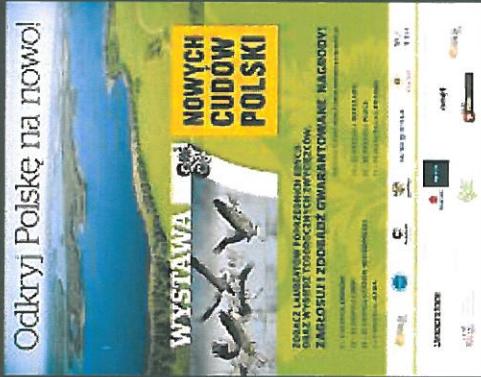


### **PRZEWODNIK**

**7 nowych  
cudów  
Polski  
2012**

Na poczatku 2013 roku wydany został w ilości 30 tys. egzemplarzy darmowy „Przewodnik po 7 nowych cudach Polski – 2012”. Publikacja zawierała opis laureatów konkursu z 2012 roku, znalazły się w nim przydatne dla turystów porady oraz ciekawostki dotyczące przedstawianych miejsc, w tym jeziora Jeziorka. Atrakcyjna treść przewodnika oraz jego uniwersalny charakter stanowiło zatrakomilitę przedłużenie komunikacji – jest to publikacja, która nie traci na swojej aktualności, może być zabierana w podróże oraz stanowić inspirację dla osób poszukujących ciekawych miejsc na weekendowe wycieczki.

W związku z bardzo dużym zainteresowaniem mediów oraz czytelników, przygotowany został road show wystawy fotograficznej, prezentującej wybranych laureatów, w tym jezioro Jeziorka. Wystawę prezentowano w 6 miastach, w przestrzeni centrów handlowych. Atrakcją promującą wystawę było jezioro Jeziorka (patrz: załączny plakat).



**+ 16** najbardziej naturalnych  
miejsce w Polsce

**TRAVELLER**

# **Jeziorak jednym z 7 nowych cudów Polski**

kampania związana z udziałem w plebiscycie czasopisma „National Geographic Traveler” na 7 nowych cudów Polski

## **Partnerzy:**

- Urząd Marszałkowski Województwa Warmińsko-Mazurskiego (zakres: finansowy, merytoryczny, organizacyjny)
- Urząd Gminy Iława (zakres: finansowy, organizacyjny)
- Związek Gmin „Jeziorak” (zakres: organizacyjny, merytoryczny)
- biura informacji turystycznych w województwie warmińsko-mazurskim (zakres: organizacyjny, w tym ekspozycja plakatów i ulotek w wybranych miastach)
- Warmińsko-Mazurska Regionalna Organizacja Turystyczna (zakres: merytoryczny, organizacyjny)
- National Geographic Traveler (zakres: organizacyjny)
- Galeria Handlowa „Jeziorak” i GrandHotel Tiffi (zakres: organizacyjny)



W ramach akcji „Iława – turystom”, zrealizowanej po zakończeniu plebiscytu, każdy turysta, który zgłosił się do biura Informacji Turystycznej w Iławie, otrzymywał darmową, błękitną bransoletkę – w ramach symbolicznego podziękowania dla osób głosujących na jezioro Jeziorak w plebiscycie na „7 nowych cudów Polski”. Łącznie w lipcu i sierpniu 2013 roku wydano ich ponad 10 tysięcy. Materiały Radia Olsztyn: [Promocja Iławy pełna para](#) oraz [Bransoletki zamiast podziekowań](#). Akcja pomogła w utrwaleniu komunikatu o „nowym cudzie Polski” wśród turystów i mieszkańców regionu.

**Jeziork jednym z 7 nowych cudów Polski**

kampania związana z udziałem w plebiscycie czasopisma „National Geographic Traveler” na 7 nowych cudów Polski



# **Jeziorak jednym z 7 nowych cudów Polski**

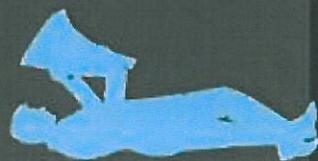
kampania związana z udziałem w plebiscycie czasopisma „National Geographic Traveler” na 7 nowych cudów Polski

## **Kampania promocyjna „Jeziorak jednym z 7 nowych cudów Polski” otrzymała główną nagrodę w konkursie PRO Warmia i Mazury 2013.**

Nagrody – przyznawane przez samorząd województwa – trafiają do jednostek samorządu terytorialnego województwa warmińsko-mazurskiego za najlepsze projekty promocyjne. Główną ideą konkursu jest podnoszenie standardów działań marketingowych oraz upowszechnianie najlepszych przykładów i dobrych praktyk z zakresu komunikacji marketingowej, prowadzonej przez samorządy regionu.



Wydział promocji i współpracy z zagranicą w  
uznaniu skuteczności kampanii „Jeziorak  
jednym z 7 nowych cudów Polski” uzyskał też  
nominację do prestiżowej ogólnopolskiej  
Rozstrzygnięcie konkursu, w którym oceniane  
będą najlepsze projekty promocyjne z całej  
Polski, nastąpi w marcu 2014 roku, podczas  
Centrum Kultury i Promocji Miast i Regionów.



## Pozostałe działania w zakresie informacji i promocji

W 2013 roku, poza kampanią, zrealizowano łącznie około 80 artykułów reklamowych w prasie krajowej i zagranicznej, kilkaset w Internecie – były one efektem działań z zakresu promocji (wtedy stały za tym konkretnie środki finansowe: reklama w prasie: 13 tys. zł., reklama w telewizji: 10 tys. zł, reklama w internecie: 18 tys. zł, materiały promocyjne: 32 tys. zł) i działań PR (wtedy były one efektem inspirowania redakcji czy konkretnych dziennikarzy do konkretnych działań). Na uwagę zasługuje dobra współpraca wydziału z serwisami Polskiej Agencji Prasowej

Przykładowe działania (materiały dostępne w wydziale promocji i współpracy z zagranicą):

- akcja informacyjna w wybranych dziennikach obwodu kaliningradzkiego
- akcja informacyjna w 8 dziennikach regionalnych
- wydanie i dystrybucja do zagranicznych ośrodków informacji turystycznej w Europie ulotek informacyjnych o Iławie w 5 językach obcych

W 2013 roku odnotowano 13 wizyt ekip telewizyjnych w Iławie, na czele z realizacją „Kawy czy herbaty” czy 12 wejściami na żywo z jeziora Jeziorak w trakcie regat łodzi solarnych. Wybrane materiały video dostępne są do wglądu w wydziale promocji i współpracy z zagranicą.



## Przykładowe realizacje

This image is a collage of several magazine pages from 'Wydawnictwo Młoda Fala'. The top section features a large blue banner for 'Jazz, kuchnia i stołówce' (Jazz, cuisine, and restaurants) with a photo of a man playing a trumpet. Below it are pages for 'WYDARZENIA' (Events), 'Jedziemy do Hawajów' (Traveling to Hawaii), 'Wyprawy i wakacje' (Trips and holidays), and 'Sztuka' (Art). Each page contains text, images, and small logos.

## Najważniejsze działania zaplanowane na 2014 rok:

Działania wydziału promocji i współpracy z zagranicą w 2014 roku oparte będą między innymi o realizację akcji informacyjnych i wydarzeń promocyjnych:

-Zimowe wyprawy szlakiem Wielkiej Wojny (styczeń)

-40 lat filmu „Gniazdo” (marzec)

-Ława za pół ceny (kwiecień – edycja wiosenna)

-Dzień Pomarańczowy (maj)

-Ława, jakiej nie znacie (maj)

-Obchody 10-lecia przystąpienia do UE (maj)

-Jeziorak Challenge – bieg wokół jednego z 7 nowych cudów Polski (czerwiec)

-Obchody 100 rocznicy wybuchu I wojny światowej (sierpień)

-Warmia Mazury Senior Games (sierpień)

-Podróż dentyścienna do Hawy (wrzesień)

-Hawa za pół ceny (październik – edycja jesienią)

... i wiele innych!

