

Zrealizowane działania promocyjne na rzecz Miasta Iławy w 2024 roku - założenia, działania, efekty.

Działania promocyjne Wydziału koncentrują się na dwóch kategoriach, są to:

1. Promocja wewnętrzna - lokalna polegająca na:

- bieżącym informowaniu mieszkańców Iławy na temat działalności urzędu szczególnie w kontekście podejmowanych przez miasto inicjatyw, podpisywanych umów, realizacji inwestycji oraz planów długoterminowych wobec miasta. To raportowanie działań władarzy tj. burmistrza i jego zastępców z wykorzystaniem strony internetowej miasta, mediów społecznościowych oraz mediów lokalnych;
- współpracy z lokalnymi organizacjami pozarządowymi realizującymi program współpracy miasta z organizacjami pozarządowymi, współpraca z klubami sportowymi realizującymi zadania własne gminy w zakresie tworzenia warunków sprzyjających uprawianiu różnych dyscyplin sportowych, współpraca z iławskimi przedsiębiorcami;
- współpracy z przedsiębiorcami lokalnymi podlegająca m.in. na organizacji spotkań i prowadzeniu negocjacji na temat współpracy i możliwości wspierania przedsiębiorców przez miasto, aktualizacji zakładki strony internetowej urzędu dedykowanej ofertom sprzedaży/dzierżawy nieruchomości (miejskich oraz prywatnych), pozyskiwanie partnerów prywatnych do udziału w programie Iławskiej Karty Mieszkańca i przygotowania benefitów dla jego uczestników;
- organizacja i przeprowadzeniu loterii podatkowej „Rozlicz Pit w Iławie”
W 2024 roku po raz trzeci przeprowadzona była kampania promocyjna *Rozlicz PIT w Iławie i wygraj 7000 zł*. Głównym jej celem jest nakłonienie osób mieszkających w Iławie do tego, aby rozliczały się w Urzędzie Skarbowym w Iławie i wskazały miasto Iława jako miejsce zamieszkania. W ten sposób pieniądze podatników mieszkających w Iławie wracają w części do miasta i zasilają jego budżet w środki niezbędne do zapewnienia bezpieczeństwa w mieście, utrzymania szkół, przedszkoli i wszystkich tych zasobów, z których korzystają jego mieszkańcy. Kampania promocyjna prowadzona na kilka miesięcy przed losowaniem, w trakcie której mieszkańcy mogli zgłosić swój udział poprzez stronę internetową www.pitwilawie.pl, miała także zwrócić uwagę na szereg korzyści wynikających z rozliczania podatku w mieście m. in. tych wynikających z posiadania Iławskiej Karty Mieszkańca. Przygotowania kampanii promocyjnej trwały od początku 2024 roku, były to m.in. procedury związane z uzyskaniem pozwoleń i zaakceptowaniem regulaminu przez Izbę Administracji Celno-Skarbowej. Od marca natomiast prowadzona była kampania promocyjna w mediach zachęcająca mieszkańców do udziału w loterii. W edycji 2024 podobnie jak w roku ubiegłym pula nagród wynosiła 12,5 tys. złotych. Były to: nagroda główna 7000 zł, trzy nagrody II stopnia po 1000 zł oraz 5 nagród II stopnia po 500 zł. Na koniec terminu zgłoszeń tj. 17 maja zarejestrowaliśmy 1426 ważnych zgłoszeń do loterii, spośród których wylosowani zostali laureaci w losowaniu

jawnym transmitowanym na żywo na profilu Iławy na portalu Facebook. Informacje dotyczące nazwisk laureatów dostępne są na stronie internetowej miasta miastoilawa.pl w zakładce Loteria Podatkowa. Nagrody w postaci symbolicznych czeków wręczane były laureatom podczas Dni Iławy 9 lipca na scenie głównej wydarzeń przez burmistrza Dawida Kopaczewskiego.

Efekt: Zgodnie z informacją, którą otrzymaliśmy z Urzędu Skarbowego w Iławie liczba podatników rozliczających się w mieście Iława wzrosła z 20.945 osób za 2022 do 21 016 osób za 2023 rok, co oznacza wzrost o 71 osób. Wpływ z każdego podatnika do budżetu miasta trudno jest oszacować, zależy on bowiem od wielkości dochodu, średnie zarobków w mieście pozwalają nam przypuszczać, że jest to wzrost ok 140 tys. złotych do budżetu miasta;

- działaniach związanych z Iławską Karta Mieszkańca- promocja skoncentrowana na dwóch obszarach. Pierwszym było wdrożenie aplikacji mobilnej IKM, która może zastępować kartę plastikową. Informacje na ten temat pojawiły się już na profilach społecznościowych Iławy zachęcając mieszkańców to korzystania z tej wygodnej formy IKM. Drugie działanie opierało się na zachęcaniu partnerów prywatnych do przystąpienia do programu. Obecnie Iławska Karta Mieszkańca ma 14 partnerów z sektora prywatnego. W planach jest umożliwienie zakupu biletów komunikacji miejskiej w ramach aplikacji. Obecnie trwają negocjacje w tej sprawie z potencjalnymi wykonawcami. Obecnie wydanych zostało 6167 kart (informacja z dnia 27 września 2024 r.)
2. **Drugim rodzajem promocji jest promocja wizerunkowa, zewnętrzna, turystyczna, zwana „Promocją Samorządu Terytorialnego”, w ramach tych działań rok rocznie realizujemy:**
- akcje promocyjne realizowane przy współpracy z lokalnymi i regionalnymi organizacjami turystycznymi, oraz wynikającymi ze współpracy miasta z klubami sportowymi, stowarzyszeniami, osobami prywatnymi czy też artystami reprezentującymi Iławę w kraju i poza granicami - Informacja nt. wsparcia finansowego w realizacji zadań organizacji pozarządowych Załącznik nr 1.
 - dodruk wydawnictw (druk ulotki na potrzeby kampanii informacyjnej dot. możliwości korzystania z e-usług, promocji Karta Mieszkańca i platformy Ślub w Iławie), materiałów promocyjnych przekazywanych podmiotom na ich wniosek do dyspozycji podczas wydarzeń na terenie kraju i poza jego granicami.

Główne akcje promocyjne w roku 2024

1. Kontynuacja kampanii promocyjnych **Urlop w Iławie, Ślub w Iławie**- miejsce ma znaczenie. W 2024 roku kontynuowaliśmy skuteczną formułę internetowej promocji, która okazała się niezwykle efektywna w roku 2023. Skoncentrowaliśmy się na rozwijaniu urlopowych profili w mediach społecznościowych, zdobywaniu lojalnych użytkowników oraz zwiększeniu widoczności strony www.urlopwilawie.pl i www.slubwilawie.pl

Kalendarz kampanii promocyjnej:

- Tradycyjnie mocne uderzenie w marcu, skupiające się na rezerwacjach noclegów.
- Największy udział budżetu w promocji w okresie 15 kwietnia - 15 sierpnia.

Cel Kampanii: Wzmacnianie świadomości turystycznej oraz promocja IŁAWY jako wyjątkowego miejsca pełnego atrakcji.

Hasło Kampanii: Miejsce ma znaczenie – towarzyszyło nam również w sezonie 2024.

Działania realizowane w ramach kampanii Promocyjnych urlop i ślub w Iławie:

- ✓ Urlop w Iławie: od połowy lutego aktualizowana była strona, przy współpracy z agencją marketingową przygotowaliśmy nowe kreacje, które w tym roku promowały miasto. Ustalone zostały zasięgi i kierunki przekazu promocyjnego. Urlop w Iławie staje się platformą turystyczną, gdzie turyści mogą znaleźć pakiet informacji o wydarzeniach, atrakcjach i ciekawostkach Iławy i okolic. Urlop w Iławie to także wsparcie naszej branży turystycznej. Efekty są policzalne. Raport z efektów działań jest w trakcie opracowywania i będzie gotowy do końca października. Nowościami w tegorocznej kampanii było: m.in.
- Dopasowanie zasięgów promocyjnych do nowego trendu w turystyce, czyli turystyce lokalnej, sąsiedzkiej, obecnie turysta nastawiony jest na krótkie pobyty, lecz bardziej aktywne i wypełnione atrakcjami wyjazdy.
- ✓ **Ślub w Iławie.** Miejsce ma znaczenie. To kampania, której celem jest m.in. wydłużenie sezonu turystycznego i zachęcanie młodych par do organizacji uroczystości ślubnych w pięknych okolicznościach przyrody w Iławie. Projekt ten oprócz wsparcia lokalnego biznesu ma na celu także wydłużenie sezonu turystycznego. Jak dobrze wiemy, sezon branży ślubnej trwa prawie cały rok, a Iława jest idealnym miejscem np. na ślub w plenerze. W tym roku celem było dotarcie z promocją do jak największej grupy docelowej, potencjalnie zainteresowanej organizacją ślubu w Iławie. Informacja o kampanii pojawiła się m.in. na antenie Radia Olsztyn. <https://radioolsztyn.pl/turystyka-slubna-pomyslem-na-promocje-ilawy-o-takich-miejscach-marzy-niejedna-para/01697916>

Raport z kampanii zostanie opracowany do połowy października. Wstępne informacje znajdują się w załączniku- Załącznik nr 2.

2. Współpraca z jednostkami w zakresie promocji wydarzeń kulturalnych i sportowych w roku 2024.

Dokładamy wszelkich starań, aby wydarzenia organizowane lub współorganizowane przez miejskie jednostki w mieście były na bieżąco promowane na stronie miasta i oficjalnych profilach Iławy w mediach społecznościowych. Ponadto, na okres letni przekazaliśmy do dyspozycji Iławskiemu Centrum Kultury ramy do plakatów na przystankach ZKM na terenie miasta.

3. Współpraca z Informacją Turystyczną w zakresie:

- promocji usług i przekazywania informacji od przedsiębiorców z branży turystycznej, do naszych gości. Informacja Turystyczna jest łącznikiem między turystą, a przedsiębiorcą.

Jest głównym i najważniejszym punktem na mapie turysty poszukującego różnych aktywności, udogodnień, czy też usług dodatkowych podczas pobytu.

- Obsługi Ławskiej Karty Mieszkańca,
- sobotnich bezpłatnych wakacyjnych wycieczki z przewodnikiem.

Organizacja, współorganizacja wydarzeń w 2024 roku:

1. W maju wydział odpowiadał za przygotowanie kilku atrakcji w ramach miejskiej edycji Nocy Muzeów. W ramach wydarzenia odbyły się: spotkania z autorem Makiety Starego Miasta Rafałem Kociędą na sali sesyjnej ratusza. Spotkanie z autorem wyjątkowego dzieła było dla uczestników wydarzenia wyjątkową okazją do wysłuchania ciekawostek na temat historycznej Ławy, a także samego procesu powstawania makiety. (Uczestnicy dowiedzieli się, że makieta jest wystawiona do publicznego oglądu w godzinach otwarcia urzędu.) W ramach Nocy Muzeów atrakcje zorganizowane były także w Szkole Podstawowej nr 1 w Ławie oraz na statku Ilavia, gdzie uczestnicy wyruszyli w rejs w towarzystwie wiceburmistrz Dorota Kamińskiej i z „Muminkami na fali”.

2. 17. Rajd Pomarańczowy im. Króla Holandii i Piknik Ekologiczny.

Ławski Pomarańczowy Rajd Rowerowy, który odbył się 21 września, organizowany był przez Wydział PWZ oraz Ławskie Centrum Sportu, Turystyki i Rekreacji i Informację Turystyczną. Wspierał nas także Wydział Bieżącego Utrzymania oraz Ochrony Środowiska oraz Hufiec ZHP Ława. Przedsięwzięcie jest corocznie ukłonem w stronę naszych partnerów z Holandii z Gminy Tholen. Ma ono podkreślić turystyczne walory naszego regionu i zachęcić mieszkańców do aktywnego spędzania czasu i korzystania z atrakcyjnych przyrodniczo terenów nad Jeziorkiem i rzeką Ławką. Pomarańczowe święto w mieście ma długą tradycję, a jednym z jej niedołączonych elementów są pamiątkowe koszulki z logo, które każdego roku rozdawane są wśród uczestników. W tym roku trasa rajdu podzielona była na trzy kategorie: trasę rowerową, trasę wózkową dla osób niepełnosprawności oraz trasę pieszą nordic walking. Metą wydarzenia była Wyspa Młyńska, a na niej Piknik Ekologiczny. Ważnym aspektem, który przyświecał tegorocznej edycji wydarzenia, było podkreślanie kwestii związanych z ekologią, zmianami klimatycznymi oraz zwiększaniem świadomości dbałości o środowisko. Organizacja Rajdu i Pikniku odbywała się w oparciu o ideę Green City. Wydarzenie wsparła bowiem firma INPOST, która w ramach prowadzonego przez siebie projektu Green City angażuje się w inicjatywy zwiększając świadomość ekologiczną wśród lokalnych społeczności.

Z otrzymanych środków od firmy Inpost, a także firmy Koma Usługi Komunalne oraz Związku Gmin Czyste Środowisko zakupiliśmy koszulki pomarańczowe oraz gadżety ekologiczne, które rozdawane były wśród uczestników Pikniku za udział w aktywnościach na stoiskach. Udało się także zakupić 150 bylin różnorodnych roślin, które zasadzone zostały na Wyspie Młyńskiej oraz w innych częściach miasta.

Data i miejsce Pikniku Ekologicznego wydarzenia nie były przypadkowe, bowiem w tym czasie obchodzony był Światowy Dzień Rzek, co stwarzało idealną sposobność do zwrócenia uwagi uczestników na aspekt ochrony środowiska w naszym najbliższym otoczeniu. W tym wypadku rzeki Ławki na Wyspie Młyńskiej. Do udziału w Pikniku zaprosiliśmy stowarzyszenia i instytucje z Ławy i okolicy, które zgodziły się nieodpłatnie przygotować stoisko promocyjne dla uczestników promując własne produkty i realizowane działania. Były to takie atrakcje jak gra terenowa, zajęcia plastyczne, kreatywne, przyrodnicze, z zakresu profilaktyki zdrowotnej, matematyczne i edukacyjne.

Naszymi tegorocznymi partnerami podczas Pikniku Ekologicznego byli: firma Inpost, firma KOMA Usługi Komunalne, firma POL-MAK, Związek Gmin Regionu Ostródzko-Ławskiego Czyste Środowisko,

Hufiec ZHP Iława, Miejska Biblioteka Publiczna w Iławie, Iławskie Wodociągi Sp. z o.o., Zespół Parków Krajobrazowych Pojezierza Iławskiego i Wzgórz Dylewskich, Stowarzyszenie Dzika Iława, Stowarzyszenie SART Iława, Warsztaty Terapii Zajęciowej PSONI Koło w Iławie, Mathriders Iława, Schronisko dla Bezdomnych Zwierząt w Iławie. Liczbę uczestników wydarzenia tj. Rajdu i Pikniku szacujemy na ok 350 osób. Relacja z wydarzenia i jego zapowiedzi znajduje się na stronie miasta miastoilawa.pl oraz na profilu @miastoilawa na portalu Facebook oraz na Instagramie.

4. Miasto współpracuje z ZLOT-em oraz WMROT-em, organizacjami turystycznymi, których głównym celem jest promocja regionu Warmii i Mazur oraz Mazur Zachodnich w tym Iławy, a także reprezentowanie regionu, w tym też Iławy podczas targów, wystaw i imprez plenerowych.

- Załącznik nr 3 Działania zrealizowane przez ZLOT.

Działania promocyjne związane z rozwojem gospodarczym i inwestycyjnym Iławy.

- spotkania i rozmowy telefoniczne w zakresie wsparcia inwestycji firmy Pol-Mak w Iławie - kontakty z projektantami, kierownikiem budowy, właścicielami; sprawowanie funkcji bezpośrednio oddelegowanej osoby do obsługi inwestora,
- publikowanie na stronie internetowej urzędu (<https://miastoilawa.pl/dla-inwestorow/aktualnosci-dla-firm>) informacji dla przedsiębiorców nt. grantów, dofinansowań, targów, konferencji, przetargów itp.
- aktualizacja zakładki strony internetowej urzędu dedykowanej ofertom sprzedaży/dzierżawy nieruchomości (miejskich oraz prywatnych) - <https://miastoilawa.pl/dla-inwestorow/bank-ziemi>
- udział w panelach dyskusyjnych i wymianie dobrych praktyk nt. marki produktu lokalnego,
- współpraca z agencją reklamową dużego koncernu w celu wytypowania miejsc dla celów reklamowych (billboardy, tablice reklamowe),
- pozyskiwanie partnerów prywatnych do udziału w programie Iławskiej Karty Mieszkańca i przygotowania benefitów dla jego uczestników.

BURMISTRZ
MIASTA IŁAWY
Dawid Kopaczewski

