

Ława, 08.02.2021r.

## Podsumowanie działań w zakresie promocji turystycznej i inwestycyjnej w 2020 roku.

Rok 2020, miał być wielkim świętem miasta z okazji 715 lat Ławy, okazał się jednak bardzo specyficznym pod każdym względem, także pod kątem promocji miasta w szeroko rozumianym jej znaczeniu. W związku z licznymi realizacjami projektów unijnych budżet działu promocji, tak jak innych wydziałów urzędu, został znacznie uszczuplony w stosunku do planowanego budżetu na rok 2020 oraz w stosunku do budżetu z roku 2019. Dodatkowo w maju 2020, w związku z pandemią, środki wydziału zostały pomniejszone jeszcze o **69.000 zł** i przekazane na **Ławski Pakiet Wsparcia** dla lokalnego biznesu. **Całkowity budżet na wszystkie działania wydziału na rok 2020 wynosił 475 915,00 zł z czego na koniec roku wydatkowano 419 607,42 zł.**

Wydział Komunikacji Społecznej to przede wszystkim zadania polegające na przekazywaniu informacji z działalności urzędu oraz władarzy do publicznej wiadomości za pośrednictwem zarówno mediów lokalnych, jak i krajowych oraz poprzez urzędową stronę internetową [ilawa.pl](http://ilawa.pl) i portale społecznościowe.

### **Kwota wydatkowana w roku 2020 na media lokalne wyniosła 62 085,94 zł**

W zakresie działalności wydziału jest także współpraca z lokalnymi stowarzyszeniami, organizacjami pozarządowymi, współpraca z klubami sportowymi, współpraca z ławskim biznesem, współpraca z miastami partnerskimi, a także bieżące sprawy urzędu, jak odpowiedzi na oficjalne pisma, gratulacje, podziękowania, patronaty burmistrza.

Kolejnym działaniem realizowanym przez wydział jest koordynowanie prac nad **Ławskim Budżetem Obywatelskim (IBO)**. Jeszcze przed wybuchem epidemii powołany został zespół ds. IBO, w skład którego weszli przedstawiciele mieszkańców nie zrzeszonych w żadne organizacje, przedstawiciele organizacji, Radni Rady Miejskiej oraz pracownicy Urzędu Miasta Ławy. Do zadań zespołu miało należeć przygotowanie zasad funkcjonowania i wdrożenia budżetu obywatelskiego, zawierających w szczególności: procedurę zgłaszania, weryfikacji i wyboru przez mieszkańców projektów do realizacji; kryteria, jakie powinny spełniać zgłaszane projekty; harmonogram Ławskiego Budżetu Obywatelskiego; sposób prowadzenia kampanii informacyjno-edukacyjnej, mającej na celu promocję idei budżetu obywatelskiego w Ławie. Zadaniem zespołu miała być także weryfikacja formalna zgłoszonych projektów. Niestety z uwagi na wybuch epidemii prace zespołu zostały wstrzymane, a po uzgodnieniach z pomysłodawcami zwycięskich projektów IBO2020 czasowo wstrzymano realizację zwycięskich zadań.

Praca wydziału od marca w znacznym stopniu skupiła się na komunikacji lokalnej z mieszkańcami, komunikatach na stronie internetowej miasta, portalach społecznościowych, gazetach lokalnych, rozgłośniach o zasięgu lokalnym oraz opracowaniu ulotek i plakatów zachęcających do profilaktyki oraz przekazywaniu ważnych informacji dotyczących walki z koronawirusem, a także informacyjnych kampanii społecznych oraz opracowaniu i doradztwie dot. **Ławskiego Pakietu Wsparcia** dla

przedsiębiorców. W maju 2020 zrealizowaliśmy kampanię informacyjną skierowaną do mieszkańców miasta pod tytułem „**Ława inspiruje i segreguje**”. Przygotowaliśmy kampanię w mediach społecznościowych, opracowaliśmy ulotki „**Ściąga z segregacji**”, które rozdaliśmy do spółdzielni mieszkaniowych oraz mieszkańcom Ławy. Ulotki w dalszym ciągu są dostępne w urzędzie oraz w Biurze Informacji Turystycznej. Na koniec roku 2020 przygotowaliśmy i zrealizowaliśmy kampanię społeczną pn. **Zostaw podatki w Ławie**. Przy współpracy z Ławską Grupą Aktorską IGA nakręciliśmy 5 spotów reklamowych oraz przygotowaliśmy grafiki zachęcające do płacenia podatków w Ławie, wskazując miejsce zamieszkania miasto Ława w swoim rocznym zeznaniu podatkowym.

W roku 2020 wydział pracował także nad poszukiwaniem rozwiązań do **Ławskiej Karty Mieszkańca (IKM)**, rozmowy z jednostkami podległymi w celu ustalenia ewentualnego koszyka korzyści związanych z IKM, przedsiębiorcami oferującymi budowę aplikacji kart mieszkańca, samorządami, które takie rozwiązanie mają już wprowadzone w swoich miejscowościach. Opracowywany został także regulamin partnerów IKM oraz regulamin przystąpienia do programu IKM.

Jednym z wielu zadań wydziału jest także szeroko rozumiana promocja miasta Ławy, do której realizacji wykorzystujemy następujące narzędzia promocyjne: media o zasięgu regionalnym i ogólnokrajowym, wydawnictwa, gadżety promocyjne, produkcja spotów promocyjnych, organizacja kampanii promocyjnych na portalach społecznościowych, w mediach lokalnych i ogólnopolskich, udział w targach turystycznych oraz współudział w akcjach promocyjnych miasta organizowanych przy współpracy z jednostkami miejskimi oraz klubami sportowymi i stowarzyszeniami reprezentującymi nasze miasto w kraju i za granicą. Promocja miasta to także współpraca z lokalnymi organizacjami turystycznymi jak WMROT i ZLOT.

Ze względu na sytuację finansową wydziału część zadań zaplanowanych na rok 2020 zostało odwołanych. Wydział nie mógł ograniczyć pracy na rzecz przekazywania informacji mieszkańcom, więc przeorganizowany i dostosowany do nowego budżetu został plan promocji miasta na rok 2020. Po informacji rządu o możliwości odmrożenia szeroko rozumianych usług czasu wolnego, duży nacisk położyliśmy na kampanię w mediach społecznościowych i rozgłośni o zasięgu ogólnopolskim na pokazanie miejsca Ławy jako miejsca z dala od zatłoczonych miast, blisko natury, lasów i jezior, które daje możliwość bezpiecznego wypoczynku. Poniżej przedstawiam podsumowanie działań promocyjnych wydziału pogrupowane w 6 głównych punktów: zadania zrealizowane dot. promocji turystycznej w tym współpraca ze stowarzyszeniami, przedsiębiorcami z branży czy też miastami partnerskimi. Działania związane z promocją inwestycyjną, współpraca z regionalną i lokalną organizacją turystyczną oraz działania, których z przyczyn finansowych i covidowych nie mogliśmy zrealizować.

#### **1. Poniżej zadania dot. promocji turystycznej miasta, które wydział zrealizował w roku 2020**

- ✓ Ława był tematem przewodnim letniego wydania magazynu LOVE WM (termin wydania: marzec 2020). Artykuł 4-5 stronicowy wraz z wypowiedzią przewodnika o lokalnych ciekawostkach.

Dystrybucja magazynu – wybrane hotele (3-5 gwiazdkowe) na Warmii i Mazurach, punkty IT w regionie, regionalny port lotniczy, ważne wydarzenia (w tym targi), w których bierze udział WMROT oraz urząd marszałkowski.

1. wydanie 7 tys. egz. w wersji PL/ENG/DE,
  2. zamieszczenie materiału na dwóch wersjach językowych strony (PL/ENG) [www.lovewm.pl](http://www.lovewm.pl),
  3. wykorzystanie materiałów do newsletterów obcojęzycznych wysyłanych do zagranicznych ośrodków POT (skutkiem jest ich publikacja na portalu narodowym – [www.polska.travel](http://www.polska.travel) w różnych krajach – Niemcy, Austria, Anglia, USA, kraje skandynawskie).
- ✓ W związku ze współpracą miasta z Polskim Związkiem Motorowodnym i Narciarstwa Wodnego w tegorocznym wydaniu oficjalnego magazynu związku "Kilwater" został zamieszczony artykuł o ławie jako miejscu atrakcyjnym dla żeglarzy i motorowodniaków, a także relacja z I Mistrzostw Polski w Skokach Narciarstwa Wodnego. Magazyn ten ukazał się po raz pierwszy w marcu w nakładzie 5.000 szt. + wersja elektroniczna do bezpłatnego pobrania.
  - ✓ Promocja Miasta w magazynie Destination Poland – wydawnictwo miało być rozdawane podczas zagranicznych imprez targowych łącznie z Międzynarodowymi Targami Turystycznymi ITB Berlin 2020. W związku z odwołaniem targów w Berlinie materiały promocyjne zostały przekazane do dystrybucji Zagranicznemu Ośrodkowi POT w Berlinie.
  - ✓ W marcu ukazał się artykuł redakcyjny wraz z reklamą miasta „**Czas na ławę. Dokąd w rejs z południowych brzegów Jezioraka.**” w bezpłatnym magazynie sportów wodnych WIATR. Nakład druku 18000 egzemplarzy. Bezpłatna dystrybucja magazynu miała odbyć się także podczas targów Wiatr i Woda w Warszawie jednak w związku z pandemią targi te nie odbyły się. Magazyn jest dystrybuowany w sklepach żeglarskich, marinach, portach, hotelach, pensjonatach na terenie całego kraju oraz występuje w wersji do darmowego pobrania z strony internetowej magazynu. Marcowe wydanie „Wiatru” z artykułem o ławie odnotowało 9000 pobrań.
  - ✓ Reklama miasta „**Czas na ławę! Poczekamy na WASI!**” ukazała się także w ostatnim majowym wydaniu magazynu sportów wodnych „Żagle”. Wydawnictwo z 70-letnią tradycją zostaje wstrzymane. Poniekąd są to skutki wprowadzenia stanu epidemii w Polsce w marcu i odwołania targów Wiatr i Woda w Warszawie.
  - ✓ Współpraca z magazynem Newsweek Polska promocja miasta ławy w lipcowym wydaniu papierowym magazynu „Newsweek Smart Travelling by Jarek Kuźniar” oraz na portalu internetowym Newsweek.pl – trendy i inspiracje. Wydanie ukazało się w kioskach 22 czerwca. Wydanie internetowe jest ciągle dostępne na stronach magazynu.
  - ✓ Promocja ŁAWY w czasopiśmie „Świat Podróże Kultura” zarówno w wersji drukowanej, jak i cyfrowej. Temat numeru: Bezpieczne Wakacje. Wydanie: czerwiec/lipiec/sierpień. Zasięg: ok. 600 tys. Odbiorców. Dystrybucja: Magazyn w wersji papierowej w autokarach POLONUS i lotniskach. Magazyn w formie elektronicznej można zobaczyć bez opłat na platformach: e-kiosk, e-gazety, e-prasa, publico.pl, magazynswiat.pl.

- ✓ Udział miasta w systemie Niceplace 2020 pod hasłem **Turysta ma nas w kieszeni**. Promocja miasta w hotelach w regionie pomorskim i śląskim. Łącznie 30.000 szt. ulotek w około 300 placówkach na terenie tych dwóch regionów. Fiszki promocyjne to połączenie reklamy, wizytówki i folderu informacyjnego prezentowane w atrakcyjnej, przemyślanej i starannie zaprojektowanej formie ekspozycyjnej. Na ławskiej fiszce turysta znajdzie zdjęcie ławy oraz zarys jeziora Jeziorak z odnośnikami do strony internetowej miasta i informacji turystycznej. Hasło fiszki: Ława Twój przyjazny brzeg.
- ✓ Kampania reklamowa w rozgłośni Antyradio o zasięgu krajowym. Kampania promocyjna miasta ruszyła zgodnie z planem w okresie od 27 kwietnia do 6 maja z uwzględnieniem weekendu majowego. Łącznie wyemitowaliśmy 50 spotów reklamowych po 30 sek. Spot radiowy o treści zachęcającej do odwiedzin ławy nad Jeziorakiem po okresie izolacji. **Piękne mariny, przytulne pensjonaty, smaczne restauracje czekają i gwarantują bezpieczny wypoczynek w otoczeniu przyrody**. Antyradio jest największym formatem rockowym w Polsce. Dziennie rozgłośni tej słucha 798.000 słuchaczy w 16 miastach na terenie całego kraju. Zasięg tygodniowy kształtuje się na poziomie 2,6 ml słuchaczy. Miasta, w których był emitowany spot promocyjny ławy: Aglomeracja Śląska, Bielsko-Biała, Gdańsk, Gdynia, Gorzów Wielkopolski, Koszalin, Karków, Jemiołów, Łódź, Olsztyn, Poznań, Rzeszów, Szczecin, Warszawa, Wrocław, Zielona Góra.

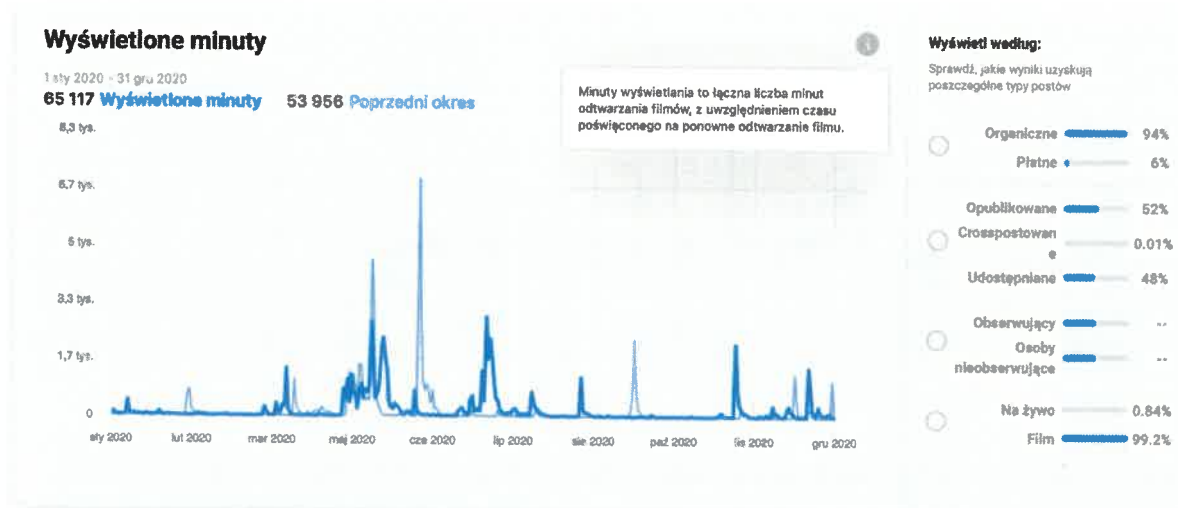
**Podsumowanie kampanii** dane przekazane przez grupę Eurozet właściciela rozgłośni Antyradio. Ilość emisji: 50 spotów

PARAMETRY KAMPANII	All 15-59	All 15+
LICZBA OSÓB, DO KTÓRYCH DOTARŁA KAMPANIA	1 301 000	1 691 000
LICZBA KONTAKTÓW Z REKLAMĄ	6 138 000	7 224 000
ŚR. CZĘSTOTLIWOŚĆ	4,7	4,3
KOSZT DOTARCIA DO 1.000 OSÓB (CPT)	9,9 PLN	7,6 PLN

- ✓ Równoległe z akcją promocyjną miasta w Antyradio, wydział rozpoczął akcję sponsorowaną na portalach społecznościowych, zachęcających do odwiedzenia ławy „PO” koronawirusie pt. **Jeszcze przyjdzie czas na ławę**. Spot filmowych dopasowany do spotu radiowego, z promocją płatną, w miejscowościach, gdzie emitowany jest spot radiowy, miał na celu wzmocnienie oraz uzupełnienie przekazu radiowego obrazem. Mitasa otoczonego naturalną przyrodą wodą, lasem dającego poczucie bezpieczeństwa, izolacji i możliwości odpoczynku z dala od zatłoczonych aglomeracji.

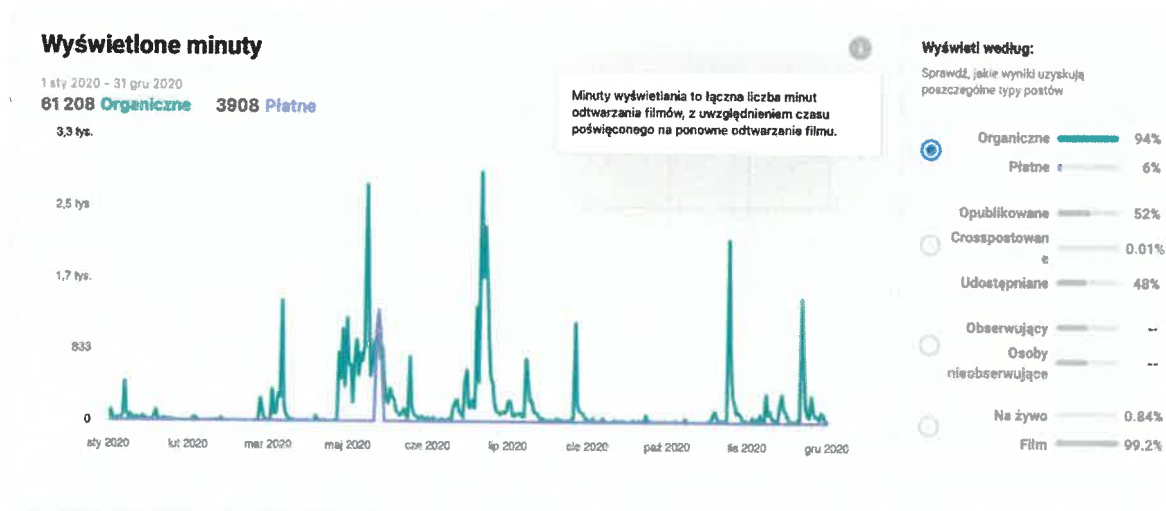
**Podsumowanie zasięgu spotu;** opublikowany spot na FB @miastoilawa 279 udostępnień, 35 tys. wyświetleń, na fb @łlawainspiruje wyświetleń 9,4 tys, udostępnień 200,

- ✓ Dla zwiększenia atrakcyjności i zasięgu publikowanych treści wydział oprócz tekstów i fotografii sukcesywnie zamieszczał także filmy o tematyce turystycznej, antycovidowej i informacyjnej, nakierowane zarówno na mieszkańców, jak i odwiedzających ławę gości. Poniżej przedstawione są łączne statystyki z zasięgami poszczególnych filmów na stronach administrowanych przez wydział na portalu społecznościowym Facebook. Z wykresów jasno wynika, że zasięg dotarcia filmów wzrósł w stosunku do poprzedniego okresu.



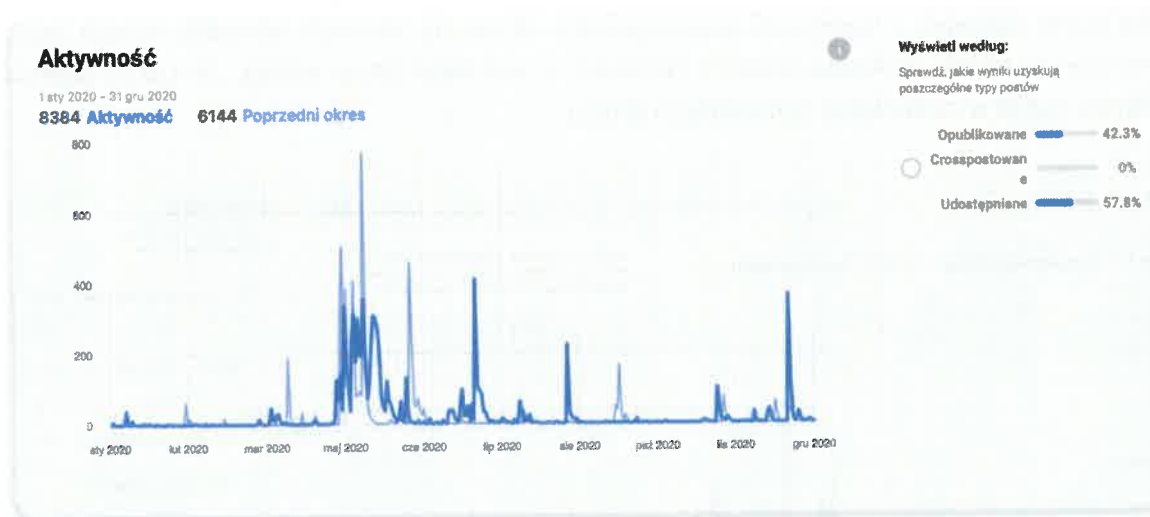
Fot. 1

Wykres przedstawia łączną ilość wyświetleń wszystkich filmów promocyjnych w okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2020 r.



Fot. 2

Wykres przedstawia łączny zakres wyświetlenia filmów promocyjnych z podziałem na wyniki organiczne (bez opłat za sponsorowanie) oraz płatne reklamy na Facebook w okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2020 r.



Fot. 3

Wykres przedstawia łączną aktywność użytkowników w okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2020 r.

- ✓ Nie zrezygnowaliśmy także z realizacji Historycznego Szlaku Turystycznego Ławy pt: „**Szlakiem Historii Ławy**” Tablice ukazujące dawne oblicze Ławy z opisem w 4 językach: polskim, angielskim, niemieckim i rosyjskim. Dwie pierwsze tablice po uzyskaniu zgody od konserwatora zabytków pojawiły się już w przestrzeni miejskiej. Można je znaleźć na „Starym Mieście” oraz przy tzw. „Czerwonym Kościele”. Cieszy nas ogromna popularność tablic. Wydział przy współpracy z Towarzystwem Przyjaciół Ziemi Ławskiej opracował krótkie opisy na tablice i dłuższe do wersji internetowej szlaku, do kolejnych 10 tablic. Realizację projektu pod kątem umiejscowienia tablic w wyznaczonych punktach Ławy oraz opracowania mapy szlaku zaplanowano na rok 2021.
- ✓ Kontynuacja współpracy z Informacją Turystyczną w zakresie aktualizacji i dodruków istniejących już folderów, broszur, mapek. Planowany jest też wydanie szlaków rowerowych Ławy i okolic. W związku z tym, że budżet Informacji Turystycznej był tak samo osłabiony jak wydziału na pierwszym miejscu zadbałmy o dodruk materiałów do rozdawnictwa potrzebnych do obsługi ruchu turystycznego podczas sezonu wakacyjnego 2020
- ✓ Dodrukowano album „Ława inspiruje” 500 szt.
- ✓ Przy ścisłej współpracy z Informacją Turystyczną oraz lokalnymi pasjonatami historii i fotografami został zaprojektowany i wydrukowany album fotograficzny Ława inspiruje od 715 lat. Format

wydawnictwa A4, poziomo, szycie po krótkim boku około 60-70 stron. Album z tłumaczeniami opisów na 3 języki, w tym także z myślą o naszym mieście partnerskim na Litwie w języku rosyjskim. Album dostępny jest w Wydziale Komunikacji Społecznej oraz w sprzedaży w Informacji Turystycznej i w lokalnej księgarni. Do albumu zostało także zlecone wykonanie monety okolicznościowej oraz widokówek z historycznej łławy, które rozdawane były przez cały sezon w Informacji Turystycznej.

- ✓ Wzmacnianie współpracy z lokalnymi przedsiębiorcami. 27 lutego o godzinie 11:00 w Centrum Aktywności Lokalnej odbyło się pierwsze spotkanie z przedsiębiorcami z branży turystycznej pn „**Co piszczy w trawie? Turystyka w łławie w 2020 roku.**” W spotkaniu udział wzięli także dyrektor WMROT oraz Dyrektor ZLOT, pracownik biura Informacji Turystycznej. Omawiane były możliwości wynikające z przynależności do lokalnych organizacji turystycznych, przedstawiony został także program promocyjny łławy oraz jego kierunki. Podczas spotkania padła deklaracja spotkań roboczych, mających na celu ustalanie wspólnych działań promocyjnych, oceny sytuacji podmiotów turystycznych, możliwości wspólnych działań. Sytuacja z koronawirusem spowodowała odłożenie spotkań na późniejszy czas, jednak nie oznacza to, że nie jesteśmy w kontakcie z branżą turystyczną. Na pewno wrócimy do spotkań przy wspólnym stole, jak tylko sytuacja nam na to pozwoli.
- ✓ W sytuacji obostrzeń związanych z koronawirusem uruchomiliśmy grupę na portalu społecznościowym „łława na Wynos”, w celu wsparcia branży gastronomicznej i spożywczej świadczącej usługi z dostawą do domu. Ilość członków rośnie bardzo szybko, a właściciele firm gastronomicznych chętnie korzystają z tej formy promocji swoich usług.
- ✓ Wydział koordynował i współorganizował wydarzenie, które miało miejsce 4 lipca 2020 roku „Rekollawa” oraz „Zwiedz łławę 715- tką”. W ramach wydarzeń w trzech miejscach w mieście przygotowano rekonstrukcje historyczne nawiązujące do czasów średniowiecza, II Wojny Światowej i PRL, do których uczestników dowoził autobus z numerem 715 (w nawiązaniu do obchodów 715. rocznicy nadania łławie praw lokacyjnych). Pasażerowie ruszyli tropem historycznych miejsc naszego miasta, a ciekawostkami i opowiadaniem raczył ich przewodnik Dariusz Paczkowski. Jak zwykle była to ciekawa lekcja historii w połączeniu z nietuzinkowym humorem.
- ✓ Koordynacja pobytu oraz udział w programie na żywo w Telewizji Silesia z regionu Mazur Zachodnich. Akcja promocyjna regionu współfinansowana przez Zachodnio- Mazurską Lokalną Organizację Turystyczną. Wydział odpowiadał za realizację programu z łławy w piątek 10 lipca oraz niedzielę 12 lipca. Podczas programu oprócz przedstawicieli miasta swoją ofertę zaprezentować mogli także członkowie ZLOT-u. Z tej okazji skorzystały trzy firmy łławskie, które zapraszały do skorzystania z swoich usług oraz spędzenia czasu wolnego w łławie nad Jeziorakiem. Łławie dysponowała 5 wejściami na żywo.
- ✓ Od początku wakacji wróciliśmy do cieszących się dużym powodzeniem wycieczek z przewodnikiem Dariuszem Paczkowskim dla mieszkańców i gości odwiedzających łławę.

- ✓ Z okazji 715 lat lokacji naszego miasta i 30 lat samorządności w Polsce powstał cykl 4 filmów prezentujących początki i rozwój Ławy w nowej, samorządowej rzeczywistości. Przedstawiamy w nich włodarzy miasta na przestrzeni lat, prezentujemy rozwój sportu, kultury i biznesu, a także ewolucję naszego miasta. Filmy są dostępne na youtube ława miasto, nagrania mamy także na płytach w formie fizycznej. Tych z Państwa, którzy są zainteresowani posiadaniem takiej płyty zapraszam do naszego wydziału.
- ✓ Odkupiliśmy film promocyjny miasta Ława Wonderful Ława od lokalnego przedsiębiorcy, film na potrzeby akcji promocyjnej miasta w roku 2021. W zawiązku z ograniczonym budżetem zamiast zlecać produkcję nowego filmu, postawiliśmy na gotowy film, spot promocyjny, który został przygotowany przez lokalną firmę i który już cieszy się dużym powodzeniem.
- ✓ Promocja miasta poprzez ujednoczenie wizualizacji i współpracę z stowarzyszeniami, klubami i sportowcami reprezentującymi miasto.

Jest to bardzo ważne działanie promocyjne realizowane przy współpracy naszymi lokalnymi grupami sportowymi, artystami stowarzyszeniami osobami reprezentującymi miasto podczas imprez sportowych, kulturalnych w kraju i poza granicami. Zakup koszulek reprezentacyjnych, flag Ławy, banerów, materiałów promocyjnych z personalizowanym nadrukiem "Ława inspiruje", zakup namiotu typu DOME z personalizowanym nadrukiem, do wykorzystywania podczas akcji promocyjnych miasta na potrzeby wydziału, jednostek i do wykorzystywania dla zainteresowanych klubów sportowych czy też stowarzyszeń. W ubiegłym roku z prośbą o współpracę ww. zakresie promocji zgłosiły się między innymi : SSW MOS Ława, WIR Ława, Wesole Morsy, Ławski Półmaraton, PCK, WOPR Ława

## 2. Podsumowanie działań w zakresie promocji inwestycyjnej w 2020 roku.

Działania dotyczące promocji inwestycyjnej miasta rozpoczęto od analizy dotychczas realizowanych koncepcji i ich dostosowania do aktualnie panujących standardów i oczekiwań. Jak wiadomo każda sfera życia gospodarczego ewoluuje i rozwija się, dotyczy to również realizacji w zakresie informacji i promocji inwestycyjnej. Na podstawie panujących trendów opracowano listę kilkunastu propozycji działań, które podwyższą jakość obsługi potencjalnego inwestora jak i działających już na terenie Ławy podmiotów, a także przyczynią się do jej promowania w sferze biznesu. Poniższa lista prezentuje kilka z nich:

- ✓ przebudowa panelu oferty inwestycyjnej na stronie internetowej [ilawa.pl](http://ilawa.pl) w zakresie większej liczby informacji zarówno tekstowych jak i graficznych dot. m.in. oferty wsparcia ze strony miasta w zakresie zwolnień podatkowych, pozyskiwania środków zewnętrznych, wsparcia przedsiębiorców od strony administracyjnej, zaprezentowania w przyjaznej formie informacji o systemie edukacji, wypoczynku, sportu i kultury itp.



- ✓ podział oferowanych nieruchomości na brownfield i greenfield z większą liczbą informacji na temat umiejscowienia, odległości do dróg szybkiego ruchu, linii kolejowych, lotnisk
- ✓ propozycja odpowiednio sprofilowanej kampanii Google Ads
- ✓ prezentacja firm, które zainwestowały i rozwijają się na terenie Iławy
- ✓ przygotowanie landing page (dedykowana, internetowa strona główna, która docelowo ma przyciągnąć uwagę odwiedzającego i zainteresować go ofertą)
- ✓ opracowanie materiałów promocyjnych oferty inwestycyjnej – przedstawienie kierunków rozwoju miasta eco, smartcity, citaslow
- ✓ nawiązanie kontaktów z placówkami ekonomicznymi działającymi przy ambasadach zagranicznych oraz międzynarodowymi organizacjami wspierającymi nawiązanie współpracy gospodarczej
- ✓ materiały multimedialne – film promocyjny, krótkie filmy i materiały graficzne do prezentacji w social mediach
- ✓ organizacja konferencji branżowej przy współpracy z powiatem iławskim, proponowane branże: przemysł związanych z budową jachtów, żaglówek, obsługą eventów na akwenach wodnych lub branże związane z IT (kierunek promocji – Iława idealnym miejscem do pracy zdalnej w tym sektorze)
- ✓ powołanie organu/grupy złożonej z przedstawicieli samorządu, przedsiębiorców, lokalnych organizacji lub podmiotów współpracujących i działających na rzecz lokalnej przedsiębiorczości i jej cykliczne panele dyskusyjne
- ✓ utworzenie lokalnego funduszu inwestycyjnego

Wybór działań będzie zależny od wytyczonego kierunku rozwoju gminy, a przede wszystkim środków finansowych będących do dyspozycji samorządu. Sytuacja pandemiczna niestety uniemożliwia realizację większości zadań na szerszą skalę.

Promocja inwestycyjna Iławy w 2020 r.:

1. **Publikacja materiałów informacyjnych i promocyjnych** na portalu internetowym miasta i profilach w mediach społecznościowych m.in. Facebook, Instagram. Posty informowały o oferowanych przez miasto nieruchomościach wystawionych na sprzedaż, działaniach wspierających przedsiębiorczość (szkolenia/webinaria/konferencje dla przedsiębiorców), programach wsparcia (rządowych, unijnych).
2. **Współpraca z Polskim Funduszem Rozwoju (PFR)** w zakresie opracowywania koncepcji smartcity z udziałem strefy przedsiębiorców. Udział w Akademii Miast Przyszłości i zajęcie II miejsca w gali finałowej projektów smartcity dedykowanych miastom. Projekt zakładał rozwój współpracy PPP (Partnerstwo Publiczno Prywatne) w ramach planowanych inwestycji. Spotkał się z bardzo pozytywną oceną komisji konkursowej, w której skład wchodził: A.Lorkowski (Wiceprezes Zarządu NFOŚiGW), Paweł Borys oraz Bartłomiej Pawlak (Prezes oraz

Wiceprezes Zarządu PFR). Obie instytucje stoją na stanowisku wsparcia miasta w tym zakresie, a kolejne etapy współpracy nastąpią w 2021 r. Informacje o zajęciu II miejsca pojawiły się na oficjalnych profilach PFR (Facebook oraz Twister).

3. **Współpraca z PFR** w zakresie zdefiniowana i wyboru ścieżki rozwoju potencjału inwestycyjnego ławy. Dzięki efektywnej pracy w ramach Akademii Miast Przyszłości i wpisywania się pomysłów na rozwój miasta w strategię działania PFR otrzymaliśmy propozycje wzięcia udziału w kolejnych projektach ukierunkowanych na współpracę z inwestorami i podmiotami sektora prywatnego. Działania zostaną zrealizowane w 2021 r.
4. **Uczestnictwo w projekcie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) gov\_LAB** mającym na celu opracowanie innowacyjnego rozwiązania procesu obsługi inwestora. Szereg spotkań z przedstawicielami Powiatu ławskiego (lider projektu), PUP Ława, Inkubatora Technologicznego w Ławie, Design Thinking Institute i prace warsztatowe zmierzające do wypracowania wysokiej jakości systemu wsparcia inwestora. Efektem prac będzie wdrożenie koncepcji w 2021 r.
5. **Publikacja „Ława Przyjazny Brzeg Dla Biznesu”** przedstawiająca walory miasta z punktu widzenia potencjalnych inwestycji w magazynie ogólnopolskim 'Magazyn Świat Podróże, Kultura' nr 65/2020 Jesień/Zima 2020. Magazyn jest kolportowany na pokładach autokarów Polonus oraz na większości krajowych lotnisk w strefach przeznaczonych dla biznesu. Nakład: 7.000 szt. + wersja elektroniczna do bezpłatnego pobrania.



- strategiczny węzeł ekonomiczny i komunikacyjny
- 1,5h koleją z Warszawy
- najdłuższe jezioro w Polsce
- największa wyspa śródlądowa w Polsce
- porty lotnicze 1,5 h od Ławy
- bogate oferta edukacyjna, kulturalna, sportowa dla dzieci i młodzieży

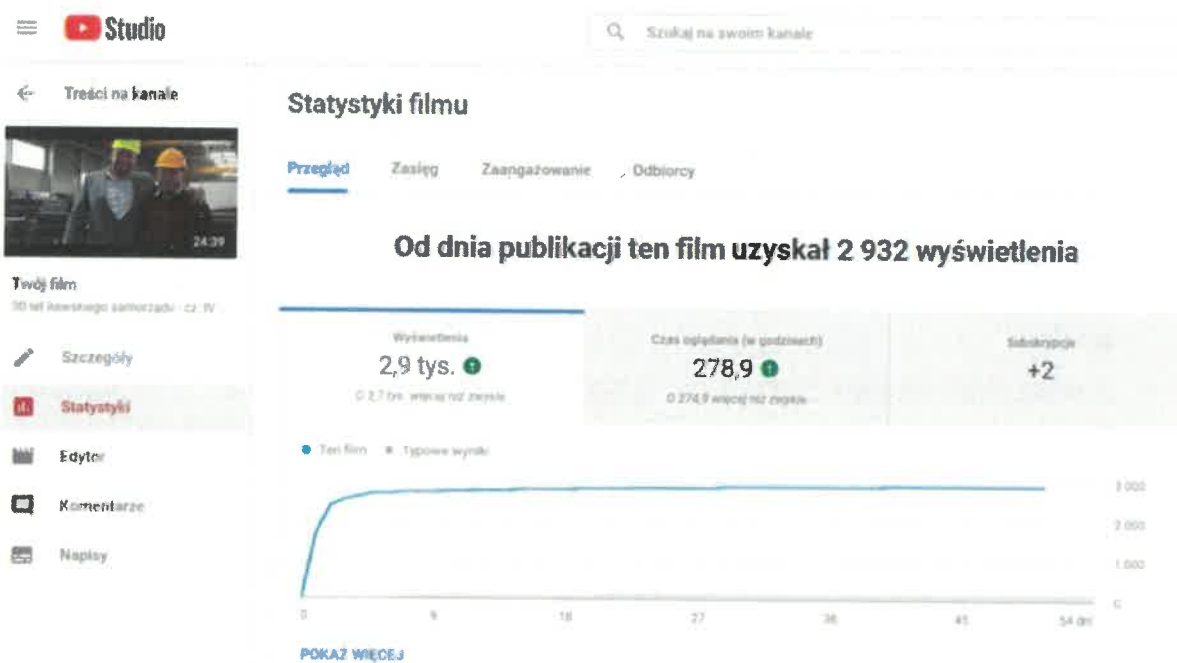
Jest takie miejsce w Polsce, w którym możesz prowadzić biznes z pokładki przelotowej, a gdy zajdzie taka potrzeba, w półtorej godzinie będziesz w biurze w Warszawie lub na pokładzie samolotu.

Jest takie miejsce, w którym zadługo o edukację Twoich dzieci, o kulturę sportową i kulturalną. Gdzie Twoi pracownicy po pracy wsiądą na rower, będą wędrować lub wybiorą się na romantyczny spacer brzożem jeziora.

Jest takie miejsce, gdzie rozwój gospodarczy idzie w parze z przyrodą i ekologią.

Jest takie miejsce: - które traci już zaradczą Poradę zastorchać się w Ławie

6. **Spotkania doradcze i informacyjne** z lokalnymi przedsiębiorcami oraz osobami zainteresowanymi rozpoczęciem działalności gospodarczej w Iławie. Nawiązano współpracę z firmą MC Comp, zajmującą się opracowywaniem i wdrażaniem rozwiązań IT w firmach z różnych branż np. paliwowa, horeca. Podmiot ze względu na dynamiczny rozwój i pozyskiwanie nowych klientów jest zainteresowany utworzeniem na naszym rynku grupy programistów realizujących pracę zdalną.
7. **IV część filmu 30 lat iławskiej samorządności** została oparta na przedstawieniu Iławy jako atrakcyjnego miejsca dla biznesu poprzez wywiady w luźnej formule z wybranymi iławskimi przedsiębiorcami. Profesjonalny materiał wideo z dyskusjami nad rozwojem miasta, jego klimatem do inwestycji i biznesu został opublikowany na stronie internetowej urzędu ilawa.pl, w mediach społecznościowych oraz serwisie youtube.com. W tym ostatnim był to najpopularniejszy materiał video w 2020 r. (2 932 wyświetlenia). Film ukazał się również na portalach lokalnych mediów: infoilawa.pl oraz ilawa.wm.pl



Mając na celu zapoznanie Państwa z informacjami na temat posiadanej przez miasto, aktualnej bazy nieruchomości, które mogą zostać zaoferowane potencjalnemu inwestorowi, przedstawiamy załącznik do niniejszego podsumowania. Aktualnie w zasobach miasta wstępnie przygotowanych do sprzedaży znajdują się nieruchomości o łącznej powierzchni ok. **2,8834 ha** o różnej zabudowie i przeznaczeniu.

Dodatkowo miasto rozpoczęło wstępne działania zmierzające w kierunku przygotowania infrastruktury drogowej polegającej na budowie ul. Stalowej, która umożliwi skomunikowanie działek będących w posiadaniu miasta, położonych nad rzeką Ławką. Porównując wcześniejsze lata do sytuacji obecnej, zauważalny jest mocny spadek powierzchni nieruchomości przeznaczonych do sprzedaży. Co za tym idzie potencjalne przychody z tego tytułu również będą na niższym poziomie.

**Na wszystkie wyżej wymienione dziania zarówno dot. promocji turystyki jak i promocji inwestycji wydaliśmy z działu Promocja Jednostek Samorządu Terytorialnego 276 871,09 z dostępnych na 2020 rok 287 415,00 zł**

### **3. Działania związane z obsługą miast partnerskich w roku 2020:**

- ✓ realizacja projekt dot. wymiany młodzieży Ława – Tholen przy współpracy z SP3 w Ławie. W trzecim tygodniu września mieliśmy w planach gościć młodzież z miasta partnerskiego Tholen. Wymiana zakończyć się miała wspólnym plenerem malarskim i wystawą prac. Nasz plener miał być wstępem do Pikniku Inspiracji, do wspólnego malowania mieliśmy także zaprosić mieszkańców i uczniów szkół podstawowych z Ławy oraz studentów z wydziału sztuk pięknych z UWM Olsztynie. Sytuacja z pandemią uniemożliwiła nam fizyczną wymianę i przenieśliśmy całe działania, realizację projektu do strefy internetowej. Młodzież z SP3 nagrała serię filmików z ulubionymi miejscami w Ławie, tak aby pokazać swoim rówieśnikom z Tholen miasto Ława. Zrealizowaliśmy także plener malarski, z wernisażem prac w ICK oraz z wystawą prac przy SP3 w Galerii Jazzowej. Nakręciliśmy film z pleneru i wystaliśmy go do szkoły w Holandii. Mamy nadzieję pokazać nasze prace także podczas dni sztuki w Tholen 2021, jednak czekamy na powrót do normalnego funkcjonowania po pandemii.
- ✓ Z pozostałymi miastami partnerskimi wymienialiśmy się korespondencją dot. przebiegu pandemii w ich regionach, jak ich samorzady radzą sobie z walką z pandemią. Udzieliliśmy także wywiadu dla gazety z Herborn odnośnie walki z Covid-19 w Ławie.
- ✓ Przesłaliśmy gratulacje do Tholen dla byłej pani burmistrz i byłego sekretarza oraz byłego sekretarza Herborn, którzy w tym roku uzyskali tytuł Honorowych Obywateli Miasta Ławy.
- ✓ 10 lipca został odsłonięty znak wskazujący kierunki do naszych partnerów z zagranicy.

**Na współpracę z miastami partnerskimi w zakresie ww. działań w roku 2020 wydaliśmy kwotę 9414,00 zł**

#### 4. Realizacja działań promocyjnych z Zachodniomazurską Lokalną Organizacją Turystyczną- przygotowane przez dyrektor ZLOT Marlenę Rogowską

- ✓ Opracowanie podczas licznych warsztatów z regionalnymi przewodnikami, lokalnymi przedsiębiorcami i samorządami strategii marki Mazury Zachodnie
- ✓ W ramach wygranego sondażu na organizację wyjazdów targowych dla Powiatu Ostródzkiego, ZLOT zorganizował dwa stoiska promujące region Mazury Zachodnie na targach turystycznych w Dreźnie i Pradze. Na stoisku była obecna makietka pochylni Oleśnica oraz okulary VR odtwarzające aplikację mobilną z rejsem po Kanale Elbląskim. Ze względu na pandemię nie odbyły się zaplanowane wyjazdy targowe w Zabrzu oraz wydarzenie HoReHa w Ostródzie. Została także podjęta decyzja o odwołaniu naszego uczestnictwa podczas targów w Nadarzynie na jesieni.
- ✓ W połowie lipca na zaproszenie ZLOT blogerzy „Wędrowne Motyle” (mający ponad 85 000 odbiorców) spędzili około tygodnia w regionie Mazury Zachodnie. Odwiedzili Ostródę, Łławę, Wzgórza Dylewskie oraz skorzystają z rejsu po Jezioraku. Efektem ich pobytu jest krótki film reklamowy (kwadratowy) z napisami (oraz wersję bez napisów) na kanał Facebook pt. **“Jak Mazury to tylko Zachodnie”** (z przekazaniem praw autorskich na zasadzie sublicencji), - przygotowanie artykułu, przewodnika o regionie: Łława, Jeziora, Ostróda, Wzgórza Dylewskie, Kanał Elbląski. Hasło przewodnie: “Mazury Zachodnie jako miejsce na urlop 2020”, - przygotowanie filmu na kanał Youtube o regionie: Łława, Jeziora, Ostróda, Wzgórza Dylewskie, Kanał Elbląski, - realizacja trzech działań w kanałach social media - fotografie z oznaczeniem kanałów Mazur Zachodnich. Koszt takiej promocji z budżetu ZLOT to 11.070 zł brutto.
- ✓ Podczas długiego weekendu Bożego Ciała (od środy do niedzieli) w ramach działań promocyjnych ZLOT wykupił kampanię sponsorowaną w Antyradio zapraszającą na Mazury Zachodnie. Łłącznie 17 razy ukazał się nasz spot. Ze statystyk jakie otrzymaliśmy reklama trafiła do 80% z grupy docelowej tj. 475.000 słuchaczy. Średnio 1 osoba usłyszała naszą reklamę 4 razy. W dniach 12-16 lipca 13 audycji ponownie ukazało się w Antyradio w województwie mazowieckim.
- ✓ W ramach kampanii #OdpoczywajwPolsce realizowanej przez Polską Organizację Turystyczną województwo warmińsko-mazurskie reprezentował region Mazury Zachodnie (Łława, Kanał Elbląski oraz Skansen w Olsztynku) w programie śniadaniowym „Pytanie na śniadanie” na TVP 2. Materiał promocyjny to 9 minut. Szacowana wartość takiej kampanii to od 60.000 zł wzwyż. Całość sfinansowała Polska Organizacja Turystyczna, a scenariusz nadzorowało Biuro ZLOT. Podczas programu 2 wejścia antenowe były bezpośrednio z Łławy. Podkreśliłiśmy dostępność komunikacyjną Łławy, zabytki, atrakcje na wodzie i łądzie.

- ✓ W czerwcowym wydaniu specjalnym Wiadomości Turystycznych w edycji #CzasnaPolskę ukazał się nasz artykuł sponsorowany na całą rozkładówkę „Butikowe Mazury Zachodnie”, opisujący atrakcję Iławy, Ostródy, Powiatu Ostródzkiego oraz Gminy Ostróda. Koszt z budżetu ZLOT 3.000 zł brutto (rabat 7.000 zł dzięki uprzejmości Powiatu Ostródzkiego). Z danych jakie otrzymaliśmy odbiorcami byli odbiorcy newslettera 10.000 osób oraz dziennie 6.000 odsłon na ich profilu na Facebooku. Nakład to 6.000 sztuk z czego 5.300 sztuk to prenumerata. Odbiorcami jest branża turystyczna, piloci, przewodnicy, biura turystyczne, informacje turystyczne oraz organizacje turystyczne.
- ✓ Realizacja projektu „**TurysTYka w mig**” dofinansowanego z FIO w kwocie 120.000 zł. Pierwsze działania –rekrutacja rozpoczęła się od 01 kwietnia. Termin warsztatów z budowania marki Mazury Zachodnie (część niezbędna do naszej strategii) odbyły się w Ostródzie 18-19.05 natomiast 25-26.05.2020 uczestnicy warsztatów gościli w Iławie Podczas warsztatów opracowaliśmy wytyczne do loga regionu, spotu promocyjnego region przetłumaczonego także na język migowy! (innovacyjne w skali kraju). Opracowaliśmy także wytyczne do stworzenia platformy koordynacji kalendarzem wydarzeń w regionie oraz wzór jednolitych podkładek na tacę do obiektów gastronomicznych w całym regionie Mazur Zachodnich. Łącznie 30 uczestników (nie tylko członkowie), w tym 5 osób głuchych i tłumacz języka migowego. Wydział bardzo aktywnie brał udział w warsztatach związanych z realizacją projektu. Podsumowanie projektu miało odbyć się podczas specjalnej konferencji w Listopadzie 2020 r.
- ✓ Od maja do końca czerwca w regionie Mazur Zachodnich gościli znani blogerzy m.in.: Mamalife, Szalone Walizki, Podróże po kulturze oraz Michał Cessanis.
- ✓ W marcu Biuro ZLOT wysłało blisko 90 wiadomości e-mail do obiektów z naszego regionu zachęcających w ramach akcji „Mazury Zachodnie w sieci” zachęcające do używania na stronach internetowych określenia Mazury Zachodnie oraz oznaczania pod postami na Facebooku #MazuryZachodnie.
- ✓ Prezentacji ofert Mazur Zachodnich min. Iławy (jedno wejście) w programie „Pytanie na Śniadanie” (emisja: 14.06.2020)
- ✓ 30-31 lipca w Iławie gościli dziennikarze z Czech i Słowacji jest to akcja organizowana wspólnie ZLOT z WMROT oraz PAP. Koordynatorem jest attache kulturalny ambasady RP w Pradze i Bratysławie.

#### **5. Realizacja działań promocyjnych z Warmińsko-Mazurską Lokalną Organizacją Turystyczną przygotowane przez dyrektor WMROT Justynę Szostek**

- ✓ Prezentacja materiałów z Iławy poprzez udział w targach turystycznych – w Wilnie (styczeń 2020), w Tel Avivie (luty 2020), w Essen (luty 2020)
- ✓ Artykuł o Iławie w magazynie LOVE WM nr 93/2020 (maj 2020) poprzez:

a) wersję drukowaną 3-języczną (PL, DE, ENG) w nakładzie 7.000 szt., który jest dystrybuowany w wybranych hotelach oraz punktach informacji turystycznej na Warmii i Mazurach plus Porcie Lotniczym Olsztyn Mazury:

b) wersję online – (dwujęzyczna – PL, ENG) - <http://lovewm.pl/ilawa-twoj-przyjazny-brzeg/> ,  
<http://lovewm.pl/ciekawostki-z-ilawy-i-okolic/>

3 – artykuł o rejsach po Jezioraku na portalu regionalnym <https://mazury.travel/reisy-po-jezioraku/>, który jest wzmacniany zasięgowo poprzez realizację kampanii internetowych tj.

- a) Promocja regionu poprzez zachęcanie do korzystania z dostępnych aktywności w regionie poprzez osiągnięcie w czasie maj-wrzesień 2020 50.000 uu
- b) Promocja regionu w internecie we współpracy z marką Specjal poprzez osiągnięcie w czasie lipiec – sierpień 2020 50.000 uu (więcej o kampanii w linku: <https://wmrot.org/2020/06/kampania-nie-wyjezdziej-daleko-odkryj-nasza-polnoc/> )
- c) Realizacja billboardów sponsorskich w telewizji TVN kierujących na stronę [www.mazury.travel](http://www.mazury.travel) – ilość 480 billboardów (emisje od piątku do niedzieli w TVN 24 i TVN24 bis)

## **6. Działania, które zostały wstrzymane lub odwołane z przyczyn związanych z pandemią i uszczuplonym budżetem.**

- ✓ Polityka informacyjna miasta i jednostek podległych - wspólny spis imprez organizowanych w danym miesiącu.
- ✓ Przygotowanie oferty inwestycyjnej miasta, przygotowanie filmu pod kątem atrakcyjności inwestycyjnej oraz korzyści zarówno dla pracodawców jak i dla pracowników wynikających z realizacji inwestycji na terenach miejskich pt. Ława przyjazny brzeg dla Twojego biznesu.
- ✓ Zaprojektowanie oraz wydruk podkładek gastronomicznych na sezon letni z grafiką promującą miasto ława oraz przedstawiających najważniejsze wydarzenia w sezonie 2020. Podkładki z przeznaczeniem do rozdawnictwa do lokali gastronomicznych na terenie miasta oraz w miejscowościach turystycznych w okolicy ławy oraz na potrzeby obsługi ruchu turystycznego.
- ✓ Wizyta delegacji miast partnerskich ławy podczas uroczystych obchodów 715-lecia ławy w dniach 26 – 28 czerwca 2020 r.
- ✓ Inauguracja Albumu ława inspiruje od 715 lat oraz wystawa zdjęć nawiązujących do historii ławy 26 -19 czerwca 2020 r.
- ✓ Promocja miasta podczas Lotniczej Majówki
- ✓ Realizacja wejść na żywo z telewizja TVP3 np. Pogodynka z ławy podczas Lotniczej Majówki.

- ✓ Relacja na żywo w Polsat News z Lotniczej Majówki.
- ✓ Słoneczne Stacja – Weekendowe Miasteczko Stacji Polsat w Iławie, podczas wskazanego przez nas weekendu wakacji.
- ✓ Wizyta przedstawicieli miasta Tholen przy okazji Rajdu Króla Holandii 30 maja 2020 r.
- ✓ Kampania reklamowa o charakterze ekologicznym na antenie Radia ZET- „Weekend dla Planety”.
- ✓ Noc Muzeów w Iławie –16 maja 2020 r.
- ✓ Rajd Pomarańczowy – 30 maja 2020 r.

BURMISTRZ  
MIASTA IŁAWY  
*Dawid Kopaczewski*

KIEROWNIK WYDZIAŁU  
Komunikacji Społecznej  
*mgr Beata Furmanek*

INSPEKTOR  
*mgr Jakub Kaska*





Przemysłowa

## DANE O NIERUCHOMOŚCI

POWIERZCHNIA: 1,0285 ha

PRZEZNACZENIE W MIEJSCOWYM PLANIE  
ZAGOSPODAROWANIA PRZESTRZENNEGO:  
**TERENY ZABUDOWY PRZEMYSŁOWO-SKŁADOWEJ**

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

GMINA MIEJSKA IŁAWA  
ul. Niepodległości 13  
14-200 Iława  
+48 89 649 01 00

ULICA  
**PRZEMYSŁOWA**

IŁAWA, WOJ. WARMIŃSKO-MAZURSKIE

NR DZIAŁKI:  
**6-46/7**



## DANE O NIERUCHOMOŚCI

POWIERZCHNIA: **OK. 0,5858 ha** (nieruchomości wymagają podziału geodezyjnego)

PRZEZNACZENIE W MIEJSCOWYM PLANIE  
ZAGOSPODAROWANIA PRZESTRZENNEGO:

**TERENY ZABUDOWY MIESZKANIOWEJ JEDNORODZINNEJ**

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

GMINA MIEJSKA IŁAWA  
ul. Niepodległości 13  
14-200 Iława  
+48 89 649 01 00

# ULICA SŁONECZNA

IŁAWA, WOJ. WARMIŃSKO-MAZURSKIE

NR DZIAŁKI:  
**7-137, 131, 132, 128**



## DANE O NIERUCHOMOŚCI

POWIERZCHNIA: **OK. 0,7000 ha** (nieruchomość wymaga podziału geodezyjnego)

PRZEZNACZENIE W MIEJSCOWYM PLANIE  
ZAGOSPODAROWANIA PRZESTRZENNEGO:

**TERENY USŁUG NIEUCIĄŻLIWYCH**  
**TERENY ZIELENI URZĄDZONEJ**

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

GMINA MIEJSKA IŁAWA  
ul. Niepodległości 13  
14-200 Iława  
+48 89 649 01 00

# ULICA WOJ. POLSKIEGO

IŁAWA, WOJ. WARMIŃSKO-MAZURSKIE

NR DZIAŁKI:  
**9-271/2**



Władysława Broniewskiego

## DANE O NIERUCHOMOŚCI

POWIERZCHNIA: **0,3233 ha**  
zabudowana bud. użytkowym o pow. 1110,50 m<sup>2</sup>

PRZEZNACZENIE W MIEJSCOWYM PLANIE  
ZAGOSPODAROWANIA PRZESTRZENNEGO:  
**TERENY USŁUG NIEUCIĄŻLIWYCH**

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

GMINA MIEJSKA IŁAWA  
ul. Niepodległości 13  
14-200 Iława  
+48 89 649 01 00

ULICA  
**BRONIEWSKIEGO 3**

IŁAWA, WOJ. WARMIŃSKO-MAZURSKIE

NR DZIAŁKI:  
**8-1/26, 1/27, 1/28, 1/29, 1/30**



## DANE O NIERUCHOMOŚCI

POWIERZCHNIA: **0,2458 ha**  
zabudowana bud. mieszkalno-usługowym i gospodarczym

PRZEZNACZENIE W MIEJSCOWYM PLANIE  
ZAGOSPODAROWANIA PRZESTRZENNEGO:  
**TERENY ZABUDOWY MIESZKANIOWEJ WIELORODZINNEJ  
Z USŁUGAMI NIEUCIĄŻLIWYMI**

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

GMINA MIEJSKA IŁAWA  
ul. Niepodległości 13  
14-200 Iława  
+48 89 649 01 00

ULICA  
**WYSZYŃSKIEGO 47**

IŁAWA, WOJ. WARMIŃSKO-MAZURSKIE

NR DZIAŁKI:  
**10-259**