

Iława 08 czerwca 2020 r.

Podsumowanie działań w zakresie promocji turystycznej i promocji inwestycyjnej w 2019 roku

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

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

Jednym z wielu zadań wydziału jest szeroko rozumiana promocja miasta Iławy, do której realizacji wykorzystujemy następujące narzędzia promocyjne: media o zasięgu regionalnym i ogólnokrajowym, wydawnictwa, gadzety promocyjne, produkcja spotów promocyjnych, organizacja kampanii promocyjnych na portalach społecznościowych i w mediach, udział w targach turystycznych oraz współudział w akcjach promocyjnych miasta organizowanych przy współpracy z jednostkami miejskimi jak i klubami sportowymi, oraz stowarzyszeniami reprezentującymi nasze miasta w kraju i zagranicą. Promocja miasta to także współpraca z lokalnymi organizacjami turystycznymi jak Warmińsko Mazurska Regionalna Organizacja Turystyczna i Zachodniomazurska Lokalna Organizacja Turystyczna

- 1. Komunikacja na poziomie lokalnym.** Głównym zadaniem Wydziału Komunikacji Społecznej jest przekaz informacji dot. pracy urzędu oraz jednostek podległych mieszkańcom. W tym celu wydział współpracuje z wszystkimi mediami lokalnym, administruje stronę internetową oraz prowadzi profile społecznościowe. Głównym problemem powtarzającym się co roku jest ograniczony budżet na ww. działania. Pracując na rocznym planie budżetowym i planując budżet na wydatki medialne, nie możemy przewidzieć sytuacji kryzysowych, które wymagają wzmożonej współpracy z mediami, a co za tym idzie większych środków na komunikaty w poszczególnych mediach.

Na działania z zakresu lokalnego w 2019 roku złożyły się:

- ✓ media lokalne: współpraca ze wszystkimi mediami lokalnymi w zakresie wspólnej polityki informacyjnej wydziałów urzędu miasta oraz jednostek podległych: Wydatki wydziału na media lokalne (bez kondolencji) 2019 r. – 76 980,48 zł, w tym: prasa lokalna: 41 267,01 zł; radia lokalne 15 873,15 zł; portale internetowe 19 840,32 zł

- ✓ Administracja serwisami internetowymi:

www.ilawa.pl, www.lotnicza.ilawa.com.pl, www.ilawa.budzet-obywatelski.org,
www.piknikinspiracji.pl.

- ✓ Prowadzenie profili w mediach społecznościowych: Facebook @miastoilawa, @lotniczailawa, @ilawainspiruje, @piknikinspiracji; Instagram: miastoilawa.

- ✓ Kanał Youtube

https://www.youtube.com/channel/UCyCRqQ6HFPU1GQ_xUKdvtSg

tu znajdują się także filmy z posiedzenia rady oraz filmy promocyjne miasta.

- ✓ Promocja wydarzeń kulturalnych i sportowych organizowanych przez urząd miasta oraz jednostki podległe. Wydruk comiesięcznych plakatów informacyjnych oraz promocja wydarzeń w mediach lokalnych.

2. Promocja miasta o charakterze ogólnopolskim i zagranicznym.

Wydział Komunikacji Społecznej w roku 2019 z powodzeniem zrealizował wszystkie swoje zaplanowane zadania z zakresu promocji miasta. Iława jest spostrzegana jako miasto atrakcyjne pod kątem turystyki dla rodzin z dziećmi, dla osób lubiących aktywnie spędzić czas, a także dla osób, które po prostu chcą wypocząć w otoczeniu naturalnego środowiska. Iława ze swoją infrastrukturą sportową, rekreacyjną, dogodnym połączeniem komunikacyjnym oraz położeniem nad brzegiem najdłuższego jeziora w Polsce, znakomicie wpisuje się w obecnie popularny nurt turystyki „Slow.” Turystyki nastawionej na kontakt z naturalnym otoczeniem, gwarantujący zwolnienie tempa życia, bez wielkomiejskiego hałasu i zgiełku. „Slow tourism” polega na spowolnieniu tempa podróży, odkrywanie tego, co jest stosunkowo blisko, środek transportu z samolotu, samochodu często zamieniają na komunikację publiczną. Na miejscu turyści wybierają warianty typowe dla tego typu turystyki: rower, kajak, konie, łodzie, jachty. Turystyka slow polega na skoncentrowaniu się na obcowaniu z przyrodą. Nade wszystko relaks i próba doświadczenia miejsca za pomocą pięciu zmysłów.

Do działań promocyjnych wydział wykorzystuje różne nośniki medialne:

- media lokalne, regionalne, ogólnopolskie;
- internet w tym portale społecznościowe;
- kampanie informacyjno – promocyjne;
- wydawnictwa;
- współdziałanie w tragach turystycznych w kraju i zagranicą.

Bezwzględnie należy zaznaczyć, że głównym motorem napędowym o bardzo dużym zasięgu promocyjnym w ubiegłym była Lotnicza Majówka 2019. Impreza ta stała się rozpoznawalną marką, która przyciągnęła tłumy gości z całego kraju jak i zagranicy.

Wydarzenie to bardzo wysoko zostało ocenione przez licznie przybyłych spottersów i dziennikarzy. To właśnie dzięki ich obecności o Ławie było głośno w całym kraju. Wykorzystując potencjał imprezy zaprosiliśmy do współpracy telewizję regionalną z akcją Pogodynka oraz śląską telewizję Silesia aby na żywo relacjonowała pokazy lotnicze oraz pokazywała uroki miasta zachęcając swoich widzów do przyjazdu do Ławy jako miejsca atrakcyjnego turystycznie.

Bardzo dobry zasięg promocyjny uzyskaliśmy także współpracując z lokalnymi klubami sportowymi, sportowcami indywidualnymi oraz osobami, które poprzez swoją działalność reprezentują miasto Ława na terenie Polski oraz poza granicami państwa. Współpraca dotyczy współfinansowania nadruku loga „Ława inspiruje” na strojach reprezentacyjnych, namiotach, flagach, banerach reklamowych itp. nośnikach informacji.

Wydział na zadania z zakresu promocji o zasięgu ogólnopolskim wydał kwotę 385 277, 91 zł, na którą w głównej mierze składały się ;

- ✓ **produkcja gadżetów** promocyjnych miasta. Przekazywane na imprezy sportowe, kulturalne, targi branżowe, konferencje, szkolenia, wycieczki turystyczne.
- ✓ **Nadruk loga Ława inspiruje** na ubraniach reprezentacyjnych sportowców, materiałach promocyjnych klubów, flagach, banerach, namiotach reklamowych, pufach, leżakach, medalach, pucharach.
- ✓ **Współpraca z mediami o zasięgu regionalnym i ogólnopolskim.**
 - Magazyn „WIATR”, wyd. Luty/ Marzec 2019, który był kolportowany również na Targach Żeglarstwa i Sportów Wodnych WIATR i WODA w Warszawie (28 lutego - 3 marca 2019 r.). 6.000 bezpłatnych egzemplarzy z artykułem „Ława przyjazny brzeg. Na skrzyżowaniu szlaków” trafiło do odwiedzających targi oraz 300 punktów dystrybucyjnych na terenie całego kraju; sklepy żeglarskie, kluby, mariny i przystanie, wybrane tawerny i hotele, firmy czarterowe i szkoły żeglarskie. Każdy numer magazynu „Wiatr” (także wydania archiwalne) można pobrać za darmo i bez logowania z portalu www.wiatr.pl.
 - „Świat Podróże Kultura” wydanie maj/czerwiec artykuł promocyjny miasta jako miejsca wypoczynku dla całych rodzin, a także informacja o imprezach organizowanych w Ławie w sezonie 2019 + baner reklamowy ½ strony. Informacja o magazynie; nakład 44 000 szt. w trzech wersjach językowych. Dostępność magazynu; lotniska w 4 miastach w Polsce; Dworzec Warszawa Zachodnia; EkoTaxi oraz autokary POLONUS, Informacje turystyczne; Hotele 5 i 4 gwiazdkowe; krajowe i zagraniczne targi turystyczne ITB Berlin.

- Magazyn Sportów Wodnych „Żagle” wydanie majowe 5/2019 z spisem portów i przystani śródlądowych i morskich. Baner reklamowy ½ strony oraz informacja o imprezach w Iławie na profilu Facebook magazynu tydzień przed wydarzeniami.

www.zagle.com.pl, <https://www.facebook.com/zaglepl>

- Współpraca z TV Silesia; pierwsza regionalna stacja telewizyjna o profilu informacyjno-rozrywkowym. Kanał TVS kierowany głównie do mieszkańców [województwa śląskiego](#). W okresie Lotniczej Majówki od 10-12 maja 2019 roku Iława była tematem przewodnim w TV Silesia. 10 wejść na żywo.
 - Radio Zet „ Aktywne Lato” z Iławą – akcja promocyjna o zasięgu ogólnopolskim zaplanowana na 30 czerwca 2019 r. Radio Zet przybyło do Iławy z mobilnym miasteczkiem Radia Zet . W ramach współpracy Radio Zet zagwarantowało: Zapowiedzi eventu od środy 26 czerwca do 29 czerwca na antenie radia , 30 czerwca wejścia na żywo z Iławy. Łączna ilość wskazań miejsca podczas trwania projektu 40 szt. Świadczenia Internetowe www.radiozet.pl i social media - emisja minimum 3 postów na FB i Instagramie Radia Zet , przed i w trakcie wyjazdu. Aktywne Miasteczko Radia Zet z różnymi strefami tematycznymi : Na miejscu było: studio radiowe, strefa rodzinna w ramach strefy różne aktywne atrakcje: piłka nożna- turniej króla strzelców, koszykówka, piłkarzyki, szachy duże i małe, strefa zabaw dla dzieci - Muszynianki - strefa zdrowego żywienia, - strefa relaksu - strefa kawowa.
 - Współpraca z Telewizją Regionalną TVP 3 w audycji pod tytułem "Prognoza Pogody z Prezenterem", która była emitowana na antenie TVP3 OLSZTYN w dniach: 4-10 maja 2019 r. Emisja 20 wskazań sponsorskich przed programem „Prognoza z Prezenterem” – na Lotniczą Majówkę zaprasza Miasto Iława – organizator pokazów Lotniczych nad Jeziorakiem najdłuższym Jeziorem w Polsce., dodatkowo przygotowany został bilbord graficzny.
 - 10 dniowa kampania radiowa zachęcająca do odwiedzin Iławy podczas Lotniczej Majówki zasięg : Warmia – Mazury, Grudziądz, Elbląg, Toruń, Bydgoszcz, Gdańsk na antenie radia Eska i Melo Radio.
- ✓ **Wydawnictwa**, ważny punkt pod kątem obsługi ruchu turystycznego. Ścisła współpraca z Informacją Turystyczną w zakresie druku i aktualizacji broszur, informatorów, map oraz publikacji promujących Iławę oraz region. Zależy nam na tym, aby każdy turysta wyszedł z Informacji Turystycznej z pakietem wiadomości. Ważne jest także, aby doposażyć hotele, pensjonaty i przystanie

jachtowe w informatory turystyczne przed rozpoczęciem sezonu. W roku 2019 łącznie wydano łącznie około 25 tys. szt. publikacji, które trafiły do obiektów noclegowych, hoteli, portów oraz bezpośrednio do turystów, którzy odwiedzali biuro informacji turystycznej.

- Dodrukowano publikacje: 1000 szt. „Spacerownik Historyczny” i 1000 szt. „Iławski Wehikuł Czasu”.
 - Wydrukowano 10000 szt. katalogu „Iława i okolice” do darmowego rozdawnictwa podczas wydarzeń lokalnych przez wydział, w biurze informacji turystycznej oraz podczas targów krajowych i zagranicznych.
 - Kontynuowano współpracę z Informacją Turystyczną w zakresie aktualizacji i dodruków istniejących już folderów, broszur, mapek wrywanych, imprezownika iławskiego (spis imprez na cały sezon w Iławie i najbliższej okolicy)
 - Wydanie Legend Iławskich, przy współpracy z Towarzystwem Miłośników Ziemi Iławskiej. Legendy ukazały się na Dzień Dziecka z możliwością zakupu w Informacji Turystycznej w Iławie.
 - Kalendarze książkowe, trójdzienne oraz historyczne w formacji A3 na rok 2020 z nawiązaniem do 715 lat Iławy.
- ✓ **Imprezy** współorganizowane przez wydział to kwota 55 405,48 zł wydana z budżetu wydziału.
- Lotnicza Majówka: promocja imprezy w mediach ogólnopolskich i regionalnych, na portalach społecznościowych (Facebook, Instagram), prowadzenie oficjalnej strony imprezy Lotnicza Majówka, organizacja biura imprezy, wykonanie projektów wykorzystywanych w materiałach promocyjnych, przygotowanie komunikatów dla uczestników imprezy. Opracowanie dokładnego programu imprezy, w tym: organizacja atrakcji na terenie imprezy, opieka nad wolontariuszami z ZHP, PCK, a ponadto kompleksowa obsługa i współpraca z pilotami, służbami ratunkowymi oraz centrum dowodzenia imprezą. Film promocyjny który powstał podczas Lotniczej Majówki „Powietrzny spektakl nad Jeziorakiem” osiągnął zakres 40 121 odbiorców oraz był udostępniany 214 razy.
 - Piknik Inspiracji nad Małym Jeziorakiem – 21 września 2019 r. - całkowita organizacja imprezy.
 - Rajd Pomarańczowy Króla Holandii – 25 maja 2019 r.
 - Gala Bratnia Dłoń - grudzień 2019 r.

3. Współpraca z NGO

W roku 2019 ogłoszono 12 konkursów dla organizacji pozarządowych z zakresu kultury, sztuki ochrony dóbr kultury, dziedzictwa kulturowego i historycznego na łączną kwotę 46 700,00 zł. Realizacja konkursów przez organizacje pozarządowe także ma charakter promocyjnym miasta, dlatego przedstawimy zestawienie przyznanych dotacji.

1	Organizacja obchodów Święta Flagi	200,00 zł
2	Cykl zajęć wokalnych aktywizujących osoby z terenu miasta Iława dotknięte chor. nowotworową	1 000,00 zł
3	Organizacja pleneru artystycznego	3 500,00 zł
4	Organizacja cyklu koncertów muzyki chóralnej	11 000,00 zł
5	Popołudnie z Kulturą Ukraińską	12 000,00 zł
6	Aktywizacja społeczna os. w wieku emeryt. UIII	5 000,00 zł
7	Aktywizacja społeczna osób w wieku emerytalnym upowszechnienie kultury wśród emerytów i rencistów z terenu Iławy	1 500,00 zł
8	Cykl warsztatów Kuźnia talentów	1 500,00 zł
9	Warsztaty muzyki gospel	3 000,00 zł
10	Wsparcie organizacji pozarządowych w realizacji działań o char. dobra wspólnego	4 000,00 zł
11	Zorganizowanie imprezy Święto Osób Niewidomych	2000,00 zł

4. Współpraca z regionalnymi organizacjami turystycznymi.

Współpraca z lokalnymi organizacjami turystycznymi jest bardzo istotna z punktu widzenia promocji miasta na skalę międzynarodową. Są to działania bardzo kosztowne i nasz budżet nie byłby w stanie pokryć kosztów związanych z organizacją stoiska podczas zagranicznych targów turystycznych czy też wizyty studyjne blogerów, czy dziennikarzy zagranicznych. Iława należy do dwóch organizacji turystycznych

WMROT oraz ZLOT poniżej sprawozdania z działalności tych organizacji na rzecz naszego miasta.

✓ **Zachodniomazurska Lokalna Organizacja Turystyczna**

Zachodniomazurska Lokalna Organizacja Turystyczna została powołana w 2005 roku. Głównym celem organizacji ZLOT jest promocja regionu Warmii i Mazur, w tym szczególnie - kreowanie i upowszechnianie wizerunku Mazur Zachodnich (obejmujących swym zasięgiem powiaty: ostródzki, ławski oraz gminy: Olsztynek, Pasłęk) jako rozpoznawalnej marki turystycznej. Stowarzyszenie, dzięki połączeniu sił przedstawicieli lokalnych samorządów i przedsiębiorców, a także dzięki aktywności społecznej ludzi zaangażowanych w tworzenie nowej jakości, stwarza szansę na dokonanie przełomu w rozwoju turystyki regionalnej w Polsce.

Gmina miejska Ława przynależy do ZLOT-u od 7 kwietnia 2016 roku. Współpraca z lokalnymi organizacjami turystycznymi, jakim jest także ZLOT, jest bardzo istotna z punktu widzenia promocji miasta na skalę międzynarodową i ogólnopolską podczas m.in. wspólnych wyjazdów targowych, czy też współpracy z mediami krajowymi, bądź blogerami zagranicznymi i krajowymi. Wymienione narzędzia promocji turystycznej są bardzo kosztowne. Przynależność do lokalnej organizacji powoduje rozłożenie kosztów na jej członków.

Działania Zachodniomazurskiej Lokalnej Organizacji Turystycznej na rzecz swoich członków w roku 2019:

- Targi zagraniczne; Ferien Messe Wien, Holiday World Praga, Reisesmesse Dresden, targi ITB Berlin oraz Targi w Utrecht.
- Targi krajowe; Targi HoReCa w Ostródzie (9-10 kwietnia) oraz Nadarzyn World Travel Show 18-20 października 2019.
- W dniach 25 kwietnia oraz 15 maja ZLOT organizował bezpłatne szkolenie dla branży turystycznej pt. „Atrakcje Turystyczne Mazur Zachodnich część północna i południowa.” Celem szkolenia była integracja branży i poznanie regionu przez hotelarzy, osoby mające styczność z turystą, pracowników biur promocji i informacji turystycznej.
- We wrześniu ZLOT uzyskała tytuł Polskie Marki Turystyczne. Co daje szerokie możliwości promocji regionu na skalę ogólnopolską przy współpracy z Polską Organizacją Turystyczną oraz Ministerstwem Rozwoju. Jak zaznaczyli organizatorzy, laureaci i kandydaci zostali wybrani spośród 117 przysłanych zgłoszeń. Wszyscy, w szczególności kandydaci do tytułu "Polska Marka Turystyczna" otrzymają dostęp do zapewnionego przez Ministerstwo Sportu

i Turystyki wsparcia w postaci szkoleń, doradztwa eksperckiego, organizacji audytów, wizyt studyjnych czy badań dotyczących destynacji turystycznych. Na promocję miejsc, które otrzymały tytuł "Polskiej Marki Turystycznej" a także kandydatów wyasygnowano na rok 2020 jeden milion złotych.

- Wydana została nowa, aktualna mapa turystyczna Mazury Zachodnie, w wersji językowej polsko-niemiecko-angielsko-czeskiej. Nakład wyjściowy 4000 sztuk, skala 1:60 000, obejmująca również Iławę i Jeziorak. Mapa występuje także w wersji elektronicznej z możliwością wykorzystania do mobilnej nawigacji. Członkowie mieli możliwość zakupu jej po kosztach wytworzenia i dalszej sprzedaży w swoich obiektach.
 - Wydany został katalog w nowej szacie graficznej, spójny ze stroną internetową z ofertą sprzedażową Członków ZLOT oraz informacją o regionie (wersja albumowa z opisem) koszt przeznaczony w budżecie 32 000 zł.
 - 03 września 2019 roku w Podborzanach w Republice Czeskiej podczas corocznej krajowej konferencji organizacji turystycznych zostało zawarte POROZUMIENIE O WSPÓŁPRACY PARTNERSKIEJ pomiędzy: Stowarzyszeniem ZLOT oraz Agencją Turystyki obszaru Dolní Poohří o.p.s. z siedzibą w Žatcu. Treść porozumienia określa m.in.: podejmowanie wspólnych działań rozwijających i upowszechniających turystykę, rozwój ruchu turystycznego swoich podregionów w obszarach swoich zainteresowań i działalności statutowej, kreowanie pozytywnego wizerunku obu organizacji.
 - Powstała nowa strona internetowa www.mazury-zachodnie.pl
 - Prezentacja oferty regionu oraz członków organizacji podczas imprez plenerowych w tym Lotniczej Majówki, Pikniku Naukowego w Warszawie czy II Międzynarodowego Polonijnego Biegu „Jest nas 60 milionów”.
- ✓ **Warmińsko- Mazurska Regionalna Organizacja Turystyczna.**

EKSPozyCJE NA TARGACH TURYSTYCZNYCH, UDZIAŁ W WORKSHOPACH			Cel - pobudzenie popytu i umożliwienie kontaktów handlowych
			Efekt -tworzenie pozytywnego wizerunku Warmii i Mazur jako regionu oferującego różnorodne formy spędzania czasu wolnego
Targi w ramach działań własnych			
ADVENTUR - Wilno	styczeń 2019r. www.litexpo.lt	Ok. 150 wystawców z 16 krajów, odwiedzalność: ponad 16.000 osób	
		Stoisko indywidualne (brak stoiska	

		narodowego)
Poszukiwane oferty: agroturystyka, wypoczynek dla rodzin z dziećmi, oferty związane z kulturą rycerską, turystyka pielgrzymkowa		
IMTM - Izrael	luty 2019r. www.imtm-telaviv.com	Ok. 400 wystawców, odwiedzalność: ponad 25.000 osób; 24 edycja targów, wartość dodana: możliwość prezentacji oferty regionu i partnerów biznesowych dla izraelskich touroperatorów i mediów
Poszukiwana oferta – turystyka rodzinna, aktywna, wellness & spa		
WIATR i WODA - Warszawa	marzec 2019r. www.wiatriwoda.pl	Największe targi sportów wodnych i rekreacji w Polsce. 370 wystawców, 35 tys. zwiedzających
Poszukiwane materiały: mapy, szlaki wodne i rowerowe, baza noclegowa, ogólne informacje o regionie, wypoczynek dzieci i młodzieży		
Udział w innych targach będzie rozpatrywany w przypadku zgłoszenia się co najmniej dwóch partnerów (członków WMROT) przy założeniu jednorazowego udziału w montażu finansowym przez W-M ROT do 1.000 euro		
Workshopy w ramach działań własnych		
Kaliningrad	I pół. 2019r.	Spotkania stolikowe; prezentacja ofert przez branżę turystyczną Warmii i Mazur
Izrael	II pół. 2019r.	Spotkania stolikowe; prezentacja ofert branży turystycznej Warmii i Mazur
Poszukiwane oferty: pobyty weekendowe, wypoczynek dla młodzieży szkolnej, obiekty spa, aquaparki, ośrodki sportów zimowych, turystyka aktywna		

5. Promocja inwestycyjna

Współpraca z przedsiębiorcami to codzienne zadanie wszystkich wydziałów urzędu miasta. W ramach swoich właściwości urzędnicy oraz wóldarze starają się spotykać z lokalnymi inwestorami i reagować na ich potrzeby tak, aby umożliwić im rozwój, a co za tym idzie zwiększyć ilość miejsc pracy w Iławie. W 2019 roku na wniosek przedsiębiorców posiadających działki przeznaczone pod budowę zakładów przy ulicy Piaskowej zrealizowaliśmy zadanie polegające na budowie drogi z płyt drogowych na odcinku od ronda przy ul. Piaskowej do terenów produkcyjnych. Wykonano drogę

o powierzchni 5.040 m². W dniu 10.04.2019r. podpisano umowę z wykonawcą robót, a w dniu 04.07.2019r. odebrano inwestycję, podpisując protokół odbioru. Ogólny koszt inwestycji wyniósł 836.000,00 zł.

Przez cały rok przy współpracy Wydziału Komunikacji Społecznej oraz Wydziału Utrzymania Mienia Komunalnego prowadzona była promocja nieruchomości miejskich przeznaczonych do sprzedaży także pod kątem prowadzenia działalności gospodarczej.

Na przestrzeni ostatnich lat, dzięki realizacji inwestycji współfinansowanych ze środków unijnych w Ławie przybyło dużo miejsc do wypoczynku i rekreacji. Miejsca te mają istotne znaczenie dla przyszłych inwestorów pod kątem rozwoju lokalnego biznesu. Dla większości inwestorów bogate zaplecze wypoczynkowe jest bardzo istotne z punktu widzenia wypoczynku i regeneracji sił dla ich potencjalnych pracowników. Rozwój zaplecza edukacyjnego, bogata oferta zajęć sportowych, dostępność handlowa, czy też bogata oferta gastronomiczno-noclegowa są mocną stroną w promocji miasta jako miejsca atrakcyjnego inwestycyjnie. Zmiana wyglądu Ławy związana z zagospodarowaniem miasta i rozwojem infrastruktury spowodowała, że dotychczasowa oferta inwestycyjna przestała odzwierciedlać realne korzyści wynikające z inwestowania w Ławie.

Działania Wydziału Komunikacji Społecznej w kierunku promocji inwestycyjnej w roku 2019 były ściśle powiązane z działaniami promocyjnymi miasta po to, aby przedstawić jego nowe zmienione oblicze, przy użyciu tych samych narzędzi promocyjnych, jak w przypadku promocji turystycznej. Głównym hasłem promocyjnym miasta w roku 2019 było: "Ława - Twój przyjazny brzeg...". Głównym celem w roku 2019 było pokazanie Ławy, jako miejsca atrakcyjnego pod kątem turystycznym, inwestycyjnym, atrakcyjnego dla mieszkańców oraz biznesu z łatwym dostępem komunikacyjnym z każdego zakątka Polski. W artykułach prasowych, na portalach społecznościowych, mediach ogólnopolskich, czy też na stronie internetowej urzędu, pokazywaliśmy Ławę jako przyjazny brzeg dla biznesu.

W październiku 2019 roku Wydział Komunikacji Społecznej reprezentował Ławę na Festiwalu Promocji Gospodarczej Warmii i Mazur w Mrągowie, podczas którego można było zapoznać się z ofertami inwestycyjnymi samorządów z naszego regionu, problemami, jak i dobrymi praktykami stosowanymi w kontaktach samorządu z biznesem. Po przeanalizowaniu oferty inwestycyjnej miasta Ławy, zapadła decyzja o dostosowaniu jej do nowych realiów oraz unowocześnienie jej oraz opracowanie planu promocji miasta pt. "Ława – przyjazny brzeg dla Twojego biznesu". W Wydziale Komunikacji Społecznej zapadła decyzja o zwiększeniu etatów do 4 i zatrudnieniu, w roku 2020, pracownika odpowiedzialnego m.in. za kontakt z przedsiębiorcami, pozyskiwanie potencjalnych inwestorów, sporządzenie oraz promocję oferty inwestycyjnej dla miasta Ławy.

BURMISTRZ
MIASTA ŁAWY

Dawid Kopiczewski

KIEROWNIK WYDZIAŁU
Komunikacji Społecznej

mgr Beata Furmanek