

**Wydział Komunikacji Społecznej  
 Urząd Miasta Iławy**

**Podsumowanie i analiza Iławskiego pakietu wsparcia oraz innych działań antykrzysowych, podjętych w celu wsparcia lokalnych przedsiębiorców, ze szczególnym uwzględnieniem turystyki i gastronomii w czasie pandemii.**

**Iławski Pakiet Wsparcia**

**Umorzenia/raty/odroczenia**

Iławski Pakiet Wsparcia został opracowany i wdrożony w kwietniu 2020 r. Przygotowano szereg narzędzi w celu ograniczenia negatywnego wpływu obostrzeń gospodarczych związanych z rozwojem epidemii. Przedsiębiorcy najchętniej korzystali z możliwości ubiegania się o umorzenie/rozłożenie na raty/odroczenie terminu spłaty zobowiązań z tytułu podatku:

	<b>Podatek od nieruchomości osoby fizyczne</b>	<b>Podatek od nieruchomości osoby prawne</b>	<b>Podatek od środków transportowych</b>	<b>Suma</b>
<b>umorzenie</b>	94 591,47	142 132,00	12 876,00	249 599,47
<b>umorzenie odsetki</b>	2 486,00	1 426,00	146,00	4 058,00
<b>odmowa umorzenia</b>	167 395,15	303 117,50	2 396,00	472 908,65
<b>rozłożenie na raty</b>		82 996,00		82 996,00
<b>rozłożenie odsetki</b>		437,00		437,00
<b>rozłożenie opł.prolong.</b>		1 448,00		1 448,00
<b>odmowa rozłożenia</b>				0,00
<b>odroczenie</b>	22 986,00	632 689,00		655 675,00
<b>odroczenie odsetki</b>	50,00			50,00
<b>odroczenie opł.prolong.</b>	285,00	10 230,00		10 515,00
<b>odmowa odroczenia</b>				0,00

Przedsiębiorcom z branż turystycznej i gastronomicznej umorzono kwotę podatku i odsetek w łączne wysokości **175 551,17 zł.**

Łącznie wpłynęło 77 wniosków, z których:

- 16 otrzymało decyzje odmowną,
- 36 otrzymało decyzję o częściowym umorzeniu
- 17 otrzymało decyzję o całkowitym umorzeniu
- 4 otrzymały pozytywną decyzję o odroczenie terminu płatności
- 1 otrzymał akceptację rozłożenia płatności na raty

**Wydział Komunikacji Społecznej  
Urząd Miasta Ławy**

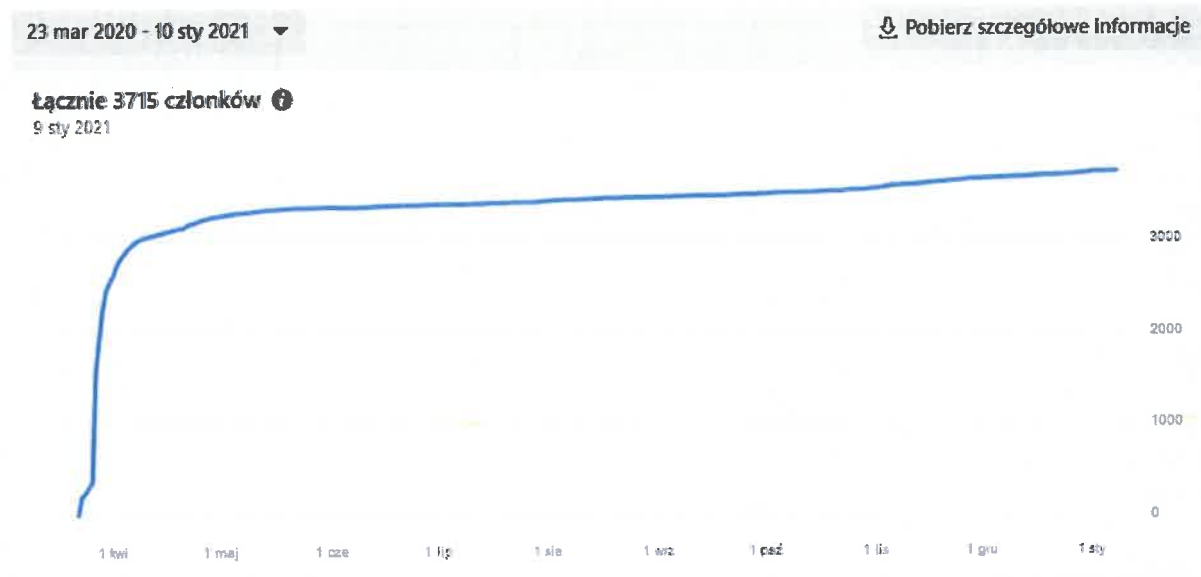
- 3 dotyczyły połączonej pomocy w postaci odroczenia i umorzenia i otrzymały częściową akceptację

Wsparcia dla przedsiębiorców w postaci umorzeń udzieliły również jednostki podległe:

- ławskie Centrum Sportu Turystyki i Rekreacji przyznało wsparcie w postaci umorzeń w okresie III-XII.2020 r. łącznie 18 podmiotom gospodarczym i 2 osobom fizycznym na kwotę **93 073,78 zł** (kwoty z tytułu banerów reklamowych umieszczonych na basenie, dzierżawy pomieszczeń w hali sportowej oraz na basenie)
- ławskie Towarzystwo Budownictwa Społecznego ZGL Sp. z o.o. przyznało umorzenia 3 podmiotom gospodarczym na kwotę **13 228,02 zł**.

**Ława na wynos**

Z myślą o wsparciu ławskiej gastronomii założono w medium społecznościowym Facebook grupę **Ława na wynos**. Ma ona na celu prezentację oferty ławskich lokali, które mogą dostarczać posiłki metodą „na wynos” w momencie gdy nie mogą świadczyć swoich usług w tradycyjny sposób. Od momentu działania grupy cieszy się ona dużą popularnością i w chwili obecnej liczy ponad 3,7 tys. członków.



Działalność grupy była promowana w lokalnych mediach: Infoława, Gazeta ławska, RadioNet, Meloradio, Eska oraz na profilach miasta w mediach społecznościowych z wykorzystaniem oznaczeń i hashtagów. Przygotowano naklejki z wizualizacją logotypu grupy, które zostaną dostarczone do ławskich lokali gastronomicznych w ramach działań marketingowych.

**Akcja Bezpieczny w sklepie**

Z chwilą pojawiania się doniesień o konieczności zachowania bezpieczeństwa w naszym kraju z uwagi na rozszerzającą się pandemię COVID-19 urząd przy zaangażowaniu

**Wydział Komunikacji Społecznej  
Urząd Miasta Ławy**

ZHP Hufiec Ława dostarczył do kilkuset sklepów z terenu miasta pakiety ochronne (maseczka, płyn do dezynfekcji, instrukcja). Działanie miało charakter informacyjny i profilaktyczny, zwracając uwagę na konieczność dbania o bezpieczeństwo.

**Akcje promocyjne**

Po pierwszej fali pandemii gdy rząd wprowadził luzowanie ograniczeń, w tym również tych związanych z branżą turystyczną, zrealizowana kampanię radiową oraz przygotowano serię postów i wpisów w mediach społecznościowych (profile Ława oraz Ława inspiruje). Miały one za zadanie przedstawić Ławę jako miejsce, w którym można odpocząć od bieżącej sytuacji i które jest gotowe na przyjęcie turystów.

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. 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 mln 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 filmowy dopasowany do spotu radiowego, z płatną promocją w miejscowościach, gdzie emitowany był spot radiowy, miał na celu wzmocnienie oraz uzupełnienie przekazu radiowego obrazem.

**Ten film został użyty w 1 poście**

Posty	Zamieszczona data	Szacunkowy zasięg	3-sekundowe wyświetlenia filmu	10-sekundowe wyświetlenia filmu	Unikatowe 3-sekundowe wyświetlenia	Aktywność dotycząca posta oglądania filmu	Sredni czas
Łława #ZmienTerminNieOdwołuj#CzasNa...	14.05.2020 23:27	68 tys.	35 tys.	12 tys.	29 tys.	1,3 tys.	0:05 / 0:38

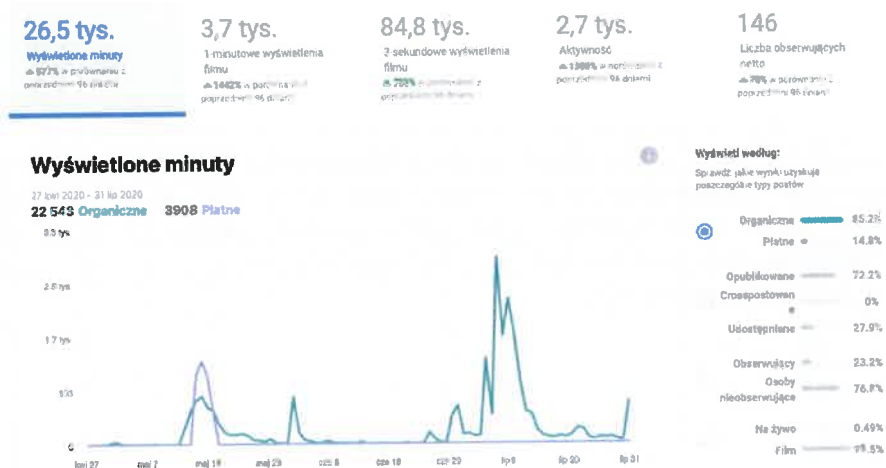
**Łączna liczba 3-sekundowych wyświetleń na Facebooku: 35 tys.**

Wykorzystano do tego celu materiały filmowe prezentujące walory i uroki naszego miasta. Łącznie opublikowano 7 postów z materiałami filmowymi, które cieszyły się dużymi zasięgami odbiorców (od 1,5 tys. wyświetleń do ponad 35 tys. wyświetleń).

✓ W okresie od maja do lipca wydział opublikował także kilka spotów promocyjnych zachęcających do odwiedzin naszego miasta. Poniżej przedstawione są statystyki z zasięgami poszczególnych postów na portalu społecznościowym Facebook.



Wykres przedstawia łączną ilość wyświetleń wszystkich filmów promocyjnych w okresie od 27 kwietnia do 31 lipca 2020 r.



Wykres przedstawia łączny zakres wyświetlania filmów promocyjnych z podziałem na wyniki organiczne (bez opłat za sponsorowanie) oraz płatne reklamy na Facebook w okresie od 27 kwietnia do 31 lipca 2020 r.



Wykres przedstawia łączny zakres wyświetlania filmów promocyjnych z podziałem na wyniki osób, które obserwują profil oraz na osoby, które go dotychczas nie obserwowały w okresie od 27 kwietnia do 31 lipca 2020 r. Z wykresu tego można wywnioskować, że wyświetlane filmy trafiały głównie do nowych odbiorców, którzy dotychczas nie obserwowali ławskiego profilu na Facebook.

Jednocześnie w ogólnopolskich wydawnictwach opublikowano materiały zachęcające do odwiedzin Ławy w momencie poluzowania obostrzeń:

- ✓ 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 18 000 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 9 000 pobrań.
- ✓ Reklama miasta „Czas na Ławę! Poczekamy na WAS!” 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 i 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.

**Wydział Komunikacji Społecznej  
Urząd Miasta Ławy**

- ✓ 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.

**Informacja i doradztwo**

Realizowana była na bieżąco akcja informacyjno-doradcza polegająca na:

- publikacjach informacji i możliwości wsparcia z Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, Krajowej Izby Gospodarczej,
- udzielenie informacji telefonicznych i mailowych przedsiębiorcom zainteresowanym skorzystaniem ze wsparcia w ramach lokalnego i rządowego programu przeciwdziałania skutkom pandemii,
- promowanie informacji na temat możliwości skorzystania ze szkoleń, wzięcia udziału w akcjach wspierających przedsiębiorców,
- promowanie akcji wykorzystania bonów turystycznych w Ławie za pomocą mediów społecznościowych oraz witryny ilawa.pl.

**INSPEKTOR**  
*mgr Jakub Kaska*

**KIEROWNIK WYDZIAŁU  
Komunikacji Społecznej**

*mgr Beata Furmanek*

**z up. Burmistrza  
I ZASTĘPCA BURMISTRZA**

*Dorota Kamińska*