



ŚLĄSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Siedziba: 40-085 Katowice, ul. Mickiewicza 29, tel.: 32/ 207 207 1, fax: 32/ 207 207 2

Katowice, 30 marca 2010 r.

SPRAWOZDANIE KOŃCOWE Z REALIZACJI PROJEKTU „TYMRAZEM ŚLĄSKIE! PROMOCJA TURYSTYCZNA WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO PODCZAS TARGÓW KRAJOWYCH I ZAGRANICZNYCH WRAZ Z PUBLIKACJĄ MATERIAŁÓW INFORMACYJNYCH I PROMOCYJNYCH”

Projekt „**tymRazem Śląskie! Promocja turystyczna województwa śląskiego podczas targów krajowych i zagranicznych wraz z publikacją materiałów informacyjnych i promocyjnych**” Śląska Organizacja Turystyczna realizowała wraz z czterema partnerami subregionalnymi:

- Związkiem Gmin Jurajskich
- Stowarzyszeniem Rozwoju i Współpracy Regionalnej „OLZA”
- Stowarzyszeniem „Region Beskidy”
- Związkiem Gmin i Powiatów Subregionu Zachodniego Województwa Śląskiego z siedzibą w Rybniku.

W trakcie realizacji projektu osiągnięto wszystkie założone w studium wykonalności wskaźniki.

Wskaźnik produktu	Rok bazowy = 2007	Rok 2008	Rok 2009	Rok 2010
Liczba kampanii promujących lokalne i regionalne produkty turystyczne	0	0	12	18

W trakcie 12 imprez targowych w 2009 r. (7 targów krajowych i 5 zagranicznych) i kolejnych 6 (2 krajowych i 4 zagranicznych) w 2010 r. **targowa publiczność wyniosła 1 103 000 osób**, a więc prawie dwa razy więcej niż założono w studium wykonalności (tj. 583 000).

Łączne zestawienie ilości odwiedzających poszczególne imprezy targowe przedstawia poniższa tabela.

Lp.	Nazwa targów	Rok	Ilość odwiedzających*
1	VAKANTIEBEURS Utrecht	2009	100 000
2	Salon des Vacances Bruksela	2009	100 000
3	Intourex Sosnowiec	2009	7 500
4	Na Styku Kultur Łódź	2009	7 000
5	ITB Berlin	2009	180 000
6	MAP Paryż	2009	93 000
7	Krakowski Salon Turystyczny	2009	6 000
8	GTT Gdańsk	2009	10 000



PROGRAM
REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO





ŚLĄSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Siedziba: 40-085 Katowice, ul. Mickiewicza 29, tel.: 32/ 207 207 1, fax: 32/ 207 207 2

9	LATO Warszawa	2009	26 000
10	TT Warsaw	2009	18 000
11	UKRAINE Kijów	2009	25 000
12	Tour Salon Poznań	2009	25 000
13	VAKANTIEBEURS Utrecht	2010	100 000
14	Salon des Vacances Bruksela	2010	110 000
15	Intourex Sosnowiec	2010	8 500
16	Na Styku Kultur Łódź	2010	8 000
17	ITB Berlin	2010	179 000
18	MAP Paryż	2010	100 000
łącznie			1 103 000

* dane opracowane na podstawie statystyk prowadzonych przez organizatorów targów

Każdy z partnerów projektu wydał swoje materiały promocyjne i informacyjne, które były kolportowane na 18 targach krajowych i zagranicznych.

Wydawnictwa informacyjne:

- Śląskiej Organizacji Turystycznej:
 - **Przewodnik turystyczny województwa śląskiego** – 25 000 egz. mapy i 25 000 egz. informatora (wersje językowe: polska, angielska, niemiecka, francuska, holenderska i ukraińska)
 - **Śląskie Smaki** – 10 000 egz. (wersje językowe: polska, niemiecka, francuska, angielska, holenderska i ukraińska)
- Związku Gmin Jurajskich:
 - **Mapa 101 atrakcji Jury** – 24 000 egz.
 - **przewodnik Jura Krakowsko-Częstochowska i jej produkty turystyczne** – 24 000 egz.
 - **Zamki Jury Krakowsko-Częstochowskiej** – 5 000 egz.
- Stowarzyszenia Rozwoju i Współpracy Regionalnej „OLZA” i Stowarzyszeniem „Region Beskidy” (wydawnictwa wspólne):
 - **folder informacyjny Produkty turystyczne Euroregionów Beskidy i Śląsk Cieszyński** – 10 000 egz.
 - **ulotki informacyjne – produkty turystyczne** – 330 000 egz.
 - **Mapa turystyczna Euroregionów Beskidy i Śląsk Cieszyński** – 10 000 egz.
- Związku Gmin i Powiatów Subregionu Zachodniego Województwa Śląskiego z siedzibą w Rybniku:
 - **Atlas trasy rowerowe Subregionu Zachodniego** – 8 500 egz.

Oprócz wydawnictwa informacyjnych Związków Gmin i Powiatów Subregionu Zachodniego Województwa Śląskiego z siedzibą w Rybniku wydał kilka materiałów promocyjnych:

- **koszulki z nadrukami** – 1 000 szt.
- **smycze** – 4 000 szt.
- **panoramy na trasach rowerowych** – 5 000 szt.



PROGRAM
REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOSCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO





ŚLĄSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Siedziba: 40-085 Katowice, ul. Mickiewicza 29, tel.: 32/ 207 207 1, fax: 32/ 207 207 2

Zgodnie z założeniami zawartymi w studium wykonalności łączny **nakład wydanych i rozdysponowanych w ramach projektu materiałów informacyjnych wyniósł 471 500 egzemplarzy, a promocyjnych – 10 000 egzemplarzy.**

We wszystkich ww. materiałach informacyjnych i promocyjnych prezentowane były 23 markowe produkty turystyczne województwa śląskiego, które są drugim określonym w studium wykonalności wskaźnikiem.

Wskaźnik rezultatu	Rok bazowy = 2008	Rok 2009	Rok 2010
Liczba wypromowanych markowych produktów turystycznych	0	23	23

W wydanych materiałach informacyjnych i promocyjnych zawarte były informacje o wszystkich 23 markowych produktach turystycznych śląskiego, tj.:

- Turystyka przemysłowa – Szlak Zabytków Techniki
- Festiwal Śląskie Smaki® – tradycyjna kuchnia regionalna
- Turystyka pielgrzymkowa
- Turystyka aktywna
- Turystyka kulturowa
- Trasy rowerowe subregionu zachodniego – turystyka aktywna na terenie Zielonej Oazy Kultur.
- Turystyka rowerowa
- Turystyka piesza
- Wspinaczka
- Zamki
- Jaskinie
- Szlak Tradycyjnego Rzemiosła
- Szlak Myślistwa
- Szlak Starówek
- Kraków – Morawy - Wiedeń Greenways
- Szlak Bursztynowy
- Szlak Habsburgów
- Szlak Architektury Drewnianej
- Szlak Książęcy
- Szlak Szczytami Beskidów
- Szlak Papieski
- Szlak Owocowy
- Transbeskidzki Szlak Konny



**PROGRAM
REGIONALNY**
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO





ŚLĄSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Siedziba: 40-085 Katowice, ul. Mickiewicza 29, tel.: 32/ 207 207 1, fax: 32/ 207 207 2

W ramach promocji projektu „tymRazem Śląskie...” w Katowicach odbyły się dwie konferencje, na które zaproszono przedstawicieli branży turystycznej i mediów:

- konferencja rozpoczynająca projekt – 10 grudnia 2008 r.
- konferencja kończąca projekt – 15 marca 2010 r.

Oprócz konferencji informacje o przeprowadzanych w ramach projektu kampaniach promocyjnych zamieszczano na bieżąco na stronach internetowych lidera projektu (www.silesia-sot.pl) i partnerów oraz rozsyłano newsletter do mediów – w wyniku tej działalności informacje o kampaniach promocyjnych, prowadzonych w ramach projektu „tymRazem Śląskie...” ukazały się w kilkudziesięciu artykułach zamieszczonych w Internecie oraz w kilkunastu materiałach w mediach branżowych i codziennych (radio i dzienniki regionalne).



**PROGRAM
REGIONALNY**
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOSCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO

