

	<p>prasa kobieca, wydawnictwa branżowe emisja; 2008, 2009, 2010</p> <p>Bilboardy usytuowane w centrach miast Polski. Zastosowane zostanie logo turystyczne, hasło promocyjne regionu świętokrzyskiego, adres strony internetowej www.swietokrzyskie.travel oraz intrzygujące rozwiązania graficzne i tekstowe. Ilość: 200 (po 100 w 2009 i 2010) Wielkość bilbordów - tablice standardowe Czas trwania - akcja bilbordowa będzie miała miejsce w latach 2009 i 2010 roku, czas trwania – jeden miesiąc, przed sezonem turystycznym Dodatkowo region promowany będzie na tzw. city- light'ach (80 sztuk rocznie)</p>	<p>Polepszenie turystycznego wizerunku całego regionu, co znajdzie przełożenie w zwiększonych dochodach z turystyki.</p>	<p>250,00</p>
<p>10.</p>	<p>Reklama zewnętrzna</p>		
<p>11.</p>	<p>Badania wizerunkowe</p> <p>Badania „fokusowe” prowadzone w dwóch etapach: A. Moduł „etap I - wizerunek” – 6 do 8 grup badawczych - po 3 lub 4 w dwóch wybranych miejscach Polski (np. Warszawa i Katowice, B. Moduł „etap I - wizerunek” plus etap II - kampania” jw.</p>	<p>Właściwe ukierunkowanie kampanii na rynku docelowe, gwarancja lepszej skuteczności podjętych działań. Poznanie opinii konsumentów na poziomie projektowania ułatwi wybór najlepszej idei, obniży koszty w przypadku podjęcia niespójnej z oczekiwaniami decyzji oraz pozwoli w pełni wykorzystać potencjał testowanych koncepcji. Na etapie „po kampanii” pozwoli ocenić skuteczność zastosowanych technik.</p>	<p>49,00</p>
<p>12</p>	<p>Materiały reklamowe</p> <p>Zakup tzw „gadżetów świętokrzyskich” (parasole, długopisy, kalkulatory, kubki, T-shirty, torby, zegary, itp.)</p>	<p>Cześć zakupionych materiałów promocyjnych zostanie przekazana członkom ROT</p>	<p>37,00</p>
	<p>Łącznie koszty działań promocyjnych</p>		<p>6.300,00</p>

*Rodzaj zastosowanych działań promocyjnych i kwoty przeznaczone na ich realizację będą przedmiotem analiz zespolów eksperckich i dyskusji członków ROT w trakcie debat roboczych. Ostateczne ustalenia rzeczowo- finansowe zapadną w terminie umożliwiający złożenie dokumentów aplikacyjnych.

4. Realizacja projektu

Zakłada się, iż projekt będzie zrealizowany maksymalnie **do 2010 roku**, finansowanie projektu przez samorządy przewiduje się przez okres 3 lat (2008, 2009, 2010)

5. Wartość i finansowanie projektu

Całkowitą wartość projektu szacuje się na maksymalną kwotę **7.000.000,00 (siedem milionów złotych)**.

Zgodnie ze wstępnymi założeniami współfinansowania projektu, nakłady finansowe zostaną pokryte **przez członków ROT w 15% i przez środki EFRR w 85%**.

Finansowanie z EFRR - środki w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego; działanie 2.3 Promocja gospodarcza i turystyczna regionu.

Wkład własny - zostanie zabezpieczony przez środki własne organizacji oraz samorządy, będące członkami ROT, w postaci podwyższonej składki członkowskiej w latach: 2008, 2009, 2010.

Wkład własny wyniesie 1.050,000,00 - co daje **rocznie kwotę 350.000,00 PLN**.

Planuje się pokrycie rocznego wkładu własnego (tj kwoty 350.000,00) z następujących źródeł;

- 79.220,00 - środki własne Regionalnej Organizacji Turystycznej
- 200.000,00 - dodatkowa kwota składki Samorządu Województwa
- 37.780,00 - dodatkowa kwota składki Miasta Kielce,
- 33.000,00 - dodatkowa kwota ze składek innych samorządów

Na całkowite koszty zadania (7.000.000,00 PLN) składają się :

- 6. 300.000,00 - (90%) koszty operacyjne działań (wg tabeli nr.1),
- 700.000,00 - (10%) koszty administracyjne (biuro projektu) oraz przygotowawcze (dokumenty aplikacyjne)

Dopuszcza się możliwość zmniejszenia całkowitej wartości projektu w przypadku:

- braku zainteresowania części członków przystąpieniem do projektu,
- zmniejszenia finansowania przez EFRR ,
- z innych istotnych powodów,

Dopuszcza się możliwość zwiększenia całkowitej wartości projektu w przypadku;

- zwiększenia się wkładu własnego z inicjatywy własnej członków ROT,
- poprzez pozyskanie nowych członków zainteresowanych realizacją projektu ,
- z innych istotnych powodów.