

Kieruj projekt na xx XI sejm
dn. 28-10-09r.

Uchwała Nr
Rady Miejskiej w Chmielniku
z dnia

Burmistrz
Jarosław Zatorski

w sprawie przyjęcia programu gospodarczego pn. „Świętokrzyski Sztetl – kampania promocyjna” na lata 2010 -2012.

Na podstawie art. 18, ust. 2, pkt. 6 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (Dz. U. z 2001 r. nr 142, poz. 1591 z późn. zm.) oraz art. 12, art. 28, ust. 3 i art. 32, ust. 3 ustawy z dnia 25 października 1991 r. o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej (Dz. U. z 2001r. nr 13, poz. 123 z późn. zm.) ,Rada Miejska w Chmielniku uchwała co następuje:

§ 1

Rada Miejska pozytywnie opiniuje starania Chmielnickiego Centrum Kultury w Chmielniku o dofinansowanie z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2007 – 2013 dla programu pn. „Świętokrzyski Sztetl – kampania promocyjna” na lata 2010 -2012.

§ 2

1. W celu rozwoju i promocji Gminy Chmielnik przyjmuje się program gospodarczy Gminy Chmielnik pn. „Świętokrzyski Sztetl – kampania promocyjna” na lata 2010 – 2012, stanowiący załącznik do niniejszej uchwały.
2. Rada Miejska corocznie w uchwałach budżetowych zabezpieczy środki finansowe jako dotację dla Chmielnickiego Centrum Kultury na realizację zadań ujętych w programie, o którym mowa w ust. 1.

§ 3

Wykonanie uchwały powierza się Burmistrzowi Miasta i Gminy Chmielnik.

§ 4

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia

Sporządził:
Włodzisław Marchewka

KONRAD KOKOWSKI
ADWOKAT

Uzasadnienie

Chmielnickie Centrum Kultury w związku z ogłoszonym przez Zarząd Województwa naborem wniosków o dofinansowanie ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego i budżetu państwa na Działanie 2.3 Promocja gospodarcza i turystyczna regionu opracowało i złożyło w kwietniu br. wniosek pn. „Świętokrzyski Sztetl – kampania promocyjna”. Wniosek został pozytywnie oceniony i zakwalifikowany do realizacji, czego wyrazem jest podpisana pre-umowa nr. WND-RPSW.02.03.00-26-009/09.

Do zawarcia ostatecznej umowy oraz realizacji programu niezbędne jest zapewnienie udziału własnego Chmielnickiego Centrum Kultury w wysokości 20 % planowanych nakładów.

W programie narzędzia promocji i kanały komunikacyjne zostały dopasowane do specyfiki branży turystycznej w sposób, który umożliwia prowadzenie najefektywniejszej kampanii przy założonym budżecie..

Program ma zasięg międzynarodowy i będzie oddziaływał na dużą liczbę odbiorców krajowych i zagranicznych. Wpłynie na zwiększenie liczby przyjazdów turystów oraz ułatwi dostęp do informacji turystycznej. Efekty programu znacząco wpłyną na rozwój społeczno-ekonomiczny i wizerunek Gminy Chmielnik i województwa świętokrzyskiego.

Program będzie miał wpływ na zrównoważony rozwój województwa oraz wzrost dochodów mieszkańców i samorządów gminnych. Pośrednio przyczyni się do powstania wielu nowych miejsc pracy i rozwoju gospodarki turystycznej i około turystycznej..

Wsparcie finansowe programu ze środków Unii Europejskiej i jego realizacja jest odpowiedzią na oczekiwania podmiotów turystycznych, turystów i społeczności lokalnych.

Realizacja programu jest zgodna z celami statutowymi Chmielnickiego Centrum Kultury, które prowadzi działalność kulturalną - finansowaną, zgodnie z ustawą o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej, ze środków zapewnionych przez Gminę Chmielnik.

**PROGRAM GOSPODARCZY
GMINY CHMIELNIK
„ŚWIĘTOKRZYSKI SZTETL – KAMPANIA PROMOCYJNA”
NA LATA 2010 – 2012**

1. Wstęp.

„Świętokrzyski Sztetl – kampania promocyjna” to program na wykreowanie, w latach 2010 – 2012, markowego produktu turystycznego wpływającego na tożsamość Chmielnika i popartego dotychczasowym doświadczeniem lokalnego samorządu.

Markowy produkt turystyczny „Świętokrzyski Sztetl” docelowo tworzyć będzie:

- Odrestaurowany obiekt synagogi w Chmielniku,
- Odnowiony cmentarz żydowski,
- Wydarzenie „Spotkania z Kulturą Żydowską” w Chmielniku i inne w regionie,
- Inne obiekty żydowskie w Pińczowie, Szydłowie, Chęcinach i innych miejscach w zależności od zainteresowania lokalnego samorządu i podmiotów zarządzających danym obiektem.

Celem kampanii jest wykreowanie unikatowego i całorocznego markowego produktu turystycznego „Świętokrzyski Sztetl” oraz zbudowanie popytu na niego.

Program wpisuje się w Strategię Rozwoju Turystyki w Województwie Świętokrzyskim 2006-2014 i jest uzupełnieniem „Kampanii promocyjnej Województwa Świętokrzyskiego” realizowanej przez Regionalną Organizację Turystyczną Województwa Świętokrzyskiego (której Gmina Chmielnik jest członkiem).

Program koncentruje się na jednym z potencjalnych produktów województwa świętokrzyskiego – kulturze żydowskiej.

Osoby narodowości żydowskiej i przyjeżdżające z Izraela to jedna z najważniejszych grup zagranicznych turystów w województwie świętokrzyskim. Program wykorzystuje dostępne narzędzia promocji i kanały komunikacyjne odpowiednio do postawionych celów oraz określonej grupy odbiorców.

Program jest ogromną szansą na rozwoju turystyki w Chmielniku, a uwzględniając jego specyfikę - także w całym województwie świętokrzyskim.

2. Definicja celów programu.

Misja.

Wykreowanie unikatowego, całorocznego produktu turystycznego „Świętokrzyski Sztetl”

Cele szczegółowe:

Cel 1

Wzrost konkurencyjności gospodarczej Chmielnika.

Rozwój markowych produktów turystycznych to szansa na nowe inwestycje, na rozwój branży turystycznej a co za tym idzie wzrost dochodów mieszkańców Chmielnika.

Gospodarka turystyczna może być jednym z bardzo ważnych elementów rozwoju Chmielnika. Unikatowość „Świętokrzyskiego Sztetla” jest szansą na zainteresowanie się nim nie tylko turystów przyjeżdżających do województwa świętokrzyskiego ale również stanie się jednym z głównych powodów przyciągających do regionu. W okolicy Chmielnika znajduje się duża ilość obiektów noclegowych: agroturystyka – Śladków; pensjonaty, uzdrowiska – Busko Zdrój. Program jest szansą na pełne wykorzystanie tej bazy oraz powstawanie nowych obiektów.

Cel 2

Zwiększenie krajowej i zagranicznej turystyki przyjazdowej do regionu.

Osoby narodowości żydowskiej są jedną z głównych grup zagranicznych przyjeżdżających do regionu. Program przyczyni się do wzrostu tej liczby oraz przyciągnie osoby innych narodowości, które chcą poznać kulturę żydowską. Wirtualny system informacji w trzech językach to dostępność do informacji i promocja można powiedzieć na całym świecie. Informacje wytworzone w ramach programu zostaną wykorzystane do publikacji w wersji papierowej, elektronicznej oraz posłużą do przekazania dla innych podmiotów działających na rzecz rozwoju turystycznego województwa świętokrzyskiego, np. Regionalna Organizacja Turystyczna na potrzeby informacji turystycznej. Działania informacyjne i promocyjne obejmują przede wszystkim Chmielnik, jednak zgodnie z zasadą, że turyści nie dotyczą granice administracyjne oraz zdając sobie sprawę potrzeby oferowania kompleksowych rozwiązań w materiałach promocyjnych będą również informacje o atrakcjach w regionie Chmielnika. Dodatkowa zamieszczone będą wybrane informacje o historii Żydów na ziemi świętokrzyskiej i pozostałych po niej śladach. Szeroka i kompleksowa kampania promocyjna pozwoli na dotarcie do ponad 5 000 000 ludzi z informacją o „Świętokrzyskim Sztetl”.

Cel 3

Rozwój turystyki kulturowej – etnicznej.

Dla osób pochodzenia żydowskiego region świętokrzyski kojarzony jest głównie negatywnie. Świętokrzyski. Świętokrzyski Sztetl to szansa na zbudowanie pozytywnego wizerunku i przyciąganie nowych turystów do regionu. Przed II wojną światową w bardzo wielu miastach i miasteczkach województwa świętokrzyskiego (tzw. Sztetl) odsetek mieszkańców narodowości żydowskiej znacznie przewyższał liczbę polskich mieszkańców. Region obfituje w wiele obiektów świadczących o bytności Żydów. Do dziś zachowały się synagogi, chedery, kirkuty, niektóre sięgające nawet XVI wieku. Należy tutaj wymienić nie tylko Kielce, które znajdują się na trasie każdej wycieczki żydowskiej, ale również inne, mniej znane, miejscowości, które mogą poszczycić się unikatowymi zabytkami kultury żydowskiej: Pińczów, Chmielnik, Chęciny i Szydłów. Już obecnie na teren województwa przyjeżdża wiele osób z Izraela, traktując takie podróże jako swoistego rodzaju powroty do korzeni. Do Polski przyjeżdża także wiele zorganizowanych grup żydowskich, jako że program nauczania w Izraelu sugeruje, by każdy uczeń, chociaż raz w życiu zobaczył na własne oczy miejsca związane z historią Żydów. Na trasie tego typu wycieczek znajdują się takie miejsca, jak Oświęcim, Warszawa, Brzezinka oraz Kielce. Wizyta na ziemi świętokrzyskiej ogranicza się w chwili obecnej tylko do wizyty na Plantach, gdzie wydarzenia w 1946 roku spowodowały śmierć kilkudziesięciu osób narodowości żydowskiej. W związku z tym właściwe jest podjęcie działań pokazujących pozytywne przykłady wspólnego życia Polaków i Żydów. Organizowana od kilku lat w Chmielniku Spotkania z Kulturą Żydowska to jeden z ważnych kroków w kreowaniu produktu „Świętokrzyski Sztetl”. Wydarzenie to obudowane jest różnymi formami aktywności - inscenizacje, występy teatrów żydowskich, pokazy kulinarne, wystawy fotografii etc., a kluczowym celem jest próba stworzenia "klimatu

żydowskiej ulicy". W Chmielniku funkcjonuje już restauracja żydowska oraz został odrestaurowany cmentarz żydowski.

Cel 4

Zbudowanie popytu na całoroczny produkt turystyczny „Świętokrzyski Sztetl”.

„Świętokrzyski Sztetl” to autentyczny zabytkowy obiekt, który zostanie odrestaurowany i wyposażony w najnowocześniejsze urządzenia multimedialne i interaktywne umożliwiające atrakcyjne zwiedzanie przez cały rok. W ramach kampanii promocyjnej zostanie przeprowadzonych szereg działań marketingowych którym celem jest kreowanie produktu i budowanie na niego popytu. Bardzo ważnym elementem kampanii jest również marketing wewnętrzny dzięki któremu region zostanie przygotowany między innymi do obsługi osób narodowości żydowskiej. W ramach programu przeprowadzone zostaną również działania adresowane do obiektów noclegowych na terenie i w okolicy Buska Zdroju – miejsca do którego co roku przyjeżdża na dłuższy pobyt kilkadziesiąt tysięcy kuracjuszy – są oni potencjalnymi bardzo prawdopodobnymi Klientami „Świętokrzyskiego Sztetla”.

Wszystkie opisane działania wynikają bezpośrednio z zapisów Strategii Rozwoju Turystyki w województwie świętokrzyskim na lata 2006-2014.

3. Opis korzyści z realizacji programu.

Osiągnięcie celów programu zaowocuje korzyściami w skali makro- i mikroekonomicznej, przy czym należy szczególnie zaznaczyć, że korzyści te należy traktować, jako oddziaływanie programu na przestrzeni lat (długofalowo), a pojawienie się ich, będzie uwarunkowane m.in. powodzeniem realizacji niniejszego programu. Do korzyści długofalowych – można zaliczyć:

- zwiększanie liczby przyjazdów turystów krajowych i zagranicznych;
- poprawę wizerunku turystycznego Chmielnika;
- poszerzenie oferty turystycznej regionu, a więc silniejszą konkurencyjność w stosunku do bardziej znanych regionów turystycznych,
- rozwój usług i infrastruktury około turystycznej;
- zwiększenie napływu inwestorów krajowych i zagranicznych, m. in. branży turystycznej - rozwój mikro, małych i średnich przedsiębiorstw,
- powstawanie nowych przedsiębiorstw, generujących nowe miejsca pracy (bezpośrednio lub/i pośrednio), związanych z rozwojem zaplecza turystycznego,
- rozwój społeczno – ekonomiczny, aktywizacja mieszkańców województwa, nowe inicjatywy i programy, samo zatrudnienie,
- poprawę warunków życia mieszkańców poprzez zwiększenie ich dochodów generowanych z sektora usług turystycznych i około turystycznych,
- wyrównanie szans rozwojowych biednego regionu, jakim jest według wszelkich danych województwo świętokrzyskie,
- zwiększenie dostępu do informacji turystycznej.

4. Opis i uzasadnienie programu

Chmielnik jako miasto historycznie powiązane jest z narodem żydowskim (w okresie przed II wojną światową mieszkańcy narodowości żydowskiej stanowili ok. 80 % ogólnej liczby mieszkańców), posiada wiele atutów umożliwiających realizację programu a są nimi:

- małomiasteczkowa zabudowa powstała w połowie XIX wieku po pożarach, które strawiły całą wcześniejszą zabudowę, zachowana do dnia dzisiejszego bez większych zmian,
- dobrze zachowaną synagogę i odbudowany cmentarz żydowski,
- duży rynek, umożliwiający przeprowadzanie imprez plenerowych.

Jak podaje Strategia rozwoju turystyki w województwie świętokrzyskim Izraelski program nauczania w klasie 10-tej obejmuje zagadnienia związane Holocaustem. Ministerstwo Edukacji sugeruje, aby w ramach programu nauczania każda klasa 10-ta odwiedziła Polskę. Chociaż głównym powodem przyjazdu jest odwiedzanie miejsc zagłady, program pobytu obejmuje również inne miejsca związane z historią i kulturą żydowską. Obecnie na trasach wizyt grup żydowskich są Kielce (niestety głównie dom pogromu na Plantach), w dużo mniejszym stopniu synagogi w Pińczowie i Szydłowie (choć ostatnio obserwowany jest stopniowy wzrost przyjazdów). Województwo świętokrzyskie dysponuje nieporównanie większym potencjałem, który z powodzeniem można wykorzystać. Powody pozafinansowe są równie istotne. Niewątpliwie warto zadbać o to, aby przyjeżdżający do województwa Żydzi nie postrzegali go jedynie przez pryzmat pogromu kieleckiego w 1946 r., bowiem niezależnie od sporów historycznych, dotyczących jego genezy i przebiegu, nie służy to dobrze wizerunkowi Regionu. Należy rozszerzać ofertę turystyczną i prezentować inicjatywy służące rekonstrukcji, konserwacji i renowacji zabytków kultury żydowskiej.

Prowadzona dotychczas w Chmielniku pionierska działalność, w zakresie tworzenia produktu turystycznego pod nazwą Spotkania z Kulturą Żydowską napotyka na coraz większe zainteresowanie potencjalnych odbiorców. Spotkania z Kulturą Żydowską stają się znane poza regionem świętokrzyskim, czego dowodem jest przyznana dla Miasta i Gminy Chmielnik w marcu 2009 roku, nagroda im. ks. Stanisława Musiała ufundowana przez prezydenta Miasta Krakowa Jacka Majchrowskiego za inicjatywy społeczne promujące dialog polsko-żydowski i chrześcijańsko-żydowski. Spotkania z Kulturą Żydowską zostały również wielokrotnie opisane w prasie zagranicznej, między innymi w amerykańskiej, izraelskiej i niemieckiej. Jednocześnie działania władz samorządowych w zakresie remontu synagogi i rewitalizacji części miasta oraz rededykacji cmentarza żydowskiego znajdują swój finał, co dodatkowo wzmacnia produkt.

Tworzenie i promocja produktu turystycznego jakim mają być „Spotkania z Kulturą Żydowską” wymaga wzmocnienia i profesjonalizacji działań oraz zwiększenia oddziaływania na inne regiony kraju i zagranicę, celem zachęcenia turystów krajowych i grup żydowskich do odwiedzenia Chmielnika. Profesjonalizacja i wzmocnienie działań wymaga zwiększenia nakładów finansowych, stąd realizacja niniejszego programu stała się konieczna i jest w pełni uzasadniona, a jego cel dotyczy wykreowania konkretnego nowego produktu jakim jest „Świętokrzyski Sztetl”

– produktu bazującego na historii i kulturze wspólnego życia Polaków i Żydów.

„Świętokrzyski Sztetl” to szansa na zbudowanie pozytywnego wizerunku i przyciąganie nowych turystów do regionu, osoby narodowości żydowskiej są bowiem jedną z głównych grup zagranicznych przyjeżdżających do regionu, a realizacja programu przyczyni się jeszcze do wzrostu tej liczby. Wirtualny system informacji w trzech językach to dostępność do informacji i promocja miasta i regionu niemal na całym świecie. Równocześnie rozwój markowych produktów turystycznych jest szansą na nowe inwestycje, rozwój branży turystycznej a co za tym idzie wzrost dochodów mieszkańców regionu. Gospodarka turystyczna może być jednym z bardzo ważnych elementów rozwoju Chmielnika. Unikatowość „Świętokrzyskiego Sztetla” jest szansą na zainteresowanie się nim nie tylko turystów przyjeżdżających do województwa świętokrzyskiego ale również stanie się jednym z głównych powodów przyciągających inwestorów do regionu.

Główne grupy turystów, których potrzeby zostaną zaspokojone to wycieczki szkolne oraz rodziny z dziećmi, z województw ościennych (mazowieckie, lubelskie, śląskie, łódzkie, małopolskie i podkarpackie), zwłaszcza z dużych miast (aglomeracja Warszawska i Śląska, Łódź, Rzeszów, Lublin). W większości są to pobyty krótko okresowe lub tygodniowe (rodziny z dziećmi w okresie wakacji, ferii). Jako główną grupę odbiorców należy wskazać również osoby narodowości żydowskiej przyjeżdżające indywidualnie lub grupowo do regionu.

Cel programu dotyczy wykreowania konkretnego nowego produktu jakim jest „Świętokrzyski Sztetl”. Produktu bazującego na historii i kulturze wspólnego życia Polaków i Żydów.

Bezpośrednie mierzalne efekty programu to:

- Portal z wirtualnym spacerem w 3 językach.
- Spotkania z kulturą żydowska – 3 edycje: 2010, 2011, 2012.
- Przewodniki „Świętokrzyski Sztetl” – 10 000 szt.
- Folder „Świętokrzyski Sztetl” – 5 000 szt.
- Badanie efektów programu i preferencji turystów – 1.

5. Szczegółowy zakres programu

1. Zorganizowanie "Spotkania z Kulturą Żydowska 2010, 2011 i 2012"

Chmielnik nawiązując do swojej kilkusetletniej historii, w której mieszkańcy narodowości żydowskiej stanowili znaczny odsetek mieszkańców miasteczka, zorganizował w 2001 roku, przy okazji obchodów 450-lecia Miasta, Dzień Kultury Żydowskiej. Dzień ten spotkał się z żywym zainteresowaniem uczestniczących w obchodach. Odpowiadając na to zainteresowanie od 2003 r. systematycznie organizuje się Spotkania z Kulturą Żydowską. Spotkania te organizowane są jako impreza kilkudniowa i odbywa się w kilku miastach (w zależności od zainteresowania władz lokalnych). W Chmielniku zawsze spotkania odbywają się w trzecią niedzielę czerwca. W 2008 roku odbyły się VI Spotkania z Kulturą Żydowską połączone z rededykacją cmentarza żydowskiego. Z roku na rok Spotkania z Kulturą Żydowską stawały się imprezą o coraz większym zasięgu oddziaływania i cieszą się również coraz większym zainteresowaniem środowisk żydowskich z całego świata.

Działania promocyjne podjęte w związku z organizacją „Spotkań z kulturą żydowską” w poszczególnych latach przyczynią się do znacznego wzrostu ilości turystów polskich jak i w dużym stopniu z zagranicy odwiedzających Chmielnik i województwo świętokrzyskie. Podczas poszczególnych edycji będzie prowadzona kampania promująca produkt „Świętokrzyski Sztetl”. Profesjonalizacja i wzmocnienie dotychczasowych działań wymaga zwiększenia nakładów finansowych, stąd realizacja tego programu jest bardzo potrzebna i uzasadniona.

2. Opracowanie szczegółów Markowego Produktu Turystycznego "Świętokrzyski Sztetl"

Obiekt „Świętokrzyski Sztetl” posiada wykonaną koncepcję architektoniczną oraz funkcjonalną, w trakcie są prace nad dokumentacją techniczną, do końca roku zostanie uzyskane prawomocne pozwolenie na budowę. Na markowy produkt turystyczny „Świętokrzyski Sztetl” docelowo będzie składać się między innymi:

- Odrestaurowany obiekt synagogi – „Świętokrzyski Sztetl”

- Odnowiony cmentarz żydowski w Chmielniku
- Wydarzenie „Spotkania z Kulturą Żydowską”
- Obiekty po żydowskie w Pińczowie, Szydłowie, Chęcinach i innych miejscach w zależności od zainteresowania lokalnego samorządu i podmiotów zarządzających danym obiektem.

W ramach działania:

- zostaną opracowane szczegóły produktu turystycznego,
- powstanie plan marketingowy produktu,
- będzie przygotowana konkretna oferta produktowa pod grupy docelowe.

3. Folder "Świętokrzyski Sztetl" 2500 egz. polskich, 2500 egz. angielskich

Celem Folderu jest promocja produktu oraz pokazanie planów jego rozwoju. Folder będzie dystrybuowany między innymi poprzez punkty informacji turystycznej, na targach i innych wydarzeniach promocyjnych poza regionem świętokrzyskim. Wersja angielska folderu zostanie wykorzystana podczas wyjazdów promocyjnych do Izraela, jako bardzo ważnego i potencjalnego kraju przyjazdu turystów.

4. Turystyczny portal www "Świętokrzyski Sztetl" w 3 językach

Powstanie od podstaw portal turystyczny "Świętokrzyski Sztetl". Jednym z jego elementów będzie wirtualny spacer po Świętokrzyskim Sztetlu i okolicy. Całość zostanie opracowana w 3 językach: polski, angielskim i niemieckim. Linki do portalu zostaną umieszczone na wszystkich stronach internetowych związanych z tematyką portalu, zależnych od miasta. Zostanie również skierowana prośba do różnych instytucji, organizacji i przedsiębiorstw z prośbą o umieszczenie linku na swojej stronie.

5. Reklama w prasie

W ramach programu planuje się umieszczenie 3 reklam związanych z ofertą turystyczną Chmielnika w prasie ogólnopolskiej.

6. Przewodnik "Świętokrzyski Sztetl" 5000 egz. polskich, 5000 egz. angielskich

Wykorzystując opracowane w ramach programu materiały zostanie wydany przewodnik „Świętokrzyski Sztetl” – rozumianym jako obiekt w Chmielniku oraz inne obiekty żydowskie na terenie województwa. Przewodnik zostanie opracowany gdy prace związane z synagogą będą zmierzać ku końcowi. Przewodnik będzie pierwszym wydawnictwem zapraszającym do obiektu oraz do skorzystania z oferty całego produktu „Świętokrzyski Sztetl”. Przewodnik będzie dystrybuowany między innymi poprzez punkty informacji turystycznej, na targach i innych wydarzeniach promocyjnych poza regionem świętokrzyskim. Przewodnik zostanie również przekazany do regionów partnerskich Miasta, oraz podmiotów branży turystycznej (w celu zapoznania się z potencjałem i ofertą regionu). Dodatkowo przewodnik zostanie rozesłany do szkół podstawowych, gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych. Wersje językowe będą miały tekst opracowany pod specyfikę i potrzeby osób z konkretnych krajów.

7. Wydarzenia promocyjne w Polsce

W ramach akcji promującej produkt „Świętokrzyski Sztetl” zostaną zorganizowane wydarzenia promocyjne polegające na prezentacji oferty na stoisku oraz występie chmielnickich zespołów muzycznych wykonujących muzykę żydowską oraz tanecznych inspirowanych muzyką żydowską. Wydarzenia odbędą się w dużych miastach podczas dużych wydarzeń masowych oraz w galeriach i centrach handlowych.

8. Wydarzenia promocyjne w Izraelu

W ramach akcji promującej produkt „Świętokrzyski Sztetl” zostaną zorganizowane trzy wyjazdy do Izraela, gdzie odbędą się wydarzenia promocyjne polegające na prezentacji oferty na stoisku oraz występie chmielnickich zespołów muzycznych wykonujących muzykę żydowską oraz tanecznych inspirowanych muzyką żydowską. Samorząd Chmielnika posiada dużą liczbę osób przyjaznych Chmielnikowi, a mieszkających w Izraelu oraz duże doświadczenia we współpracy i prowadzeniu promocji w Izraelu.

9. Badanie ruchu turystycznego i efektów realizacji programu

W ramach programu zostaną przeprowadzone pierwsze na terenie Gminy Chmielnik profesjonalne badania ruchu turystycznego oraz dodatkowo badanie efektywności realizacji programu. Badania pozwolą na efektywniejszą realizację kolejnych planowanych działań promocyjnych i inwestycyjnych Gminy oraz podsumowanie i ocenę efektów programu.

10. Zestawienie tabelaryczne.

Zadanie	J.m.	Ilość	Cena (zł)	Wartość netto	Wartość kwalifikowana brutto	Liczba odbiorców		
						potencjalnych	zainteresowanych	korzystających turystów
Zorganizowanie "Spotkania z Kulturą Żydowska 2010, 2011,2012"	kpl.	3	90 000,00	270 000,00	329 400,00	500 000	150 000	50 000
Opracowanie szczegółów Markowego Produktu Turystycznego "Świętokrzyski szteti"	kpl.	1	21 000,00	21 000,00	25 620,00	0	0	0
Folder "Świętokrzyski szteti" 2500 polski, 2500 angielski	szt.	5000	2,00	10 000,00	12 200,00	50 000	25 000	5 000
Turystyczny portal www "Świętokrzyski szteti" w 3 językach	szt.	1	21 000,00	21 000,00	25 620,00	600 000	100 000	20 000
Reklama w prasie	szt.	3	5 000,00	15 000,00	18 300,00	400 000	40 000	4000
Przewodnik "Świętokrzyski szteti" 5000 polski, 5000 angielski	szt.	10000	3,00	30 000,00	36 600,00	100 000	25 000	10 000
Wydarzenia promocyjne w Polsce	kpl.	6	6 500,00	39 000,00	47 580,00	180 000	60 000	10 000
Wydarzenia promocyjne w Izraelu i innych krajach	kpl.	3	82 000,00	246 000,00	300 120,00	200 000	60 000	12000
Badanie ruchu turystycznego i efektów realizacji projektu	kpl.	1	24 229,51	24 229,51	29 560,00	100 000	25 000	2 500
SUMA				676 230,00	825 000,00	2130000	485000	135000

11. Źródła finansowania projektu.

Źródło		2010r.	2011r.	2012r.	Suma
1. Dotacja (Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego + Budżet Państwa)	PLN	233 668,80	224 968,00	201 363,20	660 000,00
	%	80,00	80,00	80,00	80,00
2. Budżet Gminy:	PLN	58 417,20	56 242,00	50 340,80	165 000,00
	%	20,00	20,00	20,00	20,00
3. Środki publiczne ogółem (1+2)	PLN	292086,00	281210,00	251704,00	825 000,00
	%	100,00	100,00	100,00	100,00

12. Harmonogram realizacji programu w ujęciu kwartalnym

Zadanie	2010				2011				2012		
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III
Termin rozpoczęcia rzeczowej realizacji programu											
Zorganizowanie "Spotkania z Kulturą Żydowska 2010, 2011, 2012"											
Opracowanie szczegółów Markowego Produktu Turystycznego "Świętokrzyski Sztetl"											
Folder "Świętokrzyski Sztetl" 2500 polski, 2500 angielski											
Turystyczny portal www "Świętokrzyski Sztetl" w 3 językach											
Reklama w prasie											
Przewodnik "Świętokrzyski Sztetl" 5000 polski, 5000 angielski											
Wydarzenia promocyjne w Polsce											
Wydarzenia promocyjne w Izraelu											
Badanie ruchu turystycznego i efektów realizacji programu											
Termin rzeczowego zakończenia realizacji programu											
Termin finansowego zakończenia realizacji programu											