

Strategia Promocji Gminy Sulejów



Opracowano w landbrand s.c. na zlecenie
Urzędu Miejskiego w Sulejowie



maj-lipiec 2008

Spis Treści

1.	Wstęp	3
2.	Atrakcyjność inwestycyjna i turystyczna Gminy Sulejów	4
2.1.	Ocena atrakcyjności inwestycyjnej Gminy Sulejów	4
2.2.	Ocena atrakcyjności inwestycyjnej podregionu na potrzeby działalności przemysłowej	5
2.3.	Ocena atrakcyjności inwestycyjnej podregionu na potrzeby działalności usługowej	5
2.4.	Ocena atrakcyjności inwestycyjnej dla działalności zaawansowanej technologicznie	5
2.5.	Możliwości rozwoju funkcji gospodarczej Gminy Sulejów	6
2.6.	Atrakcyjność wizerunkowa	7
2.7.	Atrakcyjność Turystyczna	8
3.	Aktualizacja informacji na temat bazy i atrakcji turystycznych	10
4.	Profil docelowy turystów i inwestorów.	13
4.1.	PROFIL TURYSTY	13
4.2.	PROFIL INWESTORA	18
5.	Pozycja Gminy Sulejów na mapie turystycznej i inwestycyjnej woj. łódzkiego	19
6.	Misja, wizja i cele promocyjne	20
7.	Założenia do marki i systemu identyfikacji wizualnej marki Sulejów	21
7.1.	Architektura marki Sulejów	21
7.2.	Wskazania do systemu identyfikacji wizualnej (SIW) marki Sulejów	23
8.	Oferta turystyczna i inwestorska gminy Sulejów	26
8.1.	OFERTA TURYSTYCZNA	26
8.2.	OFERTA INWESTORSKA	29
9.	Możliwości promocji gminy za pomocą folderów promocyjnych	30
9.1.	PROMOCJA TURYSTYCZNA	30
9.2.	PROMOCJA INWESTYCYJNA	34

1. Wstęp

Strategia Promocji Gminy Sulejów ogniskuje się na dwóch podstawowych segmentach odbiorców – turystach i inwestorach. Twórcom Strategii przyświecało założenie, że zainteresowanie i przyciągnięcie do Sulejowa przedstawicieli wymienionych grup przełoży się na wzrost dochodów Gminy i jej mieszkańców. Dzięki nowym inwestycjom i dodatkowym dochodom z turystyki, pośrednio i bezpośrednio, poprawi się sytuacja finansowa i społeczna mieszkańców Gminy. Powstaną nowe, całoroczne i sezonowe, miejsca pracy, a lokalizacja nowych przedsiębiorstw w Sulejowie przyczyni się do wzrostu wpływów z tytułu podatków od nieruchomości oraz podatku dochodowego od osób prawnych. W efekcie Gmina stanie się atrakcyjną lokalizacją życiową dla obecnych i nowych mieszkańców.

W dokumencie określono atrakcyjność Sulejowa pod względem inwestycyjnym i turystycznym. Nakreślono także profil turystów i przedsiębiorców, potencjalnie zainteresowanych ofertą Sulejowa, opierając się na najnowszych, dostępnych badaniach przeprowadzonych przez agencję badawczą Synovate, na potrzeby Programu Rozwoju Produktów Turystycznych Łódzkiego na lata 2007-2020 oraz raporcie opublikowanym przez Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową w grudniu 2007 roku, traktującym o atrakcyjności inwestycyjnej polskich województw i podregionów.

W Strategii wskazano jaką pozycję na mapie atrakcyjności inwestycyjnej i turystycznej zajmuje dziś Sulejów. W wizji marki opisano, jak w przyszłości może wyglądać marka Sulejów oraz określono cele, poprzez realizację których, można osiągnąć ten stan rzeczy.

Opracowano wskazania do budowy konkurencyjnej marki miejsca. Określono jej podstawowe cechy i wartości, korzyści jakie będzie oferować swoim nabywcom. W dokumencie zarekomendowano jakimi narzędziami wyrażać graficznie markę, jak powinien wyglądać system identyfikacji wizualnej marki. Przedstawiono również inspirację, jak nowoczesnie prowadzić komunikację marketingową.

Postarano się przedstawić atrakcyjne rynkowo oferty turystyczne i inwestycyjne, które są w zasięgu samorządu i przedsiębiorstw turystycznych funkcjonujących w Sulejowie. Położono przy tym nacisk na realność zaproponowanych rozwiązań i ich adekwatność do oczekiwań określonych segmentów odbiorców.

Wreszcie, wskazano w jaki sposób, za pomocą zasobów promocyjnych, którymi dysponuje samorząd (foldery promocyjne) można prowadzić działania promocyjne. Pamiętano przy tym, że proponowane działania musi cechować wysoka skuteczność i niska kapitałochłonność.

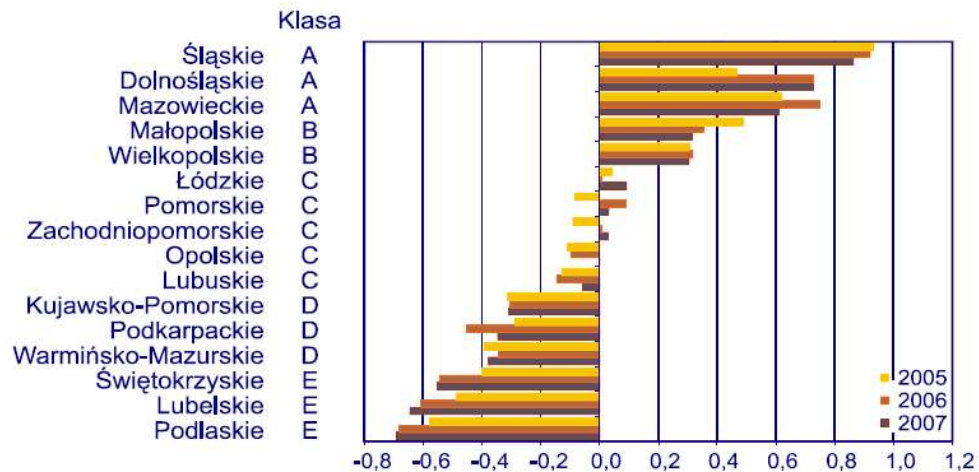
Autorzy opracowania mają nadzieję, że okaże się ono inspirujące i pomoże rywalizować gminie Sulejów na coraz bardziej konkurencyjnym rynku miast i regionów w kraju i Europie.

2. Atrakcyjność inwestycyjna i turystyczna Gminy Sulejów

2.1. Ocena atrakcyjności inwestycyjnej Gminy Sulejów

Gmina Sulejów leży na terenie województwa łódzkiego, posiadając tereny inwestycyjne o wyróżniającej się atrakcyjności. Pozycja Łódzkiego na inwestycyjnej mapie kraju jest stabilna i od pierwszego rankingu przeprowadzonego przez Instytut Badań nad Gospodarką rynkową oscyluje koło 6-stego, 7-mego miejsca w kraju (na przemian z Pomorskim). Można jednak wyraźnie zauważyć, że w ocenie IBNGR Łódzkie, od kolejnych ujętych w rankingu województw różni to, że nie jest ono liderem ani wiceliderem w żadnym z cząstkowych aspektów ujętych w ocenie syntetycznej.

Rysunek 1 Syntetyczna ocena atrakcyjności inwestycyjnej województw w latach 2005,2006,2007



Źródło: Atrakcyjność inwestycyjna województw i podregionów Polskich, IBNGR 2007

Spośród wszystkich czynników budujących atrakcyjność inwestycyjną regionu w Łódzkim najwyżej – bo na 3-ciej pozycji w Polsce oceniono zasoby i koszty pracy w województwie. Zasoby są duże, a koszty stosunkowo niskie, co jest sytuacją preferowaną przez inwestorów.

Drugą najmocniejszą stroną województwa jest jego aktywność wobec inwestorów, w rankingu IBNGR sklasyfikowana na 4 pozycji w kraju. Oceniono, że Łódzkie umiejętnie kreuje swój wizerunek jako miejsca odpowiedniego dla nowych inwestycji. Na pozycję Łódzkiego wpłynął dobry stopień przygotowania ofert inwestycyjnych oraz aktywna działalność informacyjno-promocyjna samorządu regionalnego prowadzona wobec inwestorów. Dynamiczne działania podejmowane przez samorząd Łódzkiego powinny zapewnić zainteresowanie grupami inwestycyjnymi, jakie między innymi Sulejów ma do zaoferowania.

Województwo łódzkie oferuje, zdaniem badaczy IBNGR, stosunkowo wysoki poziom infrastruktury społecznej. Rozumiana jest ona jako ilość kin, teatrów, domów kultury, restauracji i miejsc noclegowych. Może się to przyczyniać do tworzenia klimatu sprzyjającego innowacjom i wymianie wiedzy.

Spośród czynników kształtujących atrakcyjność inwestycyjną województwa pozycję Łódzkiego na tle pozostałych regionów w kraju przedstawiono w poniższej tabeli.

Tabela 1 Miejsce województwa łódzkiego w kategoriach cząstkowych budujących atrakcyjność inwestycyjną

Dostępność komunik.	Zasoby i koszty pracy	Rynek zbytu	Infrastr. gospodarcza	Infrastr. społeczna	Bezpieczeństwo	Aktywność wobec inwestorów	Atrakcyjność inwestycyjna
9	3	6	11	5	11	4	6

Źródło: Atrakcyjność inwestycyjna województw i podregionów Polskich, IBNGR 2007

Poniżej przedstawiono ocenę atrakcyjności dla lokowania inwestycji przemysłowych, usługowych i zaawansowanych technologicznie przeprowadzoną przez IBNGR dla 40 podregionów kraju. Z uwagi na zaliczenie Sulejowa do podregionu piotrkowsko-skierniewickiego właśnie on jest przedmiotem analizy.

2.2. Ocena atrakcyjności inwestycyjnej podregionu na potrzeby działalności przemysłowej

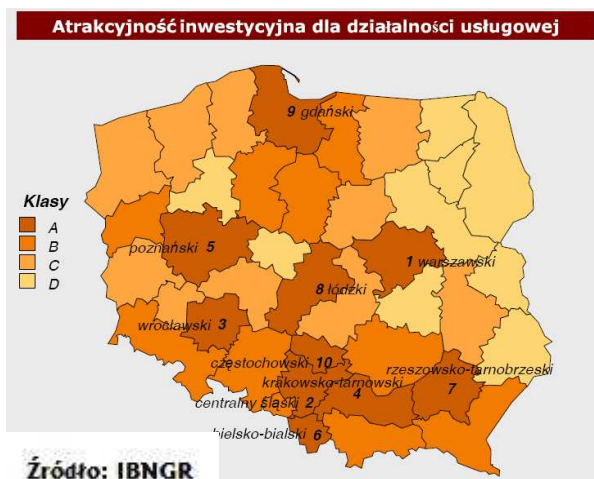


Najważniejszymi aspektami dla lokowania działalności przemysłowej w ocenie IBNGR są te, które wpływają bezpośrednio na koszty produkcji przemysłowej (pierwsze trzy wymienione) oraz te, które wpływają na „klimat” w jakim prowadzona jest działalność biznesowa :

- Zasoby i koszty pracy roboczej (55%),
- Dostępność komunikacyjna (20%),
- Poziom rozwoju infrastruktury gospodarczej (10%)
- Ochrona środowiska
- Bezpieczeństwo powszechne

Region piotrkowsko-skierniewicki został zaliczony do podregionów o wysokiej atrakcyjności inwestycyjnej dla przemysłu (należy do drugiej spośród 4 grup atrakcyjności). Sąsiaduje on bezpośrednio aż z dwoma podregionami (łódzki i świętokrzyski) zaliczonymi do najatrakcyjniejszych w kraju pod tym względem.

2.3. Ocena atrakcyjności inwestycyjnej podregionu na potrzeby działalności usługowej



W działalności usługowej najważniejszymi czynnikami określającymi atrakcyjność inwestycyjną podobszaru według IBNGR były:

- Zasoby i koszty siły roboczej (40%)
- Chłonność instytucjonalnego rynku zbytu (20%)
- Dostępność komunikacyjna (10%)
- Poziom rozwoju infrastruktury gospodarczej (10%)
- Bezpieczeństwo powszechne
- Ochrona środowiska
- Poziom rozwoju gospodarczego

Podregion piotrkowsko-skierniewicki został zaliczony do trzeciej z czterech grup atrakcyjności inwestycyjnej na potrzeby usług. Na niższej niż w przypadku atrakcyjności dla działalności przemysłowej ocenie zaważył stosunkowo słaby dostęp do rynku instytucjonalnego w podregionie (niska chłonność instytucjonalnego rynku zbytu).

2.4. Ocena atrakcyjności inwestycyjnej dla działalności zaawansowanej technologicznie



W przypadku atrakcyjności podregionu dla inwestycji w wysokie technologie, jako dodatkowy czynnik brano pod uwagę stopień rozwoju infrastruktury społecznej. W tej kategorii zrezygnowano z oceny kosztów pracy. Istotność poszczególnych czynników według IBNGR wygląda jak następuje:

- Wielkość i jakość zasobów siły roboczej (30%)
- Dostępność komunikacyjna (20%)
- Chłonność instytucjonalnego rynku zbytu (10%)
- Poziom rozwoju infrastruktury gospodarczej (10%)
- Poziom rozwoju infrastruktury społecznej (10%)
- Bezpieczeństwo powszechne
- Ochrona środowiska
- Poziom rozwoju gospodarczego

Podregion piotrkowsko-skierniewicki został zaliczony do trzeciej z czterech grup atrakcyjności inwestycyjnej pod tym względem. Dostępność dobrze wykształconej siły roboczej nie została prawdopodobnie wysoko oceniona. Poziom infrastruktury społecznej (instytucje kultury, nasycenie infrastrukturą hotelową i gastronomiczną), który wpływa na możliwość przyciągnięcia i utrzymania zasobów najlepiej wykształconej i kreatywnej siły roboczej (inżynierowie, menedżerowie) również nie jest mocną stroną podregionu.

2.5. Możliwości rozwoju funkcji gospodarczej Gminy Sulejów

Niepodważalna atrakcyjność gruntów inwestycyjnych w Sulejowie powinna zostać poparta poprzez włączenie ich do Łódzkiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej.

Specjalna Strefa Ekonomiczna (SSE) to wyodrębniona, niezamieszkała część terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, w obrębie której działalność gospodarcza może być prowadzona na specjalnych, preferencyjnych zasadach, określonych w Ustawie o SSE i innych aktach prawnych, w szczególności w Rozporządzeniu Rady Ministrów o Łódzkiej Specjalnej Strefie Ekonomicznej.

W dniu 19 czerwca 2008 roku Prezydent RP podpisał nowelizację ustawy o specjalnych strefach ekonomicznych. Dzięki nowelizacji limit obszaru stref w kraju zwiększył się z 12 do 20 tys. ha. Oznacza to realną szansę dla Gminy Sulejów na włączenie swoich gruntów inwestycyjnych do ŁSSE. Ustawa uprawomocni się w przeciągu 30 dni.

Pierwszym etapem jaki musi zostać spełniony, aby obszary zostały włączone do ŁSSE jest poinformowanie - poprzez złożenie specjalnego formularza ŁSSE o specyfikacji technicznej działek. Następnie, należy uzyskać poparcie Zarządu ŁSSE dla wniosku o włączenie gruntów jako nowych obszarów ŁSSE. To wniosek Zarządu bowiem będzie opiniowany przez Zarząd Województwa, a następnie zatwierdzany uchwałą przez Radę Ministrów, na wniosek ministra właściwego do spraw gospodarki.

➔ Podstawowe fakty o ŁSSE



Łódzka Specjalna Strefa Ekonomiczna została utworzona w 1997 roku w drodze rozporządzenia Rady Ministrów, na okres 20 lat (do 2017r.). Na dzień 07 lipca 2008 roku strefa obejmuje grunty powierzchni 897 ha. W jej skład wchodzi 28 podstref.

Wartość wszystkich dotychczasowych inwestycji szacowana jest na sumę ponad 1,5 mld EUR. Liczba nowych miejsc pracy to ponad 16 tys. W ciągu dziesięciu lat istnienia Spółki wydano 120 zezwoleń na prowadzenie działalności gospodarczej.

Inwestorzy działający w ŁSSE korzystają z pomocy publicznej:

- ➔ na wspieranie nowych inwestycji
- ➔ na tworzenie nowych miejsc pracy

Pomoc publiczna realizowana jest w postaci całkowitego zwolnienia z podatku dochodowego, aż do momentu wyczerpania kwoty pomocy (najpóźniej do 2017 r.).

Poziom pomocy publicznej zależy od województwa oraz wielkości przedsiębiorstwa. Dla regionu łódzkiego wynosi on odpowiednio:

- ➔ 50% dla dużych przedsiębiorstw
- ➔ 60% dla średnich przedsiębiorstw
- ➔ 70% dla małych przedsiębiorstw

W przypadku pomocy na nową inwestycję za wydatki inwestycyjne uznaje się:

- ➔ nabycie gruntów lub prawa ich wieczystego użytkowania
- ➔ nabycie środków trwałych związanych z nową inwestycją
- ➔ rozbudowa lub modernizacja istniejących środków trwałych
- ➔ nabycie wartości niematerialnych i prawnych związanych z transferem technologii

W przypadku pomocy na tworzenie nowych miejsc pracy w województwie łódzkim inwestor, w zależności od wielkości przedsiębiorstwa, otrzymuje zwrot 50%, 60% lub 70% dwuletnich kosztów pracy nowo zatrudnionych pracowników (kosztów pracy brutto powiększonych o wszystkie obowiązkowe świadczenia związane z zatrudnianiem pracowników). Również w tym przypadku, zwrot ten realizowany jest w postaci zwolnienia z podatku dochodowego, z którego inwestor korzysta, aż do momentu wyczerpania kwoty pomocy (najpóźniej do 2017 r.).

Wskazówki dla Sulejowa

- ✘ Gmina jest predestynowana do lokalizacji na jej terenie działalności przemysłowej. Jest to największa szansa na jej rozwój gospodarczy. Działalność usługowa oraz przemysł wysokich technologii mogą napotkać bariery w postaci słabo rozwiniętej infrastruktury społecznej i braku wykwalifikowanej kadry. Atrakcyjność inwestycyjna dla przemysłu podregionu piotrkowsko-skierniewickiego jest wysoka i zalicza się do pierwszej dwudziestki regionów w Polsce.
- ✘ Gmina z uwagi na położenie w obszarze Sulejowskiego Parku Krajobrazowego może być miejscem lokalizacji przemysłu, który nie wywiera negatywnego wpływu na środowisko naturalne, co należy podkreślać w działaniach promocyjnych.
- ✘ Sulejów powinien wykorzystać w promocji fakt otrzymania w 2007 roku certyfikatu— „Grunt na Medal”. Należy pamiętać, że rocznie pojawiają się kolejni laureaci konkursu i za kilka lat tytuł ten nie będzie miał już tak wielkiego znaczenia.
- ✘ Pomimo posiadania atrakcyjnych gruntów inwestycyjnych na obszarze Sulejowa, jego pozycja jako lokalizacji biznesu nie jest konkurencyjna w stosunku do innych gmin i miejscowości wchodzących w skład Łódzkiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej (ŁSSE). Przedsiębiorcy działający w ŁSSE mogą liczyć na wieloletnie ulgi podatkowe, co jest dla nich podstawową wartością w procesie wyboru z podobnych lokalizacji.
- ✘ Rekomenduje się natychmiastowe rozpoczęcie działań (również poprzez lobbing) nad włączeniem działek przy ulicy Błonie i Grunwaldzkiej do ŁSSE. Strefy ekonomiczne zwiększają swój obszar niezmiernie rzadko. Jeśli opisane grunty nie zostaną ujęte w planach poszerzenia ŁSSE w 2008 roku należy przypuszczać, że włączenie ich do ŁSSE będzie bardzo trudne. Obecnie planowane jest poszerzenie Specjalnych Stref Ekonomicznych aż o 66%. W momencie powstawania strategii jest jeszcze możliwe procedowanie w tej sprawie, z wysokim prawdopodobieństwem odniesienia sukcesu.

2.6. Atrakcyjność wizerunkowa

Na konkurencyjnym, globalnym i krajowym, rynku marketingu miejsc liczy się nie rzeczywista sytuacja gospodarki, kultury czy turystyki na danym obszarze, lecz to co uda się zakomunikować docelowym odbiorcom produktu.

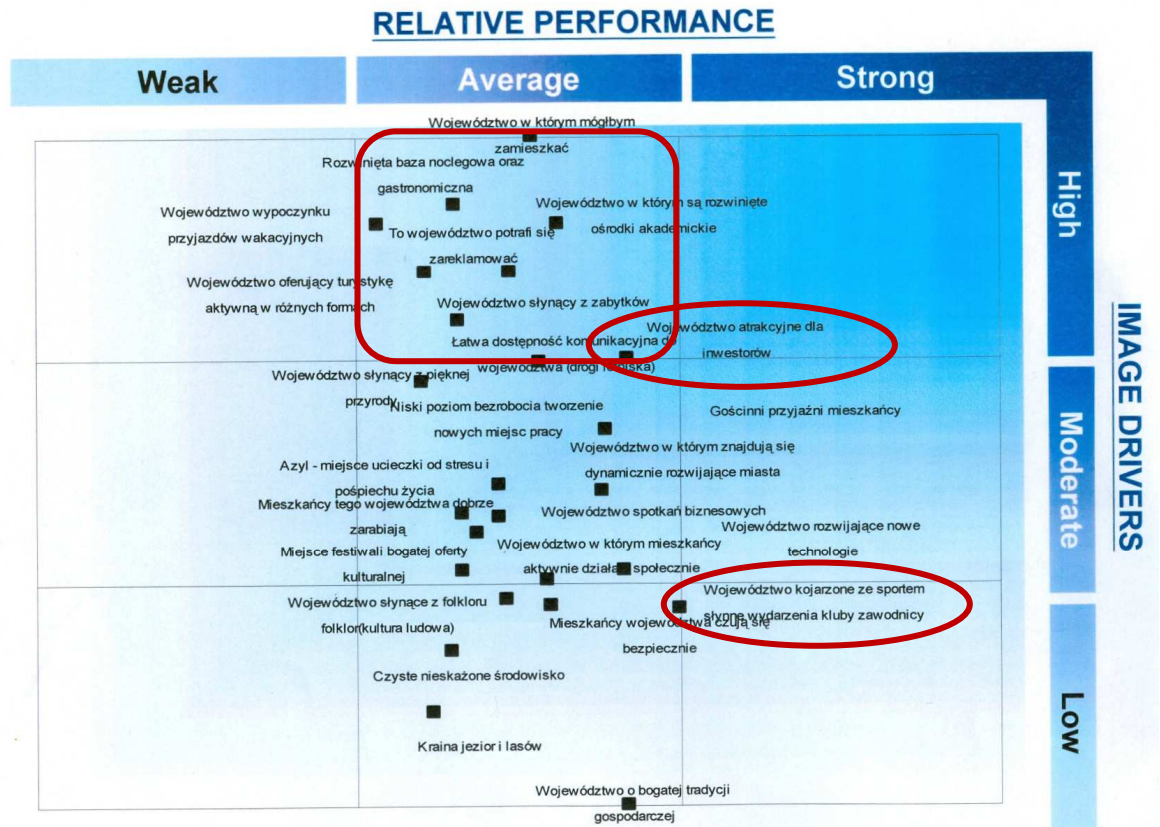
Chcąc dokładanie przeanalizować wizerunek województwa łódzkiego, na potrzeby Programu Rozwoju Turystyki w Łódzkiem na lata 2007-2020 Polska Agencja Rozwoju Turystyki zleciła agencji badawczej Synovate przeprowadzenie analizy autorską metodą PIN POINT. Metoda ta pozwala zobrazować istotność poszczególnych badanych atrybutów wizerunkowych dla respondentów (np. czy ważniejsze dla respondentów jest określenie województwo z tradycjami gospodarczymi czy województwo, w którym mógłbym zamieszkać). Istotność atrybutu została pokazana na osi rzędnych. Na osi odciętych wskazano, jaką relatywną ocenę respondenci przypisali poszczególnym atrybutom województwa.

Obraz wizerunku województwa łódzkiego analizowany za pomocą matrycy strategicznej PIN POINT wskazuje na przeważającą ocenę atrybutów województwa na poziomie średnim. Wskazuje on na brak wyrazistego wizerunku regionu. Taki rozkład typowy jest dla województw: lubuskiego, lubelskiego, kujawsko-pomorskiego, świętokrzyskiego i łódzkiego, czyli tych najmniej rozpoznawalnych wśród respondentów.

Województwo łódzkie jest w stopniu wyższym niż średni kojarzone ze sportem, słynnymi zawodnikami i klubami oraz stosunkowo częściej uważane jest za atrakcyjne dla inwestorów.

Aby skutecznie zakomunikować atrakcyjność Sulejowa na polu turystyki, w tym turystyki aktywnej i kulturowej, należy skoncentrować się początkowo na budowaniu wizerunku wśród mieszkańców regionu. Możliwości zmiany wizerunku całego województwa będą miały miejsce jedynie wtedy, kiedy prowadzone będą działania marketingowe na poziomie subregionalnym (np. promocja Parków Nadpilicznych, zabytków romańskich Łódzkiego itp.).

Rysunek 2 Matryca strategiczna PIN-POINT dla marki woj. łódzkiego

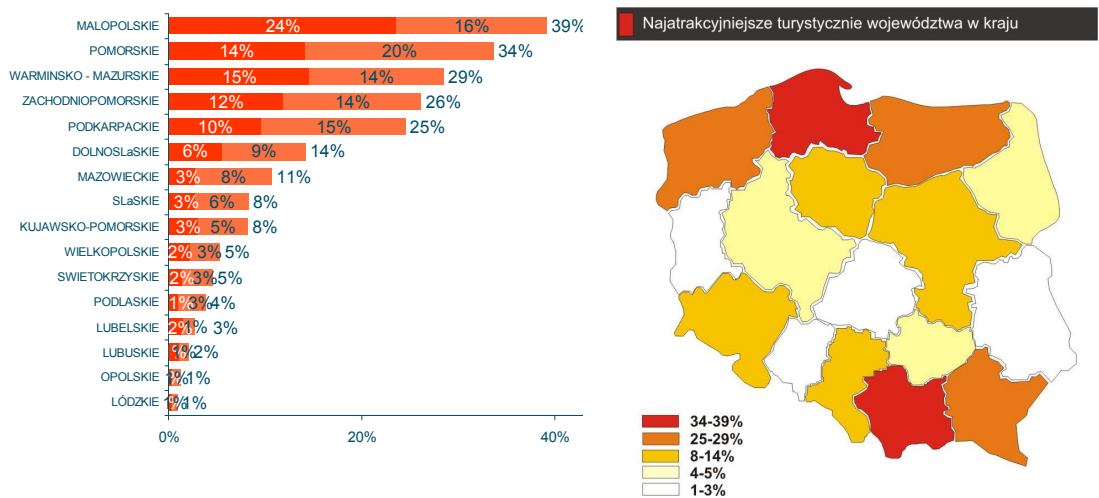


Źródło: Part – Synovate 2007

2.7. Atrakcyjność turystyczna

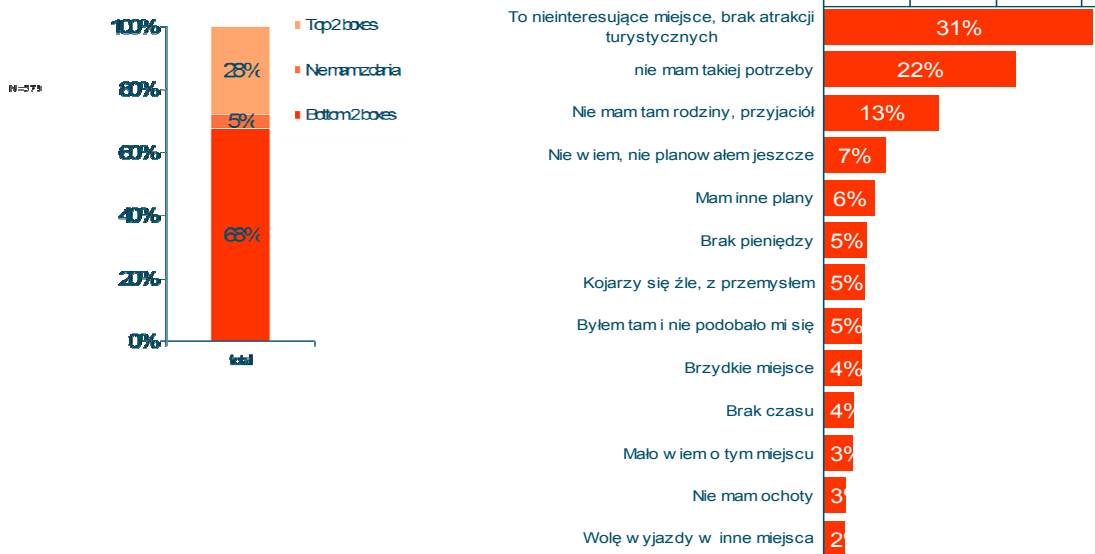
Gmina Sulejów leży na terenie województwa, które nie jest powszechnie uważane za atrakcyjne turystycznie. Według opinii reprezentatywnej grupy 1000 respondentów, ankietowanych przez Synovate na potrzeby opracowywanej przez PART SA Programu Rozwoju Turystyki w Województwie Łódzkim na lata 2007-2020, Łódzkie jest jednym z najrzadziej wskazywanych, jako atrakcyjne turystycznie województwo w Polsce. Jedynie Opolskie było wskazywane równie rzadko.

Rysunek 3 Pozycja łódzkiego na mapie atrakcyjności turystycznej województw Polskich



Źródło: Part – Synovate 2007

Rysunek 4 Osoby deklarujące zamiar uprawiania turystyki podczas wizyty w Łódzku (lewa), powody braku zainteresowania wyjazdem turystycznym do łódzkiego w najbliższych dwóch latach (prawa)



Źródło: Part – Synovate 2007

Ankietowane osoby rzadko wskazywały na turystykę jako na cel wyjazdu do Łódzkiego. Ponad 2/3 respondentów wskazało, że podczas pobytu w Łódzku zdecydowanie nie będą lub raczej nie będą uprawiać turystyki. Tylko co trzeci ankietowany deklarował zamiar uprawiania turystyki lub nie miał zdania na ten temat.

Wśród powodów dlaczego respondenci nie planują odwiedzić Łódzkiego w najbliższym czasie pokutuje opinia o braku atrakcji turystycznych i o nieinteresującym charakterze miejsca.

Wskazówki dla Sulejowa

- ✘ Sulejów powinien zogniskować swoje działania promocyjne na komunikowaniu istniejących „latarni” turystycznych tj. Zalewu Sulejowskiego i Opactwa Cystersów na Podklasztorzu. Dzięki skupieniu marketingu na silnych atrakcjach Gmina osiągnie efekt rozpoznawalności. Dysponując niewielkim budżetem promocyjnym należy bowiem skupić się, w początkowej fazie, na największych atutach.
- ✘ Promocja Sulejowa, także turystyczna, musi być wyróżniająca w swojej formie i treści. Gminy województwa łódzkiego muszą przede wszystkim przezwyciężyć stereotyp położenia w „nieturystycznym regionie”.

3. Aktualizacja informacji na temat bazy i atrakcji turystycznych

W rozdziale zaktualizowano i poszerzono informacje na temat infrastruktury turystycznej oraz atrakcji gminy Sulejów, zawarte w Strategii Rozwoju Turystyki i Kultury gminy Sulejów na lata 2007-2020. Aktualizacja opiera się o przeprowadzoną wizję lokalną, kontakty mailowe i telefoniczne, a także analizę dostępnych materiałów, w tym stron internetowych dotyczących bazy noclegowej, gastronomicznej, szlaków turystycznych oraz wydarzeń kulturowych.

➔ Baza noclegowa i towarzysząca

Podstawą do aktualizacji danych były strony internetowe poszczególnych obiektów oraz kontakt telefoniczny i mailowy. Podczas inwentaryzacji obiektów noclegowych, pod uwagę wzięto podstawowe informacje, którymi jest zainteresowany turysta szukający miejsca wypoczynku, a w tym:

- ✓ rodzaj zakwaterowania
- ✓ udogodnienia – łazienka/ kuchnia
- ✓ możliwości wyżywienia na miejscu – bar/ restauracja/ miejsce na ognisko/grill
- ✓ dojazd do wody – rzeki/ Zalewu

Podczas aktualizacji bazy noclegowej, wskazano miejsca posiadające towarzyszącą bazę turystyczną, która podnosi atrakcyjność poszczególnych ośrodków i wpływa na atrakcyjność oferty gminy. Uwzględniono:

- ✓ możliwość wypożyczenia sprzętu wodnego – kajak/ łódka
- ✓ dodatkowe atrakcje typu boiska sportowe/ basen
- ✓ sala konferencyjna - dla turysty biznesowo- konferencyjnego

Tabela 2 Baza Noclegowa Gminy Sulejów według stanu aktualnego na lipiec 2008 roku

	pokoje	domki	agroturystyka	pole biwakowe	własna łazienka	kuchnia do dyspozycji	możliwość wyżywienia	grill/ ognisko	dojazd do rzeki	dojazd do Zalewu	wypożyczalnia kajaków	wypożyczalnia łódek	boiska sportowe	basen	sala konferencyjna
1. Hotel *** „Podklasztorze” www.podklasztorze.pl Sulejów, tel. 44 616 26 06	☺				☺		☺	☺						☺	☺
2. Viking www.viking.polturizm.ru/pl.htm Poniatów, tel. 44 646 36 14	☺				☺		☺	☺					☺		☺
3. Kompleks Rekreacyjno- Wypoczynkowy „Zielony Gościniec”, www.zielony-gosciniac.pl , Włodzimierzów, tel. 44 732 08 01	☺				☺		☺	☺							☺
4. Ośrodek Rekreacyjno – Wypoczynkowy „ANPOL” www.anpol-pt.com.pl Sulejów, tel. 44 616 22 14	☺	☺			☺		☺	☺	☺		☺		☺		☺
5. Ośrodek Wczasowy „DRESSO” www.dresso.pl Sulejów, tel. 44 616 20 38		☺			☺		☺	☺	☺				☺	☺	☺
6. Ośrodek Doskonalenia Kadr Służby Więziennej www.odk-sulejow.com.pl Sulejów, tel. 44 616 20 78	☺	☺			☺		☺	☺					☺	☺	☺
7. OSiR Victoria www.osirvictoria.oit.pl Sulejów, tel. 44 616 21 78	☺	☺			☺		☺	☺	☺		☺	☺	☺		☺
8. Ośrodek Wypoczynkowy „GREK” www.grek.com.pl Sulejów, tel. 0609 392 702		☺			☺		☺						☺		
9. Ośrodek Kolonijno-Wypoczynkowy „Villa Rosa” www.villarosa.com.pl Włodzimierzów, tel. 44 616 22 19	☺				☺		☺	☺							
10. Międzynarodowy Ośrodek Integracji Młodzieży “Piłica” YMCA www.pilica.ymca.pl Kurnędz, tel. 44 616 20 15		☺					☺	☺	☺		☺		☺		☺
11. HELP- Med. Sp. z o.o. Ośrodek Wczasowy www.helpmed.pl/osrodek.html Włodzimierzów, tel. 44 616 21 00	☺						☺	☺							

	pokoje	domki	agroturystyka	pole biwakowe	własna łazienka	kuchnia do dyspozycji	możliwość wyżywienia	grill / ognisko	dojście do rzeki	dojście do Zalewu	wypożyczalnia kajaków	wypożyczalnia łódek	boiska sportowe	basen	sala konferencyjna
12. Ośrodek Szkoleniowo-Rekreacyjny „DZIKUSY” Sulejów www.tkkf-dzikusy.prv.pl	☺						☺ ☺								☺
13. Ośrodek Wczasowo-Kolonijny „Biała” www.biala-owk.izet.pl Biała, tel. 44 617 25 84	☺ ☺			☺ ☺			☺ ☺ ☺						☺ ☺		☺
14. „PORT NA CYPLU” Pole biwakowe www.nacyplu.com.pl Barkowice Mokre, tel. 0783 298 746				☺			☺ ☺ ☺		☺ ☺	☺ ☺	☺				
15. „U BOSMANA” Wypożyczalnia sprzętu pływającego/ pole biwakowe Barkowice Mokre tel. 0601 26 83 67				☺			☺ ☺ ☺		☺ ☺	☺ ☺	☺				
16. Villa Klaudia Sulejów, tel. 44 617 28 99	☺				☺		☺ ☺								
17. Gospodarstwo Agroturystyczne „KAMYK” Barkowice Mokre tel. 44 610 28 33	☺		☺		☺ ☺		☺ ☺			☺					
18. Gospodarstwo Agroturystyczne www.agrobor.pl Ul. Widok 130 Barkowice tel. 502 86 33 82	☺		☺ ☺	☺ ☺	☺ ☺		☺			☺ ☺	☺				
19. Mirosława Olejnik Wynajem pokoi - Sulejów, Ul. Rycerska 27 tel. 44 61 62 801	☺						☺								
20. Motel Lugano Sport www.lugano.to.pl Sulejów, tel. 0693 135 613	☺				☺ ☺		☺ ☺				☺				

Źródło: Opracowanie własne

- ☛ Należy podkreślić, że niepełne informacje dotyczące pozycji nr 9, 11, 12 i 19 wynikają z niemożliwością skontaktowania się z osobami odpowiedzialnymi za wynajem miejsc noclegowych. Należy zastanowić się zatem czy promocja/ rekomendacja takich obiektów noclegowych nie wpływa na negatywnie na odbiór oferty Gminy przez turystów.



Baza gastronomiczna

Stan bazy gastronomicznej w stosunku do opisu umieszczonego w Strategii Rozwoju Turystyki i Kultury gminy Sulejów na lata 2007-2020 nie uległ zmianie.

Tabela 3 Baza gastronomiczna Gminy Sulejów, wg Strategii Rozwoju Turystyki i Kultury Gminy Sulejów, rok 2007

Nazwa lokalu	Adres	Rodzaj gastronomii	Liczba miejsc
Gospoda „Victoria”	Sulejów 90	restauracja	90
„Viking”	Przedszkolna 19	restauracja	70
„Krokus”	Korytnica 19	zajazd	120
„Rancho”	Korytnica	bar	40
„U Zasady”	Korytnica 18	bar	150
„Agatka”	Sulejów, PKS	bar	14
„Biała Chatka”	Kurnędz, ul. Nowa 1	bar	15
„Cafe Bar”	Sulejów, Taraszyńska 9	bar	12
„FIORE”	Sulejów, ul. Piotrkowska 37A	pizzeria	22
„HAFTINA”	Sulejów Polanka	bar	100
„Leśny”	Włodzimierzów, ul. Energetyczna 553	bar	16
„Maxis”	Sulejów, ul. Wschodnia 1	bar	50
„Michaś”	Sulejów, ul. Konecka 50	kawiarnia	15
„Naleśnik”	Poniatów 37/4	bar	24
FHU „CREPS”	Przyglów, ul. Topolowa 4	bar	16
	Sulejów, ul. Jagiełły 22	bar	18
	Sulejów, ul. Piotrkowska 40	bar	15
	Sulejów, ul. Górna 3B	bar	20
	Sulejów, ul. Błonie 1	bar	20

	Sulejów Polana- Las	bar	15
	Przyglów Las	bar	124
	Poniatów Las	bar	20
	Kurnędz 63	bar	15
	Korytnica 14	bar	30
	Sulejów, ul. Wschodnia 12	ogródek gastronomiczny	12
	Łącznie 85 a	ogródek gastronomiczny	15

Dodatkowo, baza gastronomiczna zlokalizowana jest przy bazie noclegowej, wymienionej tabeli 2.

➔ Szlaki turystyczne

Odwołując się do informacji na temat szlaków turystycznych, zawartych w Strategii Rozwoju Turystyki i Kultury gminy Sulejów na lata 2007-2020 stwierdzono następujące zmiany:

- ✓ **Szlak wodny Rzeki Pilicy.** Do tej pory istniał jedynie Szlak Rzeki Pilicy, będący szlakiem pieszym. W maju 2008 roku oddano do użytku oznakowane 240 km szlaku od Maluszyna do Mniszewa. Szlak obejmuje cały odcinek rzeki Pilicy przebiegający przez gminę Sulejów oraz Zalew Sulejowski w granicach gminy. Wydano przewodnik „Pilica” w nakładzie 14 tys. egzemplarzy, niestety nie jest on dostępny w sprzedaży detalicznej.
- ✓ **Zaniechano działań w związku ze Szlakiem Romańskim.** Z informacji otrzymanych w Dziale Marketingu PTH Trybunalski, który był jednym z głównych inicjatorów włączenia Sulejowa – Opactwa i Kościoła św. Tomasza – na mapę Szlaku Romańskiego, wynika, że z powodów kadrowych zaniechano rozwijania tej inicjatywy na terenie Sulejowa. Nadal jednak na stronie www.szlakromanski.org, Sulejów oznaczony jest jako miejsce na Szlaku. Należałoby zdecydować i przyjąć jedną obowiązującą wersję. Korzystniejsza z punktu widzenia postrzegania atrakcyjności i promocji Gminy jest ta, zakładająca obecność Sulejowa na Szlaku Romańskim.

➔ Wydarzenia kulturowe

Na atrakcyjność turystyczną oprócz podstawowej infrastruktury turystycznej (noclegi, gastronomia, dostępność komunikacyjna), wpływ ma także oferta kulturalna, w tym zabytki, muzea, ale także wydarzenia kulturowe. W ramach uaktualnienia informacji o imprezach kulturowych odbywających się na terenie Gminy, konieczne trzeba podkreślić istnienie dwóch najważniejszych wizerunkowo imprez odbywających się cyklicznie. Są to :

✓ Wędrowny Festiwal Filharmonii Łódzkiej „Kolory Polski”

Termin: lipiec/sierpień,

Organizator: Filharmonia Łódzka im. A. Rubinsteina, Miasto Sulejów

Miejsce: Opactwo Cystersów w Sulejowie-Podklasztorzu.

Świeża formuła festiwalu przenosi najwyższej światowej próby muzykę w magiczne miejsca łódzkich klasztorów, kościołów, zamków i dworców. W 2007 roku Festiwal został uznany za najlepszy produkt turystyczny przez Polską Organizację Turystyczną. Sulejów jest stałym punktem na trasie wędrownego festiwalu. www.kolorypolski.pl

✓ Festiwal Muzyki Organowej i Kameralnej

Termin: każda niedziela, od lipca do września

Organizator: Urząd Miejski w Sulejowie, Parafia św. Floriana w Sulejowie, Parafia św. Małgorzaty i św. Augustyna w Witowie, Klasztor Ojców Cystersów w Sulejowie, Fundacja im. Mikołaja z Radomia.

Miejsce: Koncerty odbywają się na przemian w Opactwie Cystersów w Sulejowie-Podklasztorzu, dawnym Opactwie Norbertańskim w Witowie i Kościele p.w. św. Floriana w Sulejowie.

Podczas festiwalu uczują nie tylko miłośnicy gry na organach i muzyki kameralnej, ale także melomani ceniący muzykę dawną, etniczną i ludową. W Sulejowskich świątyniach można usłyszeć wirtuozów: skrzypiec, fortepianu, trombit, gajd, okaryny, drumli, fletni pana, cymbałów, akordeonu.

4. Profil docelowy turystów i inwestorów.

4.1. PROFIL TURYSTY

Na podstawie dokumentu Strategia Rozwoju Turystyki i Kultury w gminie Sulejów na lata 2007-2020, przeprowadzonych analiz oraz wizji lokalnej Gminy Sulejów, wyróżnić można następujące formy turystyki rozwijane na tym obszarze:

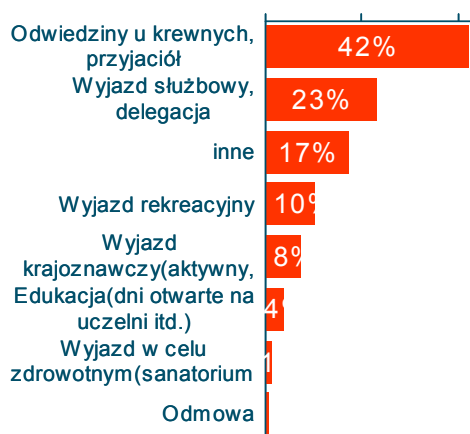
- turystyka kulturowa
- turystyka wypoczynkowa
- turystyka aktywna
- turystyka szkolna/ edukacyjna
- turystyka biznesowa/ szkoleniowa – w mniejszym stopniu

Formy turystyki „uprawiane” na terenie gminy Sulejów wskazują jednocześnie na segmenty turystów odwiedzających analizowany obszar. Docelowe segmenty turystów w większości im odpowiadają. Chcąc sprostać coraz wyższym wymaganiom turystów, należy dokładnie poznać ich oczekiwania, a więc określić ich profil w zależności od zainteresowania daną formą turystyki.

Poznanie profilu turysty jest niezwykle istotne, gdyż pozwala na dostosowanie lub stworzenie oferty adekwatnej do jego oczekiwań. Analizując badania wizerunkowe dotyczące postrzegania województwa łódzkiego, przeprowadzone w 2007 roku przez agencję badawczą Synovate, na zlecenie PART S.A. (na potrzeby Programu Rozwoju Turystyki w woj. łódzkim), poznanie oczekiwań turysty jest wręcz niezbędne.

W przytoczonym powyżej badaniu wizerunkowym 31 % respondentów uważa, że województwo łódzkie to mało interesujący region, nie posiadający atrakcji turystycznych. Spośród 800 badanych, około 70 % nie zamierza odwiedzić województwa łódzkiego w ciągu najbliższych dwóch lat. Z kolei wśród 173 osób planujących wyjazd, 42% deklaruje chęć odwiedzenia znajomych, a zaledwie 10% aktywność turystyczną i 8% pobudki krajoznawcze. Oczywiście, te wyniki są zatrważająco negatywne i wskazują na niską ocenę atrakcyjności turystycznej regionu łódzkiego.

Rysunek 5 *Deklarowane cele przyjazdu do województwa łódzkiego oraz planowana aktywność turystyczna*



Źródło: badania PART-Synovate 2007 r.– „Program rozwoju turystyki w województwie łódzkim na lata 2007-2013”

Podstawowe wnioski wynikające z badania są dwa. Pierwszy, to silny stereotyp województwa przemysłowego, który wpływa na osłabienie odbioru jego walorów kulturowych i przyrodniczych, drugi, to brak odpowiedniej promocji atrakcyjności turystycznej oraz niedostosowanie oferty do potrzeb turystów.

Wyciągając wnioski z powyżej przedstawionych badań, konieczne jest określenie potrzeb turysty, którego chcielibyśmy zaprosić do Sulejowa i dostosować do jego oczekiwań ofertę turystyczną.

Określenie profilu docelowego turysty w Sulejowie oparte zostało na analizach własnych oraz tych przeprowadzonych w ramach dokumentu Program Rozwoju Turystyki w Województwie Łódzkim. Dokument ten powstał w 2007 roku i jest zatwierdzonym dokumentem strategicznym dotyczącym rozwoju turystyki w województwie.

➔ Turyści kulturowi

KTO i SKĄD	ZAINTERESOWANIA	SPOSÓB DOTARCIA
<p>Łódzianie/ Warszawiacy Z całej Polski i zagranicy</p> <p>wiek: 25 – 55 lat,</p> <p>aktywni w okresie od maja do października,</p> <p>cały rok – jeśli zainteresuje ich dane wydarzenie.</p> <p>RODZAJ NOCLEGU</p> <p>Zróżnicowana baza noclegowa:</p> <p>kempingi, ośrodki wypoczynkowe, hotele</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Poznawanie historii, zwyczajów, tradycji, szukający niepowtarzalnego „klimatu” miejsca. ✓ Oczekujący ciekawej, niespotykanej powszechnie oferty, łączącej elementy poznania, autentyczności i rozrywki. ✓ Nastawieni na poznanie charakteru odwiedzanego miejsca, w tym lokalnej kuchni. ✓ Osoby biorące udział w imprezach i wydarzeniach kulturalnych. ✓ Zainteresowani uczestnictwem w festiwalach, festynach, imprezach folklorystycznych, spektaklach plenerowych, rekonstrukcjach historycznych, odwiedzaniem planów filmowych. 	<ul style="list-style-type: none"> ☞ Informacja turystyczna – Łódź/ Warszawa ☞ Internet ☞ Przewodniki dotyczące turystyki kulturowej/ sakralnej/ tematyczne ☞ Targi turystyczne

Wskazówki dla Sulejowa

- ✗ Osoba oprowadzająca (przewodnik) po Podklasztorzu ubrany w szaty mnicha-Cystersa lub postaci historycznej. Zwiedzanie w stałych, wyznaczonych godzinach.
- ✗ Przewodniki multimedialne z nagraniem historii Opactwa, odpowiednim podkładem muzycznym, wprowadzającym w atmosferę miejsca.
- ✗ Ustawienie tablic informacyjnych (optymalnie także kiosków multimedialnych) z fotografiami i informacją o sulejowskich plenerach, które były scenariem filmów i seriali.
- ✗ Organizacja co najmniej jednej ponadregionalnej imprezy związanej ze Szlakiem Cysterskim.
- ✗ Rozwój oferty kulturowej w kierunku wydarzeń dla bardziej wymagającej widowni – budowanie wizerunku wysokiej jakości imprez dla odwiedzających z regionu i całego kraju, na miarę Festiwalu Wędrownego Filharmonii Łódzkiej „Kolory Polski”.
- ✗ Przygotowanie komunikacji marketingowej skierowanej do tego segmentu.
- ✗ Umożliwienie zakupu jakościowych pamiątek związanych z miejscem (zdjęcia Opactwa wykonane przez znanych fotografów, nagrania koncertów odbywających się w Opactwie, itp.)

➔ Turyści rekreacyjni, wypoczynkowi

KTO i SKĄD	ZAINTERESOWANIA	SPOSÓB DOTARCIA
<p>Głównie mieszkańcy regionu oraz aglomeracji warszawskiej</p> <p>wiek: 18- 55 lat + dzieci,</p> <p>aktywni w okresie od maja do września, w weekendy i w święta</p> <p>RODZAJ NOCLEGU:</p> <p>Noclegi w gospodarstwach agroturystycznych, w ośrodkach wypoczynkowych, hotelach.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Zainteresowani wypoczynkiem nad zbiornikami wodnymi oraz w dolinach rzek. ✓ Oczekują rozbudowanej oferty wypoczynkowej, łączącej funkcję edukacyjną (np. poznanie historii okolicy) i aktywność fizyczną (np. możliwość przybycia dobrze oznakowanego szlaku rowerowego). ✓ Zależy im na różnorodności, możliwości wypożyczenia sprzętu wodnego i rekreacyjnego. ✓ Zainteresowani także ofertą kulturalną: koncert, kino plenerowe, festyn. 	<ul style="list-style-type: none"> ☞ Marketing szeptany, czyli polecenie znajomych ☞ Internet ☞ Targi turystyczne skierowane do odbiorcy docelowego (np. Lato, Giełda Turystyczna)

Wskazówki dla Sulejowa

- ✗ Aktualna oferta turystyczna zamieszczana na stronie www: noclegi, wypożyczalnie sprzętu rekreacyjnego, imprezy kulturalne, itp.
- ✗ Utworzenie plaży miejskiej ze strzeżonym kąpieliskiem i małą infrastrukturą (docelowo: przebieralnie, prysznic).
- ✗ Oferta Sulejowa prezentowana na targach turystycznych przeznaczonych dla indywidualnego odbiorcy, planującego wyjazd wakacyjny. Imprezy targowe typu „Lato” w Warszawie czy „Wiosenna Giełda Turystyczna” w Poznaniu.
- ✗ Zachęcanie gestorów bazy turystycznej do rozbudowy oferty.
- ✗ Opracowanie tablicy informacyjnej na temat kręconych w Sulejowie filmów i seriali.

➔ Turyści aktywni

KTO i SKĄD	ZAINTERESOWANIA	SPOSÓB DOTARCIA
<p>Turyści z całej Polski</p> <p>wiek: 16-25 lat (młodzież licealna/ studenci) 30-latkowie, rodziny z dziećmi</p> <p>aktywni w okresie od maja do września, w weekendy i w święta, w okresie wakacyjnym</p> <p>RODZAJ NOCLEGU</p> <p>Zróżnicowana baza noclegowa - pola biwakowe, kempingi, gospodarstwa agroturystyczne, ośrodki wypoczynkowe, hotele.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Miłośnicy spędzania wolnego czasu w formie aktywnego wypoczynku. ✓ Oczekują oznakowanych i zagospodarowanych szlaków turystycznych, możliwości wypożyczenia rowerów, sprzętu wodnego, nauki jazdy konnej czy pływania. ✓ Zainteresowani również ofertą związaną ze sportami ekstremalnymi: lotami motolotnią / balonem, nurkowaniem, przejazdami quadami, samochodami terenowymi typu: off-road, parkami przygody, itp. ✓ Zainteresowani imprezami sportowymi – regaty, splywy kajakowe, a także nieszablonowymi wydarzeniami kulturalnymi. 	<ul style="list-style-type: none"> ☞ Strony www poświęcone splywom kajakowym/ motolotniom/ regatom ☞ Przewodniki turystyki aktywnej ☞ Targi turystyczne i sportowe

Wskazówki dla Sulejowa

- ✗ Naniesienie treści związanych z turystyką aktywną na mapę interaktywną Gminy.
- ✗ Oznakowanie w terenie wszystkich szlaków turystycznych przebiegających przez Gminę.
- ✗ Wydanie mapy turystyki aktywnej w wersji papierowej / optymalnie GPS.
- ✗ Wykonanie tablic z zamieszczoną mapą turystyki aktywnej.
- ✗ Podjęcie współpracy z motolotniarzami - wyznaczenie kilku terminów w okresie wakacyjnym, kiedy można odbyć rekreacyjne loty nad Gminą.
- ✗ Organizacja dorocznego splywu kajakowego lub imprezy sportowej łączącej różne dyscypliny: rower, kajak, konie, quady, biegi, itp. (najlepiej objętej patronatem prasowym pisma branżowego).
- ✗ Organizacja stałych, weekendowych wydarzeń np. rajdów rowerowych wokół Zalewu (rozpoczynających się o stałej porze np. 10:00 w sobotę, gdzie uczestnik ma zapewniony pakiet np. nocleg, uczestnictwo w ognisku, mapę).

➔ Turyści edukacyjni

KTO i SKĄD	ZAINTERESOWANIA	SPOSÓB DOTARCIA
<p>Uczniowie szkół podstawowych, gimnazjów i szkół średnich – przede wszystkim z terenu woj. łódzkiego i ościennych, w odległości do 200 km;</p> <p>w okresie od kwietnia/maja do końca czerwca, wakacje szkolne letnie i zimowe.</p> <p>RODZAJ NOCLEGU</p> <p>Niedroga baza noclegowa.</p> <p>Zaplecze umożliwiające przeprowadzenie wykładu, pogadanki czy slajdowiska.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Turystyka edukacyjna, kulturowa i przyrodnicza. ✓ Istotna jest atrakcyjna forma przekazywania wiedzy. ✓ Opracowane programy turystyczno-edukacyjne, dostosowane do percepcji uczniów programy zwiedzania zabytków. ✓ Nauka poprzez zabawę, udział w różnego rodzaju warsztatach, konkursach wiedzy, zadaniach. ✓ Lekcjom przyrodniczym sprzyjają zagospodarowane ścieżki edukacyjne w terenie. 	<ul style="list-style-type: none"> ☞ Bezpośredni kontakt ze szkołami ☞ Internet – strona www Sulejowa i ośrodków gotowych przyjąć grupy szkolne ☞ Targi edukacyjne

Wskazówki dla Sulejowa

- ✗ Nawiązanie współpracy ze szkołami w regionie i w województwach ościennych, w odległości do 200 km od Sulejowa.
- ✗ Opracowanie gotowych do wykorzystania programów zwiedzania (lekcji terenowych) wraz z treściami do przekazania nt. historii, architektury, Cystersów, Norbertanów, Sulejowskiego Parku Krajobrazowego i zamieszczenie ich na stronie Urzędu Miejskiego.
- ✗ Opracowanie prezentacji multimedialnej przygotowującej do „wyjścia w teren”, uczulającej na jakie aspekty skierować uwagę podczas np. przebywania w parku krajobrazowym.
- ✗ Opracowanie autorskich lekcji plastyki i muzyki w oparciu o bogactwo stylów architektonicznych i rejestrowane w Sulejowie koncerty muzyki organowej, klasycznej i folkowej. Warto, aby organizator np. GCI zapewniało również pomoce dydaktyczne (sztalugi, farby).

➔ Turyści biznesowi

KTO i SKĄD	ZAINTERESOWANIA	SPOSÓB DOTARCIA
<p>Mieszkańcy dużych miast oraz turyści zagraniczni, w wieku od 30-55 lat,</p> <p>aktywność w okresie od września do grudnia oraz od kwietnia do lipca;</p> <p>RODZAJ NOCLEGU</p> <p>Baza noclegowa dobrej jakości.</p> <p>Hotele *** /*****,</p> <p>mogą być także jakościowe ośrodki wypoczynkowe.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Turystyka konferencyjna i szkoleniowa, wyjazdy typu incentive (imprezy firmowe/ motywacyjne) ✓ Turysta wymagający, oczekujący wysokiej jakości, cena nie jest podstawą podejmowanych wyborów lecz ich jakość i wyjątkowość oferty. ✓ Niezbędne jest zaplecze konferencyjne: sala/urządzenia multimedialne/ Internet, a także bankietowe: możliwość organizacji poczęstunku dla większej ilości osób. ✓ Znaczenie ma także oferta rekreacyjno kulturowa – możliwość aktywności fizycznej po zakończonej konferencji/ szkoleniu czy zwiedzanie obiektów zabytkowych. 	<ul style="list-style-type: none"> ☞ Internet – strona www Sulejowa, strony ośrodków wypoczynkowych ☞ Katalogi branży MICE ☞ Regionalna Organizacja Turystyczna ☞ Targi branżowe MICE i targi turystyczne ☞ Kontakt z firmami organizującymi konferencje i szkolenia

Wskazówki dla Sulejowa

- ✗ Skierowanie oferty do inwestorów zainteresowanych działalnością w obszarze turystyki biznesowej
- ✗ Konieczność modernizacji, a przede wszystkim podniesienie standardów obsługi w obiekcie „ambasadorze” Sulejowa - Podklasztorzu
- ✗ Zaciśnięcie współpracy gestorów turystycznej bazy biznesowej i oferentów aktywnych form wypoczynku (łotniarstwo, hippika, quady itp.)

Wskazówki ogólne dla Sulejowa

- ✗ Utworzenie zakładki Turystyka na stronie www.sulejow.pl, zawierającej całą infrastrukturę turystyczną oraz wszystkie dostępne atrakcje. Baza powinna być aktualizowana co najmniej raz w roku.
- ✗ Zmiana widoku mapy interaktywnej na stronie www.sulejow.pl – w aktualnym widoku jest trudna w czytaniu – rekomenduje się wyświetlanie mapy w całym oknie.
- ✗ Naniesienie wszystkich treści, które zostały zaplanowane w zaprojektowanych kategoriach.
- ✗ Dotarcie do wydawców przewodników tematycznych z informacją o ofercie Gminy Sulejów.
- ✗ Na stronie www dodać informację o przewodnikach, w których ujęty jest Sulejów.
- ✗ Obecność na targach turystycznych przeznaczonych dla turystów indywidualnych, targach edukacyjnych.
- ✗ Przynależność do Regionalnej Organizacji Turystycznej oraz do Lokalnej Organizacji Turystycznej Zalewu Sulejowskiego i okolic.

4.2. PROFIL INWESTORA

Tereny inwestycyjne, które aktualnie posiada gmina Sulejów przeznaczone są pod inwestycje o charakterze produkcyjnym / usługowym i są wysoce konkurencyjne pod względem przygotowania. Niestety, ich największym mankamentem jest funkcjonowanie poza Specjalną Strefą Ekonomiczną działającą w Łodzi.

Jak wynika z ocen atrakcyjności inwestycyjnej podregionu piotrkowsko-skierniewickiego, na terenie którego leży Sulejów, obszar ma największe szanse na pozyskanie inwestycji w sektorze produkcyjnym. W przypadku usług i gospodarki zaawansowanych technologii może okazać się, że nie występuje dostateczna chłonność wśród przedsiębiorstw (usługi) i trudno jest również o znalezienie odpowiedniej kadry menedżerskiej i inżynierskiej (hi-tech).

Profil inwestycji jest w znacznej mierze uzależniony od kwalifikacji zasobów ludzkich występujących na obszarze Gminy. Tradycje włókiennicze obszaru, jak również fakt, że funkcjonuje tu firma branży odzieżowej (MOTEX) mogą być zachętą dla lokowania zakładu o podobnym profilu.

Lokalizacją inwestycji na terenie Sulejowa można zainteresować przedstawicieli przemysłów już reprezentowanych w bezpośrednim sąsiedztwie. Powodzenie przedsięwzięć ulokowanych w Piotrkowie Trybunalskim w ramach ŁSSE jest znakiem dla innych firm przemysłu obróbki precyzyjnej metali i przetwarzania plastików, że tego typu działalność warto ulokować w regionie.

Dobrym przykładem inwestora, który z sukcesem zlokalizował działalność produkcyjną w bezpośrednim sąsiedztwie jest Firma Häring Polska Sp. z o.o. Jest to część koncernu Häring, światowego lidera w branży precyzyjnej obróbki skrawaniem. Do grona jej partnerów zaliczyć można: Daimler Chrysler, Volkswagen, Siemens, Bosch, Volvo, Electrolux, Continental.

Przykładem kolejnego trafionego przedsięwzięcia jest firma RECULER Sp. z o.o.. Firma zajmuje się przetwarzaniem (recyklingiem) odpadów z tworzyw sztucznych, w tym wyrobów wybrakowanych. Produktem finalnym przetwórstwa jest komponent stosowany np. w przemyśle petrochemicznym i chemicznym.

Ze względu na charakter gminy rekomenduje się zabieganie o inwestora z branży MICE – Meetings Incentive Conference Event. Utworzenie wysokiej klasy kompleksu wypoczynkowo-rekreacyjnego może w istotny sposób wpłynąć na:

- ☞ wzrost dochodów gminy z tytułu podatków,
- ☞ zatrzymanie lub powrót osób, które wyjechały na studia do Łodzi czy innego miasta, ze względu na możliwość otrzymania dobrej i motywującej pracy u nowego inwestora,
- ☞ napływ turystów, którzy otrzymają nowoczesną, kompleksową ofertę wypoczynku,
- ☞ dynamiczny rozwój przedsiębiorstw branży turystycznej spowodowany tzw. „efektem źródła”¹

Wskazówki dla Sulejowa

- ✗ Włączenie gruntu przy Grunwaldzkiej i optymalnie przy ul. Błonie do poszerzanej ŁSSE. Przykład Piotrkowa pokazuje bowiem, że subregion jest atrakcyjny dla inwestorów, którzy bardzo dobrze radzą sobie prowadząc działalność. Kluczowym czynnikiem jest jednak uzyskanie ulg wynikających z prowadzenia działalności w SSE.
- ✗ Należy wykorzystać wysokie oceny i zainteresowanie gruntem przy ul. Grunwaldzkiej, gdyż tytuł grunt na medal 2007 straci swój „powab” w momencie kiedy pojawią się grunty na medal 2008 i późniejsi laureaci konkursu.
- ✗ Konieczne jest zogniskowanie działań na poszukiwaniu inwestora poprzez stworzenie oferty inwestycyjnej kierowanej na różne rynki docelowe - niemiecki, francuski, także rosyjski i ukraiński.

¹ tj. możliwością wyboru spośród znacznej ilości przedsiębiorstw tej samej branży ulokowanych w sąsiedztwie co powoduje uproszczenie decyzji zakupowej u konsumenta-turysty i częstsze powroty do „źródła”.

5. Pozycja Gminy Sulejów na mapie turystycznej i inwestycyjnej woj. łódzkiego

Województwo łódzkie cechuje bardzo niska w skali kraju atrakcyjność przyrodnicza. Pod względem ilości wód płynących zajmuje ono dopiero 15 miejsce w kraju, w przypadku wód stojących – 11 miejsce. Biorąc pod uwagę lesistość, Łódzkie zajmuje ostatnie miejsce w Polsce!

- ☞ Można powiedzieć, że Sulejów wyróżnia się znacznie na tym mało atrakcyjnym tle. Gmina leży bowiem nad jednym z dwóch największych zbiorników wodnych (Zalew Sulejowski) i nad jedną z 3 największych rzek w regionie (Pilicą).
- ☞ Gminę Sulejów w ponad 40% pokrywają tereny leśne. Jest ona najbardziej zalesioną gminą w województwie. Największe kompleksy leśne w regionie to Puszcza Pilicka, znajdująca się w środkowym biegu Pilicy oraz Puszcza Bolimowska. Sulejów leży w obrębie tej pierwszej.

Na obszarze gminy Sulejów położony jest jeden z siedmiu znajdujących się w Łódzkim parków krajobrazowych. Jest to Sulejowski Park Krajobrazowy.

- ☞ Z uwagi na wyżej wymienione walory Sulejów można śmiało zaliczyć do bardzo atrakcyjnych przyrodniczo podobszarów w Łódzkim, co przekłada się bezpośrednio na atrakcyjność turystyczną.

Z uwagi na występujące walory kulturowe, Łódzkie cechuje duży stopień unikatowości. Głównie za sprawą występowania przemysłowych zabytków, związanych z rozwojem przemysłu włókienniczego w XIX wieku. Sulejów nie posiada zabudowań przemysłowych mogących być zaliczanych do tej kategorii.

W mieście znajduje się za to jeden z najstarszych zabytków średniowiecznych regionu, zbudowane w stylu romańskim Opactwo Cystersów w Sulejowie. Wspólnie z archikolegiatą w Tumie i kościołem w Inowłodzu reprezentują najstarsze i najcenniejsze zabytki Łódzkiego.

Dzięki skupieniu walorów przyrodniczych i kulturowych Sulejów jest bardzo atrakcyjnym miejscem na turystycznej mapie regionu. Nie oznacza to jednak, że posiadany potencjał jest wystarczający żeby przyciągnąć i zatrzymać turystów. Należy bowiem pamiętać, że znajdujące się na terenie gminy ośrodki często reprezentują niski standard bazy noclegowych i usług, a Opactwo w Sulejowie nie może zaproponować produktu turystycznego na miarę oczekiwań współczesnego turysty.

Należy spodziewać się, że mapa atrakcji turystycznych Łódzkiego zostanie stworzona na nowo w najbliższych latach, dzięki wsparciu inwestycji z Regionalnego Programu Operacyjnego. Pojawią się na niej miejsca, które od podstaw zbudują swoją atrakcyjność turystyczną. Przykładem takich działań jest projekt Zduńska Wola – Lustró Unii Europejskiej, gdzie zbliżony kontur granic UE i gminy stały się inspiracją do budowy fontann-symboli krajów UE. Kolejną nową atrakcją Łódzkiego stał się Uniejów, gdzie dzięki wsparciu z funduszy strukturalnych zbudowano Termy Uniejowskie – całoroczny zespół basenów wykorzystujący wody geotermalne.

Sulejów może i powinien znaleźć swoje miejsce na „nowej” mapie atrakcyjności Łódzkiego. Szansą jest „opakowanie” występujących w mieście i gminie atrakcji nowoczesną ofertą (przewodnictwo wcieleniowe, spektakle światło-dźwięk, elementy interaktywnej prezentacji zasobów kulturowych i przyrodniczych). Możliwe jest także wykorzystanie związków miejsca z powstającymi w nim produkcjami filmowymi (Janka, Potop) – co zakłada Program Rozwoju Turystyki w Łódzkim. A także zbudowanie oferty typu incentive i konferencji, na bazie istniejących ośrodków (np. Ośrodek Doskonalenia Kadr Służb Więziennych) i atrakcji (np. Stajnia Podklasztorze).

Pozycja Sulejowa na inwestycyjnej mapie regionu jest dość korzystna jeśli chodzi o lokalizację przemysłu. Może jednak ulec znacznej poprawie poprzez włączenie gruntów inwestycyjnych do Łódzkiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej. Gmina powinna pomyśleć również o interesującej ofercie dla inwestorów przemysłu turystycznego, gdyż lokalizacja na jej terenie ośrodka konferencyjnego może okazać się dochodowym przedsięwzięciem, ze względu na wzrost dynamiki rozwoju gospodarczego Łodzi.

6. Misja, wizja i cele promocyjne

Wizja marki wskazuje jej obraz w przyszłości, opisuje jak marka może funkcjonować, jak może być odbierana.

- Dzięki zróżnicowanej ofercie turystycznej Sulejów jest chętnie wybieranym miejscem wypoczynku weekendowego mieszkańców aglomeracji łódzkiej. Specjalnością Gminy jest turystyka kulturowa i aktywna, które łącząc się w turystyce edukacyjnej realizują zasadę bawiąc uczyć. Turyści wiedzą, że do Sulejowa warto powracać, ze względu na bogaty harmonogram jakościowych imprez i dobry stosunek ceny do jakości.
- Gospodarka przemysłowa i usługowa dynamicznie się rozwijają, korzystając z preferencyjnych warunków wynikających z funkcjonowania w specjalnej strefie ekonomicznej (LSSE). Przedsiębiorstwa, które prowadzą działalność w Sulejowie, aktywnie uczestniczą również w życiu społecznym, obejmując mecenatem wydarzenia kulturalne, sponsorując stypendia dla uczniów, współfinansując budowę elementów małej architektury.

Misja pokazuje jakimi środkami i dzięki jakim założeniom możliwe będzie osiągnięcie stanu opisanego w wizji.

- W tworzeniu oferty turystycznej Sulejowa podstawą jest współdziałanie. Tworzą ją zarówno gestorzy bazy turystycznej, operatorzy atrakcji, jak i instytucje kościelne, Gminne Centrum Informacji, a nawet Ochotnicza Straż Pożarna.
- Rolę inicjatora i integratora działań w początkowym etapie sprawuje Urząd Miejski, co pomaga zbudować partnerskie relacje między podmiotami.
- Podstawową wartością, o którą powinno się dbać na każdym etapie powstawania usługi jest jakość, która przejawia się np. w: staranności planowania programu turystycznego, doskonałym smaku dania, profesjonalnym serwisie kelnerskim, angażującej opowieści przewodnika, czystej plaży miejskiej.
- Z czasem podmioty branży turystycznej tworzą wspólne produkty, promowane i zarządzane w ramach organizacji branżowej, której głównym celem działalności jest zysk osiągany przez jej członków.
- Organizacja korzysta ze wsparcia finansowego budżetu Gminy dotychczas przeznaczanego na promocję turystyki.

Cele promocyjne wskazują na jakich zagadnieniach należy zogniskować działalność promocyjną Gminy, aby maksymalnie wykorzystać dostępny budżet.

Cele turystyczne: Promocja dwóch największych latarni turystycznych Sulejowa: przyrodniczej – Zalewu Sulejowskiego i kulturowej Opactwa Cystersów na Podklasztorzu. Są to jedyne dwie atrakcje, które funkcjonują w świadomości turystów z regionu łódzkiego, a nierzadko również turysty krajowego. Przy odpowiedniej promocji mają szansę wejść na stałe do grona kluczowych atrakcji turystycznych regionu.

- W chwili obecnej wzmianki i opisy Opactwa znajdują się w większości wydawnictw przewodnikowych funkcjonujących na rynku krajowym. W zasobach sieci Internet znajduje się około 61 tys. odniesień do hasła: Opactwo w Sulejowie.
- Zalew Sulejowski stwarza możliwość kontaktu z dużym zbiornikiem wodnym w obszarze gdzie naturalnie zbiorniki o takiej wielkości nie występują. Stanowiąc jeden z największych zbiorników wodnych Polski Centralnej daje możliwość uprawiana większości sportów wodnych w niemal „mazurskim” wydaniu. W zasobach sieci Internet znajduje się około 46 tys. odniesień do hasła: Zalew Sulejowski.

Cele inwestorskie: Wsparciem promocyjnym należy objąć grunty inwestycyjne znajdujące się w zasobach Gminy przy ul. Grunwaldzkiej i ul. Błonie w Sulejowie. Grunty są należycie wyposażone i stanowią atrakcyjną lokalizację dla przemysłu i usług. W roku 2008 promocji dodatkowo sprzyja fakt wyróżnienia działki przy ul. Grunwaldzkiej tytułem „Grunt na medal”. Należy także stworzyć katalog możliwości inwestycyjnych w turystyce, niezbędnego narzędzia w momencie, gdy Gmina uzyska tytuł Gminy Turystycznej „Fair Play” na potrzeby lokalizacji przedsiębiorstw przemysłu turystycznego.

7. Założenia do marki i systemu identyfikacji wizualnej marki Sulejów

Konkurencyjność dzisiejszej rzeczywistości, także na polu jednostek terytorialnych, stwarza konieczność świadomego budowania swojej marki i umiejętnego zarządzania nią. Obecnie samorzady konkurują bowiem ze sobą o ograniczone zasoby budujące stronę popytową ich funkcjonowania. Dobrami, o które toczy się rywalizacja województw, miast i gmin są mieszkańcy, inwestorzy, turyści. Każda jednostka samorządowa jest zdecydowana i chętna przyciągnąć nowych mieszkańców, którzy wzbogacą ją o zwiększone dochody w postaci zwrotu podatku PIT. Z przyjemnością powita nowego inwestora, który lokując na jej terenie siedzibę wzbogaci samorządowy budżet o dodatkowe wpływy z podatki CIT. Samorządowcy, równie chętnie jak mieszkańcy i gestorzy bazy hotelowej i gastronomicznej powitają u siebie turystów, którzy zapłacą za nocleg, posiłek, konferencję czy możliwość aktywnego spędzenia czasu, wynajmując łódkę czy rower. Turysta przyczyni się również do „niewidzialnego” eksportu dóbr wytwarzanych w lokalnej gospodarce, kupując je i konsumując na miejscu lub po powrocie do miejsca zamieszkania.

- ☞ Chcąc z sukcesem konkurować na rynku inwestycyjnym, migracyjnym, czy turystycznym należy zbudować markę, która będzie komunikowała aspiracje i podstawowe wartości gminy.
- ☞ Marka musi czerpać swoją siłę z tożsamości miejsca, jego historii, dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego.
- ☞ W tym samym czasie musi być inspirująca i wyznaczać cele dla samorządowców, mieszkańców. Sukces marki mierzony jest zmianą wizerunku miejsca.
- ☞ Należy przy tym pamiętać, że dobra marka to ta, która oddaje zmieniającą się rzeczywistość i prawdziwie informuje o potencjalne miejsca.

7.1. Architektura marki Sulejów

☞ Koncepcja marki

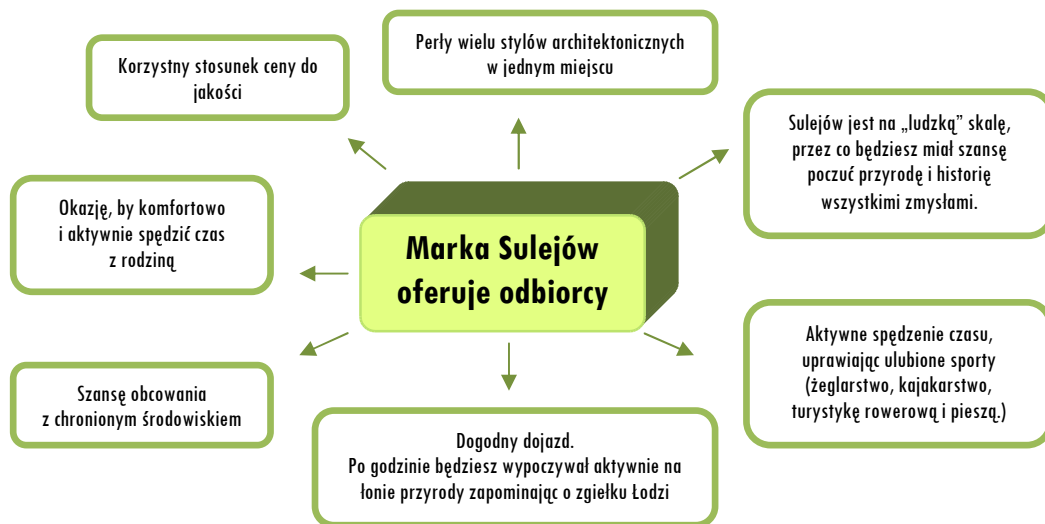
Sulejów to marka, która może czerpać ze swojej historii i otaczającej natury. Posiada unikatowe na skalę regionu i kraju zespoły architektury sakralnej oraz akweny wodne i obszary chronione o znacznej atrakcyjności. Poprzez rozpoznawalność Zalewu Sulejowskiego marka Sulejów ma realną szansę stać się powszechnie kojarzoną. Romańska architektura kościoła p.w. św. Tomasza i założenie Opactwa na Podklasztorzu mogą stać się ikoną architektoniczną – latarnią i ambasadorem marki.

Sulejów może odważnie zakomunikować swoje istnienie promując wymienione atrakcje. Musi to być jednak jedynie wstęp do budowy atrakcyjnych produktów, opartych na tych walorach, które staną się filarem oferty turystycznej Gminy. Sulejów to również atrakcyjna lokalizacja dla inwestycji przemysłowych i hotelarskich. Gmina musi jednak przekonać inwestora i turystę że nie są zaściankiem, który biernie kopiuje trendy, a kieruje nimi ambicja i odwaga, które pozwalają wzbic się ponad przeciętność.

☞ Podstawowe obietnice marki (korzyści, benefity):

Opisując korzyści jakie odniesie odbiorca poprzez wejście w interakcję z marką. Odnoszą się do braków zdiagnozowanych u grup docelowych (tzw. spostrzeżenia - insight). Wspólnie z insightem i reson to belive (RTB) stanowią element konceptu marketingowego.

Rysunek 6 Marka Sulejów oferuje odbiorcy następujące korzyści



➔ Cechy charakteryzujące markę

Marka powinna być niczym żywa osoba. Powinna być wiarygodna i przewidywalna. Jeśli mielibyśmy opisać markę Sulejów cechami, które zwyczajowo przypisujemy ludziom, to były by one następujące:



➔ Podstawowe wartości marki

Jest to swego rodzaju kanon etyczny marki, z którego wypływa jej wizja na przyszłość i misja. Wartości, które marka wyznaje i propaguje, które stanowią jej kręgosłup i motywację do działań.

Wartości, które wyznaje marka Sulejów – to co jest motorem jej rozwoju	
✓ Dzielenie się swoją wiedzą	Sulejów od wieków uczył się jak funkcjonować na styku dwóch krain, dwóch państw, jak mądrze czerpać korzyści ze swojego położenia. Na terenie gminy rozwijały się dwa opactwa - dwa bogate ośrodki kultury i myśli. <u>Sulejów ma co pokazać i czym się podzielić i chce to czynić!</u>
✓ Otwartość na świat, nowoczesny rozwój	Leżący na ważnych szlakach handlowych był otwarty i udzielał gościnę, chłonał wzorce i kulturę z różnych źródeł. Był miejscem gdzie za sprawą Cystersów pojawiła się nowoczesność (architektura, zaczątki przemysłu). <u>Sulejów chce wykorzystać nowe możliwości inwestycyjne jakie stwarza otwarcie Polski na świat.</u>
✓ Zachowanie dziedzictwa dla następnych pokoleń	Sulejowskie zabytki powstawały z gruzów, odradzały się po najazdach tatarskich, kasacie zakonu, latach zaniedbań. Dziś w pełni blasku znajduje się część z nich kolejne pięknieją za sprawą gospodarności zarządzających. Przyroda objęta ochroną parku krajobrazowego przetrwa nienaruszona dla następnych pokoleń.
✓ Chęć bycia najlepszym w tym co robi	Sulejów jak działa – działa skutecznie, jak robi – to raz a dobrze! Perfekcyjnie przygotowane dla inwestorów grunty, wzorcowo odnowione były Opactwo Norbertanów w Witowie i Cystersów na Podkisztorzu, organizowany z sukcesem Festiwal Muzyki Organowej i Kameralnej to oznaki sukcesu nieproporcjonalne do wielkości Gminy.
✓ Zrównoważony rozwój - Troska o naturę i jej ochrona	Sulejów wie, jak ważna jest równowaga między naturą, a człowiekiem. Znaczna część gminy jest objęta formami chronionego krajobrazu, SPK i Natura 2000, na jej terenie znajdują się również 2 rezerваты.

7.2. Wskazania do systemu identyfikacji wizualnej (SIW) marki Sulejów

System identyfikacji wizualnej, zwany inaczej księgą marki, to zestaw wzorcowych zastosowań znaków i symboli graficznych, jakimi posługuje się marka w procesie komunikacji ze swoim otoczeniem i odbiorcami. Zakres SIW zależy od indywidualnego zapotrzebowania. Standardowo zawiera logo (znak graficzny) i logotyp (nazwa produktu np. gminy/miasta zapisana przy użyciu określonego liternictwa), oraz ich standaryzację i przykłady zastosowania na różnorodnych nośnikach.

System Identyfikacji Wizualnej powstaje na podstawie określonych w strategii marki (strategii promocji) założeń dotyczących kolorystyki, formy i stylu komunikacji marki, jak i sugerowanych przykładowych treści graficznych jakimi ma posługiwać się marka.

➔ Kolorystyka marki Sulejów:

Wskazane jest użycie kolorów czerpiących z dwóch źródeł: przyrody sulejowskiej i dziedzictwa kulturowego Sulejowa.

- ➔ Spośród kolorów natury dominującą rolę powinny pełnić niebieski (kolor rzeki Pilicy, Zalewu Sulejowskiego) i zielony (kolor pól, łąk i lasów dawnej Puszczy Pilickiej). Możliwość zastosowania szerokiej gamy odcieni w zależności od potrzeb. Szczególnie wskazane nowoczesne odcienie takie jak, zieleń młodej trawy i błękit czystego nieba.
- ➔ Spośród kolorów inspirowanych historią wskazane jest zastosowanie kolorów „cysterskich” - czarnego i białego („czarno na białym” – również jako wskazanie do sposobu komunikacji graficznej), koloru i odcieni piaskowca (budulca kościoła pw. Św. Tomasza Kantuarijskiego). Dopuszczalne również kolory brązowy (odcień starej skóry np. stara księga, pas) oraz kolor ceglany (kolor kościoła p.w. św. Floriana, dachy Opactwa w Sulejowie Podklasztorzu).

➔ Forma i Styl Komunikatu:

**Przed wszystkim czytelny!
Wyróżniający się wyrazistością i przejrzystością. Nawiązujący do formuły „czarno na białym”.**

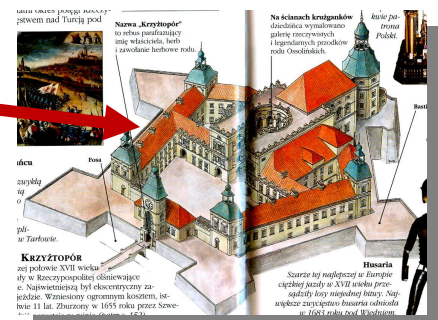
Stwarzający poczucie przestronności i otwartości. Jednoznaczny, ale nietuzinkowy. Nowoczesny, lecz umiejętnie czerpiący z historii, inspirowany nią.

➔ Sugerowane treści przekazu:

W pierwszym etapie koncentracja działań komunikacyjnych na zbudowaniu konkurencyjnego wizerunku największej atrakcji kulturowej Sulejowa tj. Opactwa Cystersów na Podklasztorzu i przyrodniczej tj. Zalewu Sulejowskiego.

Promocja Opactwa:

- ➔ Wykonanie nowej ryciny w stylu przewodników ilustrowanych wydawanych w Polsce przez Wiedzę i Życie (oryginał Dorling Kindersley, London) i rozpowszechnienie jej we własnych wydawnictwach, serwisach internetowych oraz nieodpłatne rozpowszechnienie wizerunku w przewodnikach mówiących o Sulejowie.



- ➔ Następnym krokiem powinno być wykonanie profesjonalnej sesji zdjęciowej Opactwa (z prawami autorskimi do zdjęć przekazanymi Gminie) i rozpowszechnienie nowych zdjęć Opactwa. W kolejnym kroku można zorganizować konkurs fotograficzny nt. Opactwa. Później organizacja pleneru malarskiego, tak aby móc wykorzystywać nowe wizerunki Opactwa.

- W następnych etapach promocja może być ukierunkowana na poszczególne wydarzenia, które odbywają się w Opactwie (Festiwal Muzyki Organowej i Kameralnej, Wędrowny Festiwal Filharmonii Łódzkiej Kolory Polski, Festyn Rodzinny, Dni Sulejowa). Dopiero po wypromowaniu „latarni” turystycznej jaką jest Opactwo o. Cystersów należy zacząć promować kolejne atrakcje kulturowe gminy tj. zabudowania poklasztorne i Sanktuarium Maryjne w Witowie, kościół p.w. św. Floriana w Sulejowie.

Promocja Zalewu:

- Poprzez przedstawienie jego wielkości (większość potencjalnych turystów nie zdaje sobie sprawy, że jest to jeden z największych zbiorników wodnych w centralnej Polsce) oraz budowanie jego wizerunku od strony żeglarskiej. Służyć temu mogą znajdujące się w posiadaniu Gminy zdjęcia lotnicze, które powinny być szeroko upowszechniane, między innymi w wydawnictwach promocyjnych.
- Następnie, komunikacja powinna skupić się na osobliwościach i wartościach przyrodniczych Sulejowskiego Parku Krajobrazowego (np. zimorodek, ryciny występujących w Zalewie ryb). W kolejnym okresie należy pokazać atrakcyjność obiegających Zalew i przebiegających przez Gminę szlaków turystyki aktywnej (Szlak im. Zygmunta Goliata, rzeki Pilicy, Hubala).



➤ **Narzędzia komunikacji wizualnej Sulejowa:**

Logo marki Sulejów

Proponuje się nieklasyczne - nowoczesne podejście do logo, stwarzające szerokie pole do kreacji i adaptacji jego zastosowań.

Sugeruje się wyróżnienie graficzne marki Sulejów poprzez zastosowanie zmiennej kompozycji różnorodnie stylizowanej litery S i kompozycji treści graficznych adekwatnych do potrzeb komunikacyjnych.

- Kreacja logo powinna opierać się i być spójna z zaproponowanym layout'em folderów promocyjnych, gdzie litera S jest różnorodnie stylizowana, np. służąc komunikacji atrakcyjności kulturowej Sulejowa, S przypomina odręczne pismo średniowiecznego skryby. Każdorazowo litera S stanowi centralny punkt kompozycji, składających się ze zdjęć ilustrujących daną tematykę np. atrakcyjność inwestycyjną będą wyrażać „medal – grunt na medal”, postać inwestora w kasku trzymającego rozpostarte plany budowlane, symetrycznie wkomponowane rzędy bilonu.
- Nowoczesne podejście daje możliwość znacznego wyróżnienia spośród wielu powstałych od początku lat 90-tych i powstających obecnie logo „obrazkowych” często opartych na podobnej kolorystyce i powtarzalnych pomysłach. Wykorzystanie zmiennego logo o dużych możliwościach adaptacyjnych daje szansę wyróżnienia Sulejowa spośród wielu miejscowości i gmin o podobnej, czy nawet większej atrakcyjności turystycznej i inwestycyjnej.

Rysunek 7 Przykłady klasycznego logo promocyjnego (lewa) i nowoczesnego podejścia proponowanego do wykorzystania w Sulejowie (prawa)



➔ System Identyfikacji Wizualnej Marki Sulejów

System identyfikacji wizualnej marki Sulejów będzie niezbędnym dopełnieniem logo marki. Jego stworzenie i konsekwentne zastosowanie zapewni efekt rozpoznawalności komunikacji marketingowej Gminy. System powinien zawierać projekty:

- ✓ www Sulejowa,
- ✓ wydawnictw promocyjnych kierowanych do turystów i inwestorów,
- ✓ plakatów dla „sztandarowych” imprez organizowanych przez Gminę (Festiwalu Muzyki Organowej i Kameralnej, Pikniku Rodzinnego, Dni Sulejowa),
- ✓ akcydensy czyli materiały biurowe (wizytówki, papier biurowy, tabliczki na drzwiach Urzędu).

Rysunek 8 Skład folderu promującego turystykę kulturą w Sulejowie wykonanego w założeniach opisywanego systemu



- ➔ Zamówienie SIW dla Sulejowa, powinno również zabezpieczać przeszkolenie kluczowych urzędników budujących markę Sulejów, z możliwości i zasad stosowania SIW.
- ➔ Uzupełnieniem SIW powinien stanowić System Identyfikacji Miejskiej (SIM), który opierając się na założeniach SIW zawierać ma projekty: tablic z numerami domostw, nazwami ulic i placów, projekt witaczy.
- ➔ Ostatnim elementem procesu ujednolicenia komunikacji wizualnej Gminy, powinny być autorskie projekty małej architektury (ławek, lamp, koszy na śmieci, przystanków PKS) oraz jakościowej pamiątki- gadżetu promującego Sulejów. Pamiątka z miejsca musi być unikatowa i jakościowa, wtedy buduje wizerunek unikalnej „niepodrabialnej marki” .

Rysunek 9 Przykład projektów jakościowych pamiątek dla Warszawy wykonanych podczas warsztatów Bęc Zmiana w British Council



8. Oferta turystyczna i inwestorska gminy Sulejów

8.1. OFERTA TURYSTYCZNA

Gmina Sulejów posiada atrakcje turystyczne, które pozwalają na skomponowanie oferty wypoczynkowej dla turystów, zapewniając im różnorodność przez kilka dni pobytu. Na podstawie analizy bazy turystycznej, atrakcji kulturalnych oraz możliwości aktywnego wypoczynku, przedstawiono propozycję czterech pakietów turystycznych gminy. Są to przykładowe kompozycje możliwych do wytworzenia w Gminie ofert i atrakcji turystycznych. Są one dostosowane do potrzeb turystów, zgodnie z analizą docelowego profilu turysty dokonanej w rozdziale 3.

Propozycje ofert opierają się o aktualne atrakcje i infrastrukturę turystyczną, stąd przy niewielkim zaangażowaniu środków są gotowe do wdrożenia. Powodzenie wprowadzenia wspólnych ofert podmiotów świadczących usługi turystyczne na terenie gminy Sulejów będzie możliwe tylko w przypadku chęci współpracy gestorów bazy turystycznej działających w gminie.

<p style="text-align: center;">Oferta I WEEKEND SULEJOWSKI</p>	<p>Założenie: Pierwsze wspólne przedsięwzięcie branży – wykorzystujące największe „hity” turystyki w Sulejowie. Początkowo 1 weekend w każdym miesiącu od maja do września. Wspólna oferta ośrodków z Polanki, Podklasztorza, Stądniny, Barkowic, MOK, GCI.</p>
<p>➤ Odbiorca: Łodzianie, Warszawiacy, Rodziny 2 plus, rodzice w wieku 30-40 lat, dzieci od 4 do 15 lat</p>	<p>Kamienie milowe w komercjalizacji oferty: Współdziałanie branży turystycznej, zrozumienie, że nie konkurują, ale współpracują ze sobą. Wprowadzenie systemu zniżek w lokalach gastronomicznych, wypożyczalniach sprzętu, atrakcjach dla turystów nocujących w Sulejowie. System promocji krzyżowej atrakcji, wprowadzenie systemu wymiany informacji między gestorami bazy.</p>
<p>➤ Długość trwania: od piątkowego popołudnia do niedzielnego obiadu</p>	<p>Składniki oferty: Piątek Cysterski - piątkowy wieczór w murach Opactwa: tradycyjne menu imprezy: zupa w kociołku, pieczenie prosiaka, piwo cysterskie, występ Zespołu Pieśni Chrześcijańskiej „ALTUM”, pokazy ognia. Konieczność wypracowania oferty unikatowej w oparciu o tradycje romańskie i cysterskie.</p>
<p>➤ Sugerowany przedział cenowy: między 200 a 400 pln za osobę</p>	<p>Aktywna Sobota – w zależności od preferencji spędzona w siodle, na rowerze, w kajaku, żaglówce lub na spacerze. Początkowo sugeruje się oparcie oferty o wspólny spływ kajakowy odcinkiem Pilicy, zakończony nad Zalewem. Po spływie ognisko organizowane „Na Cyplu”, „U Bosmana” lub w gospodarstwie agroturystycznym.</p>
<p>➤ Dystrybucja: informacja o ofercie na www Urzędu Miejskiego w Sulejowie, w zakładce turystyka oraz na stronach ośrodków wypoczynkowych, w formie prezentacji z możliwością bezpośredniej rezerwacji i/lub podanym kontaktem</p>	<p>Leniwa niedziela – piknik w Witowie, należy rozważyć dojazd wozami konnymi lub np. strażackimi (bardzo duża atrakcja dla dzieci). W Witowie oprowadzanie „wcieleniowe” (osoba przewodnika w stroju mnicha). Piknik na polanie lub w murach byłego Opactwa (obok Domu Pielgrzyma lub w nim w czasie niepogody). Podczas pikniku serwowane tylko wiejskie jedzenie, jaja wiejskie, konfitury, serwis zapewnia społeczność lokalna np. koło gospodyń wiejskich.</p>
<p>➤ Wykorzystywana infrastruktura: obiekty noclegowe całoroczne (kwiecień-maj, wrzesień-październik) i sezonowe, w tym ośrodki zlokalizowane w Sulejowie Polance. Śniadania i obiadowe w miejscu zakwaterowania. Kawa, podwieczorek w Hotelu Podklasztorze</p>	

<h2 style="text-align: center;">Oferta II KAJAKIEM PO PILICY</h2>	<p>Założenie: Wykorzystanie wszystkich możliwości aktywnego wypoczynku, oparcie oferty o istniejące szlaki turystyczne. Wspólna oferta ośrodków noclegowych zlokalizowanych nad Pilicą, od Windugi po Barkowice Mokra, stadniny koni i wypożyczalni sprzętu wodnego. Oferta dostępna w okresie od czerwca do września/ października.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Odbiorca: Łodzianie, Rodziny 2 plus, rodzice w wieku 30-45 lat, dzieci od 9 do 15 lat, młodzież, studenci ➤ Długość trwania: od sobotniego poranka do niedzielnego obiadu ➤ Sugerowany przedział cenowy: od 150 pln za osobę w zależności od rodzaju noclegu ➤ Dystrybucja: informacja o ofercie na www Urzędu Miejskiego w Sulejowie, w zakładce turystyka oraz na stronach ośrodków wypoczynkowych, w formie prezentacji z możliwością bezpośredniej rezerwacji i/lub podanym kontaktem ➤ Wykorzystywana infrastruktura: obiekty noclegowe całoroczne (kwiecień-maj, wrzesień-październik) i sezonowe, w tym ośrodki zlokalizowane w Sulejowie Polance, Barkowicach i Barkowicach Mokrych. Każdy nocleg w innym miejscu. 	<p>Kamienie milowe w komercjalizacji oferty:</p> <p>Współdziałanie wypożyczalni kajaków i obiektów noclegowych, aktywny system wymiany informacji między gestorami bazy.</p> <p>Składniki oferty:</p> <p>Kajakowa Sobota - Eksploracja Szlaku Rzeki Pilicy, odcinek ok. 20 km - rozpoczęcie spływu w okolicach Windugi, w międzyczasie jeden przystanek np. na terenie ośrodka YMCA w Kurnędzu. Nocleg w ośrodkach wypoczynkowych w Sulejowie-Polance. Wieczorne ognisko, opowieści cysterskie pozwalające poczuć klimat miejsca i bliskość Opactwa Cysterskiego.</p> <p>Aktywna niedziela – kontynuacja spływu Pilicą, dopłynięcie do Zalewu Sulejowskiego. W portach „Na Cyplu” lub „U Bosmana”- zawody drużynowe w kategoriach: kajak, windsurfing, łódka.</p> <p>Kulturalne niedzielne popołudnie – dla chętnych – możliwość zwiedzenia Opactwa Cysterskiego w Sulejowie – Podklasztorzu. W kolejnych krokach, możliwość uatrakcyjnienia oferty o loty motolotnią nad terenem Opactwa Cysterskiego lub nad Zalemem.</p>

<h2 style="text-align: center;">Oferta III OPACTWA MUZYCZNE</h2>	<p>Założenie: Wykorzystanie odbywających się w Sulejowie i Witowie Festiwalu : Festiwalu Wędrownego „Kolory Polski” oraz Festiwalu Muzyki Organowej i Kameralnej. Oferta obejmuje okres wakacyjny.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Odbiorca: Łodzianie, Warszawiacy, cała Polska, w wieku od 25-55 lat ➤ Długość trwania: piątkowe popołudnie – niedzielny wieczór ➤ Sugerowany przedział cenowy: od 250 pln za osobę ➤ Dystrybucja: informacja o ofercie na www Urzędu Miejskiego w Sulejowie, w zakładce turystyka oraz na stronach ośrodków wypoczynkowych, w formie prezentacji z możliwością bezpośredniej rezerwacji i/lub podanym kontaktem ➤ Wykorzystywana infrastruktura: obiekty noclegowe całoroczne (kwiecień-maj, wrzesień-październik) i sezonowe. 	<p>Kamienie milowe w komercjalizacji oferty:</p> <p>Współpraca ośrodków wypoczynkowych i organizatorów festiwalu, system wymiany informacji.</p> <p>Składniki oferty: Możliwość innej niż przedstawiona poniżej kolejności atrakcji wynikająca z kalendarza festiwalowego.</p> <p>Wieczór Cysterski - piątkowy wieczór w Murach Opactwa: tradycyjne menu imprezy: zupa w kociołku, pieczenie prosiaka, piwo cysterskie, występ Zespołu Pieśni Chrześcijańskiej „ALTUM”, pokazy ognia. Konieczność wypracowania oferty unikatowej w oparciu o tradycje romańskie i cysterskie.</p> <p>Sobotnio- niedzielne muzykowanie.</p> <p>Sobota rekreacyjno – kulturowa: od rana: Barkowice Mokra – Port na Cyplu – mini- rejs po Zalewie, grillowanie. W godzinach późno-popołudniowych zwiedzanie Opactwa, wieczorem Koncert na Podklasztorzu – w ramach Wędrownego Festiwalu Filharmonii Łódzkiej „Kolory Polski”.</p> <p>Niedzielne koncertowanie w Witowie – przedpołudniowe zwiedzanie Sanktuarium w Witowie połączone z piknikiem, koncert popołudniowy w ramach Festiwalu Muzyki Organowej i Kameralnej.</p>

<h2 style="text-align: center;">Oferta IV SULEJÓW EXTREME</h2>	<p>Założenie: Oferta wykorzystująca naturalne i kulturowe walory gminy Sulejów. Niezbędne jest współdziałanie branży i wysoka jakość usługi. Klient dość wymagający, który już uczestniczył w tego typu imprezach. Wymaga największych nakładów organizacyjnych spośród wszystkich ofert. Oferta dostępna w okresie od wiosennym/ letnim/ jesiennym.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Odbiorca: Łodzianie, Warszawiacy, impreza integracyjno- motywacyjna, segment biznesowy. ➤ Długość trwania: 3 dowolnie wybrane dni ➤ Sugerowany przedział cenowy: trudny do wskazania może się wahać od około 800 do 1500 pln za osobę ➤ Dystrybucja: informacja o ofercie na www Urzędu Miejskiego w Sulejowie, w zakładce turystyka oraz na stronach Hotelu Podklasztorze i ośrodków wypoczynkowych, w formie prezentacji z możliwością bezpośredniej rezerwacji i/lub podanym kontaktem ➤ Wykorzystywana infrastruktura: obiekty noclegowe całoroczne (kwiecień-maj, wrzesień-październik) i sezonowe. 	<p>Kamienie milowe w komercjalizacji oferty:</p> <p>Zawiązanie współpracy Hotelu Podklasztorze, stajni Podklasztorze, wypożyczającego kajaki i właściciela motolotni.</p> <p>Składniki oferty:</p> <p>Dzień 1 Powitanie w Opactwie – wieczór wprowadzający, pochodnie.</p> <p>Dzień 2 Zawody: 3 – 4 drużyny po 4 osoby</p> <p>Zadanie 1 Wyścig kajakowy</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Start na Podklasztorzu. Losowanie rzeki: Pilica/ Luciąża. 2. Drużyny muszą dotrzeć do kajaków – punkt zaznaczony na mapie, gps. Środek transportu – rowery. Drużyny, które wylosują Luciążę – będą musiały wiosłować pod prąd. Trasa 40 min. Punkt docelowy – Podklasztorze. <p>Zadanie 2 Stajnia Augiasza</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Podklasztorze – przejazd wahadłowy quadami do Stajni Podklasztorze. 2. Porządkowanie boksu końskiego, wyczyszczenie i osiodłanie konia. 3. Powrót koniem na teren Opactwa. Tam strzelanie z łuku i walki rycerskie. <p>Wieczór Cysterski w murach Opactwa: tradycyjne menu: zupa w kociołku, pieczenie prosiaka, piwo cysterskie, pokazy ognia. Konieczność wypracowania oferty unikatowej w oparciu o tradycję romańskie i cysterskie.</p> <p>Dzień 3. Motolotnie.</p> <p>Dla zwycięskiej drużyny 15 minutowe loty motolotnią nad Opactwem i Zalewem Sulejowskim. Pozostałe drużyny – piknik. Później wspólne zwiedzanie Opactwa.</p>

- ✘ W powyższych ofertach nie wykorzystano wszystkich atrakcji, które ma do zaoferowania gmina Sulejów.
- ✘ Rekomenduje się, by na stronie www Urzędu Miejskiego w Sulejowie, w zakładce Turystyka (która musi powstać), pojawiły się informacje na temat szlaków pieszych i rowerowych, wraz z mapkami do pobrania i wydruku. Ponadto, interaktywna mapa gminy musi zostać uzupełniona o wszystkie treści, do których zaprojektowano zakładki.
- ✘ W momencie dopracowania formuły współpracy pomiędzy gestorami bazy turystycznej gminy Sulejów, oferty pakietowe powinny zostać opracowane w formie folderów i rozdystrybuowane w biurach turystyki przyjazdowej do regionu (Łódź), podczas targów turystycznych i na portalach turystycznych poświęconych województwu łódzkiemu.

8.2. OFERTA INWESTORSKA

TEREN INWESTYCYJNY I

Przeznaczony pod inwestycję teren obejmuje 6,5 ha powierzchni niezabudowanej, z podziałem na 1 ha działki. Możliwe jest zakupienie kilku działek, uwzględniając indywidualne potrzeby inwestora. Nieruchomość objęta jest księgą wieczystą KW Nr 50851, prowadzoną przez Sąd Rejonowy w Piotrkowie Trybunalskim, VI Wydział Ksiąg Wieczystych. Teren przy ul. Grunwaldzkiej w 2007 roku został uznany przez PAIZ za najlepszy grunt inwestycyjny w województwie łódzkim.

TEREN INWESTYCYJNY I. UL. GRUNWALDZKA	
WŁAŚCICIEL	Gmina Sulejów
LOKALIZACJA	Teren inwestycyjny zlokalizowany przy ulicy Grunwaldzkiej w Sulejowie, 2 km od centrum miasta. Położony 66 km od Łodzi, 18 km od Piotrkowa Trybunalskiego, kilkaset metrów od drogi krajowej nr 12 Piotrków Trybunalski – Radom i drogi nr 74 Sulejów – Kielce.
DOJAZD	Bezpośrednią obsługę komunikacyjną nieruchomości zapewnia sieć dróg wewnętrznych włączonych do ulicy Grunwaldzkiej. Dojazd od drogi krajowej nr 12 w mieście Sulejów do terenu zapewnia sieć dróg powiatowych o nawierzchni asfaltowej.
PRZEZNACZENIE	Dla nieruchomości istnieje opracowany otwarty plan zagospodarowania przestrzennego. Teren ten jest przeznaczony pod usługi i produkcję.
INFRASTRUKTURA	Uzbrojony w podstawowe media (sieć wodociągowa, sieć kanalizacyjna, energia elektryczna średniego i niskiego napięcia z odrębnej stacji transformatorowej, linia telekomunikacyjna). Istnieje możliwość doprowadzenia gazu ziemnego średniego i niskiego ciśnienia – na koszt zakładu gazowniczego).

TEREN INWESTYCYJNY II

Przeznaczony pod inwestycję teren obejmuje 3,6 ha powierzchni niezabudowanej z możliwością powiększenia o 0,65 ha będących własnością osób trzecich.

TEREN INWESTYCYJNY II. UL. BŁONIE	
WŁAŚCICIEL	Gmina Sulejów, Skarb Państwa
LOKALIZACJA	Teren inwestycyjny zlokalizowany przy ul. Błonie w Sulejowie. Położony 60 km od Łodzi, 16 km od Piotrkowa Trybunalskiego, przylegający do drogi krajowej nr 12 Piotrków Trybunalski – Radom.
DOJAZD	Bezpośrednią obsługę komunikacyjną nieruchomości zapewnia droga dojazdowa ul. Błonie. Plan miejscowy przewiduje wewnętrzną drogę o szerokości 10 m.
PRZEZNACZENIE	Dla nieruchomości istnieje opracowany otwarty plan zagospodarowania przestrzennego. Teren ten jest przeznaczony pod działalność usługową. Wykluczone są przedsięwzięcia mogące znacząco oddziaływać na środowisko, z wyłączeniem infrastruktury technicznej.
INFRASTRUKTURA	Uzbrojony w podstawowe media (sieć wodociągowa, sieć kanalizacyjna, energia elektryczna, linia gazowa w granicach terenu, telekomunikacja w ramach napowietrznych i kablowych oraz światłowodowych linii telekomunikacyjnych).
OGRANICZENIA	Teren znajduje się na terenie projektowanego Spalsko-Sulejowskiego Obszaru Chronionego Krajobrazu, a także leży w strefie ochrony pośredniej Zbiornika Sulejowskiego. Częściowe ograniczenie zabudowy do 5m i 8m, ze względu na strefę ekspozycji widokowej obiektu zabytkowego.

9. Możliwości promocji gminy za pomocą folderów promocyjnych

Foldery promocyjne dają możliwość szerokiej promocji gminy wśród turystów oraz inwestorów. Poniżej przedstawiono najważniejsze sposoby promocji wykorzystując przygotowane dla gminy Sulejów foldery dotyczące oferty turystyki kulturowej, aktywnej i edukacyjnej oraz oferty inwestycyjnej.

9.1. PROMOCJA TURYSTYCZNA

➔ Targi turystyczne

Targi turystyczne stanowią jedną z lepszych form promocji gminy, biorąc pod uwagę jej uwarunkowania kulturowe i wypoczynkowe. W sytuacji niewielkiego budżetu gminy Sulejów należy dążyć do prezentacji oferty w ramach stoisk promocyjnych instytucji/ organizacji, które czynnie biorą w nich udział, np.:

- Starostwo Powiatowe w Piotrkowie Trybunalskim
- Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Łódzkiego, której członkiem jest m.in. Starostwo Powiatowe w Piotrkowie Trybunalskim
- Urząd Marszałkowski Województwa Łódzkiego

Jeśli trudna jest bezgotówkowa forma zaprezentowania folderów Sulejowa przez ww. podczas targów, najczęściej za niewielką opłatą nie będzie to stanowiło problemu.

- ✂️ Rekomenduje się w pierwszej kolejności położenie nacisku na dystrybucję folderów promocyjnych w ramach targów regionalnych, następnie ponadregionalnych, skierowanych do turysty indywidualnego, a w kolejnym etapie w ramach międzynarodowych targów turystycznych.

Tabela 4 Proponowane targi turystyczne

NAZWA TARGÓW	MIASTO	TERMIN	CHARAKTER TARGÓW
Międzynarodowe Targi – Regiony Turystyczne „Na styku kultur”	Łódź	luty/ marzec	regionalny/ ponadregionalny
Targi Turystyki i Wypoczynku „Lato”	Warszawa	kwiecień	ponadregionalny skierowany do turysty indywidualnego
Wiosenna Giełda Turystyczna	Poznań	kwiecień/maj	ponadregionalny skierowany do turysty indywidualnego
Targi Regionów i Produktów Turystycznych „TOUR SALON”	Poznań	październik	międzynarodowy, promocja regionów
„TT Warsaw Tour & Travel”	Warszawa	wrzesień	międzynarodowy, promocja regionów

➔ Wydawnictwa – przewodniki turystyczne

Źródłem wiedzy o regionach i miejscach atrakcyjnych turystycznie są niewątpliwie przewodniki turystyczne. W ostatnich latach liczba wydawnictw gwałtownie rośnie. Obserwuje się coraz ciekawsze publikacje, dotyczące już nie tylko całych województw czy krain geograficznych, lecz takie, w których atrakcyjność całego kraju przedstawiona jest tematycznie. I tak mamy przewodniki dotyczące turystyki aktywnej, historycznej, przyrodniczej, wypoczynku w zamkach i pałacach, turystyki konferencyjnej i biznesowej czy regionów widzianych oczami wybierających się na urlop kobiet czy rodzin z dziećmi.

Z punktu widzenia wydawnictwa i autorów przewodników niemożliwe jest dotarcie do informacji o każdej atrakcji. Zdarzyć się może więc, że mimo dużej atrakcyjności np. obiektu noclegowego w zabytku historycznym – (patrz „Hotel



Podklasztorze”), na skutek niedoinformowania nie zostaje on zamieszczony w przewodniku o stosownej tematyce. Często zdarza się, i tak jest w przypadku Sulejowa, że informacje o miejscu są częściowe i powielane w różnych przewodnikach. Warto zatem dokonać analizy rynku wydawniczego, specjalizującego się w przewodnikach turystycznych i dotrzeć do nich z informacją o atrakcjach dostępnych w gminie. Jako materiał promocyjno-informacyjny posłużą opracowane foldery.

Tabela 5 Przegląd wybranych wydawnictw tematycznych

TYTUŁ PRZEWODNIKA	WYDAWNICTWO		INFORMACJA
„Szlaki turystyczne”	Carta Blanca Sp. z o.o. Grupa Wydawnicza PWN	✓	Szlak Cysterski – omówiony całościowo szlak, uwzględnia Sulejów, jako ważne miejsce na szlaku, najlepiej zachowany obiekt Zakonu Cysterskiego.
„Polska – najciekawsze zabytki”	Wydawnictwo Muza S.A.	✓	Obszerny opis Opactwa w Sulejowie. Wyczerpująco opisana historia związana z Podklasztorzem.
„Polska – podróże z historią”-	Carta Blanca Sp. z o.o. Grupa Wydawnicza PWN	✓	Wzmianka na ¼ strony na temat Opactwa w Sulejowie.
„Miejsca niezwykle – Sanktuaria w Polsce”	Wydawnictwo Hachette	✗	Brak informacji na temat Witowa – Sanktuarium Maryjnego.
„50 miejsc na weekend- Polskie skarby sakralne”	Oficyna Wydawnicza Multico	✗	Brak informacji na temat Witowa – Sanktuarium Maryjnego, ale także Podklasztorza. Opisane m.in. Opactwo w Pelplinie i Wąchocku.
„Weekendowe podróże po Polsce”	Wydawnictwo Pascal	✓	Pośród 20 najciekawszych weekendowych tras, na szlaku po województwie łódzkim, uwzględniono Sulejów. Zarekomendowano 1h na zwiedzanie Podklasztorza.
„Polska dla Europejczyka” Przewodnik słuchaczy radia ZET	Wydawnictwo Wiedza i Życie	✓	Krótką informacją o atrakcyjności historycznej i przyrodniczej Sulejowa.
„Parki narodowe i krajobrazowe. Nawigator turystyczny”	Carta Blanca Sp. z o.o. Grupa Wydawnicza PWN	✓	Informacja wyczerpująca na temat Sulejowskiego Parku Krajobrazowego, z dość silnym podkreśleniem obecności i atrakcyjności Opactwa Cystersów w Sulejowie.
„Miasta dla ciekawych – Łódź”	Wydawnictwo Hachette	✓	1 akapit o Opactwie Cysterskim, jako opcji do zwiedzenia w okolicach Łodzi.
„Polska w kajaku”	Wydawnictwo Pascal	✗	Spośród 30 szlaków kajakowych w Polsce, brak Szlaku Rzeki Pilicy. Brak też informacji o gminie Sulejów

- ✗ Rekomenduje się wysłanie folderów w wersji elektronicznej do najaktywniejszych wydawnictw na rynku turystycznym tj., Carta Blanca, Multico, Muza, Pascal, Hachette, Bezdroża, w celu rozszerzenia zainteresowania gminą Sulejów o jej inne atrakcje – Sanktuarium w Witowie, możliwości aktywnego wypoczynku, cykliczne imprezy kulturowe: Kolory Polski czy Festiwal Muzyki Organowej i Kameralnej. W większości przypadków w przewodnikach turystycznych atrakcyjność gminy kojarzona jest z samym istnieniem Opactwa Cysterskiego. Warto także poinformować wydawców o ciekawych wydarzeniach, które się w nim odbywają – np. Festiwal Wędrowny Filharmonii Łódzkiej „Kolory Polski”.

➡ Prasa opiniotwórcza i branżowa

Foldery mogą być również interesującym przykładem promocji miejsca opisywanym w specjalistycznych mediach. W mediach zajmujących się tematyką marketingu miejsc i rozwoju turystyki bardzo często komentuje się nowe, ciekawe inicjatywy podejmowane przez samorząd w tym: rozpoczęcie akcji billboardowej czy opracowanie nowego logo. Ten typ promocji jest zupełnie bezpłatny, należy jedynie przygotować notkę o założeniach danej akcji

i podstawowe informacje o samorządzie. Korzyścią jaką może odnieść Gmina jest promocja wśród liderów opinii branżowej. Tytułami, które mogą być zainteresowane tematyką są:

Tabela 6 Tytuły prasowe potencjalnie zainteresowane opublikowaniem informacji o folderach

Nazwa czasopisma	nakład	Wydawca	Adres email
➔ Wiadomości Turystyczne	6 000 egz.	Eurosystem	wiadomości@eurosys.pl
➔ BRIEF i Brief for Poland	8 000 egz.	AdPress Wydawnictwo Reklamowe Sp. z o. o.	brief@adpress.com.pl
➔ Marketing w Praktyce	7 800 egz.	Wydawnictwo Marketing w Praktyce	redakcja@marketing.org.pl
➔ Media & Marketing	10 000 egz.	VFP Communications Sp. z o. o	redakcja@media.com.pl

Źródło: opracowanie własne

➔ Baza turystyczna

Obiekty tworzące bazę noclegową i gastronomiczną stanowią właściwe miejsce ekspozycji folderów promocyjnych gminy. Są to miejsca, w których turyści (w szczególności rekreacyjno- wypoczynkowi) najczęściej po raz pierwszy mogą uzyskać informację o miejscu (gminie), do którego przyjechali. Poprzez foldery promocyjne dowiedzą się co powinni zobaczyć, co i gdzie zwiedzić, gdzie wypożyczyć kajak czy łódkę.

Foldery powinny znaleźć się w miejscach noclegowych, odpowiednio do rodzajów aktywności turystów, których goszczą. W rzeczywistości, we wszystkich obiektach noclegowych powinien zostać umieszczony stand z folderami dotyczącymi turystyki aktywnej oraz kulturowej, a w ośrodkach przyjmujących „zielone szkoły” i wycieczki szkolne – dodatkowo foldery dotyczące możliwości edukacyjnych na terenie Gminy.

Dystrybucja folderów powinna zostać przeprowadzona także w lokalach gastronomicznych. Rekomenduje się wstępną selekcję lokali i wybór jedynie jakościowych obiektów, w których ustawiony zostanie stand z folderami. W pierwszej kolejności na terenie Gminy.

➔ Wybrane stacje benzynowe

Szczególnie wskazane jest umieszczenie informacji w wybranych stacjach benzynowych na granicach i terenie Gminy. Stacje nie mogą być jednak przypadkowe, należy zwrócić uwagę na ich czystość, jakość obsługi i wystrój. Pojawienie się folderów w zaniedbanym budynku stacji może mieć bowiem odwrotny efekt do zamierzonego. Na początek należy rozpocząć współpracę z jedną stacją (np. pierwsza stacja od strony Piotrkowa przed tablicą Sulejów). W zamian za możliwość pobrania folderu turysta powinien zostawić e-mail.

➔ Szkoły

Mając na względzie rozwój turystyki edukacyjnej, najwłaściwszą formą dotarcia z ofertą gminy jest przekazanie folderów promocyjnych do dyrekcji szkół w województwie łódzkim, a także do biur podróży zajmujących się organizacją wycieczek szkolnych i „zielonych szkół” w regionie. W kolejnym kroku – proponuje się dotarcie z informacją do szkół z wybranych miejscowości spoza województwa, znajdujących się w odległości do 200 km od Sulejowa.

Wskazana jest wizyta na targach edukacyjnych, podczas których w jednym miejscu skupione są szkoły wszystkich poziomów nauczania: szkoły podstawowe, gimnazja i szkoły średnie. Podczas targów istnieje możliwość zaprezentowania oferty gminy w zakresie organizacji „zielonych szkół” (prezentacja zaplecza noclegowego, atrakcji i możliwości edukacyjnych – lekcje historii, biologii, architektury, europejskie, plenery malarskie dla dzieci). Jest to niepowtarzalna okazja by odbyć w krótkim czasie rozmowy z przedstawicielami wielu placówek edukacyjnych i zachęcić do organizacji „zielonych szkół” w gminie Sulejów.

✂️ Rekomenduje się udział w Łódzkich Targach Edukacyjnych, które odbywają się każdego roku w lutym.
www.mtl.lodz.pl

Pozostałe miejsca dystrybucji folderów promocyjnych

➔ Informacja turystyczna w Łodzi

Informacja turystyczna jest często podstawowym źródłem wiedzy dla turystów, miejscem poszukiwania inspiracji i ciekawej oferty spędzenia czasu wolnego.

- ✂ Jako, że w pierwszej kolejności należy zachęcić do przyjazdu do Sulejowa mieszkańców Łodzi i okolic, rekomenduje się podjęcie współpracy z punktami informacji turystycznej w Łodzi oraz w Piotrkowie Trybunalskim i stałe dostarczanie materiałów promocyjnych o Gminie.

Centrum Informacji Turystycznej

Ul. Piotrkowska 87, Łódź cit@uml.lodz.pl

Punkt Informacji Turystycznej w Piotrkowie Trybunalskim (przy CIT PTTK)

Ul. Czarnieckiego 10, Piotrków Trybunalski biuro@pttkpiotrkow.nonprofit.pl



➔ Gminne Centrum Informacji w Sulejowie

Jako lokalne centrum informacji turystycznej, GCI powinno dysponować wszystkimi folderami promocyjnymi.

Jeśli gmina poważnie myśli o turystyce, należy rozważyć wprowadzenie nowych godzin otwarcia Centrum. Na chwilę obecną GCI otwarte jest w poniedziałek, wtorek i czwartek od 8-16, a w środę i piątek w godzinach 9-17. Należy dążyć do sytuacji, by GCI było otwarte dla turystów w weekendy, a w trakcie wakacji letnich także w godzinach popołudniowych i wieczornych.

Najbardziej optymalne jest otwarcie samodzielnego Punktu Informacji Turystycznej na Podklasztorzu. Początkowo IT może funkcjonować w okresie wakacyjnym oraz w czasie tzw. „długich weekendów”. Obsługę zapewnić mogą np. studenci, odbywający w ten sposób praktykę.

➔ Opactwo Cysterskie na Podklasztorzu (Muzeum)

Opactwo Cysterskie, jako miejsce najczęściej odwiedzane przez turystów przebywających w gminie Sulejów i wskazywane w większości przewodników turystycznych, stanowi jedno z podstawowych miejsc dystrybucji folderów promocyjnych w Gminie. Dostarczenie informacji turystom o innych możliwościach atrakcyjnego spędzenia wolnego czasu w Gminie, może wpłynąć na wydłużenie ich pobytu na jej terenie lub zaplanowanie dłuższego pobytu w okresie późniejszym.

- ✂ Niezbędne jest zlokalizowanie co najmniej jednego standu z folderami promocyjnymi. Optymalnie stand z folderami powinien znajdować się w recepcji hotelowej, w restauracji oraz w Muzeum. Powinny być prezentowane wszystkie (3) foldery turystyczne.

➔ Filharmonia Łódzka

Organizator Wędrownego Festiwalu „Kolory Polski”, corocznie odbywającego się m.in. w Sulejowie, na Podklasztorzu.

- ✂ Rekomenduje się pozyskanie zgody na umieszczenie standu z folderami dotyczącymi turystyki kulturowej w obiekcie Filharmonii. Taki zabieg pozwoli dotrzeć do grupy turystów kulturowych, którzy potencjalnie mogą być zainteresowani przyjazdem do Sulejowa, by odwiedzić Opactwo Cysterskie/ Ponorbertańskie w Witowie, a także uczestniczyć w imprezach kulturowych organizowanych w Gminie.

➔ Imprezy i obiekty cysterskie

Gmina Sulejów, jako Gmina Cysterska - należąca do Ogólnopolskiego Stowarzyszenia Gmin Cysterskich — powinna dążyć do możliwości promocji poprzez foldery podczas różnego rodzaju wydarzeń czy konferencji związanych ze Szlakiem Cysterskim, organizowanych przez pozostałe Gminy Cysterskie, np. podczas imprezy kulturalnej „3 dni na Szlaku Cysterskim” w Bierzwniku. Należy założyć dwustronne korzyści — podczas imprez odbywających się w Sulejowie, inne gminy będą miały okazję do ekspozycji swoich folderów promocyjnych.

Wskazanie jest także utrzymywanie kontaktów z obiektami cysterskimi w kraju i poza granicami. Możliwość ekspozycji folderów promocyjnych (w szczególności folder „kulturowo”) w obiektach cysterskich pozwoli dotrzeć do turysty, który ze względu na odwiedzenie takiego miejsca, najpewniej zainteresowany jest poznaniem kolejnych obiektów znajdujących się na Szlaku. Podobnie, jak w przypadku imprez, powinna zaistnieć możliwość ekspozycji materiałów promocyjnych partnerskich obiektów np. w Muzeum na Podklasztorzu.

➔ Miasta partnerskie – Tisnov i Heves

Korzystając z partnerstwa nawiązanego miastami Tisnov (Republika Czeska) i Heves (Republika Węgierska), należy dostarczyć, w odpowiedniej wersji językowej, foldery promocyjne gminy Sulejów, w celu poinformowania o atrakcjach i zachęcenia do odwiedzenia Sulejowa przez mieszkańców miast partnerskich.

➔ Strony www

W XXI wieku niezbędne jest dbanie o wizerunek i odpowiednią promocję także w Internecie.

✂ Przygotowane foldery promocyjne powinny zostać zamieszczone jako plik PDF. (bez możliwości edytowania) na następujących stronach internetowych:

- Urzędu Miejskiego w Sulejowie www.sulejow.pl
- Gminnego Centrum Informacji www.gci.sulejow.pl
- Opactwa Cysterskiego w Sulejowie www.cystersi.sulejow.pl
- Innych obiektów cysterskich w Polsce
- Szlaku Cysterskiego www.szlakcysterski.org
- parafii w Witowie www.parafiawitow.netsfera.com
- Powiatu Piotrkowskiego www.powiat-piotrkowski.pl
- Urzędu Miasta Tisnov www.tisnov.cze
- Urzędu Miasta Heves www.heves.hu
- obiektów noclegowych i usługowych w zakresie turystyki w gminie Sulejów

✂ Rekomenduje się także analizę stron internetowych zawierających informację o Sulejowie i selekcję tych, na których warto zabiegać o zamieszczenie folderów promocyjnych w wersji elektronicznej, np. www.zamkipolskie.com.

9.2. PROMOCJA INWESTYCYJNA

W przypadku promocji oferty inwestycyjnej, foldery stanowią sygnał do zainteresowania się ofertami gminy oraz do nawiązania kontaktu z Referatem Infrastruktury i Rozwoju Urzędu Miejskiego w Sulejowie, który udzieli dodatkowych informacji na temat możliwości inwestowania, w tym zakupu terenów należących do Gminy.

➔ Regionalne Centrum Obsługi Inwestora przy Urzędzie Marszałkowskim województwa łódzkiego / Regionalne Centrum Eksportu

Jako regionalne przedstawicielstwo Polskiej Agencji Informacji i Inwestycji Zagranicznych, we współpracy z gminami województwa łódzkiego, ma za zadanie m.in. tworzenie bazy terenów pod inwestycje oraz pomoc inwestorom w poszukiwaniu gruntów pod nowe przedsięwzięcia.

Województwo łódzkie jako pierwszy region w Polsce dysponuje Regionalnym Systemem Informacji (RSI) o terenach przeznaczonych pod inwestycje. www.rsip.lodzkie.pl

- ✗ Niezbędna jest zatem stała współpraca z COI w zakresie uaktualniania i rozszerzania możliwości prezentacji i promocji terenów inwestycyjnych gminy Sulejów, m.in. poprzez dostarczenie folderów promocyjnych gminy.

➔ Łódzka Specjalna Strefa Ekonomiczna

- ✗ Podstawą promocji inwestycyjnej gminy powinna być przynależność do Łódzkiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej.

Pomimo nie zgłoszenia akcesu – LSSE – promuje grunty inwestycyjne gminy, zarówno te przy ul. Grunwaldzkiej, jak i te przy ul. Błonie. Warto przesłać foldery promocyjne gminy dotyczące terenów inwestycyjnych oraz pozostałe – turystyczne, w celu informacyjnym.

➔ Targi inwestycyjne

Z uwagi na budżet gminy Sulejów, istnieje niewielkie prawdopodobieństwo możliwości promocji terenów inwestycyjnych podczas targów inwestycyjnych. Sytuacja jest zatem analogiczna do tej dotyczącej promocji turystycznej.

- ✗ Gmina powinna dążyć do zaistnienia na targach inwestycyjnych poprzez promocję razem ze Starostwem Powiatowym w Piotrkowie Trybunalskim, Urzędem Marszałkowskim Województwa Łódzkiego (COI), Łódzką Specjalną Strefą Ekonomiczną (w przypadku przystąpienia)

➔ Strony www i portale internetowe

www.sulejow.pl – podstawowe źródło informacji o gminie, konieczność zamieszczenia w formie pliku pdf. folderu promocyjnego tereny inwestycyjne

www.gminy.pl – Powiązanie danych przekazywanych do COI przy Urzędzie Marszałkowskim; zamieszczona oferta gminy - należy pamiętać o aktualizacji danych, w szczególności ceny, wielkości dostępnej powierzchni, dostępnych mediów.