

---

URZĄD MIASTA I GMINY ŁĄDEK-ZDRÓJ

---

WYDZIAŁ PROMOCJI, TURYSTYKI I UZDROWISKA

---

K U R O R T  
Łądek-Zdrój



**Informacja dla Rady Miejskiej Łądek-Zdrój**  
**Działania promocyjne gminy Łądek-Zdrój**  
**w 2017 r.**

*opracował: Radosław Pasionek*

*Inspektor ds. Rady Miejskiej, obsługi sołectw i promocji*

*20 czerwiec 2018 r.*

## *Działania promocyjne gminy Łądek-Zdrój*

---

Zarządzanie promocją miasta, to działania wpływające na odbiorców, po to by skorzystali z określonej oferty, czyli wybrali nasze miasto spośród innych. Spojrzenie marketingowe, trafne działania promocyjne są kluczowym elementem budowania pozytywnego wizerunku miasta. Dają korzyści w postaci skutecznego przyciągania kapitału do miasta a co za tym idzie rozwoju społeczno-gospodarczego. Obserwujemy w ostatnich latach wzrost zainteresowania marketingiem w odniesieniu do miast i regionów. Istniejąca konkurencja między jednostkami osadniczymi o inwestorów, turystów czy zadowolenie mieszkańców, daje przestrzeń dla rozwoju działań promocyjnych. Coraz mocniej akcentujemy konieczność zarządzania wizerunkiem miasta, badania empiryczne potwierdzają, że dobra oferta miasta nie wystarcza jeśli nie jest odpowiednio „opakowana” narzędziami promocji. Wolny rynek turystów i inwestorów bezlitośnie wspiera najlepsze całościowe rozwiązania, wybierane regiony zyskują inwestorów i turystów stymulujących rozwój lokalny. Tworzenie pozytywnego wizerunku jest wynikiem unikatowej kombinacji czynników materialnych i niematerialnych oraz racjonalnych i emocjonalnych.

Kluczem do sukcesu na rynku miast i regionów jest systematyczne działanie poparte wiedzą, umiejętnościami i kreatywnością osób odpowiedzialnych za budowanie image miasta. Osoby odpowiedzialne za promocję Kurortu Łądek – Zdrój wykorzystując swoją wiedzę i doświadczenie korzystając z zestawu narzędzi promocji czyli: reklamy, promocji sprzedaży, sprzedaży bezpośredniej i public relations aby uzyskać określone efekty. Na promocję gminy składa się wiele zmiennych, które można usystematyzować w dwa bieguny. Z jednej strony są prowadzone działania promocyjne ocieplające wizerunek marki Łądek-Zdrój poprzez dostępne narzędzia oraz działania rozwojowe samorządu, przedsiębiorców, mieszkańców, które tworzą dobry wizerunek gminy. Drugą grupę stanowią odbiorcy i ich postrzeganie, ocena, subiektywne wrażenia, które tworzą opinie o mieście.

Gmina Łądek-Zdrój ze względu na wyjątkowe walory turystyczne i uzdrowiskowe śmiało mogłaby konkurować z podobnymi ośrodkami nie tylko w Polsce, ale i w Europie. Łądek jest historycznym kurortem, XIX wiek to okres dynamicznego rozwoju i lat świetności miasta. Obecna zabudowa w dużej mierze pochodzi z tamtego okresu. Obecnie dużą część odwiedzających również stanowią kuracjusze korzystający z wód termalnych Łądka-Zdroju. Jednak miasto poszukując nowych możliwości rozwojowych eksponuje swoje dodatkowe atuty; górskie położenie, rozległe tereny leśne, czyste powietrze, atrakcyjne dla wypoczynku wszystkich grup wiekowych.

Przyjezdni mogą wędrować szlakami turystycznymi, wspinać się na okolicznych skałkach, uprawiać nordic walking, kolarstwo górskie czy narciarstwo zjazdowe. Ogromną szansą dla gminy jest realizowany projekt odwiertu geotermalnego, który może się stać ogromnym atutem pod względem gospodarki lokalnej oraz magnesem dla turystów i inwestorów. Dla zwiększenia atrakcyjności miasta i wydobycia potencjału gmina czyni poza działaniami promocyjnymi starania mające na celu poprawę infrastruktury drogowej, usługowej, turystycznej. Brakuje obiektów uzdrowiskowych świadczących usługi na wysokim poziomie dla gości zagranicznych poza ośrodkiem „Wojciech” i „Stanisław” pozostałe obiekty spółki uzdrowiskowej wymagają modernizacji, aby poszerzyć i podwyższyć jakość świadczonych usług. Wymagania obecnych kuracjuszy wzrastają i chcąc konkurować z innymi kurortami inwestycje są niezbędne. Pewnym mankamentem, z którym boryka się Łądek-Zdrój jest słaba oferta lokalnych restauratorów oraz nieliczne alternatywy spędzania wolnego czasu w mieście. Samorząd stara się pozytywnie kreować wizerunek miasta odwołując się to 777 lat istnienia kurortu Łądek-Zdrój jako znanego w Polsce, a także w Europie, ośrodka uzdrowiskowego i wypoczynkowego. Oczekiwania w tej materii są ogromne możemy w ostatnich latach obserwować kilka pozytywnych sygnałów dużych inwestycji poprawiających atrakcyjność miasta jak wykonaną kilka lat wcześniej rewitalizację zabytkowych parków uzdrowiskowych, remonty kamienic, stworzenie nowych miejsc parkingowych, odnowę oznakowania miejskiego czy poprawę infrastruktury turystycznej poprzez odnowę oznakowania szlaków turystycznych i tablic informacyjnych. Władze gminy wspierają podmioty organizujące wydarzenia kulturalne, imprezy stanowiące doskonałą płaszczyznę promocji gminy. Gmina wiąże ogromne nadzieje z planowanym odwiert wód termalnych zlokalizowane w części przylegającej do miasta idealna lokalizacja na stworzenia aqua parku zasilanego gorącymi źródłami. Realizacja takiego projektu byłaby ważnym impulsem promocyjnym i rozwojowym dla całej gminy. Warto wspomnieć, że sukces promocyjny gminy jest zadaniem wielowymiarowym realizowanym przez wiele podmiotów obok strony samorządowej istotną rolę odgrywają duże podmioty gospodarcze jak np. Uzdrowisko Łądek – Długopole S.A., Sanatoria Wojskowe, itp. Pewnym ograniczeniem rozwojowym jest niedoinwestowanie przedsiębiorstwa uzdrowiskowego będącego własnością samorządu dolnośląskiego, czego przykładem może być obecny stan Domu Zdrojowego oraz terenu wokół Muszli Koncertowej. Wobec tej sytuacji Burmistrz podjął decyzję o przejęciu tego terenu biorąc na gminę dodatkowy ciężar remontu oraz utrzymania tego kompleksu będącego naturalnym zapleczem znanych i ważnych dla miasta cyklicznych wydarzeń, które wpływają pozytywnie na wizerunek miasta jak chociażby: Festiwal Biegów Górskich, Przeglądu Filmów Górskich, Łądeckie Lato Baletowe itp.

Reasumując władze miasta doskonale zdają sobie sprawę, że Łądek – Zdrój ze względu na

swoje walory uzdrowiskowe i turystyczne może stać się wyróżniającym punktem na mapie Dolnego Śląska, Polski, czy tej części Europy. Jednak stworzenie atrakcyjnego spełniającego oczekiwania produktu dla klientów tj. turystów, inwestorów, mieszkańców wymaga wielowymiarowych działań inwestycyjnych i promocyjnych poprawiających obecny wizerunek miasta.

### ***Działania promocyjne prowadzone w 2017 roku***

---

Gmina Lądek-Zdrój realizuje zadania promocyjne prowadząc działania poprzez pracowników Urzędu Miasta i Gminy oraz Centrum Kultury i Rekreacji obie jednostki posiadają osobne zasoby finansowe i osobowe do realizacji tych zadań. Pracownicy urzędu w 2017 roku dysponując swoimi zasobami wydatkowali na cele promocyjne kwotę w wysokości 197 128,40 zł.

Największą część tych wydatków stanowiły koszty związane z zakupem usług na które przeznaczono – 139 863,28 zł. W ramach konta 130-750-75075-4300 środki finansowe wydatkowano na:

- wydruk materiałów promocyjnych; folder 3-dni w Kurorcie, mapy turystyczne, kalendarze, kartki pocztowe, notesy, wizytówki,
- promocję zewnętrzną m.in. wynajem powierzchni reklamowej billboardów promujących gminę w miejscowościach: Boguszyn, Żelazno, Szalejów, Paczków, wykonanie banerów promocyjnych zamontowanych przy wjeździe do Lądka-Zdroju, odnowienie tablic informacyjnych, tablice ogłoszeniowe, oznakowanie przystanków, maszty promocyjne,
- usługi internetowe hosting strony, kamery internetowe
- promocję w mediach TV Sudecka, promocja w Radiu Wrocław, promocja prasowa Brama, Katalog Ziemi Kłodzkiej,
- udział w targach m.in. MTP Tur Salon, GLOBalnie, Na styku kultur,
- upominki reklamowe m.in. koszulki, długopisy, opaski, smycze, balony, plakiety, puchary, naklejki, nadruki promocyjne, znaczki pins.

Wydatkowano kwotę – 24 992,78 zł. w ramach konta 130-750-75075-4210 na zakup następujących materiałów promocyjnych:

- zestawy upominkowe,
- gabloty ogłoszeniowe,
- materiały papiernicze, dekoracyjne, promocyjne,
- materiały do wykonania oznakowania, odnowienia tablic,

- artykuły spożywcze, gastronomia na imprezy promocyjne,
- akcesoria montażowe

Wydatkowano kwotę – 25 332,75 zł. w ramach konta 130-750-75075-4430 na składki związane z przynależnością gminy do związków i stowarzyszeń: Stowarzyszenia Gmin Polskich Euroregionu Glacensis, Stowarzyszenia Gmin Ziemi Kłodzkiej, Dolnośląskiej Organizacji Turystycznej, Kłodzkiej Wstęgi Sudetów.

Wykonano na cele promocyjne tłumaczenia w kwocie 2 150 zł oraz przekazano 1889,59 zł na nagrody konkursowe.