



**PROGRAM
REGIONALNY**
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego.
Fundusze Europejskie dla rozwoju regionu łódzkiego

Łódź, dn. 13 grudnia 2013r.

**Pani Ewa Majchrzak
Radna Rady Miejskiej w Łodzi**

W odpowiedzi na interpelację zgłoszoną podczas obrad LXXVII sesji Rady Miejskiej w Łodzi odbywającej się 11 grudnia 2013r. informuję, że 13 listopada 2013r zostały zawarte umowy o dofinansowanie następujących projektów:

- 1) „Łódź kreuje – Centrum Przemysłów Kreatywnych”;
- 2) „Łódź kreuje – promocja Łodzi gospodarczej”;
- 3) „ Łódź na weekend – promocja oferty turystycznej Łodzi typu city break”;
- 4) „ Turystyka biznesowa jako markowy produkt turystyczny Łodzi”;

w ramach III Osi priorytetowej: Gospodarka, innowacyjność, przedsiębiorczość Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Łódzkiego na lata 2007 – 2013, Działanie III.2 Podnoszenie innowacyjności i konkurencyjności przedsiębiorstw.

„Łódź kreuje – Centrum Przemysłów Kreatywnych”

Projekt będzie realizowany od stycznia do grudnia 2014r.

Całkowita wartość realizacji projektu: 2 617 150,00 złotych brutto.

Wkład Miasta Łodzi: 392 572,50 złotych.

Wartości dofinansowania: 2 224 577,50 złote brutto.

Głównym celem projektu jest budowa dobrego wizerunku Łodzi jako miejsca łączącego kreatywność i przedsiębiorczość, promocja łódzkich twórców, uczelni wyższych, promocja wydarzeń związanych z sektorem kreatywnym, rozwój sieci kontaktów oraz współpraca sektora kreatywnego w Łodzi.

Oczekiwane efekty:

- budowanie wizerunku Łodzi, jako miasta kreatywnego i ciekawego do życia i pracy oraz odwiedzanego, poprzez przygotowanie i przeprowadzenie działań promocyjnych o zasięgu regionalnym i ponadregionalnym;
- lepsze rozpoznawanie sektora kreatywnego przez mieszkańców Łodzi, regionu oraz Polski poprzez prezentację łódzkiego sektora kreatywnego w trakcie wydarzeń masowych w Łodzi oraz największych miastach Polski;
- stworzenie oraz rozwój sieci osób zainteresowanych łódzkim sektorem kreatywnym poprzez rozwój wydawnictwa pn. Newsletter Przemysłów Kreatywnych oraz budowanie społeczności zainteresowanej łódzkim sektorem kreatywnym w mediach społecznościowych;
- wypromowanie oferty festiwalowej Łodzi, ze szczególnym uwzględnieniem wydarzeń z sektora kreatywnego poprzez przygotowanie i przeprowadzenie działań promocyjnych o zasięgu regionalnym i ponadregionalnym oraz prezentacja łódzkiego sektora kreatywnego w trakcie wydarzeń masowych w Łodzi oraz największych miastach Polski;



- zwiększenie sprzedaży produktów i usług oraz rozpoznawalności oferty firm z sektora kreatywnego, prezentujących się podczas wydarzeń poprzez przygotowanie i przeprowadzenie działań promocyjnych o zasięgu regionalnym i ponadregionalnym.

W wyniku realizacji projektu, miasto weźmie udział w serii wydarzeń na największych imprezach masowych o charakterze rozrywkowo-kulturalnym, skupiających osoby zainteresowane produktami sektora kreatywnego (moda, design, muzyka, film, wydawnictwa). W trakcie wydarzeń stworzone zostaną specjalne strefy kreatywne, w których prezentowane będą: firmy, usługi i produkty łódzkiego sektora kreatywnego, łódzkie festiwale i wydarzenia związane z sektorem kreatywnym w Łodzi, łódzkie uczelnie kształcące w obszarze przemysłów kreatywnych, działania wspierające rozwój sektora kreatywnego w Łodzi. Strefa zostanie przygotowana w sposób modułowy, pozwalający na łatwe przystosowanie jej do warunków występujących na danej imprezie. Wykonana będzie zgodnie z oznakowaniem graficznym projektu, tworząc spójną całość.

Do realizacji projektu zaproszeni zostaną przedstawiciele łódzkiego sektora kreatywnego, którzy będą aktywnie tworzyć strefę kreatywną. Biorąc bezpośredni udział w wydarzeniach będą oni mogli w najlepszy sposób tworzyć ją oraz prezentować swoje pomysły i produkty.

Prezentacja w strefach kreatywnych wsparta będzie lokalnymi kampaniami w mediach. Wśród projektów znajdują się w szczególności kreacje na: outdoor np. billboardy, citylighty, prasa, Internet, radio – spot do 30 sek., zapraszający do odwiedzenia łódzkiej strefy kreatywnej. Elementy graficzne opracowane zostaną zgodnie z systemem identyfikacji wizualnej logo „Łódź Kreuje”.

Szczegółowy zakres zadań:

- Opracowanie studium wykonalności projektu;
- Opracowanie spójnej kreacji do kampanii promującej i informacyjnej;
- Przeprowadzenie kampanii promującej i informacyjnej;
- Produkcja gadżetów;
- Opracowanie merytoryczne i graficzne wydawnictwa;
- Projekt i zabudowa stoiska;
- Udział w wydarzeniach ogólnopolskich;
- Udział w wydarzeniach lokalnych.

„Łódź kreuje – promocja Łodzi gospodarczej”

Projekt będzie realizowany od stycznia do grudnia 2014r.

Całkowita wartość realizacji projektu: 1 731 150,00 złotych brutto.

Wkład Miasta Łodzi: 259 672,50 złotych.

Wartości dofinansowania: 1 471 477,50 złote brutto.

Celem głównym projektu jest budowa jednolitej i rozpoznawalnej marki Łodzi, promującej kreatywny, atrakcyjny biznesowo i inwestycyjnie potencjał Miasta. Zaproszenie do Łodzi osób pracujących i planujących pracę w sektorach kluczowych dla rozwoju Łodzi (SSC, BPO/ITO, R&D), pośrednio - poprawa wizerunku Łodzi oraz zwiększenie jej atrakcyjności biznesowej na tle innych miast Polski.

Oczekiwane efekty:

- wzrost świadomości o atrakcyjności inwestycyjnej Łodzi, głównie dla branż priorytetowych;



- budowanie wizerunku miasta jako miejsca atrakcyjnego do rozwoju kariery i do życia, pozwalającego osiągnąć równowagę w życiu (life balance);
- wypromowanie oferty biznesowej Łodzi;
- zapewnienie kadry młodej i specjalistycznej w sektorach kluczowych – zaproszenie do Łodzi osób pracujących i planujących pracę w sektorach kluczowych dla rozwoju Łodzi (SSC, BPO/ITO);
- zmniejszenie liczby mieszkańców Łodzi uciekających z Łodzi w celach zawodowych.

Projekt przewiduje przeprowadzenie celowanej kampanii promocyjnej przedstawiającej Łódź, jako miasto najlepsze do realizacji planów zawodowych oraz zapewniającej styl życia oparty o zasady równowagi życiowej (life balance). Kampania będzie łączyć założenia wszystkich dotychczasowych inicjatyw promujących Miasto wśród studentów, absolwentów i specjalistów - ludzi tworzących rynek pracy, aby przekonać ich do pozostania w Łodzi - jednym z najprężniej rozwijających się centrów biznesowych (szczególnie z branży BPO, ITO, SSC, logistyki czy AGD). Planowana jest realizacja działań promujących w mediach (m.in. radio, telewizji, Internecie), w prasie codziennej lokalnej i ogólnopolskiej, branżowej prasie biznesowej, nośnikach reklamy zewnętrznej oraz wykonanie materiałów promocyjnych – gadżetów oraz katalogów informacyjnych. Kampania promocyjna zostanie zrealizowana w wymiarze regionalnym i ogólnopolskim poprzez szereg działań promocyjnych, do których należeć będą: stworzenie filmu promocyjnego, spotów promocyjnych, spotów radiowych, nośników outdoor a także publikacja reklam prasowych, wydruk broszur/ulotek/wydawnictwa, publikacja bannerów internetowych, działania PR. W ramach promocji oferty biznesowej, przedstawiciele Urzędu Miasta Łodzi wezmą udział w kilku największych wydarzeniach o charakterze targowym, skierowanych do studentów, absolwentów, osób poszukujących pracy oraz specjalistów branżowych (np. Dni Kariery, Targi Pracy). W tym zakresie przewiduje się podjęcie współpracy z organizacjami pozarządowymi i akademickimi, np. AIESEC).

Szczegółowy zakres zadań:

- Opracowanie studium wykonalności projektu;
- Opracowanie merytoryczne i graficzne kampanii promocyjnej (konkurs);
- Realizacja kampanii promocyjnej;
- Przygotowanie materiałów informacyjnych;
- Udział w wydarzeniach targowych.

„Turystyka biznesowa jako markowy produkt turystyczny Łodzi”

Projekt będzie realizowany od III kwartału 2013 r. do II kwartału 2015 r.

Całkowita wartość realizacji projektu: 1 173 930 złotych brutto.

Wkład Miasta Łodzi: 176 090 złotych.

Wartość dofinansowania: 997 840 złotych brutto.

Celem głównym podejmowanych działań promocyjnych w obszarze turystyki biznesowej będzie wzmocnienie zainteresowania Łodzią jako atrakcyjnym celem podróży biznesowych, a przede



wszystkim jako miejscem realizacji dużych spotkań, wydarzeń korporacyjnych, kongresów i konferencji, a także popularnym kierunkiem dla podróży motywacyjnych.

Oczekiwane efekty:

- wzrost liczby wydarzeń branży MICE organizowanych w Łodzi;
- zapewnienie rzetelnej i bezpłatnej pomocy krajowym oraz międzynarodowym planistom spotkań;
- integracja lokalnego środowiska MICE.

W wyniku wdrożenia projektu zostaną wypracowane narzędzia ułatwiające przyszłym zainteresowanym organizatorom spotkań, imprez, kongresów i konferencji poznanie możliwości organizacyjnych lokalnych obiektów, ich walorów technicznych, obecnego przeznaczenia i dostępności – w celu realizacji zamierzonych przez nich przedsięwzięć. W ramach projektu powstanie wielojęzyczny serwis internetowy dotyczący turystyki biznesowej w Łodzi – portal pełniący funkcje informacyjne, przekazujący branżowe aktualności dla klientów, pełniący rolę wirtualnego narzędzia – „doradcy” do budowania indywidualnego scenariusza planowanego wydarzenia, poradnika i podręcznika koniecznych procedur wykorzystania przestrzeni publicznej (w wersji na komputery i urządzenia mobilne). Łódzka baza obiektów kongresowych i konferencyjnych oraz ich otoczenie usługowe (hotele, gastronomia, transport) zostaną zestawione i wypromowane we wspólnym katalogu informacyjnym. Dodatkowo kampania będzie wspierana przygotowanym spotem promocyjnym oraz prezentacją multimedialną. Osobnym kanałem promocji będzie kontakt z mediami – poprzez organizację wizyt studyjnych dla dziennikarzy i kontakty Public Relations z mediami o zasięgu ponadregionalnym oraz zagranicznymi. Planowany jest także udział Łodzi w największych targach turystyki biznesowej takich jak np. EIBTM czy IMEX. W ramach projektu realizowane będą spotkania integracyjne i promocyjne m.in. planowana jest organizacja spotkań lokalnej branży MICE w Łodzi, mających na celu budowanie silnej koalicji lokalnych interesariuszy na rzecz rozwoju turystyki biznesowej w Łodzi, a także spotkania promujące Łódź dla Profesjonalnych Organizatorów Kongresów, Meeting Plannerów, szefów liczących się stowarzyszeń naukowych, przedstawicieli zagranicznych firm organizujących w Polsce spotkania i wydarzenia dla swoich klientów itp. Zaproponowany projekt ma w efekcie przyczynić się do wzmocnienia marki Łodzi jako miasta przyjaznego i przygotowanego na przyjazdy biznesowe, konferencyjne, kongresowe, motywacyjne, integracyjne.

Szczegółowy zakres zadań:

- Przygotowanie studium wykonalności projektu;
- Wielojęzyczny serwis internetowy;
- Przygotowanie, tłumaczenie, druk katalogu informacyjnego, przygotowanie kreatywnych zaproszeń dla uczestników study press i study tour, dystrybucja;
- Przygotowanie spotu promocyjnego oraz prezentacji multimedialnej;
- Organizacja spotkań łódzkiej branży MICE w Łodzi;
- Przygotowanie materiałów promocyjnych (np. roll-up, pen driver z prezentacją, kalendarz, notes, mapa);
- Organizacja cyklu podróży studyjnych;
- Promocja w prasie branżowej i Internecie;
- Organizacja spotkania promującego Łódź dla PCO (Profesjonalny Organizator Kongresów) oraz Meeting Plannerów;



**PROGRAM
REGIONALNY**
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego
Fundusze Europejskie dla rozwoju regionu łódzkiego

- Obsługa projektu;
- Udział w targach.

„Łódź na weekend – Promocja oferty turystycznej typu city break”

Projekt będzie realizowany od stycznia do grudnia 2014r.

Całkowita wartość realizacji projektu: 2 505 250 złotych brutto.

Wkład Miasta Łodzi: 375 788 złotych.

Wartość dofinansowania: 2 129 462 złotych brutto.

Celem głównym projektu jest promocja oferty turystycznej Łodzi typu city break oraz budowanie wizerunku Łodzi jako destynacji turystycznej o bogatej ofercie kulturalno – rozrywkowo - sportowej.

Oczekiwane efekty:

- wypromowanie wydarzeń kulturalno-rozrywkowych (np. koncerty, wydarzenia o charakterze kulturalno-rozrywkowym, pokazy mody, wystawy, przedstawienia, zawody sportowe) o zasięgu ogólnopolskim i międzynarodowym;
- zwiększenie liczby turystów odwiedzających Łódź;
- wydłużenie czasu pobytu turystów w mieście;
- wzrost wiedzy i świadomości mieszkańców miasta na temat kreatywnej i kulturalnej sfery Miasta Łodzi;
- zwiększenie przychodów dla branży turystycznej i paraturystycznej.

Projekt obejmuje realizację przedsięwzięcia z zakresu marketingu i promocji marek lokalnych (regionalnych) oraz tworzenia produktów regionalnych. „Łódź na weekend” to idea stworzenia w Łodzi nowego produktu turystycznego typu citybreak. W oparciu o ogromny potencjał kulturalno – rozrywkowo - sportowy i inne atuty regionu (m.in. potencjał wielofunkcyjnej hali widowiskowej Atlas Arena, Klubu Wytwórnia itp.), planuje się zbudować ciekawą ofertę krótkich, weekendowych pobytów typu „city break” i wykorzystać ją do szerokiej promocji Łodzi jako miasta kreatywnego, twórczego i bogatego w atrakcje turystyki kulturowej.

W wyniku wdrożenia projektu zostanie przygotowana spójna koncepcja kampanii promocyjnej oferty turystycznej Łodzi w postaci krótkich wyjazdów typu city break. Istotnym elementem projektu będzie przygotowanie i przeprowadzenie kampanii promującej tę ofertę. Planowane jest przeprowadzenie kampanii na nośnikach reklamy zewnętrznej w największych miastach Polski, przygotowanie spotów promujących i ich emisję (media elektroniczne: Internet, telewizja, kino), przygotowanie i emisję spotu radiowego, realizację działań promujących w prasie codziennej lokalnej i ogólnopolskiej, branżowej prasie turystycznej oraz wykonanie materiałów promocyjnych – gadżetów oraz katalogu promocyjnego.

Szczegółowy zakres zadań:

- Przygotowanie studium wykonalności projektu;
- Przygotowanie spójnej linii graficznej dla kampanii;
- Kampania outdoorowa (druk, montaż, ekspozycja i demontaż reklamy);
- Przygotowanie spotu promującego;
- Emisja spotu (zakup czasu antenowego w stacjach telewizyjnych, kinie, Internet);
- Przygotowanie i emisja spotu radiowego;



**PROGRAM
REGIONALNY**
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego
Fundusze Europejskie dla rozwoju regionu łódzkiego

- Przygotowanie i realizacja kampanii w mediach prasowych;
- Zarządzanie projektem;
- Przygotowanie i wykonanie materiałów promocyjnych.

Obecnie Biuro Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą w Departamencie Prezydenta Urzędu Miasta Łodzi przygotowuje postępowania o udzielenie zamówień publicznych zgodnie z ustawą Prawo zamówień publicznych w celu wyłonienia wykonawców poszczególnych zadań realizowanych w ramach opisanych wyżej projektów.

11 grudnia 2013 r. rozstrzygnięto Konkurs na opracowanie spójnej koncepcji kreatywnej dla 4 projektów. Konkurs został ogłoszony Zarządzeniem nr 5183/VI/13 Prezydenta Miasta Łodzi z dnia 24 października 2013r. Nagrodą w konkursie jest zaproszenie autora wybranej pracy konkursowej do negocjacji w trybie zamówienia z wolnej ręki. Przedmiotem umowy będzie szczegółowe opracowanie pracy konkursowej.

PIERWSZY WICEPREZYDENT MIASTA

Marek Cieślak