

STAROSTWO POWIATOWE W CZARNKOWIE



Załącznik do Uchwała Nr 376 /2017
Zarządu Powiatu Czarnkowsko-Trzcianeckiego
z dnia 23 marca 2017 r.

**PLAN PROMOCJI ORAZ BUDOWY WIZERUNKI I MARKI
POWIATU CZARNKOWSKO - TRZCIANECKIEGO
Z OKREŚLENIEM DZIAŁAŃ I ZADAŃ PROMOCYJNYCH
na lata 2017 - 2020**

Czarnków, marzec 2017 r.

Wydział Promocji, Ochrony Zdrowia i Spraw Społecznych

Spis treści

1. Wprowadzenie
 - 1.1 Cel i zakres Planu Promocji Powiatu Czarnkowsko-Trzcianeckiego
 - 1.2 Istota promocji Powiatu Czarnkowsko - Trzcianeckiego
 - 1.3 Funkcje promocji i informacji Powiatu Cz T
 - 1.4. Działania promocyjne – obszary:
 - a) Promocja i reklama
 - b) Public relations

2. Działania i cele promocyjne wynikające ze SRP Cz – T na lata 2011-2020
 - 2.1 Drukowane publikacje promocyjne
 - 2.2 Publikacje internetowe - portale, współpraca z mediami
 - 2.3 Wydarzenia i imprezy promocyjne
 - 2.4 System wizualnej identyfikacji powiatu
 - 2.5 Członkostwo w Stowarzyszeniach wspierających rozwój i promocje
 - 2.6 Promocja Zdrowia
 - 2.7 Kultura i Sport
 - 2.8 Współpraca z organizacjami pozarządowymi
 - 2.9 Pozyskiwanie zewnętrznych środków finansowych na zadania

3. Monitoring realizowanych działań/ zadań promocji powiatu

4. Założenia Planu Promocji Powiatu Czarnkowsko - Trzcianeckiego
 - 4.1 Zidentyfikowanie grup docelowych działań i i zadań promocyjnych.
 - 4.2 Określenie technik i czasu realizacji działań promocyjnych
 - 4.3 Działania wprowadzające do realizacji planu promocji powiatu.
 - 4.4 Określenie budżetowania działań i zadań promocyjnych.
 - 4.5. Kadra do przeprowadzenia działań i zadań promocyjnych

Podsumowanie

Wprowadzenie

Plan Promocji oraz Budowy Wizerunku i Marki Powiatu Czarnkowsko - Trzcianieckiego z określeniem działań i zadań promocyjnych na lata 2017 – 20 jest projekcją przyszłości opartą o zadania wynikające z ustawy o samorządzie powiatowym z 5 czerwca 1998 r.

Zawarte w nim działania i cele zmierzają do budowy pozytywnego wizerunku i marki powiatu jako samorządu ukierunkowanego na rozwój i dostosowanie do bieżących potrzeb i oczekiwań społecznych. Plan obejmuje określony zakres zadań na które powiat ma wpływ i może je realizować poprzez swoje kompetencje, współpracując przy tym z jednostkami organizacyjnymi powiatu.

1.1 Cel i zakres Programu/ Planu Promocji Powiatu Czarnkowsko - Trzcianieckiego

Plan promocji powiatu wymaga podjęcia różnorodnych decyzji i działań, opartych o aktualne potrzeby wynikające z relacji z otoczeniem oraz dokumenty strategiczne i prawne tj.:

- Strategia Rozwoju Powiat Czarnkowsko – Trzcianieckiego na lata 2011- 2020,
- Strategii Produktu Turystycznego dla Powiatu Czarnkowsko-Trzcianieckiego 2012
- Program Promocji Zdrowia w Powiecie Czarnkowsko –Trzcianieckim
- Program współpracy Powiatu Czarnkowsko-Trzcianieckiego z organizacjami pozarządowymi prowadzącymi działalność pożytku publicznego
- Powiatowy Kalendarz Imprez

Program jest zaczerpnięty z w/w dokumentów, a w szczególności z wniosków, które nasuwają się do realizacji przez Wydział Promocji przy współpracy z innymi jednostkami, wydziałami i stanowiskami w Starostwie.

Przy tworzeniu programu uwzględniono zadania wynikające z ustawy o samorządzie powiatowym oraz regulaminu organizacyjnego Starostwa Powiatowego w Czarnkowie. W oparciu o nałożone ustawowo i organizacyjnie obowiązki oraz na podstawie materiałów i doświadczeń zebranych w pracy zawodowej, określono zakres działań promocyjnych zmierzających do budowy wizerunku i marki powiatu. Punktem wyjścia jest dotychczasowa analiza aktywności promocyjnej, realizowanej poprzez Wydział PZS, inne stanowiska, wydziały w Starostwie oraz inne jednostki powiatu.

Otoczająca nas rzeczywistość narzuca konieczność prowadzenia działań promocyjno - informacyjnych skierowanych do społeczeństwa i odbiorców działań samorząd. Jednocześnie Samorząd jest zmuszany do permanentnego identyfikowania zmian zachodzących zarówno w bezpośrednim, jak i w dalszym otoczeniu kształtującym warunki (regulacje prawne, pomoc społeczną, warunki gospodarcze, środki masowej komunikacji, środowisko naturalne, obyczaje, etc.) szybkiego reagowania na te zmiany. Narzuca to konieczność przygotowywania się do krótko i długoterminowych planów oraz działań promocyjnych powiatu, których integralnym elementem jest promocja i budowa wizerunku. Stąd, też pojawiła się potrzeba przygotowania wspólnego planu działań i zadań promocyjnych powiatu realizowanych przez poszczególne wydziały, stanowiska i jednostki.

Powiat w niespełna 20-letniej swojej działalności zmaga się z realizacją zadań wynikających z ustawowych obowiązków oraz z wykorzystaniem potencjału w różnych płaszczyznach m. in.: gospodarczym, środowiska naturalnego i społecznego, strefy turystyki, edukacji, kultury, sportu, ochrony i promocji zdrowia. Zorganizowana działalność promocyjna jest jednym z elementów mogących wpłynąć na poprawę i usprawnienie komunikowania się z całą wymienioną powyżej sferą i jej otoczeniem – co jest celem podjętych działań promocyjnych i tego programu.

1.2 Istota promocji powiatu

Konieczność podejmowania intensywnych działań promocyjno – informacyjnych jest odpowiedzią na potrzeby dynamicznych zmian zachodzących w bliższym i dalszym otoczeniu samorządu. Samo zrozumienie potrzeby promowania i informowania, a nawet uwzględnianie tych działań w strategiach i programach rozwoju jest pierwszym krokiem do zbudowania sieci powiązań wykorzystanych do budowy wizerunku i marki regionu.

Efektywna promocja i budowa wizerunku wymaga zaplanowania i ustalenia zakresu i obszaru działań, co stwarza konieczność spełnionych następujących warunków:

- sformułowania celu i zakresu działań
- określenia potencjalnych odbiorców
- dobrania odpowiedniej metody przekazu,
- skoordynowania wszystkich działań i elementów promocji,
- zaangażowania i współpracy wyspecjalizowanej kadr.

1.3. Funkcje promocji i informacji powiatu:

- **Funkcja informacyjną** – leży u podstaw komunikowania się powiatu z otoczeniem (mieszkańcami, potencjalnymi inwestorami, turystami, etc.) ,
- **Funkcja pobudzająca** – zmierza do dostarczenia odbiorcom odpowiednich przesłanek emocjonalnych i racjonalnych umożliwiających dokonania wyboru,
- **Funkcja konkurencyjna** – przejawia się przez atrakcyjności i siłę przebicia programu promocyjnego w walce o odbiorcę.

Aby wszelkie podjęte działania promocyjne przynosiły wymierne efekty, muszą spełniać powyższe trzy funkcje promocyjne i pod tym głównie względem będą analizowane i oceniane w niniejsze koncepcji.

1.4. Działania promocyjne realizowane będą w dwóch obszarach:

- **Promocja i reklama** – to najbardziej widoczny i silnie oddziałujący na odbiorców i nabywców potencjalnych informacji i produktów. Aby ostatecznie dotrzeć z promocją, informacją do odbiorców, należy wykorzystać szeroką gamę narzędzi do tego przeznaczonych. Należą do nich:
 - a) Organizacja i udział w wydarzeniach: kulturalnych, sportowych, promocyjnych, branżowych, itp. W powiecie czarnkowsko - trzcianeckim corocznie organizowane jest są imprez kulturalne, turystyczne i artystyczne, zarówno z powiatowego kalendarza imprez oraz lokalnych, nie tylko co do zasięgu, ale także co do zaspokajania potrzeb głównie samych mieszkańców poszczególnych gmin.
 - b) Skatalogowanie najważniejszych wydarzeń cyklicznych o charakterze kulturalnym, folklorystycznym, turystycznym, sportowym, handlowym, a także wydarzeń okazjonalnych zaplanowanych przez gminy i powiat jest nieodzowną częścią działań promocyjnych powiatu. Corocznie współorganizowałam i koordynowałam
 - c) Druk i opracowanie wydawnictw własnych: folderów, broszur, albumów, przewodników, map itp.– są to publikacje wydawane przez powiat, związane z jej promocją i działalnością. Choć ich tematyka dotyczy różnych obszarów wydawnictwo jest nośnikiem komunikatu i przesłania o organizacji i jej celach. Są nieocenionym

- źródłem wiedzy i historii regionu. Stanowią również atrakcyjną formę nagród np. w konkursach szkolnych.
- d) Współpraca z mediami i publikacja stałych rubryk i artykułów. Istnieje uzasadniona potrzeba funkcjonowania w organizacji stanowiska zajmującego się przygotowaniem informacji do prasy. To narzędzie daje nam możliwość publikowania na bieżąco informacji które są ważne dla otoczenia, a zarazem pozwala budować wizerunek organizacji.
 - e) Materiały audiowizualne (np. filmy, spoty i prezentacje).
 - f) Publikacje internetowe, strony www oraz portale społecznościowe. Internet jest skutecznym i tanim środkiem komunikacji pomiędzy samorządem a otoczeniem. Powiat posiada własne strony internetowe www.czarnkowsko-trcianecki.pl, www.tuodpoczniesz.pl, Facebook oraz Biuletyn Informacji Publicznej. Duże znaczenie przywiązujemy do aktualności publikowanych informacji, estetyki i czytelność.
 - g) Promocja poprzez realizację projektów zewnętrznych ze wsparciem środków unijnych
 - h) Inne materiały promocyjne tzw. gadżety; kalendarze, banery, roll up itp.
- **Public relations** – wykreowanie i utrwalenie pozytywnej **marki powiatu czarnkowsko – trzcianeckiego**, która będzie go identyfikowała na rynku. Wypracowany wizerunek, czyli zespół widocznych i niewidocznych wartości, które wyróżniają region, powinien zachęcać, odbiorców, turystów i inwestorów do wyboru oferty powiatu (np. wartości przyrodnicze, szlaki kajakowe). Public relations to, inaczej mówiąc, kształtowanie wizerunku organizacji w otoczeniu, poprzez prowadzenie działań, wpływających na jej postrzeganie. **Działania te będą prowadzone z wykorzystaniem i uwzględnieniem:**
- a) Media relations (współpraca z mediami) – to ciągle utrzymywanie kontaktu z dziennikarzami, dzięki którym w mediach (prasie, radio, telewizji) pojawiają się informacje o osiągnięciach i dokonaniach organizacji. Są to m.in.: informacja prasowa, wywiad okolicznościowy w gazecie, relacja telewizyjna z imprezy, program radiowy, zaproszenie dziennikarzy na uroczystości, stała rubryka w gazecie lokalnej itp.
 - b) Tworzenie tożsamości organizacji tzw. (corporate identity CI) – są to działania, które zmierzają do budowania oraz utrwalania określonego „obrazu” organizacji wśród jej odbiorców. W działaniach CI bardzo ważna jest spójność, konsekwencja oraz dbałość o szczegóły. Przykładami tworzenia tożsamości organizacji są np.: znak graficzny, logo, barwa, czcionka, listownik firmowy, wizytówki, pieczętki, ulotka z informacjami o organizacji, siedziba.
 - c) Lobbying – obejmuje różnorodne działania, które zmierzają do upowszechniania idei ważnych dla organizacji, zyskiwania sojuszników dla przedsięwzięć organizacji. To prezentacja określonych działań i stanowisk zmierzające do uzyskania przychylności władz, mediów, innych zainteresowanych. (np. lobbowanie za wprowadzeniem określonej ustawy) lub (np. aby władze województwa podjęły konkretne działania).
- nie jestem przekonana czy pisać o tym narzędziu.
 - d) Zarządzanie sytuacją kryzysową - jest to odpowiednio przygotowane i przeprowadzone działanie w sytuacji nagłej, niespodziewanej czy trudnej dla organizacji. Celem nie jest ukrycie nawet najtrudniejszej prawdy, ale przedstawienie jej zgodnie z rzeczywistością, z równoczesnym podjęciem działań, które zmniejszą lub usuną skutki kryzysu.

2. Działania i cele promocyjne wynikające ze Strategii Rozwoju Powiatu Czarnkowsko – Trzcianeckiego na lata 2011 - 2020.

Analiza celów zawartych w/w dokumencie wpływających na promocję powiat oraz jego rozwój. Wizja i misja to osie przewodnie każdej strategii. Z nich wywodzą się cele strategii i sposób ich osiągnięcia, które brzmią następująco:

WIZJA ROZWOJU POWIATU:

„Powiat z przestrzenią dostosowaną do oczekiwań społecznych, wyposażony w niezbędną infrastrukturę, charakteryzujący się zrównoważonym rozwojem społeczno – ekonomicznym, osiągniętym dzięki optymalnemu wykorzystaniu zasobów społecznych, gospodarczych, kulturowych i przyrodniczo – krajobrazowych, a przez to zapewniający pracę oraz wzrost poziomu i jakości życia mieszkańcom”

MISJA ROZWOJU POWIATU:

„Misją samorządu powiatowego jest współtworzenie z udziałem mieszkańców i strategicznych partnerów, systemu kreowania i wdrażania, na podstawie Strategii, polityki zrównoważonego rozwoju społeczno – ekonomicznego, z optymalnym wykorzystaniem lokalnych potencjałów wzrostowych oraz inicjowanie przedsięwzięć przyczyniających się do zaspokojenia potrzeb i oczekiwań społecznych wyrażonych w wizji, a w szczególności poprawienia infrastruktury drogowej”.

Cel szczegółowy 1.2. Zachowanie i ulepszenie dziedzictwa natury i kultury.

Cel szczegółowy 1.3. Rozwijanie infrastruktury i działalności turystycznej.

Cel szczegółowy 2.2. Promocja zdrowia oraz zapewnienie lepszych warunków leczenia i opieki zdrowotnej.

Cel szczegółowy 2.3. Stworzenie warunków do rozwoju aktywnego życia społecznego, kulturalnego i sportowo - rekreacyjnego.

Cel szczegółowy 4.1. Budowanie wizerunku i marki powiatu - czynienie go rozpoznawalnym.

Cel szczegółowy 4.2. Promowanie działalności prowadzonej w oparciu o zasoby powiatu.

Wymienione wyżej cele szczegółowe mają przyczynić się do osiągnięcia określonych celów strategicznych, aby to zrealizować należy rozwijać rolę promocji w zakresie podejmowanych zadań, ponieważ promowanie powiatu, jego zasobów, środowiska, inwestycji, produktów i usług oraz społecznych wartości jest - obok koordynacji działań i transferu informacji - jednym z narzędzi wspomagania rozwoju.

Ponadto akcentowanie realizacji działań poprzez prasę, telewizję, publikacje drukowane itp. upowszechniając przy tym logo i hasło powiatu, czyni go rozpoznawalnym, co z kolei przyczyni się osiągnięcia wymienionych celów oraz spełni funkcję promocji: informującą, zachęcającą, przypominającą.

Promocja powiatu odbywać się będzie poprzez realizację najważniejszych zadań wynikających z celów szczegółowych Strategii Powiatu Czarnkowsko - Trzcianeckiego:

2.1 Drukowane publikacje promocyjne

2.2 Publikacje internetowe – portale www, fb i współpraca z mediami

2.3 Organizacje wydarzeń i imprez promocyjnych (event-ów)

2.4 System wizualnej identyfikacji powiatu dla loga i herbu powiatu

2.5 Członkostwo w stowarzyszeniach wspierających rozwój i promocję

2.6 Promocję zdrowia

2.7 Kulturę i sport

2.8 Współpracę z organizacjami pozarządowymi

2.9 Pozyskiwanie zewnętrznych środków finansowych na zadania promocyjne

2.1 Drukowane publikacje promocyjne

Publikacje promocyjne wydawane przez powiat charakteryzuje wysoka jakość pod względem szaty edytorskiej i graficznej. Wytworzone materiały drukowane są niezbędne podczas szeregu organizowanych targów, festynów, wystaw, zawodów i wydarzeń oraz uroczystości, nad którymi patronat objął Starosta Czarnkowsko – Trzcianecki. Ujmują najważniejsze informacje i posiadają stosowne nadruki z logo i niezbędnymi adresami. Stanowią istotną rolę promocyjną potencjału powiatu i funkcje informacyjną, która odpowiada oczekiwaniom odbiorcy. Dzięki zamieszczanym tam informacjom oraz stosowaną szatą graficzną upowszechniają pozytywny wizerunek powiatu.

2.2 Publikacje internetowe – portale www, fb i współpraca z mediami

Obecnie powiat posiada dwie strony internetowe. www.czarnkowsko-trzcianecki.pl (z profilem społecznościowym Facebook), to oficjalna strona powiatu, gdzie zamieszcza się wszystkie aktualności i treści informacyjne. Do promocji potencjału turystycznego i walorów regionu utworzono portal www.tuodpoczniesz.pl wraz z dedykowanym kanałem w serwisie YouTube oraz profilem na portalu społecznościowym Facebook, wykorzystywany jest głównie jako narzędzie promocji turystycznej powiatu.

Współpraca z mediami opiera się głównie o stałą i okolicznościową publikację artykułów i treści promocyjnych, informacyjnych w prasie - skierowanych do społeczeństwa. Należy tu korzystać z istniejących lokalnie, jak i ponad lokalnych możliwości współpracy z prasą. Na przestrzeni ostatnich lat umieszczano informację drukowaną w prasie lokalnej:

- Tygodnik Nadnoteckie Echa
- Tygodnik Notecki
- Magazyn NaGłos
- Informator Powiatowy,

ogólnopolskiej tj.: Newsweek Polska, Welcome to Poland, jak też regionalnej:

- Tygodnik Notecki (stanowi wkładkę do Głosu Wielkopolskiego)
- Tygodnik Nowy - Ziemia Czarnkowska i Trzcianecka

2.3 Organizacja wydarzeń i imprez promocyjnych (event-ów).

Targi, wystawy, spotkania, imprezy, konferencje czy szkolenia to coroczne i cykliczne zadania powiatu, który jest organizatorem oraz uczestnikiem tych wydarzeń. Wspomniana okoliczność stanowi niepowtarzalną okazję do promocji powiatu i kreowania pozytywnego wizerunku. Wydarzenia, imprezy, event odgrywają bardzo ważną rolę w budowaniu i umacnianiu marki regionu. Organizacja tych wydarzeń jest filarem dla wszystkich działań mających związek promocją i komunikacją ze społeczeństwem. Dlatego każde wydarzenie,

staje się tym silniejszym narzędziem im dłużej trwa. Niezbędne jest tu przygotowanie stosownej oprawy zapowiadającej, informującej i relacjonującej, która będzie kojarzona z powiatem czarnkowsko – trzcianeckim jako organizatorem danego wydarzenia. Mowa tu o budowaniu tradycji, przyzwyczajaniu odbiorców do konkretnych wydarzeń i budowania zaufania odbiorców co daje szeroko pojęte korzyści.

Umiejętnie zorganizowane imprezy stosownie do okoliczności oraz do grupy docelowej, odpowiadające potrzebą społeczeństwa, przyciągają odbiorców, turystów a nawet inwestorów. Przyniosą konkretne i długofalowe korzyści, przyczynią się do budowania silnej marki danego miejsca.

2.4 System wizualnej identyfikacji powiatu dla loga i herbu powiatu. Powiat czarnkowsko – trzcianecki posiada opracowaną wizualizację graficzną znaku promocyjnego - loga oraz herbu powiatu czarnkowsko - trzcianeckiego, którym posługuje się w kontaktach z wszystkimi instytucjami publicznymi i organizacjami, lokalnie jak i ponad lokalnie. Opracowana szata wizualizacji dla znaków: loga i herbu wraz z tzw. księgą wizualizacji, określa sposób i zasady jego stosowania. Logo powiatu jest wykorzystane do promocji i oznakowania zewnętrznego (wszelakie działań o charakterze turystyczno - promocyjnym. Herb natomiast jest znakiem szczególnym, stanowi o przynależności do danego regionu, jest jego wizytówką i ważnym elementem tożsamościowym, wykorzystywanym podczas wydarzeniach powiatowych. Stosowne wykorzystanie systemów wizualizacji identyfikacji powiatu zapewni jednolitość wizerunku Powiatu Czarnkowsko-Trzcianeckiego i wytworzy i wzmocni pozytywne skojarzenia z powiatem.

2.5 Członkostwo w stowarzyszeniach wspierających rozwój i promocję. Powiat czarnkowsko-trzcianecki przynależy do stowarzyszeń, z którymi współpracuje obszarach wspólnej promocji. Należy wymienić tu przede wszystkim:

- Wielkopolską Organizację Turystyczną. Z WOT-em realizowana jest stała promocja krajowa oraz zagraniczna potencjału turystycznego i kulturowego oraz „Kompleksowa promocja markowego produktu turystyki wodnej Wielka Pętla Wielkopolski”,
- Czarnkowsko-Trzcianecką Lokalną Grupę Działania z LGD natomiast przygotowano i wdrożono sześć projektów promocyjnych w ramach PROW na lata 2007-13 obejmując obszary wiejskie Powiatu Czarnkowsko-Trzcianeckiego. Realizowane projekty uwzględniły rozwój funkcji turystycznej obszaru oraz promocję walorów przyrodniczych i kulturowych.
- Związek Miast i Gmin Nadnoteckich. Powiat Czarnkowsko – Trzcianecki znajduje się na obszarze Doliny Noteci i jest naturalnym partnerem dla Stowarzyszenia Związku Miast i Gmin Nadnoteckich w rozwoju turystycznym całego regionu. Wstępując w poczet członków wspierających w/w Stowarzyszenia, Powiat Czarnkowsko – Trzcianecki realizuje podjęte cele dotyczące tworzenia i wspierania rozwoju infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej dla budowy i ożywienia turystyki wodnej na terenie powiatu czarnkowsko – trzcianeckiego. Realizując wspomniane działania powiat przyczyni się do rozwoju i aktywizacji turystyki wodnej, a także ścisłej współpracy przy budowaniu wspólnej marki produktu turystycznego naszego obszaru.
- Stowarzyszenie Gmin i Powiatów Nadnoteckich ma na celu wspieranie idei samorządu terytorialnego, integrację wspólnot lokalnych oraz dążenie do gospodarczego, kulturowego i turystycznego rozwoju Regionu Nadnoteckiego. Stowarzyszenie w swoim programie uwzględnia prowadzenie działań szkoleniowych i marketingowych, prowadzenia wspólnej polityki na rzecz poprawy środowiska naturalnego, przywracania i rozwoju walorów turystyczno-wypoczynkowych Doliny Noteci. Rozwija kontakty i współdziała z innymi stowarzyszeniami i organizacjami zrzeszającymi wspólnoty lokalne, wspiera przedsięwzięcia w dziedzinie promocji i rozwoju turystyki na terenie zrzeszonych Gmin i Powiatów.

Powyższe cztery Stowarzyszenia realizują zadania z zakresu promocji, rozwoju regionu, kreują i upowszechniają wizerunek atrakcyjnego turystycznie obszaru, promują tym dorobek historyczny i kulturowy. To promocja na skalę regionalną, ponadregionalną a nawet międzynarodową. Płynące z tego liczne korzyści, należy wykorzystać do wzmocnienia wizerunku i marki powiatu.

2.6 Promocja Zdrowia realizowana jest poprzez inicjowanie działań edukacyjnych i profilaktycznych na rzecz zdrowia kierowana dla społeczeństwa. Pojawia się zatem bardzo duża rola prewencji – zapobiegania chorobom, poprzez koncentrację na samym zdrowiu – wzmacnianiu go poprzez odpowiedni tryb życia, sposób myślenia i właściwe radzenie sobie z naszymi emocjami. W ramach programu realizowane są działania z zakresu:

- SPORTU – zwiększenie aktywności fizycznej społeczeństwa, poprzez prowadzenie kampanii oraz akcji zachęcających do zmiany stylu życia.
- PIERWSZEJ POMOCY - doskonalenie umiejętności udzielania pierwszej pomocy przedmedycznej.
- KRWODAWSTWA - krzewienie idei krwiodawstwa wśród mieszkańców powiatu oraz zadania i akcje okolicznościowe podnoszące świadomość i edukujące.

Przeciwdziałanie uzależnieniom. Zadanie to realizowane w trzech obszarach: profilaktyki, leczenia, rehabilitacji i ograniczania szkód zdrowotnych, oraz badań, monitoringu i ewaluacji.

Profilaktyka uzależnień w Powiecie Czarnkowsko – Trzcianeckim prowadzona jest głównie w szkołach z terenu naszego powiatu. Wychodzimy z założenia, iż u podstaw skuteczności proponowanych działań jest przede wszystkim współpraca z nauczycielami, pedagogami szkolnymi, gdyż to oni mają możliwość na bieżąco diagnozować potrzeby i problemy społeczności szkolnej.

Z przeprowadzonych obserwacji wynika, że działania w zakresie przeciwdziałania narkomanii przynoszą zamierzone rezultaty. Młodzież bardzo chętnie korzysta i włącza się w proponowaną przez nas współpracę i zadania.

Działania podejmowane w ramach realizacji tego zadania opierać się będą na współpracy Wydziału Promocji, Ochrony Zdrowia i Spraw Społecznych z poszczególnymi placówkami oświatowymi i jednostkami na terenie powiatu. Realizowane będą zadania o wymiarze sportowym, kampanie społeczne oraz działania profilaktyczne.

Ponadto prowadzona będzie szeroko pojęta działalność informacyjno – medialna, mająca na celu propagowanie idei związanych z działalnością na rzecz przeciwdziałania narkomanii. Odbiorcami programu są mieszkańcy naszego powiatu.

Realizacja wszystkich powyższych działań jest wspierana i uzupełniana materiałami edukacyjnymi i gadżetami. W budżecie Wydziału PZS przewidziano środki finansowe na ich realizację i przygotowanie. Materiały są niezbędnym elementem do przeprowadzenia szeregu zadań i akcji. Kształt i forma zakupionych gadżetów materiałów zostanie określona i dostosowana do potrzeb wynikających z realizacji zadań.

2.7 Promocja działań związanych z kulturą i sportem odbywać się będzie za pośrednictwem kilku podstawowych mechanizmów:

- a) wspieranie zadań kulturalnych i sportowych w ramach Powiatowego Kalendarza Imprez,
- b) udzielenie dotacji celowych na remont zabytków wpisanych do rejestru zabytków i położonych na obszarze powiatu czarnkowsko-trzcianeckiego,
- c) udzielanie wsparcia dla organizacji pozarządowych w drodze otwartych konkursów ofert,
- d) realizacja zadań biblioteki powiatowej przez Bibliotekę Publiczną Miasta i Gminy Trzcianka,
- e) rozwijanie współpracy z powiatami partnerskimi.

Spółeczna rola sportu i kultury jest w Powiecie Czarnkowsko-Trzcianeckim traktowana jako temat istotny w hierarchii problemów ogólnospołecznych. Związane jest to z postrzeganiem tych dziedzin, nie tylko jako sfery konsumpcji kulturalnej, rozrywkowej czy wypoczynkowej, lecz także dostrzegania jego wpływu na procesy rozwoju, kształtowania i utrzymania zdrowia ludzkiego, które jest niezbędne w osiągnięciu określonych celów społecznych i gospodarczych.

W ramach Powiatowego Kalendarza Imprez wspierane będą zdarzenia, które istotnie przyczyniają się do promocji powiatu.

Wpływ na poprawę stanu zasobów regionalnego dziedzictwa kulturowego będą miały przydzielane dotacje celowe na prace konserwatorskie, restauratorskie lub roboty budowlane przy zabytkach wpisanych do rejestru zabytków położonych na obszarze Powiatu Czarnkowsko-Trzcianeckiego, co przyczyniają się do poprawy stanu zasobów regionalnego dziedzictwa kulturowego.

Otwarty konkurs ofert dla organizacji pozarządowych jest kolejnym mechanizmem przyczyniającym się do promocji powiatu. Organizacje pozarządowe pomimo problemów finansowych z jakimi się borykają, wykazują znaczącą aktywność, skupiają w swoich szeregach ludzi pragnących rozwiązywać ważne problemy społeczne, przez co w istotny sposób wpływają na jakość życia w powiecie. Rozległość zadań, w które angażują się organizacje, ich społeczny charakter oraz wysoki poziom realizowanych zadań powodują, że stowarzyszenia postrzegane są jako cenny partner samorządu powiatowego, również w kontekście promocyjnym. Dzięki kontynuowanej od kilku lat współpracy z organizacjami i finansowemu wspieraniu realizowanych przez nie zadań publicznych budowane jest aktywne partnerstwo pomiędzy samorządem powiatowym a organizacjami. Zrealizowane zadania przyczyniły się do poprawy jakości życia mieszkańców w wielu obszarach społecznej aktywności oraz do budowy pozytywnego wizerunku powiatu i jego marki

Powstanie Powiatu Czarnkowsko-Trzcianeckiego nie wiązało się z przejęciem żadnej instytucji kultury, co znalazło wyraz w dochodach powiatu na tę sferę życia publicznego. Na mocy odrębnych przepisów (art.19 ust.3 Ustawy o bibliotekach) powiat został zobowiązany do powołania i prowadzenia biblioteki powiatowej. Wymieniona ustawa pozwala jednocześnie na realizację tego zadania na podstawie porozumienia Zarządu Powiatu z Gminą z terenu danego powiatu. Taka sytuacja znalazła realizację w przypadku Powiatu Czarnkowsko-Trzcianeckiego, w którym zadania biblioteki powiatowej w dniu 01.09.2000r. powierzono Bibliotece Publicznej Miasta i Gminy Trzcianka, a biblioteka poprzez swoje działania istotnie wpływa na budowę pozytywnego wizerunku samorządu powiatowego.

2.8. Współpraca z organizacjami pozarządowymi powiatu czarnkowsko-trzcianeckiego oraz podmiotami prowadzącymi działalność pożytku publicznego.

Organizacje pozarządowe są sektorem działającym na rzecz dobra publicznego. Stanowią one bazę dla rozwoju lokalnych społeczności i skupiają najaktywniejszych i najbardziej wrażliwych na sprawy społeczne obywateli danego środowiska. Są istotnymi partnerami samorządu lokalnego w realizacji działań i zadań promocyjnych, mających na celu zaspokojenie potrzeb mieszkańców i budowy pozytywnego wizerunku powiatu w lokalnej społeczności. Program współpracy z organizacjami pozarządowymi oraz podmiotami prowadzącymi działalność pożytku publicznego jest odrębnym dokumentem wyznaczającym politykę powiatu wobec organizacji i stanowi istotny element realizacji zadań własnych powiatu. Określone są w nim cele, zasady i priorytety do realizacji na obszarze powiatu. Priorytety, które mogą być zlecane do realizacji organizacjom prowadzącym działalność statutową w danej dziedzinie, w zakresie:

- a) wspieranie osób niepełnosprawnych i starszych
- b) upowszechniania i wspierania sportu i kultury fizycznej
- c) turystyki
- d) bezpieczeństwa i porządku publicznego
- e) edukacji ekologicznej

2.9. Pozyskiwanie zewnętrznych środków finansowych na realizację zadań promocyjnych.

Przedstawiany plan promocji powiatu uwzględnia pozyskiwanie środków finansowych na realizację zadań i działań powiatu. Budżet powiatu ma ograniczone rozmiary i zazwyczaj nie wystarczające możliwości do sfinansowania wszystkich potrzeb związanych z realizacją zadań powiatu. Niezbędne tym samym, staje się poszukiwanie źródeł finansowania „na zewnątrz”. Wszystkie zadania i działania realizowane w planie promocyjnym można wesprzeć i uzupełnić zewnętrznymi funduszami. Nie inaczej będzie w tym przypadku. Wydział Funduszy Europejskich to powołana komórka, która w swoim zakresie działań przewiduje pozyskiwanie funduszy z Unii Europejskiej oraz innych środków pozabudżetowych, a także prowadzenie działań promujących powiat jako partnera do współpracy w zakresie rozwoju gospodarczego, kultury, oświaty i innych dziedzin życia społecznego. Przewiduję się ścisłą współpracę w tej materii z Wydziałem FE oraz realizowanie poszczególnych zadań pozyskiwania funduszy przez np. samodzielne stanowiska lub/i stanowiska w Wydziale PZS, jak miało to miejsce w poprzednim okresie finansowym 2007-13.

3. Monitoring realizowanych działań/ zadań promocji powiatu

Rzetelna koncepcja i program promocji musi obejmować monitoring i ocenę prowadzonych działań promocyjnych. Ponieważ efektem promocji i budowy wizerunku powiatu nie jest wymierna sprzedaż produktu czy usług, nie ma teoretycznie kompleksowego systemu pomiaru efektywności tej promocji. Zastrzeżenie to nie może jednak zwalnia z obowiązku sprawdzania efektywności polityki promocji. Nawet najprostsze metody dają obraz rzeczywistego oddziaływania promocji na otoczenie, co pozwala na dokonywanie potrzebnych zmian dla podniesienia efektywności działań i eliminowanie ewentualnych błędów. Stały nadzór nad realizacją zadań, koordynacja, komunikacja i współpraca osób oraz jednostek zaangażowanych w realizację programu pozwoli na prawidłowe jego przeprowadzenie, co przyczyni się do budowania pozytywnego wizerunku i marki powiatu wykorzystując efekt milionowy inwestycji planowanych do realizacji.

Monitoring będzie stałym narzędziem śledzenia i obserwacji zachodzących w powiecie zmian i zjawisk. Dzięki zaobserwowanym procesom na bieżąco należy reagować na konieczność wprowadzania korekt lub dostosować działania do określonych potrzeb. W miarę konieczności i ewaluacji planu promocji obejmą one:

- analizę podejmowanych i realizowanych działań
- analizę efektywności tj., czy działania/zadania są adekwatne do oczekiwań
- ocenę czy dzięki realizacji poszczególnych działań osiągnięte są pożądane rezultaty
- ustalenia czy proces zarządzania realizacją planu jest poprawny, czy też wymaga korekty.

Za prowadzenie i realizację monitoringu odpowiedzialny jest Wydział PZS wraz z poszczególnymi stanowiskami, wydziałami i jednostkami realizującymi plan promocji powiatu.

4. Założenia Planu Promocji Powiatu Czarnkowsko - Trzcianeckiego

Działania promocyjne są fundamentem dla realizacji planu promocji w sposób zróżnicowany dla każdego obszaru. Promocja w przypadku powiatu czarnkowsko - trzcianeckiego nie może być celem samym w sobie, ale jednym z narzędzi wspierania realizacji misji powiatu uszczegółowionej w Strategii Rozwoju Powiatu na lata 2011 -2020. Wskazano w niej znaczenie promocji, które może okazać się istotne lub niemal rozstrzygające w przypadku rozwoju takich dziedzinach jak:

- **Turystyka.** Promocja turystyki wymaga wsparcia promocyjnego w stopniu znacznym i oczywistym. Promocja nakierowana powinna być na: rozwój zróżnicowanych form turystyki, wzmocnienie informacji o naturalnych i kulturowych walorach regionu, rozszerzenie wachlarza usług oraz podniesienie ich jakości. Wśród potencjalnych adresatów promocji turystycznej należy uwzględnić jednak nie tylko potencjalnych konsumentów turystycznych oraz pośredników (np. biur turystycznych), ale również środowiska, firmy, instytucje lokalne, których postawa może mieć znaczenie dla skuteczności realizacji celu pierwszego w tym obszarze, a zwłaszcza „rozszerzania wachlarza usług i podnoszenia ich jakości”.
- **Promocja zdrowia** realizowana jest poprzez inicjowanie działań edukacyjnych i profilaktycznych na rzecz zdrowia kierowana dla społeczeństwa. Pojawia się zatem bardzo duża rola prewencji realizowana przez program promocji zdrowia w powiecie.
- **Kultura i sport.** Społeczna rola sportu i kultury jest w Powiecie Czarnkowsko-Trzcianeckim traktowana jako temat istotny w hierarchii problemów ogólnospołecznych. Związane jest to z postrzeganiem tych dziedzin, nie tylko jako sfery konsumpcji kulturalnej, rozrywkowej czy wypoczynkowej, lecz także dostrzegania jego wpływu na procesy rozwoju, kształtowania i utrzymania zdrowia ludzkiego, które jest niezbędne w osiągnięciu określonych celów społecznych i gospodarczych
- **Współpraca z organizacjami pozarządowymi.** Organizacje pozarządowe są sektorem działającym na rzecz dobra publicznego. Stanowią one bazę dla rozwoju lokalnych społeczności i skupiają najaktywniejszych i najbardziej wrażliwych na sprawy społeczne obywateli danego środowiska. Są istotnymi partnerami samorządu lokalnego w realizacji działań, mających na celu zaspokojenie różnorodnych potrzeb mieszkańców.

Wszystkie wymienione działania promocyjne wymagają stałego propagowania, upowszechniania oraz włączania coraz szerszych kręgów społeczności lokalnej. Stąd

szczególna rola promocji **wewnętrznej**, adresowanej do mieszkańców powiatu. W tym także promocja postaw, zachowań, wzorów działania. Ma to szczególne znaczenie w dziedzinie promowania rozwoju lokalnej przedsiębiorczości, rolnictwa i ochrony środowiska.

4.1 Zdefiniowanie grup docelowych działań promocyjnych

W planie promocji obok zdefiniowania celów promocji powinna znaleźć się:

1. Identyfikacja i analiza grup docelowych - **adresatów promocji**.
2. Określenie głównego przekazu informacyjno-promocyjnego- **przesłanie**.

Promocja powiatu czarnkowsko - trzcianeckiego wymaga analizy elementów wyszczególnionych na poziomie ogólnym jak i konkretnych działań promocyjnych. Identyfikacja i charakterystyka adresatów promocji to jedna z najważniejszych decyzji, związanych z programowaniem polityki promocji. Segmentacja odbiorców umożliwia nie tylko lepsze ich poznanie, ale także kształtowanie określonej strategii, dostosowanie odpowiednich narzędzi marketingowych i działań.

Kluczowe grupy docelowe adresatów promocji i polityki informacyjnej Powiatu Czarnkowsko - Trzcianeckiego:

1. Turyści krajowi i zagraniczni.
2. Inwestorzy i przedsiębiorcy lokalni.
3. Jednostki organizacyjne powiatu (np. szkoły).
4. Mieszkańcy.
5. Organizacje pozarządowe.
6. Środowiska opiniotwórcze (np. politycy, dziennikarze, artyści, itp.).

4.2 Określenie technik i czasu realizacji działań promocyjnych powiatu.

Prawidłowa polityka promocyjna wymaga jasno sformułowanego celu i zadań (określonych w rozdziale 2 / 2.1-2.9), analizy potencjalnych adresatów działań, świadomego doboru tematów i metod przekazu, a w końcu rzetelnej realizacji zadań. Aby spełnić te wymagania potrzebna jest wyspecjalizowana kadra, współpracująca z lokalnymi instytucjami czy partnerami zainteresowanymi promowaniem regionu, w tym także swojej działalności. Wspólna polityka pomoże uniknąć chaosu informacyjnego i marnotrawstwa sił i środków.

Ponieważ granice zainteresowania inwestorów lub turystów danymi obszarami rzadko są wyznaczane przez linie podziałów administracyjnych. Współpracą z ościennymi powiatami. Konkurowanie z sąsiednimi regionami nie powinno zamykać drogi do obustronnie korzystnej współpracy w niektórych dziedzinach.

Polityka promocyjna powiatu obejmuje szeroki zakres zadań związanych z:

- **Powiatem** jako nadawcą promocji – zwiększenie stopnia znajomości obszaru, poprawa jego wizerunku, przedstawienie zamierzeń rozwojowych.
- **Odbiorcą** – edukacja i informacja różnych środowisk, pozyskanie zaufania grup docelowych, zdobycie informacji o oczekiwaniach grup docelowych.

- **Produktem** (ofertą powiatu) – kształtowanie wizerunku powiatu przez promowanie jego cech i możliwości, informowanie o swoich działaniach.

Zadania te powinny być prowadzone równoległe i uzupełniać się wzajemnie. Podstawą działań jest czynny i nieprzerwany proces dwustronnej komunikacji z otoczeniem. Aby był on efektywny należy opracować skuteczny system komunikowania się władz z mieszkańcami, by poszerzać kręgi osób zaangażowanych w politykę promocyjną regionu.

Informowanie i edukowanie mieszkańców o działaniach na rzecz aktywizacji różnych dziedzin życia motywuje ludzi do aktywnego udziału w rozwoju i promocji regionu. Niezbędna jest także stała współpraca międzygminna i powiatowa, regionalna, gdyż zainteresowania inwestorów lub turystów danymi obszarami wybiegają poza obszary administracyjne.

Wydział Promocji, Ochrony Zdrowia Spraw Społecznych wraz z Samodzielnym Stanowiskiem ds. Kultury, Sportu i Współpracy Samorządowe, Stanowiskiem ds. Współpracy z organizacjami samorządowymi. A także wszystkimi powiatowymi jednostkami organizacyjnymi jest dobrym rozwiązaniem dla osiągnięcia wyznaczonych zadań z zakresu promocji i budowy wizerunku na lata 2017- 2020.

Należy dodać, iż potrzebne zmiany i aktualizacje wynikające z realizacji programu będą wprowadzane na bieżąco i dostosowywane do potrzeb.

4.3 Działania wprowadzające do realizacji planu promocji powiatu.

Należy mieć na uwadze fakt, że plan promocji i jego działania prowadzone na różnych szczeblach. Aby monitorować i koordynować realizację powziętych celów w planie, trzeba systematycznie wykonywać następujące działania:

- stworzyć efektywnie działający system wzajemnego komunikowania się na szczeblu lokalnym (powiat – gmina, powiat –województwo), którego celem będzie ustalenie wspólnej polityki promocyjnej
- stała współpraca z instytucjami administracji publicznej szczebla lokalnego i wyższego
- bezpośrednie spotkania przedstawicieli władz lokalnych oraz ze starostami innych powiatów
- nawiązanie kontaktów promocyjnych z organizacjami i stowarzyszeniami działającymi na rzecz promocji i rozwoju powiatu/regionu
- stworzenie efektywnie działającego systemu wzajemnego komunikowania się na szczeblu wewnętrznym z wszystkimi realizatorami programu

Przeprowadzenie odpowiedniej kampanii informacyjnej i edukacyjnej dla realizatorów i odbiorców/adresatów programu promocji. Kampania powinna zawierać odpowiednio dużo możliwości kontaktu i wymiany informacji z podmiotami realizującymi oraz z osobami bezpośrednio odpowiedzialnymi za zaplanowanie i wdrożenie programu promocyjnego. Istotną rolę odgrywać będą:

- stała współpraca z mediami lokalnymi i regionalnymi w celu przekazania z odpowiednio długim wyprzedzeniem, pełnej informacji o przewidywanych przedsięwzięciach promocyjnych
- organizowanie roboczych spotkań realizatorami programu promocji powiatu dla zainteresowanych grup
- stworzenie kontaktów z organizacjami i partnerami dla realizacji wspólnej idei promocyjnej powiatu
- organizowanie spotkań wewnątrz w/w trzech środowisk w celu nawiązania wzajemnej współpracy

Polityka promocji powiatu musi budować wyrazisty, pozytywny, jednorodny wizerunek i markę powiatu. W tym celu wszystkie działania promocyjne muszą być prowadzone równolegle, wzajemnie się uzupełniać, być aktualizowane oraz systematycznie kontrolowane. Za realizację i koordynację w/w działań odpowiedzialny jest Wydział promocji, Ochrony Zdrowia i Spraw Społecznych, które nie tylko będzie bankiem informacji i pomysłów, ale będzie wdrażać te pomysły w życie.

4.4 Określenie budżetu i kosztów promocyjnych.

Określenie wielkości środków przeznaczonych na promocję należy do najważniejszych i zarazem najtrudniejszych zadań kształtowania koncepcji programu promocji. Konieczność poniesienia konkretnych i wymiernych nakładów kontrastuje z niepewnością osiągnięcia zamierzonych celów.

Najbardziej logiczne i prawidłowe są metody zorientowane na osiągnięcie założonego celu. Wyznaczony budżet na przełomie ostatnich pokazuje, iż do dyspozycji są następujące środki finansowe :

165 000 zł Promocja Powiatu
 25 000 zł Promocja Zdrowia
 80 000 zł Powiatowy Kalendarz Imprez oraz współpraca samorządowa
 87 0000 zł Współpraca z organizacjami pozarządowymi

Razem budżet 357 000, 00 zł

Kwota ta pozwalała na realizację zadań promocyjnych na poziomie gwarantującym wykonanie planów i podjętych działań. Wskazane byłoby podniesienie budżetu, ponieważ zadań do realizacji z roku na rok przybywa. Jeśli nie będzie to możliwe proponuje się określenie priorytetów zadań i dostosowanie do możliwości finansowych powiatu.

W przypadku niższego budżetu niż wynikający z przedstawionego w powyższym zestawieniu, działania promocyjne rozkładane będą na dłuższy okres czasu niż wstępnie przyjęty/rok. Dla minimalizacji kosztów należy pamiętać o możliwości współpracy z różnymi podmiotami i instytucjami działającymi na rzecz rozwoju i promocji naszego regionu np.: Wielkopolską Organizacją Turystyczną, Czarnkowsko – Trzcianecką LGD itp. W miarę możliwości należy pozyskiwać zewnętrzne środki finansowe z różnych źródeł, jak miało to miejsce w przypadku realizacji zadań promocyjnych i pozyskanych środków na ten cel w okresie finansowym 2007-13 z PROW.

4.5 Kadra do przeprowadzenia zadań promocyjnych.

Działania promocyjne powiatu wdrażane są w życie przy czteroosobowym składzie Wydziału Promocji. Skuteczne wdrażanie zamierzonych działań wymaga przygotowania teoretycznego i praktycznego zespołu. Realizacja zadań musi odbywać się przy bezpośrednim udziale wykwalifikowanej i aktywnej kadry współpracującej ze wszystkimi wydziałami i jednostkami powiatu. Dbalność o odpowiedni poziom kwalifikacji nie nastęcza większych trudności. Należy jednak dbać o to, by był to proces ciągły i nieprzerwany. Podnoszenie kwalifikacji i wiedzy pracowników wydziału musi być realizowane za przyczyną szkoleń, kursów i doksztalcania o tematyce niezbędnej do wykonywania powierzonych im obowiązków przy dofinansowaniu ze strony pracodawcy.

Ponadto należ podejmować współpracę z wykwalifikowanymi agencjami reklamowymi, lokalnymi, jak i zewnętrznymi partnerami. Ogłaszać otwartych konkursów na realizowanie zadań, a w szczególności publikować swoje działania w prasie i mediach społecznościowych.

Skład Wydziału PZS:

- naczelnik
- główny specjalista ds. promocji i rozwoju powiatu
- podinspektor ds. budowania wizerunku i marki powiatu
- podinspektor ds. budowania wizerunki i polityki informacyjnej powiatu

- stażysta/praktykant

oraz samodzielne stanowiska, wydziały Starostwa i jednostki organizacyjne powiatu.

Podsumowanie

Przedstawione opracowanie zawiera propozycję planu promocji powiatu poprzez realizowanie zadań z zakresu, turystyki, promocji zdrowia, kultury i sportu oraz współpracy ze stowarzyszeniami. Przygotowując planu promocji korzystano z:

- Strategii Rozwoju Powiat Czarnkowski – Trzanieckiego na lata 2011- 2020,
- Strategii Produktu Turystycznego dla Powiatu Czarnkowski-Trzanieckiego 2012
- Programu Promocji Zdrowia w Powiecie Czarnkowski –Trzanieckim
- Programu współpracy Powiatu Czarnkowski-Trzanieckiego z organizacjami pozarządowymi prowadzącymi działalność pożytku publicznego
- Powiatowego Kalendarza Imprez

Plan Promocji Powiatu Czarnkowski - Trzanieckiego przewidziany jest na lata 2017-20 i zakrawa o dwie płaszczyzny:

- **Ogólną** – dotyczącą realizowanych zadań i celów promocyjnych wynikających ze Strategii Rozwoju Powiatu 2011 - 20
- **Szczegółową** – ukierunkowaną na podjęcie konkretnych decyzji do realizacji w zespołach odpowiedzialnych za ich wykonanie.