

ZESTAWIENIE PRZEDSIĘWZIĘĆ O CHARAKTERZE PROMOCYJNYM PRZEWIDZIANYCH DO REALIZACJI W ROKU 2009

Departament Współpracy z Zagranicą i Promocji

Lp.	Nazwa zadania	Data realizacji	Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty	Partnerzy	Jednostki UMWP realizujące zadanie
1.	Konkurs „Podlaska Marka Roku 2008”	styczeń-marzec 2009 r.	Celem konkursu jest wyłonienie i wypromowanie produktów, miejsc lub przedsięwzięć, które ze względu na swoją jakość, unikatowe walory i związki z województwem podlaskim, reprezentują poziom nieprzeciętny, godny do naśladowania. W 2009 roku planowane jest przeprowadzenie konkursu w ulepszonej, bardziej atrakcyjnej formule. Zostanie rozwinięta formuła konkursu, zwiększy się promocja samego konkursu, jak i jego laureatów. Ilość kategorii konkursowych zostanie zwiększona, zostało również założone stworzenie podkategorii do poszczególnych kategorii konkursowych. Laureaci Podlaskiej Marki Roku będą promowani podczas pozostałych przedsięwzięć wpisywanych w działania programowe Urzędu Marszałkowskiego Województwa Podlaskiego.	Polskie Radio Białystok, Telewizja Białystok, Opera i Filharmonia Podlaska, Gazeta Współczesna	Departament Współpracy z Zagranicą i Promocji
2.	„Honorowy Ambasador Województwa Podlaskiego”	marzec 2009 r.			Departament Współpracy z Zagranicą i Promocji

3.	Opracowanie „Założeń Wieloletniego Planu Promocji Województwa Podlaskiego”	styczeń-marzec 2009 r.	Założenia Wieloletniego Planu Promocji Województwa Podlaskiego na lata 2010-2014 to dokument o szczególnym znaczeniu dla promocji regionu. Stanowiąc on będzie fundament, na którym opierać się będą wszelkie działania o charakterze informacyjno-promocyjnym podejmowane przez Samorząd Województwa Podlaskiego. Ponadto, dokument będzie podstawą do przyszłych działań marketingowych zmierzających do wykreowania spójnego i atrakcyjnego wizerunku województwa podlaskiego.	Wyg International Sp.zo.o.	Departament Współpracy z Zagranicą i Promocji
4.	Akcja promocyjna w Warszawie	maj 2009 r.	Celem jednodniowej akcji promocyjnej jest zachęcenie potencjalnych turystów do spędzenia weekendu, wakacji letnich lub zimowych w województwie podlaskim. Urząd Marszałkowski Województwa Podlaskiego zaprezentuje swoje stoisko, które obsługiwać będzie Departament Współpracy z Zagranicą i Promocji w kooperacji z innymi Departamentami Urzędu Marszałkowskiego Województwa Podlaskiego. Prowadzona będzie akcja promocyjna – rozdawnictwo wydawnictw, gadżetów promocyjnych, konkursy i inne działania promujące województwo.		Departament Współpracy z Zagranicą i Promocji Inne Departamenty Urzędu Marszałkowskiego
5.	496. Urodziny Województwa Podlaskiego	sierpień 2009 r.	Celem przedsięwzięcia jest budowanie tożsamości obywatelskiej – integrowanie mieszkańców regionu, popularyzacja historii, kultury, prezentacje najważniejszych historycznie i kulturowo miast województwa podlaskiego.	PUW, WOAK	Departament Współpracy z Zagranicą i Promocji Departament Kultury i Dziedzictwa Narodowego
6.	Rozbudowa Galerii Samorządowej	kwiecień 2009 r.	W galerii samorządowej prezentowane są prace artystyczne autorów związanych z naszym regionem i samorządem województwa oraz wystawy tematyczne nawiązujące do wydarzeń i przedsięwzięć organizowanych w województwie. Sukcesywne poszerzanie		Departament Współpracy z Zagranicą i Promocji

			tematyki i formy prezentowanych prac wymusza rozbudowę i modernizację galerii. Jedną z form działalności galerii będzie. współpraca z lokalną instytucją kultury.		
7.	Wydanie dodatków promocyjnych w gazecie ogólnopolskiej	kwiecień - lipiec 2009 r.	Publikacja ma na celu promocję województwa podlaskiego w innych regionach kraju, potencjalnie będących najlepszym odbiorcą oferty turystycznej, kulturalnej i gospodarczej województwa podlaskiego. Zakres tematyczny dodatku obejmował będzie sfery takie jak: turystyka, kultura i atrakcje regionu. Ponadto jeden z zeszytów poświęcony będzie konkursowi Podlaska Marka Roku – promocji samego konkursu, jak i jego laureatów.		Departament Współpracy z Zagranicą i Promocji
8.	Udział w imprezach „Studio Lato”	lipiec-sierpień 2009 r.	W 2009 r. planowane jest uczestnictwo i promocja województwa podlaskiego w imprezach w ramach „Studia Lato” organizowanych przez Polskie Radio Białystok, które odbędą się w największych i najbardziej atrakcyjnych miejscowościach regionu. Wybór najbardziej perspektywicznych, dużych imprez zapewni dotarcie do jak największej liczby odbiorców. Na każdej z ww. imprez Urząd Marszałkowski Województwa Podlaskiego zaprezentuje swoje stoisko, które obsługiwać będzie Departament Współpracy z Zagranicą i Promocji w kooperacji z innymi Departamentami Urzędu Marszałkowskiego Województwa Podlaskiego. Prowadzona będzie akcja promocyjna – rozdawnictwo wydawnictw, gadżetów promocyjnych, konkursy i inne działania promujące województwo podlaskie. Najważniejszą imprezą całego cyklu będą Mistrzostwa Polski w Pływaniu na Byle Czym „Co Ma Pływać Nie Utonie”, odbywające się w Augustowie.		Departament Współpracy z Zagranicą i Promocji Inne Departamenty Urzędu Marszałkowskiego
9.	Realizacja filmu promocyjnego	maj 2009 r.	W 2009 r. przygotowany zostanie film promocyjny ukazujący walory turystyczne, potencjał gospodarczy, możliwości		

			inwestycyjne i inne najważniejsze cechy i zalety województwa podlaskiego. Będzie on wyświetlany na wszelkiego rodzaju imprezach promujących region oraz na targach w kraju i za granicą organizowanych przez inne Departamenty Urzędu Marszałkowskiego Województwa Podlaskiego.		Departament Współpracy z Zagranicą i Promocji
10.	Wydanie folderów promocyjnych	styczeń 2009 r.	Planowane jest wydanie dwóch rodzajów folderów promocyjnych: a) wersja ekskluzywna przeznaczona do promocji podczas imprez i wydarzeń prestiżowych lub jako elegancki prezent podczas oficjalnych wizyt z kraju i za granicy. b) wersja standardowa folderu, przeznaczona do rozdawania na imprezach, targach, seminariach itp.		Departament Współpracy z Zagranicą i Promocji
11.	Gadżety promocyjne	marzec 2009 r.	Zakup pakietu różnorodnych, atrakcyjnych gadżetów reklamowych w celu ich dystrybucji na imprezach promujących województwo podlaskie		Departament Współpracy z Zagranicą i Promocji
12.	Kronika Województwa Podlaskiego	styczeń- grudzień 2009 r.	Cykliczny program „Kronika Województwa Podlaskiego” poświęcony jest prezentacji województwa podlaskiego, a w szczególności najważniejszych przedsięwzięć w polityce regionalnej, w dziedzinie funduszy strukturalnych, popularyzacji oferty gospodarczej i turystycznej województwa, działań związanych z rolnictwem, kulturą, ochroną zdrowia, ochroną środowiska oraz relacjonowaniu najważniejszych imprez promocyjnych Województwa Podlaskiego i konferencji tematycznych.	Telewizja Białystok	Departament Współpracy z Zagranicą i Promocji
13.	Studium wykonalności	marzec 2009 r.	Studium wykonalności będzie dokumentem umożliwiającym opracowanie kampanii promocyjnej województwa podlaskiego na lata 2010-2014 wynikającej z „Założeń wieloletniego planu promocji województwa podlaskiego”		Departament Współpracy z Zagranicą i Promocji
	Udział w akcjach promocyjnych		Udział w akcjach promocyjnych		

14.	koordynowanych przez inne Departamentu Urzędu Marszałkowskiego Województwa Podlaskiego	styczeń – grudzień 2009 r.	koordynowanych przez inne Departamentu Urzędu Marszałkowskiego Województwa Podlaskiego.		
15.	Pozyskiwanie funduszy unijnych		Realizacja projektów mających na celu efektywną i zintegrowaną promocję regionu oraz wydłużenie sezonu turystycznego: projekt promocyjny Kampania promocyjna województwa podlaskiego na lata 2010-2014.		Departament Współpracy z Zagranicą i Promocji
16.	Obchody 5-lecia istnienia Biura Regionalnego Województwa Podlaskiego w Brukseli		Impreza promocyjna w Brukseli związana z uczczeniem 10-lecia obecności województwa podlaskiego w Brukseli i 5-lecia istnienia Biura Regionalnego Województwa Podlaskiego. Obchody połączone z prezentacją dorobku artystycznego województwa, oferty turystycznej i gospodarczej. Celem imprezy jest zwiększenie rozpoznawalności województwa podlaskiego oraz Biura Regionalnego w Brukseli.		Departament Współpracy z Zagranicą i Promocji
17.	Open Days – Europejski Tydzień Regionów i Miast	Październik 2009r.	Największa w Brukseli cykliczna impreza promocyjna z zakresu polityki regionalnej, organizowana przez Komisję Europejską i Komitet Regionów we współpracy z regionami i miastami z całej Europy. Biuro Regionalne Województwa Podlaskiego w Brukseli będzie współorganizować seminarium tematyczne w konglomeracie z wybranymi regionami oraz stoisko promocyjne województwa podczas imprezy towarzyszącej Inwestor`s Cafe. Udział przedstawicieli województwa podlaskiego w seminariach tematycznych. Celem przedsięwzięcia zwiększenie rozpoznawalności województwa i Biura Regionalnego w Brukseli.		Departament Współpracy z Zagranicą i Promocji

Departament Rozwoju Obszarów Wiejskich

Lp.	Nazwa zadania	Data realizacji	Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty	Partnerzy	Jednostki UMWP realizujące zadanie
1	Dożynki Wojewódzkie	IX	kultywowanie tradycji wsi województwa podlaskiego	samorząd lokalny	ROW,
2	BIOFACH	II	Promocja żywności ekologicznej województwa podlaskiego – zwiększenie popytu na produkty z regionu	producenci ekologicznych	ROW,
3	EKOGAŁA	V	Promocja żywności ekologicznej województwa podlaskiego – zwiększenie popytu na produkty z regionu	producenci prod. ekologicznych	ROW,
4.	Zielone Świątki	V	kultywowanie tradycji wsi województwa podlaskiego – zwiększenie popytu na produkty z regionu	Białostockie Muzeum Wsi	ROW,
5.	Nasze Kulinarne Dziedzictwo	VIII	kultywowanie tradycji kulinarnych województwa podlaskiego – zwiększenie popytu na produkty z regionu	ODR	ROW,
6.	Zioła i Miody w Skansenie	VIII	kultywowanie tradycji kulinarnych województwa podlaskiego – zwiększenie popytu na produkty z regionu	samorząd lokalny	ROW,
7.	FARMA	X	Promocja żywności ekologicznej i produktów regionalnych województwa podlaskiego – zwiększenie popytu na produkty z regionu	producenci prod. regionalnych	ROW,

Samodzielne Stanowisko Pracy ds. Funkcjonowania Krajowej Sieci Obszarów

Lp.	Nazwa zadania	Data realizacji	Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty	Partnerzy	Jednostki UMWP realizujące zadanie
1.	Identyfikacja i analiza dobrych praktyk	2009 rok	<p>1.Regionalny konkurs na najlepszy projekt zrealizowany na terenach wiejskich w zakresie infrastruktury przy wsparciu środków unijnych.</p> <p>2.Regionalny konkurs na najlepsze gospodarstwo ekologiczne.</p> <p>3.Udział w krajowych i zagranicznych targach i imprezach promujących produkty tradycyjne, regionalne i ekologiczne oraz o tematyce turystycznej.</p> <p>4.Udział w krajowych i zagranicznych targach i imprezach o tematyce związanej z rozwojem obszarów wiejskich</p> <p>5.Konkurs na najlepszy projekt/inicjatywę mającą na celu promocję regionu za pomocą produktu regionalnego lub tradycyjnego, agroturystycznego lub innego promującego region.</p> <p>5.Konkurs na najlepszy projekt Odnowy Wsi.</p> <p>6.Wsparcie imprez lokalnych promujących produkty ekologiczne, regionalne, rolnictwo, tereny wiejskie oraz agroturystykę</p> <p>7.Materiały promocyjne.</p> <p>Promocja idei KSOW w kraju oraz na terenie Województwa Podlaskiego.</p>	Lokalne Grupy Działania, Gminy, Ośrodek Doradztwa Rolniczego oraz inne podmioty działające na rzecz obszarów wiejskich.	ROW
2.	Przeniesienie dobrych praktyk.	2009 rok	<p>1.Organizacja spotkań i warsztatów mających na celu prezentację dobrych praktyk i wymianę doświadczeń.</p>	Lokalne Grupy Działania, Gminy, Ośrodek	ROW

			<p>2. Organizacja Kongresu Odnowy Wsi</p> <p>3. Audycja TV – aktywizacja obszarów wiejskich</p> <p>4. Udział w krajowych i zagranicznych imprezach promocyjnych</p> <p>5. Publikacja i dystrybucja broszur informacyjnych i folderów</p> <p>Promocja idei KSOW w kraju oraz na terenie Województwa Podlaskiego.</p>	<p>Doradztwa Rolniczego oraz inne działające na rzecz obszarów wiejskich.</p>	
3.	Zarządzanie siecią.	2009 rok	<p>1. Publikacja i dystrybucja broszury informacyjnej oraz ulotki nt. „Co to jest KSOW”</p> <p>2. Wkładka informacyjna nt. KSOW w regionalnym dzienniku.</p> <p>3. Materiały promocyjne dotyczące KSOW</p> <p>4. Spot reklamowy w TV Regionalnej i zapraszający do przyłączenia się i czynnego udziału w KSOW. Promocja idei KSOW w kraju oraz na terenie Woj. Podlaskiego</p>	<p>Lokalne Grupy Działania, Gminy, Ośrodek Doradztwa Rolniczego oraz inne działające na rzecz obszarów wiejskich.</p>	ROW

Departament Zarządzania RPO

Lp.	Nazwa zadania	Data realizacji	Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty	Partnerzy	Jednostki UMWP realizujące zadanie
	ROCZNY PLAN DZIAŁAŃ POMOCY TECHNICZNEJ - DZIAŁANIE 7.2.	01/01/2009-31/12/2009	Akcje informacyjno-promocyjne; Materiały promocyjne i informacyjne; Ogłoszenia o konkursach w prasie; Konferencje, spotkania, szkolenia, warsztaty itp.; Punkty Informacyjno-kontaktowe w regionie; Interaktywna baza projektów realizowanych w ramach RPOWP na lata 2007-2013; Opracowanie dot. systemu informacji i promocji RPOWP		Departament Zarządzania RPO

Departament Kultury i Dziedzictwa Narodowego

Lp.	Nazwa zadania	Data realizacji	Zakres merytoryczny – idea, cele, spodziewane efekty	Partnerzy	Jednostki UMWP realizujące zadanie
1.	V Sympozjon z cyklu <i>Warto zapytać o kulturę</i> dot. edukacji międzykulturowej dzieci i młodzieży	X 2009	Konferencja z udziałem osób zajmujących się tematyką edukacji międzykulturowej – pracowników resortu kultury, nauki, studentów, działaczy organizacji pozarządowych. Celem jest diagnoza aktualnej sytuacji, wymiana doświadczeń, omówienie tzw. „dobrych praktyk”. Efektem będzie wydanie kolejnej publikacji zawierającej referaty i wypowiedzi uczestników Sympozjonu.	Ośrodek „Pogranicze – sztuk, kultur, narodów” w Sejnach	DKiDzN
2.	Informator o kulturze województwa podlaskiego	I-II 2009	Publikacja zawierająca teksty i fotografie dot. najważniejszych instytucji kultury działających w województwie, organizacji pozarządowych, zabytków, szlaków kulturowych, sztuki ludowej itd. Wydana będzie w celu upowszechnienia tego, co najistotniejsze w kulturze naszego województwa, co odróżnia nas od innych	-	DKiDzN

			regionów Polski, aby zachęcić, szczególnie turystów do aktywnego uczestnictwa w życiu kulturalnym regionu.		
3.	Wydawnictwo jubileuszowe z okazji 10 edycji przyznawania nagród Marszałka Województwa Podlaskiego za osiągnięcia w dziedzinie twórczości artystycznej, upowszechniania i ochrony dóbr kultury.	XI 2009	Wydawnictwo zawierać będzie informacje o laureatach kolejnych edycji, ich osiągnięciach i zasługach związanych z kulturą województwa podlaskiego i wpływu na stan i rozwój kultury regionu.	-	DKiDzN
4.	Otwarcie pierwszej części Szlaku Architektury Drewnianej „Drzewo i Sacrum”	VI 2009	Celem jest zachowanie oryginalnego, drewnianego budownictwa i ochrona kultury materialnej i niematerialnej terenów wiejskich. Dodatkowym celem jest także promowanie bogactwa kulturowego regionu: ginące zawody, zwyczaje, gwary mniejszości narodowych i religijnych. Wszystko to przyczyni się do rozwoju turystyki w regionie.		DKiDN
5.	Europejskie Dni Dziedzictwa (Festyn Archeologiczny „Grodzisko” w Zbuczu. EDD w Dowspudzie,	IX - X 2009	Celem jest promocja zabytków, tradycji i lokalnych obyczajów; wydarzenia kulturalne, które przyczyniają się do poszerzenia świadomości historycznej obywateli	Gmina Czyże,, Starostwo Powiatowe w Suwałkach, Regionalny Ośrodek Badań i Dokumentacji Zabytków w Białymstoku	DKiDN
6.	Wydanie publikacji dotyczącej zabytków województwa podlaskiego	V-VI 2009	Wydawnictwo zawierać będzie informacje o zabytkach naszego regionu (historia, zdjęcia), które przybliży turystom środowisko obiektów zabytkowych z terenu województwa	ROBiDZ w Białymstoku	DKiDN
7.	Podlaskie Dni Dziedzictwa	V- VII 2009	Celem jest przybliżenie ludziom dziedzictwa historycznego oraz tradycji lokalnej		DKiDN
8.	Obchody 70-ej rocznicy wybuchy II Wojny Światowej	IX. 2009	Walki o Nowogród oraz Wiznę- rekonstrukcja walk mająca pokazać i przybliżyć historyczne oraz mogące wzmocnić poczucie patriotyzmu	Gmina Nowogród, Gmina Wizna	DKiDN
9.	Konkurs na Najlepiej Zachowany Zabytek Wiejskiego Budownictwa Drewnianego w Województwie Podlaskim	V-IX 2009	Celem jest promowanie najlepiej zachowanych zabytków architektury drewnianej	Muzeum Rolnictwa im. ks. Krzysztofa Kluka w Ciechanowcu	DKiDN

Departament Infrastruktury i Ochrony Środowiska

Lp.	Nazwa zadania	Data realizacji	Zakres merytoryczny	Partnerzy	Jednostki UMWP realizujące zadanie
1.	Kampania edukacyjna w zakresie ochrony środowiska w województwie podlaskim	druga połowa stycznia 2009r.	Celem Kampanii jest upowszechnienie wśród społeczeństwa województwa podlaskiego wiedzy o: – głównych problemach związanych z wpływem człowieka na najbliższe środowisko, – sposobach ochrony środowiska oraz oszczędzania zasobów naturalnych, – możliwościach i kierunkach rozwoju Podlasia w oparciu o zasoby środowiska.	– urzędy gmin, miast, starostwa, Podlaski Urząd Wojewódzki, WIOŚ, SANEPID i inne, – WFOŚiGW w Białymstoku, – TVP Oddział Białystok – patronat medialny, – Gazeta Współczesna – patronat prasowy.	Departament Infrastruktury i Ochrony Środowiska

Departament Edukacji, Sportu i Turystyki

Lp.	Nazwa zadania	Data realizacji	Zakres merytoryczny, spodziewane efekty	Partnerzy	Jednostki UMWP realizujące zadanie
1.	Organizacja wizyt studyjnych dziennikarzy na terenie województwa podlaskiego	2009 – współpraca całoroczna na	Współorganizacja wizyt studyjnych dziennikarzy, opracowanie programu wizyt, organizacja pobytu w regionie. Kraje priorytetowe: Holandia, Francja, Niemcy, Włochy Dziennikarze krajowi – priorytetowe magazyny ogólnodostępne – niespecjalistyczne. Efektem wizyt będą reportaże prasowe i/lub filmowe dotyczące potencjału turystycznego woj. podlaskiego.	POT i jej zagraniczne ośrodki w Amsterdamie, Paryżu, Rzymie, Berlinie, PROT, samorządy lokalne, branża turystyczna, parki narodowe i krajobrazowe	EST.II.

2.	Udział w targach turystycznych		Wyróżniono targi, na których przewidziana jest zintensyfikowana promocja regionu. Targi zagraniczne – z uwagi na zapotrzebowanie zgłoszone przez zagraniczne ośrodki POT i główne grupy odbiorców; targi krajowe – z uwagi na główną grupę odbiorców i pozyskanie nowych grup docelowych na rynku lokalnym.		
	Vakantiebeurs - Utrecht	14–18.01.09	Jedne z największych w Europie targów turystycznych pod względem liczby odwiedzających (Holandia jest jednym z krajów, którego mieszkańcy najczęściej odwiedzają województwo podlaskie). Targi przybliżą Holendrom ofertę turystyczną regionu, gł. pod kątem turystyki przyrodniczej i aktywnej (gł.rowerowej) cieszącej się dużą popularnością w tym kraju.	POIT Amsterdam, POT, Warmińsko-Mazurska ROT, PROT,	EST.II.
	MATKA – Helsinki	15-18.01.09	Najważniejsze targi odbywające się w Finlandii i jedno z najbardziej znaczących w Skandynawii. Prezentacja województwa ma zachęcić obcokrajowców do przyjazdu do regionu Podlaskiego.	POIT Sztokholm, POT, PROT, AOT	EST.II./ DWZ
	ITB – Berlin	11–15.03. 09	Największe targi turystyczne w Europie. Niemcy są grupą turystów najczęściej odwiedzającą woj. podlaskie.	POT, POIT Berlin, PROT, samorządy lokalne, branża turystyczna	EST.II/ DWZ
	MAP Le Monde a Paris – Paryż	19 –22.03.09	Francja – jedna z najliczniejszych grup turystów odwiedzających województwo podlaskie. Województwo po raz pierwszy uczestniczy w w/w targach. Celem jest przybliżenie oferty turystycznej regionu na francuskim rynku turystycznym ze szczególnym akcentem na turystykę przyrodniczą, będącą głównym tematem wizyt studyjnych dziennikarzy francuskich.	POIT Paryż, Warmińsko-Mazurska ROT, PROT, samorządy lokalne, branża turystyczna	EST.II
	Tourbiznes – Mińsk	Listopad 2009	Prezentacja oferty turystycznej woj. podlaskiego na rynku białoruskim. Zwiększenie ilości turystów z Białorusi i Litwy, jako najbliższych państw sąsiadujących z regionem.	POT, Podlaski Oddział PIT	EST.II
	MTT – Wrocław	06–08.02. 09	Prezentacja oferty turystycznej na nowym rynku lokalnym. Udział wynika z analizy zapytań o województwo w PROT oraz danych	Augustowska Organizacja Turystyczna	EST.II

			Podlaskiego Oddziału PIT.		
	Podlaskie Targi Turystyczne	20–22.03.09	Główne targi turystyczne północno-wschodniej Polski. Prezentacja oferty turystycznej ze szczególnym akcentem na mieszkańców województwa podlaskiego oraz terenów przygranicznych Białorusi i Litwy.	PROT	EST.II
	GLOB - Katowice	27-29.03.09	Południe Polski – drugi ważny odbiorca krajowy podlaskiej oferty turystycznej, głównie pod kątem turystyki przyrodniczej i agroturystyki.	PROT, Podlaski Oddział PIT, samorządy lokalne, branża turystyczna	EST.II
	Krakowski Salon Turystyczny	04–06.04.09		PROT, Podlaski Oddział PIT, samorządy lokalne, branża turystyczna	EST.II
	Lato – Warszawa	24–26.04.09	Warszawa - główny krajowy odbiorca podlaskiej oferty turystycznej.	PROT, Podlaski Oddział PIT, samorządy lokalne, branża turystyczna	EST.II
	Tour Salon - Poznań	21–24.10.09	Największe polskie targi turystyczne o znaczeniu międzynarodowym. Podlaskie od lat cieszy się tam dużym zainteresowaniem.	PROT, Podlaski Oddział PIT, samorządy lokalne, branża turystyczna	EST.II
3.	Strategia Rozwoju Turystyki w Województwie Podlaskim w latach 2010 - 2015	2009	Zlecenie opracowania dokumentu.		EST.II
4.	Strategia rozwoju produktu turystycznego „Szlak Wodny Króla Stefana Batorego – Wisła – Kanał Augustowski”	2009	Opracowanie wraz z Samorządem Województwa Mazowieckiego koncepcji produktowej dla szlaku wodnego Wisła – Kanał Augustowski. Dokument ma wskazać kierunki rozwoju szlaku oraz możliwości dofinansowania projektu z funduszy europejskich.	Samorząd Województwa Mazowieckiego, samorządy lokalne woj. podlaskiego – sygnatariusze Listu Intencyjnego	EST.II
5.	Publikacje	Realizacja materiału filmowego : kwiecień/maj – grudzień 2009	1. Realizacja filmu na temat walorów kulinarnych i największych atrakcji turystycznych województwa podlaskiego. Film składający się z pięciu kilkunastominutowych (max 10 min) odcinków, po jednym odcinku na każdy	PROT, samorządy lokalne, branża turystyczna i stowarzyszenia działające w	

		<p>podregion:</p> <p>a) Białystok - jako stolica regionu, promocja turystyczna głównie pod kątem esperanto (współpraca z Urzędem Miejskim w Białymstoku). Tykocin - kuchnia żydowska, Urzędem Miejskim i stowarzyszeniem „Uroczysko” w Supraślu – miasto z 500-letnią historią, Muzeum Ikon, miejsce Mistrzostw Świata w Pieczeniu Babki i Kiszki Ziemniaczanej</p> <p>b) Kruszyniany, Bohoniki, Sokółka – aktywne ośrodki kultury tatarskiej. Potrawy kuchni tatarskiej prezentowane przez zamieszkujących te tereny Tatarów.</p> <p>c) Suwałki/Sejny/Augustów – tradycje kulinarne Suwalszczyzny – wyrób sękacza, kindziuka, tradycyjnych serów. Atrakcje: Wigierski Park Narodowy, Suwalski Park Krajobrazowy, Kanał Augustowski, pojezierze suwalskie i augustowskie.</p> <p>d) Region Puszczy Białowieskiej (Hajnówka/Białowieża) – nalewki ziołowo-owocowe, miody (lipiec białowieski), ciasto „marcinek”. Atrakcje turystyczne: Białowieski Park Narodowy, Hajnówka – „Brama do Puszczy”, miejsce organizacji festiwalu muzyki cerkiewnej.</p> <p>e) Łomża/Nowogród – kuchnia kurpiowska. Atrakcje turystyczne: katedra w Łomży, forty w Piątnicy, skansen kurpiowski w Nowogrodzie. Każdy odcinek zrealizowany z udziałem znanej osoby prowadzącej programy kulinarne w ogólnopolskich stacjach telewizyjnych, na terenie gospodarstw wytypowanych po konsultacji z właściwym starostą. Film w wersji językowej POL, ANG, NIEM, FR z podziałem na podregiony, rozpoczynający się prezentacją położenia i głównych atrakcji turystycznych danego podregionu. Dodatkowo do filmu będzie folder promujący główne produkty tradycyjne oraz miejsca, w</p>	<p>obszarze promocji turystyki i dziedzictwa kulinarnego, parki narodowe i krajobrazowe, indywidualni wytwórcy produktów tradycyjnych</p>	
--	--	--	---	--

			<p>których serwowane są dane potrawy.</p> <p>2. Rowerem przez Podlaskie: mapa ścieżek rowerowych województwa z opisem głównych atrakcji.</p> <p>3. „Podlaskie na 55+”, folder dla seniorów - oferta pensjonatów i kwater lub ośrodków agroturystycznych, szczególny akcent na dostosowanie obiektów i <u>oferty turystycznej</u> do potrzeb osób niepełnosprawnych ruchowo.</p> <p>4. Modyfikacja folderu „Największe atrakcje turystyczne województwa podlaskiego” i wydanie w wersji polskiej, angielskiej, niemieckiej, francuskiej, rosyjskiej</p> <p>5. Gadżety promocyjne z logo województwa.</p> <p>6. Zakup zdjęć z prawami autorskimi o rozdzielczości spełniającej wymagania druków wielkoformatowych</p>		
6.	Realizacja projektu w ramach PORPW Działanie V.2 Trasy rowerowe	2009	W ramach projektu powstanie trasa rowerowa przebiegająca przez najbardziej atrakcyjne turystycznie tereny woj. podlaskiego. Trasa jest częścią ogólnopolskiej trasy przebiegającej przez 5 województw Polski wschodniej.		EST.II, MRR, PARP samorządy lokalne,

Departament Zdrowia

Lp.	Nazwa zadania	Data realizacji	Zakres merytoryczny, spodziewane efekty	Partnerzy	Jednostki UMWP realizujące zadanie
1.	VII Rajd ratownictwa medycznego	Maj	Przedsięwzięcie będzie miało charakter rywalizacji zespołów ratownictwa medycznego, zarówno w zakresie znajomości teorii, jak i praktycznych zdań. Udział pozwoli na sprawdzenie się zarówno w sytuacjach typowych jak i tych, z jakimi służby ratownicze mają do czynienia stosunkowo rzadko. Ponadto Rajd umożliwi budowanie pozytywnego wizerunku wśród społeczeństwa. Będzie to również promocja jednostki na kształtującym się rynku świadczeń zdrowotnych w zakresie ratownictwa medycznego. Rokrocznie w radzie bierze udział kilkadziesiąt zespołów	SP ZOZ Województwa Stacja Pogotowia Ratunkowego w Białymstoku	Departament Zdrowia

			ratowniczych z kraju i ze świata z uwagi, na to że zawody te są również eliminacjami do Mistrzostw Polski w ratownictwie medycznym.		
--	--	--	---	--	--

Departament Społeczeństwa Informacyjnego

Lp.	Nazwa zadania	Data realizacji	Zakres merytoryczny, spodziewane efekty	Partnerzy	Jednostki UMWP realizujące zadanie
1.	Promocja portalu Wrota Podlasia i wortalu turystycznego w ogólnopolskich mediach elektronicznych	Maj 2009	Zaprezentowanie oferty portalu Wrota Podlasia i wortalu oraz potencjału turystycznego w regionie potencjalnym turystom z innych regionów Polski – wzrost zainteresowania woj. Podlaskim, wzrost liczby odwiedzających	Ogólnopolskie media elektroniczne	DI
2.	Aktywacja obecnych użytkowników portalu Wrota Podlasia i wortalu turystycznego i pozyskanie nowych – kampania lojalnościowa i akcja reklamowa	Marzec-sierpień 2009	Promocja wortalu turystycznego wśród potencjalnych oferentów w regionie – uatrakcyjnienie i uaktualnienie zasobów wortalu turystycznego – wzrost liczby turystów; promocja zasobów i oferty portalu Wrota Podlasia		DI
3.	Udział w przedsięwzięciach promujących region	W zależności od dat imprez promocyjnych	Promocja portalu Wrota Podlasia i wortalu turystycznego wśród lokalnych społeczności – wzrost liczby użytkowników portalu i turystów zainteresowanych korzystaniem z lokalnej oferty turystycznej, rozbudowa zasobów wortalu	Organizatorzy i gospodarze lokalnych imprez promocyjnych	DI, DK, DWZ, EST