

Szanowni Państwo

Jest mi niezmiernie miło gościć Państwa w hrubieszowskiej Gotanii.

Szczególnie ciepło witam zaproszonych gości, którzy przyjęli zaproszenie i zechcieli aktywnie uczestniczyć w programie dzisiejszej konferencji. Są to osoby pośrednio lub bezpośrednio związane z naszym projektem i kibicujące nam w naszych działaniach.

Witam

- **Pana Bogdana Kawałko** – Dyrektora Departamentu Strategii i Rozwoju Regionalnego Urzędu Marszałkowskiego w Lublinie

- **Pana Piotra Lutka** – przedstawiciela Kancelarii Doradczej Synergia w Lublinie (wykonawcę ponadlokalnej marki GOTANIA stworzonej w ramach projektu „Witajcie w Gotanii – projekt budowy i promocji ponadlokalnej marki regionu hrubieszowsko-tomaszowsko-zamojskiego”

- **Pana Andrzeja Koziarę** – autora filmu promocyjnego wykonanego w ramach promocji projektu

- **Pana Mariusza Zajęca** – Burmistrza Tyszowiec, naszego Partnera w projekcie

Witam pozostałych gości:

Witam przedstawicieli mediów:

Witam również naszych partnerów w projekcie, współgospodarzy dzisiejszego spotkania: Panie i Panów Wójtów i Burmistrzów Gmin wchodzących w obszar Gotanii:

Pana Józefa Demendeckiego – wójta Gminy Dołhobyczów

Pana Lecha Szopińskiego – wójta Gminy Mircze

Pana Mirosława Kuterę – wójta Gminy Trzeszczany

Pana Lecha Bojko – wójta Gminy Werbkowice

Pana Jana Mołodeckiego – wójta Gminy Hrubieszów

Panią Marię Gumieniak – wójta Gminy Uchanie

Pana Antoniego Wawrycę – wójta Gminy Tomaszów Lubelski

Panią Wiesławę Sieńkowską – wójta Gminy Komarów-Osada

Pozwólcie Państwo, że przedstawię moich współpracowników – pracowników Urzędu Miasta w Hrubieszowie, którzy pracowali nad pomysłem na powstały projekt, od początku zajmują się merytorycznie projektem, koordynują wszelkie

dotychczasowe działania ze strony Lidera, współpracują z Wykonawcami, udzielają wszelkich wyjaśnień Instytucji Pośredniczącej:

1. Marek Bartkowiak – Zastępca Burmistrza Miasta
2. Marek Watras – Sekretarz Miasta (dzisiaj w roli konferansjera)
3. Anna Sydoruk – Naczelnik Wydziału Promocji i Rozwoju Gospodarczego – koordynator projektu

Szanowni Państwo

Dzisiejsza konferencja jest ostatnim działaniem zaplanowanym w ramach projektu **„Witajcie w Gotanii – projekt budowy i promocji ponadlokalnej marki regionu hrubieszowsko-tomaszowsko-zamojskiego”**.

Projekt, dla którego liderem pozostaje Gmina Miejska Hrubieszów realizowany jest w ramach RPO WL na lata 2007-2013, II Osi Priorytetowej, Działania 2.4B – Marketing gospodarczy i **zakłada budowanie kapitału społeczno gospodarczego poprzez budowę ponadlokalnej marki, mającej kojarzyć się potencjalnym inwestorom i turystom z regionem hrubieszowskim, tomaszowskim i zamojskim.**

Dlaczego z tym regionem? Ponieważ zasięg projektu obejmuje obszar 10-ciu gmin z trzech powiatów. Są to gminy: Mircze, Dołhobyczów, Trzeszczany, Werbkowice, Hrubieszów, Uchanie, Miasto Hrubieszów, Miasto Tyszowce, Gmina Tomaszów Lubelski oraz Gmina Komarów-Osada. Teren, na którym jest realizowany projekt stanowi spójny obszar i **w podłożu historycznym należy dopatrywać się znaczenia słowa Gotania.** Bazując na wynikach badań historycznych i wykopaliskach – okazuje się, że to właśnie Goci, ze swoim bogatym dorobkiem, który odtworzyć i wykorzystać dla kreowania sukcesu gospodarczo-kulturowego, stają się w założeniach jednym z kierunków tworzonej marki.

Wyniki wielu badań archeologicznych wskazują, iż pod koniec II wieku, przemieszczając się przez teren Europy Goci dotarli m. innymi do Kotliny Hrubieszowskiej.

Wybitny badacz prof. Andrzej Kokowski sformułował tezę, iż jedną z najważniejszych ról w dramacie dziejów kultury Gotów w okresie od końca II do przełomu IV i V odgrywała Kotliną Hrubieszowska – określana mianem „Soczewki kulturowej” czy

„Gockiej stolicy”. Niewielki region liczący około 300 km² stał się „tygłem kulturowym”, którego produktem był twór zwany w archeologii grupą masłomęcką, funkcjonującą przez przynajmniej dwa stulecia. Była to swoista enklawa cywilizacji, centrum osadnicze, polityczne i przede wszystkim handlowe, do którego docierały niezwykle cenne importy z terenów rzymskich. Mieszkańcy tego regionu na porządku dziennym posługiwali się pieniądzem, co w tamtym czasie na terenie barbarzyńskiej Europy było niezwykle rzadkością. Goci docenili walory środowiskowe, gospodarcze i polityczne, dogodne położenie i zdecydowali się na założenie w tym miejscu zaawansowanego centrum osadniczego, znanego kupcom całego Starego Świata.

Pozwólcie Państwo, że powiem kilka słów o pomysłe na partnerstwo samorządowe. Dlaczego 10 gmin zdecydowało się na związanie tak szerokiego partnerstwa. Otóż z prostego powodu. Borykamy się z podobnymi problemami. Jak wspomniałem obszar wszystkich gmin partnerskich jest bardzo spójny. Dziewicza przyroda oraz nieskażone środowisko powodują, że mamy rzadkie w Europie okazy fauny i flory. Bogata historia i tradycja, sławni ludzie związani z naszym terenem, wielokulturowość, ciekawa architektura (też kościelna-myślę zwłaszcza o cerkwiach i cerkiewkach), przy korzyściach ale i wadach przygranicznego położenia – powoduje, że mamy szanse stać się atrakcyjni turystycznie. Bolączką naszą jest jednak brak zakładów przemysłowych, które wywierają istotny wpływ na stopień rozwoju społeczno-gospodarczego i związane z brakiem przemysłu wysokie bezrobocie. Region nasz jest regionem typowo rolniczym, z urodzajnymi czarnoziemiami, dającymi bogate zaplecze zdrowych produktów rolnych. Wspólnym problemem jest brak tożsamości i ekonomicznego charakteru gmin. Samo wybudowanie basenu, ulicy czy wodociągu wszystkiego nie załatwi. Nie stworzy to dodatkowych miejsc pracy, nie wzrosną dochody gospodarstw domowych.

Obserwując sytuację i oczekiwania zarówno mieszkańców, jak też potencjalnych inwestorów pomysłem na stworzenie możliwości rozwoju regionu stało się wykorzystanie położenia geograficznego, zasobów ludzkich, historycznych, kulturowych i przyrodniczych. I w oparciu o te analizy i rozmowy przy różnych okazjach partnerzy projektu podjęli strategiczne działania pod kątem rozwoju społeczno-gospodarczego. Zdecydowaliśmy o zawiązaniu szerokiego partnerstwa i

wspólnym działaniu na rzecz rozwoju swoich gmin, a przez to na rozwój ponadlokalny regionu. Mamy nadzieję, że działając wspólnie wyeliminujemy nasze słabe strony. Mamy także świadomość, że chcąc przyciągnąć turystów musimy wykreować silną markę „produktu turystycznego”.

Jedna gmina, przy obciążeniach budżetu wynikających z realizacji zadań ustawowych nie jest w stanie realizować przedsięwzięć o szerokim zakresie i zasięgu. **Postanowiliśmy więc zadziałać w sposób niestandardowy – właśnie w partnerstwie.**

Pierwszy sukces osiągnęliśmy realizując projekt „Witajcie w Gotanii”. Kolejne – mamy nadzieję, że będą, tym bardziej, że podejmujemy dalsze wspólne działania. Zrobiliśmy w ramach Gockiego partnerstwa kolejny krok już w zakresie wdrażania strategii marki, o którym być może poinformujemy niebawem. Powiem tylko, że złożyliśmy drugi wniosek partnerski do Szwajcarsko Polskiego programu Współpracy. Jesteśmy po wizytacji przez stronę szwajcarską i liczymy, że będziemy niedługo rozpoczynać nowe wspólne przedsięwzięcie, bo zarys projektu bardzo się spodobał Szwajcarom.

Szanowni Państwo

Zapraszam do odwiedzania strony projektu. To jest właśnie strona naszego projektu – jednego z produktów zaplanowanych we wniosku.

Wspomniałem przed chwilą o konieczności wykreowania silnej marki „produktu turystycznego”. Zrobiliśmy to. Mamy stworzoną markę, która nazywa się GOTANIA.

Jest to efekt, a raczej jednen z produktów naszego pierwszego ponadlokalnego działania - realizacji partnerskiego projektu „Witajcie w Gotanii – projekt budowy i promocji ponadlokalnej marki regionu hrubieszowsko-tomaszowsko-zamojskiego”.

Posiadamy opracowany dokument, główny wskaźnik produktu projektu „Strategię marki GOTANIA” i wiemy, że kierunek naszych działań jest trafny. Z opracowania wynika jednoznacznie, że mamy szansę zbudować nowy wizerunek regionu jeśli postawimy na turystykę, która stanowi bardzo istotny czynnik wzrostu ekonomicznego całej gospodarki regionów tworząc lub utrzymując miejsca pracy. Rozwój turystyki jako gałęzi przemysłu przestaje być sprawą tylko ośrodków

turystycznych, czy stowarzyszeń. Powinny to być działania kompleksowe w które angażują się samorządy lokalne, przedsiębiorcy, twórcy ludowi, lokalni liderzy. Przed nami więc sporo pracy i wysiłku w realizacji założeń strategii marki – tworzenia produktów turystycznych. Dla gmin wchodzących w skład Gotanii – strategia marki będzie przez najbliższe lata swoistym elementarzem. W ciągu kilku lat powinniśmy stworzyć wskazane w strategii marki kluczowe inicjatywy produktowo-promocyjne, które przyciągną i zatrzymają turystów, a wraz z nimi dochody gospodarcze dla obszaru Gotanii.

Te kluczowe inicjatywy to nasz przyszły produkt turystyczny, który ma się stać wizytówką dla długoterminowego wizerunku obszaru Gotanii. Jest to oczywiście otwarty katalog dla władz i mieszkańców, w którym w tym momencie znalazły się takie produkty turystyczne jak:

- rodzinny ArcheoPark (coś na kształt Disneylandu) i mały park archeo dla dzieci
- rokroczne, cykliczne targi gockie (ozdoby, rzemiosło, wyroby gliniane etc.)
- spływ kajakowy dłubankami
- przemarsz (survival) gocki
- średniowieczny festiwal sztuki kowalskiego
- Zabawa w archeologów
- Karczmy gockie z kuchnią w stylu wczesnego średniowiecza z atrakcyjnym zapleczem noclegowym
- Talar gocki – środek płatniczy w obrębie Gotanii
- Kompleks SPA w gockiej stylizacji
- Inscenizacje walk i bitew gockich
- Sport i zabawy plebejskie średniowiecza
- Warsztaty rzemieślnicze i artystyczne dla turystów
- Festiwal kultury starożytnej i średniowiecza

Szanowni Państwo – stworzona strategia marki to jest wizja rozwoju regionu, najważniejszego problemu, z którym musimy się uporać. Od wizji musimy przejść do działania, do nowoczesnego zarządzania podregionem turystycznym. **Turystyka jest jedyną szansą wyzwolenia ponadlokalnego popytu na miejscowe towary i usługi.** Dochody pochodzą nie tylko z samego wynajmowania pomieszczeń na noclegi, ale również ze sprzedaży żywności czy określonych usług. Międzynarodowe doświadczenia wskazują,

że największym stymulatorem rozwoju turystyki są nakłady na promocję i informację oraz tworzenie produktów turystycznych właściwych dla danego regionu. W naszym przypadku mogą to być produkty wskazane w strategii marki.

Zaplanowaliśmy jednocześnie stosowanie spójnego systemu identyfikacji wizualnej dla obszaru GOTANII, abyśmy byli jednoznacznie identyfikowani i rozpoznawalni, ze stworzeniem kompatybilnych planów promocyjnych i inwestycyjnych pod kątem tworzenia infrastruktury związanej z wdrażaniem marki. Przyczyni się to do podniesienia atrakcyjności i konkurencyjności regionu oraz przełoży się na bardziej racjonalną i efektywną gospodarkę gmin, dając swoisty „efekt synergii”. Działania te nadadzą gminom ekonomiczny (turystyczny) charakter, który obecnie jest typowo rolniczy. Rozwój turystyki, przy optymalnym wykorzystaniu posiadanych zasobów i determinacji władz i mieszkańców nada nową tożsamość dla obszaru, przyciągnie inwestorów i turystów, co wpłynie na podwyższenie jakości życia mieszkańców.

Proszę Państwa – oto nasz system identyfikacji wizualnej, stworzony w ramach tego projektu. Takimi znakami będziemy się posługiwać na tablicach, na pismach, na materiałach promocyjnych.

Kończąc prezentację projektu wspomnę o jeszcze jednym działaniu – w naszej opinii równie ważnym jak strategia.

Szanowni Państwo -

Mamy stworzoną markę i wiemy, że nie możemy w sposób przypadkowy nią zarządzać. Potrzebny jest profesjonalizm, aby osiągnąć zakładane rezultaty. Musimy stosować nowoczesne formy promocji i **innowacyjnie zarządzać stworzoną marką „Gotania”**. Zdajemy sobie sprawę, że bez koncepcji marketingowych, bez innowacyjnych metod planowania i zarządzania strategicznego niewiele uda nam się zrobić. Musimy zmienić sposób myślenia nauczyć się nowych technik i metod marketingowych. Musimy przekonać do naszych działań mieszkańców Gotanii, bo wydaje się że władze lokalne już się przekonały.

Chcąc właściwie zarządzać marką zrobiliśmy kolejny krok. Jesteśmy na etapie rejestracji Stowarzyszenia – Lokalnej Organizacji Turystycznej „Gotania”. Gminy z obszaru Gotanii, obok osób fizycznych, przedsiębiorców i innych osób prawnych działających na rzecz turystyki będą członkami LOT-u. W założeniach projektu

związane Stowarzyszenie ma stać się podmiotem zarządzającym marką i domeną strony [gotania](#). Jednorodne zarządzanie marką zdecydowanie zwiększy jej pozycję i efektywność działań z zakresu marketingu.

LOT zapewni trwałość projektu i będzie miał za zadanie budowę kapitału marki (jej rozpoznawalności, wizerunku, jakości i lojalności konsumentów poprzez działania z zakresu komunikacji reklamowej, promocji sprzedaży i rozwój produktu). LOT będzie miał za zadanie pozyskiwanie zewnętrznych źródeł na dofinansowanie różnych możliwych inicjatyw i produktów przewidzianych i wskazanych w Strategii marki dla obszaru całej Gotanii.

Szanowni Państwo

Chcielibyśmy powiedzieć, że poprzez zrealizowane działania osiągnęliśmy zakładane cele projektu:

Cel główny projektu: Wykorzystanie potencjału endogenicznego obszaru hrubieszowsko-tomaszowsko-zamojskiego dla wzrostu rozwoju społeczno-gospodarczego, głównie poprzez rozwój turystyki

Cele szczegółowe: 1.Podniesienie atrakcyjności i konkurencyjności inwestycyjnej obszaru 2.Promocja gospodarcza i rozwój przedsiębiorczości 3.Rozwój partnerstwa trójsektorowego 4.Kreowanie pozytywnego wizerunku obszaru - stworzenie ponadlokalnej marki

Czy nam się to udało???

Mamy jednak nadzieję, że w niedalekiej przyszłości działania nasze przełożą się na zmianę wizerunku naszego regionu i najważniejsze – na jego rozwój społeczno-gospodarczy, że będziemy gościć Państwa w naszej Gotanii, proponując wiele atrakcji podczas pobytu.