



DZIENNIK URZĘDOWY

WOJEWÓDZTWA WIELKOPOLSKIEGO

Poznań, dnia 18 listopada 2024 r.

Poz. 9194

UCHWAŁA NR VII/72/2024 RADY GMINY BRZEZINY

z dnia 29 października 2024 r.

w sprawie przyjęcia "Strategii promocji Gminy Brzeziny na lata 2024-2030"

Na podstawie art. 18 ust. 2 pkt 6a, art. 10 f ust. 4 w związku z art. 10 e ust. 1 ustawy z dnia 8 marca 1990 roku o samorządzie gminnym (Dz. U. z 2024 r. poz. 1465 ze zm.) w związku z art. 9 pkt. 5 ustawy z dnia 6 grudnia 2006 r. o zasadach prowadzenia polityki rozwoju (Dz. U. z 2024 r. poz. 324 ze zm.) Rada Gminy Brzeziny uchwala, co następuje:

§ 1. Przyjmuje się „Strategię Promocji Gminy Brzeziny na lata 2024-2030” o treści stanowiącej załącznik do niniejszej uchwały.

§ 2. 2. Opracowanie Strategii Promocji Gminy Brzeziny zostało poprzedzone konsultacjami społecznymi.

§ 3. Wykonanie uchwały powierza się Wójtowi Gminy Brzeziny.

§ 4. Uchwała wchodzi w życie po upływie 14 dni od dnia jej ogłoszenia w Dzienniku Urzędowym Województwa Wielkopolskiego.

Przewodnicząca Rady Gminy Brzeziny
(-) Anna Mituła

Załącznik do uchwały Nr VII/72/2024

Rady Gminy Brzeziny

z dnia 29 października 2024 r.





Strategia Promocji Gminy Brzeziny lata 2024-2030

**Spis treści:**

1.	Wstęp.....	3
2.	Partnerzy	4
3.	Analiza SWOT	4
3.1.	Mocne strony	4
3.2.	Słabe strony	5
3.3.	Szanse	5
3.4.	Zagrożenia	6
4.	Cele i priorytety	7
5.	Główne obszary działań promocyjnych	9
6.	Tożsamość marki Gminy Brzeziny	9
7.	Logo i identyfikacja	10
8.	Misja Gminy	11
9.	Grupy docelowe	11
10.	Działania – zarys	16
11.	Działania – uszczegółowienie	18
11.1.	Obszar I - DZIAŁANIA INFORMACYJNE	18
11.2.	Obszar II - DZIAŁANIA SZKOLENIOWE	19
11.3.	Obszar III – DZIAŁANIA MAJĄCE NA CELU	
11.4.	POZYSKIWANIE INWESTORÓW I PROMOWANIE LOKALNEJ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI	20
11.5.	Obszar V – WYSZUKIWANIE I NAWIĄZYWANIE WSPÓŁPRACY Z PARTNERAMI SPOŁECZNYMI, ORGANIZACJAMI POZARZĄDOWYMI	21
12.	Realizacja – cele i zadania	21



Strategia Promocji Gminy Brzeziny lata 2024-2030



1. Wstęp

Celem strategicznym promocji jest zapewnienie rozwoju Gminy Brzeziny przy wykorzystaniu potencjału miejscowego i szans tkwiących w otoczeniu oraz tworzenie wizerunku gminy atrakcyjnej, otwartej, przyjaznej dla jej mieszkańców i gości. Obejmuje ona zorganizowane działania, polegające na:

- dostarczaniu kompleksowych informacji na temat inicjatyw podejmowanych przez lokalne władze samorządowe w celu tworzenia warunków dla pozyskiwania nowych inwestorów,
- prezentowaniu walorów estetycznych i turystyczno – kulturalnych gminy.

Przy opracowywaniu strategii przyjęto zasadę maksymalnego wykorzystania dotychczasowego dorobku promocyjnego gminy. Działania promocyjne zostały uporządkowane, usystematyzowane i zmodernizowane, aby tworzyły spójny i zintegrowany wizerunek. Strategia nie ma charakteru szczegółowego planu reklamowego ani kreacji kampanii promocyjnej – wyznacza jedynie ogólne kierunki, które posłużą jako baza do dalszych działań kreatywnych.

Strategia obejmuje jasno określone cele strategiczne, skierowane do poszczególnych grup docelowych, oraz cele operacyjne, które wskazują, jak dążyć do osiągnięcia tych rezultatów. Proponowane rozwiązania mają służyć jako inspiracja i podstawa do opracowywania szczegółowych, corocznych planów promocyjnych, w ramach których powstawać będą konkretne działania dostosowane do możliwości gminy. Prace nad strategią poprzedzono szczegółową analizą SWOT w aspekcie promocyjnym.

Biorąc pod uwagę politykę marketingową - gmina jest produktem, który należy sprzedać inwestorom krajowym i zagranicznym, mieszkańcom regionu, kraju, turystom i wszystkim, którzy chcieliby tu pozostać i prowadzić działalność gospodarczą, zamieszkać bądź przyjechać w celach gospodarczo-mieszkaniowo-turystycznych. Opracowany Plan Promocji pozwoli na zharmonizowanie i usystematyzowanie działań podejmowanych dotychczas oraz zaplanowanie przyszłych inicjatyw. Promocja gminy Brzeziny powinna iść w parze i uzupełniać inne dokumenty strategiczne takie jak: Strategię Rozwoju Gminy Brzeziny.



Strategia Promocji Gminy Brzeziny lata 2024-2030



2. Partnerzy

Szczególną rolę w zakresie promocji gminy Brzeziny odgrywa współpraca z instytucjami kultury, oświaty, sportu i rekreacji. Działania organizowane we współpracy urzędu gminy i jego jednostek organizacyjnych (np. Brzezińskie Centrum Kultury i Biblioteka, Gminny Ośrodek Sportu i Rekreacji, Szkoły Podstawowe, Ośrodek Pomocy Społecznej) mają szansę większego powodzenia i objęcia swoim zasięgiem większej grupy odbiorców. Działania podejmowane przy współpracy tych jednostek tworzą zarówno promocję wewnętrzną jak i zewnętrzną, a więc kreują klimat gminy atrakcyjnej zarówno dla mieszkańców jak i gości.

W promocję gminy należy również włączyć organizacje pozarządowe działające na jej terenie. Zarówno Stowarzyszenie Senior 50+, Koło Emerytów Rencistów i Inwalidów, Fundacja Równo Ważni, Ochotnicze Straże Pożarne, jak i Koła Gospodyń Wiejskich powinny stać się elementem składowym promocji gminy, a przez podejmowane różnorodne działania, kreować wszechstronne jej kierunki. Tylko bowiem w przypadku, gdy promocja gminy nie będzie działaniem incydentalnym, lecz będzie stanowić spójny system, można będzie mówić o jej skuteczności.

3. Analiza SWOT

Prowadzona analiza uwarunkowań zewnętrznych oraz wewnętrznych, w tym zawarta w posiadaniu przez gminy dokumentach SWOT, pozwala na identyfikację następujących najistotniejszych zagrożeń i szans oraz mocnych i słabych stron mających zasadnicze znaczenie dla proponowanej strategii promocji.

3.1. Mocne strony

- uporządkowany urbanistycznie rozwój gminy;
- możliwość przeznaczenia znaczących środków budżetowych na inwestycje;
- bardzo wysoka aktywność zawodowa mieszkańców połączona z dużą przedsiębiorczością;
- powołanie instytucje Brzezińskie Centrum Kultury i Biblioteka w Brzezinach;
- bogate dziedzictwo kulturowe i historyczne gminy;
- dobrze rozwinięte szkolnictwo, dobra infrastruktura oświatowa;
- istniejąca infrastruktura sportowa;



Strategia Promocji Gminy Brzeziny lata 2024-2030



- duże zalesienie gminy i walory krajobrazowe;
- atrakcyjne walory przyrodnicze i turystyczne które przyciągają turystów zainteresowanych wypoczynkiem na łonie natury. Są to m.in. lasy, jeziora, łąki i trasy piesze oraz rowerowe. Bliskość przyrody sprzyja rozwojowi turystyki rekreacyjnej i agroturystyki;
- dobrze rozwinięta infrastruktura turystyczna, zaplecze turystyczne, takie jak pensjonaty, gospodarstwa agroturystyczne, ścieżki rowerowe i piesze oraz obiekty rekreacyjne, co ułatwia przyciągnięcie większej liczby turystów i dalszy rozwój sektora;
- dziedzictwo kulturowe i tradycje lokalne, które mogą stanowić atrakcyjną ofertę dla turystów poszukujących autentycznych doświadczeń. Lokalne festiwale, wydarzenia kulturalne i tradycje rękodzielnicze mogą być unikalnym elementem promocyjnym;
- bliskość dużych miast, co ułatwia zarówno turystom, jak i inwestorom dostęp do tego regionu. Dobre połączenia komunikacyjne zwiększają atrakcyjność gminy dla osób szukających odpoczynku poza miastem.

3.2. Słabe strony

- brak marketingowego produktu związanego z dziedzictwem kulturowym;
- wysoka pozycja konkurencyjna sąsiednich gmin w pozyskiwaniu środków pomocowych;
- brak wystarczającej kadry do obsługi zadań promocyjnych;
- brak rozpoznawalności na poziomie krajowym;
- niedostateczna infrastruktura noclegowa i gastronomiczna;
- ograniczone zasoby finansowe;
- brak kompleksowej strategii zarządzania turystyką
- problemy z dostępem do komunikacji publicznej

3.3. Szanse

- pozyskiwania inwestorów w sferze gospodarczej i branży turystycznej;
- rozwój infrastruktury bazy hotelowej i obiektów gastronomicznych;
- wzrost nakładów finansowych na inwestycje, w tym proekologiczne;
- bliskość dużego rynku zbytu aglomeracji kaliskiej;
- możliwość korzystania z istniejących funduszy strukturalnych i programów rządowych;



Strategia Promocji Gminy Brzeziny lata 2024-2030



- możliwość kontynuacji realizacji zadań wynikających z przygotowanej strategii gminy Brzeziny;
- rozwój turystyki kulturowej, rekreacyjnej.

3.4. Zagrożenia

- zagrożenie powodziowe gminy;
- brak inwestorów w zakresie infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej; - migracja ludności w poszukiwaniu pracy za granicą – szczególnie osób dobrze wykształconych;
- silna konkurencja z innych gmin i regionów;
- zmienne warunki ekonomiczne, wzrost kosztów życia, inflacja czy inne czynniki gospodarcze mogą wpłynąć negatywnie na chęć inwestowania w turystykę lub ograniczyć wydatki turystów na usługi rekreacyjne i kulturalne, co zmniejszy dochody sektora;
- zagrożenia związane ze zmianami klimatycznymi;
- zależność od sezonowości turystyki.

Turystyka w gminie Brzeziny może być mocno uzależniona od sezonu letniego, co ogranicza jej dochodowość przez resztę roku. Niewystarczająca oferta turystyczna poza sezonem może prowadzić do problemów finansowych przedsiębiorców z branży turystycznej oraz ograniczać możliwość generowania stałych dochodów.

Przeprowadzona analiza wyraźnie wskazuje na duże możliwości rozwoju gospodarczego, wykreowania i promocji wizerunku gminy.

Zasadniczymi warunkami są:

- konsekwentnie i zgodnie z proponowaną strategią i innymi przyjętymi przez Radę Gminy Brzeziny dokumentami strategicznymi działanie;
- wprowadzenie zmian mających na celu lepszą politykę informacyjną;
- dobra i efektywna współpraca z sąsiednimi gminami, powiatami.

Wnioski z analizy SWOT

Aby skutecznie realizować strategię promocji gminy Brzeziny, konieczne jest skoncentrowanie się na maksymalnym wykorzystaniu mocnych stron, takich jak unikalne



Strategia Promocji Gminy Brzeziny lata 2024-2030



walory przyrodnicze, dziedzictwo kulturowe oraz zaangażowanie społeczności lokalnej. Jednocześnie należy podejmować działania zmierzające do zniwelowania słabości, szczególnie poprzez rozwój infrastruktury turystycznej i efektywne zarządzanie promocją gminy.

Szanse takie jak rozwój turystyki ekologicznej, pozyskiwanie funduszy unijnych czy współpraca międzyregionalna mogą znacząco przyczynić się do zwiększenia atrakcyjności gminy. Należy jednak pamiętać o monitorowaniu zagrożeń, w tym konkurencji z innych regionów oraz zmieniających się warunków gospodarczych.

Dzięki takiej perspektywie gmina Brzeziny ma szansę nie tylko na rozwój lokalny, ale także na umocnienie swojej pozycji jako atrakcyjnego miejsca do życia, pracy i wypoczynku.

4. Cele i priorytety

Strategia promocji gminy Brzeziny koncentruje się na kilku kluczowych obszarach, które razem tworzą spójny wizerunek i przyczyniają się do zwiększenia atrakcyjności regionu:

1. **Budowanie pozytywnego wizerunku gminy** – poprzez kreowanie Brzezin jako miejsca, które łączy w sobie nowoczesność z poszanowaniem tradycji oraz bogactwa kulturowego i przyrodniczego.
2. **Promocja turystyki i dziedzictwa kulturowego** – dzięki podkreślaniu naturalnych walorów gminy, takich jak lasy, tereny rekreacyjne, szlaki turystyczne oraz dziedzictwo historyczne, w tym lokalne zabytki, a także wydarzenia kulturalne i festiwale.
3. **Rozwój gospodarczy gminy** – poprzez wspieranie lokalnych przedsiębiorstw i rolnictwa oraz pozyskiwanie nowych inwestorów, oferując im dogodne warunki do prowadzenia działalności gospodarczej, w tym dostęp do infrastruktury i zasobów ludzkich.
4. **Integracja i aktywizacja mieszkańców** – wspieranie i angażowanie lokalnej społeczności do współpracy w ramach projektów społecznych, kulturalnych, sportowych i ekologicznych, co przyczynia się do budowania więzi i wspólnoty.



Strategia Promocji Gminy Brzeziny lata 2024-2030



5. **Innowacje i rozwój zrównoważony** – promocja gminy jako regionu otwartego na nowoczesne rozwiązania technologiczne i proekologiczne, w tym inwestycje w energię odnawialną, ochronę środowiska oraz rozwój infrastruktury.

5. Główne obszary działań promocyjnych

Strategia promocji gminy Brzeziny opiera się na zorganizowanych działaniach w różnych obszarach, które wzajemnie się uzupełniają, zapewniając kompleksową i spójną komunikację zarówno z mieszkańcami, jak i partnerami zewnętrznymi

6. Tożsamość marki Gminy Brzeziny

Marka, w kontekście niniejszego opracowania, odnosi się do szeroko pojętych, unikalnych cech Gminy Brzeziny jako produktu. Jej główne cele to:

- a) **Identyfikacja Gminy** – poprzez przekaz marketingowy, którego kluczowym elementem jest rozpoznawalny znak graficzny.
- b) **Wyróżnienie na tle konkurencji** – poprzez budowanie silnej więzi między produktem (Gminą Brzeziny) a klientem docelowym, czyli turystą, przedsiębiorcą lub mieszkańcem.

Celem marki jest stworzenie wizerunku miejsca kojarzącego się z naturalnym pięknem, harmonią i życiem w zgodzie z rytmem przyrody. Marka Brzeziny promuje pełnię życia w symbiozie z naturą.

Jednym z narzędzi definiujących tożsamość marki jest jej personifikacja, czyli wyobrażenie, jakim człowiekiem byłaby marka, gdyby miała ciało i świadomość. W tym kontekście marka Gminy Brzeziny przedstawia się następująco:

- a) **Osobowość** – marka przypomina osobę dojrzałą, świadomą swoich wartości, ceniącą naturę, rodzinne tradycje oraz elegancję. Gmina Brzeziny to miejsce, które łączy wierność tradycjom z dbałością o środowisko, piękno przyrody i ekologię.
- b) **Profesja** – marka utożsamiana jest z nowoczesnym przedsiębiorcą lub samodzielnym specjalistą. Brzeziny wspierają „eko-przedsiębiorstwa”, innowacyjne firmy oraz technologie przyjazne środowisku. Marka przyciąga osoby, które cenią możliwość



Strategia Promocji Gminy Brzeziny lata 2024-2030



pracy w spokoju, z dala od zgiełku dużych miast, w harmonii z naturą. Gmina stanowi atrakcyjną lokalizację dla nowych mieszkańców – przedsiębiorców, którzy stopniowo przenoszą swoją działalność w ten region.

- c) **Pasje** – marka reprezentuje osobę pełną pasji, która ceni historię, stabilizację oraz kameralność w naturalnym otoczeniu, a jednocześnie aktywnie spędza czas na łonie natury. Brzeziny oferują bogate możliwości rekreacyjne, takie jak rower, piesze wycieczki czy sporty, dzięki bliskości obszarów Natura 2000, rezerwatów i kąpielisk.
- d) **Styl życia** – marka zamieszkuje w czystym, zadbanym i kameralnym domu otoczonym zielenią, co odzwierciedla priorytet Gminy Brzeziny, jakim jest troska o środowisko i dbałość o estetykę otoczenia.

Marka Gminy Brzeziny buduje wizerunek miejsca, które harmonijnie łączy nowoczesność, innowacyjność i ekologię z tradycją, pięknem przyrody oraz spokojnym stylem życia.

Osobowość marki Gminy Brzeziny, czyli jej unikalny wyróżnik, została wyraźnie odzwierciedlona w jej wizerunku – zewnętrznej reprezentacji marki, funkcjonującej w postaci motywu przewodniego.

Motyw przewodni marki Brzeziny umożliwia dotarcie do szerokiego grona odbiorców – zarówno turystów, mieszkańców, jak i przedsiębiorców. Marka kreuje Gminę Brzeziny jako idealne miejsce wypoczynku, rekreacji oraz aktywności zawodowej czy osobistej, oferujące kontakt z nieskazitelną przyrodą.

Obietnica marki opiera się na skojarzeniach z miejscem, które wydaje się być ukształtowane przez samą naturę – pięknym, czystym i doskonałym dla tych, którzy szukają autentycznego kontaktu z przyrodą i cenią naturalność.

Natura, która kształtuje zarówno przestrzeń, jak i mieszkańców Gminy Brzeziny, tworzy niepowtarzalne poczucie piękna i harmonii. Ten przekaz, skierowany do miłośników natury, wzbudza pozytywne emocje i skłania do bliższego poznania oraz zapamiętania Gminy Brzeziny.



Strategia Promocji Gminy Brzeziny lata 2024-2030



7. Logo i identyfikacja

Logo i identyfikacja wizualna to kluczowe narzędzia budowania wizerunku marki, stanowiące fundament branding i pozycjonowania na rynku. W kreowaniu wizerunku Gminy Brzeziny należy zadbać o spójność wszystkich elementów przekazu – logo, kolorystyki oraz grafiki.

Logo powinno przede wszystkim wiernie reprezentować markę, oddając jej charakter, misję i wartości, a jednocześnie budzić pozytywne skojarzenia. Obecnie w materiałach promocyjnych Gminy, w tym na portalach internetowych, naprzemiennie wykorzystywane jest logo z kampanii ekologicznej.

Zaleca się wprowadzenie jednolitego standardu logotypu (bazującego na istniejącym lub nowym projekcie), który będzie używany przez wszystkie jednostki Gminy odpowiedzialne za promocję. W tym celu warto stworzyć System Identyfikacji Wizualnej wraz z księgą marki. Nowe standardy logotypu należy opracować w oparciu o lifting obecnych znaków, zapewniając ich czytelność oraz zgodność z istotą marki. Ważne, aby logo odpowiadało współczesnym trendom rynkowym, zwłaszcza w obliczu konkurencji, która wymaga dostosowania wizerunku do nowoczesnych standardów wizualnych.

Modyfikacja lub stworzenie nowego logotypu powinna być częścią SIW i obejmować wszystkie materiały promocyjne Gminy. Kluczowe będzie wykorzystanie kolorów, które najlepiej oddają esencję marki, takich jak:

- **Zieleń** symbolizuje naturę, życie, harmonię, nadzieję i wolność. Kojarzy się również z uzdrowieniem i finansami.
- **Brąz** odnosi się do natury, praktyczności, spokoju, powagi, ciepła i niezawodności.
- **Niebieski** symbolizuje rzekę Prosnę, otwartość na nowe idee, profesjonalizm oraz dobrą komunikację. Kojarzy się także z autorytetem i elegancją.

Wprowadzenie takich zmian pomoże w spójnej i nowoczesnej prezentacji marki Gminy Brzeziny na rynku.



Strategia Promocji Gminy Brzeziny lata 2024-2030



8. Misja Gminy

Misja określa, czym jest marka, jakie są jej mocne strony i wyznawane wartości, a jednocześnie powinna być pozytywna i przekonująca. Tworząc wizerunek Gminy Brzeziny na poziomie misji, starano się zachować spójność z zaktualizowaną Strategią rozwoju, która wyznacza kilkunastoletnią perspektywę kluczowych działań gospodarczych i społecznych.

Misja bezpośrednio odwołuje się do najważniejszych atutów Gminy Brzeziny, jakimi są walory przyrodnicze, turystyczne i kulturowe. W połączeniu z korzystnym położeniem w pobliżu Kalisza, gmina staje się atrakcyjnym miejscem do życia, pracy, wypoczynku i turystyki.

9. Grupy docelowe

Na podstawie analizy misji wyodrębniono kluczowe grupy docelowe promocji:

1. **Mieszkańcy Gminy Brzeziny** (zarówno obecni, jak i potencjalni – mieszkańcy aglomeracji kalisko-ostrowskiej i powiatu). Są oni nie tylko odbiorcami działań promocyjnych i komunikatów emitowanych przez Gminę, ale również sami stają się twórcami i nadawcami promocji skierowanej do zewnętrznych odbiorców (pozostałe miasta powiatu, aglomeracje), pełniąc rolę ambasadorów marki Brzeziny.



Strategia Promocji Gminy Brzeziny lata 2024-2030



2. **Turyści: mieszkańcy aglomeracji kalisko-ostrowskiej i powiatu kaliskiego** – osoby zainteresowane odwiedzeniem Gminy Brzeziny w celach turystycznych, rekreacyjnych lub sportowych, planujące jednodniowy wypad lub weekendowy pobyt.
3. **Turyści: mieszkańcy Polski i zagranicy** – grupa ta może być zainteresowana Gminą Brzeziny, ze względu na obecność atrakcji turystycznych o co najmniej regionalnym znaczeniu, które są już ważnym elementem promocji województwa oraz stanowią część produktów turystycznych Wielkopolski (np. rezerwat przyrody "Olbina", szlaki rowerowe).
4. **Przedsiębiorcy (obecni i potencjalni)** – firmy już działające oraz potencjalni inwestorzy z terenu Gminy i aglomeracji kalisko-ostrowskiej, a także instytucje okołobiznesowe. Tworzą miejsca pracy, przyczyniają się do wzrostu zamożności mieszkańców oraz zwiększają dochody Gminy Brzeziny.
5. **Media** – istotny partner w przekazywaniu komunikatów marketingowych i informacji o Gminie Brzeziny.

Aby zoptymalizować działania promocyjne, należy skoncentrować własne zasoby i środki realizujące Strategię Promocji Gminy Brzeziny przede wszystkim na grupach 1, 2, 4 i 5. W przypadku grupy 3 warto skupić się na współpracy z podmiotami realizującymi promocję turystyczną na poziomie ponadlokalnym, np. poprzez wspólne kampanie promujące atrakcje turystyczne i produkty turystyczne o szerszym zasięgu.

Tabela 1. Przekaz promocyjny i pożądany wizerunek w grupach docelowych

Grupy docelowe	Pożądany wizerunek	Przekaz promocyjny
1. Mieszkańcy Brzeziny / potencjalni mieszkańcy	Gmina Brzeziny – atrakcyjne miejsce do zamieszkania	Promocja oparta o następujące elementy: - dostępność atrakcyjnych terenów mieszkaniowych w otoczeniu natury, - atrakcyjna lokalizacja do zamieszkania blisko Kalisza, w aglomeracji kalisko-ostrowskiej, w



Strategia Promocji Gminy Brzeziny lata 2024-2030

		dolinie Prosnym, • podkreślanie atutów Gminy, jako pięknego miejsca do życia w otoczeniu przyrody z możliwością aktywnej rekreacji w oparciu o trasy rowerowe, piesze i bazę rekreacyjno-sportową oraz imprezy kulturalne, • dobra energia do rozwoju przedsiębiorczości. Przesłania promocyjne kierowane będą do szerokiej grupy docelowej, w tym do obecnych mieszkańców Gminy, jak również do potencjalnych – z terenu powiatu i aglomeracji kalisko-ostrowskiej.
2. Turyści: mieszkańcy aglomeracji, powiatu i Wielkopolski	Gmina Brzeziny atrakcyjne miejsce do aktywnego wypoczynku w przyrodzie	Promocja oparta o następujące elementy: • różnorodne walory turystyczno-rekreacyjno-przyrodnicze Gminy Brzeziny, • podkreślanie atutów Gminy, jako miejsca do wypoczynku i rekreacji aktywnej w oparciu o szerokie możliwości: trasy rowerowe, piesze, i bazę rekreacyjno-sportową oraz imprezy kulturalne, • bliskość Kalisza i dobre skomunikowanie z miastem. Przesłania promocyjne kierowane będą do szerokiej grupy



Strategia Promocji Gminy Brzeziny lata 2024-2030

		docelowej, w tym do jak największej grupy turystów weekendowych poprzez zachęcenie ich /zaproszenie do przyjazdu na weekend do Gminy Brzeziny.
3.Turyści: mieszkańcy Polski i zagranicy	Gmina Brzeziny miejsce warte odwiedzenia	Promocja oparta o następujące elementy: • różnorodne walory turystyczno-rekreacyjno-przyrodnicze Gminy Brzeziny, • podkreślanie atutów Gminy jako miejsca do wypoczynku i aktywnej rekreacji w oparciu o szerokie możliwości: trasy rowerowe, piesze i bazę rekreacyjno-sportową oraz imprezy kulturalne.
4.Przedsiębiorcy (obecni i potencjalni)	Gmina Brzeziny dobra energia dla rozwoju przedsiębiorczości	Promocja oparta o następujące elementy: a. dobra energia - polityka władz Gminy sprzyjająca przedsiębiorczości (system zachęt, pełnej i szczegółowej informacji, ułatwienia, sprzyjająca inwestycjom), b. przyjazne uwarunkowania do prowadzenia działalności gospodarczej (bliskość miasta Kalisza, dróg krajowych, sprawna i



Strategia Promocji Gminy Brzeziny lata 2024-2030



		funkcjonalna komunikacja, przyjazna polityka lokalna, poziom rozwoju infrastruktury technicznej i społecznej, i oczywiście otoczenie przyrody). Przekazy promocyjne adresowane będą do szerokiej grupy mieszkańców Gminy, aglomeracji oraz instytucji około biznesowych – tworzących miejsca pracy. Kampania będzie prowadzona dwutorowo, do potencjalnych i obecnych inwestorów. Każdą okazję należy wykorzystywać dla podkreślenia korzyści, wynikających z podejmowania decyzji o inwestowaniu.
--	--	---



Strategia Promocji Gminy Brzeziny lata 2024-2030



5. Media i touroperatorzy	Gmina Brzeziny naturalnie piękne miejsce	Promocja oparta o komunikat, że Gmina Brzeziny jest atrakcyjnym miejscem do życia, wypoczynku, pracy i turystyki w oparciu o walory przyrodnicze doliny Prośny, walory turystyczne i kulturowe oraz bliskość miasta Kalisza. Promocja oparta o następujące elementy: • produkty turystyczne w oparciu o różnorodne walory turystyczno- rekreacyjno- przyrodnicze Gminy Brzeziny, • podkreślanie atutów Gminy jako miejsca do wypoczynku i rekreacji aktywnej w oparciu o szerokie możliwości: trasy rowerowe, piesze, kajakowe i bazę rekreacyjno- sportową oraz imprezy kulturalne.
--------------------------------------	---	---

10. Działania - zarys

Równolegle z określeniem zakresu i intensywności działań promocyjnych plan promocji określa ich formy i zakłada ścisłą partnerską współpracę wszystkich podmiotów o charakterze kulturalno - oświatowym oraz rekreacyjno - sportowym, działających na terenie gminy Brzeziny.

Stały kontakt z mediami zapewni regularną obecność w środkach masowego przekazu informacji nt. podejmowanych działań promocyjnych. Warto również pamiętać o członkostwie gminy w Lokalnej Grupie Działania „Długosz Królewski” i związanych z tym faktem możliwościach promocji gminy. Również aktywne działania na polu pozyskiwania środków zewnętrznych (w tym także środki UE) wiąże się bezpośrednio z promocją gminy.



Strategia Promocji Gminy Brzeziny lata 2024-2030



Osobą odpowiedzialną za koordynowanie i realizację założeń programu promocji jest Referat Organizacyjny zajmujący się promocją gminy oraz Referat Gospodarki i Rozwoju Lokalnego, odpowiedzialny za pozyskiwane środków zewnętrznych.

Działania promocyjne można podzielić na :

- a) **promocja wewnętrzna** – skierowana do mieszkańców. Jej celem jest kształtowanie pozytywnego wizerunku gminy, jako miejsca przyjaznego, o wielu walorach, w którym warto mieszkać i do którego warto wrócić po zakończeniu nauki;
- b) **promocja zewnętrzna** - jej odbiorcami są głównie osoby odwiedzające naszą gminę, także mieszkańcy sąsiednich gmin oraz osoby wszystkie osoby zainteresowane terenem naszej gminy (np. poprzez stronę WWW gminy oraz Facebook)

Skuteczność tej strategii zależy w dużej mierze od zaangażowania podmiotów odpowiedzialnych za wdrażanie działań promocyjnych. Kluczowe jest również, aby promocja przekładała się na konkretne, realne działania, uwzględniając zarówno potencjał mieszkańców, jak i możliwości budżetowe gminy.



Strategia Promocji Gminy Brzeziny lata 2024-2030

**11. Działania – uszczegółowienie**

Przy opracowaniu Planu promocji przyjęto następujące obszary podejmowanych działań:

1. Działania informacyjne
2. Działania szkoleniowe
3. Działania mające na celu pozyskiwanie inwestorów zewnętrznych oraz wspieranie lokalnej przedsiębiorczości
4. Działania kulturalne i turystyczne
5. Współpraca z partnerami społecznymi, organizacjami pozarządowymi, gminami partnerskimi (w tym również promocja zagraniczna) itp.

11.1. Obszar I - DZIAŁANIA INFORMACYJNE

Zakłada, że aktualna, rzetelna, łatwo dostępna INFORMACJA przekazywana przez Urząd Gminy oraz jednostki organizacyjne i pomocnicze Gminy jest najważniejszym źródłem promocji.

Do tego celu służą:

- strona internetowa Urzędu Gminy wraz z podstronami jednostek organizacyjnych: www.brzeziny-gmina.pl
- strona internetowa Biuletynu Informacji Publicznej: www.bip.brzeziny-gmina.pl
- lokalne media i prasa np. Życie Kalisz, Latarnik Kaliski Kalisz 24 INFO, Radio Centrum

Plan zakłada dystrybucję informacji min. poprzez :

- zamieszczanie informacji na stronie internetowej z możliwością pobrania materiałów w wersji do wydruku (PDF)
- wywiady, ogłoszenia, informacje w mediach
- dystrybucję materiałów podczas szkoleń, spotkań celowych itp.
- kontakt telefoniczny lub osobisty z zainteresowanymi
- wydawanie własnych materiałów.: plakaty informacyjne zgodnie z



Strategia Promocji Gminy Brzeziny lata 2024-2030

zapotrzebowaniem, gadzety promocyjne wykorzystywane podczas imprez masowych oraz szkoleniowych, ulotki informacyjne przygotowywane na danego typu przedsięwzięcia, foldery promujące gminę.

11.2. Obszar II - DZIAŁANIA SZKOLENIOWE

Podstawą planowania działań szkoleniowych są plany szkoleń opracowywane dla poszczególnych adresatów.

Celem proponowanych szkoleń jest przybliżenie danej grupie odbiorców tematyki związanej z ich działalnością, pomoc w dotarciu do niezbędnej wiedzy oraz podnoszenie wizerunku Urzędu – otwartego na współpracę i przyjaznego.

Zakładane działania to min.:

- organizowanie szkoleń dla rolników,
- organizowanie szkoleń dla osób chcących przekwalifikować się zawodowo, przy współudziale Powiatowego Urzędu Pracy i innych organizacji, np. Lokalnej Grupy Działania „Długosz Królewski”; Gminnym Ośrodkiem Pomocy Społecznej
- organizowanie szkoleń na zaproponowane tematy, zgodnie z bieżącym zapotrzebowaniem i sugestiami mieszkańców,
- organizacja szkoleń dla zainteresowanych przy udziale środków UE .



11.3. Obszar III – DZIAŁANIA MAJĄCE NA CELU POZYSKIWANIE INWESTORÓWI PROMOWANIE LOKALNEJ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

Sprowadzenie do gminy Brzeziny nowych inwestorów rodzi szanse na nowe stanowiska pracy a co za tym idzie lepsze warunki życia mieszkańców. Promocja miejsc atrakcyjnych dla inwestorów oraz tworzenie przyjaznego klimatu wobec inwestorów to działania, które mają służyć osiągnięciu powyższego celu.

Niezwykle istotne jest również promowanie lokalnych przedsiębiorców, którzy odnieśli sukces, jako pozytywny przykład możliwości gospodarczych gminy. Niezwykle istotnym narzędziem promocji jest prezentacja przedsiębiorców, którzy przyczyniają się do budowania pozytywnego wizerunku gminy oraz zacieśnienie współpracy z miejscowym biznesem. Do realizacji tych celów mają służyć:

- uregulowanie stanów własności gruntów i budynków
- prezentacja udanych przedsięwzięć gospodarczych z terenu gminy;
- współpraca z organizacjami i instytucjami związanymi z promocją.

11.4. Obszar IV - DZIAŁANIA KULTURALNE I TURYSTYCZNE

Celem tych działań jest podniesienie atrakcyjności gminy Brzeziny. Wskazanie jej walorów turystyczno - rekreacyjnych i historycznych.

Dla osiągnięcia celu zakładamy ścisłą współpracę z jednostkami zajmującymi się kulturą, sportem i oświatą na terenie Gminy oraz instytucjami zewnętrznymi w celu podjęcia następujących działań:

- wydanie folderu promującego,
- wydanie mapy gminy,
- wydanie fotograficznego albumu gminy Brzeziny,
- wykupienie miejsca na folderach promujących województwo lub powiat,
- udział w imprezach wystawienniczych, targach i imprezach promujących,
- zarezerwowanie środków na gadżety promocyjne,
- organizowanie imprez o charakterze kulturalnym - wystaw, odczytów przywspółpracy z Brzezińskim Centrum Kultury i Biblioteką itp.,
- ścisła współpraca z klubami sportowymi oraz placówkami oświatowymi przy



Strategia Promocji Gminy Brzeziny lata 2024-2030



- organizowaniu imprez sportowych min. o puchar wójta gminy,
- organizowanie cyklicznych imprez
 - ścisła współpraca z Brzezińskim Centrum Kultury i Biblioteką, Fundacją Równo Ważni, Stowarzyszeniem Senior 50 +, Kołem Emerytów Rencistów i Inwalidów, , Ochotniczymi Strażami Pożarnymi, Kołami Gospodyń Wiejskich w zakresie organizowania spotkań kulturalnych, koncertów muzycznych innych imprez masowych,
 - zamontowanie tzw. WITACZY na granicach gminy informujących o jej walorach,
 - zadbanie o stały udział prasy oraz radia w promowaniu gminy.

11.5. Obszar V – WYSZUKIWANIE I NAWIĄZYWANIE WSPÓŁPRACY Z PARTNERAMI SPOŁECZNYMI, ORGANIZACJAMI POZARZĄDOWYMI

Dla skutecznej realizacji zadań z zakresu promocji gminy Brzeziny konieczne będzie podejmowanie działań zmierzających do nawiązania współpracy z partnerami społecznymi, organizacjami pozarządowymi, gminami partnerskimi. Współpraca na szczeblu ponadlokalnym przyczyni się do dynamicznego rozwoju gminy Brzeziny, co przyniesie niewątpliwie korzyści jej mieszkańcom.

12. Realizacja – cele i zadania

Kulturalna gmina dzisiaj i w przyszłości

Kalendarz imprez gminnych - KIG:

- Przygotowanie bazy danych imprez kulturalnych odbywających się cyklicznie na terenie gminy;
- Szerokie rozpropagowanie KIG przez:
 - Internet
 - Publikacje prasowe
 - radio regionalne
- Wzmocnienie współpracy z radami sołectkimi, mediami, organizacjami przy organizowaniu imprez.
- Wykreowanie bogatej oferty kulturalnej gminy.



Strategia Promocji Gminy Brzeziny lata 2024-2030



- Organizacja konkursów plastycznych, fotograficznych itp., promujących piękno przyrody, zabytki i tradycję gminy Brzeziny.
- Organizowanie wystaw plenerów malarskich i fotograficznych oraz innych działań w zakresie sztuk wizualnych.
- Organizowanie przeglądów, prezentacji wystaw warsztatów tematycznych związanych z terenem gminy,
- Organizowanie przeglądów i festiwali muzycznych prezentujących różne gatunki twórczości muzycznej.
- Organizowanie przeglądów twórczości amatorskiej we wszystkich dziedzinach sztuki.
- Organizowanie warsztatów tanecznych, wokalnych i muzycznych.
- Zwiększenie aktywności społecznej mieszkańców gminy Brzeziny.