

KPI + KGM

12.01.2024 ✓

Jhelz

PROJEKT NR 248/2023

Uchwała Nr/2024
Rady Miejskiej w Przemyślu
z dnia 2024 r.

dnia 23.12.2023

L.dz.

w sprawie przyjęcia dokumentu pn.
Strategia Marki i Komunikacji Marketingowej Przemyśla na lata 2024 - 2030

Na podstawie art. 18 ust. 2 pkt 6 ustawy z dnia 8 marca 1990 roku o samorządzie gminnym (Dz. U. z 2023, poz. 40 z późn. zm.) Rada Miejska w Przemyślu

uchwała, co następuje:

§ 1

Przyjmuje się do realizacji dokument pn. „Strategia Marki i Komunikacji Marketingowej Przemyśla na lata 2024 – 2030” w brzmieniu stanowiącym załącznik do niniejszej uchwały.

§ 2

Wykonanie uchwały powierza się Prezydentowi Miasta Przemyśla.

§ 3

Uchwała wchodzi w życie z dniem jej podjęcia.

PREZYDENT
MIASTA PRZEMYŚLA

Wojciech Bakun

Naczelnik Wydziału
Promocji i Kultury

Maciej Wolański
mgr Maciej Wolański

RADCA PRAWNY

Bożena Dziuryn
mgr Bożena Dziuryn
RzP-145

UZASADNIENIE

„Strategia Marki i Komunikacji Marketingowej Przemysła na lata 2024 – 2030” jest dokumentem strategicznym dla Przemysła, którego celem jest stworzenie struktury wspomagającej rozwój miasta za pomocą narzędzi marketingowych, z naciskiem na promowanie turystycznego potencjału miasta. Przygotowanie tego dokumentu ma za zadanie przekształcenie wizerunku miasta i efektywne promowanie go, aby Przemysł stał się jednym z bardziej rozpoznawalnych celów turystycznych w Polsce.

Przemysł przez lata kształtował swój wizerunek ważnego centrum turystycznego, kulturalnego i historycznego w Polsce, miasta 1000 zabytków i perły turystycznej Podkarpacia.

Jednak w dynamicznie zmieniającym się świecie, w którym konkurencja między miastami i regionami jest coraz większa, istnieje potrzeba ciągłego redefiniowania powodów sprawiających, że dane miejsce jest wyjątkowe.

W odpowiedzi na te pytania powstał niniejszy dokument, który ma na celu wytyczenie nowej strategii dla marki Przemysła. Strategia ta opiera się na idei „otwartej sceny” – sceny kultury, zmian społecznych, gospodarki i doświadczeń turystycznych. Chcemy, aby Przemysł był nie tylko miejscem odwiedzin, ale również miejscem, w którym kultura, historia, nowoczesność i społeczność łączą się w harmonijny sposób, tworząc unikalne doświadczenia dla mieszkańców i turystów.

W dokumencie przedstawiona jest koncepcja zmiany kształtu marki Przemysła, podkreślając jej kluczowe wartości, cele i strategie działania. Pozytywny wizerunek zwiększy atrakcyjność miasta dla różnych grup interesariuszy, takich jak turyści, inwestorzy i mieszkańcy, co znacząco wpłynie na lokalny rozwój, głównie w dziedzinach turystyki i gospodarki. Dodatkowo strategia marki i komunikacji marketingowej Przemysła precyzuje ofertę produktów miasta oraz identyfikuje korzyści płynące z posiadania tych produktów i marki. Dokumenty służyć będą budowaniu mocnej i łatwo rozpoznawalnej marki miasta oraz opracowaniu podstaw jej komunikacji wizualnej i struktury.

Strategia składa się zasadniczo z czterech części:

- 1) Części analitycznej, czyli Diagnozy Miasta
- 2) Części strategicznej, czyli Strategii Marki Przemysła
- 3) Części wdrożeniowej, czyli Strategii Komunikacji Marketingowej
- 4) Części wizualnej, czyli Księgi Znaków Marki

Strategia jest zgodna z istniejącymi dokumentami strategicznymi Miasta Przemysła, a działania w nich zapisane znajdują w niej odzwierciedlenie. Ostatni dokument strategiczny w zakresie turystyki i promocji pn. „Strategia rozwoju turystyki dla Miasta Przemysła na lata 2008-2015” został uchwalony przez Radę Miejską w 2007 roku. Przeprowadzone analizy oraz spotkania ze społecznością lokalną jednoznacznie wykazały, że jest potrzeba stworzenia nowego dokumentu, który da podstawy do zbudowania silnej marki i wskaże nowe kierunki promocji miasta. Strategia opracowana została przez firmę Synergia sp. z o.o. we współpracy z Zespołem ds. wdrażania Strategii Marki i Komunikacji Marketingowej Przemysła powołanym przez Prezydenta Miasta Przemysła.

Dokument prezentuje założenia Nowej Marki Przemysła, które są zebraniem unikalnych cech budujących naszą tożsamość. Proces budowania rozpoznawalności marki miasta wymaga czasu i został zaplanowany na okres 7 lat. Po jej wdrożeniu naszą rolą będzie wytyczenie działań w różnych sferach funkcjonowania miasta i mieszkańców, co pozwoli na zbudowanie wizerunku Przemysła, na jaki zasługuje nasze miasto.

W związku z powyższym podjęcie uchwały jest uzasadnione.

PREZYDENT
MIASTA PRZEMYŚLA

Wojciech Bakun

Naczelnik Wydziału
Promocji i Kultury

mgr Maciej Wolański

Carabe