

8 lutego 2010



Miliony na promocję turystyczną i gospodarczą

Dzisiaj mija termin składania wniosków o dofinansowanie projektów w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2007 - 2013 - „Promocja gospodarcza i turystyczna regionu”. W czwartym już naborze jest do rozdysponowania 43 miliony złotych.

O wsparcie maksymalnie 80% wartości całkowitych kosztów kwalifikowanych mogą ubiegać się:

- instytucje otoczenia biznesu, • partnerzy społeczni i gospodarczy (na podst. art. 5 pkt 7 ustawy z dnia 6 grudnia 2006 r. o zasadach prowadzenia polityki rozwoju), • jednostki samorządu terytorialnego, ich związki i stowarzyszenia,
- jednostki organizacyjne JST posiadające osobowość prawną,
- organizacje pozarządowe,
- jednostki wybrane w drodze przetargu, dostarczające usługi użyteczności publicznej na zlecenie władz jednostek samorządu terytorialnego,
- administracja rządowa,
- jednostki sektora finansów publicznych nie wymienione wyżej (w rozumieniu art. 4 ustawy o finansach publicznych DZ. U. 2005 r. nr 249, poz. 2104 z późn. zm.),
- uprawnione do wsparcia w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2007-2013.

Minimalna wartość projektu :

- dla pojedynczych imprez wynosi 100 tys. złotych,
- dla kampanii promocyjnych 500 tys. złotych.

Istnieje możliwość łączenia projektów inwestycyjnych z projektami dotyczącymi imprez i

kampanii promocyjnych, pod warunkiem, że wartość zadań dotyczących imprez i kampanii, w ramach projektu zostanie utrzymana na minimalnym poziomie 100 tys. PLN dla imprez oraz 500 tys. PLN dla kampanii.

Przykładowe rodzaje projektów:

- zintegrowane działania na rzecz promocji walorów gospodarczych (inwestycyjnych) oraz produktów i atrakcji turystycznych województwa w kraju i za granicą poprzez organizację imprez i kampanii promocyjnych, w tym: imprezy i wydarzenia turystyczne oraz kulturalne przyciągające turystów z innych regionów Polski i z zagranicy, kampanie medialne: prasowe, telewizyjne, radiowe i billboardowe, konkursy, plebiscyty i inne tego typu przedsięwzięcia, specjalistyczne wydawnictwa promocyjne, promocyjne wizyty dziennikarzy krajowych i zagranicznych, touroperatorów i potencjalnych inwestorów, uczestnictwo w specjalistycznych imprezach targowych, opracowanie oraz wdrażanie lokalnych i regionalnych programów promocji gospodarczej i turystycznej, w tym programów promocji produktów i atrakcji turystycznych.

Przedsięwzięcia promocyjne muszą mieć charakter co najmniej ponadregionalny i być skierowane dla grup docelowych spoza regionu.