

UCHWAŁA nr 11/LXXVIII/2024
Walnego Zgromadzenia Członków
Stowarzyszenia Rozwoju i Współpracy Regionalnej „Olza”
w Cieszynie z dnia 21.06.2024 r.

w sprawie: *ustalenia wysokości składki na pokrycie kosztów promocji i rozwoju marek turystycznych w obszarze działania SRiWR „Olza”: Śląsk Cieszyński, Kraina Górnej Odry oraz Beskidy w roku 2025*

Na podstawie:

- art. 11 ust. 1 ustawy z dnia 7 kwietnia 1989 r. Prawo o stowarzyszeniach (tekst jednolity Dz.U. 2015 poz.1393 z późn. zm.);
- § 15 Statutu Stowarzyszenia Rozwoju i Współpracy Regionalnej „Olza”

Walne Zgromadzenie Członków Stowarzyszenia

uchwala:

§ 1

1. Postanawia się, że Samorządy Członkowskie w związku z realizacją działań mających na celu promocję i rozwój marek turystycznych w obszarze działania SRiWR „Olza”: Śląsk Cieszyński, Kraina Górnej Odry oraz Beskidy, wniosą składkę nadzwyczajną.
2. Wysokość składki wnoszonej przez poszczególne Samorządy Członkowskie tytułem pokrycia kosztów promocji i rozwoju marek turystycznych w obszarze działania SRiWR „Olza”: Śląsk Cieszyński, Kraina Górnej Odry oraz Beskidy, określa załącznik nr 1.

§ 2

Ustala się, że składka winna zostać wpłacona w terminie do 31.03.2025 r.

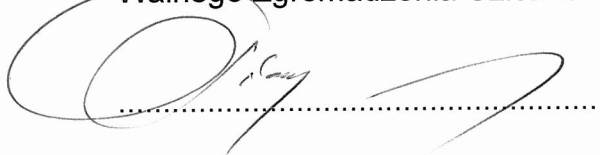
§ 3

Wykonanie uchwały powierza się Zarządowi i Dyrektorowi Biura Stowarzyszenia.

§ 4

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

Przewodniczący
Walnego Zgromadzenia Członków



Uzasadnienie:

Program „Marki turystyczne” stanowi rozwinięcie realizowanego przez Stowarzyszenie „Olza” programu INFOTUR opierającego się na wdrażaniu przedsięwzięć, których głównym celem jest poszerzanie oferty turystycznej na pograniczu polsko-czeskim za pośrednictwem włączenia istniejących usług i atrakcji turystycznych do produktów turystycznych oraz zapewnienia dostatecznej ilości informacji o tychże produktach i ich promocji. Rozwijając założenia programu INFOTUR program „Marki Turystyczne” obejmuje działania związane z aktywnym uczestnictwem w realizacji ogólnopolskiego programu „Polskie Marki Turystyczne” wspierającego tworzenie tzw. regionów turystycznych, których marka, wysoka jakość świadczonych usług oraz spójny marketing mają zachęcać do podróży. Niezbędne jest, aby informacje na temat miejsca były wiarygodne, zaś turysta mógł sprawnie zorganizować swoją podróż korzystając z atrakcji i usług zgrupowanych w ramach obszaru wizerunkowego danej marki. W ramach programu są i będą tworzone warunki dla kooperacji organizacji turystycznych, samorządów i podmiotów branży turystycznej, co w założeniach zaowocować powinno profesjonalizacją zarządzania turystyką na poziomie lokalnym. Celem programu jest doprowadzenie do sytuacji, w której graniczące, a często nawet konkurujące ze sobą gminy czy lokalne organizacje turystyczne rozpoczną współpracę przy tworzeniu wspólnej oferty turystycznej pod jednym, dużo mocniejszym wizerunkowo szyldem i w ramach jednego podmiotu, który będzie odpowiedzialny za zarządzanie i promowanie danej marki.

Działania w ramach programu „Marki Turystyczne” obejmują współpracę w procesie tworzenia marki Beskidy oraz Krainy Górnej Odry, a przede wszystkim budowanie i zarządzanie Polską Marką Turystyczną Śląsk Cieszyński oraz współpracę w zakresie promowania czeskiej marki Těšínské Slezsko. Obie marki, dzięki wspólnemu dziedzictwu, położeniu geograficznemu, mocnym więzom współpracy na różnych obszarach, podobnym zasobom narracyjnym mają duży potencjał komunikacyjny, szczegółowo zanalizowany oraz opisany w „Strategii terytorialnej marki transgranicznej Śląsk Cieszyński | Těšínské Slezsko oraz jej komunikacji marketingowej” powstałej w ramach mikroprojektu „Euroregion bez nudy”. W 2019 roku Śląsk Cieszyński otrzymał tytuł Certyfikowanej Polskiej Marki Turystycznej, spełniając wymagające kryteria opracowanej przez Ministerstwo Rozwoju i Polską Organizację Turystyczną. Od 2023 roku Stowarzyszenie koordynuje z kolei działania promocyjno-rozwojowe Żelaznego Szlaku Rowerowego jako marki produktowej.

Zmiana wysokości składki związana jest ze wzrostem liczby działań mających na celu promocję i rozwój marek turystycznych oraz produktowych w obszarze działania SRiWR „Olza”: Śląsk Cieszyński, Kraina Górnej Odry oraz Beskidy, a także ze znacznym wzrostem kosztów tych działań spowodowanym aktualną sytuacją na rynku gospodarczym.

Stale rosnąca inflacja nie pozostaje bez wpływu na budżet realizowanych działań i projektów z zakresu szeroko pojętej promocji naszych marek turystycznych i produktowych.

Załącznik nr 1 do uchwały nr 5/LXXVIII/2024
Walnego Zgromadzenia Członków
Stowarzyszenia Rozwoju i Współpracy Regionalnej „Olza”
w Cieszynie z dnia 21.06.2024 r.

Gmina/Powiat	Składka – promocja i rozwój marek turystycznych
Brenna	4 000,00 zł
Chybie	4 000,00 zł
Cieszyn	4 000,00 zł
Dębowiec	4 000,00 zł
Godów	4 000,00 zł
Goleszów	4 000,00 zł
Hażlach	4 000,00 zł
Istebna	4 000,00 zł
Jasienica	4 000,00 zł
Jastrzębie-Zdrój	4 000,00 zł
Jaworze	4 000,00 zł
Skoczów	4 000,00 zł
Strumień	4 000,00 zł
Ustroń	4 000,00 zł
Wiśła	4 000,00 zł
Zebrzydowice	4 000,00 zł
Powiat Cieszyński	4 000,00 zł
Razem	68 000,00 zł

Przewodniczący
Walnego Zgromadzenia Członków

