

# RAPORT ROCZNY

## DZIAŁALNOŚĆ AGENCJI ROZWOJU GDYNI SP. Z O.O. W 2009 ROKU



Gdynia – miasto z morza i marzeń  
miasto kreacji i dobrego wzoru  
miejsce nowych idei  
i wielkiej wiary  
w ich sukces

LUTY 2010



Gdynia, 19 luty 2010 r.

Szanowni Państwo,

Agencja Rozwoju Gdyni Sp. z o. o. ma za sobą pierwszy rok od powstania i rozpoczęcia działalności. Zarejestrowana 19 lutego 2009 spółka prawa handlowego ze 100 % kapitałem Miasta Gdyni rozpoczęła swoją działalność w kwietniu 2009 roku.

W okresie dziewięciu miesięcy Agencja Rozwoju Gdyni Sp. z o. o. zainicjowała powstanie i wdrożenie kilkunastu projektów służących rozwojowi Gdyni i zgodnych z ideą powołania Agencji. Ponadto w 2009 roku Agencja złożyła 10 wniosków o dofinansowanie ze środków unijnych projektów: szkoleniowych, edukacyjnych, ekologicznych, turystycznych i informatycznych.

O rozwoju Miasta decydują trzy czynniki: Ludzie, Idee, Zasoby. Zadaniem Agencji w roku 2009 było przede wszystkim zintegrowanie powyższych czynników na rzecz rozwoju Gdyni. W krótkim czasie udało się zbudować nieliczny, zaledwie czteroosobowy zespół pracowników Agencji oraz dobrą, sprawdzoną grupę współpracowników Agencji, stworzyć idee i zgromadzić zasoby, podjąć współpracę z szeregiem instytucji, tak w kraju, jak i za granicą.

Poniżej pragnę przedstawić Państwu efekty prac podjętych przez Agencję Rozwoju Gdyni w 2009 roku.

*Anna Somorowska*

Prezes Zarządu  
Agencja Rozwoju Gdyni Sp. z o.o.

## SPIS TREŚCI

<b>1. O SPÓŁCE.....</b>	<b>4</b>
1.1. KIERUNKI ROZWOJU AGENCJI .....	5
1.2. MACIERZ PROJEKTÓW AGENCJI .....	6
1.3. AGENCJA ROZWOJU GDYNI NA TLE INNYCH AGENCJI W POLSCE.....	9
<b>2. PROJEKTY REALIZOWANE PRZEZ AGENCJĘ W 2009 ROKU .....</b>	<b>14</b>
2.1. KONFERENCJA PRASOWA „WIEJ DO GDYNI” .....	14
2.2. GDYNIA GRA JAZZ .....	15
2.3. LETNIA AKADEMIA GDYNI .....	17
2.4. SZLAK KULINARNY CENTRUM GDYNI .....	18
2.5. BADANIE ZADOWOLENIA TURYSTY Z POBYTU W MIEŚCIE .....	22
2.6. IX MIĘDZYNARODOWE FORUM GOSPODARCZE .....	25
2.7. AKADEMIA MARKI MIEJSC .....	30
2.8. GDYŃSKI SZLAK MODERNIZMU.....	33
2.9. CYKL SALOMON TRAIL RUNNING .....	35
2.10. KREO GDYNIA.....	37
2.11. OPEN DOOR DESIGN .....	38
2.12. TURYSTYKA INTELIGENTNA GDYNI .....	39
2.13. SYSTEM INFORMACJI MIEJSKIEJ .....	40
2.14. PROJEKTY UNIJNE .....	41
<b>3. PROJEKTY NOWE I KONTYNUOWANE PRZEZ AGENCJĘ W 2010 ROKU .....</b>	<b>45</b>
<b>4. WSPÓŁPRACA AGENCJI Z INNYMI PODMIOTAMI.....</b>	<b>46</b>
<b>5. AGENCJA ROZWOJU GDYNI W MEDIACH .....</b>	<b>49</b>
<b>4. WARTOŚCI NIEMATERIALNE I PRAWNE WYPRACOWANE PRZEZ AGENCJĘ .....</b>	<b>53</b>
<b>5. KORZYŚCI Z DZIAŁALNOŚCI AGENCJI DLA ROZWOJU MIASTA GDYNI .....</b>	<b>60</b>

## 1. O SPÓŁCE

*Agencja Rozwoju Gdyni Sp. z o. o. została utworzona jako spółka jednoosobowa z wyłącznym udziałem Gminy Gdynia. Celem zawiązania tego podmiotu prawa handlowego jest wszechstronne wspieranie rozwoju Miasta Gdyni poprzez świadczenie usług na rzecz wspólnoty samorządowej, kreowanie wizerunku Miasta i realizowanie projektów w obszarach gospodarka – kultura – turystyka, ze szczególnym naciskiem na zrównoważone podnoszenie jakości życia mieszkańców.*

**Decyzję o utworzeniu spółki prawa handlowego Agencji Rozwoju Gdyni** podjęto podczas XXV Sesji Rady Miasta **w dniu 19 listopada 2008r.**, na której to przyjęto Uchwałę XXV/600/08 Gdyni w sprawie utworzenia przez Gminę Gdynia spółki o nazwie „Agencja Rozwoju Gdyni spółka z ograniczoną odpowiedzialnością.” Podstawą powołania Agencji Rozwoju Gdyni Sp. z o. o. było m.in. przyjęcie przez Radę Miasta Gdyni programu rozwoju gminy Gdynia zawartym w dokumencie „Strategia Rozwoju Gdyni” (uchwała Nr XLI/744/98 z dn.28.01.1998r. z późniejszymi zmianami).

**Spółka Agencji Rozwoju Gdyni została utworzona na podstawie Aktu Założycielskiego** Spółki z ograniczoną odpowiedzialnością dokonanego przez działającego w imieniu Gminy Miasta Gdynia Prezydenta Miasta Gdyni zawartego w dniu **31 grudnia 2008r.**

**Rejestracja spółki w KRS nastąpiła 19 lutego 2009r., a praktyczną działalność Agencja Rozwoju Gdyni Sp. z o. o. rozpoczęła od kwietnia 2009r.**

**W obszarze funkcjonowania Spółki przyjęte zostały priorytety rozwoju Miasta Gdyni** m.in. w aspektach:

- przestrzeni, rozumianej jako kreowanie wysokiej jakości życia (przyroda, krajobraz, urbanistyka, architektura);
- mieszkańców, poprzez podnoszenie jakości życia mieszkańców, wiedzy i kwalifikacji Gdynian;
- gospodarki, poprzez restrukturyzację i unowocześnienie gospodarki oraz wzrost potencjału gospodarczego Miasta i budowanie relacji pomiędzy biznesem, a nauką służącą podnoszeniu efektywności gdyńskiej gospodarki.

**Podstawy prawne zawiązania Agencji Rozwoju Gdyni Sp. z o. o.** zawarte w uchwale, pozwalają na realizację celów strategicznych Spółki, definiowanych, jako:

- zbudowanie zintegrowanej, unikalnej oferty Miasta w oparciu o zasoby i walory kulturalne, turystyczne, społeczne i gospodarcze;
- zbudowanie skutecznej organizacji działającej na linii wewnątrz – otoczenie rynkowe, pozycjonujące Gdynię jako miasto znane i rozpoznawalne na świecie oraz przyjazne mieszkańcom;

- zbudowanie relacji na linii miasto – biznes – nauka, w celu stymulowania procesów rozwoju Gdyni jako ośrodka wzrostu gospodarczego;
- podjęcie próby zintegrowania prac i działań na platformie informacyjno-edukacyjnej na rzecz współpracy środowisk realizujących wdrażanie Strategii Rozwoju Miasta Gdyni (priorytety: Przestrzeń, Gdynianie, Gospodarka) oraz celów zawiązania Agencji Rozwoju Gdyni Sp. z o. o.<sup>1</sup>

## 1.1. KIERUNKI ROZWOJU AGENCJI

Zgodnie z Uchwałą nr 7/2009 z dnia 6 października 2009r. Nadzwyczajne Zgromadzenie Wspólników Agencji Rozwoju Gdyni Sp. z o. o. ustaliło kierunki rozwoju Spółki oraz program jej działania na lata 2009-2010. Są one spójne z realizacją Strategii Rozwoju Miasta Gdyni.

**Cele strategiczne Agencji** (tzw. „Program działania Agencji Rozwoju Gdyni Sp. z o. o. w latach 2009-2010”) obejmują następujące rodzaje zadań:

- I. **W zakresie celu strategicznego: „ zbudowanie zintegrowanej oferty Miasta w oparciu o zasoby i walory kulturalne, turystyczne, społeczne i gospodarcze ”:**
  - a. z obszaru KULTURA: formy działań: PROMOCJA, INFORMACJA – opracowanie koncepcji Gdyńskiego Szlaku Modernizmu oraz jej wdrożenie
  - b. z obszaru TURYSTYKA; formy działań: PROMOCJA, INFORMACJA – wdrażanie koncepcji Szlaku Kulinarного Centrum Gdyni
  - c. z obszaru SPORT I REKREACJA; formy działań: PROMOCJA, INFORMACJA – pozyskiwania i współorganizowanie eventów sportowych promujących Gdynię
  - d. z obszaru WIZERUNEK MIASTA; formy działań: PROMOCJA, INFORMACJA – opracowanie i wdrożenie koncepcji zarządzania marką Miasta Gdyni.
- II. **W zakresie celu strategicznego: „ zbudowanie skutecznej organizacji działającej na linii „ wewnątrz – otoczenie rynkowe”, pozycjonujące Gdynię jako miasto znane i rozpoznawalne na świecie oraz przyjazne mieszkańcom ”:**
  - a. z obszaru TURYSTYKA; formy działań: BADANIA, ANALIZY, PLANY – przygotowanie i opracowanie koncepcji badań dotyczących wizerunku Miasta, ruchu turystycznego oraz jakości obsługi turysty
  - b. z obszaru PRZESTRZEŃ PUBLICZNA; formy działań: BADANIA, ANALIZY, PLANY – opracowanie koncepcji Systemu Informacji Miejskiej
  - c. z obszaru WIZERUNEK MIASTA; formy działań: BADANIA, PLANY, ANALIZY – opracowanie koncepcji badań w zakresie ruchu turystycznego oraz opracowanie koncepcji badań w zakresie monitoringu rozwoju miasta na tle innych miast.
- III. **W zakresie celu strategicznego: „ zbudowanie relacji na linii miasto – biznes - nauka w celu stymulowania procesów rozwoju Gdyni jako ośrodka wzrostu gospodarczego”:**
  - a. z obszaru NAUKA, INNOWACJE; formy działań: PROMOCJA, INFORMACJA – stworzenie portalu Innowacyjna Turystyka.

<sup>1</sup> Źródło: Uchwała XXV/600/08 Rady Miasta Gdyni w sprawie utworzenia przez Gminę Gdynia spółki o nazwie „Agencja Rozwoju Gdyni spółka z ograniczoną odpowiedzialnością.” z dnia 19 listopada 2008r.

- IV. W zakresie celu strategicznego: „ podjęcie próby zintegrowania prac i działań na platformie informacyjno-edukacyjnej, na rzecz wspólnoty środowisk realizujących wdrażanie SRMG (priorytety: Przestrzeń, Gdynianie, Gospodarka) ”:
- a. z obszaru KULTURA; formy działań: INWESTYCJE – opracowanie koncepcji utworzenia Muzeum Emigracji oraz Muzeum Żeglarstwa
  - b. z obszaru KULTURA; formy działań: EVENTY, KONFERENCJE – opracowanie koncepcji i wdrożenie projektu Letnia Akademia Gdyni oraz opracowanie koncepcji i wdrożenie projektu Gdynia Play Jazz
  - c. z obszaru KULTURA; formy działań: DESIGN – Gdynia Design City
  - d. z obszaru PRZESTRZEŃ PUBLICZNA; formy działań: INWESTYCJE – opracowanie projektu rewitalizacji Dworca PKP w Gdyni
  - e. z obszaru WSPIERANIE PRZEDSIĘBIORCZOŚCI; formy działań: EVENTY, KONFERENCJE – współorganizacja Międzynarodowego Forum Gospodarczego w Gdyni
  - f. z obszaru EKOROZWÓJ, ŚRODOWISKO; formy działań: PROMOCJA, INFORMACJA – opracowanie projektu na rzecz ochrony środowiska Słoneczna Gdynia
  - g. z obszaru EKOROZWÓJ, ŚRODOWISKO; formy działań: BADANIA, ANALIZY, PLANY – opracowanie koncepcji projektu Eko Gdynia, w tym Eko Edukacja.<sup>2</sup>

## 1.2. MACIERZ PROJEKTÓW AGENCJI

*Macierz projektów pozwala na całościowe i syntetyczne przedstawienie logicznie poukładanych i powiązanych ze sobą przedsięwzięć. Przyjęto osiem obszarów aktywności oraz sześć form działalności. Obszary i formy aktywności stanowią wymiary utworzonej macierzy. Wewnątrz macierzy znajdują się planowane w perspektywie do 2012 roku najważniejsze przedsięwzięcia.*

<sup>2</sup> Źródło: „Strategia Agencji Rozwoju Gdyni do 2012 roku”, ResPublic Sp. z o. o., 2009r.

Obszary/ Formy działań	Kultura	Turystyka	Sport i rekreacja	Nauka i innowacje	Wspieranie przedsiębiorczości	Przestrzeń publiczna	Ekorozwój i środowisko	Wizerunek miasta
Promocja Informacja	Opracowanie koncepcji Gdynińskiego Szlaku Modernizmu oraz jej wdrożenie Δ	Wdrożenie koncepcji Szlaku Kulinarnego – Centrum Gdyni Δ	Pozyskiwanie i współorganizowanie eventów sportowych promujących Gdynię* (01.VII.2009)	Stworzenie portalu innowacyjna turystyka*	Szlak kulinarny Δ Event kulinarny ◇		Opracowanie projektu na rzecz ochrony środowiska „Słoneczna Gdynia”* (Life+UE)	Opracowanie i wdrożenie koncepcji zarządzania marką miasta Gdyni *
Badania, analizy, plany	Strategia rozwoju kultury dla Miasta Gdyni, Muzeum Emigracji Δ	Przygotowanie i opracowanie koncepcji badań dotyczących wizerunku miasta, ruchu turystycznego oraz jakości obsługi turysty*				Opracowanie koncepcji Systemu Informacji Miejskiej *	Opracowanie koncepcji projektu „Eko Gdynia” w tym koedukacja * (Life+)	Opracowanie koncepcji badań w zakresie monitoringu rozwoju miasta na tle innych miast  Opracowanie koncepcji badań w zakresie ruchu turystycznego*
Edukacja		Szlak kulinarny Δ		Letnia Akademia Gdyni *	Projekt szkoleniowy „Moja firma – moje miejsce pracy” Δ(UE)			

Inwestycje	Opracowanie koncepcji utworzenia Muzeum Emigracji oraz Muzeum Żeglarstwa Δ			Przygotowanie koncepcji organizacyjnej przedsięwzięcia „Eko Park Gdynia” Θ		Opracowanie projektu rewitalizacji dworca PKP w Gdyni *		
Eventy, konferencje	Opracowanie koncepcji i wdrożenie projektu „Letnia Akademia Gdyni” *  Opracowanie koncepcji i wdrożenie projektu „Gdynia Play Jazz” *				Współorganizacja IX Międzynarodowego Forum Gospodarczego w Gdyni ◊ (9.X.2009)	Dwudniowy event “Gdynia Design City” *		Konferencja prasowa Gdyni dotycząca kampanii promocyjnej „Wiejjj do Gdyni” w Warszawie ◊
Design	Pro Gdynia Design City * (projekt VI.2010)			Gdynia Design City * (projekt VI.2010)		Projekt kształtowania przestrzeni miasta Gdynia Design City *		

\*podjęto prace

Δ projekt realizowany

Θ nie podjęto jeszcze prac

◊ projekt zakończono

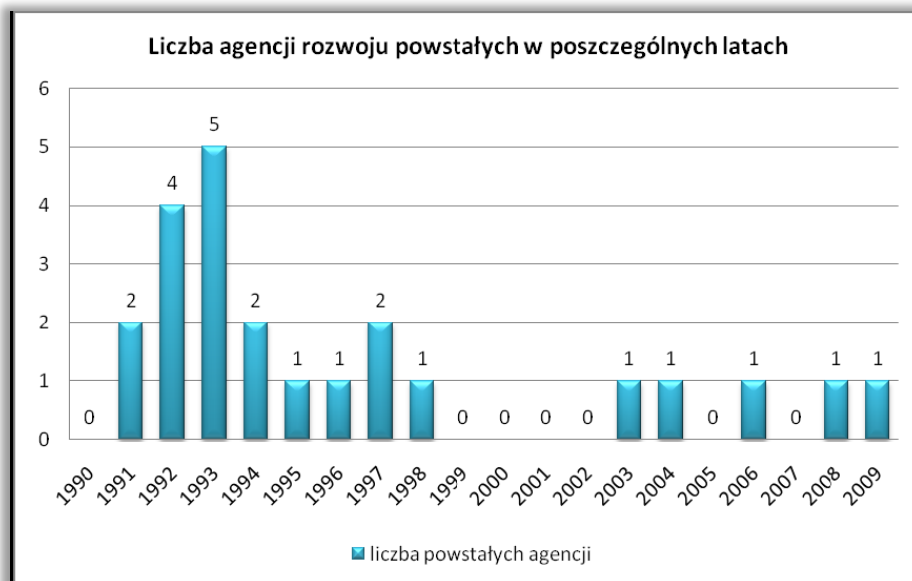
### 1.3. AGENCJA ROZWOJU GDYNI NA TLE INNYCH AGENCJI W POLSCE

W Polsce istnieje wiele instytucji określanych jako „**agencje rozwoju regionalnego**”, czy „**agencje rozwoju miast**”, które pełnią podobne funkcje jak Agencja Rozwoju Gdyni Sp. z o. o.

*Na podstawie analizy przeprowadzonej przez ResPublic Sp. z o. o. na potrzeby „Strategii Agencji Rozwoju Gdyni Sp. z o. o. do 2012 roku” porównano 22 agencje rozwoju i miast powyżej 200 tys. mieszkańców*

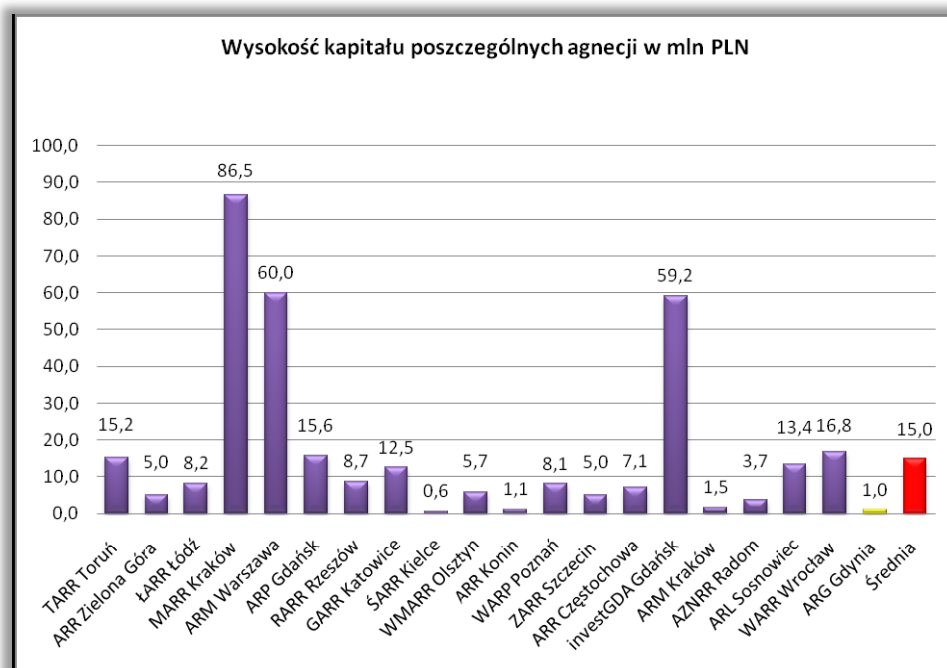
**Agencja Rozwoju Gdyni** na tle innych agencji w Polsce:

- ➔ Najwięcej Agencji powstało w latach 1991 – 97, natomiast w latach 1999 - 2002 nie powstała żadna agencja. Dopiero po 2003 roku w znacznie już mniejszej dynamice powstały kolejne. Miasto Gdynia podjęło decyzję w 2009 roku, na tle doświadczeń innych miast inicjatywę należy uznać za potrzebną i przyczyniającą się do lepszej, przyszłej realizacji strategii rozwoju miasta.



- ➔ Dominującą formą prawną jest spółka akcyjna (17 agencji), pozostałe to spółki z ograniczoną odpowiedzialnością (4 agencje) oraz fundacje (2 agencje). Akcjonariuszami i udziałowcami wszystkich agencji są jednostki samorządu terytorialnego szczebla regionalnego i lokalnego lub Skarb Państwa (Radom). W ośmiu przypadkach akcjonariuszem jest Agencja Rozwoju Przemysłu, która angażowała się najczęściej w podmioty powstałe w pierwszej połowie lat 90-tych. Pozostałymi udziałowcami, bądź akcjonariuszami są samorządy gospodarcze, fundacje, banki, związki zawodowe, przedsiębiorstwa.

- ➔ Porównując realizowane dotychczas i planowane przedsięwzięcia, charakterystyczną cechą Agencji Rozwoju Gdyni jest duże zaangażowanie w działania związane z rozwojem turystyki. Żadna z innych badanych agencji rozwoju nie obejmuje tak szeroko rozwoju turystyki w swoich działaniach.
- ➔ Agencja Rozwoju Gdyni posiada szeroką ofertę usług szkoleniowych i doradczych dla przedstawicieli świata biznesu oraz samorządów i jednostek im podległych, jest to typowy obszar działania dla znacznej ilości agencji rozwoju.
- ➔ Kluczowe wydaje się też wspieranie rozwoju badań i innowacji na obszarze miasta Gdyni. Wszystkie prężnie działające agencje w Polsce dążą do rozwoju tej dziedziny przy współudziale Parków Technologicznych, jednostek badawczych i naukowych oraz największych firm działających w regionie.
- ➔ Różnice w kapitale zakładowym agencji są kilkudziesięciokrotne. Na tle prezentowanych poniżej wartości kapitałów poszczególnych agencji, Agencja Rozwoju Gdyni posiada bardzo niski kapitał w wysokości 1mln PLN, przy średniej wartości kapitału 22 analizowanych agencji na poziomie 15 mln PLN.



- ➔ W początkowym okresie działalności Agencja Rozwoju Gdyni podejmuje działania na rzecz pozyskania środków z funduszy UE. W okresie programowania 2007-2013 jest to bardzo ważny czynnik, który może się znacznie przyczynić do rozwoju Agencji, jak i regionu. Jest to równocześnie zgodne z przyjętym przez Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Wspólników Agencji, drugim kierunkiem rozwoju.

- ➔ Wszystkie analizowane agencje w wysokim stopniu korzystają ze środków UE w ramach ogłaszanych konkursów.
- ➔ Większość analizowanych agencji jest zaangażowana w system obsługi środków unijnych głównie poprzez pełnienie funkcji Regionalnej Instytucji Finansującej. W najbliższym otoczeniu Agencji kompetencje w tym zakresie posiada Agencja Rozwoju Pomorza S.A.
- ➔ Większość analizowanych agencji prowadzi działalność doradczo-konsultacyjną w ramach Krajowego Systemu Usług poprzez regionalne lub lokalne punkty konsultacyjne.
- ➔ Agencje w swojej działalności wykorzystują różne formy podejmowania działań i realizacji projektów na rzecz jednostek samorządu terytorialnego.

*Poniżej prezentujemy Państwu analizę porównawczą dwóch agencji rozwoju regionalnego województwa pomorskiego jako przykład podmiotów prawa handlowego działających na rzecz rozwoju miasta, ale w innych i różnych obszarach strategii miasta.*

ZAKRES DZIAŁALNOŚCI	AGENCJA ROZWOJU GDYNI SP. Z O.O.	GDAŃSKA AGENCJA ROZWOJU REGIONALNEGO SP. Z O.O.
DATA POWOŁANIA PODMIOTU	31.12.2008r.	12.12.2008r.
CEL UTWORZENIA PODMIOTU	<p>Celem zawiązania tego podmiotu prawa handlowego jest wszechstronne wspieranie rozwoju Miasta Gdyni poprzez świadczenie usług na rzecz wspólnoty samorządowej, kreowanie wizerunku Miasta i realizowanie projektów w obszarach gospodarka-kultura-turystyka, ze szczególnym naciskiem na zrównoważone podnoszenie jakości życia mieszkańców.</p> <p>Ideą przewodnią powołania Agencji jest potrzeba utworzenia podmiotu, który wsparłby organy miasta oraz podmioty działające na zasadzie komercji w realizację przedsięwzięć na rzecz rozwoju infrastruktury społecznej.<sup>3</sup></p>	<p>Jej priorytet to efektywne zagospodarowanie dwóch znaczących gdańskich terenów Pomorskiego Centrum Logistycznego oraz Parku Maszynowa. Długofalowe działanie - oznacza pozyskiwanie i obsługę polskich i zagranicznych inwestorów zainteresowanych lokowaniem swojej działalności w Gdańsku i Metropolii Gdańskiej.</p> <p>Spółka ma przyczynić się do tego, by Gdańsk i jego okolice były zarówno centrum finansowym, logistycznym, jak i informatycznym. Będzie ona zachęcać do inwestowania na tym terenie firmy z branż najmniej narażonych na zmiany koniunktury gospodarczej. Dzięki tej instytucji Miastu nie umknie żaden interesujący projekt inwestycyjny.<sup>4</sup></p>
ZADANIA PODMIOTU	<p>Do głównych działań strategii ogólnej ARG należą:</p> <p><b>a) zwiększanie zdolności organizacyjnej i finansowej Miasta do realizacji projektów rozwojowych Gdyni;</b></p> <p><b>b) osiągnięcie wysokiej konkurencyjności, dzięki głębokiej specjalizacji oraz budowaniu przewagi w obszarach wiedzy i innowacji;</b></p> <p><b>c) uzyskanie pozycji firmy pierwszego wyboru w Gdyni, jako operator projektów rozwojowych;</b></p> <p><b>d) osiągnięcie wysokiej efektywności prac zespołu Spółki – wydajność, jakość, dochodowość;</b></p>	<p>Cele spółki GARG w szczególności:</p> <p><b>a) Centrum Logistyczne na Zapleczu Portu Północnego w Gdańsku:</b> Rozwój centrum logistycznego ma służyć zwiększeniu roli portu w Gdańsku, poprzez lokowanie inwestycji związanych z transportem morskim. Maja być tam realizowane przede wszystkim funkcje dystrybucyjno - składowe na potrzeby podmiotów działających w porcie (terminali, firm eksportowo - importowych), niezbędne jest tam także stworzenie: wolnego obszaru celnego, specjalnej rampy, czy nawet terminalu kontenerowego.</p> <p><b>b) Park Przemysłowo-Technologiczny „Maszynowa”:</b> Stworzenie PPT „Maszynowa” oznacza zagospodarowanie 51 ha położonych w pobliżu lotniska, przy ulicy Nowatorów. Zadaniem GARG ma być stworzenie tam parku maszynowego, poprzez przyciąganie inwestycji głównie z branż</p>

<sup>3</sup> Źródło: Uchwała Nr XXV/600/08 Rady Miasta Gdyni z dn.19.11.2008r. w sprawie utworzenia przez Gminę Gdynia spółki o nazwie „Agencja Rozwoju Gdyni spółka z ograniczoną odpowiedzialnością”.

<sup>4</sup>Źródło: Strona internetowa Urzędu Miasta Gdańska <http://www.gdansk.pl/nasze-miasto,512,10777.html>, informacja z dnia 12.12.2008r.

	<p>e) budowanie pozytywnych relacji z interesariuszami projektów rozwojowych Gdyni;</p> <p>f) zbudowanie i rozwijanie zintegrowanej, unikalnej oferty Miasta w oparciu o zasoby kulturalne, turystyczne, społeczne i gospodarcze;</p> <p>g) zbudowanie i rozwijanie organizacji działającej na linii „wnętrze - otoczenie rynkowe” pozycjonującej Gdynię, jako miasto znane i rozpoznawalne na świecie oraz przyjazne mieszkańcom;</p> <p>h) zbudowanie i rozwijanie relacji na linii miasto – biznes - nauka w celu stymulowania procesów rozwoju Gdyni jako ośrodka wzrostu gospodarczego;</p> <p>i) integrowanie działań informacyjno - edukacyjnych na rzecz współpracy środowisk uczestniczących w realizacji Strategii Rozwoju Miasta Gdyni;</p> <p>j) transfer wiedzy i doświadczeń na rynku polskim i zagranicznym w zakresie projektów realizowanych przez Agencję.<sup>5</sup></p>	<p>zaawansowanych technologicznie, w tym produkcyjnej i badawczo - rozwojowej. Teren przeznaczony jest do lokowania przemysłu neutralnego ekologicznie, a jego mała część, trudna do zagospodarowania dla produkcji, może umożliwić lokalizację centrów obsługi finansowej, czy centrów administracyjnych. Największym zainteresowaniem agencji będą cieszyć się inwestycje bezpośrednie zewnętrzne (typu greenfield), dysponujące własnym kapitałem.</p> <p>c) Trzecim zadaniem, które ma spełniać GARG jest przejęcie (podobnie jak zorganizowano to we Wrocławiu) odpowiedzialności za przyciąganie inwestorów do Gdańska, a docelowo - do Metropolii Gdańskiej, a więc nie tylko na tereny miejskie: Spółka będzie dążyła do tworzenia jak największej liczby inkubatorów dla przedsiębiorstw, które, oprócz wspomagania organizacyjnego i zapewnienia pełnej funkcji tzw. „one - stop - shopów”, umożliwią czasowe wynajęcie siedziby (tzw. przechowalnie), do czasu stabilnego ulokowania się firmy zewnętrznej na rynku lokalnym.<sup>6</sup></p>
ZAŁOŻYCIELE PODMIOTU	100% własności Miasta Gdyni	100% własności Miasta Gdańska
KAPITAŁ PODMIOTU	1 000 000 PLN <sup>7</sup>	59 203 000 PLN <sup>8</sup>
LICZBA PRACOWNIKÓW	1-osobowy Zarząd Spółki + 4 pracowników	2-osobowy Zarząd Spółki + 6 pracowników <sup>9</sup>

<sup>5</sup> Źródło: „Strategia Agencji Rozwoju Gdyni do 2012 roku.”, ResPublic Sp. z o.o., 2009r.

<sup>6</sup> Źródło: Strona internetowa Urzędu Miasta Gdańska <http://www.gdansk.pl/nasze-miasto,512,10777.html>, informacja z dn.12.12.2008r.

<sup>7</sup> Źródło: Analiza agencji rozwoju regionalnego przeprowadzona przez ResPublic Sp. z o.o. w 2009roku.

<sup>8</sup> Źródło: Analiza agencji rozwoju regionalnego przeprowadzona przez ResPublic Sp. z o.o. w 2009roku.

<sup>9</sup> Źródło: Strona internetowa Gdańskiej Agencji Rozwoju Regionalnego Sp. z o.o. <http://www.investgda.pl/>

## 2. PROJEKTY ZREALIZOWANE PRZEZ AGENCJĘ W 2009 ROKU

W 2009 roku Agencja Rozwoju Gdyni Sp. z o. o. zgodnie z przyjętymi „Kierunkami działań na lata 2009-2010”, z macierzą projektów, z Biznesplanem Spółki na lata 2010-2012 oraz z celami strategicznymi służącymi rozwojowi Miasta Gdyni, rozpoczęła realizację kilkunastu projektów: szkoleniowych, edukacyjnych, turystycznych, innowacyjnych, marketingowych i wizerunkowych.

### 2.1. KONFERENCJA PRASOWA „WIEJJI DO GDYNI”

**Miejsce i czas:** Centrum Prasowe PAP w Warszawie;  
przygotowania: kwiecień-maj 2009r.  
realizacja: 18 maj 2009r.

**Charakter wydarzenia:** konferencja prasowa

**Opis:**



Celem tego spotkania stała się promocja największych wydarzeń kulturalno-rekreacyjnych organizowanych latem 2009 roku w Gdyni pod hasłem: „**Wiejji do Gdyni**”. Zadaniem Agencji było zintegrowanie wszystkich środowisk realizujących letnie imprezy kulturalne w Gdyni na rzecz wspólnej, ogólnopolskiej promocji.

Konferencja prasowa w Centrum Prasowym PAP w Warszawie, mająca za zadanie wzmocnienie ogólnopolskiej kampanii promującej Gdynię - „**Wiejji do Gdyni**”, spotkała się z ogromnym zainteresowaniem mediów – zarejestrowano obecność 144 dziennikarzy.

#### Korzyści dla Miasta Gdyni:

- Integracja środowisk kultury, budowa wspólnej oferty promocyjnej i prezentacji wydarzeń, we współpracy z Miastem Gdynia i z Agencją Rozwoju Gdyni.
- Rozgłos medialny wokół kampanii promocyjnej „Wiejji do Gdyni” (duże zainteresowanie dziennikarzy).
- Promocja Gdyni.
- W efekcie kampanii promocyjnej i zorganizowanej konferencji prasowej, przyciągnięcie turystów ciekawą ofertą letnią do Gdyni.

### Korzyści dla mieszkańców Gdyni:

- ➔ Wartością dodaną dla miasta i jego mieszkańców w ramach przygotowań promocyjnych jest generowanie przychodów z przyjazdu i pobytu turystów, a także stworzenie sezonowych miejsc pracy.

### Korzyści dla turystów:

- ➔ Duża ilość ciekawych i różnorodnych propozycji spędzenia wakacyjnych urlopów, która zwiększa atrakcyjność pobytu w Gdyni.

## 2.2. GDYNIA GRA JAZZ

**Miejsce i czas:** centrum miasta Gdyni;  
rozpoczęcie prac: 2009r.  
realizacja: 2010r.

**Charakter projektu:** projekt marketingowo-wizerunkowy

### Opis projektu:

**Gdynia Gra Jazz** to projekt prezentujący atrakcyjną ofertę gdyńskiego środowiska miłośników i twórców sceny jazzowej i bluesowej, który uwypukla najnowszą historię kulturalnego rozwoju miasta, w tym „muzycznej Gdyni”, w relacji z dynamicznym boom-em zainteresowania tematyką rocka, jazz-u i bluesa w mieście. Ekspertem merytorycznym projektu był Przemysław Dyakowski – saksofonista, lider kilku formacji jazz-owych, z pochodzenia Krakus, z miłości i wyboru Gdynianin, jeden z głównych twórców muzycznej miłości Gdyni do jazz-u.

Jednym z celów projektu **Gdynia Gra Jazz** jest chęć nawiązania współpracy ze wszystkimi pasjonatami Jazz-u w mieście, a także instytucjami takimi, jak Muzeum Miasta Gdyni, czy Gdyńskie Centrum Kultury.





#### Korzyści dla Miasta Gdyni:

- Projekt budujący wizerunek i markę Gdyni.
- Opracowanie koncepcji ścieżki tematycznej jazz-u i rock-a w Gdyni („szlak jazz rock-u”) oraz oferty koncertowej (LIVE!) ma na celu zachęcić zarówno mieszkańców Trójmiasta, jak i turystów do aktywnego udziału w środowisku muzycznym.
- Promocja oferty klubów, koncertów oraz twórców jazzowych związanych z miastem.
- Podnoszenie „jakości kulturowej” miasta.

#### Korzyści dla mieszkańców Gdyni:

- Nowy, ciekawy sposób na spędzanie wolnego czasu, szczególnie atrakcyjna propozycja dla pasjonatów jazzu.
- Edukacja.

#### Korzyści dla turystów:

- Atrakcyjna oferta „szlaku jazz rock-u”, czyli kolejne, warte udziału wydarzenie muzyczne obok Heineken Open'er Festival.

## 2.3. LETNIA AKADEMIA GDYNI



**Miejsce i czas:** centrum Gdyni;  
rozpoczęcie prac: 2009r.  
realizacja: 2010r.

**Charakter projektu:** projekt wizerunkowo-marketingowy

### Opis projektu:

Celem projektu **Letnia Akademia Gdyni** jest stworzenie konkurencyjnego programu ofert edukacyjnych w sezonie letnim skierowanego do turystów i mieszkańców, w tym rodzin z dziećmi oraz wykorzystanie potencjału instytucji i podmiotów prywatnych w Gdyni.



### Korzyści dla Miasta Gdyni:

- ➔ Wydłużanie pobytu turystów w okresie wakacji, dzięki atrakcyjnej ofercie produktowej Akademii, a w efekcie wzrost dochodów z turystyki.
- ➔ Konkurencyjna oferta spędzania wakacji w Gdyni w stosunku do innych miejscowości nadmorskich.

### Korzyści dla mieszkańców Gdyni:

- ➔ Ciekawy program ofert edukacyjnych, sportowych i rekreacyjnych skierowany do mieszkańców miasta, w szczególności do dzieci spędzających wakacje w mieście.

### Korzyści dla turystów:

- ➔ Konkurencyjny program Akademii jako wartość dodana do wypoczynku nad morzem, w szczególności dla rodzin z dziećmi.

## 2.4. SZLAK KULINARNY CENTRUM GDYNI

**Miejsce i czas:** centrum Gdyni; realizacja: od 30 czerwca 2009r.

**Charakter projektu:** projekt ciągły, innowacja marketingowa i produktowa



### Opis projektu:

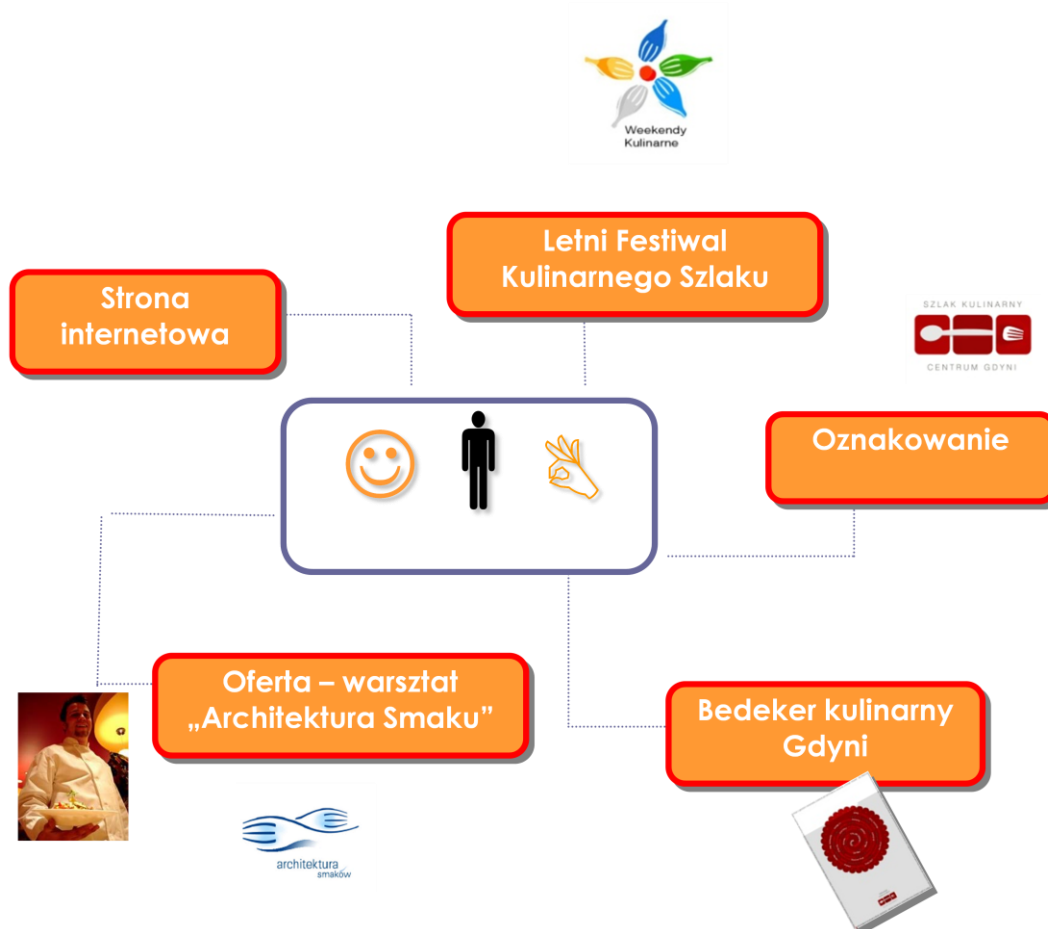
**Szlak Kulinaryny Centrum Gdyni** jest pierwszym tego typu projektem realizowanym w Polsce. Jego celem jest budowanie atrakcyjnego wizerunku Gdyni jako ośrodka turystyki miejskiej, kulturowej oraz biznesowej. Zaletą szlaku zachęcającą do uczestnictwa w jego zwiedzaniu jest dostępność prawie 40 wybranych restauracji w bliskiej odległości pieszego spaceru. Miejsca te odzwierciedlają tętno i styl życia miasta oraz najnowsze trendy kulinarne ze świata. Oprócz największej grupy restauracji z kuchnią etniczną, są tu także lokale promujące nowoczesny styl fusion oraz lokale łączące aktywność kulturalną z dobrą kuchnią.

Restauracje na szlaku współpracują przy budowie oferty wydarzeń, wspólnych promocji oraz współdziałają w ramach szerokiego partnerstwa nad atrakcyjną ofertą turystyczną i kulturalną (m.in. z członkami Lokalnej Organizacji Turystycznej oraz Pomorską Regionalną Organizacją Turystyczną). Przykładem współpracy są warsztaty kulinarne, które mogą stanowić atrakcyjny element weekendowych pakietów turystycznych w samej Gdyni, Trójmieście oraz na Pomorzu.



W ramach projektu oznakowano lokale – logiem Szlaku, został także wyprodukowany folder wraz ze specjalną tabelą porównującą ofertę lokali oraz mapą, na której obok samych restauracji i ulic zaznaczono również główne punkty orientacyjne w mieście. Taka formuła mapy pozwala na czytelną prezentację blisko 50 ciekawych miejsc kulinarnej Gdyni oraz szybką ich lokalizację w przestrzeni miasta. Uruchomiono także stronę internetową Szlaku, która będzie systematycznie rozbudowywana i aktualizowana o nowe pomysły oraz informacje dotyczące lokali i atrakcji na szlaku.

Adres strony to: [www.kulinarnagdynia.pl](http://www.kulinarnagdynia.pl)



Pierwszym z ważniejszych wydarzeń Szlaku Kulinarne Centrum Gdyni był **I Weekend Kulinarne w Gdyni**, czyli wielkie święto gdyńskich restauracji, które miało miejsce **w dniach 2-4 października 2009r.** w kompleksie Gemini w centrum Gdyni.

Podczas **I Weekendu Kulinarne Gdyni** można było podziwiać pokazy **LIVE COOKING** w wykonaniu blisko 30 mistrzów kuchni z lokali ze Szlaku Kulinarne Centrum Gdyni.

Atrakcją dla uczestników była również możliwość spróbowania specjalnych mini porcji dań głównych, a także wzięcie udziału w licznych konkursach. Każda restauracja biorąca udział w Weekendzie Kulinarne przygotowała **Happy Hours - mini dania za 5zł** i specjalne promocje na tę okazję. Odwiedzający restauracje podczas Weekendu, w każdej z nich otrzymywali specjalną naklejkę z nazwą lokalu - warto je było kolekcjonować. Podczas uroczystego zakończenia **I Weekendu Kulinarne** odbyło się **losowanie atrakcyjnych nagród** wśród uczestników – zbieraczy naklejek. Dla uatrakcyjnienia Weekendu Kulinarne do współpracy, oprócz restauracji ze Szlaku, zaproszono również firmy i organizacje specjalizujące się w zagadnieniach gastronomicznych. Swoje stanowisko w Centrum Gemini miały m.in. firma „Lawenda” specjalizująca się w świeżych ziołach i przyprawach, „Podróże Kulinarne” – hurtownia egzotycznych produktów spożywczych i przypraw z całego świata, „Oer Lemans” – producent mrożonych warzyw i owoców.

Nie zapomniano także o najmłodszych, dla których przygotowano warsztaty kulinarne („robimy wesolą kanapkę”) i rysunkowe („narysuj pizzę Gemini”) oraz występy zespołu dziecięcego.



**I Weekend Kulinarny Gdyni** cieszył się wśród mieszkańców Gdyni i Trójmiasta dużą popularnością. **W dniach imprezy (2-4.10.2009r.) pokazy kulinarne i inne atrakcje przyciągnęły do Centrum Gemini ok. 3 500 osób.**

Ruch w restauracjach biorących udział w Weekendzie Kulinarnym wzrósł w tych dniach wielokrotnie, co było widoczne zwłaszcza podczas Happy Hours, kiedy na miejsce w lokalu trzeba było czekać, a przed niektórymi restauracjami tworzyły się wręcz kolejki amatorów dań za 5 zł. **Szacuje się, iż podczas Weekendu Kulinarnego gdyńskie restauracje odwiedziło ok. 3 000 osób.** W niedzielnym losowaniu nagród wzięły udział 103 ulotki konkursowe z naklejkami zebranymi przez uczestników Rajdu po gdyńskich restauracjach. Rekordziści zebrali w ciągu trzech dni trwania Weekendu Kulinarnego 27 i 13 naklejek.

**I Weekend Kulinarny Gdyni** spotkał się z dużym zainteresowaniem mediów, ukazały się m.in. artykuły o Weekendzie w „Gazecie Wyborczej” i „Dzienniku Bałtyckim”, a także ponad 60 informacji na różnych portalach internetowych, w tym na rosyjskim portalu turystycznym [www.travel.ru](http://www.travel.ru).

Sukcesem I Weekendu Kulinarnego Gdyni jest z pewnością fakt, iż dzień po tym wydarzeniu **Światowa Akademia Kulinarna** wyraziła chęć objęcia swoim patronatem następnej imprezy tego typu.

Więcej informacji o wydarzeniu znajduje się na stronie internetowej: [www.kulianrnagdynia.pl](http://www.kulianrnagdynia.pl).



### Opinie uczestników na temat **I Weekendu Kulinarnego Gdyni**:

*„Gratuluję sukcesu. W mojej restauracji, jeśli chodzi o ilość Gości było porównywalnie do Dnia Zakochanych, a więc bardzo tłumnie. Czekam na dalsze imprezy tego typu.” <La Fortuna>*

*„Serdecznie dziękujemy, że mieliśmy przywilej uczestniczyć w tym projekcie. Z naszego punktu widzenia był to pełen sukces. Ilość zainteresowanych i przybyłych Gości przerosta dalece nasze oczekiwania.” <Eureka>*

*„Bardzo nam się podobała zorganizowana przez Państw impreza. Serdecznie dziękujemy Państwu za zaproszenie nas na pokazy kulinarne. Jednocześnie chcielibyśmy z Państwem współpracować i brać udział w następnych pokazach.” <L’Ancora>*

*„Dziękuję za zorganizowanie wspaniałego weekendu kulinarnego, który był okazją do poznania wielu ciekawych lokali i smaków.” <Julia Koralun>*

### Szlak Kulinaryny Centrum Gdyni w mediach:

[http://www.trojmiasto.pl/wiadomosci/news.php?id\\_news=34593](http://www.trojmiasto.pl/wiadomosci/news.php?id_news=34593)  
<http://newspointview.opoint.com/?url=h...JrdWxpbmFybnljaCI5ICJHZHnFhHNraSlxMQ==>  
<http://mediamikser.pl/redirect/article/41/64512/smaki-centrum-gdyni>  
<http://newspointview.opoint.com/?url=h...kiOSAiR2R5bnNraSlxMiAiR2R5xYRza2kiMTM=>  
<http://newspointview.opoint.com/?url=h...dkeW5pljkgImt1bGluYXJuYWdkeW5pYSIxMQ==>  
<http://newspointview.opoint.com/?url=h...AiQWdlbmNqxIUgUm96d29qdSBHZHluaSlxNg==>  
<http://newspointview.opoint.com/?url=h...FybnkiNSAiR2R5bmkiNiAia3VsaW5hcm55bSI3>  
<http://newspointview.opoint.com/?url=h...1hdGNoZXM9ImdkYW5zayl0ICJHZGHFhHNrljU=>  
<http://newspointview.opoint.com/?url=h...l4ICJBZ2VuY2ppIFJvendvanUgR2R5bmkiOQ==>  
[http://miasta.gazeta.pl/trojmiasto/1,3...amy\\_do\\_Gdyni.html?as=1&ias=2&startsz=x](http://miasta.gazeta.pl/trojmiasto/1,3...amy_do_Gdyni.html?as=1&ias=2&startsz=x)  
<http://newspointview.opoint.com/?url=h...Aia3VsaW5hcm55bSI3ICJrdWxpbmFybnVnbyl4>

### Korzyści dla Miasta Gdyni:

- ➔ Budowanie wizerunku atrakcyjnej Gdyni, w tym jej centrum jako całorocznego miejsca, które inspiruje i przyciąga.
- ➔ Unikalność Gdyni jako miasta, które pierwsze w Polsce zainicjowało nowy tego typu szlak kulinaryny.
- ➔ Ożywienie ważnych przestrzeni miasta, zwiększanie zainteresowania centrum miasta.
- ➔ Pozytywny rozgłos w mediach i w środowisku opiniotwórczym zarówno w Polsce, jak i za granicą.
- ➔ Integracja Gdyni widoczna na zewnątrz – przykład dobrej praktyki dla innych miast.
- ➔ Wzrost nowych przedsiębiorstw w branży gastronomicznej.

### Korzyści dla mieszkańców Gdyni:

- ➔ Możliwość skosztowania kuchni świata w jednym miejscu w przystępnych cenach.
- ➔ Edukacja poprzez poznawanie nieznanych dotąd smaków.
- ➔ Poprawa jakości usług gastronomicznych.
- ➔ Ciekawa i różnorodna oferta gastronomiczna dla uczestników szlaku.
- ➔ Propozycja spędzenia wolnego czasu po pracy poza domem.

### Korzyści dla branży gastronomicznej:

- ➔ Ożywienie w biznesie.
- ➔ Poprawa jakości i edukacja.
- ➔ Zwiększenie konkurencyjności lokali gastronomicznych w Gdyni.
- ➔ Zwiększenie skali promocji.
- ➔ Pobudzenie nowych inwestycji.
- ➔ Poprawa sprzedaży.
- ➔ Pobudzenie ruchu odwiedzin lokali w okresie jesiennym.

### Korzyści dla turystów:

- ➔ Atrakcyjna i bogata oferta gastronomiczna.
- ➔ Urozmaicenie i uatrakcyjnienie pobytu w Gdyni.
- ➔ Przystępna oferta cenowa.

## 2.5. BADANIE ZADOWOLENIA TURYSTY Z POBYTU W MIEŚCIE

**Miejsce i czas:** centrum Gdyni;  
czerwiec-październik 2009r.

**Charakter projektu:** badanie ankietowe

### Opis projektu:

W okresie od czerwca do października 2009 roku niemiecka firma konsultingowa z Monachium - **IRS Consult AG** wraz ze wsparciem Agencji Rozwoju Gdyni i **Serwisu Informacji Turystycznych PAP** przeprowadziła **badanie poziomu zadowolenia klienta turystycznego z pobytu w Gdyni**.



Celem projektu było podniesienie jakości usług turystycznych oraz opracowanie pakietu produktów odpowiadających coraz bardziej rosnącym wymaganiom klientów.

Badanie przeprowadzono za pomocą **ankiety dostępnej online** pod specjalnie, dedykowaną do tego stroną internetową: <https://www.webropol.com/P.aspx?id=343710&cid=114423>. Dzięki tej metodzie przebadano **ok. 300 respondentów**.



Szanowni Państwo,

ponieważ zadowolenie gości jest naszym największym priorytetem, przeprowadzamy niniejszą ankietę dla gości turystycznych. Ankieta ta służy zebraniu informacji o jakości usług turystycznych w Gdyni. Ankiety i jej wyniki należy rozumieć jako instrument podnoszący jakość - bowiem na podstawie doświadczeń i wypowiedzi gości zostaną podjęte przedsięwzięcia, przyczyniające się do podnoszenia poziomu serwisu turystycznego.

Udział w ankiecie jest dobrowolny i trwa ok. 5 minut.

Zapewniamy całkowitą dyskrecję i anonimowe wykorzystanie danych, które od Państwa otrzymamy.

Dziękujemy serdecznie za Państwa współpracę i za zainwestowany w wypełnienie ankiety czas!

Ankieta stworzona przez  IRS CONSULT AG .

**Jakim środkiem lokomocji dojechaliście Państwo do Gdyni?**

(Możliwość wyboru kilku opcji jednocześnie!)

samolot

samochód

### W ankiecie pytano m.in. o:

- **największe atrakcje turystyczne Gdyni:** Akwarium Morskie - największe w Polsce; Muzeum Starych Samochodów; Dar Pomorza i ORP Błyskawica - statek muzeum stojący przy Skwerze Kościuszki; Centrum Experiment - centrum interaktywnej edukacji oraz wystaw; Molo drewniane w Orłowie; Muzeum Miasta Gdyni;

- **wyróżniki Gdyni:** Sea Towers - najwyższe budynki mieszkalne w Polsce; Hala sportowo-widowiskowa w Gdyni - nowa hala miejska, mająca architekturę morskiego skorupiaka; Contrast - najstynniejszy klub SZANTOWY w Polsce, położony na samej plaży w centrum miasta; Scena Letnia - największa letnia scena teatralna w Polsce, w plenerze na plaży w Orłowie; Klif Redłowski - rezerwat, najpiękniejszy klif morski Morza Bałtyckiego;



- **wydarzenia/imprezy (stałe, cykliczne):** Open'er Festival; Gdynia Design Days; Gdynia Sailing Days - największa impreza żeglarska w Polsce; Targi Wiatr i Woda – targi sprzętu pływającego, w tym luksusowych jachtów; Globaltica - Festiwal muzyki świata.

Badania jakości usług i produktów turystycznych dla Miasta Gdyni to pierwszy projekt na tak dużą skalę prowadzony w Polsce. **Wyniki badań** przekazane Miastu do planowania rozwoju Gdyni, wskazały m.in. potrzebę na:

- **stworzenie czytelnego systemu oznakowania miasta;**
- **zwiększenie ilości miejsc parkingowych;**
- **zwiększenie ilości miejsc noclegowych w różnych kategoriach;**
- **rewitalizację dworca PKP;**

- zwiększenie dostępności punktów informacji turystycznej;
- rozwój oferty kulinarnej Gdyni;
- wydłużenie czasu trwania najciekawszych wydarzeń oraz niekumulowanie dużych imprez w jednym terminie;
- stworzenie oferty pakietów turystycznych pozwalających na wydłużenie czasu spędzanego w Gdyni i okolicach oraz obniżenie kosztów pobytu;
- podniesienie estetyki, w tym wprowadzenie nowoczesnych rozwiązań do niektórych przestrzeni Miasta, obszar bulwaru nadmorskiego, okolice dworca PKP, Skwer Kościuszki, okolice Sea Towers;
- przygotowanie oferty dedykowanej dla dzieci i młodzieży;
- lepszy monitoring miasta, w tym dot. bezpieczeństwa



Na temat badania zadowolenia turysty z pobytu w Gdyni napisali:

<http://dziennikturystyczny.pl/2009/07/badania-zadowolenia-turysty-z-pobytu-w-gdyni-wez-udzial/>

<http://gdynia.naszemiasto.pl/wydarzenia/1026854.html>

<http://gdynia.naszemiasto.pl/wydarzenia/1026835.html>

[http://sit.pap.pl/depesze/gdynia-w-oczach-turysty?came\\_from=sponsor](http://sit.pap.pl/depesze/gdynia-w-oczach-turysty?came_from=sponsor)

[http://www.trojmiasto.pl/wiadomosci/news.php?id\\_news=33862&strona=1](http://www.trojmiasto.pl/wiadomosci/news.php?id_news=33862&strona=1)

<http://www.mmtrojmiasto.pl/6311/2009/7/23/gdynia-bada-turystow-przez-internet?districtChanged=true>

#### Korzyści dla Miasta Gdyni:

- ➔ Cenna informacja, w jakim kierunku rozwijać miasto uwzględniając wyniki badań.
- ➔ Możliwość zapoznania się z uwagami mieszkańców i turystów.
- ➔ Możliwość świadomego podnoszenia jakości usług oraz planowanych inwestycji.

#### Korzyści dla mieszkańców Gdyni:

- ➔ Wyjście naprzeciw oczekiwaniom i wymaganiom mieszkańców w celu podnoszenia jakości życia.
- ➔ Zbadanie m.in. potrzeb Gdynian, a następnie podjęcie działań zmierzających do rozwiązania problemów utrudniających komfort życia mieszkańców Gdyni.

#### Korzyści dla turystów:

- ➔ Podniesienie jakości obsługi turysty w Gdyni i większe zwracanie uwagi na potrzeby gości przybywających do Gdyni.
- ➔ Wyniki badań jako dane wejściowe do stworzenia pakietów turystycznych spełniających potrzeby i oczekiwania turystów.

## 2.6. IX MIĘDZYNARODOWE FORUM GOSPODARCZE

**Miejsce i czas:** Hotel Nadmorski oraz siedziba Asseco Poland S.A.;  
9 październik 2009r.

**Charakter projektu:** wydarzenie gospodarcze



### Opis projektu:

Agencja Rozwoju Gdyni Sp. z o.o. wraz z Urzędem Miasta Gdyni była organizatorem dziewiątego już **Międzynarodowego Forum Gospodarczego**.

Tym razem tematem Forum były trzy panele: **Panel Morski**, **Panel Turystyczny** oraz **Panel Przestrzeni Miejskiej**:



**Panel Przestrzeń Miejska** z udziałem: lidera panelu - dr Michała Stangela (MIT) - twórcy projektu Saragossa Digital Mail oraz twórcy sukcesu rozwoju m.in. miast Kopenhagi, Saragossy, Melbourne; case study z rozwoju Londynu, Kopenhagi, Amsterdamu, Melbourne, Dublina; Henning Thomsen z Danii (Gehl Architects); David Karasek z Czech (na zdjęciu) - designer, słynny twórca mebli miejskich; dr hab.

inż. Piotr Lorens z Politechniki Gdańskiej - kreator rozwoju przestrzeni miejskich.

Uczestnicy **Panelu Turystycznego** to m.in.: prof. Julio Aramberri (na zdjęciu) - szef katedry Tourism Industry Drexel University of Philadelphia (USA), światowy ekspert ds. marketingu terytorialnego i marketingu czasu wolnego; prof. Nevenka Cevek (Zagrzeb); Rainer Blancke z IRS Consult AG (Niemcy); Discovery Central Europe oraz wielu znakomitych praktyków z regionu i przedstawicieli firm innowacyjnych, którzy pokażą "projekty przyszłości".



**Panel Gospodarka Morska** z udziałem m.in. prof. Jerzego Hausnera i Mirosława Gronickiego;; znakomici goście z kraju i z zagranicy, jak m.in. Martin Krafft z Columbia Shipmanagement.

**IX Międzynarodowe Forum Gospodarcze** zgromadziło w sumie ponad 40 prelegentów z Polski i ze świata i ponad 500 uczestników.

Bogaty merytorycznie program wykładów, prezentacji i dyskusji, mimo ograniczenia tegorocznej edycji Forum do jednodniowego spotkania, wywołał ogromne zainteresowanie wśród uczestników, słuchaczy oraz mediów.



Na temat IX MFG ukazało się wiele artykułów i pozytywnych opinii w prasie codziennej, branżowej i w Internecie:

*„Jeszcze raz - w imieniu Zespołu - dziękuję za zaproszenie na wyjątkowo inspirujące IX Międzynarodowe Forum Gospodarcze. Gratuluję Pani oraz współpracownikom doskonałej organizacji oraz świetnej atmosfery.”* <Marta Kwaśnik, Agencja Badawcza Sakkada s.c.>

*„Była to dla mnie przyjemność i wyróżnienie! Jeszcze raz gratuluje organizacji!”* <Wojciech Kreft, Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna>

*„Chciałam bardzo serdecznie podziękować za owocną współpracę. Zdaniem koleżanek, które uczestniczyły w konferencji była ona zorganizowana świetnie i bardzo merytoryczna. Polecamy się na przyszłość i jeśli będzie taka możliwość, chętnie zaangażujemy się w ten projekt także z prezentacją i w przyszłym roku.”* <Monika Kinal Discovery Networks Central Europe>

*„Jeszcze raz dziękuję za zaproszenie i za pięknie zorganizowaną imprezę. Było mi miło poznać Państwa i odwiedzić Gdynię po latach.”* <Jacek Wesołowski – prelegent>

*„Bardzo dziękuję za zorganizowanie tak ciekawej imprezy i zaproszenie mnie w roli prelegenta.”* <Justyna Martyniuk-Pęczek>

*„Uczestniczyłam w IX Międzynarodowym Forum Gospodarczym. (...) Już dziś proszę, abyście Państwo pamiętali o mnie w następnym roku, bo już teraz zgłaszam swój akces.”* <Beata Madejska, prawnik>

*„Raz jeszcze pragnę serdecznie pogratulować wspaniałej organizacji i poprowadzenia Panelu Turystycznego podczas IX Międzynarodowego Forum Gospodarczego w Gdyni. Z niecierpliwością czekam na kolejną edycję tej niezwykle interesującej imprezy konferencyjnej.”* <Rafał Wilczkowski, Departament Turystyki Ministerstwo Sportu i Turystyki>

*„Ponad 40 prelegentów, 500 uczestników, fascynujące tematy, gorące dyskusje - tak można w skrócie podsumować tegoroczne IX Międzynarodowe Forum w Gdyni(...). Takie spotkania, szczególnie w dobie kryzysu, są bardzo potrzebne. Pełnią ważną funkcję platformy wymiany doświadczeń, poglądów i prognoz. Przyczyniają się tym samym do budowania większej świadomości znaczenia innowacyjnych rozwiązań stosowanych w rozwoju miast i regionów.”* <MadeinPomorskie.pl>

*„Bardzo dziękuję i gratuluję ciekawej konferencji.”* <Alan Aleksandrowicz, Gdańska Agencja Rozwoju Gospodarczego>

„W imieniu gdyńskich turystów PTTK i Polskiego Towarzystwa Geograficznego serdecznie dziękuję Pani Prezes za wzorowo przygotowane IX Międzynarodowe Forum Gospodarcze w Gdyni, 9.10.2009 r. Uczestniczyłem w wielu już spotkaniach Forum, ale panel, którego pani była liderem „Turystyka bez granic - nowe wyzwania” był rewelacyjny. Udało się Pani pozyskać światowe marki turystyczne i przygotować nas na nowe wyzwania w tej branży. Dużo podróżuję po świecie, zwłaszcza po USA i Kanadzie, gdzie mam rodzinę, ale takiego podejścia do turystyki nie spotkałem.” <Ryszard Józef Wrzosek, Krajoznawca gdyński PTTK, Honorowy Członek PTTK>

„Nasze miasto po raz kolejny było areną wymiany myśli i poglądów gospodarczych, ekonomicznych, finansowych i społecznych. Środowiska biznesowe zyskały nowe kontakty, zapoznały się z nowymi kierunkami rozwoju przedsiębiorczości, a także omówiły zagrożenia płynące z kryzysu finansowego. Środowiska samorządowe, odkryły nowe trendy rozwoju swoich miast, innowacje w rozwiązaniach promujących ich turystyczny potencjał, a także najefektywniejsze spożytkowanie przestrzeni miejskiej. Dla Gdyni z kolei, był to następny krok w promowaniu silnej marki miasta nowoczesnego, dynamicznego oraz przedsiębiorczego.” <Michał Tuszyński, Gazeta.pl>

„(...) tegoroczne obrady trwały dzień, a nie dwa, jak poprzednio. Nie odbiło się to jednak na poziomie merytorycznym, tak prezentacji, jak i towarzyszącym im dyskusji. Tradycyjnie wysoki poziom trzymał również Sławomir Kalicki, prezes Inter Marine Sp. z o.o., sprawnie i kompetentnie moderujący obrady morskiego panelu.” <Namiary na morze i handel>

Więcej informacji o wydarzeniu na stronie internetowej: [www.forum.gdynia.pl](http://www.forum.gdynia.pl)

### **Rola Agencji Rozwoju Gdyni jako współorganizatora IX Międzynarodowego Forum Gospodarczego (wg umowy z Urzędem Miasta z dnia 9 kwietnia 2009 roku.):**

- ✓ Opracowanie merytorycznej koncepcji Forum;
- ✓ Opracowanie koncepcji promocji Forum i partnerów medialnych;
- ✓ Ustalenie pełnego programu trzech paneli tematycznych oraz dokonanie wyboru panelistów IX MFG;
- ✓ Zorganizowanie spotkań zespołu koordynującego działania związane z organizacją Forum;
- ✓ U uruchomienie oficjalnej strony internetowej Forum;



- ✓ Opracowanie merytoryczne i graficzne wydawnictwa związanego z Forum;



- ✓ Dokonanie wyboru zaproszonych na Forum Gości;
- ✓ Stworzenie na potrzeby Forum pełnej bazy adresowej;
- ✓ Dystrybucja zaproszeń;
- ✓ Koordynowanie działań w ramach współpracy z liderami poszczególnych paneli tematycznych;
- ✓ Prowadzenie pełnej korespondencji z Panelistami poszczególnych stolików;
- ✓ Ustalenie kluczowych kwestii związanych z obsługą techniczną Forum;
- ✓ Aktualizacja i obsługa strony internetowej Forum;
- ✓ Organizacja logistyki Forum, w tym rezerwacja sal konferencyjnych, hoteli, organizacja sekretariatów poszczególnych stolików, wyposażenia sal konferencyjnych, transportu, cateringu, itp.;
- ✓ Agencja wystąpiła oficjalnie o patronaty nad Forum do Polskiej Agencji Prasowej, Polskiej Izby Turystyki, Polskiej Agencji Informacji i Inwestycji Zagranicznych S.A., Krajowej Izby Gospodarczej, Polskiej Organizacji Turystycznej, Brief for Poland;
- ✓ Prowadzenie sekretariatu głównego Forum, w tym rejestracja uczestników Forum;
- ✓ Opracowanie i zamieszczenie na stronie internetowej Forum formularza zgłoszeniowego;
- ✓ Kontrola nad prawidłowym przebiegiem IX Międzynarodowego Forum Gospodarczego;
- ✓ Przygotowanie sal konferencyjnych;
- ✓ Skompletowanie i rozdysponowanie materiałów konferencyjnych;
- ✓ Opracowanie materiałów prasowych dla dziennikarzy;
- ✓ Przygotowanie recepcji Forum, w tym także:
  - Utworzenie i dostarczenie do sekretariatów poszczególnych paneli listy zarejestrowanych uczestników Forum,
  - Pozyskanie wolontariuszy do obsługi trzech paneli tematycznych;
- ✓ Rejestracja uczestników, w tym także:
  - Wydawanie identyfikatorów;
  - Udzielanie szczegółowych informacji dotyczących Forum;
  - Przygotowanie oraz wydawanie uczestnikom Forum aktualnych programów poszczególnych Paneli tematycznych;
- ✓ Kontrola nad prawidłowym przebiegiem Forum od strony technicznej;
- ✓ Organizacja zakwaterowania, przylotów, transportu, kolacji, itp.;

**IX Międzynarodowe Forum Gospodarcze w mediach:**

<http://konfraternia1.blog.pl/id,4728964,title,9-Miedzynarodowe-Forum-Gospodarcze-Gdynia-9-pazdziernika-2009-roku,index.html?tcid=685a6>

<http://serwisturystyczny.pap.pl/depesze/gdynia/miedzynarodowe-forum-gospodarcze-odbędzie-sie-9-pazdziernika-2009-r.-w-gdyni>

[http://www.all-inclusive.com.pl/index.php?option=com\\_content&task=view&id=790&Itemid=1](http://www.all-inclusive.com.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=790&Itemid=1)

<http://konfraternia1.blog.pl/id,4252275,wyniki,,index.html>

<http://gcwp.gdynia.pl/x.php/1,575/IX-Miedzynarodowe-Forum-Gospodarcze.html>

<http://www.siz.pap.pl/palio/html.run? Instance=cms siz.pap.pl& PageID=1006& RowID=175234&UIL=PL& C heckSum=938633641>

<http://sit.pap.pl/depesze/ix-miedzynarodowe-forum-gospodarcze-w-gdyni>

[http://sit.pap.pl/depesze/gdynia/copy\\_of\\_miedzynarodowe-forum-gospodarcze-odbędzie-sie-9-pazdziernika-2009-r.-w-gdyni](http://sit.pap.pl/depesze/gdynia/copy_of_miedzynarodowe-forum-gospodarcze-odbędzie-sie-9-pazdziernika-2009-r.-w-gdyni)

[http://www.trojmiasto.pl/wiadomosci/news.php?id\\_news=34672](http://www.trojmiasto.pl/wiadomosci/news.php?id_news=34672)

<http://sit.pap.pl/depesze/gdynia/najlepsza-przestrzen-publiczna-województwa-pomorskiego-2009-konkurs-regionalny>

[http://www.madeinpomorskie.pl/article/25340\\_Jakie\\_będzie\\_IX\\_Miedzynarodowe\\_Forum\\_Gospodarcze\\_w\\_Gdyni\\_.htm](http://www.madeinpomorskie.pl/article/25340_Jakie_będzie_IX_Miedzynarodowe_Forum_Gospodarcze_w_Gdyni_.htm)

<http://www.pomorskiportal.pl/wiadomosc/1770/IX-Miedzynarodowe-Forum-Gospodarcze-w-Gdyni/>

[http://www.madeinpomorskie.pl/article/25861\\_Gdynskie\\_rozmowy\\_o\\_gospodarce.htm](http://www.madeinpomorskie.pl/article/25861_Gdynskie_rozmowy_o_gospodarce.htm)

<http://ww6.tvp.pl/6818,20091009935468.strona>

<http://www.bankier.pl/wiadomosc/Specializacja-produkcji-szansa-dla-polskiego-przemyslu-stoczniowego-2030223.html>

<http://finanse.wp.pl/kat,99074,title,Specializacja-produkcji-szansa-dla-polskiego-przemyslu-stoczniowego,wid,11581443,wiadomosc.html>

[http://www.skokstefczyk.pl/blog/wedlug\\_mariusza\\_romana/index.html](http://www.skokstefczyk.pl/blog/wedlug_mariusza_romana/index.html)

[http://www.trojmiasto.pl/wiadomosci/news.php?id\\_news=34999](http://www.trojmiasto.pl/wiadomosci/news.php?id_news=34999)

<http://lajt.onet.pl/biznes/news/3042108,news.html>

[http://www.madeinpomorskie.pl/article/25891\\_Kryzys\\_hartuje\\_czyli\\_kondycja\\_gospodarki\\_morskiej\\_.htm](http://www.madeinpomorskie.pl/article/25891_Kryzys_hartuje_czyli_kondycja_gospodarki_morskiej_.htm)

<http://biznes.interia.pl/news/to-szans...go-przemyslu-stoczniowego,1380659,4199>

<http://newspointview.opoint.com/?url=h...9kb3d5bSBGb3J1bSBHb3Nwb2RhcmN6eW0iMTQ=>

[http://gospodarka.gazeta.pl/gospodarka...ji\\_szansa\\_dla\\_polskiego\\_przemyslu.html](http://gospodarka.gazeta.pl/gospodarka...ji_szansa_dla_polskiego_przemyslu.html)

<http://newspointview.opoint.com/?url=h...5hcm9kb3dlIEZvcnVtIEduc3BvZGFyY3plljEw>

<http://newspointview.opoint.com/?url=h...BGb3J1bSBHb3Nwb2RhcmN6ZSBHZHluaWEiMTU=>

[http://wiadomosci.onet.pl/2057885,10,s...kiego\\_przemyslu\\_stoczniowego,item.html](http://wiadomosci.onet.pl/2057885,10,s...kiego_przemyslu_stoczniowego,item.html)

[http://www.pb.pl/a/2009/10/09/Speciali...odukcji\\_szansa\\_dla\\_polskiego\\_przemyslu](http://www.pb.pl/a/2009/10/09/Speciali...odukcji_szansa_dla_polskiego_przemyslu)

<http://newspointview.opoint.com/?url=h...l2lCjBZ2VuY2pplFJvendvanUgR2R5bmkiOQ==>

<http://newspointview.opoint.com/?url=h...Fyb2Rvd2UgRm9ydW0gR29zcG9kYXJjemUiMTA=>

<http://newspointview.opoint.com/?url=h...5pljYgkFnZW5jamkgUm96d29qdSBHZHluaSI5>

**Korzyści dla Miasta Gdyni:**

- Budowanie wizerunku Gdyni w Polsce i na świecie – *Gdynia jako organizator największego wydarzenia gospodarczego i biznesowego w 2009 roku na Pomorzu, jednego z najciekawszych i największych wydarzeń gospodarczych w kraju.*
- Wzbudzenie zainteresowania miastem i przyciągnięcie nowych inwestorów z Polski i z zagranicy – *Gdynia miastem atrakcyjnym dla biznesu.*

### Korzyści dla mieszkańców Gdyni:

- ➔ Możliwość bezpłatnego udziału w ciekawych prelekcjach.
- ➔ Nowi inwestorzy = nowe miejsca pracy.
- ➔ Rozwój miasta.

### Korzyści dla uczestników Forum:

- ➔ Znakomita okazja do spotkania się w jednym miejscu ze specjalistami i ekspertami z Polski i ze świata.
- ➔ Ciekawy merytorycznie program trzech paneli oraz wiele innowacyjnych rozwiązań możliwych do zastosowania we własnej firmie.
- ➔ Szansa na nawiązanie współpracy i zdobycie cennych kontaktów biznesowych.
- ➔ Dobre praktyki z kraju i ze świata.

## 2.7. AKADEMIA MARKI MIEJSC

**Miejsce i czas:** centrum Gdyni  
realizacja: od listopada 2009r.

**Charakter projektu:** projekt ciągły

### Opis projektu:



**Akademia Marki Miejsc to specjalna oferta edukacyjno – szkoleniowa Agencji Rozwoju Gdyni** dedykowana pracownikom samorządów

jednostek terytorialnych (JST), instytucji kultury, sportu, edukacji, stowarzyszeń oraz przedsiębiorstw silnie zaangażowanych w działania marketingowe skoncentrowane na promocji i budowaniu atrakcyjnej marki miejsca (w tym marketing atrakcji, wydarzeń, infrastruktury).

**Akademia Marki Miejsc** to idea zbudowania i rozwijania nowoczesnej i dynamicznej platformy edukacyjno - wiedzy zapewniającej efektywny transfer najnowszej wiedzy, zjawisk, doświadczeń praktycznych oraz technologicznych innowacji w obszarze marketingu terytorialnego.

Naszą misją jest wspieranie procesów budowania profesjonalnych kadr w samorządach oraz organizacjach promujących miejsca, w tym menadżerów marki, marketingu atrakcji i produktów, zarządzania wizerunkiem, procesami zintegrowanej komunikacji, a także szefów programów sieciowych, krosowych o charakterze ponadlokalnym. **Akademia Marki Miejsc** to także znakomita okazja do spotkania się i podzielenia wiedzą, kompetencjami, doświadczeniem.

**Akademia Marki Miejsc**


**Akademia Marki Miejsc** jest inicjatywą otwartą na współpracę z każdym ośrodkiem miejskim w Polsce i zagranicą, w tym także uczelniami wyższymi. Strategicznymi Partnerami Akademii oraz współorganizatorami części oferty szkoleniowej są: **Brief4Poland z Warszawy, Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna, Landbrand z Poznania oraz Agencja Rozwoju Gdyni (prowadzący i organizatorzy Akademii: Anna Somorowska i Jacek Debis).**

Tematyka pierwszych szkoleń skoncentrowała się na kluczowych aspektach budowania partnerstw strategicznych na potrzeby zintegrowanego marketingu terytorialnego, w tym programów aktywności marki miejsca:

**„Marketing narracyjny – czyli jak opowiedzieć markę”**

26 listopada 2009r. odbyło się pierwsze z serii szkoleń w ramach Akademii Marki Miejsc, którego



tematem był „Marketing narracyjny, czyli jak opowiedzieć markę”. Szkolenie, z właściwą dla siebie charyzmą poprowadził Edi Pyrek – niezwykła osobowość i człowiek o wielu pasjach, dziennikarz, terapeuta, trener, specjalista od marketingu politycznego i kreowania wizerunku, negocjator i doradca polityków, podróżnik.

W szkoleniu wzięli udział m.in. przedstawiciele samorządów Gdyni, Wejherowa, Starogardu Gdańskiego, Gdańska, Urzędu Marszałkowskiego, Pomorskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej, a także osoby reprezentujące podmioty aktywnie działające w obszarze budowania Marki miejsca - z Poznania i Gdyni.

**„Czytelne miasto – czyli jak stworzyć dobry System Informacji Miejskiej”**

„Czytelne miasto, czyli jak stworzyć dobry SIM” było drugim szkoleniem zorganizowanym w ramach Akademii Marki Miejsc. Poprowadził je Hubert Gonera z firmy konsultingowej Landbrand, jeden z tegorocznych prelegentów Międzynarodowego Forum Gospodarczego, a także Jacek Debis z Agencji Rozwoju Gdyni. Uczestnicy szkolenia dowiedzieli się m.in. czym powinien charakteryzować się dobry System Informacji Miejskiej, aby za jego sprawą osiągnąć nie tylko ład przestrzenny, ale również synergię wizerunkową, która znakomicie podkreśli niepowtarzalny charakter każdego miasta.



W szkoleniu wzięli udział m.in. przedstawiciele samorządów Gdyni, Malborka, Starogardu Gdańskiego, Szczecina, a także reprezentanci Lokalnej Organizacji Turystycznej. Szkolenie odbyło się 10 grudnia 2009 roku w siedzibie Agencji Rozwoju Gdyni.

### „Zostań No 1 w sieci – skuteczny E-MARKETING”



11 grudnia 2009 roku odbyło się szkolenie koncentrujące się wokół tematyki związanej z szeroko pojętym marketingiem internetowym, E-MARKETINGIEM. Uczestnicy szkolenia poznali skuteczne techniki pozwalające wykorzystać Internet jako bardzo efektywne medium komunikacji. Dowiedzieli się m.in. jak sprawdzić czego internauci poszukują w sieci i jak sprawić, aby to właśnie ich serwisy systematycznie zdobywały coraz wyższe pozycje w wyszukiwarkach. Szkolenie „Zostań No 1 w sieci – skuteczny E-MARKETING” poprowadził Wojciech Kreft z Pomorskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej we współpracy z Agencją Badawczą SAKKADA. W szkoleniu uczestniczyli m.in. reprezentanci samorządów Gdyni, Wejherowa, Kartuz, Starogardu Gdańskiego, Lokalnej Organizacji Turystycznej Kociewie oraz przedstawiciele uczelni wyższych.



Z uwagi na duże zainteresowanie tematyką zrealizowanych szkoleń Agencja planuje zorganizować je ponownie w roku 2010.

Więcej informacji o **Akademii Marki Miejsc** znajduje się na stronie: [www.arg.gdynia.pl/projekty](http://www.arg.gdynia.pl/projekty)

#### Korzyści dla Miasta Gdyni:

- Gdynia miejscem spotkań ekspertów z zakresu marketingu terytorialnego.
- Budowanie wizerunku Gdyni, dzięki rozpowszechnianiu idei Akademii Marki Miejsc i dzięki zachęcaniu do udziału w szkoleniach instytucji z całej Polski.
- Cenne rekomendacje i propozycje oraz rozwiązania dotyczące maketingu terytorialnego od uczestników Akademii dla miasta Gdyni.

#### Korzyści dla mieszkańców Gdyni:

- Akademia Marki Miejsc jako przykład dobrych praktyk wdrażanych przez Agencję dla mieszkańców Gdyni.

#### Korzyści dla uczestników szkoleń:

- Możliwość poszerzenia wiedzy w zakresie promocji i marketingu terytorialnego.
- Możliwość poznania ciekawych osób i nawiązania kontaktów biznesowych.

## 2.8. GDYŃSKI SZLAK MODERNIZMU

**Miejsce i czas:** centrum Gdyni; rozpoczęcie prac: 2009r.  
**Charakter projektu:** projekt ciągły, innowacja marketingowa i produktowa

### Opis projektu:



Agencja Rozwoju Gdyni wraz z zespołem konsultantów i ekspertów zewnętrznych, rozpoczęła prace nad rozwojem produktu i marki „**Gdyński Szlak Modernizmu**”.

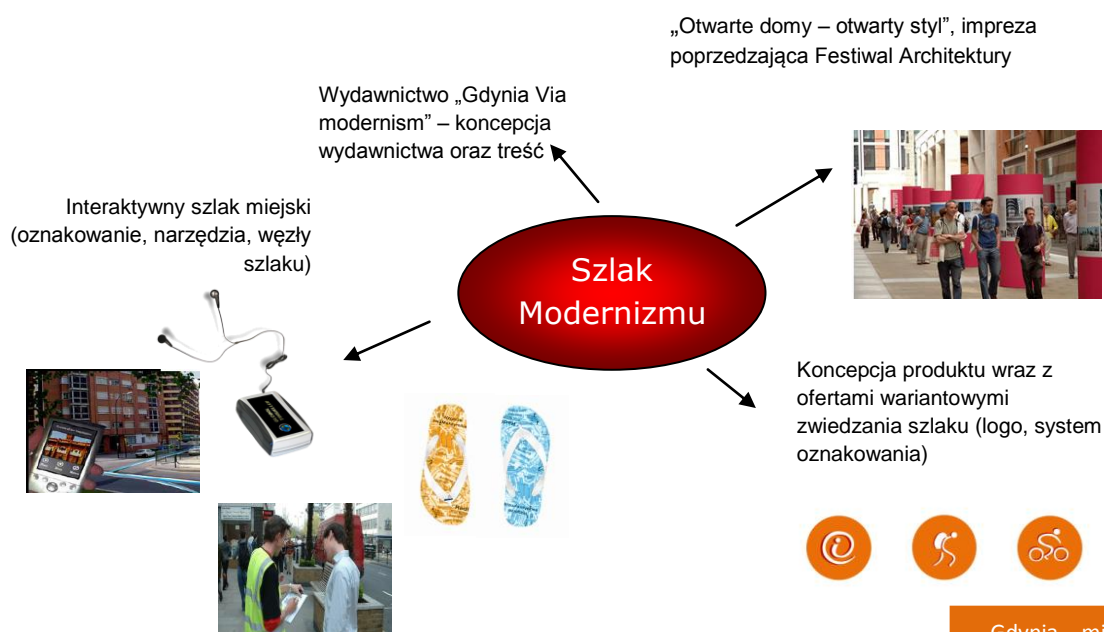
Inspiracją dla powstania projektu **Gdyński Szlak Modernizmu** stały się znakomicie zachowane poindustrialne obiekty okresu funkcjonalizmu obecne w centrum Gdyni: opływowe kształty

kamienic, czy modernistyczna architektura portowa.

Głównym celem projektu **Gdyński Szlak Modernizmu** jest zwiększenie atrakcyjności architektury centrum miasta dla turystów i mieszkańców, uczynienie z miasta lidera tematyki modernizmu w Polsce oraz dotarcie z komunikatami o gdyńskim modernizmie do europejskich instytucji kultury i turystyki, do touroperatorów o specjalizacji turystyki miejskiej, do międzynarodowych liderów opinii, a także bezpośrednio do potencjalnych grup odbiorców, w tym uczelni architektury, projektowania oraz fachowej prasy branżowej.



Wszystkie działania w ramach Gdyńskiego Szlaku Modernizmu realizowane są w aktywnej **współpracy ze środowiskiem lokalnym – w tym Miejskim Konserwatorze Zabytków, Towarzystwem Miłośników Miasta Gdyni, Muzeum Miasta Gdyni oraz ze środowiskami z regionu, Polski i zagranicy – pasjonatami tematyki architektury modernistycznej.**



Działania w ramach projektu **Gdyński Szlak Modernizmu** to m.in.:

- ✓ Określenie na podstawie badań marketingowych oraz analizy źródeł wtórnych – wizerunku gdyńskiego modernizmu wśród turystów oraz jego obecny potencjał marketingowy na tle innych ofert i atrakcji miasta;
- ✓ Opracowanie koncepcji produktu wraz z ofertami wariantowymi tras zwiedzania Gdyńskiego Szlaku Modernizmu;
- ✓ Wykonanie projektu narzędzi marketingowych produktu „Gdyński Szlak Modernizmu” – broszury produktu, mapy, pamiątki;
- ✓ Rozpoczęcie funkcjonowania platformy turystyczno – wiedzy (profesjonalnej) produktu (współpraca z wybitnymi specjalistami w obszarze zagadnień modernizmu gdyńskiego, polskiego i europejskiego);
- ✓ Opracowanie koncepcji eventów – wydarzeń promujących, skierowanych do mieszkańców i turystów, w tym nie tylko profesjonalistów;
- ✓ Promocja produktu na rynku polskim i zagranicznym, w tym nawiązanie współpracy z tour operatorami specjalizującymi się w turystyce miejskiej kulturalnej.

**I etap prac szlaku zakończył się w 2009r. opracowaniem koncepcji produktu, pamiątek szlaku, propozycji tras oraz wydarzeń aktywizujących markę szlaku.**

W 2010r. planowane jest kompleksowe wdrożenie projektu z elementami promocji szlaku, szkoleniami, produkcją materiałów informacyjnych oraz wizerunkowych.

Trasy szlaku zostaną wpisane w powstający w Gdyni System Informacji Miejskiej tzw. SIM.

#### **Gdyński Szlak Modernizmu w mediach:**

<http://travelnews.pl/modernizm-gdyni-atrakcyjny-dla-turysty/>

<http://sit.pap.pl/depesze/gdynia/modernizm-gdyni-atrakcyjny-dla-turysty>

#### **Korzyści dla Miasta Gdyni:**

- ➔ Szlak jako produkt wyróżniający Gdynię na tle innych miast w Polsce - budowanie marki i podnoszenie jej konkurencyjności.
- ➔ Wartość dodana miejsca – atrakcja dla turystów.
- ➔ Budowanie tożsamości lokalnej.

#### **Korzyści dla mieszkańców Gdyni:**

- ➔ Znakomicie zachowane gdyńskie, modernistyczne kamienice powodem do dumy dla mieszkańców miasta.
- ➔ Ciągłe podnoszenie jakości życia mieszkańców Gdyni poprzez uatrakcyjnianie oferty spędzania wolnego czasu – innowacyjne produkty szlaków.

### Korzyści dla turystów:

- Atrakcyjny, ciekawy i jedyny w swoim rodzaju szlak turystyczny w Polsce.
- Bliskie sąsiedztwo morza.
- Edukacja.

## 2.9. CYKL SALOMON TRAIL RUNNING

**Miejsce i czas:** Salomon Trail Running  
„bieg terenowy Gringo Gdynia”;  
wrzesień 2009r.

**Charakter projektu:** event sportowy



### Opis projektu:



12 września 2009 roku odbył się w Gdyni jeden z etapów prestiżowej edycji cyklu **Salomon Trail Running – „bieg terenowy Gringo Gdynia”** - impreza pod patronatem Prezydenta Miasta Gdyni. Unikalną cechą biegu był przebieg trasy, której start i meta zlokalizowane zostały na zakończeniu Bulwaru Nadmorskiego w Gdyni. Sama trasa oplatała przepiękną Kępę Redłowską, czyli jedno z najpiękniejszych przyrodniczych miejsc nad Morzem Bałtyckim.

W ramach współpracy z Gringo oraz z Kolibki Adventure Park zaplanowano rozszerzenie tej imprezy w roku 2010r. pod hasłem **Gdynia Adventure Days** jako 3-dniowa impreza rekreacyjno-sportowa.

W ramach **Gdynia Adventure Day** odbędą się następujące imprezy składowe:

- Rajd Przygodowy GRINGO 2009 – impreza główna
- Bieg terenowy SALOMON Trail Running
- FAMILY ADVENTURE – Rodzinne Mistrzostwa w Rajdach Przygodowych
- Imprezy i eventy towarzyszące





Ideą, jaka przyświeca opracowaniu projektu **Gdynia Adventure Day** jest zorganizowanie imprez atrakcyjnych dla pasjonatów oraz jednocześnie zachęcenie do udziału w nich amatorów. Celem projektu stało się także pokazanie Gdyni jako miasta unikatowego, w którym nowoczesne centrum znajduje się na wyciągnięcie ręki od terenów idealnych do uprawiania sportów outdoor.

#### Korzyści dla Miasta Gdyni:

- ➔ Gdynia jako jedno z 10 miast na mapie Polski (obok m.in. Warszawy, Poznania, Krakowa), gdzie odbywa się prestiżowa impreza *Salomon Trail Running*.
- ➔ Gdynia miastem atrakcyjnym dla sportowców pragnących połączyć pasję biegania z pięknem przyrody.
- ➔ Gdynia jako pełne zieleni i terenów rekreacyjnych.

#### Korzyści dla mieszkańców Gdyni:

- ➔ Okazja do aktywnego wypoczynku.

#### Korzyści dla turystów:

- ➔ Możliwość wzięcia udziału w imprezie sportowej.

## 2.10. KREO GDYNIA

**Miejsce i czas:** centrum miasta Gdyni;  
rozpoczęcie prac: 2009r., realizacja: 2010r.

**Charakter projektu:** projekt marketingowo-wizerunkowy

### Opis projektu:

**KreoGdynia** jest jedynym takim projektem w skali miast polskich. Gdynia od lat była miejscem przenikania trendów ze świata oraz tworzenia nowych idei w obszarze wzornictwa, projektowania oraz sztuki użytkowej. Projekt ma bezpośrednio prowadzić do budowania wizerunku Gdyni jako Miasta Kracji, miejsca generowania dobrych wzorów oraz zapraszającego i eksponującego dobre przykłady z Polski i ze świata.

**KreoGdynia** to także system wsparcia firm przemysłu kracji na terenie Gdyni oraz Pomorza, budowania platformy współpracy, wymiany doświadczeń twórczych, promocji krzyżowej oraz generowania wspólnych projektów o charakterze marketingowym i gospodarczym.



**KreoGdynia** będzie działało bezpośrednio w kierunku uzyskania tzw. efektu źródła – na obszarze metropolii oraz w regionie Pomorza.

**KreoGdynia** wpłynie także na komunikację wewnątrz miasta i regionu, ułatwi działania w zakresie PR oraz integrację sektora firm kracji, docelowo jako klastra metropolitaro – kaszubskiego.

W zakresie projektu nawiązana została współpraca z:

- ✓ Pomorskim Park Naukowo-Technologiczny w Gdyni
- ✓ Instytutem Wzornictwa Przemysłowego w Warszawie
- ✓ Gdynskimi i pomorskimi przedsiębiorstwami przemysłu kracji
- ✓ ProDesign z Poznania

### Korzyści dla Miasta Gdyni:

- ➔ Budowanie marki i wizerunku miasta.
- ➔ Rozwój miasta.
- ➔ Współpraca środowisk.

### Korzyści dla mieszkańców Gdyni:

- ➔ Podnoszenie jakości życia w mieście dzięki wdrażaniu projektów.
- ➔ Nowe miejsca pracy.

### Korzyści dla turystów:

- ➔ Uatrakcyjnienie oferty turystycznej miasta.

## 2.11. OPEN DOOR DESIGN

**Miejsce i czas:** centrum miasta Gdyni;  
rozpoczęcie prac: 2009r., realizacja: 2010r.

**Charakter projektu:** projekt marketingowo-wizerunkowy

### Opis projektu:

**Projekt Open Door Design** to wydarzenie osadzone w obszarze designu przestrzeni miasta i jego atrakcyjnego umeblowania. W ramach wydarzenia zostaną zaproszone firmy i projektanci do zaprojektowania - designu określonych części miasta. W wybranych punktach pojawią się nowoczesne przykłady mebli miejskich oraz sztuki out door design, zmieniając na czas trwania imprezy, charakter i jakość tych obszarów miasta. Elementem wydarzenia będą także warsztaty dotyczące projektów mebli miejskich i małej architektury z udziałem polskich, gdyńskich projektantów oraz gości z zagranicy. Ponadto imprezie będzie towarzyszyła także wystawa z prezentacją najciekawszych rozwiązań – umeblowanej przestrzeni ze świata i Europy.



Celem projektu jest zakomunikowanie wizerunku Gdyni jako miasta „otwartego” na design, miasta ergonomicznego i myślącego.

### Korzyści dla Miasta Gdyni:

- ➔ Budowanie wizerunku Gdyni jako miasta „otwartego” na nowe, ergonomiczne rozwiązania designerskie.
- ➔ Wsparcie rozwoju nowoczesnych rozwiązań dotyczących mebli miejskich oraz sztuki out door design.

### Korzyści dla mieszkańców Gdyni:

- ➔ Budowa nowoczesnej i atrakcyjnej przestrzeni miejskiej.
- ➔ Stworzenie estetycznej i przyjaznej przestrzeni miasta.

### Korzyści dla turystów:

- ➔ Atrakcyjna przestrzeń miejska.

## 2.12. TURYSTYKA INTELIGENTNA GDYNI

**Miejsce i czas:** centrum miasta Gdyni;  
rozpoczęcie prac: 2009r.

**Charakter projektu:** innowacyjny produkt turystyczny

### Opis projektu:



Główne założenie projektu **Turystyka Inteligentna Gdyni** to zwiększenie atrakcyjności oferty turystycznej miasta Gdyni, jej pozycji na tle innych polskich i nadbałtyckich miast powyżej 250 tys. mieszkańców, a także zintegrowanie, pakietowanie oferty turystycznej miasta oraz jej udostępnienie na rynku operatorów turystycznych.

**Turystyka Inteligentna Gdyni** ma na celu wypromowanie marki turystyki weekendowej i miejskiej w Gdyni, poprawienie jakości obsługi turysty oraz informacji turystycznej oraz wzmocnienie turystycznej pozycji i potencjału produktów wiodących miasta, takich jak Gdynia Open Art., Modern Gdynia, Legenda Morska Gdyni.



### Korzyści dla Miasta Gdyni:

- ➔ Wzrost atrakcyjności turystycznej Gdyni, a w efekcie wzrost dochodów z turystyki.
- ➔ Zwiększenie atrakcyjności i konkurencyjności miasta.

### Korzyści dla mieszkańców Gdyni:

- ➔ Rozwój sektora turystyki (m.in. hotelarstwa, gastronomii, transportu).
- ➔ Nowe miejsca pracy.

#### Korzyści dla turystów:

- Bogata oferta turystyczna w postaci pakietów produktów turystycznych ułatwiających „poruszanie się” po mieście.
- Oferta turystyki weekendowej i miejskiej.
- Podniesienie jakości obsługi turysty.
- Atrakcyjne ceny usług turystycznych, hotelarskich i gastronomicznych dopasowane do potrzeb i wymagań turysty odwiedzającego Gdynię.

## 2.13. SYSTEM INFORMACJI MIEJSKIEJ

Pod koniec września 2009 roku Agencja Rozwoju Gdyni opracowała i złożyła w Urzędzie Miasta Gdyni koncepcję i dokumentację projektowo-kosztorysową dotyczącą oznakowania śródmieścia Gdyni – tzw. SIM (System Informacji Miejskiej).



#### Korzyści dla Miasta Gdyni:

- Gdynia – czytelnym miastem zarówno dla turystów, jak i dla samych mieszkańców.
- Estetyczne i uporządkowane centrum miasta.

#### Korzyści dla mieszkańców Gdyni:

- Czytelne miasto, dobrze oznakowane.

#### Korzyści dla turystów:

- Ułatwienie w poruszaniu się po mieście i w dotarciu do atrakcji turystycznych.

## 2.14. PROJEKTY UNIJNE

W 2009 roku Agencja Rozwoju Gdyni Sp. z o. o. złożyła 10 projektów unijnych biorących udział w konkursach o dotacje UE w ramach Programów Operacyjnych: Kapitał Ludzki oraz Innowacyjna Gospodarka, Infrastruktura i Środowisko.

### 1. Projekt szkoleniowy w ramach dotacji unijnych do POKL dz.6.2

- „Wsparcie oraz promocja przedsiębiorczości i samozatrudnienia”

**Tytuł:** „Moja firma – moje miejsce pracy”

**Termin złożenia wniosku:** 14.08.2009r.

**Projekt dotyczy:** szkoleń, doradztwa i wsparcia finansowego dla 70 osób bezrobotnych, w tym stoczniovców z terenu woj. pomorskiego, z powiatu bytowskiego, z gmin słabych strukturalnie: Borzytuchom, Czarna Dąbrówka, Kołczygłowy, Trzebielino, Miastko, chcących założyć własną działalność gospodarczą.

**Sytuacja wniosku:** projekt uzyskał akceptację; realizacja projektu od listopada 2009r.

#### **Wyróżnienie dla Agencji za projekt „Moja Firma – Moje Miejsce Pracy”:**

4 grudnia 2009 roku podczas konferencji Urzędu Marszałkowskiego Województwa Pomorskiego w Gdańsku, Agencja Rozwoju Gdyni otrzymała specjalne wyróżnienie za projekt "Moja Firma - Moje Miejsce Pracy". Wyróżnienie to zostało przyznane w konkursie „Europejski Fundusz Społeczny w województwie pomorskim - ciekawe pomysły, dobre praktyki” edycja 2009. Nagrodę podczas konferencji „Wyzwania gospodarcze i perspektywy województwa pomorskiego - innowacyjność, a kapitał ludzki” wręczyli Wiesław Byczkowski-członek zarządu Województwa Pomorskiego oraz Pani Kamila Siwak - dyrektor Departamentu Europejskiego Funduszu Społecznego.

Więcej na temat projektu na stronie internetowej: [www.mojafirma.arg.gdynia.pl](http://www.mojafirma.arg.gdynia.pl)



## 2. Projekt szkoleniowy w ramach dotacji unijnych do POKL dz.6.2

- „Wsparcie oraz promocja przedsiębiorczości i samozatrudnienia”

**Tytuł:** „Udany start w biznes”

Projekt złożony w partnerstwie Agencji Rozwoju Gdyni z Europejskim Centrum Przedsiębiorczości (EuCP lider projektu, ARG partner projektu).

**Termin złożenia wniosku:** 14.08.2009r.

**Projekt dotyczy:** szkolenia ogólne z zakresu: ABC przedsiębiorczości, biznesplan, kształtowanie umiejętności miękkich - diagnoza predyspozycji osobowościowych i kompetencyjnych do prowadzenia własnej działalności, zarządzanie i organizacja czasu pracy oraz doradztwo indywidualne.

**Sytuacja wniosku:** projekt zdobył 93/100pkt, ale nie uzyskał finansowania.

## 3. Projekt szkoleniowy w ramach dotacji unijnych do POKL dz.8.1.1

- „Wsparcie rozwoju kwalifikacji zawodowych i doradztwo dla przedsiębiorstw”

**Tytuł:** „Zarządzanie Turystyką”

Projekt napisany samodzielnie przez Agencję Rozwoju Gdyni.

**Termin złożenia:** 30.06.2009 r.

**Projekt dotyczy:** szkolenia dla 100 osób z terenu woj. pomorskiego, pochodzących z mikro i małych przedsiębiorstw turystycznych z zakresu organizacji i zarządzania przedsiębiorstwem turystycznym, finansów w przedsiębiorstwie turystycznym, skutecznego marketingu usług turystycznych, nowoczesnych technik promocji w turystyce, prawa w turystyce, informatyki i internetu w gospodarce turystycznej.

**Sytuacja wniosku:** projekt odrzucony, mimo uzyskania wysokiej punktacji.

## 4. Projekt szkoleniowy w ramach dotacji unijnych do POKL dz. 8.1.1

- „Wsparcie rozwoju kwalifikacji zawodowych i doradztwo dla przedsiębiorstw”

**Tytuł:** „Już dziś nastaw się na sukces – EURO 2012 – nasze kwalifikacje, nasza wygrana”

Projekt złożony w partnerstwie ARG z Pomorską Regionalną Organizacją Turystyczną (PROT liderem projektu, ARG partner projektu).

**Termin złożenia:** 28.08.2009r.

**Projekt dotyczy:** szkolenia dla 556 osób dorosłych zatrudnionych w środowisku okołoturystycznym, zamieszkałych w woj. pomorskim, które z własnej inicjatywy, w czasie wolnym od pracy (głównie w systemie weekendowym) zainteresowane są nabyciem nowych umiejętności lub uzupełnieniem/podwyższeniem wcześniej nabytych kwalifikacji.

**Sytuacja wniosku:** projekt uzyskał akceptację; realizacja projektu od maja 2010r.

#### 5. Projekt innowacyjny w ramach dotacji unijnych do POIG dz.8.1.

- „Wspieranie działalności gospodarczej w dziedzinie gospodarki elektronicznej”

**Tytuł:** „Stworzenie internetowego serwisu oraz wirtualnego doradcy w zakresie usług turystycznych pt. Innowacyjna Akademia Rozwoju Turystyki”

Projekt napisany samodzielnie przez Agencję Rozwoju Gdyni.

**Termin złożenia:** 28.10.2009r.

**Projekt dotyczy:** e-usługi

**Sytuacja wniosku:** pomimo złożonego protestu, projekt odrzucony (źródło pochodzenia kapitału Spółki)

#### 6. Projekt szkoleniowy w ramach dotacji unijnych do POKL dz.7.3.

- „Inicjatywy lokalne na rzecz aktywnej integracji”

Projekt napisany przez Agencję Rozwoju Gdyni, składany w partnerstwie z gminą Kosakowo (ARG lider projektu, gmina Kosakowo – partner projektu).

**Termin złożenia:** 09.10.2009r.

**Projekt dotyczy:** 1) rozwój dialogu partnerstwa publiczno-społecznego i współpracy na rzecz rozwoju zasobów ludzkich na poziomie lokalnym; 2) projekty przyczyniające się do integracji społecznej mieszkańców obszarów wiejskich (z wyłączeniem instrumentów objętych zasadami pomocy publicznej); 3) Wsparcie inicjatyw lokalnych o charakterze informacyjnym, szkoleniowym i promocyjnym (np. w formie szkoleń, spotkań, seminariów) mających na celu przeciwdziałanie wykluczeniu społecznemu mieszkańców obszarów wiejskich.

**Sytuacja wniosku:** złożono protest

## 7. Projekt szkoleniowy w ramach dotacji unijnych do POKL dz.9.5.

- „Oddolne inicjatywy edukacyjne na obszarach wiejskich”

**Tytuł projektu:** „Aktywność – wiedza – przyszłość”

Projekt napisany przez Agencję Rozwoju Gdyni, złożony w partnerstwie z gminą Kosakowo (ARG lider projektu, gmina Kosakowo partner projektu).

**Projekt dotyczy:** szkoleń dla osób dorosłych, rolników i osób nieaktywnych zawodowo, posiadających wykształcenie co najmniej gimnazjalne lub odpowiednie poziomem do starego systemu kształcenia (podstawowe), zamieszkałych na terenie gminy Kosakowo, chcących podwyższyć lub uzupełnić swoje kwalifikacje, wykazujących chęć dalszego kształcenia, zainteresowanych otwarciem własnej działalności gospodarczej związanej z agroturystyką.

**Sytuacja wniosku:** zmieniono termin naboru wniosków na 2010r.

## 8. Projekty złożone do NFOŚiGW

**Tytuły projektów:** „Komponent 1 LIFE+ Przyroda i Różnorodność biologiczna.”

„Komponent 2 LIFE+ Polityka i zarządzanie w zakresie środowiska.”

„Komponent 3 LIFE+ Informacja i komunikacja.”

**Termin złożenia wniosków:** 15.09.2009r.

**Projekty dotyczą:** pokazania, w jaki sposób wdrożenie systemu zarządzania środowiskowego i audytu (EMAS) oraz działań niezbędnych do lepszego zarządzania środowiskiem mogą obniżyć wpływ na środowisko przyrodnicze w mieście położonym na przyrodniczo wrażliwym terenie, a jednocześnie wspomóc bardziej zrównoważony rozwój miasta. Dodatkowym celem jest stworzenie wytycznych dla podobnych miast dla wdrożenia systemu EMAS.

**Szczegółowe cele obejmują:**

1. Rozwój instrumentów i metodologii niezbędnych do wdrożenia systemu EMAS w Gdyni.
2. Wypracowanie działań dla lepszego zarządzania zadaniami środowiskowymi w mieście.
3. Opracowanie długoterminowej strategii ek zarządzenia.
4. Opracowanie wytycznych dla innych zainteresowanych miast.

**Zakładane rezultaty:**

1. Zintegrowany system zarządzania środowiskiem.
2. System zarządzania gospodarką odpadami i segregacji odpadów.
3. Eco-park.
4. Zintegrowany system zarządzania ruchem.
5. Oszczędności energii.
6. Strategia ek zarządzenia.
7. Wytyczne dla innych miast.

**Sytuacja wniosku:** 2010r. - koniecznie jest złożenie wniosku o uzyskanie promesy współfinansowania projektu z NFOŚ (100% finansowanie projektu).

#### Korzyści dla Miasta Gdyni:

- ➔ Pomoc w pozyskiwaniu środków unijnych dla rozwoju obszarów ważnych dla miasta.

#### Korzyści dla mieszkańców Gdyni:

- ➔ Podnoszenie jakości życia.
- ➔ Podnoszenie standardów wiedzy.
- ➔ Przeciwdziałanie bezrobociu.

### 3. PROJEKTY NOWE I KONTYNUOWANE PRZEZ AGENCJĘ W 2010 ROKU

Większość projektów planowanych i realizowanych przez Agencję Rozwoju Gdyni ma charakter ciągły i kontynuacja ich realizacji będzie miała miejsce w 2010 roku. W planach Agencji są także nowe, ciekawe i innowacyjne przedsięwzięcia, do których już trwają intensywne przygotowania.

Projekty kontynuowane w 2010 roku to:

- Szlak Kulinarny Centrum Gdyni
- Szlak Modernizmu
- Akademia Marki Miejsc
- Gdynia Adventure Day
- Letnia Akademia Gdyni
- Turystyka Inteligentna
- Gdynia Gra Jazz
- KreoGdynia
- Projekty unijne



#### Przykład projektu kontynuowanego w I kwartale 2010 roku - Karnawał Smaków w ramach Szlaku Kulinarnego Centrum Gdyni:

Agencja Rozwoju Gdyni wspólnie z restauratorami zorganizowała **Karnawał Smaków**. **Od 18 stycznia, aż do Ostatków, czyli 16 lutego** Szlak Kulinarny Centrum Gdyni zapraszał gości na Karnawał Smaków. Około 30 gdyńskich restauracji kusiło codziennie po godz. 17:00 wszystkich miłośników słodczy pysznym deserem za pół ceny, a w poniedziałkowe i wtorkowe wieczory 30% promocjami na wybrane dania.

W ramach Karnawału Smaków przeprowadzono i rozstrzygnięto **konkurs na Karnawałowy Przymak**. Zasady **konkursu Karnawałowy Przymak** były następujące – każdy, kto przestał przepis na karnawałowe danie wraz z jego zdjęciem miał szansę na zwycięstwo.

22 lutego 2010r. zebrała się specjalna Komisja Gdyńskich Smakoszy w składzie: Pani Joanna Grajter –



rzecznik Urzędu Miasta Gdyni; Pani Anna Somorowska – prezes Agencji Rozwoju Gdyni; Pan Marcin Jarzyński – szef kuchni Restauracji Santorini; Pan Krzysztof Jesiołowski – szef kuchni Bohema Jazz Club, która wybrała 10 zwycięzców Konkursu na Karnawałowy Przymak. I miejsce i nagrodę – weekend we dwoje w Hotelu Litwor w Zakopanem zdobyła Pani Aneta Klimecka z Katowic za danie „oscypkowe miseczki wypełnione rukolą, suszonymi pomidorami i włoskimi orzechami”.

Oprócz Konkursu na Karnawałowy Przymak przeprowadzono również **konkurs QUIZ KULINARNY** (ulotki z trzema różnymi zestawami pytań były dostępne w 30 restauracjach na szlaku). Wśród osób, które wysłały poprawne odpowiedzi rozlosowane zostały atrakcyjne nagrody: przewodniki kulinarne, warsztaty kulinarne, zestawy kulinarne, zaproszenia na musical „Lalka” do Teatru Muzycznego oraz wejściówki na zajęcia fitness.

Więcej informacji na temat Karnawału Smaków na stronie szlaku: [www.kulinarnagdynia.pl](http://www.kulinarnagdynia.pl)

#### 4. WSPÓŁPRACA AGENCJI Z INNYMI PODMIOTAMI

*W 2009 roku Agencja Rozwoju Gdyni podjęła współpracę z kilkoma instytucjami i przedsiębiorstwami z różnych branż w celu wzajemnego wsparcia przy realizacji planowanych projektów.*

##### Współpraca z Pomorskim Parkiem Naukowo-Technologicznym

Dnia 13 sierpnia 2009 roku odbyło się spotkanie w Pomorskim Parku Naukowo-Technologicznym w celu omówienia obszarów współpracy oraz konkretnych projektów możliwych do wspólnej realizacji w najbliższym czasie.



Oprócz znakomitych przestrzeni wystawienniczych, sal konferencyjnych, w parku funkcjonuje pierwsze i największe w Polsce Północnej Centrum Experiment - jedna z najciekawszych atrakcji miasta, dedykowana dla dzieci i młodzieży. Park to przede wszystkim ludzie oraz dynamiczne, innowacyjne firmy, w tym z branży ICT, biotechnologii oraz wzornictwa.

Ustalenia dotyczyły projektów szkoleniowych, zbudowania atrakcyjnej edukacyjnej oferty letniej Gdyni, z wykorzystaniem m.in. potencjału Centrum Experiment oraz wsparcia promocji firm PPNT.

Ważnym elementem współpracy będzie także kooperacja marketingowa, w tym promocja krzyżowa pokrewnych przedsięwzięć.

Pierwsze efekty współpracy widoczne były podczas IX Międzynarodowego Forum Gospodarczego w Gdyni, na które Agencja zaprosiła dwie firmy z Parku prezentujące w Panelu Turystyka - innowacje w

obszarze komunikacji oraz informacji - IVO Software (twórcy najlepszego na świecie syntezatora mowy) oraz InteliWISE (twórcy cyfrowych Awatarów).

### **Współpraca z Regionalną Izbą Gospodarczą Pomorza (WYG International) oraz z Fundacją Gospodarczą.**

Współpraca miała miejsce m.in. w ramach organizacji seminarium pt.: „Jak zarządzać firmą, aby odnieść sukces na szybko zmieniającym się rynku?“, które odbyło się 30 października 2009 r. w gdyńskim Hotelu Hotton.

Seminarium zorganizowano w ramach autorskiego projektu RIGP pod hasłem –„Wygrać z kryzysem.” Spotkanie prowadzone było przez wybitnego trenera zarządzania i biznesu i było okazją do zdobycia cennej wiedzy, która może stać się pomocna w skutecznych działaniach na rzecz rozwoju firmy i konkurencji na rynku krajowym i międzynarodowym. Spotkanie było wprowadzeniem do szkoleń z zakresu nowoczesnego zarządzania przeznaczonego dla przedsiębiorców (kluczowe osoby odpowiedzialne szczególnie za realizację projektów innowacyjnych) z sektora MŚP realizowanych w ramach projektów UE.

### **Współpraca z Polską Agencją Prasową**

Współpraca Agencji z PAP rozpoczęła się w kwietniu 2009 roku od organizacji konferencji prasowej wspomagającej kampanię promocyjną „Wiejij do Gdyni”. Następnie w październiku 2009 roku Polska Agencja Prasowa objęła patronatem medialnym IX Międzynarodowe Forum Gospodarcze. Agencja Rozwoju Gdyni zawdzięcza PAP również wsparcie promocyjne przy realizacji projektu badań ankietowych przeprowadzonych wspólnie z IRS Consult AG w lipcu 2009r.



### **Współpraca z Polską Izbą Turystyki (PIT)**

Współpraca z Polską Izbą Turystyki odbyła się w ramach IX Międzynarodowego Forum Gospodarczego, gdzie PIT objął wydarzenie swoim patronatem.



### **Współpraca z Pomorską Regionalną Organizacją Turystyczną (PROT)**

Współpraca Agencji z Pomorską Regionalną Organizacją Turystyczną miała miejsce w kilku obszarach: partnerstwo przy projektach unijnych, współorganizacja Akademii Marki Miejsc oraz promocja działań Agencji, takich jak m.in. IX Międzynarodowe Forum Gospodarcze, Szlak Kulinaryny Centrum Gdyni.



### Współpraca z Polską Agencją Informacji i Inwestycji Zagranicznych (PAiIZ)

Współpraca z Polską Agencją Informacji i Inwestycji Zagranicznych dotyczyła objęcia patronatem inwestorskim IX Międzynarodowego Forum Gospodarczego oraz wsparcia w kontaktach z inwestorami.



### Współpraca z Brief for Poland

Współpraca Agencji z Brief for Poland miała miejsce w 2009 roku przy organizacji IX Międzynarodowego Forum Gospodarczego, którego Brief był patronem medialnym. Wzajemna współpraca kontynuowana jest także przy realizacji Akademii Marki Miejsc, gdzie Brief jest partnerem projektu.



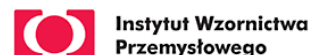
### Współpraca z Krajową Izbą Gospodarczą (KIG)

Współpraca z Krajową Izbą Gospodarczą dotyczyła objęcia patronatem przez Krajową Izbę Gospodarczą IX Międzynarodowego Forum Gospodarczego.



### Współpraca z Instytutem Wzornictwa Przemysłowego.

We wrześniu 2009 roku odbyło się spotkanie w Instytucie Wzornictwa Przemysłowego z Panią Dyrektorem Marketingu i PR Elżbietą Opiłą w sprawie integracji działań Agencji oraz Instytutu Wzornictwa Przemysłowego w 2010 roku.



W ramach przyjętych ustaleń:

- Agencja będzie uczestniczyła w przygotowaniach do Gdynia Design Days
- Instytut włączy Gdynię w promocję podczas konkursu Imagine Cup 2010



**Imagine Cup** jest największym konkursem technologicznym dla studentów na świecie. Turniej rozwija wyobraźnię, kreatywność oraz pasję w zakresie nowoczesnych technologii. Celem inicjatywy jest jednocześnie inspirowanie młodych ludzi do wykorzystania nowych technologii na rzecz rozwiązywania istotnych problemów współczesności. W tym roku przebiega pod hasłem „Wyobraź sobie świat, w którym technologia pomaga rozwiązać najtrudniejsze problemy ludzkości”. Konkurs jest podzielony na różne kategorie. W Polsce organizowane są krajowe finały kategorii Projektowanie Oprogramowania. Światowe Finały Imagine Cup 2010 odbędą się w Polsce. Informację tę ogłosił Steve Ballmer podczas

### Współpraca z POPAI International.

We wrześniu 2009 roku podjęto również współpracę z POPAI International w sprawie organizacji w Gdyni konferencji Blue Ocean oraz przy organizacji X Międzynarodowego Forum Gospodarczego.



POPAI jest jedyną na świecie, globalną organizacją dedykowaną branży marketingu handlowego (marketing at-retail), dysponującą 20 światowymi niezależnymi oddziałami i siedzibą w Waszyngtonie DC. Ponad 1300 członków stowarzyszenia POPAI na arenie międzynarodowej otrzymuje profesjonalne wsparcie i ochronę interesów branżowych, ochronę praw własności intelektualnej i praw ustawodawczych. POPAI jako reprezentant firm branży marketing at-retail koncentruje się na prowadzeniu działalności badawczej, edukacyjnej i promocyjnej ukierunkowanej na rozwijanie skutecznych i efektywnych strategii marketingowych, realizowanych przez marketerów w handlu detalicznym.

### Współpraca z ProDESIGN

Agencja Rozwoju Gdyni realizując kolejne założenia „Strategii Rozwoju Turystyki Miasta Gdyni” podjęła współpracę z firmą ProDesign z Poznania. W ramach projektu „Gdynia Miasto Dobrego Wzoru” dyskutowana jest koncepcja realizacji szeregu projektów wdrożeniowych w Gdyni, m.in. projektu KreoGdynia.



### Współpraca z PKP S.A.

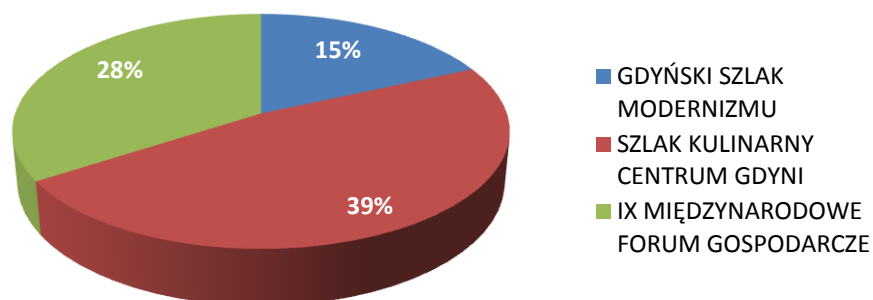
Agencja Rozwoju Gdyni podjęła w 2009 roku rozmowy z dyrekcją Gdańskiego Oddziału Dworce Kolejowe PKP SA w sprawie rewitalizacji dworca w Gdyni, dotyczącej uwzględnienia funkcji ważnych dla turysty i mieszkańca (przedstawienie wyników badań). Równocześnie podjęto rozmowy dotyczące możliwości organizacji wewnątrz Dworca Gdynia wystawy zdjęć gdyńskiego modernizmu i „kulinarnej Gdyni”.



## 5. AGENCJA ROZWOJU GDYNI W MEDIACH

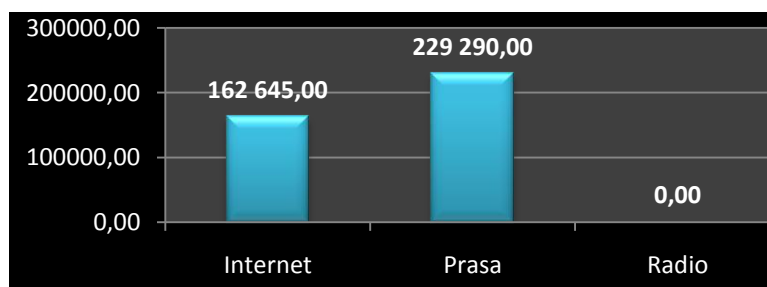
W 2009 roku udało się Agencji Rozwoju Gdyni zrealizować kilka dużych projektów na temat, których można było znaleźć bieżące informacje w prasie, w Internecie oraz w radio. W celu zbadania poziomu rozgłosu medialnego, jaki wywołała Agencja Rozwoju Gdyni w okresie od lipca do października 2009 roku została przeprowadzona analiza efektywności działań promocyjnych (więcej o metodzie badania na stronie internetowej Agencji: Best Practice Gdynia [http://arg.gdynia.pl/do\\_pobrania.html](http://arg.gdynia.pl/do_pobrania.html)).

W efekcie analizy udało się uzyskać informacje na temat tego - gdzie, kiedy i w jakich mediach pojawiły się newsy dotyczące danych wydarzeń. Najwięcej informacji opublikowano na portalach internetowych, w prasie, a także odbyły się bezpośrednie wywiady, z których jeden pojawił się w radiu. Największym zainteresowaniem cieszył się projekt Szlak Kulinarny Centrum Gdyni, następnie IX Międzynarodowe Forum Gospodarcze oraz Gdyński Szlak Modernizmu.



Kolejnym, zasługującym na uwagę, wynikiem badania efektywności działań promocyjnych Agencji Rozwoju Gdyni, był efekt finansowy rozgłosu medialnego, jaki spowodowała Agencja realizując założone projekty. Nie inwestując w kampanie promocyjne i opierając się jedynie na barterowej współpracy, działania Agencji wywołały efekt medialny w wysokości 391 935 PLN, z czego najwięcej informacji pojawiło się na portalach i forach internetowych, a najdroższą potencjalną formą reklamy była prasa.

*Ogólny, potencjalny koszt działań promocyjnych, jaki uzyskała Agencja, dzięki rozgłosowi medialnemu, nie inwestując środków finansowych w kampanie promocyjne.*



**Przykładowe publikacje na temat działalności Agencji w mediach:**

**Szlak Kulinaryny Centrum Gdyni na stronie internetowej Dziennika Bałtyckiego:**

<http://www.dziennikbaaltycki.pl/fakty24/169221,kulinaryny-weekend-gdyni-jedzenie-za-5-zl-w-40-restauracjach,id,t.html>



**Szlak Kulinaryny Centrum Gdyni na stronie internetowej portalu INTERIA.PL:**

<http://kobieta.interia.pl/kuchnia/przysmaki/news/na-kulinaryny-weekend-do-gdyni,1373107>



**Gdyński Szlak Modernizmu na stronie internetowej Serwisu Informacji Turystycznych Polskiej Agencji Prasowej:** <http://sit.pap.pl/depesze/gdynia/modernizm-gdyni-atrakcyjny-dla-turysty>



**IX Międzynarodowe Forum Gospodarcze na portalu regionalnym Wrota Pomorza:** [http://www.wrotapomorza.pl/pl/biznes/aktualnosci/wiadomosci/gdynia2009\\_forum\\_gospodarcze](http://www.wrotapomorza.pl/pl/biznes/aktualnosci/wiadomosci/gdynia2009_forum_gospodarcze)



## IX Międzynarodowe Forum Gospodarcze w Serwisie Informacji Zleconych Polskiej Agencji

Prasowej: [http://www.siz.pap.pl/palio/html.run? Instance=cms\\_siz.pap.pl& PageID=1006& RowID=175234&UIL=PL& CheckSum=938633641](http://www.siz.pap.pl/palio/html.run? Instance=cms_siz.pap.pl& PageID=1006& RowID=175234&UIL=PL& CheckSum=938633641)



**SIZ Serwis Informacji Zleconych**  
Polskiej Agencji Prasowej

Polski English

PRENUMERATA O NAS KONTAKT

**Nawigator**

- Strona główna
- Powrót
- Biznes
- Handel
- Technologie
- Konferencje
- Kultura
- Media
- Moto
- Nauka
- Prawo
- Społeczne
- Sport
- Targi
- Turystyka
- Usługi
- Zdrowie
- Emitent
- PTE
- OTS

Strona główna Powrót Drukuj

### IX Międzynarodowe Forum Gospodarcze w Gdyni

**Wpływ światowego kryzysu na polską gospodarkę morską, nowe zjawiska i trendy w sektorze turystycznym oraz rozwój przestrzeni miejskich. To główne tematy, jakie poruszą uczestnicy IX Międzynarodowego Forum Gospodarczego, które odbędzie się 9 października w Gdyni.**

To największe wydarzenie gospodarcze na Pomorzu zgromadzi kilkudziesięciu wybitnych specjalistów w dziedzinie rozwoju turystyki, najaktywniejszych przedstawicieli środowiska biznesowego oraz twórców sukcesu rozwoju miast.

W ramach Forum odbędą się trzy panele dyskusyjne:

**Pierwszy w Polsce panel PRZESTRZEN MIEJSKA (Gdynia, Hotel Nadmorski, godz. 9:00-16:00)** - niekonwencjonalne pomysły, innowacyjne metody kreowania niepowtarzalnego wizerunku miast i regionów. Wezmą w nim udział wyjątkowi goście - twórcy sukcesu rozwoju miast, m.in. Kopenhagi, Saragossy, Melbourne: dr Michał Stangel - lider panelu, pracujący dla MIT, twórca projektu Saragossa Digital Mail, case study z rozwoju Londynu, Kopenhagi, Amsterdamu, Melbourne, Dublina; Henning Thomsen z Danii (Gehl Architects); David Karasek z Czech - designer, słynny twórca mebli miejskich; dr hab. inż. Piotr Lorens z Politechniki Gdańskiej, kreator rozwoju przestrzeni miejskich.

**Panel TURYSTYKA (Gdynia, Hotel Nadmorski, godz. 9:00-16:00)** - innowacyjność, nowoczesne technologie, wyniki badań, zaskakujące rozwiązania przedstawione przez znakomitych praktyków

**Inne z tej kategorii**

**Biznes**

- Korzystny dla firm wyrok NSA w sprawie faktur
- Zielona Inicjatywa Gospodarcza - zaproszenie na konferencję
- Program ramowy na rzecz konkurencyjności i innowacji 2007-2013 (CIP). Instrumenty finansowe dla MŚP

**Konferencje**

- Zielona Inicjatywa Gospodarcza - zaproszenie na konferencję
- Międzynarodowa konferencja "Gospodarka odpadami dla krajów Europy Środkowo-Wschodniej"
- "Rusza 709 mln zł kredytu z CIP dla polskich MŚP!" - zaproszenie na konferencję prasową

**Media**

- Napisz, opublikuj i wygraj - konkurs "Nice - Technologie nie z tej ziemi"
- Korzystny dla firm wyrok NSA w sprawie faktur

Wyszukiwanie

## 4. WARTOŚCI NIEMATERIALNE I PRAWNE WYPRACOWANE PRZEZ AGENCJĘ

W 2009 roku Agencja Rozwoju Gdyni przy przygotowywaniu projektów opracowała również logotypy oraz zarejestrowała domeny dotyczące danych projektów, a także dzięki udanej współpracy z fotografami zdobyła cenne zasoby w postaci zdjęć dokumentujących ważne dla Gdyni wydarzenia.

Logotypy i materiały reklamowe wypracowane przez Agencję:

- Szlak Kulinarny Centrum Gdyni



- IX Międzynarodowe Forum Gospodarcze



- Projekt unijny Moja firma – Moje miejsce pracy



- Projekty logotypów projektów Agencji: Letnia Akademia Gdyni, Szlak Modernizmu, Gdynia Gra Jazz



- Projekt Agencji Systemu Informacji Miejskiej dla Miasta Gdyni

piktogramy - informacja miejska



piktogramy - komunikacja



wizja projektowa autobus



kartusz



tabliczki numerowe naścienne



tabliczki ulicowe naścienne



tabliczki ulicowe - kierunkowe



tabliczki ulicowe - kierunkowe, informacyjne



informacja turystyczna - tablica podstawowa

właściwośćą dwufunkcyjną tematyczno-informacyjną

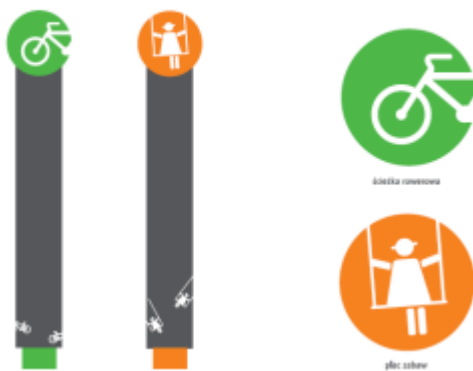


informacja turystyczna - tablica podstawowa

właściwośćą dwufunkcyjną tematyczno-informacyjną



piktogramy - rekreacja



informacja turystyczna - rekreacja

Gdynia centrum



**Domeny internetowe wypracowane przez Agencję:**

[www.kulinarnagdynia.pl](http://www.kulinarnagdynia.pl)

[www.szlak-kulinaryny.pl](http://www.szlak-kulinaryny.pl)



[www.mojafirma.arg.gdynia.pl](http://www.mojafirma.arg.gdynia.pl)



[www.kreogdynia.pl](http://www.kreogdynia.pl)

[www.muzeumemigracji.pl](http://www.muzeumemigracji.pl)

[www.muzeumemigracji.org](http://www.muzeumemigracji.org)

[www.ulicemiast.pl](http://www.ulicemiast.pl)

**Zdjęcia będące własnością Agencji Rozwoju Gdyni:**

- ze Szlaku Kulinarnego Centrum Gdyni



- z IX Międzynarodowego Forum Gospodarczego



- z Gdyniejskiego Szlaku Modernizmu



Więcej zdjęć na stronie internetowej: [www.arg.gdynia.pl/galeria](http://www.arg.gdynia.pl/galeria)

## 5. KORZYŚCI Z DZIAŁALNOŚCI AGENCJI DLA ROZWOJU MIASTA GDYNI

Strategiczne kierunki działania Agencji Rozwoju Gdyni określają kluczowe zamierzenia pozwalające realizować jej misję i związane są z decyzjami dotyczącymi zmiany lub utrzymania sposobu wykorzystania posiadanych i pozyskiwanych z otoczenia zasobów. Rezultatem realizacji poniższych strategicznych kierunków działań Agencji są korzyści dla rozwoju Miasta Gdyni, odnoszące się do poszczególnych grup docelowych miasta, takich jak: mieszkańcy Gdyni, turyści, inwestorzy.

**Strategiczne kierunki działania zostały określone dla 5 obszarów aktywności Spółki i przedstawiają się następująco:**

### I. Gdynianie:

#### 1. Wzmacnianie aktywności obywatelskiej

Wskaźnik:

- liczba projektów realizowanych we współpracy z organizacjami pozarządowymi,
- liczba uczestniczących mieszkańców w inicjatywach realizowanych przez Agencję.\*

#### 2. Wspieranie aktywności zawodowej

Wskaźnik:

- przyrost liczby osób, które brały udział w ramach projektów realizowanych z udziałem Agencji.\*

#### 3. Zwiększanie możliwości rozwoju mieszkańców poprzez kulturę, sport i rekreację

Wskaźnik:

- przyrost liczby mieszkańców korzystających z oferty kulturalnej przygotowanej przez Agencję,
- przyrost liczby mieszkańców korzystających z oferty sportowej i rekreacyjnej przygotowanej przez Agencję,
- liczba zrealizowanych projektów zwiększających możliwości rozwoju mieszkańców poprzez kulturę, sport i rekreację,
- ocena poziomu satysfakcji mieszkańców w zakresie możliwości rozwoju poprzez kulturę (w cyklicznie prowadzonych badaniach),
- ocena poziomu satysfakcji mieszkańców w zakresie możliwości rozwoju poprzez sport i rekreację (w cyklicznie prowadzonych badaniach).\*

### II. Gospodarka:

#### 1. Wzmacnianie Gdyni jako ośrodka wzrostu gospodarczego

Wskaźnik:

- wzrost liczby uczestników Forum Gospodarczego,
- wzrost liczby wejść na stronę Forum Gospodarczego,
- ilość wywołanych publikacji dotyczących sektora gospodarki Gdyni.\*

#### 2. Wspieranie rozwoju MŚP (małych i średnich przedsiębiorstw)

Wskaźnik:

- liczba MŚP, która wzięła udział w projektach realizowanych przez Agencję,
- liczba wejść na podstronę dedykowaną dla biznesu.\*

#### 3. Rozwijanie systemu współdziałania przedsiębiorców

Wskaźnik:

- wzrost liczby inicjatyw/przedsięwzięć realizowanych wspólnie w środowisku przedsiębiorców.\*

#### 4. Wspieranie powiązań pomiędzy nauką i badaniami, a działalnością gospodarczą

Wskaźnik:

- przyrost liczby przedsiębiorców i przedstawicieli środowiska nauki we wspólnych inicjatywach,
- liczba wspólnych inicjatyw przedsiębiorców i przedstawicieli środowiska nauki.\*

#### 5. Wdrażanie Strategii Rozwoju Turystyki Gdyni

Wskaźnik:

- liczba inicjowanych projektów turystycznych,
- liczba wdrożonych projektów turystycznych.\*

### III. Współpraca z otoczeniem, konurbacja Trójmiasto:

#### 1. Rozwijanie funkcji inkubatora rozwiązań dla Regionu

Wskaźnik:

- przyrost liczby inicjatyw dotyczących regionu,
- wzrost liczby instytucji realizujących z Agencją wspólnie inicjatywy dotyczące regionu.\*

#### 2. Konsolidowanie koncepcji i programów rozwojowych w obrębie Konurbacji

Wskaźnik:

- liczba wspólnych koncepcji i programów rozwojowych w obrębie Konurbacji.\*

### IV. Przestrzeń:

#### 1. Rozwój przestrzeni miejskiej m.in. System Identyfikacji Miejskiej

Wskaźnik:

- ilość przeprowadzonych konsultacji/konferencji dotyczących systemu identyfikacji miejskiej,
- liczba przeprowadzonych bezpośrednich badań na reprezentatywnej grupie (mieszkańców, turystów) dotyczących systemu identyfikacji miejskiej.\*

#### 2. Rewitalizacja Śródmieścia Miasta, w tym dworca PKP

Wskaźnik:

- liczba udokumentowanych inicjatyw.\*

### V. Wyniki ekonomiczno - finansowe Spółki:

#### 1. Zdolność realizacji celów strategicznych

Wskaźnik:

- stopień wykonania budżetu,
- wartość pozyskanych projektów,
- wartość publikacji o mieście wywołana przez Agencję.\*

#### 2. Trwałość rozwoju w oparciu o wiedzę

Wskaźnik:

- dostępna baza dobrych praktyk,
- liczba wdrożonych rozwiązań innowacyjnych.\*

\* Wymienione wskaźniki będą analizowane przez Agencję w okresie – rok do roku.

Korzyści dla rozwoju Miasta Gdyni	Korzyści dla mieszkańców Gdyni	Korzyści dla turystów	Korzyści dla inwestorów
<ol style="list-style-type: none"> <li>Zgodnie z mottem promocyjnym Agencji Rozwoju Gdyni: „<i>Gdynia otwartym oknem na świat!</i>”, „<i>Gdynia znowu pierwsza!</i>” – budowanie marki Gdyni jako miasta unikalnego, przyciągającego uwagę swoimi osiągnięciami zarówno w Polsce, jak i za granicą, poprzez wdrażanie nowych produktów turystycznych, innowacji i ciągłe poszukiwanie niszy rynkowej dla rozwoju miasta.</li> <li>Gdynia jako przykład dobrych praktyk do naśladowania przez inne samorządy i instytucje. Dobre praktyki wypracowane przez Agencję w 2009 roku to m.in. wdrażanie innowacyjnych rozwiązań (np. szlaki kulturowe), badania ankietowe wśród turystów oraz badania efektywności działań promocyjnych, programy szkoleniowo-edukacyjno-doradcze z zakresu marketingu terytorialnego, designu przestrzeni miejskiej (Akademia Marki Miejsc, Open Door Design), inne.</li> <li>Gdynia jako miejsce spotkań ekspertów z Polski i z Europy – ciekawe konferencje i szkolenia w ramach Akademii Marki Miejsc, czy IX Międzynarodowego Forum Gospodarczego.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Tworzenie nowych, atrakcyjnych propozycji aktywnego spędzania czasu w mieście, szczególnie dla rodzin z dziećmi – Letnia Akademia Gdyni, szlaki kulturowe.</li> <li>Poprawa jakości usług świadczonych dla mieszkańców i turystów, w szczególności usług gastronomicznych – bogaty i różnorodny wybór kuchni w atrakcyjnych cenach (projekt Szlak Kulinaryny Centrum Gdyni).</li> <li>Tworzenie ciekawych programów szkoleniowo-doradczo-edukacyjnych skierowanych do różnych grup mieszkańców: dla rodzin z dziećmi (Letnia Akademia Gdyni), dla osób bezrobotnych (Moja firma – Moje miejsce pracy), dla firm i instytucji (Akademia Marki Miejsc, IX Międzynarodowe Forum Gospodarcze).</li> <li>Działania Agencji Rozwoju Gdyni mające na celu przyciągnięcie turystów i inwestorów przyczynią się również do wzrostu zapotrzebowania na nowych pracowników, a w efekcie do wzrostu zatrudnienia wśród mieszkańców i polepszenia ich jakości życia.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Wiele ciekawych propozycji spędzenia urlopu właśnie w Gdyni (m.in. projekt Letnia Akademia Gdyni, szlaki).</li> <li>Atrakcyjne centrum (Śródmieście) Gdyni jako stały punkt wycieczek turystycznych.</li> <li>Całoroczna oferta turystyki miejskiej i weekendowej, dzięki propozycji wdrożenia pakietów turystycznych łączących kilka usług turystycznych w atrakcyjnej dla turysty cenie (projekt Turystyka Inteligentna).</li> <li>Bogata i różnorodna oferta gastronomiczna w przystępnych cenach (projekt Szlak Kulinaryny Centrum Gdyni).</li> <li>Gdynia miastem przyjaznym turystyce, dzięki spełnianiu oczekiwań i podnoszeniu jakości obsługi m.in. poprzez wdrożenie przez Agencję czytelnego Systemu Informacji Miejskiej.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Budowanie marki Gdyni jako miasta nowoczesnego i unikalnego, które wdraża innowacyjne rozwiązania sprzyjające rozwojowi miasta, mieszkańcom, turystom, przedsiębiorcom i nowym inwestycjom.</li> <li>Zwiększanie konkurencyjności miasta wśród innych miejscowości nadmorskich, dzięki budowaniu bogatej i różnorodnej oferty turystycznej przeznaczonej zarówno dla polskich, jak i zagranicznych turystów (pakiety turystyczne, oferty turystyki miejskiej i weekendowej, szlaki kulturowe), co ma zachęcić do tworzenia nowych inwestycji turystycznych w Gdyni.</li> <li>Ożywienie rynku usług gastronomicznych i zwiększenie konkurencyjności gdyńskich lokali, dzięki działaniom promocyjnym w ramach projektu Szlak Kulinaryny Centrum Gdyni – pobudzenie nowych inwestycji w gastronomię.</li> </ol>

<p>4. Ożywienie ważnych przestrzeni miasta – w szczególności zwiększanie zainteresowania centrum miasta (Śródmieściem) poprzez liczne akcje jak np. Szlak Kulinaryny Centrum Gdyni, Szlak Modernizmu, budowa Systemu Informacji Miejskiej.</p> <p>5. Budowanie silnej marki Gdyni w mediach, dzięki pozytywnemu rozgłosowi medialnemu, który towarzyszy większym projektom realizowanym przez Agencję Rozwoju Gdyni, jak np. I Weekend Kulinaryny Gdyni, IX Międzynarodowe Forum Gospodarcze.</p> <p>6. Konkurencyjność Gdyni w porównaniu z innymi miastami metropolii trójmiejskiej, czy miastami nadmorskimi, dzięki projektom adresowanym do turystów – szlaki, Letnia Akademia Gdyni, współpraca przy kampanii promocyjnej „Wiejjj do Gdyni”.</p> <p>7. Budowanie marki Gdyni jako miasta otwartego i przyjaznego inwestorom oraz turystom z Polski i ze świata, dzięki organizacji spotkań biznesowych, szkoleń, „budowie” nowych atrakcji turystycznych (rok 2010 – Muzeum Emigracji) oraz innych działań mających na celu podnieść jakość obsługi turysty oraz inwestora.</p> <p>8. Gdynia miastem atrakcyjnym dla biznesu - budowanie marki w Polsce i na świecie – <i>Gdynia jako organizator największego wydarzenia gospodarczego i biznesowego w 2009 roku na Pomorzu (IX Międzynarodowe Forum Gospodarcze).</i></p>	<p>5. Szkolenia i doradztwo realizowane przez Agencję mają na celu podnoszenie kwalifikacji zawodowych osób bezrobotnych i zwiększanie szans na zatrudnienie, bądź otwarcie własnej działalności gospodarczej (projekty unijne POKL).</p> <p>6. Wspieranie życia mieszkańców w sferze kulturowej (projekt Gdynia Gra Jazz) oraz sportowej (Gdynia Adventure Days).</p> <p>7. Wspieranie rozwoju branży przemysłu kreatywnego: nowe inwestycje - nowe firmy - nowe miejsca pracy.</p> <p>8. Wspieranie budowy nowoczesnej, estetycznej i przyjaznej mieszkańcom i turystom przestrzeni miejskiej (m.in. projekt Systemu Informacji Miejskiej).</p> <p>9. Wdrażanie przez miasto we współpracy z Agencją innowacyjnych rozwiązań ma na celu podnieść komfort i jakość życia mieszkańców Gdyni.</p> <p>10. Badanie opinii turystów i mieszkańców Gdyni ma na celu wyjście naprzeciw oczekiwaniom i wymaganiom oraz uwzględnienie potrzeb społeczeństwa w realizacji Strategii Agencji Rozwoju Gdyni i Strategii Rozwoju Miasta.</p>	<p>6. Badanie zadowolenia turysty z pobytu w Gdyni przeprowadzone przez IRS Consult AG we współpracy z ARG jako sposób zdobycia informacji na temat potrzeb i oczekiwań turystów.</p> <p>7. Ciekawe propozycje spędzania aktywnie wycieczki dla amatorów i zaawansowanych sportowców, dzięki projektowi Gdynia Adventure Days.</p> <p>8. Gdynia wspaniałym miejscem dla pasjonatów jazzu – szlak Gdynia Gra Jazz jako kolejne wydarzenie muzyczne obok Heineken Open'er Festival, w którym warto uczestniczyć (promocja oferty klubów, koncertów oraz twórców jazzowych związanych z miastem).</p>	<p>4. Bogaty program szkoleniowo-doradczy realizowany przez Agencję jako metoda na wspieranie przedsiębiorców oraz nowych inwestorów rozpoczynających działalność na rynku.</p> <p>5. Konferencje i spotkania z ekspertami organizowane przez Agencję są znakomitą okazją do zapoznania się z innowacjami z Polski i ze świata oraz do nawiązania cennych kontaktów biznesowych (Akademia Marki Miejskiej, IX Międzynarodowe Forum Gospodarcze).</p>
---	--	--	--

<p>9. Zdobywanie cennych rekomendacji i opinii na temat projektów i wydarzeń w Gdyni od ważnych postaci świata biznesu i gospodarki, co sprawia, że Gdynia jest miastem godnym zaufania i godnym naśladowania.</p> <p>10. Inwestowanie w turystykę i realizacja projektów Agencji Rozwoju Gdyni, które mają na celu zwiększenie atrakcyjności i jakości usług turystycznych, przyciągnięcie turystów i przedłużenie ich pobytu w Gdyni nie tylko w okresie wakacji, ale również w ciągu roku, dzięki ofercie pakietów turystycznych (projekt Turystyka Inteligentna). W efekcie wzrost zainteresowania turystów Gdynią wiąże się ze wzrostem dochodów miasta.</p> <p>11. Gdynia miastem nie tylko dla biznesu i dla turystyki, ale również dla miłośników przyrody i sportu (Gdynia Adventure Days), dla pasjonatów jazzu (Gdynia Gra Jazz), dla kreatorów przestrzeni miejskiej i miłośników architektury (Kreo Gdynia, Open Door Gdynia, Gdyński Szlak Modernizmu) oraz dla smakoszy (Szlak Kulinaryny Centrum Gdyni).</p> <p>12. Gdynia Miastem Kreacji otwartym na nowe, ergonomiczne rozwiązania designerskie – projekt Open Door Gdynia, KreoGdynia.</p> <p>13. Pozyskiwanie dotacji unijnych przez Agencję Rozwoju Gdyni na rozwój turystyki, szkolenia osób bezrobotnych oraz nowe inwestycje dające zatrudnienie i umożliwiające ciągły rozwój miasta.</p>			
---	--	--	--

**Dane teleadresowe i kontraktowe Spółki:**

**Agencja Rozwoju Gdyni Sp. z o.o.**

tel/fax 58 669-70-04

81-391 Gdynia, ul. Świętojańska 53/8

NIP: 5862231214, KRS: 0000323812

[www.arg.gdynia.pl](http://www.arg.gdynia.pl)