



ЛОДЗИНСКА ТУРИСТИЧНА ОРГАНИЗАЦИЯ



ПЛАН ПРЕЗЕНТАЦІЇ

1. УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В ПОЛЬЩІ
2. ТУРИСТИЧНА ІНФОРМАЦІЯ – м. ЛОДЗЬ
3. АНАЛІЗ УМОВ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В м. ЛОДЗЬ
4. ОСНОВНІ ГРУПИ ТУРИСТИЧНИХ ПРОДУКТІВ м. ЛОДЗЬ
5. СТВОРЕННЯ ЛОДЗИНСЬКОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ (ЛТО)
6. БРЕНД ОРГАНІЗАЦІЇ
7. ОРГАНИ УПРАВЛІННЯ
8. ЧЛЕНИ ЛТО
9. ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА
10. БЮДЖЕТ ЛТО
11. ОКРЕМІ НАПРЯМИ ДІЯЛЬНОСТІ ЛТО
12. ПЛАНИ РОЗВИТКУ ЛТО

УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНОЮ ДІЯЛЬНОСТІЮ В ПОЛЬЩІ

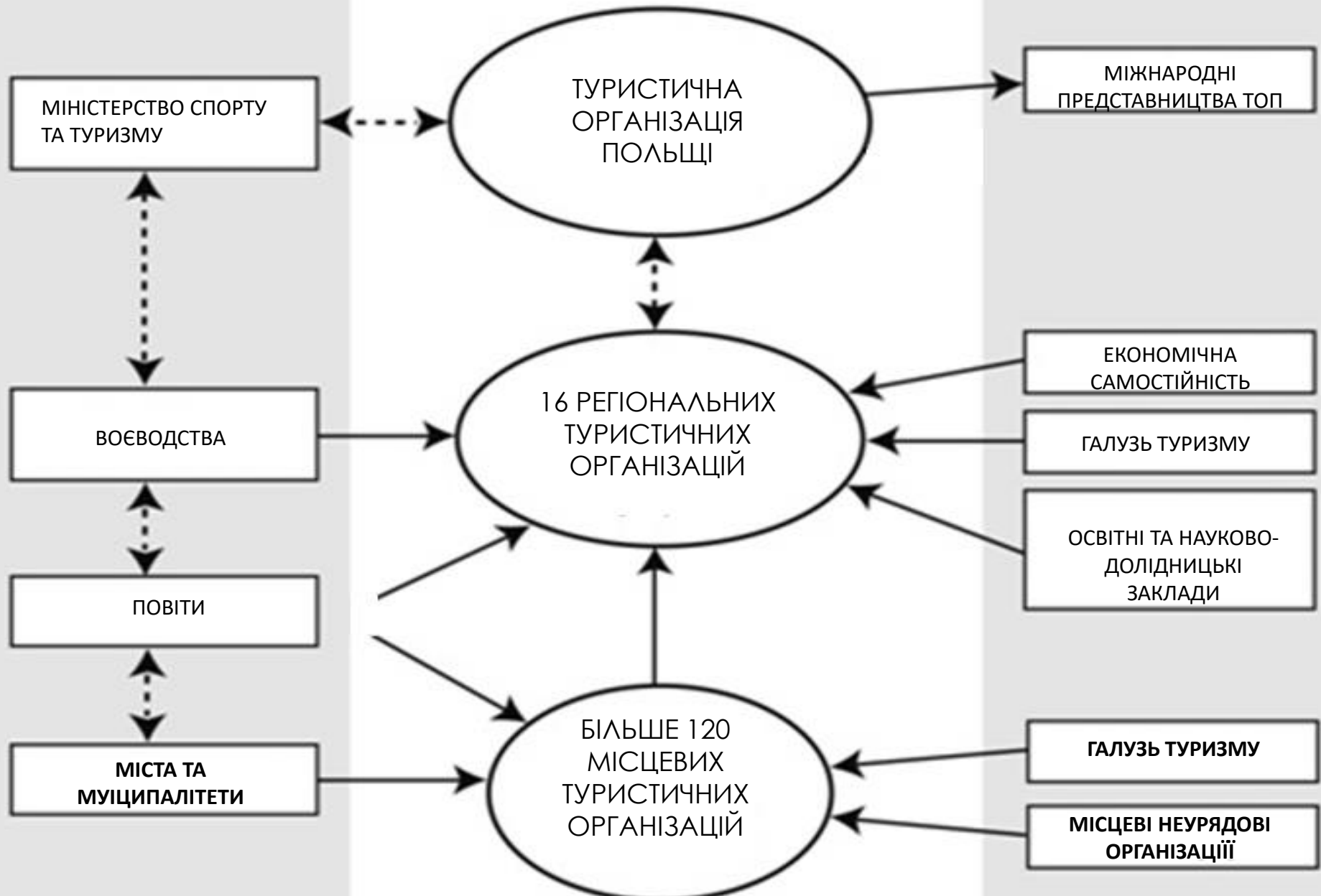
Правова основа діяльності місцевих туристичних організацій в Польщі:

- Закон про організацію туристичної діяльності в Польщі від 1999 року
- Закон про асоціації від 1989 року

Державні органи

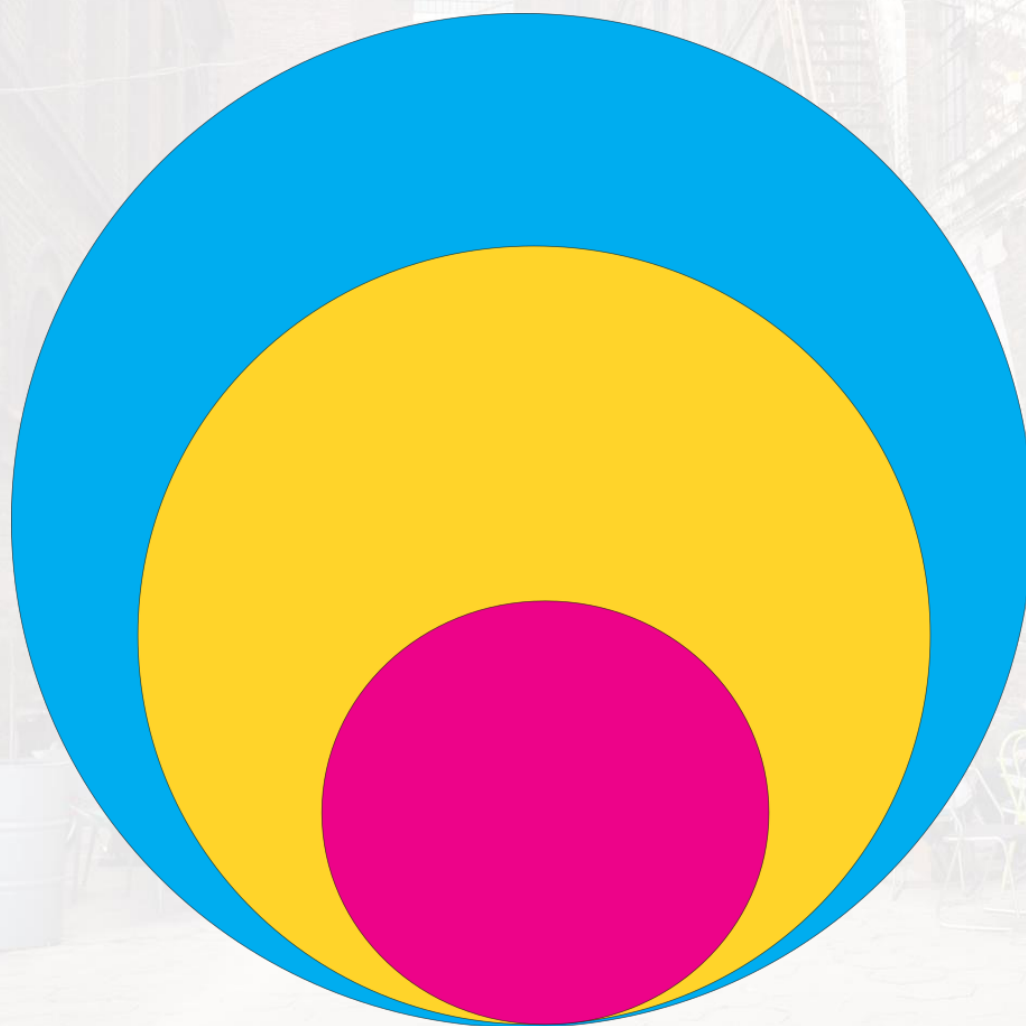
ТУРИСТИЧНІ ОРГАНІЗАЦІЇ

ГАЛУЗЬ ТУРИЗМУ





ТУРИСТИЧНА ІНФОРМАЦІЯ – м. ЛОДЗЬ (2017)



**Відвідувачі
1,2 МЛН**

**Туристи
0,7 МЛН**

**Іноземні
туристи
0,12 МЛН**



УМОВИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В м. ЛОДЗЬ – СИЛЬНІ СТОРОНИ

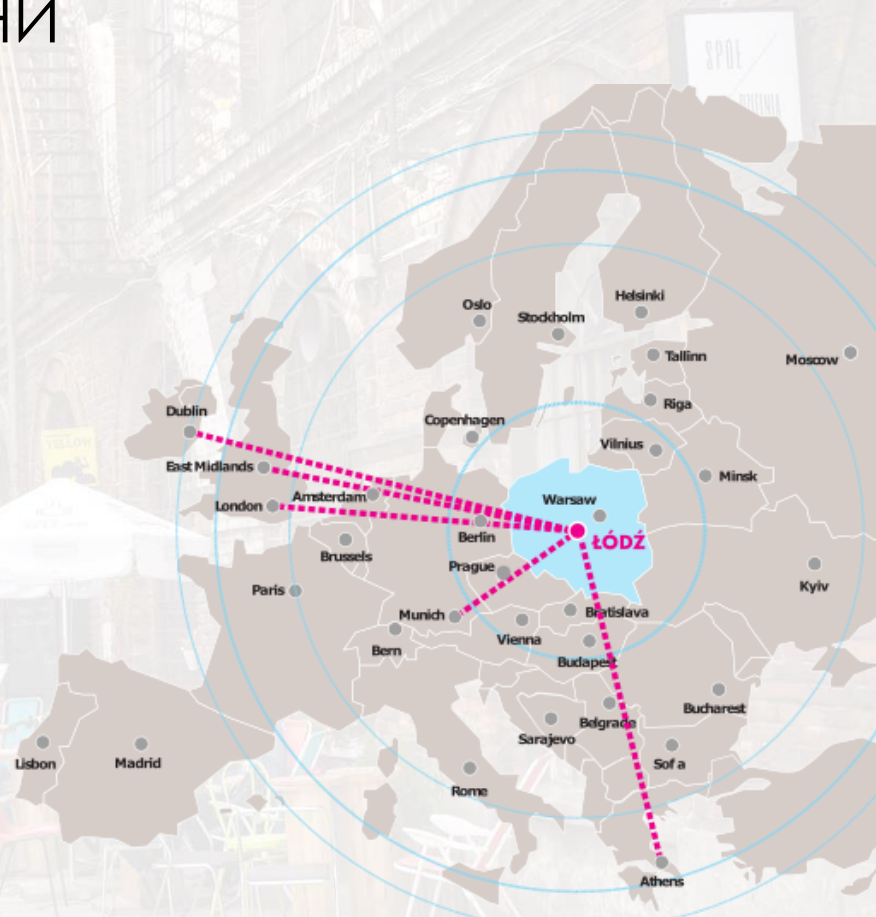
- Гарне транспортне сполучення
- Високий рівень умов проживання, підтверджений думкою гостей
- Значна роль бізнес туризму, збільшення популярності міського туризму, потужний дослідницький центр
- Унікальна пост-індустріальна архітектура
- Специфічна атмосфера, легке відчуття «віддаленості», ритм життя повільніший ніж в інших великих містах
- Значна кількість культурних, спортивних та розважальних подій
- Нижчі ціни на окремі послуги та товари ніж в інших містах Польщі
- Досвідчений управлінський персонал



РОЗТАШУВАННЯ м. ЛОДЗЬ НА
АВТОМАГІСТРАЛЯХ

УМОВИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В М. ЛОДЗЬ – СЛАБКІ СТОРОНИ

- Негативне сприйняття м. Лодзь поляками
- Незадовільний технічний стан окремих історичних будівель
- Погане зазначення доріг та туристичних об'єктів
- Поганий стан дорожньої інфраструктури, ремонт доріг триває
- Мала кількість авіаційних напрямків
- Туристичні агентства не пропонують Лодзь, низький рівень місцевих операторів



НАПРЯМКИ РЕЙСІВ З АЕРОПОРТУ М.
ЛОДЗЬ



ОСНОВНІ ГРУПИ ТРУИСТИЧНИХ ПРОДУКТІВ м. ЛОДЗЬ

ДІЛОВИЙ ТУРИЗМ

Бізнес заходи
конференції
конгреси
ярмарки
мотиваційні заходи
бізнес-тренінги

НАВЧАННЯ

музеї
туристичні атракці
тематичні виставки

ТУРИ ВИХІДНОГО ДНЯ

заходи
шоппінг
пост-індустріальна архітектура
розваги
культура



ОСНОВНІ ЕМІСІЙНІ РИНКИ СТРАТЕГІЧНІ РИНКИ

ПРЯМІ РЕЙСИ



НІМЕЧЧИНА



ВЕЛИКА БРИТАНІЯ



ІРЛАНДІЯ

СХІДНІ РИНКИ



УКРАЇНА



РОСІЯ

ЗАХІДНІ РИНКИ



ФРАНЦІЯ



БЕЛЬГІЯ



НІДЕРЛАНДИ

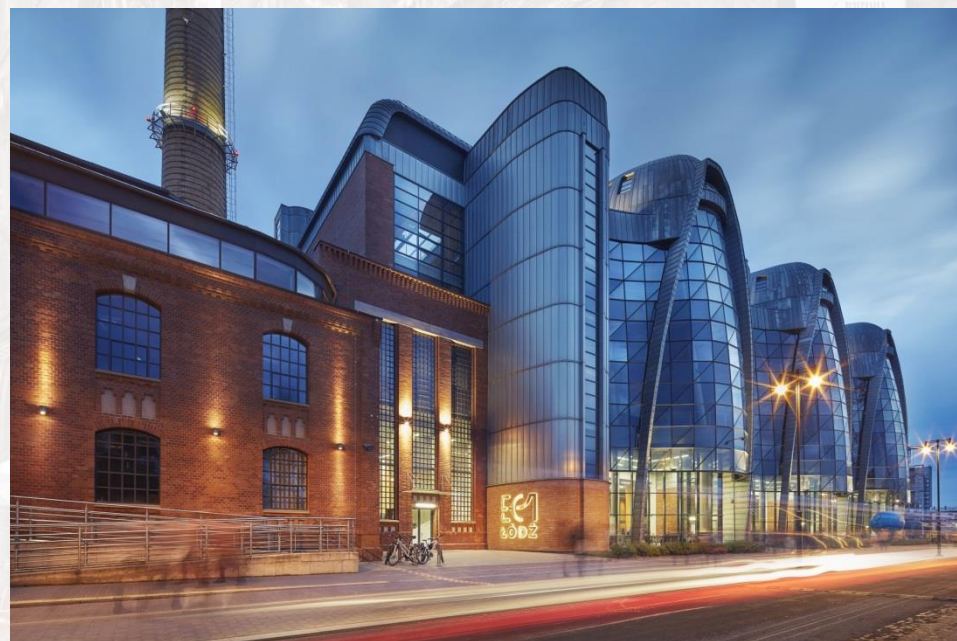
СЕНТИМЕНТАЛЬНИЙ ТУРИЗМ



ІЗРАЇЛЬ

СТВОРЕННЯ ЛОДЗИНСЬКОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ (ЛТО)

1. Ідея виникла в мерії м. Лодзь на підставі досвіду співпраці з туристичною організацією Лодзинського регіону
2. Середина 2016 року – повноваження щодо створення організації покладені на майбутнього виконавчого директора
3. Грудень 2016 року – спроба оптимізувати співпрацю між мерією міста Лодзь та туристичним бізнесом – серія інформаційних зустрічей для зацікавлених організацій



*ЕС1 ЛОДЬ – МІСТО КУЛЬТУРИ
КОЛИШНЯ ТЕПЛОЕЛЕКТРОСТАНЦІЯ*

СТВОРЕННЯ ЛОДЗИНСЬКОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ (ЛТО)

4. Січень 2017 року – засідання робочої групи (робота над статутом, проектом положення про членські внески та планом діяльності на 2017 рік)
5. Січень 2017 року – подання заяви про реєстрацію до Державного Судового Реєстру
6. Березень 2017 року – перші загальні збори членів, обрання органів управління
7. Червень 2017 року – підбір персоналу, досягнення повних операційних можливостей.



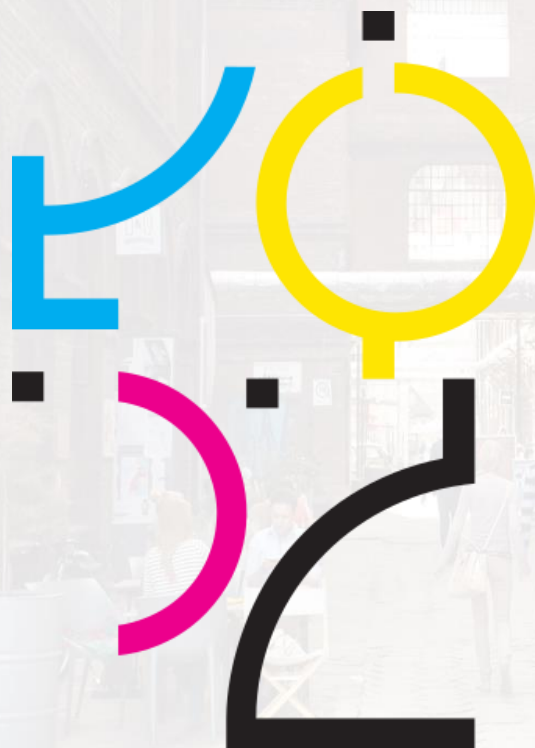
*БІЛА ФАБРИКА ГЕЙЄРА,
ЦЕНТРАЛЬНИЙ МУЗЕЙ ТЕКСТИЛЬНОЇ
ПРОМИСЛОВОСТІ*



БРЕНД ОРГАНІЗАЦІЇ

БРЕНД МІСТА

БРЕНД ОРГАНІЗАЦІЇ
(РІЗНІ ВАРІАНТИ)



**ŁÓDZKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA**



**ŁODZ
TOURISM
ORGANIZATION**



**Лодзинська
Туристична
Організація**



ОРГАНИ УПРАВЛІННЯ

Загальні збори членів

- Найвищий орган управління Асоціації
- Складається з представників всіх членів (березень 2019 року: 62 особи)
- Звільняє Правління, Раду та Ревізійну комісію
- Затверджує статут, програму діяльності та бюджет

Рада Асоціації

- Складається із 7 осіб – голова є заступником мера міста
- Визначає та контролює напрями розвитку Асоціації
- Звітує про свою діяльність перед загальними зборами
- Приймає рішення про вступ або виключення з членів

Правління (Виконавчий директор)

- Одна особа
- Призначається Радою Асоціації
- Здійснює управління поточною діяльністю Асоціації
- Представляє інтереси членів
- Виконує рішення загальних зборів та Ради

Ревізійна комісія

- Складається з трьох осіб
- Проводить перевірку діяльності Асоціації не рідше 1 разу на рік
- Надає рекомендації за результатами проведених перевірок
- Звітує про свою діяльність перед загальними зборами

ЧЛЕНИ ЛОДЗИНСЬКОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

БЕРЕЗЕНЬ 2017 – 35 ЧЛЕНІВ-ЗАСНОВНИКІВ

БЕРЕЗЕНЬ 2019 – 62 ЧЛЕНИ

МЕРІЯ МІСТА ЛОДЗЬ

ГОТЕЛІ ТА ІНШІ ОБ'ЄКТИ РОЗМІЩЕННЯ

ІВЕНТ АГЕНЦІЇ

МУЗЕЇ

ТЕАТРИ

ПАРКИ АТРАКЦІОНІВ

ГАСТРОНОМІЯ ТА КЕТЕРИНГ

КОНФЕРЕНЦ ЗАЛИ

ТУРИСТИЧНІ АГЕНТСТВА

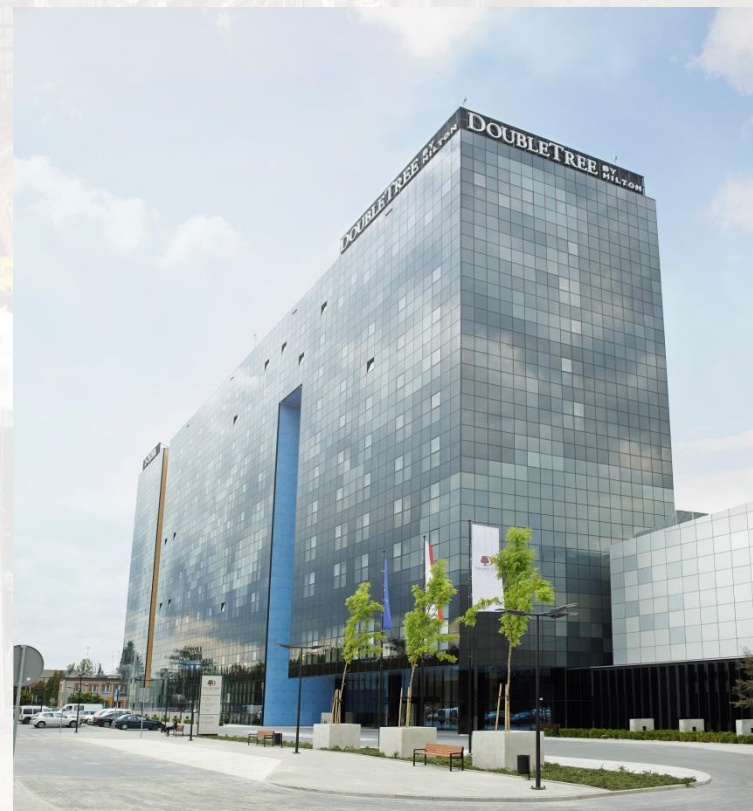
АЕРОПОРТ ЛОДЗЯ

ГРОМАДСЬКИЙ ТРАНСПОРТ

УНІВЕРСИТЕТИ

НЕУРЯДОВІ ОРГАНІЗАЦІЇ

МЕДІА



*HOTEL DOUBLETREE BY HILTON
ŁÓDŹ*



ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА

ВИКОНАВЧИЙ
ДИРЕКТОР

Відділ
туристичної
інформації

Конгрес-бюро
Лодзю

Відділ туризму
для дозвілля

ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА

ВІДДІЛ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ

- Центр туристичної інформації знаходиться на вулиці Піотрковська, 28 (центральна частина міста)
- Послуги для відвідувачів інформаційного центру
- Верстка, друк та розповсюдження друкованих рекламних матеріалів
- Продаж сувенірної продукції
- Карта туриста Лодзю
- Онлайн маркетинг



*ЛОДЗИНСЬКА ТУРИСТИЧНА ІНФОРМАЦІЯ
ПЬОТРКОВСЬКА 28, ЛОДЗЬ*

ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА

КОНГРЕС-БЮРО ЛОДЗЯ

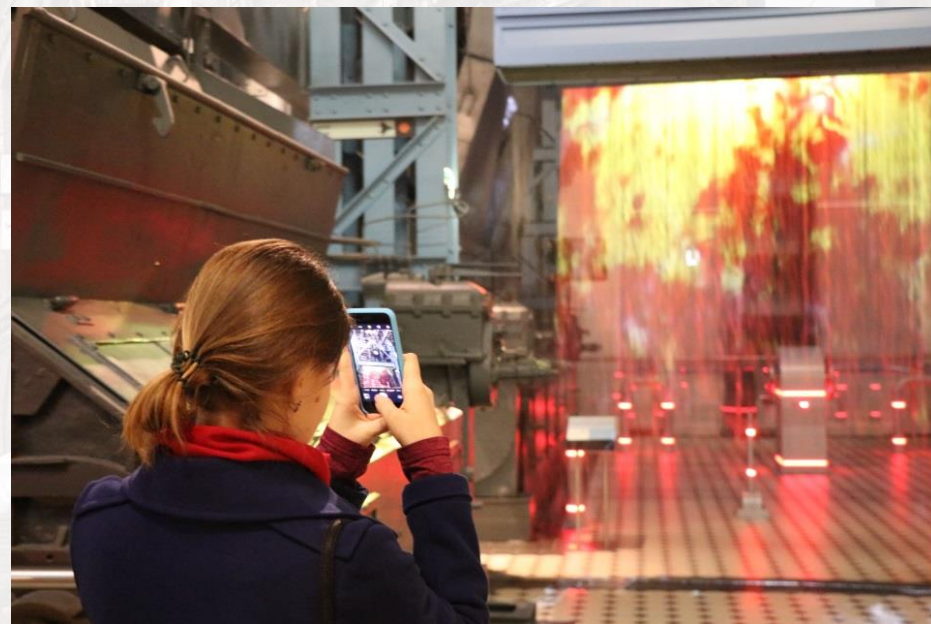
- Розробка комплексних пропозицій для бізнес туризму
- Інформаційна та організаційна підтримка конференцій та організаторів заходів
- Участь в ярмарках MICE та інших заходах
- Навчальні тури для організаторів заходів
- Розміщення інформації для MICE
- Он-лайн маркетинг



*BUSINESS MEETING IN DOUBLETREE BY HILTON
ŁÓDŹ HOTEL*

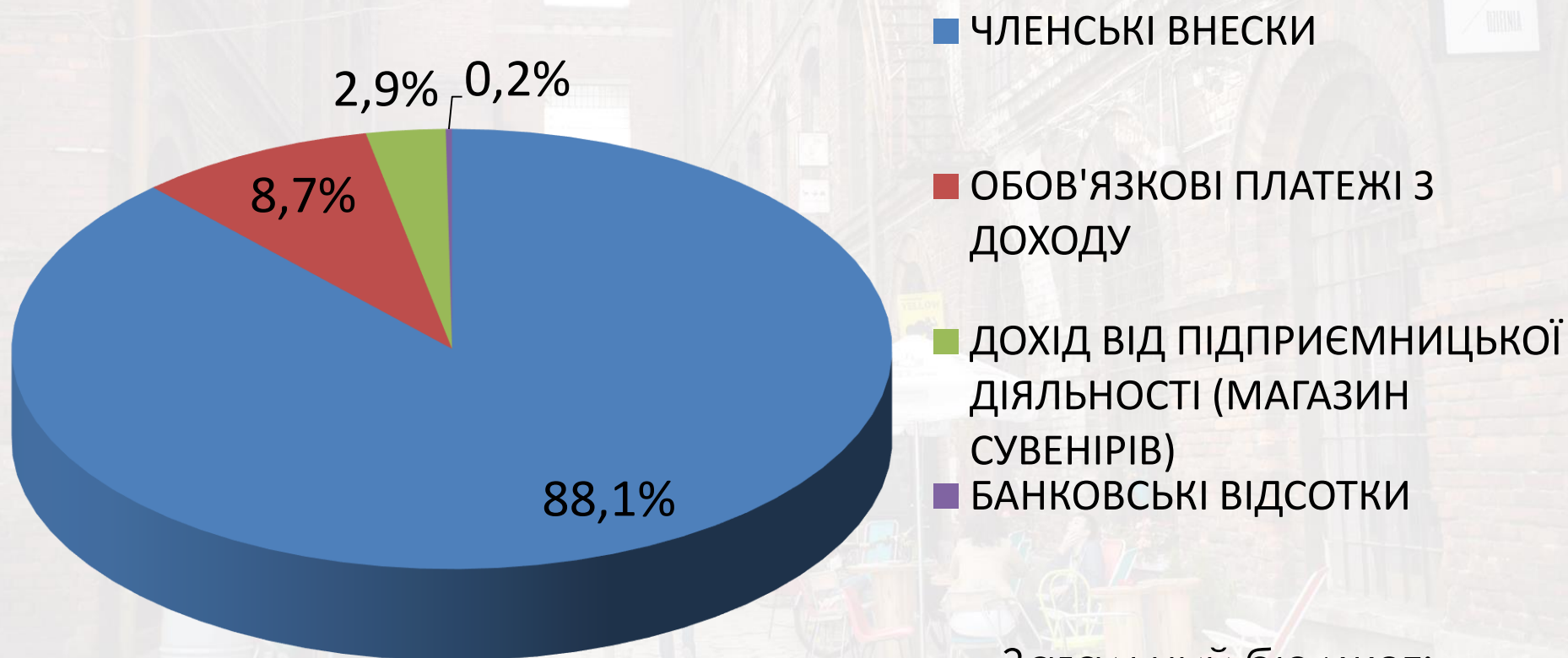
ВІДДІЛ ТУРИЗМУ ДЛЯ ДОЗВІЛЛЯ

- Участь в ярмарках та інших заходах для індивідуального туризму
- Навчальні та прес-тури для журналістів, блогерів та інших лідерів думок
- Маркетингові кампанії на емісійних ринках
- Друковані матеріали для індивідуальних туристів
- Он-лайн маркетинг



ЕС1 ЦЕНТР НАУКИ І ТЕХНІКИ

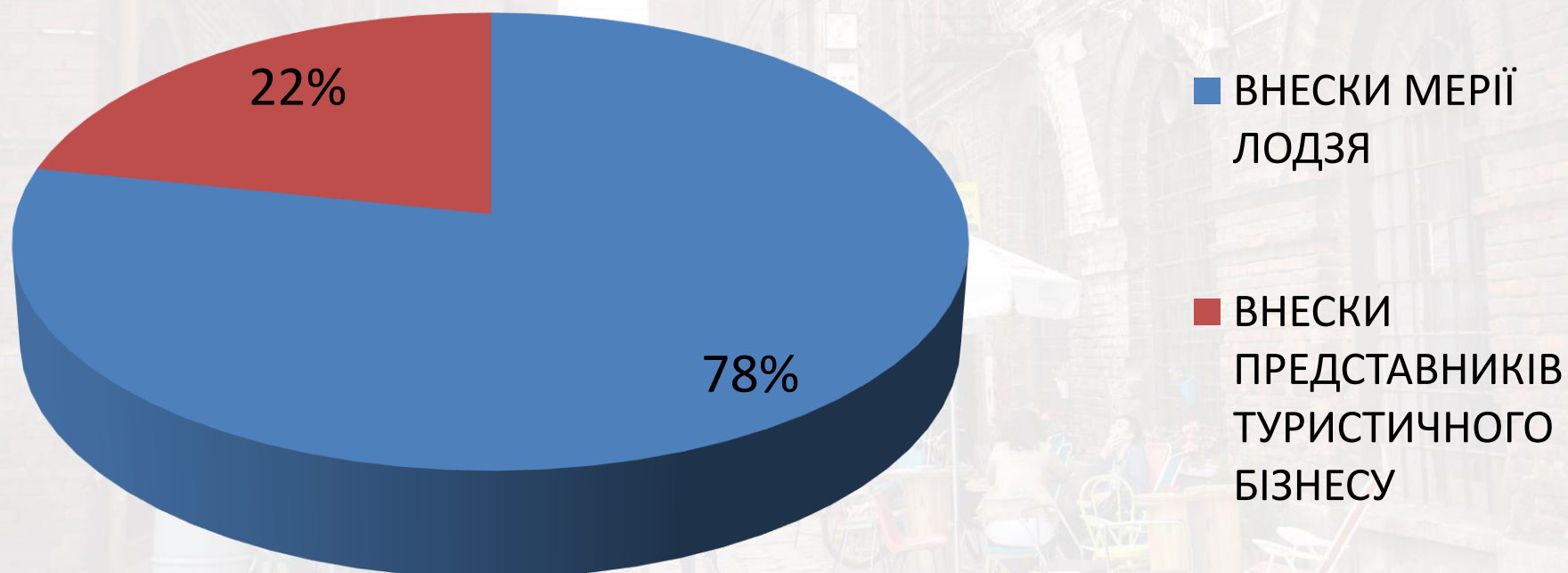
БЮДЖЕТ ЛТО (2018 РІК)



Загальний бюджет:
1,319 млн. PLN
(360 139 EUR, 347 820 USD)



ЧЛЕНСЬКІ ВНЕСКИ (2018 РІК)





ОКРЕМІ ВИДИ ДІЯЛЬНОСТІ ЛТО

НАВЧАЛЬНІ ТУРИ (2018 РІК)

ПРЕС-ТУРИ



24 ТУРИ



98 ОСІБ

ІНШІ ТУРИ



9 ТУРІВ



89 ОСІБ



5 great reasons to visit Lodz, Poland



ОКРЕМІ ВИДИ ДІЛЬНОСТІ ЛТО

ОН-ЛАЙН МАРКЕТИНГ



www.lodz.travel



social media

4 МОВНІ ВЕРСІЇ:

- ПОЛЬСЬКА
- АНГЛІЙСЬКА
- НІМЕЦЬКА
- ФРАНЦУЗЬКА

РОСІЙСЬКА В РОЗРОБЦІ

40 000 КОРИСТУВАЧІВ

80 000 ПЕРЕГЛЯДІВ

КОРИСТУВАЧІ З 106 КРАЇН

83% КОРИСТУВАЧІВ З ПОЛЬЩІ

76% ПЕРЕГЛЯДІВ З МОБІЛЬНИХ ПРИСТРОЇВ

2 ВИДИ ІНФОРМАЦІЙНИХ БЮЛЛЕТЕНІВ:

- ДЛЯ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ
- ДЛЯ ІНДИВІДУАЛЬНИХ КОРИСТУВАЧІВ

FACEBOOK (3 СТОРІНКИ):

- @lotlodzi
ТУРИСТИЧНА ОРГАНІЗАЦІЯ
(ДЛЯ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ)
- @itlodzi
ТУРИСТИЧНА ІНФОРМАЦІЯ
(ДЛЯ ІНДИВІДУАЛЬНИХ ТУРИСТІВ)
- @lodzconvention
КОНГРЕС-БЮРО ЛОДЗЯ
(ДЛЯ СЕКТОРУ MICE)

ЗАГАЛЬНА КІЛЬКІСТЬ ПОСТІВ – 2,2 МЛН.

КОРИСТУВАЧІВ

ЗАГАЛЬНА КІЛЬКІСТЬ ПІДПИСНИКІВ: 11,000

INSTAGRAM

YOUTUBE

ОКРЕМІ ВИДИ ДІЯЛЬНОСТІ ЛТО МАРКЕТИНГОВІ КАМПАНІЇ

TOP 10 VALUE
ŁÓDŹ, Poland

lonely planet

BEST IN TRAVEL
2019

ЛОДЗЬ – № 2 СЕРЕД НАЙКРАЩИХ
НАПРЯМІВ В 2019 РОЦІ ЗА
НОМІНАЦІЄЮ LONELY PLANET
«НАЙКРАЩИЙ ТУРИЗМ»:

187 ПУБЛІКАЦІЙ В ПОЛЬЩІ
ДО 3 МІЛЬЙОНІВ ОТРИМУВАЧІВ
95% ПОЗИТИВНЕ СПРИЙНЯТТЯ
5% НЕЙТРАЛЬНЕ СПРИЙНЯТТЯ
МЕДІА:

- ІНТЕРНЕТ – 87%
- ПРЕСА – 6%
- РАДІО – 6%
- ТБ– 1%

ВАРТІСНА ОЦІНКА– 1,7МЛН. PLN
(394 000 EUR, 448 000 USD)

ОКРЕМІ ВИДИ ДІЯЛЬНОСТІ ЛТО

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ТУРИСТІВ (2018 РІК)

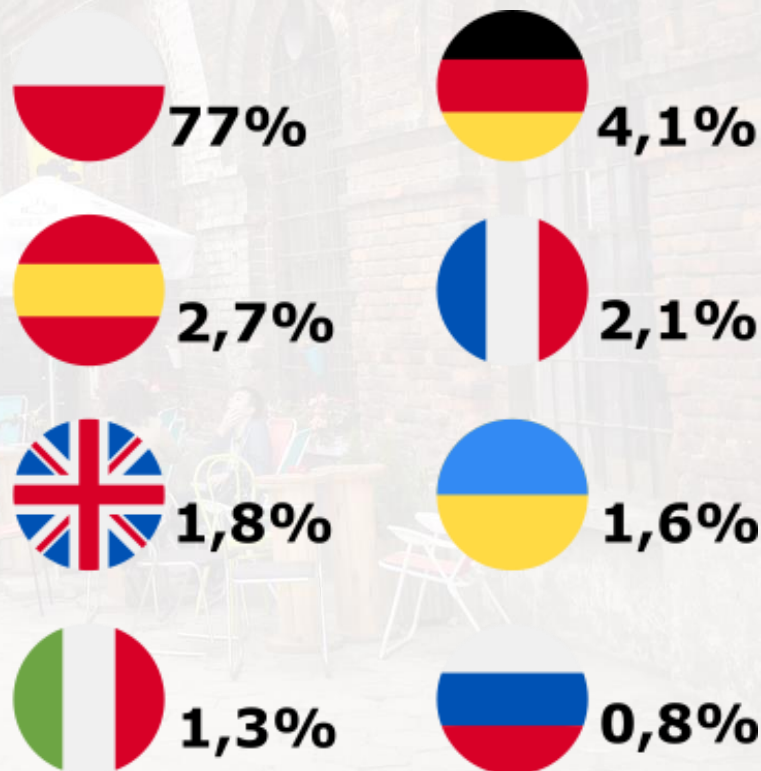
м. Лодзь, вул. Піотрковська, 28

26 035 ВІДВІДУВАЧІВ

КРАЇНИ, З ЯКИХ ПРИЇЗДЖАЛИ
ВІДВІДУВАЧІ :



23% ІНОЗЕМНІ ТУРИСТИ





ОКРЕМІ ВИДИ ДІЯЛЬНОСТІ ЛТО

КОНГРЕС-БЮРО ЛОДЗЯ

ЧЛЕН МІЖНАРОДНОЇ АСОЦІАЦІЇ КОНГРЕСІВ
ТА ЗІЗДІВ - ICCA:

- 3 ЛЮТОГО 2019 РОКУ
- ДОСТУП ДО ГЛОБАЛЬНОЇ МЕРЕЖИ КОНТАКТІВ, ЩО ДОЗВОЛЯЄ ВАМ ЗДІЙСНЮВАТИ ДІЯЛЬНІСТЬ НА СВІТОВІЙ ПЛАТФОРМІ, ДЕ ПРЕДСТАВЛЕНІ ВСІ СЕКТОРИ МІСЦЕ
- ДОСТУП ДО БАЗИ ДАНИХ ПРО 72 000 КОНФЕРЕНЦІЙ ТА ЗІЗДІВ ВІД 5 000 МІЖНАРОДНИХ АСОЦІАЦІЙ





ІНШІ ВИДИ ДІЯЛЬНОСТІ ЛТО

- УЧАСТЬ В ЯРМАРКАХ
- УЧАСТЬ У КОНФЕРЕНЦІЯХ, СЕМІНАРАХ ТА БІЗНЕС ЗАХОДАХ
- ДРУКОВАНІ МАТЕРІАЛИ ПРО ЛОДЗЬ
- ОРГАНІЗАЦІЯ 9-ГО ТУРИСТИЧНОГО ПОЛЬСЬКО-УКРАЇНСЬКОГО ФОРУМУ (ЛИСТОПАД 2018 РОКУ) У СПІВПРАЦІ З ПОЛЬСЬКОЮ ТУРИСТИЧНОЮ ОРГАНІЗАЦІЄЮ
- ОРГАНІЗАЦІЯ РІЗДВЯНОГО СВЯТА ДЛЯ ПРЕДСТАВНИКІВ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ – ЄДИНИЙ ЗАХІД ТАКОГО ТИПУ В ПОЛЬЩІ
- ОРГАНІЗАЦІЯ СТАЖУВАНЬ ДЛЯ СТУДЕНТІВ УНІВЕРСИТЕТІВ ТА УЧНІВ ШКІЛ
- ТА БАГАТО, БАГАТО ІНШОГО...



ПЛАНИ РОЗВИТКУ ЛОДЗИНСЬКОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

1. КАРТА ТУРИСТА ЛОДЗЯ – В ПРОЦЕСІ РОЗРОБКИ
2. СПЕЦІАЛЬНИЙ ПРЕДСТАВНИК З ТУРИЗМУ ЛОДЗЯ
3. СПЕЦІАЛЬНИЙ ПРЕДСТАВНИК З ОРГАНІЗАЦІЇ КОНФЕРЕНЦІЙ ЛОДЗЯ
4. БЕЗКОШТОВНІ ЛІТНІ ЕКСКУРСІЇ АНГЛІЙСЬКОЮ
5. ПЕРЕСУВНИЙ ПУНКТ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ – РІКША В СТИЛІ МОДЕРН
6. ТЕРМІНГИ ДЛЯ ПРАЦІВНИКІВ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ
7. РОСІЙСКА ВЕРСІЯ WWW.LODZ.TRAVEL – В РОЗРОБЦІ
8. ІНФОРМАЦІЙНА ПІДТРИМКА ЗАХОДІВ
 - ЧЕМПІОНАТ СВІТУ З ФУТБОЛУ – 2019 СЕРЕД КОМАНД U20
 - ЧЕМПІОНАТ ЄВРОПИ 2019 З ВОЛЕЙБОЛУ СЕРЕД ЧОЛОВІКІВ
 - ВИСТАВКА САДІВНИЦТВА 2024
9. РОЗВИТОК СЕКТОРУ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ПРОВЕДЕННЯ ЗУСТРІЧЕЙ ЗАВДЯКИ ЧЛЕНСТВУ В ІССА
10. ТА БАГАТО, БАГАТО ІНШОГО...



**ŁÓDŹ
TOURISM
ORGANIZATION**

ДЯКУЄМО ЗА УВАГУ!

Губерт Копер

МЕНЕДЖЕР З ТУРИСТИЧНОЇ
ІНФОРМАЦІЇ

Лодзинська Туристична Організація

hubert.koper@lodz.travel

it@lodz.travel

тел.: (+48) 722 005 315

Ольга Легчиліна

КОНСУЛЬТАНТ З ПИТАНЬ
ТУРИСТИЧНОГО ДОЗВІЛЛЯ

Лодзинська Туристична Організація

olga.legczylina@lodz.travel

biuro@lodz.travel

тел. (+48) 722 002 846

WWW.LODZ.TRAVEL

90-269, Польща, м. Лодзь, вул. Піотрковська, 28