

ELŐTERJESZTÉS

Tárgy: A Jövő Építők Turisztikai Desztináció Menedzsment Közhasznú Egyesület 2013. évi támogatásának szakmai és pénzügyi elszámolása, 2014. évi támogatás

Tisztelt Képviselő-testület!

I.

Orosháza Város Önkormányzat Képviselő-testületének 38/2013. (II.22.) K.t. számú határozata alapján a Jövő Építők Turisztikai Desztináció Menedzsment Közhasznú Egyesület által 2013. március 1. napjától működtetett Turisztikai Iroda működési kiadásaira a tárgyévi költségvetésében az állami támogatással növelt idegenforgalmi adó 41 % - ának megfelelő 9.396.000,- Ft-ot, valamint ezen felül ugyanezen célra 18.770.000,- Ft-ot összeget biztosított utólagos elszámolási kötelezettséggel.

A Jövő Építők Turisztikai Desztináció Menedzsment Egyesülete részére a Támogatási Szerződés alapján nyújtott támogatás kizárólag a Turisztikai Iroda működtetésére használható fel.

A feladatok ellátásával összefüggésben felmerült költségek finanszírozására az önkormányzat költségvetéséről szóló 7/2013. (II.06.) önkormányzati rendelet évközi módosításai alapján a fentiekén túl a 205/2013. (VI.28.) Kt. számú határozata alapján további 10.000.000,- Ft támogatást biztosított. A 255/2013. (IX.20.) K.t. számú határozatával a Képviselő-testület további 4.469.000,-Ft-al megemelte a támogatási összeget. A 326/2013 (XII.21.) K.t. számú határozatában további 15.000.000,- Ft-ot biztosított a 2014. január 1. és a 2014. március 31. közötti időszakra.

A Jövő Építők Turisztikai Desztináció Menedzsment Közhasznú Egyesület a 2013. március 01. napjától 2014. március 31. napjáig terjedő időszakra biztosított önkormányzati támogatás elszámolására szakmai és pénzügyi beszámolót nyújtott be. A Közgazdasági Iroda a pénzügyi dokumentációkat ellenőrizte és nyilatkozott annak elfogadásáról. A részletes dokumentáció megtekinthető a Közgazdasági irodán Mislai József irodavezetőnél.

Az Jövő Építők Turisztikai Desztináció Menedzsment Közhasznú Egyesülete 2013. évi Önkormányzati támogatás elszámolása és Szakmai beszámolója az előterjesztés mellékletét képezi.

Megállapítható, hogy a Támogatási Szerződésben meghatározott és elvégzett feladatok alapján készült beszámolási kötelezettségének a Jövő Építők Turisztikai Desztináció Menedzsment Közhasznú Egyesülete maradéktalanul eleget tett.

II.

Orosháza Város Önkormányzata a Jövő Építők Turisztikai Desztináció Menedzsment Egyesületével kötendő Támogatási Szerződésben foglalt feladatok ellátását az

Önkormányzat 2014. évi költségvetéséről szóló 4/2014. (I.31.) önkormányzati rendelete alapján összesen bruttó 29.000.000,- Ft-tal támogatja.

A támogatás kizárólag a Városmarketing Iroda (korábbiakban Turisztikai Iroda) működtetésére használható fel.

A támogatás az alábbi feladatok szerinti bontásban kerül felhasználásra:

- a) személyi jellegű költségekre 10.800.000,- Ft;
- b) bérköltségekhez kapcsolódó járulékokra 2.916.000,- Ft;
- c) működtetés dologi jellegű költségeire 15.284.000,- Ft.

A 2014. évi támogatás nyújtásának feltétele az előző évi feladatellátásról és a céltámogatás rendeltetésszerű felhasználásáról szakmai és pénzügyi elszámolás összeállítása, (átláthatósági nyilatkozat megtétele) valamint a Képviselő-testület által történő elfogadása, melyről a Tisztelt Képviselő-testület az előzőekben döntött.

A fentiekben foglaltak alapján kérem a Tisztelt Képviselő-testületet az alábbi határozati javaslatok elfogadására.

I. Határozati javaslat:

Orosháza Város Önkormányzat Képviselő-testülete a Jövő Építők Turisztikai Desztináció Menedzsment Közhasznú Egyesülete által benyújtott – a 2013. március 01. napjától 2014. március 31. napjáig terjedő időszakban részére Támogatási Szerződés alapján biztosított támogatások elszámolására vonatkozó – az előterjesztés mellékletét képező szakmai és pénzügyi beszámolót elfogadja.

Végrehajtásért felelős: Baranyai Ilona Oktatási és Kulturális Csoportvezető a határozat közléséért
Dedák Angéla a feladatkörében meghatározott intézkedések megtételéért

Határidő: 2014. március 31.

II. Határozati javaslat:

Orosháza Város Önkormányzat Képviselő-testülete dönt arról, hogy

- 1.) A Jövő Építők Turisztikai Desztináció Menedzsment Közhasznú Egyesületével 2014. április 01. napjától 2015. március 31. napjáig terjedő időszakra Támogatási Szerződést köt, mely alapján 29.000.000,- Ft céljellegű támogatást biztosít – elszámolási, nem rendeltetésszerű felhasználás esetén visszafizetési kötelezettséggel – a Városmarketing Iroda működtetési kiadásaira az alábbiak szerinti bontásban:
 - a) személyi jellegű költségekre 10.800.000,- Ft;
 - b) bérköltségekhez kapcsolódó járulékokra 2.916.000,- Ft;

c) működtetés dologi jellegű költségeire 15.284.000,- Ft.

2.) az 1.) pont szerinti támogatást a következő bontásban biztosítja a Jövő Építők Turisztikai Desztináció Menedzsment Egyesülete részére:

2014. április 05-ig 4.833.000,- Ft; 2014. május 05-ig 4.833.000,- Ft, 2014. június 05-ig 4.834.000,- Ft; 2014. július 05-ig 4.833.000,- Ft 2014. augusztus 05-ig 4.833.000,- Ft; 2014. szeptember 05-ig 4.834.000,- Ft.

3.) felhatalmazza Zalai Mihály alpolgármestert polgármesteri jogkörében az ellátandó feladatok és az ahhoz rendelt támogatás részletezését is magában foglaló Támogatási Szerződés aláírására és a szükséges intézkedések megtételére.


Végrehajtásért felelős:

Dedák Angéla az átláthatósági nyilatkozat megtételéért
Zalai Mihály alpolgármester polgármesteri jogkörében és Dedák Angéla elnök a szerződés aláírásáért
Baranyai Ilona csoportvezető a Támogatási szerződés aláírásra történő előkészítéséért, a szerződés teljesítésének ellenőrzéséért,
Miszlai József irodavezető az átláthatósági nyilatkozat felülvizsgálatáért és a támogatás átutalásáért.

Határidő: 2014. március 31. az Támogatási szerződés megkötésére, egyebekben értelem szerint

Orosháza, 2014. március 20.

Tisztelettel:



Zalai Mihály
alpolgármester
polgármesteri jogkörben



**Jövő Építők Turisztikai Desztináció Menedzsment Közhasznú
Egyesület Városmarketing Iroda**

Marketing beszámoló

Időszak: 2013. március 1. - 2014. március 31.

Készítette:

**Dedák Angéla
elnök**

A Jövő Építők Turisztikai Desztináció Menedzsment KHE 2013. március 12-i közgyűlésén született arról döntés, hogy székhelyét áthelyezi Orosházára és a város támogatásával működteti a Városmarketing és Tourinform Irodát. A TDM orosházi munkájára vonatkozóan három fő vonalat állapított meg, melyet közép- és rövidtávú marketingstratégiájában követ.

Az első, Orosháza-Gyopárosfürdő turisztikai szolgáltatásainak hazai meglévő és potenciálisan új nemzetközi piacon való népszerűsítése a marketingkommunikáció teljes eszköztárával. Következő lépés a már itt lévő vendégek programjainak összeállítása, szervezése, illetve az orosházi lakosság nagyobb érdeklődésére is számot tartó rendezvények szervezése, lebonyolítása, városi rendezvények koordinálása. A harmadik vonal a termékfejlesztés, azaz Orosháza-Gyopárosfürdő turisztikai jövőjének érdekében termékfejlesztésre javaslattelemek kidolgozása, részvétel a megvalósításban.

A munkát 2013-ban imázs építéssel kezdte a TDM. Megvizsgálta hogyan, milyen csatornákon keresztül hall a vendég Orosháza-Gyopárosfürdőről, mely célcsoportokat kívánja kínálatával megszólítani. 2012-ben a Gyopárosfürdői Gyógy- Park és Élményfürdő részéről meghatározásra került, hogy a fürdő célcsoportja a kisgyerekes családok. 2013-ban a családbarát fürdő pozicionálásához felmérésre kerültek azok a szolgáltatások, amelyek hiányoznak a repertoárból és a költségvetés tekintetében is megvalósíthatóak.

Marketing kutatások (Magyar Turizmus Zrt.) kimutatták, hogy - az utazások tekintetében- családon belül a nők a döntéshozók, így a marketing kommunikációt irányukban nyitotta, az ő érdeklődésükre építette a Városmarketing Iroda.

Orosháza környezetében az utóbbi években több új fürdő is átadásra került, melyek elvonták a figyelmet és az érdeklődést a visszafogott reklámmal rendelkező Gyopárosfürdőtől.

Ezért döntött úgy a TDM csapata, hogy Orosháza-Gyopárosfürdőnek egy újabb imázs építő kommunikációra van szüksége, mellyel elsősorban a belföldi piacot, ezen belül is Békés megyét és a környező megyék illetve az ország (keleti) nagyvárosainak lakosait kell célba venni.

A belföldi promóció mellett a külföldi piacokon való megjelenés leszűkítése javasolta a TDM , így a közeli országokat választva a promóciók célterületeinek: Romániát és Szerbiát.

A 2013-ban meghatározott marketing stratégia céljait tartjuk szem előtt a 2014-es év marketing munkája során.

2013. júliusában a Főtéren megnyitottuk a Városmarketing és Tourinform Irodát. Ezzel az új Főtérré koncentrálva az információadást. A Városmarketing Irodában leszerződünk helyi termékek előállítóival és megnyitottuk az orosházi termékek boltját.

A szállodáknál kialakításra kerültek célcsoport **specifikus ajánlatok**, elsősorban családoknak, nyugdíjasoknak összeállított csomagok. Fontosnak tartottuk a meglévő értékesítési csatornák mellett a **román és szerb** piaci szegmensek felé nyitást, melynek első lépései megtörténtek, mint a közönség, mint pedig az utazási irodák irányában.

Termékfejlesztések során az Orosházi Városüzemeltetési és Szolgáltató Zrt-vel közösen új rendezvények kialakítására és régi fesztiválok megújítására került sor.

Az orosházi libát választottuk Orosháza-Gyopárosfürdő új **kabalafigurájának**, mely reklámelemként szerepel kampányainkban.

Meghatároztuk a Városmarketing Iroda munkájára vonatkozó **monitoring** elemeit, úgy mint a hatékonyság mutatók elemzése a fürdő saját adatai, a KSH szálláshely adatai, illetve az IFA befizetések adatai alapján.

Orosháza-Gyopárosfürdőre vonatkozó marketing munkát a Jövő Építők TDM KHE csapata az alábbi területekre bontotta:

- I. Marketingkommunikáció: online és print megjelenések
- II Saját termékfejlesztés: kiadványok, CD, orosházi termékbolt, rendezvények
- III Eladásösztönzés: tanulmányutak, kiállítások, csomagajánlatok
- IV Monitoring

I. Marketingkommunikáció: online és print megjelenések

I.1. Internet alapú marketing

A mai kor egyik legnagyobb vívmánya az internet és a világhálón való teljes körű megjelenés. Ezeket a felületeket azért is tartjuk fontosnak, mert vannak olyan versenytársak, akik internet alapú kommunikációja elmarad az elvárásoktól, így a weben böngésző potenciális vendégek látókörébe a elsősorban a gyopárosi fürdő kerül. Munkánk során a fürdő weboldala részleges továbbfejlesztéssel egyben a város turisztikai weboldalává vált, mely a városi marketinggel összecsengő arculatot kapott. A weboldal jelenleg 6 nyelven elérhető. Magyar, angol, román, szerb, német, olasz nyelven is feltöltésre kerültek a főbb oldalak. Márciusban még a legnagyobb nemzetközi közösségi oldalon 2 különálló gyopárosi Facebook oldalt találtunk, melynek egységesítését nyereményjátékkal oldottuk meg sikerrel: a tagság a fürdő hivatalos oldalára jelentkezett be. Jelenleg a kezdeti 1800 látogatóból 23.000 LIKE-al rendelkezik a fürdő oldala. A figyelem fenntartására a „like-olónak” rendszeres híradást küldünk a fürdőről és eseményeiről, a város turisztikai eseményeiről. Jelenleg is

fut olyan alkalmazás a Facebook oldalon, mely nyereményjáték résztvevői ahhoz is hozzájárulnak, hogy e-mail címeikre Orosháza-Gyopárosfürdő híreit küldjük és egyéb promóciós anyagjainkhoz felhasználhassuk.

Havi megjelenéssel összeállítjuk a turisztikai Hírlevelet, jelenleg mintegy 2000 címre küldjük szét, melyben a turisztikai szolgáltatók is ajánlhatják akcióikat, kedvezményeiket.

Közreműködésünkkel elkészült Gyopárosfürdő hivatalos 3 perces werkfilmje, melyet az OrosCafe Youtube.com csatornáján 3000 fő nézett meg.

Természetesen nem csak saját webfelületeket használunk Orosháza-Gyopárosfürdő népszerűsítésére. Együttműködünk a kedvezményes ajánlatokat kínáló webhelyekkel is pl. programturizmus.hu-val, hirdetésekét jelentettünk meg online felületeken: beol.hu, vasarhelyihirek.hu, programturizmus.hu, primespa.hu, aradihírek.ro, primespa.at, divany.hu velvet.hu, travelo.hu, totalcar.hu. Ez utóbbi négy felületen való 2013-as júniusi megjelenés egy, a Magyar Turizmus Zrt-vel közös médiakampány volt, melynek költségei az országos marketing szervezet által meghirdetett 1+1 -es kampány része, ahol a költségek feleződtek. A Gyopárosfürdőt hirdető bannerek több, női olvasókkal rendelkező felületeken jelentek meg illetve a Hölgvilág június végi számának teljes hátsó oldalán a fürdő és az éppen akkor aktuális Sör - Virsli fesztivál reklámja szerepelt.

2014-ben is folyamatosan keressük azokat az online megjelenési lehetőségeket, ahol a költség nem túl magas, az oldalak viszont nagy látogatószámmal rendelkeznek. Így most az OTP által meghirdetett, az ő online és nyomtatott felületeiket használó reklámlehetőségekről tárgyalunk.

I.2. Print alapú hirdetések

Nyomtatott médiában való jelenléteket is az utazni szerető és a családi utazásokban döntő nők célcsoportjának megfelelően választottuk ki. Így hirdettünk több családi és női magazinban: Nők Lapja, Családi Lap, Hölgvilág, Blikk Nők, Ezüst Évek, Vasárnapi Blikk, Hetek, utazási magazinokban úgy mint a HTM, Go Utazási Magazin, Itthon - otthon van, Barna Tábor, Ezerarcú Kistérség. Két olyan kampányban vettünk részt, mely a nyomtatott médiában jelent meg s melyhez néhány turisztikai szolgáltató is kapcsolódott. 2013 nyár elején a „2013 Cosmopolitan Summer Shopping” akcióban a Cosmopolitan, Marie Claire, Maxima, Elle, Best újságokba befűzve összesen 270.000 példányban jelent meg a kupon füzet, melyben a Gyopárosfürdői belépőt és az Alföld Gyöngye Hotelben wellness hétvégét kínáltunk kedvezményekkel.

2013. őszi kampányunk - ugyanilyen konstrukcióval - az Egészségkalauz kiadványban való megjelenéssel zajlott, itt már két hotel is csatlakozott és a füzet az alábbi lapokba került befűzésre: Nők Lapja Psyche, Nők Lapja Egészség, Nők Lapja Wellness, Meglepetés, Nők Lapja Budapest,

Kismama magazin. Összesen 315.000 példányban.

A Shopping kuponfüzet, az Egészségkalauz megjelenéseket továbbfűzve 2014. nyár elejére már előkészítettük a „Kölyökkalauz” című, női újságokhoz kapcsolt mellékletekben való Orosháza-Gyopárosfürdő megjelenést.

Nyomatásban megjelent hirdetési felületeknél elvünk, hogy kiválasztva a célcsoportnak megfelelő médiákat ott minél rendszeresebben tudjuk magunkat hirdetni. Ezért is dolgozunk a SANOMA céggel folyamatosan, mert az ő női olvasótábora megegyezik a mi célcsoportunkkal.

A másik rendszeresen használt hirdetési felület Orosháza-Gyopárosfürdő népszerűsítésére a Magyar Turizmus Zrt. nemzetközi katalógusai. 2013-ban Dél-Alföldi Regionális Marketing Igazgatóság által kiadott szerb, román és német nyelvű kiadványban jelent meg a fürdő kedvezményes belépő kuponokat ajánlva a vendégeknek. 2014-ben a célterület alapján kiválasztott szerb és román nyelvű kiadványban jelentünk meg. Ettől az évtől már a Magyar Turizmus Zrt. nemzetközi katalógusaiban is szerepel Orosháza-Gyopárosfürdő, így a 2014 Egészségturizmus német, orosz, angol nyelvű kiadványában és a szerb nyelvű Piacspecifikus kiadványban. Ezek a kiadványok ott vannak a Magyar Turizmus Zrt összes nemzetközi kiállítási standján, a külképviseletek irodáiban, az általuk szervezett workshopokon, közönség találkozókon.

2014-ben a fürdő gyógyászati lehetőségeinek bemutatását tervezzük, melynek egyik eleme 2014. év elején budapesti kórházak mappáin való megjelenés, ahol Gyopárosfürdő gyógyászati szolgáltatásait hirdetjük. A májusban átadásra kerülő felújított meleg vizes medencetér is jó okot szolgáltat arra, hogy 2014. őszére a gyógyászati turizmusunkat is a figyelem központjába állítsuk.

I.3. Rádió, TV

2013. márciusában az általunk felállított stratégia nyomán Gyopárosfürdő népszerűsítésére az egyik legrágább ugyanakkor legnagyobb láthatóságot eredményező médiaeszközt a TV-t is bevettük a kommunikációs eszközeink közé. 2013. júniusában az Egészségkalauz adásában az RTL Klub programon 5 perc szólt Gyopárosfürdőről, mely adást többször is ismételte az RTL Klub. A stáb által forgatott filmet megkaptuk és bemutattuk a YouTube, Facebook oldalakon. Élünk a lehetőséggel, hogy a reggeli hírműsorokban szereplő Programajánlóknak, melyet a Magyar Turizmus Zrt finanszíroz az orosházi rendezvények is helyet kapjanak.

Rendezvényeinket a regionális Rádió 1-ben hirdetjük, 7 db kampányunk volt ezen időszakon belül. 2013. nyarán sikerült nagyobb TV adásokat is lehozni Orosháza-Gyopárosfürdőre, így a M1 Ma reggel adásában Gyopárosfürdő 10 percben szerepelt, 2013. júliusában a TV2 Mokka című reggeli adása Gyopárosfürdőről jelentkezett be 1 héten keresztül. Az adásban minden nap

szerepeltethettünk orosházi személyt, attrakciót, bemutatkozhattak a nagyobb szállodák. Az adásidő finanszírozását átvállalta a Magyar Turizmus Zrt, mely több tízmillió forint volt.

De ezzel nem állt meg a TV-ben való szereplés sora, mert 2013. december közepétől két héten keresztül az újonnan induló M3 műsorában 10 mp spot megjelenést szerveztünk, melynek keretében 140-szer futott le a 2 hetes időtartam alatt Orosháza-Gyopárosfürdő kisfilmje. 2014. januárjában az AKTÍV népszerű műsorában nyeremény felajánlással Alföld Gyöngye Hotellel közös megjelenést bonyolítottunk le. Február-márciusban az M1 „A DAL“ programja előtti reklámspotban 5 másodpercben jelent meg Gyopárosfürdő míg 2014 februárjában pedig az Echo TV forgatott 2 napon keresztül Orosháza-Gyopárosfürdőn, mely film többször is adásba kerül a tavasz folyamán.

II Saját termékfejlesztés

II.1. Kiadványok

A Városmarketing Iroda a már hagyományosnak mondható kiadványok mellett több olyan kiadványt is megjelentetett, mely hiánypótló volt, így az Orosháza-Gyopárosfürdő zsebtérképet, Orosháza-Gyopárosfürdő magyar nyelvű leprellot, melyet kiállításokon, sajtóanyagokban tudunk használni. Megjelent 2014-től már szerb nyelven is Orosháza-Gyopárosfürdő Szállás és vendéglátás kiadványa és elkészült a mintegy 100 programot ajánló Rendezvénynaptár, programajánló füzet, melynek különlegessége, hogy retro stílusban készült és beneveztük a Turizmus Trend Kft által kiírt „Kreatív 2014” marketingkommunikációs versenyére.

Több nyelven színes borítós tasakban kiadtuk az elkészült Orosháza- Gyopárosfürdő werkfilmet. Ezen megoldást továbbgondolva pedig 2014 elején elkészült az Orosháza-Gyopárosfürdő DVD magyar, angol, német, román, szerb, orosz nyelven, melyen a kisfilm mellett megtalálhatóak a főbb információk a városról, a turisztikai látványosságokról és külön mappában a sajtónak készült összesítő anyag is megtalálható.

II.2. A Városmarketing Irodában Termékboltot nyitottunk, ahol helyi termékesek áruit, ajándékokat és Merian Foods termékeket árulunk. (házi szappan, kerámia, üvegtárgyak, méz, szárzészta, mézeskalács)

II.3. Rendezvények

2013-ban és 2014-ben több hagyományos és új rendezvény megszervezésében és kitalálásában vett részt a Városmarketing Iroda. A Főtér átadásánál szervezett programon a Jelen- kori Orosháza

bemutatásánál a fürdőt népszerűsítettük.

2013. júliusában felvállaltuk a Sör és Virsli Fesztivál megszervezését és reklámozását, ahol mintegy kétszer annyian voltak mint az előző évben. Új programelemként a Főtéren bevezettük az úgynevezett TDM Partykat, mely zenés, táncos „spontán” szervezett esteket takar. 2013. augusztusában a X. Európai Kenyérünnep teljes lebonyolítása és finanszírozása a Városmarketing Iroda költségvetéséből zajlott és ezen rendezvényen is többen voltak mint 2012-ben. Új kezdeményezés volt az Orosházi Tányéros főzőverseny és a vele egybekötött Civilek éjszakája esemény, melyet az Alföld Gyöngye Hotel parkjában rendeztünk. A Civilek éjszakája programmal egy országos kezdeményezéshez kapcsolódtunk, melynek keretében orosházi civil egyesületek mutatkozhattak be és toborozhattak újabb tagokat egyesületeikbe. Országos rendezvényekkel kapcsolódtunk a VÍZ Napja, a Magyarország szeretlek és a Márton napi Libalakoma megtartásával. Ez utóbbihoz helyi éttermeket szerveztünk be kedvezményes libaételek menüsorával, míg a Városmarketing Iroda felvállalta az esemény reklámozását és a nyomdai munkákat. (plakátok, és egységes menükártyák)

A tél sem volt esemény nélküli, Takács Nikolas koncertet, Kézműves Játszóházat szerveztünk és felújítottuk a Város Karácsonya rendezvényt a főtéren szervezett kisebb kirakodó vásárral.

Több orosházi szervezettel vagyunk folyamatosan kapcsolatban, így reklámmal, marketing tanácsadói tevékenységgel segítettük például a lovasversenyeket Bogárczón, X-trem Napot, Dél-alföldi kerékpártúrát, 2014-ben pedig az Orosházi Hagyományok, Ízek versenyét.

III Eladásösztönzés: tanulmányutak, kiállítások, csomagajánlatok

III.1. Tanulmányutak

Több, a Magyar Turizmus Zrt. által szervezett tanulmányúthoz kapcsolódtunk, illetve meghívtunk saját tanulmányútra újságírókat, utazásszervezőket. 2013. áprilisában 14 fővel ukrán tour-operátorok nézték meg Gyopárosfürdő szolgáltatásait, júniusban a vajdasági Pannon Tv forgatott és adta le a mintegy 300.0000 nézettségű magyar nyelvű Gasztronómiai adásában a Gyopárosfürdőről és Orosháza gasztronómiájáról készült filmet.

2013. szeptemberében a Belgrádi Divatstúdió az Alföld Gyöngye Hotelben tartotta a bemutatókra felkészítő programját, melyről több cikk jelent meg belgrádi újságokban. A Magyar Turizmus Zrt. ukrán külképviseletének szervezésében 10 fős ukrán orvos csoport látogatott a fürdőbe és kapott tájékoztatást a Gyógyászati Centrum szolgáltatásairól.

Belföldi turisztikai és egészséggel foglalkozó lapok újságírói 2013. decemberében voltak Orosháza-Gyopárosfürdőn 14 fővel, melynek eredményeként még a mai napig is jelennek meg újságcikkek

online és print médiafelületeken. 2014. február 14-16 között egy vajdasági kampány nyerteseit láttuk vendégül az Alföld Gyöngye Hotelbe, akiket 5 vajdasági média kísért és számolt be élményeikről, illetve készített riportokat az orosházi turisztikai szolgáltatókkal.

III.2. Kiállítások, workshopok, rendezvények

Belföldi kiállítások 2013.

Az alábbi belföldi kiállításokon népszerűsítette Orosházát a Városmarketing Iroda: Pécs, Veszprém, Szolnok Utazás kiállítások, Hungarikum Fesztivál - Szeged, Sárkányhajó VB –Szeged, Libamáj Fesztivál - Budapest, Kolbászfesztivál - Békéscsaba, OMÉK-Budapest, Nyugdíjas Expo-Budapest, SPA-CE - Sárvár , mely Közép-Európa legnagyobb Egészségturisztikai workshopja.

2014-ben az Utazás kiállításon Budapesten jelent meg Orosháza-Gyopárosfürdő a Békés megyei standon, ez mellett Pécs, Miskolc voltak helyszínei az utazás kiállításoknak, ahol pulttal vettünk részt.

Külföldi kiállítások 2013

Külföld piacra vonatkozó marketing stratégiánknak megfelelően Románia és Szerbia a célország, ahol az alábbi kiállításokon jelent meg az iroda.

2013-ban Szentgyörgy Napok- Sepsiszentgyörgy, Magyar Napok - Kolozsvár, 2014 márciusában az Utazás kiállításon Temesvárott.

Szerbiában 2013-ban és 2014-ben is a belgrádi Utazás kiállításon képviseltük Orosháza-Gyopárosfürdőt, az újvidéki Agrár Expon, illetve folyamatos a jelenlétünk prospektusokkal a belgrádi Hungaricum Center üzletben. A Magyar Turizmus Zrt. által szervezett Belgrád Prémium Napon vettünk részt, melyre 35 utazásszervezőt hívtak meg. Orosháza-Gyopárosfürdő hétvége volt a főnyeremény a belgrádi Magyar Nagykövetség nevében a nagykövetek által szervezett Belgrádi Karácsonyi Vásáron is.

III.3 Csomagajánlatok kidolgozására tettünk javaslatot a szálláshelyek felé, így **Családi csomagokra** gyermekeknek játszóházzal, animátorokkal, a szülők részére wellness kezelésekkel, **50 + csomagajánlatokra, melyek** frissítő kezeléseket, egészségmegőrző masszázs kezeléseket és pakolásokat tartalmaznak. Fontosnak tartjuk a fiatalok megnyerését is és **Partizó fiatalok** csoportjának az éjszakai fürdözést, intim szaunát és szauna szeánszokat javasoljuk csomagajánlatként. **Aktív programot** keresőknek az úszás, kerékpározás, túrázás és a lovaglás kell,

hogyan bekerüljön az ajánlatokba.

Külön szeretném kiemelni azon kampányunkat, melyet a Vajdaságban kezdeményeztünk és melynek eredményeként a szerb vendégek megjelenésének lehetőségét látjuk.

III.4. Szerbiai kampányt a Promet üzleteiben a Tisacoop Kft kereskedelmi céggel közösen készítettük elő. A kampány címe: „Ízeset Magyarországról” „Delikatesno iz Madarske” Senta Promet üzletekben, 4 városban Zenta, Horgos, Törökkanizsa és Magyarkanizsa a magyar termékek vásárlásánál nyereményjátékokra volt lehetőség, melyen Orosháza - Gyopárosfürdő wellness hétvégét lehetett nyerni 2 fő részére az Alföld Gyöngye Hotelben. A kampányt vajdasági újságokban hirdették, a TISACOOOP Facebook oldalán és saját weboldalán is megjelent. A 10 nyertes párt vajdasági újságírók és az Újvidéki Rádió kísérte el Gyopárosfürdőre 2014. február 14-16. között. Velük tartott a DOMUS Travel belgrádi utazási iroda, aki megismerve a helyszínt és az ajánlatokat jó esélyt látott arra, hogy meginduljon a szervezett beutaztatás Szerbiából Orosháza-Gyopárosfürdőre.

2014-ben Romániában szeretnénk hasonló jellegű kampányt lefolytatni.

IV. Monitoring

A Városmarketing Iroda munkáját mérjük a turisztikai szolgáltatóknak megküldött véleményeket kutató kérdőívek válaszaival. A beküldött válaszok alapján felvesszük a kapcsolatot a szolgáltatókkal és egyeztetjük az együttműködés további lehetőségeit. Az IFA bevételek alapján figyelemmel kísérjük a vendégéjszakák és vendégek számának alakulását.

Pályázati lehetőségekkel élünk, illetve javaslatot teszünk partnereinknek pályázati támogatások elnyerésére.

Bevételek 2013-2014

A kimutatott idő intervallumban elsősorban reklámszolgáltatások biztosítása illetve azok továbbértékesítésével volt bevétele a Városmarketing Irodának. Az orosházi Termékboltban havonta növekvő bevételeink vannak, 2013 karácsonyára több cég is nálunk vásárolta partnereik részére ajándékát, az orosházi „Ínyencségeket”.

Megbízási szerződéssel végeztük a „Magyarország szeretlek” rendezvény lebonyolítását, mely pályázattal az önkormányzat 2 x 750.000 Ft támogatást nyert.

A Jövő Építők TDM pályázaton barna információs táblák készítésére és kihelyezésére nyert támogatás összege: 5.181.600 Ft. A táblák kihelyezés március hónapban elkezdődött.

Szintén a Jövő Építők TDM pályázatán nyert támogatásból készül a QR kód alapú mobil

oldalverzió, mobil alkalmazás és Facebook oldal. A támogatás összege: 5.977.731 Ft, melynek munkálatai szintén elindultak 2014. első három hónapjában.

A Városmarketing Iroda folyamatosan figyeli az egyesület által turisztikára, rendezvényekre beadható pályázatokat, jelenleg is több pályázati anyag van elbírálás alatt.

Eredmények

Eredményeink közé soroljuk, hogy az IFA befizetések 73%-kal emelkedtek a 2012/2013 –as év viszonylatában. A Városmarketing Iroda vette át a fürdő marketing tevékenységét, melynek egyik pozitív mutatója, hogy a fürdő látogatottsági adatai 20 %-kal emelkedtek. Az IFA befizetések és a KSH adatok alapján az Orosháza Térség vendégéjszakák száma 45 %-kal emelkedett.

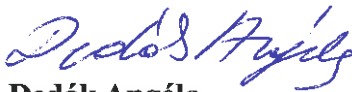
Fürdő nagy rendezvényeinek, Sör és Virsli Fesztivál és Európai Kenyérünnep látogató számának emelkedése is a Városmarketing Iroda munkájának köszönhető.

Rendezvények, turisztikai attrakciók számát növelte a Városmarketing Iroda, mellyel a város bevételi forrásainak lehetőségét is növelte.

Szerb és román piacokon való intenzív megjelenésekkel elindította Gyopárosfürdő népszerűsítését és a potenciális látogatók megnyerését ezeken a piacokon.

Az orosházi turisztikai szolgáltatókkal együttműködve a belföldi piaci pozíció tovább erősítette és egyben új szolgáltatói partnereket vont be a közös turisztikai és marketing munkába.

Orosháza, 2014. február 28.


Dedák Angéla
elnök

Jövő Építők TDM. Kh. Egyesülete
5904 Orosháza, Fasor utca 1-3.
Adószám: 18205468-2-04
Bszla.: 10918001-00000081-30270012

Megnevezés	Közhasznú tevékenység		Vállalkozói tevékenység		Önkormányzati támogatás	
	2013.	2014.	2013.	2014.	2013.	2014.
	Tourinform Iroda Oháza	Tourinform Iroda Oháza	Tourinform Iroda Oháza	Tourinform Iroda Oháza	elszámolása	elszámolása
Orosháza Önkorm.támogatás	42 635 000	15 000 000	-	-	42 635 000	15 000 000
Orosháza Önkormányzat egyéb támogatás	-	3 516 300	-	-	-	-
Orosháza Önkormányzat pályázati tám.	-	6 096 000	-	-	-	-
Egyéb támogatás	-	-	-	-	-	-
Támogatás összesen	42 635 000	24 612 300	-	-	42 635 000	15 000 000
Alaptevékenység bevétele OH	1 283 779	1 095	-	-	-	-
Közhasznú tevékenység összesen	43 918 779	24 613 395	-	-	42 635 000	15 000 000
Közvetített szolgáltatás	-	-	-	-	-	-
Vállalkozási tevékenység bev.	-	177 806	-	-	-	-
Egyéb bevétel	-	-	-	-	-	-
Pénzügyi műv.bevétele	32 466	-	-	-	-	-
Bevételek mindösszesen	43 951 245	24 791 201	-	-	42 635 000	15 000 000
Anyagköltség (kötelezettségvállalással)	2 008 611	3 201 197	-	-	2 008 611	3 201 197
Energia ktg	87 528	75 067	-	-	87 528	75 067
Nyomtatvány ktg	264 642	64 058	-	-	264 642	64 058
Anyagköltség összesen	2 360 781	3 340 322	-	-	2 360 781	3 340 322
Szállítás, rakodási ktg	20 000	-	-	-	20 000	-
Bérlési díj	1 927 531	78 440	-	-	1 927 531	78 440
Hirdetés, reklám ktg	6 600 747	1 557 000	-	-	6 600 747	1 557 000
Utazási, kiküldetési ktg	611 927	107 822	-	-	611 927	107 822
Posta, telefon ktg	264 944	153 643	-	-	264 944	153 643
Egyéb igénybevett szolg.ktg. (kötelezettségvállalással)	11 254 351	6 919 797	-	-	11 254 351	6 919 797
Hatósági díjak, illetékek	11 000	-	-	-	11 000	-
Bank ktg	284 083	73 819	-	-	284 083	73 819
Egyéb ktg	-	410 954	-	-	-	410 954
Egyéb költség összesen	20 974 583	9 301 475	-	-	20 974 583	9 301 475
Bérktg. (kötelezettségvállalással)	11 659 526	2 550 000	-	-	11 659 526	2 550 000
Személyi jellegű egyéb kifiz. (kötelezettségvállalással)	1 888 198	1 579 513	-	-	1 888 198	1 579 513
Személyi jellegű kifizetések összesen	13 547 724	4 129 513	-	-	13 547 724	4 129 513
Bérráfordítások (kötelezettségvállalással)	2 850 412	664 200	-	-	2 850 412	664 200
Terv szerinti ÉCS	-	-	-	-	-	-
Egyösszegű ÉCS	565 875	-	-	-	565 875	-
ELABÉ	18 841	-	-	-	18 841	-
Közvetített szolgáltatások	-	-	-	-	-	-
Helyi iparüzési adó	22 500	-	-	-	-	-
Különféle egyéb ráfordítások	-	-	-	-	-	-
Árfolyamvesztés	153	-	-	-	153	-
Adott támogatások	350 000	-	-	-	-	-
Egyéb ráfordítások összesen	391 494	-	-	-	18 994	-
Pénzügyi műveletek ráfordításai	-	-	-	-	-	-
Rendkívüli ráfordítás	-	-	-	-	-	-
Költségek összesen	40 690 669	17 435 510	-	-	40 318 169	17 435 510
Tourifrom Iroda	2 316 831	- 118 679	-	-	2 316 831	- 118 679