

28.03.2019



**ŻYWIECKI  
RAJ**

## **Marka turystyczna Żywiecki Raj**

26 marca 2019 r. w Gminnym Ośrodku Kultury w Łodygowicach miało miejsce wyjątkowe wydarzenie. Odbyła się konferencja podsumowująca prace nad opracowaniem marki i jednocześnie inaugurująca wprowadzenie marki turystycznej Żywiecki Raj. W konferencji uczestniczyli przedstawiciele różnych sektorów i środowisk: przedstawiciele samorządu terytorialnego, kultury, lokalni przedsiębiorcy, działacze społeczni, osoby którym leży na sercu dobro mikroregionu jakim jest Żywiecczyzna.

Podczas spotkania Starosta Żywiecki Andrzej Kalata i Prezes LGD „Żywiecki Raj” Stanisław Pawlus, odsłoniли logo marki turystycznej Żywiecki Raj. Konferencja została uwieńczona podpisaniem listu intencyjnego przez władarzy całego powiatu żywieckiego. Podpisany list intencyjny to deklaracja dążenia do pogłębiania dalszej współpracy i rozwijania działań w obszarze turystyki i promocji Żywiecczyny, to początek przyszłych, wspólnych inicjatyw pod marką Żywiecki Raj.

Niezmiernie cieszy fakt, że wolę współpracy zadeklarowali wszyscy przedstawiciele jednostek samorządu terytorialnego z terenu Żywiecczyny, w sumie 17 osób: Starosta Żywiecki Andrzej Kalata, Burmistrz Miasta Żywca Antoni Szlagor, Barbara Kos-Harat Wójt Gminy Czernichów, Krzysztof Okrzesik Wójt Gminy Gilowice, Anna Wasilewska Wójt Gminy Jeleśnia, Czesław Majdak Wójt Gminy Koszarawa, Jan Góra Wójt Gminy Lipowa, Tadeusz Tomiczek Wójt Gminy Łękawica, Andrzej Pitera Wójt Gminy Łodygowice, Robert Piętka Wójt Gminy Milówka, Maciej Mika Wójt Gminy Radziechowy-Wieprz, Zbigniew Paciorek Wójt Gminy Rajcza, Jarosław Krzak Wójt Gminy Ślemień, Henryk Jurasz Wójt Gminy Świnna, Tadeusz Piętka Wójt Gminy Ujsoły, Piotr Tyrlik Wójt Gminy Węgierska Górka, ze strony LGD „Żywiecki Raj” Stanisław Pawlus Prezes Stowarzyszenia.

Konsorcjum podmiotów: firma SocLab oraz przedstawiciele Fundacji Laboratorium Inicjatyw Środkowoeuropejskich z Cieszyna na zlecenie Stowarzyszenia LGD „Żywiecki Raj” opracowało strategię promocji regionu – „Program promocji marki turystycznej Żywiecki Raj”. Zostało również stworzone logo marki turystycznej i Księga znaku. Identyfikację wizualną przygotowała Aleksandra Żulińska.

W „Programie promocji marki turystycznej Żywiecki Raj” szczegółowo odniesiono się do wyników przeprowadzonych badań jakościowych oraz wypracowano założenia dla projektowanej marki. Podstawą zbudowania silnej marki terytorialnej jest określenie tożsamości regionu dlatego Program promocji powstał w konsultacji z mieszkańcami i liderami społecznymi regionu. Nowe logo posłuży do budowania spójnej i rozpoznawalnej identyfikacji wizualnej regionu. „Program promocji marki dla LGD Żywiecki Raj” jest dokumentem analityczno-koncepcyjnym koncentrującym się na stworzeniu ram planistycznych dla Żywieckiego Raju definiowanego jako nowy terytorialny markowy produkt turystyczny. Tworząc nową markę turystyczną: określono cel marki, rozpoznano docelowych adresatów, sformułowano pożądaną tożsamość marki, skonstruowano obietnice marki, określono pozycję marki w odniesieniu do konkurentów.



Wprowadzenie marki turystycznej Żywiecki Raj ma na celu stworzenie **regionu turystycznego**, którego marka, wysoka jakość świadczonych usług oraz spójny marketing mają zachęcać do przyjazdu na obszar Żywiecczyzny. Marka będzie gwarantem, że informacje nt. miejsca będą wiarygodne, zaś turysta będzie mógł sprawnie zorganizować swoją podróż korzystając z atrakcji i usług zgrupowanych w ramach obszaru wizerunkowego marki Żywiecki Raj. Podjęte działania przyczynią się do stworzenia warunków dla kooperacji organizacji turystycznych, samorządów i podmiotów branży turystycznej, co w perspektywie czasu zaowocuje **profesjonalizacją zarządzania turystyką na poziomie lokalnym**. Wprowadzenie marki turystycznej Żywiecki Raj to podwalina do **współpracy przy tworzeniu wspólnej oferty turystycznej** pod jednym, dużo mocniejszym wizerunkowo szyldem. Aby starania te odniosły sukces niezbędna jest ciągłość działań w dłuższym okresie oraz przede wszystkim współpraca podmiotów i partnerów zaangażowanych w proces budowy marki i oferty regionu.

Obszar Żywiecczyzny jest geograficznie i przyrodniczo predysponowany do stworzenia ciekawej atrakcyjnej oferty wypoczynku dla różnych grup turystów. Istnieje duży potencjał rozwojowy w postaci turystyki dziedzictwa – kultura, historia i tradycja tego regionu jest bardzo bogata. Silna konkurencja i szeroka dostępność wszelkiego rodzaju dóbr i usług na rynku powodują, iż dla osiągnięcia sukcesu niezwykle ważne jest zaistnienie i wyróżnienie się w oczach konsumentów oraz zdobycie ich zaufania. Terytorialna marka turystyczna jest środkiem pozwalającym osiągnąć ten cel, scala potencjał regionu i prezentuje go na rynku wzbudzając zainteresowanie turystów, inwestorów, potencjalnych mieszkańców. Płyną z niej korzyści dla całego regionu, jego mieszkańców, przedsiębiorców z branży turystycznej i lokalnych wytwórców.

Stowarzyszenie - Lokalna Grupa Działania „Żywiecki Raj”, które zainicjowało wprowadzenie marki turystycznej na całej Żywiecczyźnie to trójsektorowe partnerstwo, stworzone oddolnie, które zrzesza: osoby fizyczne, przedsiębiorców, samorządy oraz organizacje pozarządowe.

Aktywność Stowarzyszenia opiera się na szeregu działań, które mają na celu rozwój obszaru LGD, ożywienie gospodarcze i społeczne, poprzez realizację Strategii Rozwoju Lokalnego Kierowanego przez Społeczność obszaru LGD „Żywiecki Raj” na lata 2016-2023, gdzie jednym z celów strategii jest wykreowanie rozpoznawalnej marki Żywiecki Raj. Inicjatorem powstania LGD „Żywiecki Raj” był Związek Międzygminny ds. Ekologii w Żywcu, który złożył we wrześniu 2004 r. wniosek w ramach Pilotażowego Programu Leader+ na Schemat I dla projektu pn. „Ożywienie na Żywiecczyźnie - aktywna współpraca podstawą rozwoju obszarów wiejskich Powiatu Żywieckiego”, co dało podwaliny do wspólnych działań, promocji Żywiecczyzny.