

# Wydatki i działania promocyjne polskich miast i regionów w latach 2016-2017

2018-05-10

Z danych Ministerstwa Finansów wynika, że w 2017 r. samorzady wydały na promocję niemal 719 mln zł. Było to o 53 mln zł więcej niż rok wcześniej. W tegorocznym raporcie "Wydatki i działania promocyjne polskich miast i regionów" autorzy analizują budżety promocyjne 91 samorządów. Branża wybrała również najlepiej promujący się samorząd.

To wyjątkowy raport. W żadnej z dotychczasowych edycji nie analizowałem aż tylu budżetów i działań promocyjnych. Na dodatek okazuje się, że rok 2017 był rekordowy pod względem ogólnej kwoty, jaką polskie samorzady wydały na promocję - mówi Robert Stępowski, autor raportu i jeden z najbardziej znanych w Polsce ekspertów ds. marketingu terytorialnego.

Dane pochodzące z Ministerstwa Finansów potwierdzają, że samorzady w 2017 r. wydały na promocję rekordową kwotę niemal 719 mln zł. Rok wcześniej było to 666 mln zł, a w 2015 - 677 mln zł.

Do narzędzi promocji najczęściej wykorzystywanych przez samorzady wciąż należą eventy kulturalno-rozrywkowe i sportowe. Istotną pozycję w budżetach promocyjnych wielu samorządów stanowią również koszty związane z wydawaniem własnych bezpłatnych gazet i biuletynów informacyjnych.

W raporcie "Wydatki i działania promocyjne polskich miast i regionów 2017-2018" znajdziemy następujące informacje: ile na promocję w 2017 r. wydał każdy z 91 analizowanych samorządów, jakie najważniejsze działania promocyjne w ramach tego budżetu zostały zrealizowane, ile samorzady zamierzają wydać na promocję w 2018 r., ile województwa przeznaczają na promocję przez Regionalne Organizacje Turystyczne, które samorzady promują się najlepiej, case study ponad 40 działań promocyjnych zrealizowanych przez samorzady w 2017 r.

Autorem corocznych raportów jest Robert Stępowski, jeden z najbardziej znanych w Polsce ekspertów i konsultantów w dziedzinie marketingu terytorialnego i personal branding. Od kilkunastu lat szkoli, wyklada, doradza i propaguje wiedzę marketingową nie tylko wśród samorządów.

Jest również autorem kilku książek, m.in. "Marketing terytorialny. Jak zbudować i wypromować markę miejscowości?", "Personal branding. Praktyczny poziom marki osobistej", "Jak wygrać wybory samorządowe 2018?", "Video marketing w mediach społecznościowych", "City placement. Miasto w filmie. Film w mieście", "Promocja marki. Poradnik dobrych praktyk", "Smaki polski. Zwiedzaj Polskę ze smakiem".

Raport można pobrać po pozostawieniu danych z serwisu [www.MarketingMiejsca.com.pl](http://www.MarketingMiejsca.com.pl)