

22. 04. 2026

WODKUSZ
WPLYNĘŁO

INFORMACJA

na temat podjętych działań mających na celu wzmocnienie wizerunku Gminy Zelów poprzez działania promocyjne ukierunkowane na rozwój turystyki, wspieranie przedsiębiorczości lokalnej oraz budowanie tożsamości społeczności mieszkańców w 2025 roku

I. STRATEGIA PROMOCJI – ZAŁOŻENIA, PODEJŚCIE I EFEKTYWNOŚĆ

W 2025 roku działania promocyjne Gminy Zelów były realizowane w sposób systemowy, konsekwentny i oparty na jasno określonych celach strategicznych. Punktem wyjścia było odejście od modelu opartego wyłącznie na pojedynczych wydarzeniach na rzecz budowania długofalowego, spójnego wizerunku gminy jako miejsca aktywnego, nowoczesnego, a jednocześnie zakorzonego w swojej historii i tożsamości.

Promocja została ukierunkowana na trzy główne obszary:

- rozwój turystyki lokalnej i zwiększenie atrakcyjności przestrzeni rekreacyjnych,
- wspieranie przedsiębiorczości poprzez włączanie lokalnych podmiotów w działania promocyjne,
- wzmacnianie tożsamości mieszkańców i budowanie poczucia wspólnoty.

Istotną cechą realizowanych działań była ich ciągłość. Komunikacja nie była ograniczona do momentów wydarzeń, lecz prowadzona była przez cały rok – poprzez publikacje, relacje, materiały wideo oraz aktywność w mediach społecznościowych. Pozwoliło to na utrzymanie stałej obecności Gminy Zelów w przestrzeni informacyjnej mieszkańców i odbiorców zewnętrznych.

Jednocześnie działania te realizowano z dużą dyscypliną finansową. **Planowany budżet promocyjny na 2025 rok wynosił 215 500 zł, natomiast faktyczne wydatki zamknęły się kwotą 170 232,62 zł, co oznacza oszczędność przekraczającą 45 tys. zł. (1/5 budżetu).**

Uzyskanie takiego efektu było możliwe dzięki:

- szerokiej współpracy z lokalnymi partnerami,
- wykorzystywaniu potencjału instytucji i organizacji działających na terenie gminy,
- realizacji części działań w formule bezkosztowej lub niskokosztowej,
- efektywnemu wykorzystaniu narzędzi cyfrowych.

Co istotne, ograniczenie wydatków nie przełożyło się na zmniejszenie skali działań – wręcz przeciwnie, rok 2025 był jednym z najbardziej intensywnych pod względem aktywności promocyjnej.

II. KLUCZOWE WYDARZENIA I PRODUKTY PROMOCYJNE

1. „Wiosenne porządki” – nowy wymiar sprzątania gminy

Jednym z ważnych przedsięwzięć w 2025 roku była ogólnogminna akcja „Wiosenne Porządki 2025”, ukierunkowana na poprawę estetyki i czystości przestrzeni publicznej, aktywizację mieszkańców i edukację ekologiczną lokalnej społeczności.

Było to pierwszy raz od wielu lat tak szeroko zakrojone działanie obejmujące cały obszar Gminy Zelów, oparte na oddolnym zaangażowaniu społeczności lokalnych. W akcji uczestniczyło ok. 520 mieszkańców w wieku od 0 do 90 lat, którzy utworzyli 26 ochotniczych ekip sprzątających.

Uczestnicy porządkowali lasy, rowy, polany oraz tereny publiczne w swoich miejscowościach. Istotną cechą projektu była silna współpraca z sołtysami i społecznościami lokalnymi oraz duża samodzielność organizacyjna ekip.

Jednocześnie zwrócono uwagę na problem nielegalnego zaśmiecania przestrzeni publicznej, podkreślając konieczność korzystania z GPSZOK oraz przestrzegania zasad gospodarki odpadami.



2. „Zelowskie Lato na splocie kultur” – nowy produkt promocyjny gminy

Jednym z najważniejszych przedsięwzięć w 2025 roku był cykl wydarzeń „Lato na splocie kultur”, który stanowił nową jakość w ofercie kulturalnej i promocyjnej gminy.

Był to pierwszy tak szeroko zakrojony, regularny cykl wydarzeń odbywających się w okresie wakacyjnym w przestrzeni publicznej miasta. Jego głównym celem było ożywienie centrum Zelowa, stworzenie stałej oferty dla mieszkańców i odwiedzających oraz zaprezentowanie potencjału lokalnych artystów, rzemieślników, mieszkańców, którzy występowali w centrum miasta.

Cechą charakterystyczną projektu była jego cykliczność – wydarzenia odbywały się regularnie w każdy wakacyjny piątek, co budowało nawyk uczestnictwa i przyciągało stałą publiczność. Dzięki temu centrum miasta w okresie letnim stało się miejscem spotkań, integracji i aktywności społecznej.

Istotnym elementem była również współpraca z partnerami lokalnymi, która umożliwiła realizację cyklu przy minimalnych kosztach. Projekt ten stanowi przykład efektywnego wykorzystania zasobów lokalnych i budowania wartości poprzez współdziałanie.

Dodatkowo wydarzenia były systematycznie promowane, m.in. poprzez emisję spotów radiowych oraz działania w mediach społecznościowych, co znacząco zwiększyło ich zasięg.



2. „Patyki Naturalnie” i promocja zalewu jako produktu turystycznego

Kolejnym kluczowym wydarzeniem były „Patyki Naturalnie” – przedsięwzięcie o dużej skali, w którym uczestniczyły setki osób.

Wydarzenie to miało wielowymiarowy charakter:

- rekreacyjny,
- edukacyjny,
- promocyjny.

Szczególny nacisk położono na promocję walorów przyrodniczych i rekreacyjnych zalewu Patyki, który stanowi jeden z najważniejszych potencjałów turystycznych gminy.

Wydarzeniu towarzyszyły dodatkowe aktywności, takie jak:

- kino plenerowe,
- warsztaty plecenia wianków związane z tradycją Nocy Kupały.

Działania te były uzupełniane przez catoroczną komunikację promującą ten obszar – publikacje, zdjęcia i materiały wideo systematycznie budowały jego rozpoznawalność.



3. Dni Zelowa i Dożynki Gminne – Festiwal muzyki, kultury, tradycji – profesjonalizacja komunikacji

Dni Zelowa oraz Dożynki zostały przygotowane i przeprowadzone z wyraźnym naciskiem na profesjonalizację działań promocyjnych.

Wprowadzono spójną identyfikację wizualną wydarzeń oraz przemyślaną komunikację obejmującą:

- promowanie wydarzenia jako festiwal, co nadało mu wyższą rangę,
- materiały graficzne wysokiej jakości,
- produkcję materiałów wideo,
- zapowiedzi i relacje publikowane w mediach społecznościowych,
- działania offline, dekoracje, atmosfera.

Efektom było stworzenie spójnego, atrakcyjnego przekazu, który budował pozytywny wizerunek gminy i zwiększał zainteresowanie wydarzeniami.



4. Wydarzenia o charakterze społecznym i integracyjnym

Istotną rolę odegrały również wydarzenia o charakterze integracyjnym i międzypokoleniowym.

Na szczególną uwagę zasługują:

- Dzień Babci i Dziadka,
- Dzień Kobiet, w tym wydarzenie „Kino Kobiet”, które po raz pierwszy przyciągnęło około 200 uczestniczek.

Wydarzenia te pokazały duże zapotrzebowanie na ofertę skierowaną do konkretnych grup społecznych oraz potwierdziły skuteczność działań promocyjnych.



5. Wydarzenia patriotyczne i budowanie tożsamości

W 2025 roku kontynuowano działania związane z obchodami świąt narodowych, kładąc szczególny nacisk na aktywne włączanie mieszkańców, zwłaszcza dzieci i młodzieży.

Obchody 3 maja zostały wzbogacone o:

- przygotowanie flag dla mieszkańców,
- działania edukacyjne.

Dodatkowo zrealizowano konkurs „**Biało-czerwona Gmina Żelów**”, który zachęcał mieszkańców do eksponowania symboli narodowych.

Obchody 11 listopada – podniosłe, wzruszające o głębokim przekazie patriotycznym.

Działania te miały istotne znaczenie dla wzmocnienia tożsamości lokalnej i budowania wspólnoty.



6. Wydarzenia o znaczeniu historycznym

Do wydarzeń o szczególnym znaczeniu należy zaliczyć obchody **200-lecia Kościoła Ewangelicko-Reformowanego** organizowane przez Parafię Ewangelicko-Reformowaną w Żelowie oraz Stowarzyszenie Czechów w Polsce.

Uroczystości te były szeroko promowane i:

- zgromadziły licznych gości z kraju i zagranicy,
- podkreśliły wielokulturową historię Żelowa,
- wzmocniły wizerunek gminy jako miejsca otwartego i zakorzenionego w tradycji.



III. WSPÓŁPRACA JAKO PODSTAWA DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH

1. Współpraca lokalna

Działania promocyjne w 2025 roku były w dużej mierze oparte na współpracy z podmiotami funkcjonującymi na terenie gminy.

W szczególności współpracowano z:

- Domem Kultury,
- Biblioteką Publiczną,
- organizacjami pozarządowymi,
- Kołami Gospodyń Wiejskich,
- szkołami i przedszkolami,
- przedsiębiorcami,
- rękodzielnikami,
- mieszkańcami.

Wiele wydarzeń było inicjowanych i realizowanych przez te podmioty, natomiast gmina zapewniała im wsparcie promocyjne i komunikacyjne. Współpraca układała się dwustronnie,

ponieważ gmina, organizując wydarzenia również angażowała i zapraszała do współpracy powyższe podmioty.

2. Patronaty Burmistrza

W 2025 roku przyznano **56 honorowych patronatów Burmistrza Zelowa**.

Każde wydarzenie objęte patronatem:

- było promowane w oficjalnych kanałach komunikacji,
- otrzymywało wsparcie medialne,
- było dokumentowane i prezentowane odbiorcom.

Rozwiązanie to znacząco zwiększyło widoczność inicjatyw oddolnych i wzmocniło zaangażowanie mieszkańców.

3. Pierwszy Budżet Obywatelski

Budowanie postaw obywatelskich w ramach promocji pierwszej edycji Budżetu Obywatelskiego Gminy Żelów oparte na pokazaniu możliwości sprawczej mieszkańców. Hasło przewodnie –

BO, to dziecinnie proste!

Efekt działań promocyjnych – 13 wniosków zakwalifikowanych formalnie. Obecnie 3 zwycięskie wnioski są w fazie realizacji.

4. Współpraca ponadlokalna i medialna

Działania promocyjne były wspierane przez współpracę z mediami i partnerami zewnętrznymi, w tym:

- emisję spotów radiowych (Radio Eska),
- publikacje w mediach regionalnych,
- współpracę z popularnymi profilami w mediach społecznościowych (Łódzkie dla Ciebie, Łódź zwana pożądanym – przewodnik nie tylko po Łodzi, Łódzka Kolej Aglomeracyjna itp.).

Pozwoliło to na wyjście z komunikacją poza obszar gminy i dotarcie do szerszego, kilkuset tysięcznego grona odbiorców. Warto podkreślić, że wszystkie emisje medialne odbywały się bezkosztowo – wydarzenia były na tyle interesujące, że media chętnie o nich informowały.

IV. PROMOCJA CYFROWA I JEJ EFEKTY

W 2025 roku szczególną rolę odegrały działania prowadzone w Internecie, zwłaszcza w mediach społecznościowych.

Osiągnięte wyniki:

- wzrost liczby obserwatorów o około 40%,
- ponad 9,5 miliona wyświetleń treści w skali roku.

Działania te obejmowały:

- regularne publikacje,
- materiały wideo,
- relacje z wydarzeń,
- konkursy angażujące mieszkańców.

Istotnym elementem były również cykle tematyczne, takie jak „Zelowscy pasjonaci”, które pokazywały mieszkańców i ich aktywności, wzmacniając lokalną tożsamość.

V. PROMOCJA PRZEZ SPORT

Sport stanowił ważny element promocji gminy.

Sukcesy lokalnych sportowców oraz aktywność klubów sportowych:

- budowały pozytywny wizerunek,
- zwiększały rozpoznawalność gminy,
- wzmacniały identyfikację mieszkańców.

VI. ESTETYKA PRZESTRZENI PUBLICZNEJ

W 2025 roku znacząco zwiększono działania związane z estetyką przestrzeni publicznej.

Zrealizowano m.in.:

- instalację girland świetlnych w centrum miasta,
- dekoracje sezonowe (Wielkanoc, Boże Narodzenie),
- iluminacje świąteczne,
- ukwiecenie miasta realizowane we współpracy z przedsiębiorcami (bez kosztów dla gminy).
- Dekoracje Jesienne (dynie w ramach współpracy z lokalnym rolnikiem)
- „witacze” dożynkowe wykonane przez sołectwa i lokalnych rolników

Działania te miały realny wpływ na odbiór przestrzeni:

- poprawiały estetykę,
- budowały klimat miejsca,
- wzmacniały dumę mieszkańców,
- zwiększały atrakcyjność dla odwiedzających.

VII. PODSUMOWANIE I WNIOSKI

Rok 2025 był okresem intensywnych, przemyślanych i skutecznych działań promocyjnych.

Najważniejsze efekty:

- znaczący wzrost zasięgów (ponad 9,5 mln wyświetleń),
- rozwój współpracy lokalnej,
- zwiększenie zaangażowania mieszkańców,
- skuteczna promocja turystyki i przestrzeni rekreacyjnych,
- wsparcie lokalnych przedsiębiorców,
- realizacja działań przy jednoczesnym ograniczeniu wydatków (oszczędność ponad 45 tys. zł).

Działania te przyczyniły się do wzmocnienia wizerunku Gminy Żelów jako miejsca aktywnego, atrakcyjnego z ciekawą, unikatową historią o wyjątkowym klimacie tworzonym przez naszych mieszkańców.

VIII. KIERUNKI ROZWOJU NA 2026 ROK

- rozwój Zalewu Patyki jako produktu turystycznego (wniosek o dotację został rozstrzygnięty decyzją Zarządu Województwa Łódzkiego – przyznano 82 500 zł)
- promocja turystyki Gminy jako miejsca idealnego na weekendowy wyjazd (obszerny materiał o Żelowie na Łódź zwana Pożądaniem, współpraca z miejscami noclegowymi, materiały promocyjne online itp.)
- promocja nowego miejsca – Skatepark „Splot” – aktywność dla dzieci i młodzieży
- kontynuacja „Wiosennych porządków”
- kontynuacja i dalsza profesjonalizacja „Lata na splocie kultur”,
- Festiwal – „Żelowskie Sploty” – kolejny etap budowania marki i rangi wydarzenia (Dni Żelowa i Dożynki z Województwem Łódzkim),
- rozwój komunikacji wideo i krótkich formatów,
- większe zaangażowanie przedsiębiorców (projekt „Przedsiębiorczy Żelów”),
- dbałość o przestrzeń miejską, estetykę, klimat, dekoracje
- budowanie marki wielokulturowości Żelowa jako wyróżnika gminy.

BURMISTRZ ŻELÓWA

mgr Kamil Świtata

