

E. OPIS PROJEKTU

E1. Cele planowanego projektu

Celem ogólnym projektu jest wzrost konkurencyjności gospodarczej powiatu puławskiego poprzez efektywne programowanie zintegrowanych działań promocyjnych wykorzystujących inteligentne specjalizacje obszaru.

Cel jest zgodny ze Strategią rozwoju Województwa Lubelskiego i wpisuje się w realizację celu głównego RPO WL na lata 2007 - 2013:

Podniesienie konkurencyjności Lubelszczyzny prowadzące do szybkiego wzrostu gospodarczego oraz zwiększenia zatrudnienia z uwzględnieniem walorów naturalnych i kulturowych regionu oraz celów szczegółowych, w szczególności Celu 2: Poprawa warunków inwestowania w województwie z poszanowaniem zasady zrównoważonego rozwoju oraz Celu 3: Zwiększenie atrakcyjności Lubelszczyzny jako miejsca do zamieszkania, pracy i wypoczynku.

Cel główny zostanie osiągnięty poprzez realizację niżej zdefiniowanych celów szczegółowych:

1. Stworzenie strategii promocji gospodarczej jako narzędzia marketingu terytorialnego wykorzystującego potencjał obszaru.
2. Kreowanie pozytywnego wizerunku w wyniku spójnego i innowacyjnego systemu informacji gospodarczej, turystycznej.
3. Wprowadzenie rozwiązań ICT umożliwiających kompleksową obsługę przedsiębiorców, inwestorów, turystów
4. Zwiększenie zasięgu i natężenia oddziaływania informacji o regionie i możliwościach inwestycyjnych w wyniku rozwoju współpracy i kooperacji międzynarodowej dotyczącej wiodących specjalizacji regionu (konferencja międzynarodowa)
5. Dotarcie z ofertą promocyjną do szerokiego grona odbiorców poprzez zastosowanie nowoczesnych metod marketingu w tym głównie narzędzi ICT a także poprzez uczestnictwo w targach międzynarodowych i szeroko przeprowadzoną kampanię reklamową

Cele szczegółowe zgodne są z celem osi priorytetowej II RPO WL: Stworzenie przyjaznego otoczenia dla prowadzenia działalności gospodarczej w regionie i bezpośrednio nawiązują do celów Działania 2.4 Promocja gospodarcza województwa lubelskiego, ukierunkowane są na rozpowszechnianie informacji o woj. oraz możliwościach inwestycyjnych

Wyżej wymienione cele wynikają z realizacji Strategii Rozwoju Powiatu Puławskiego na lata 2008 – 2015 i bezpośrednio wpisują się w realizację działań przewidzianych w ramach II Celu: Stymulować rozwój zasobów ludzkich oraz III Celu: Animować współpracę ponadlokalną.

Osiągnięcie założonych celów szczegółowych projektu będzie weryfikowane za pomocą zestawu wskaźników zdefiniowanych na poziomie produktów i rezultatów, które w formie skwantyfikowanej zostały wyszczególnione w punkcie E2 niniejszego wniosku. Na poziomie produktu są to:

- udział w 2 międzynarodowych targach branżowych (targi turystyczne i gospodarcze),
- organizacja 1 międzynarodowej konferencji pn. „I Puławskie Forum na rzecz rozwoju biogospodarki w wymiarze regionalnym, krajowym i międzynarodowym”,
- udział w 1 ponadregionalnych targach branżowych.

Na poziomie rezultatów:

- zakłada się objęcie kampanią informacyjno – promocyjną 25000 odbiorców docelowych tj. przedsiębiorców i potencjalnych inwestorów, instytucji otoczenia biznesu, instytucji zrzeszających przedsiębiorców, turystów.

W dłuższej perspektywie wdrożenie projektu pozwoli również na realizację szeregu celów jakościowych, trudno mierzalnych w formie skwantyfikowanej, do których należy zaliczyć:

- podniesienie atrakcyjności inwestycyjnej i turystycznej powiatu puławskiego jako miejsca przyjaznego do inwestowania i rozwoju usług związanych z biogospodarką oraz turystyką
- wzrost poziomu przedsiębiorczości i inwestycji w województwie i na terenie powiatu puławskiego,
- zacieśnienie współpracy pomiędzy jednostkami samorządu terytorialnego a sferą środowiska biznesu i nauki,
- profesjonalizacja obsługi inwestorów oraz podniesienie poziomu jakości świadczonych usług obsługi inwestora,
- dalszy wzrost znaczenia Puław jako prężnie rozwijającego się ośrodka o inteligentnej specjalizacji w zakresie biogospodarki w Obszarze Funkcjonalnym województwa określonym jako Powiśle,
- wzrost liczby turystów odwiedzających powiat puławski i w województwie lubelskim

E2. Skwantyfikowane wskaźniki realizacji celów projektu

E2 A. Skwantyfikowane wskaźniki realizacji celów projektu - wskaźniki produktu

Lp.	Wskaźniki produktu	Jedn. miary	Wartość bazowa	n 2015	n+1 2016	n+2 2017	n+3 2018	n+4 2019	n+5 2020	Razem	Źródło weryfikacji
Wskaźniki z listy wskaźników obowiązkowych											
1	KSI-P.5.4.1 Liczba przedsięwzięć informacyjno-promocyjnych o charakterze międzynarodowym	szt.	0,00	2,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2,00	Faktury VAT za uczestnictwo w targach, rachunki
2	RPO-P.2.3 Liczba kampanii/imprez promujących region	szt.	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	Faktury VAT za zorganizowanie konferencji, rachunki
3	LSI-P.2.4.2 Liczba przedsięwzięć informacyjno-promocyjnych o charakterze ponadregionalnym	szt.	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	Faktury VAT za uczestnictwo w targach, rachunki

E2 B. Skwantyfikowane wskaźniki realizacji celów projektu - wskaźniki rezultatu

Lp.	Wskaźniki rezultatu	Jedn. miary	Wartość bazowa	n 2015	n+1 2016	n+2 2017	n+3 2018	n+4 2019	n+5 2020	Razem	Źródło weryfikacji
Wskaźniki z listy wskaźników obowiązkowych											
1	KSI-R.100 Przewidywana całkowita liczba bezpośrednio utworzonych nowych etatów (EPC)	szt.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	Nie dotyczy
2	LSI-R.2.4.2 Liczba odbiorców kampanii informacyjno-promocyjnych	tys. osób	0,00	25,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	25,00	sprawozdanie organizatora targów, ilość rozdanych materiałów promocyjnych, licznik wejść na strony internetowe

E3. Sposób monitorowania i pomiaru osiągniętych wskaźników

Wnioskodawca, zgodnie z pkt. E 11 Wniosku o dofinansowanie, zobowiązuje się do utrzymania celów i rezultatów projektu w okresie jego trwałości, tj. 5 lat po zakończeniu realizacji projektu. W tym celu będzie wdrożony odpowiedni system monitorowania wskaźników celów projektu na poziomie produktów oraz rezultatów.

Wskaźniki na poziomie produktu będą monitorowane w następujący sposób:

- wskaźniki dotyczące: „Liczby przedsięwzięć informacyjno-promocyjnych o charakterze międzynarodowym” a także „Liczby przedsięwzięć informacyjno-promocyjnych o charakterze ponadregionalnym” będą weryfikowane na podstawie dokumentów księgowych, zapłaconych faktur, rachunków, które stanowią potwierdzenie uczestnictwa w danych targach;
- wskaźnik „Liczba kampanii/imprez promujących region” będzie weryfikowany na podstawie dokumentów księgowych, zapłaconych faktur, rachunków dotyczących zorganizowanie konferencji międzynarodowej;

Wskaźniki na poziomie rezultatu będą monitorowane w następujący sposób:

- osiągnięcie wskaźnika „Liczba odbiorców kampanii informacyjno-promocyjnych” będzie monitorowane na podstawie sprawozdania Wnioskodawcy, danych organizatorów targów, licznika wejść na strony internetowe, ilości rozdanych materiałów promocyjnych

Wnioskodawca zobowiązuje się do pomiaru wskaźników realizacji projektu w cyklu rocznym, badanie etapu realizacji wskaźników będzie prowadzone metodą ilościową. Agregacja wskaźników będzie prowadzona przez Wnioskodawcę w formie sprawozdań z realizacji wskaźników projektu.

E4. Opis planowanego projektu

Projekt ma na celu promocję gospodarczą powiatu puławskiego a przez to także województwa lubelskiego w kraju i za granicą poprzez stworzenie strategii promocji gospodarczej jako narzędzia marketingu terytorialnego, działania promujące inteligentne specjalizacje powiatu puławskiego (inteligentna specjalizacja oznacza optymalne wykorzystanie potencjału regionu poprzez możliwie najlepsze dopasowanie kierunków rozwoju do specyficznych uwarunkowań społeczno-gospodarczych, koncentrację działań i środków finansowych na priorytety badawczo rozwojowe i innowacyjne niezbędne do rozwoju ważnych dla regionu obszarów działalności gospodarczych czyli dopasowanie w ramach trójkąta: nauka–edukacja–gospodarka) jako kierunki współpracy nauki z biznesem, stworzenie spójnego i innowacyjnego systemu informacji gospodarczej i turystycznej, wykorzystanie rozwiązań ICT jako głównych narzędzi dotarcia do odbiorców kampanii w tym także zagranicznych, udział w targach branżowych międzynarodowych, zorganizowanie międzynarodowej konferencji: I Puławskie Forum na rzecz rozwoju biogospodarki w wymiarze regionalnym, krajowym i międzynarodowym).

Aby osiągnąć powyższy cel konieczna jest realizacja następujących działań:

Działanie nr 1: Opracowanie strategii rozwoju i marketingu

Działanie to obejmuje:

-opracowanie „Strategia promocji gospodarczej powiatu puławskiego” (1 szt.). Dokument będzie obejmował m.in. analizę dotychczasowej polityki promocyjnej powiatu, główne elementy promocji powiatu, zdefiniowanie grup docelowych działań promocyjnych, określenie technik, instrumentów i nośników promocji, proponowane działania promocyjne, narzędzia promocji medialnej, sposoby pozyskiwania inwestorów zewnętrznych, narzędzia promocji zagranicznej, określenie sposobów oceny efektywności polityki promocji, cele i kierunki działań promocyjnych powiatu, rodzaje działań w zakresie promocji gospodarczej, społecznej, turystyczno-rekreacyjnej itp.

- opracowanie systemu identyfikacji wizualnej marki gospodarczej powiatu (w tym przygotowanie księgi znaku, logotyp, projekty materiałów promocyjnych dla biznesowych odbiorców kampanii, zasady stosowania identyfikacji wizualnej na stronach internetowych itp.) (1 szt.)

Dokumenty te będą wykorzystywane w kolejnych etapach realizacji projektu.

Źródłem finansowania działania nr 1 przed wypłatą refundacji będą środki własne.

Działanie nr 2: Stworzenie innowacyjnych aplikacji informatycznych

Działanie to obejmuje opracowanie:

- aplikacji, mapy interaktywnej atrakcji turystycznych z interfejsem internetowym (1 szt.)

- aplikacji, mapy interaktywnej potencjału gospodarczego Powiatu Puławskiego z interfejsem internetowym (1 szt.)

Aby było możliwe wykonanie ww. aplikacji konieczne jest stworzenie następujących baz danych:

- bazy danych atrakcji turystycznych do aplikacji interaktywnej mapy atrakcji turystycznych (1 szt.)

- bazy danych do aplikacji podmiotów gospodarczych i obiektów naukowo-badawczych jako możliwości współpracy gospodarczej w dziedzinie biogospodarki (1 szt.)

Aplikacje będą głównym narzędziem dotarcia do odbiorców. Starannie opracowane i na bieżąco aktualizowane mapy interaktywne i zasoby informacyjne aplikacji będą sprzyjać idei turystyki rodzinnej zorientowanej na regionalne dziedzictwo kulturowe, jak również obiekty sportowe, rekreacyjne. Obszary o szczególnych walorach przyrodniczych mogą zaprezentować uroki krajobrazowe poprzez ciekawe fotografie. System jest przeznaczony dla bardzo szerokiej populacji klientów e-informacji turystycznej, kulturalnej i gospodarczej:

- biorący udział w imprezach i wydarzeniach kulturalnych mieszkańców regionu,
- odwiedzający/turysta,
- profesjonalista – w tym: usługodawca (właściciel obiektu kultury, obiektu noclegowego, firmy transportowej), organizator imprez kulturalnych i turystycznych, przewodnik turystyki PTTK, pilot wycieczek, autor przewodników turystycznych, dziennikarz, artysta, naukowiec - reprezentujący różne dyscypliny naukowe, nauczyciel, pracownik jednostek samorządu lokalnego, redaktor i administrator portalu,
- uczeń, student.

Różni użytkownicy będą doceniać te zalety, które odpowiadają na ich potrzeby.

Dodatkowo informacje, które otrzymujemy mogą być dostosowywane do konkretnych oczekiwań (poprzez włączanie warstw, które nas interesują).

Poza informacjami z zakresu turystyki można sprawdzić gdzie znajdują się najbliższe hotele, restauracje czy kawiarnie.

To wszystko sprawia, że aplikacje stworzone w ramach projektu mają ogromną wartość informacyjną, co wynika z możliwości prezentowania w jednym miejscu różnego rodzaju informacji (mapy, informacji opisowych, zdjęć).

Dzięki zastosowaniu systemów bazodanowych informacje, które są prezentowane mogą być systematycznie aktualizowane i uzupełniane. Mapy interaktywne są uniwersalnymi serwisami, ze względu na to, że ich treść może być kierowana do różnych grup odbiorców na całym świecie –od inwestorów i turystów zaczynając na mieszkańcach lokalnej społeczności kończąc, czyli dokładnie takich grup docelowych jakie wskazuje „Strategia Rozwoju Powiatu Puławskiego na lata 2008-2015”, str. 82-84, a także cel operacyjny III.2 i I.7 Strategii wnioskodawcy.

Docelowymi odbiorcami będą także przedsiębiorcy krajowi i zagraniczni (potencjalni inwestorzy), co jest zgodne z celem II.1 Strategii wnioskodawcy.

Źródłem finansowania działania nr 2 przed wypłatą refundacji będą środki własne.

Działanie nr 3 Zakup środków trwałych (nowych)

Działanie to obejmuje zakup:

- zestawu do prezentacji - 2 szt. (ścianka pop-up (1szt.), roll-up (1szt.), rzutnik multimedialny (1szt.), laptop z oprogramowaniem (1szt.), ekran do prezentacji (1szt.), namiot prezentacyjny (1szt.);
- telewizor minimum 60 cal 1 szt.,
- przenośny monitora wewnętrzznego, minimum 80 cal 1 szt.,
- zakup drukarki kolorowej A3, 2 szt.

Środki trwałe ww. są niezbędne do prowadzenia kampanii promocyjnej, obsługi administracyjnej projektu, zestaw do prezentacji będzie wykorzystywany zarówno na Targach międzynarodowych, konferencji jak i na miejscu. Będzie także wykorzystywany do prezentacji filmów promocyjnych, spotu reklamowego itp.

Źródłem finansowania działania nr 3 przed wypłatą refundacji będą środki własne.

Działanie nr 4 Przygotowanie i wdrożenie kompleksowej kampanii informacyjno promocyjnej

Działanie to przewiduje realizację kampanii krajowej i międzynarodowej.

Kampania ta będzie obejmowała następujące działania:

- przygotowanie i dostawa materiałów promocyjnych (3 rodzaje materiałów promocyjnych:

1. dla VIP: pamiątki dla wyjątkowych gości: grafiki ręcznie wykonane pamiątkowe 400 szt.-arydzielo lokalne, wersja limitowana, seria dedykowana;
2. użytkowe, średniego szczebla: wskaźniki elektroniczne do przełączania slajdów (200 szt.), pendrive (300 szt.), koszulki z emblematami (800 szt.), kubki 800 szt.; torby ekologiczne 250 szt.; plecaki 250 szt.;
3. gadżety popularne: zwykle długopisy (1000 szt.).

- przygotowanie i wydruk mapy atrakcji turystycznych wraz z prawami autorskimi 10 000 szt.

-przygotowanie i wydruk folderu promującego najważniejsze podmioty gospodarcze i jednostki naukowo-badawcze wraz z ofertą ich wzajemnej współpracy gospodarczej w dziedzinie biogospodarki w trzech językach wraz z prawami autorskimi - 3000 szt.

- przygotowanie 2 filmów promocyjnych z dziedziny turystyki i biogospodarki wraz z prawami autorskimi (około 4 min), (kampania krajowa i międzynarodowa) (2 szt.)

- przygotowanie spotu reklamowego wraz z emisją w portalach internetowych wraz z prawami autorskimi (30 s), (kampania krajowa i międzynarodowa) (1 szt.)

- emisja spotu reklamowego w kinach w Polsce (język polski i angielski), (kampania krajowa) (90 000 widzów)

- zorganizowanie Międzynarodowej Konferencji: I Puławskiego Forum na rzecz rozwoju biogospodarki w wymiarze regionalnym, krajowym i międzynarodowym (wydruk zaproszeń (500 szt.), wynajęcie sali (16 godz.), koszt moderowania konferencji (16 godz.), koszt udziału prelegentów zewnętrznych (4 osoby), catering (100 osób), przygotowanie 2-języcznych materiałów konferencyjnych (100 szt.), koszty zakwaterowania uczestników zewnętrznych (20 osób), koszty tłumacza (10 godz.)) - (kampania międzynarodowa)

Główny cel organizacji Forum i oczekiwane efekty:

Głównym celem zorganizowania I Forum na rzecz rozwoju biogospodarki będzie wymiana wiedzy i doświadczeń w zakresie szans i możliwości rozwoju biogospodarki w regionach Polski Wschodniej, ze szczególnym uwzględnieniem powiatu puławskiego – jako ważnego ośrodka naukowego i gospodarczego w kreowaniu i wdrażaniu innowacyjnych rozwiązań w zakresie produkcji i przetwarzania biozasobów.

Oczekuje się, że wymiernym efektem zorganizowanych spotkań będzie nie tylko zdobycie pogłębionej wiedzy nt. najnowszych technologii i rozwiązań w sektorach biogospodarki, ale również nawiązanie bezpośredniej współpracy pomiędzy przedstawicielami środowiska naukowego i biznesowego, co w dłuższej perspektywie powinno przełożyć się na realizację wspólnych projektów na poziomie regionalnym i ponadregionalnym (np. w ramach Polski

Wschodniej).

Formuła oraz główne założenia organizacyjne Forum:

Forum będzie miało charakter dwudniowego wydarzenia promującego potencjał naukowy i gospodarczy powiatu puławskiego oraz umożliwiającego nawiązanie bezpośredniej współpracy sektora nauki z biznesem w dziedzinach związanych z rozwojem biogospodarki w województwie lubelskim, a także innych regionach Polski Wschodniej. Głównym wydarzeniem Forum będzie konferencja zorganizowana z udziałem przedstawicieli środowiska naukowego i biznesowego. Konferencja będzie składała się z sesji plenarnej i części warsztatowej. W trakcie sesji plenarnej zostaną omówione najważniejsze szanse, wyzwania oraz trendy związane z rozwojem biogospodarki w Europie, Polsce i województwie lubelskim. Część warsztatowa będzie podzielona na trzy zasadnicze bloki tematyczne / panele dyskusyjne:

- a) innowacyjne technologie w zakresie produkcji i przetwarzania biozasobów na cele spożywcze, energetyczne i farmaceutyczne;
- b) kadry na potrzeby rozwoju biogospodarki w regionie;
- c) instytucjonalny i finansowy system wsparcia rozwoju sektorów biogospodarki w regionie.

W pierwszym dniu Forum odbędzie się część plenarna oraz warsztatowa konferencji, zaś drugiego dnia moderatorzy z poszczególnych warsztatów dokonają krótkiego podsumowania z odbytych paneli dyskusyjnych oraz odbędzie się dyskusja nad możliwościami dalszego rozwoju biogospodarki w regionie.

Oprócz wzięcia udziału w dwudniowej konferencji, uczestnicy Forum (naukowcy i przedsiębiorcy) będą mieli również okazję zaprezentować swoją ofertę na tzw. spotkaniach stolikowych, w trakcie których będzie istniała możliwość zaprezentowania swojej oferty lub potrzeb innowacyjnych i nawiązania obustronnej współpracy.

Uczestnikami konferencji w szczególności będą przedstawiciele:

- a) jednostek administracji rządowej (np. MNiSW, MRiROW, NCN, NCBiR),
- b) jednostek samorządu terytorialnego (województwa Polski Wschodniej, powiaty i gminy województwa lubelskiego),
- c) sektora nauki (w tym instytutów naukowych, uczelni wyższych)
- d) przedsiębiorstw (głównie z branży rolno-spożywczej, energetycznej, chemicznej, farmaceutycznej, leśnej, rybackiej, drzewnej),
- e) producentów rolnych i ich zrzeszeń,
- f) instytucji otoczenia biznesu oraz ośrodków doradztwa rolniczego,
- g) szkół zawodowych na poziomie ponadgimnazjalnym,
- h) firm doradczo-szkoleniowych, itp.

- udział w targach 3 szt. w tym także targi międzynarodowe (kampania międzynarodowa),

Źródłem finansowania działania nr 4 przed wypłatą refundacji będą środki własne.

Działanie nr 5 Koszty związane z realizacją i administrowaniem projektu

Działanie to obejmuje poniesienie kosztów niezbędnych do zrealizowania przedmiotowego projektu tj.:

- koszty osobowe: koordynator projektu (12 miesięcy),
- doradztwo w zakresie zamówień publicznych: opracowanie dokumentacji przetargowej, przygotowanie szczegółowego opisu przedmiotu zamówienia wraz z prawami autorskimi, (1 usługa)
- obsługa księgową projektu, (12 miesięcy)
- wydatki związane z administrowaniem projektu: zakup artykułów biurowych (długopisy 40 szt.; notatniki 40 szt.; papier A4 10 szt. ryz; papier fotograficzny A4 do drukarki 100 szt. kartek) i tonerów do drukarki 2 szt.

Źródłem finansowania działania nr 5 przed wypłatą refundacji będą środki własne.

Ponadto Wnioskodawca przeprowadzi promocję projektu zgodnie z zapisami zawartymi w pkt. E12 Wniosku. Źródłem finansowania promocji będą środki własne.

Źródłem finansowania projektu przed wypłatą refundacji części poniesionych kosztów będą środki własne Wnioskodawcy, który posiada wystarczającą zdolność finansową i nie przewiduje zagrożeń w realizacji projektu od strony merytorycznej i finansowej, Wnioskodawca dysponuje rezerwami finansowymi wystarczającymi na pokrycie wydatków projektu.

Wymiar projektu jest międzynarodowy dzięki rozszerzeniu grupy docelowej o (m.in. przedsiębiorcy, inwestorzy, turyści) biorący udział w targach międzynarodowych oraz międzynarodowej konferencji: I Puławskim Forum na rzecz biogospodarki. Materiały promocyjne, filmy promocyjne, spot reklamowy, materiały na konferencję dostosowane są do odbiorców zagranicznych, tłumaczone są na język angielski i inne języki obce w zależności od potrzeby.

Narzędzia marketingu zostały dostosowane do tak szerokiej grupy docelowej, aplikacje interaktywne są przeznaczone dla bardzo szerokiej populacji klientów e-informacji turystycznej, kulturalnej i gospodarczej. Mapy interaktywne są uniwersalnymi serwisami, ze względu na to, że ich treść może być kierowana do różnych grup odbiorców na całym świecie – od inwestorów i turystów zaczynając na mieszkańcach lokalnej społeczności kończąc, także do przedsiębiorców krajowych i zagranicznych (potencjalni inwestorzy).

E5. Uzasadnienie realizacji projektu

Województwo lubelskie należy do regionów charakteryzujących się niską atrakcyjnością inwestycyjną. W corocznych raportach publikowanych przez Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową województwo niezmiennie od kilku lat zajmuje jedno z ostatnich miejsc (wg danych za 2012r. zaliczane jest do grupy 5-województw w klasie regionów o niskiej atrakcyjności). Do jednych z głównych czynników ograniczających atrakcyjność inwestycyjną zaliczono zbyt niską aktywność województwa wobec inwestorów rozumianą jako zdolność do kreowania wizerunku regionu, jego popularyzacji i tworzenia przez władze samorządowe dobrego klimatu dla inwestycji.

Jednocześnie w Strategii rozwoju powiatu Puławskiego na lata 2008 – 2015 jako zagrożenie związane z rozwojem gospodarczym powiatu wskazano:

- rozwój Warszawy i sąsiednich aglomeracji absorbujących uwagę potencjalnych inwestorów,
- niską atrakcyjność inwestycyjną województwa lubelskiego.

Szanse rozwojowe zidentyfikowano jako:

- stworzenie mechanizmu promocji powiatu jako atrakcyjnego obszaru dla inwestycji krajowych i zagranicznych,
- rozwój i promocja turystyki całorocznej związanej z aktywnym wypoczynkiem na terenie powiatu,
- wdrożenie nowej technologii oraz spopularyzowanie ekologicznej produkcji rolnej.

Zgodnie z Koncepcją programowo-przestrzenną rozwoju turystyki i rekreacji w województwie lubelskim obszar powiatu puławskiego zaliczono do obszaru o bardzo wysokich walorach krajoznawczych i wypoczynkowych. Powiat puławski wykazuje również szczególne predyspozycje jeśli chodzi o rozwój biogospodarki, zarówno od strony naukowej jak i gospodarczej. W Puławach działają wiodące w skali kraju i regionu ośrodki naukowe, w tym: Instytut Upraw Nawożenia i Gleboznawstwa – Państwowy Instytut Badawczy w Puławach, Państwowy Instytut Weterynaryjny w Puławach, Instytut Nawozów Sztucznych w Puławach, Instytut Sadownictwa i Kwiaciarstwa w Skierniewicach – Oddział Pszczelnictwa w Puławach. W powiecie funkcjonuje także wiele podmiotów zajmujących się bioprodukcją, w tym tych z sektora rolno-spożywczego, szkółkarsko-ogrodniczego, ochrony środowiska, farmaceutycznego, chemicznego. Dodatkowo zaplecze badawczo rozwojowe uzupełnia Puławski Park Naukowo-Technologiczny z otwartym w 2013 r. Laboratorium Tworzyw Biodegradowalnych.

W dokumencie pn. „Zmiana planu zagospodarowania przestrzennego województwa lubelskiego – uwarunkowania wewnętrzne” obszar powiatu puławskiego zaliczony został do Obszaru Funkcjonalnego Powiśle, który cechują doskonałe warunki do rozwoju turystyki oraz najkorzystniejsze w województwie warunki agroklimatyczne dla upraw owoców miękkich, chmielu i tytoniu oraz rozwoju gospodarstw sadowniczych.

Określone powyżej dwa filary rozwoju gospodarczego powiatu puławskiego w celu dalszego rozwoju gospodarczego wykazują następujące potrzeby:

- konieczność stworzenia spójnego i zintegrowanego systemu obsługi inwestora oraz promowania terenów inwestycyjnych w województwie lubelskim,
- doprowadzenie do wypromowania terenów inwestycyjnych związanych z turystyką i biogospodarką jako atrakcyjnych miejsc do inwestowania, rozwoju przedsiębiorczości i powstania miejsc pracy.

Zgodnie ze wskazaniem Instytutu Badań nad Gospodarką Rynkową opublikowanym w publikacji pn. „Atrakcyjność Inwestycyjna województwa i podregionów Polski 2012” sytuację województwa lubelskiego zaliczanego do kategorii o niskiej atrakcyjności inwestycyjnej można zmienić poprzez jej wzmocnienie dla działalności bazujących na unikatowych zasobach i atutach regionu. Jak wykazano powyżej, zgodnie z dokumentami planistycznymi zasobami tymi dla obszaru powiatu puławskiego są turystyka oraz biogospodarka – określana również jako inteligentna specjalizacja regionu. Wzmocnienie atrakcyjności inwestycyjnej poprzez zintensyfikowaną promocję gospodarczą stanowiłoby ostatni element przyczyniający się do zmniejszenia problemów i barier rozwojowych obszaru w wyniku oddziaływania na sytuację społeczno-gospodarczą, w szczególności na potencjał naukowo-badawczy oraz funkcjonujące już zaplecze w postaci firm. Efekty projektu wpłyną pozytywnie na sytuację beneficjenta we wszystkich problemowych obszarach, będących przesłankami do podjęcia działań w ramach niniejszego projektu. Zwiększy się potencjał kadry powiatu w zakresie promocji i obsługi inwestora, wyposażony zostanie w nowoczesne narzędzia realizacji działań promocyjnych m.in. dzięki zastosowaniu technologii ICT w tym interaktywnych aplikacji oraz bazy danych podmiotów gospodarczych i obiektów naukowo-badawczych. Ważnym elementem projektu będzie Strategia promocji gospodarczej powiatu puławskiego, stworzony system identyfikacji wizualnej marki gospodarczej powiatu oraz przeprowadzenie kampanii promocyjnej. Dotychczasowa działalność związana z promocją gospodarczą beneficjenta prowadzona była w małej skali, między innymi z uwagi na brak nowoczesnych narzędzi marketingowych.

Ważnym elementem projektu jest jego wymiar międzynarodowy dzięki rozszerzeniu grupy docelowej o (m.in. przedsiębiorcy, inwestorzy) biorący udział w targach międzynarodowych oraz międzynarodowej konferencji: I Puławskim Forum na rzecz biogospodarki. Na konferencję zostaną zaproszeni prelegenci i przedsiębiorcy zagraniczni.

Materiały promocyjne, filmy promocyjne, spot reklamowy, materiały na konferencję dostosowane są do odbiorców zagranicznych, tłumaczone są na język angielski i inne języki obce w zależności od potrzeby.

Efekty realizacji projektu będą służyły zarówno wzrostowi atrakcyjności inwestycyjnej i zdolności do przyciągania inwestycji z zewnątrz jak i do promocji istniejącego potencjału branży turystycznej oraz biogospodarki.

Docelowi odbiorcy zostali wybrani w oparciu o analizę zawartą w dokumentach strategicznych Wnioskodawcy, tj. w „Strategii rozwoju powiatu Puławskiego na lata 2008 – 2015”, „Planie Rozwoju Turystyki na lata 2012-2020” a także na projekcie „Lokalne strategii innowacji dla obszaru wzrostu Powiatu Puławskiego i miasta Puławy”.