

23 kwietnia 2010



GRAND PRIX dla Świętokrzyskiego

Województwo Świętokrzyskie zostało laureatem IV edycji konkursu Złote Formaty. Kampania promocyjna województwa świętokrzyskiego zwyciężyła w kategorii Działalność Promocyjna - GRAND PRIX. Zdobyła także Nagrodę Specjalną Polskiej Organizacji Turystycznej. Zwycięzców uhonorowano podczas wczorajszej Gali Festiwalu Promocji Miast i Regionów w Warszawie. Nagrodę odebrał marszałek Adam Jarubas.

- To dla nas ogromne zaskoczenie - mówi marszałek **Adam Jarubas**. - Zgłosiliśmy tylko jeden projekt, ale jak się okazało najlepiej oceniony. Co ważne zyskał on taką ocenę w oczach fachowców, bo w Kapitułę nagrody zasiadają znawcy tematu - przedstawiciele największych domów mediowych i jest to środowisko naprawdę opiniotwórcze. Nagrodę dostaliśmy za całość działań promocyjnych w latach 2007 - 2009 - dodaje Adam Jarubas. Zdaniem marszałka nagroda ta potwierdza, że trafny był wybór Regionalnej Organizacji Turystycznej do prowadzenia kampanii promocyjnej województwa świętokrzyskiego. - Takie rozwiązanie pozwoliło wygenerować dobre pomysły, zwłaszcza, że świętokrzyska ROT to jedna z najmocniejszych organizacji turystycznych w kraju. W ubiegłym roku było głośno o województwie świętokrzyskim, dużo i dobrze o naszym regionie mówiło się także podczas wczorajszej Gali Złotych Formatów. Nagroda zbiegła się z prezentacją nowej czołówki do serialu „Ojciec Mateusz”. A to nie jest nasze ostatnie słowo.

O województwie będzie jeszcze głośno - zapowiada Adam Jarubas.

Nagrodą w konkursie jest dodatkowa kampania billboardowa za 100 tysięcy złotych oraz prezentacja filmów reklamowych w warszawskim metrze.

Konkurs Złote Formaty służy prezentacji działań samorządów w obszarze budowania marek i promocji. Jest jednym z kluczowych elementów prestiżowego Festiwalu Promocji Miast i Regionów. W tegorocznej edycji wzięło udział 75 miast i regionów, które nadesłały 173 propozycje. Kampania promocyjna województwa świętokrzyskiego była jedynym projektem z regionu zgłoszonym do konkursu. Była ona prowadzona w oparciu o profesjonalne badania Pentora, zaplanowana jest na dwa lata. Jej budżet to 7 mln zł. Realizowana jest w różnego typu mediach, z wykorzystaniem wielu nośników - billboardów, spotów telewizyjnych, Internetu. Przewodnie hasło kampanii to: „Świętokrzyskie czaruje, poleć na weekend”.