

1 kwietnia 2009



“Mocne strony regionu: turystyka weekendowa i wiejska”

INTERNETOWY SERWIS INFORMACYJNY ZWIĄZKU WOJEWÓDZTW RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ Kolejna edycja seminarium PR regionów odbyła się w Kielcach - znani eksperci podkreślali, jak istotne w XXI wieku jest konsekwentne budowanie marki miejsca, a Jacek Kowalczyk, dyrektor Departamentu Promocji, Edukacji, Kultury, Sportu i Turystyki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Świętokrzyskiego obiecywał, że przygotowana kampania promocyjna zaskoczy Polskę i nie będzie oparta wyłącznie na billboardach. Świętokrzyskie według najnowszej strategii promocyjnej Urzędu Marszałkowskiego stawia na turystykę weekendową i wiejską. Jedną z istotnych grup społecznych, do których chce dotrzeć to dzieci zamożnych rodziców mieszkających w dużych metropoliach. Kowalczyk przyznał, że dzisiejszy wizerunek województwa nie jest doskonały. Dzieje się tak, ponieważ dotychczas kilka różnych podmiotów bez spójnej koncepcji promowało miejsce, ale każdy na własną rękę. Teraz promocję województwa koordynuje Świętokrzyska Regionalna Organizacja Turystyczna. Eksperci podkreślają, że w każdym miejscu można (i trzeba) znaleźć cechy, które je wyróżnią. O tym mówił Łukasz Wilczyński z krakowskiej agencji Planet PR. Akcentowano znaczenie dostępu do bieżącej informacji, dr Jan Hajduk z Sandomierza podkreślał, jak bardzo wzrosło znaczenie turystyczne miasta, odkąd ekipa telewizyjna kręci oglądany przez 7 mln. widzów serial „Ojciec Mateusz”. Samorządowcy wzięli udział w trzech warsztatach przygotowanych specjalnie dla nich: komunikacja on-line, system identyfikacji wizualnej, media relations. Organizatorem Seminarium PR Regionów w Kielcach było Polskie Stowarzyszenie Public Relations i Urząd Marszałkowski Województwa Świętokrzyskiego.