

26 kwietnia 2010



Samorządy w promocji

PORTAL INTERNETOWY SERWIS SAMORZĄDOWY PAP

Ruda Śląska, Poznań, Stary Sącz oraz województwa świętokrzyskie i kujawsko-pomorskie – to zwycięzcy tegorocznej, czwartej edycji konkursu Złote Formaty dla miast i regionów, które promują się najlepiej. Każde z nich nagrodzono ogólnopolską kampanią outdoorową o wartości 100 tys. zł. oraz kampanią na nośnikach infoscreen w warszawskim metrze. Uroczystość wręczenia Złotych Formatów odbyła się 22 kwietnia w Warszawie na zakończenie Festiwalu Promocji Miast i Regionów. Najbardziej prestiżowa nagroda, Grand Prix Festiwalu, przyznawana za działalność promocyjną na przestrzeni ostatnich trzech lat, trafiła w ręce przedstawicieli województwa świętokrzyskiego. Za najlepsze wydawnictwo promocyjne jury uznało publikację „Chleb Nasz Powszedni czyli kuchnia Lachów Sądeckich” wydaną przez Urząd Miasta i Gminy Stary Sącz. Poznań, dzięki kampanii „Wielkie Marki”, okazał się bezkonkurencyjny w kategorii Kampania Outdoorowa. Wśród 28 projektów nominowanych do Złotych Formatów, aż cztery zgłoszone były właśnie przez Poznań. To tegoroczny rekord. Pod względem ilości projektów w finale niewiele gorsza była Ruda Śląska, której trzy projekty przeszły do finału. Jeden z nich, Ogólnopolski Festiwal Wspomnień, zwyciężył w kategorii Kampania On-line. W kategorii Event doceniono Urząd Marszałkowski Województwa Kujawsko-Pomorskiego za „StarForce 2009 – 30-lecie Gwiazdnych Wojen w Polsce”. - Wszystkie 28 projekty, które zakwalifikowały się do ścisłego finału w jakiś sposób potrafiły urzec członków Jury. Było im trudno wybrać spośród nich te najlepsze. Dlatego też przyznano w tym roku tak wiele wyróżnień – powiedział Janusz Malinowski, prezes zarządu Grupy Ströer, jeden z jurorów konkursu. - Cieszę się niezmiernie, że coraz więcej samorządów realizuje odważne koncepcje promocyjne, a samą promocję traktują jako drogę do osiągnięcia długofalowych, strategicznych celów – dodał. Każde ze zwycięskich miast i regionów zostało uhonorowane dwiema kampaniami reklamowymi do zrealizowania na nośnikach Grupy Ströer: ogólnopolską kampanią outdoorową o wartości 100 tys. zł. oraz kampanią na nowoczesnych nośnikach infoscreen w warszawskim metrze o wartości 30 bądź 20 tys. zł. Dodatkowe nagrody ufundowali patroni. Nagrodę w wysokości 10 tys. zł. ufundował Związek Miast Polskich. Magazyn Elle ufundował nagrody dla 12 miast w postaci 12 artykułów, poświęconych każdemu z nich. Nagrody Specjalne przyznała także Polska Organizacja Turystyczna, magazyn Brief for Poland oraz portal PRoto.pl. Serwis Samorządowy PAP był jednym z patronów medialnych

tegorocznego Festiwalu Promocji Miast i Regionów. Do pierwszego etapu konkursu „Złote Formaty” miasta i regiony zgłosiły 173 projekty promocyjne. Spośród nich, do finału jury zakwalifikowało 28 najlepszych. W finale znalazły się projekty przesłane przez 10 miast (Ruda Śląska, Kraków, Poznań, Lublin, Łódź, Sieradz, Trzebnica, Radom, Szczecin, Stary Sącz), 7 województw (łódzkie, świętokrzyskie, kujawsko-pomorskie, małopolskie, pomorskie, śląskie i lubelskie) oraz jeden zgłoszony przez warszawską dzielnicę Bielany.