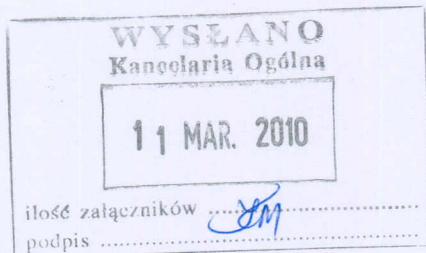


Białystok, 08 marca 2010 r.



**MARSZAŁEK
WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO**

DWZ.I.0036-01/10



Szanowny Pan

Jacek Cylwik

Radny Województwa Podlaskiego

W odpowiedzi na zapytanie złożone podczas XXXVII Sesji Sejmiku Województwa Podlaskiego w dniu 15 lutego 2010 r. informuję, co następuje.

„Założenia wieloletniego planu promocji województwa podlaskiego” to dokument stanowiący mapę drogową działań promocyjnych regionu podejmowanych w perspektywie najbliższych 5 lat. Zgodnie z zawartymi w nim zapisami, kluczowym wyzwaniem strategicznym, stojącym przed władzami samorządowymi szczebla wojewódzkiego, jest nadanie Podlaskiemu własnej twarzy, jasnego i wyraźnego wizerunku wizualnego. Oznacza to, iż działaniem absolutnie koniecznym było wykreowanie nowego Systemu Identyfikacji Wizualnej Województwa Podlaskiego, zawierającego wszelkie stałe identyfikacyjne, w tym hasło promocyjne regionu. Wykonanie powyższego zadania było pierwszym z zalecanych rozwiązań strategicznych, którego realizacja została przeprowadzona zgodnie z rekomendacjami zespołu eksperckiego. Potwierdzenie powyższej konkluzji stanowi opinia WYG International z dnia 8 lutego 2010 r., którą przekazuję w załączeniu.

Jednolity System identyfikacji Wizualnej Województwa Podlaskiego zostanie wykorzystany jako „marka-parasol” dla produktów popularyzowanych w ramach działań promocyjnych realizowanych poprzez 5 rodzajów kampanii: kampanii wewnętrznej, kampanii turystycznej

na terenie Polski, kampanii turystycznej w Warszawie, kampanii gospodarczej oraz kampanii zagranicznej. Zarząd Województwa zamierza sukcesywnie wdrażać wymienione wyżej kampanie w dwóch etapach. Pierwszy obejmie lata 2010-2011, drugi lata 2012-2014.

Zgodnie z rekomendacjami zespołu eksperckiego WYG International w latach 2010-2011 należy skupić się na kwestiach oscylujących wokół turystyki, zachęcać do odwiedzenia województwa podlaskiego ze względu na bogatą kulturę ludową, kuchnię regionalną oraz szeroką gamę możliwości rekreacyjnych. Przekazywany w nich komunikat ma być skierowany do całej Polski, ze szczególnym uwzględnieniem Warszawy oraz terenu samego województwa.

Wdrażając powyższe zalecenia Zarząd Województwa zamierza przystąpić do realizacji kampanii wewnątrzwojewódzkiej, która obejmie, zgodnie z „Załoženiami wieloletniego planu promocji województwa”, promocję Urodzin Województwa Podlaskiego, Dożynek Podlaskich, konkursu Podlaska Marka Roku oraz Dni Białegostoku. Przewiduje się również intensywne działania z zakresu marketingu bezpośredniego, realizowane w czerwcu br. w największych miejscowościach województwa. Ich motywem przewodnim będzie „różnorodność” – esencja marki „Województwo Podlaskie”.

Zgodnie z zaleceniami WYG international w prasie, telewizji, rozgłoszeniach radiowych oraz portalach internetowych o zasięgu regionalnym przeprowadzona zostanie również wewnątrzwojewódzka kampania medialna prezentująca bogactwo różnorodności Podlaskiego.

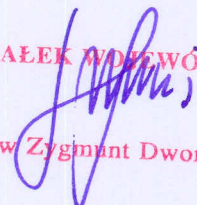
W latach 2010-2011 przewidywane jest prowadzenie intensywnych działań promocyjnych na rynku warszawskim. Planuje się organizację dwóch przedsięwzięć plenerowych skierowanych do mieszkańców stolicy. Imprezom plenerowym towarzyszyć będą spoty telewizyjne, radiowe oraz reklamy prasowe emitowane w mediach o zasięgu stołecznym.

Perspektywa czasowa 2012-2014 stanowić będzie kontynuację krajowych działań promocyjnych z lat 2010-2011, przy czym ograniczeniu ulegnie intensywność kampanii warszawskiej oraz wewnątrzwojewódzkiej. Poczynając do roku 2012 województwo

rozpocznie również skoordynowane działania promocyjne o charakterze turystycznym i gospodarczym na rynkach zewnętrznych.

Departament Współpracy z Zagranicą i Promocji UMWP planuje pozyskać środki na realizację kampanii promocyjnej w latach 2010-2011 z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podlaskiego.

Z poważaniem

MARSZAŁEK WOJEWÓDZTWA

Jarosław Zygmunt Dworzański