

Wybudować i uczynić to żywym

07.11.2013.

SZCZECIN – CHOSZCZNO Wczoraj w szczecińskim hotelu Novotel podsumowano pierwszą edycję konkursu „Róża promocji”, w którym nagradzano za najlepszą promocję projektów zrealizowanych z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego. Tytuł laureata zdobyło Miasto Szczecin, a w siódemce wyróżnionych znalazła się także GMINA CHOSZCZNO. – Dla nas to bardzo wartościowa nagroda, bo doskonale wszyscy wiemy, że RPO sfinansowało kilkaset projektów o dużo większej wartości niż choszczeńska promenada – mówił wczoraj burmistrz ROBERT ADAMCZYK, który wyróżnienie odbierał z rąk marszałka OLGIERDA GEBLEWICZA i wicemarszałka ANDRZEJA JAKUBOWSKIEGO.

Choć burmistrz ROBERT ADAMCZYK w rozmowie z marszałkiem OLGIERDEM GEBLEWICZEM zwrócił uwagę na całkowite koszty inwestycji realizowanych w województwie z RPO to jednak tu musimy podkreślić, że konkurs „Róża promocji”; adresowany był do kilkuset beneficjentów Regionalnego Programu Operacyjnego, a oceniano nie jego wartość lecz sposób promocji, a także efekty jakie osiągnięto. Organizatorem konkursu „Róża promocji”; i konferencji zatytułowanej „Najlepsze praktyki w promocji projektów Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego”; był Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego.

Do rywalizacji o „Różę promocji”; zaproszono nie tylko gminy czy miasta, ale także stowarzyszenia, organizacje, firmy i zakłady pracy - autorów najciekawszych działań promujących inwestycje dofinansowane z funduszy europejskich. Według organizatorów był to prawdziwy sprawdzian z praktyki i wiedzy o tym, jak należy promować zrealizowane przedsięwzięcia. Jak w ciekawy sposób pochwalić się inwestycjami infrastrukturalnymi, a przede wszystkim – że warto to robić. Jak wspomniał burmistrz R. Adamczyk, do tej pory z RPO zrealizowano kilkaset projektów, a kapituła konkursu wybierała spośród 30 najlepszych. – Wartość tego wyróżnienia podnosi fakt, że my na wstępnym etapie na promocję ścieżki wokół jeziora wydaliśmy niespełna 20 tys. zł, a w grupie wyróżnionych znalazły się takie przedsięwzięcia, które na ich propagowanie wydawały miliony złotych – zauważa wóldarz Choszczna. Jurorzy konkursu podkreślili, że docenili choszczeńskie działania nie tylko za imprezy organizowane na i wokół promenady, ale przede wszystkim za bezpośrednie dotarcie do konkretnego odbiorcy. Oczywiście mówiono też o zmierzonych efektach. Tu burmistrz przytoczył, że w założeniach projektowych „Turystyczno-rekreacyjnego zagospodarowania terenów wokół jeziora Klukom oraz na Miejskiej Górze w miejscowości Choszczno”; przewidywano, że w drugim roku użytkowania skorzysta z tej inwestycji około 20 tys. osób, tymczasem w 2012 roku naliczono ponad 160 tys. rowerzystów, biegaczy i spacerowiczów. Czyli osiem razy więcej.

Marszałek Geblewicz stwierdził, że konkurs „Róża promocji”; nie ma promować RPO, lecz jego efekty. – Współczesny marketing jest pochodną naszej kreatywności, trendy marketingowe dynamicznie się zmieniają i wymagają od nas stałego doskonalenia i pomysłowości. Dlatego motto takich spotkań, jak to dzisiejsze powinno brzmieć: „wybudować i uczynić to żywym”. Tak to postrzegam, chwalmy się i róbmy to nie nachalnie, lecz mądrze – gratulował nagrodzonym. Podkreślił też to, że wyróżnione projekty będą również promocyjnym wizerunkiem Pomorza Zachodniego.

Główną nagrodę konkursu „Róża promocji” zdobyło Miasto Szczecin za promocję „Promenada z widokiem na Odrę – przebudowa szczecińskich bulwarów (Modernizacja Bulwaru Gdyńskiego, Piastowskiego, Elbląskiego)”.

Wśród wyróżnionych znaleźli się: Gmina Choszczno

(Turystyczno-rekreacyjne zagospodarowanie terenów wokół jeziora Klukom

oraz na Miejskiej Górze), Związek Miast i Gmin Dorzecza Parsęty,

Zachodniopomorski Urząd Wojewódzki, Gmina Barlinek, Contino Białogard

Sp. z o.o., „Parafia Prawosławna pw. Świętych Apostołów Piotra i Pawła w

Stargardzie Szczecińskim i Szczecińska Energetyka Ciepła Sp. z o.o.

Tadeusz Krawiec