



**Województwo powinno pokazać się w taki sposób, w jaki sprzedaje się produkt, a więc czysto marketingowo. Tak jak promuje się Turcję, Grecję, czy Chorwację. Potrzebne jest kreatywne podejście**

## **Lasy i czyste powietrze to jeszcze nie walory**

Karolina Zakrzewska: Jak ocenia Pani promocję województwa?

Helena Hatka: Jestem zdania, że promocja na pewno wymaga udoskonalenia. Najważniejsza jest koordynacja działań. Aby promocja była skuteczna musi być spójna. Jak dotąd takiej spójności nie było, bo była ona realizowana poprzez samorządy. Każdy oddzielnie pokazywał swoje mocne strony. Z punktu widzenia skuteczności obraz województwa nie jest jasny i czytelny. Nie ma w nim zbyt wielu wyróżników.

Karolina Zakrzewska: Co zatem należy zrobić?

Helena Hatka: Powinniśmy się skupić na opracowaniu wspólnej strategii oraz programu jej realizacji. Strategia musi eksponować to co wspólne i charakterystyczne dla naszego regionu. Lasy i czyste powietrze to doprawdy jeszcze nie walory. Tym bardziej, że za zachodnią granicą mają podobne.

Do tej pory niestety brak jest globalnej koncepcji związanej z promocją. Nie bardzo więc można mówić o jakichś konkretach. Nie mnie się wypowiadać w tej sprawie, to bardziej rola samorządów. Ale nie ma wątpliwości, że w jakiś sposób musimy podkreślić nasze mocne strony.

Karolina Zakrzewska: Jakie one są?

Helena Hatka: To zależy co i komu promujemy. Uważam, że najważniejsza jest gospodarka. Należy przyciągać inwestorów. To co się dzieje po niemieckiej stronie, gwałtowne zmniejszenie się ludności brandenburskich miast, powinno nas skłonić do tworzenia nowych miejsc pracy, aby nasze województwo nie wyludniało się.

Dla inwestorów możemy być atrakcyjni. Mamy bardzo dobrze rozwiniętą infrastrukturę drogową. Korzystne jest dla inwestowania przygraniczne położenie. Bliskość Berlina nam sprzyja. To właśnie powinniśmy lepiej wykorzystywać nie tylko w przekazie promocyjnym, ale w codziennej działalności.

Karolina Zakrzewska: Wykorzystywać, ale jak?

Helena Hatka: Mieszkając w Lubuskim, nie doceniamy naszego położenia. Przecież każdy z nas jest oswojony z sąsiedztwem Berlina. Przy otwartej granicy, jest do niego równie blisko jak do Wrocławia, czy Poznania. Wielu z nas bywa w Berlinie kilka razy w roku.

Jednocześnie przywozimy stamtąd wzorce, mniej lub bardziej świadomie staramy się ich, czyli Niemców, naśladować. Tego tutaj się nie czuje, ale wystarczy pojechać w głąb Polski, aby zobaczyć różnicę. My jako region pozytywnie się w Polsce wyróżniamy, po części dzięki temu sąsiedztwu. Sami musi jednak to doceniać i odpowiednio wykorzystywać.

Karolina Zakrzewska: : Co Pani zdaniem powinno być wyróżnikiem województwa lubuskiego?

Helena Hatka: Trudno mi o tym powiedzieć. Jak mówiłam, to wymaga podejścia globalnego. Nie moją rolą jest kreowanie takich rzeczy. To bardziej sprawa samorządowców i ich wybory.

Karolina Zakrzewska: Oczywiście, ale potraktujmy to jako luźny i niczego nie przesądzający pomysł.

Helena Hatka: Dobrze, zgoda. Niech będzie. Zapadł mi w pamięci fragment filmu, który oglądałam w telewizji, z bobrem spacerującym w centrum Gorzowa Wielkopolskiego. Odniosłam wrażenie, że tą sytuacją najbardziej zdziwieni byli ludzie. Bóbr jakby był „u siebie”. Być może to właśnie on powinien być naszą maskotką.

Karolina Zakrzewska: Bóbr? A nie coś bardziej kojarzącego się z lasami?

Helena Hatka: A właśnie, że tak. Mnie kojarzy się on bardzo pozytywnie i ekologicznie. Bóbr zamieszkuje czyste tereny, a nasze województwo posiada czyste rzeki i lasy. Właśnie u nas z tego powodu bobry czują się świetnie. Mamy największą populację tych zwierząt w kraju. Żyje ich u nas dość dużo.

Z tego względu pomysł wizerunku bobra jako "maskotki" województwa wydaje mi się najwłaściwszy. Na dodatek dobrze się kojarzy. To przecież skrupulatny i solidny budowniczy. Naturalny „gospodarz”. Być może warto ofiarować naszym gościom z różnych stron Europy bobry, tak jak niegdyś podarunkiem były żubry. Również możemy gości z zagranicy zachęcać do odwiedzenia miejsc, w których one żyją.

Karolina Zakrzewska. Wracając do prac nad promocją. W jaki sposób należy do tego podejść?

Helena Hatka: Zgodnie z oczywistymi zasadami marketingu. Województwo powinno pokazać się w taki sposób, w jaki sprzedaje się produkt, a więc czysto marketingowo. Tak jak promuje się Turcję, Grecję, czy Chorwację. Potrzebne jest kreatywne podejście do rzeczywistości, partnerstwo pomiędzy samorządami we wdrażaniu programu, którego niestety brak. Nie zawsze musi być drogo. Można przecież wykorzystywać Internet. Koniecznie trzeba wykorzystywać najsilniejsze media ogólnokrajowe, a więc telewizję, radio.

W tym celu można w większym stopniu posłużyć się funduszami unijnymi.

Karolina Zakrzewska: Czy zatem Festiwal Piosenki Rosyjskiej, który przecież mieści się w tej koncepcji, w jakiś sposób pomoże wypromować nasze województwo?

Helena Hatka: Mamy wiele imprez promujących nasz region na całą Polskę.

Karolina Zakrzewska: Dziękuję za rozmowę.