

# Forum Polityki Gospodarczej

---

## Pozytywny wizerunek Śląska jako kluczowy element promocji gospodarczej regionu\*

---

**Tadeusz Adamski**

**Wydział Polityki Gospodarczej Urzędu  
Marszałkowskiego**

**Województwo Śląskie** 

\*W prezentacji wykorzystano ustalenia z rozprawy doktorskiej dr Adama Hajdugi pod tytułem "Promocja województwa samorządowego. Studium działań promocyjnych województwa śląskiego," (Slajdy od n 3-10)

# *„Wyobrażenia kreują rzeczywistość” czy też Rzeczywistość kreuje wyobrażenia*

- *Na ile wyobrażenia innych o nas kreują naszą gospodarczą rzeczywistość i jaki mają, lub mogą mieć wpływ, na to co się dzieje ze Śląską gospodarką, co się dzieje ze Śląskimi firmami?*
- *Jaka jest rzeczywistość gospodarcza Województwa Śląskiego?*
- *Jak jest przedstawiana ta rzeczywistość?*
- *Jak jest ona odbierana?*

# Jakie jest Województwo Śląskie dzisiaj ?

- Województwo śląskie – 12.331 km<sup>2</sup>., ok. 4,715 mln mieszkańców. Najsilniej zindustrializowany polski region, o dużym przestrzennym zróżnicowaniu i **heterogenicznym** charakterze.
- Analiza struktury i dynamiki gospodarki województwa wykazuje, że region ten jest jeszcze **w industrialnym stadium rozwojowym**, choć zaobserwować można już cechy charakterystyczne dla etapu postindustrialnego.

# Jakie są zagrożenia dla wizerunku Województwa Śląskiego? (1)



Jednym z ważniejszych zagrożeń w otoczeniu województwa śląskiego jest jego **negatywny wizerunek** oparty o szereg stereotypów.

Kształtowanie pożądanego wizerunku jest utrudnione ze względu na znaczną różnorodność regionu oraz niespójność i brak elementów charakterystycznych dla całego „nowego śląskiego”.

# Jakie są zagrożenia dla wizerunku Województwa Śląskiego? (2)



Śląskie cechują **wewnętrzne podziały** społeczno-kulturowe i historyczne. Zauważalna jest „sztuczność” tego województwa.

**Wskaźnikami braku integracji społecznej** są m.in.:

- występujące w subregionach różne formy regionalizmu np. wielowarstwowy regionalizm etniczny, polityczny, administracyjny, subregionalizm;
- słaby stopień identyfikacji regionalnej jego mieszkańców.  
Województwo śląskie to **region nie funkcjonujący w świadomości** mieszkańców, z którym bardzo rzadko się utożsamiają i w którym ze względu na krótką perspektywę czasową **nie wykształciła się tożsamość regionalna.**

# Jakie są cele promocji gospodarczej Województwa Śląskiego?

- Cele o **charakterze ogólnym** związane z informowaniem o istnieniu regionu, jego położeniu, potencjale, pozytywnych cechach, itp. Zastosowanie ma tu **promocja ogólna** (działania informacyjne) skierowana do szerokiej publiczności.
- Cele o **charakterze szczegółowym**, które skupione są na komunikacji marketingowej z rynkiem, przełamywaniu stereotypowych wyobrażeń o regionie, repozycjonowaniu wizerunku województwa śląskiego, integrowaniu zbiorowości regionalnej wokół wspólnoty interesów. Cele te realizowane są poprzez **promocję ukierunkowaną**, nastawioną na ściśle określony typ odbiorcy.

# Odbiorcy promocji gospodarczej województwa śląskiego:

- Adresatami działań promocyjnych województwa śląskiego wyodrębnianymi w oparciu o miejsce zamieszkania klientów są **odbiorcy na rynku wewnętrznym, odbiorcy na rynku zewnętrznym-krajowym oraz odbiorcy na rynku zewnętrznym-zagranicznym.**
- Szczegółowa segmentacja pozwala wyróżnić na każdym z tych rynków wiele grup docelowych np. turystów, przedsiębiorców i właścicieli firm, inwestorów, branżę turystyczną, instytucje i organizacje społeczne, media oraz rynki narodowe.

# Wykorzystywane instrumenty i środki promocji (1)



- System identyfikacji wizualnej województwa i jego elementy: herb, flaga, logo, tablice herbowe, „witacze”, upominki reklamowe.
- Wojewódzki serwis internetowy oraz internetowe serwisy tematyczne np. Informator Gospodarczy i Informator Turystyczny.
- Wydawnictwa własne tj. foldery, broszury, biuletyny, katalogi, ulotki, wydawnictwa książkowe, wydawnictwa wewnętrzne, a także plakaty.
- Audiowizualne i interaktywne środki informacyjne i reklamowe np. płyty CD i DVD z prezentacjami i filmem promocyjnym.



# Wykorzystywane instrumenty i środki promocji (2)

- Promocja województwa w mass mediach np. prezentacje dla dziennikarzy, emisja filmów reklamowych, publikacja artykułów sponsorowanych.
- Misje gospodarcze.
- Prezentacja województwa na imprezach targowych i wystawienniczych.
- Imprezy i akcje promocyjne.

# Pozytywny wizerunek Śląska gwarancją sukcesu śląskich firm (1)



- Budowa trwałego pozytywnego wizerunku naszego regionu.
- Integracja społeczeństwa i firm regionu.
- Zbudowanie spójnej strategii promocji regionu powiązanej z potrzebami samorządów. (terytorialnego i gospodarczego)
- Zbudowanie silnej marki „Silesia” poprzez spójną strategię silnych marek śląskich. ( ludzie, kultura, edukacja, produkty, tradycja, miasta itp.)

# Pozytywny wizerunek Śląska gwarancją sukcesu śląskich firm (2)



- Należy promować rzeczywisty wizerunek Naszego Regionu.
- Należy to robić w sposób konkurencyjny i profesjonalny.
- Województwo powinno pełnić rolę koordynatora tego procesu na poziomie regionalnym.
- Musi też istnieć spójna strategia promocji dla Polski, Regionu i poszczególnych subregionów i gmin.

# Jak nas widać z Warszawy i innych regionów Polski i być może z zagranicy

Przykład z ostatniego  
numeru Wprost  
i artykuł



# A może nie widać nas wcale?



Województwo Śląskie

## Połączenia drogowe



## Połączenia kolejowe



---

Dziękuję za uwagę



Tadeusz Adamski

Wydział Polityki Gospodarczej  
Urzędu Marszałkowskiego

[tadamski@silesia-region.pl](mailto:tadamski@silesia-region.pl)

+48 32 2078581