



Konferencja

„Promocja Polski – strategie regionalne”

Termin i miejsce: **23 kwietnia 2009 r., godz. 10:00, PKiN w Warszawie**

Patronat Honorowy: **Rada Promocji Polski**

Patronat Merytoryczny: **Minister Gospodarki, Minister Kultury i Dziedzictwa Narodowego, Minister Rozwoju Wsi, Minister Sportu i Turystyki, Minister Spraw Zagranicznych, Polska Organizacja Turystyczna**

Idea konferencji:

„Promocja Polski – strategie regionalne” to tytuł konferencji organizowanej przez Fundację Polskiego Godła Promocyjnego, realizującą od wielu lat Konkurs „Teraz Polska”.

Konferencja będzie poświęcona dwóm tematom przewodnim. Celem panelu **„Promocja Polski – w stronę rozwiązań strategicznych”** będzie prezentacja dotychczasowych prac oraz dalszych planów instytucji administracji centralnej w obszarze promocji Polski, ze szczególnym uwzględnieniem priorytetów i wyzwań strategicznych oraz potrzeby reorganizacji instytucjonalnej.

Drugą część konferencji stanowić będzie debata nt. **„Markowe regiony – wojewódzkie strategie marketingowe”** dotycząca potencjału współpracy promocyjnej regionów i przedsiębiorstw oraz roli, jaką w tym zakresie mogłaby odegrać instytucja o charakterze konsultacyjno-koordynacyjnym.

PATRONI MEDIALNI:



Program konferencji: (szczegółowy program może ulec zmianie)

9.30 – 10.00 Rejestracja

10.00 – 10.15 Otwarcie konferencji

10.15 – 11.45 „Promocja Polski - w stronę rozwiązań strategicznych”

Prezentacja wyników prac urzędów administracji centralnej, agencji rządowych oraz organizacji samorządu gospodarczego w zakresie promocji Polski w roku 2008 oraz planów na 2009 rok; dyskusja nad priorytetami i wyzwaniem strategicznymi w promocji Polski w najbliższych latach.

Uczestniczą przedstawiciele ministerstw, agencji rządowych oraz samorządu gospodarczego.

Moderator: Danuta Jabłońska, były Prezes Zarządu PARP

11.45 – 12.20 „Jak się promujemy?” – komentarze i dyskusja

12.20 – 12.35 Przerwa kawowa

12.35 – 12.45 Rada Marketingu Regionów i Miast

Krzysztof Przybył – Prezes Fundacji Polskiego Godła Promocyjnego

Prezentacja założeń ustanowienia ciała konsultacyjno-koordynacyjnego dla współpracy polskich regionów i miast w zakresie marketingu terytorialnego

12.45 – 14.00 „Markowe regiony – wojewódzkie strategie marketingowe”

Dyskusja panelowa z uczestnictwem przedstawicieli urzędów marszałkowskich.

Temat przewodni: przewagi konkurencyjne regionów i zarządzanie nimi poprzez marketing terytorialny na zasadach "kooperatywnej konkurencji" samorządów, z wykorzystaniem wsparcia instytucji konsultacyjno-koordynacyjnej.

Tematy szczegółowe:

- 1) strategii promocji regionów i budowy marek regionalnych: stan przygotowań poszczególnych regionów do ich opracowania/wdrożenia; cele stawiane przed strategiami; narzędzia promocji regionów; oczekiwane rezultaty wdrożenia
- 2) strategii promocji regionów jako wsparcie dla polityki rozwoju regionalnego – rola strategii w systemie planowania rozwoju regionalnego

PATRONI MEDIALNI:



- 3) region konkurencyjny: w jaki sposób strategie promocji regionów mają się przyczynić do poprawy konkurencyjności gospodarczej województw? (w zakresie turystyki, inwestycji, rozwoju przedsiębiorczości i in.)
- 4) przewagi konkurencyjne regionów: czy regiony konkurując między sobą o źródła rozwoju mogą jednocześnie kooperować?
- 5) Polska – regiony – gminy – firmy: czy w praktyce istnieje korespondencja pomiędzy działaniami marketingowymi/promocyjnymi na tych 4 szczeblach?
- 6) Jaki jest potencjał współpracy między regionami a także między regionami a przedsiębiorstwami, samorządami niższego szczebla i administracją centralną dla bardziej efektywnej promocji? Rola instytucji konsultacyjno-koordynującej w koordynacji strategii regionalnych dla skutecznego wypracowania systemu silnej marki Polska opartej na mocnych markach regionów

14.00 – 14.30 Dyskusja i podsumowanie konferencji

14.30 Lunch

PATRONI MEDIALNI:

