



Szczecin, 11 czerwca 2013 r.

**Szanowny Pan  
Robert Stankiewicz  
Radny Sejmiku  
Województwa Zachodniopomorskiego**

Odpowiadając na interpelację nr 270 z dnia 28 maja 2013 r. dotyczącą zmiany logo województwa, przedkładam następującą informację:

Na aktualizację strategii marki Województwa Zachodniopomorskiego przeznaczona została kwota w wysokości 239,000.00 zł brutto (najtańsza oferta w ogłoszonym przetargu). Na cały proces składały się następujące etapy:

1. Analiza wizerunku województwa – przeprowadzenie konsultacji społecznych w formie ankiet, oraz szeregu badań wśród mieszkańców regionu, sześciu innych miast w Polsce, oraz obywateli Niemiec i Skandynawii.
2. Opracowanie 3 koncepcji pozycjonowania marki.
3. Zaprojektowanie kilku propozycji znaku graficznego, który ma komunikować ideę marki.
4. Poddanie tych projektów kolejnym badaniom FGI.
5. Stworzenie systemu identyfikacji wizualnej, który ma regulować zasady stosowania znaku.
6. Przeszkolenie pracowników Urzędu Marszałkowskiego w zakresie wdrożenia nowej strategii.

Tak jak każda inna marka, także marka miejsca wymaga aktualizacji i dostosowania do rzeczywistych i ciągle zmieniających się potrzeb jej użytkowników. Po 8 latach postanowiliśmy odświeżyć strategię marki Województwa Zachodniopomorskiego, która ma ustalić aktualny kierunek budowania w świadomości odbiorców założonego wizerunku regionu, uwzględniający zmiany w otoczeniu konkurencyjnym. Marka „Morze Przygody” przeznaczona była przede wszystkim do celów promocyjno-turystycznych. Nowy znak ma komunikować wszystkie działania realizowane przez Województwo, szczególnie te adresowane do inwestorów i turystów.

MARSZAŁEK WOJEWÓDZTWA

*Olgierd Gehlewicz*