

W P L Y N Ę Ł O  
URZĄD MARSZAŁKOWSKI  
WOJEWÓDZTWA LUBUSKIEGO  
Biuro Sejmiku

## INTERPELACJA

11-12-2017

Radnego Czesława Fiedorowicza, zgłoszona na sesji Sejmiku Województwa Lubuskiego w dniu  
Nr rej. ... 2.19.1 ilość zał. ....  
20.11.2017 r. w sprawie *prezentacji potencjału Lubuskiego dla potrzeb delegacji z innych państw.*

Podpis ..... *CS* .....

Szanowna Pani Marszałek, kieruję ważną prośbę i sugestią, by wprowadzić standard przygotowania prezentacji o potencjale województwa Lubuskiego w kilku podstawowych językach. Kluczowym jest język niemiecki, bo Niemcy to nasz sąsiad, najsilniejsze państwo Unii Europejskiej. Z Niemiec pochodzi zdecydowanie blisko 50%-70% wszystkich inwestorów zagranicznych w Lubuskim. I to są najsolidniejsi inwestorzy zagraniczni, o których zabiega cały świat. Do Lubuskiego przyjeżdża najwięcej turystów z Niemiec, a turysta niemiecki to ten, który zostawia najwięcej pieniędzy w odwiedzanym kraju. Zatem nie może być wątpliwości co do celowości przygotowania stałej prezentacji, aktualizowanej raz do roku o nowe dane, wydarzenia, inwestycje, w języku niemieckim. Gdyby były problemy ze sfinansowaniem tego zadania, służę pomocą w przygotowaniu takiego materiału.

Miałem okazję uczestniczyć w takiej prezentacji, przeprowadzonej przez pracownika Departamentu Przedsiębiorczości i Strategii Marki, dla grupy Niemców, gdzie potencjał Lubuskiego był przedstawiany w obcym dla nich języku, czyli polskim, a nikt z tych Niemców nie znał polskiego. To było mało „markowe” działanie.

Bez względu na formę zapotrzebowania, formę prośby, to Urząd Marszałkowski musi sam zadbać o swój wizerunek, o wizerunek Lubuskiego, o klasę Urzędu Marszałkowskiego, by prezentacja była zawsze dostosowana do języka audytorium jej odbiorców. Chodzi o podnoszenie standardów komunikacji zewnętrznej i jak najlepsze „sprzedawanie” Lubuskiego i jego potencjału. To ma służyć pozyskiwaniu inwestorów, przyciąganiu turystów i budowaniu wizerunku, solidnego, kompetentnego, otwartego regionu.

Uważam za logiczne, że w kilku innych językach świata UMWL, Departament Przedsiębiorczości i Strategii Marki powinien mieć także takie prezentacje. Logicznym się wydają takie języki jak: angielski, francuski, rosyjski, a nawet włoski. Bo i regiony partnerskie Lubuskiego najczęściej posługują się tymi językami, albo kluczowi partnerzy i inwestorzy używają najczęściej tych języków.

*Czesław Fiedorowicz*