



Telewizja regionalna i ogólnopolska, city lighty w centrach dużych miast, kilka sieci regionalnych serwisów internetowych, regionalne rozgłośnie radiowe - takie media były podstawą kampanii Smaki Lubelszczyzny. Kampania, zrealizowana w okresie od 1 do 14 grudnia, objęła osiem dużych aglomeracji: Warszawę, Łódź, Kraków, Katowice, Wrocław, Poznań, Trójmiasto i Lublin.

- Podstawowym założeniem było zakomunikowanie mieszkańcom tych ośrodków, że nasz region ma wiele atutów, w tym kuchnię opartą na bogatej tradycji i naturalnych produktach z ekologicznych gospodarstw rolnych. Mieszkańcy wybranych aglomeracji przyjeżdżają już do regionu lubelskiego, ale liczymy, że będą częściej wybierać się do nas na wypoczynek, a mając dobre skojarzenia z lubelskim smakiem będą wybierać w sklepie produkty z naszego województwa - mówi wicemarszałek Krzysztof Grabczuk, który 20 grudnia podsumował kampanię Smaki Lubelszczyzny. Konferencja prasowa odbyła się w Centrum Promocji Województwa Lubelskiego.

Marszałek Grabczuk podkreślił, że grudniowy termin nie był przypadkowy, bo czas przedświątecznych zakupów, w tym potraw i artykułów spożywczych jest bardzo dobrym okresem na promowanie takich produktów.

Tomasz Zalewski, jeden z realizatorów kampanii, podsumował wyniki, podając liczbę ok. 14 mln kontaktów z reklamowym przekazem Smaki Lubelszczyzny. Są to dane szacunkowe, oparte na informacji z mediów uczestniczących z kampanii, natomiast dokładne liczby, wraz z analizą odbioru i zrozumienia reklamowego przesłania, przyniesie badanie, prowadzone obecnie przez zewnętrzną firmę badawczą.

W konkursie towarzyszącym kampanii, prowadzonym przez regionalne dzienniki i rozgłośnie radiowe, czytelnicy i radiosłuchacze przesyłali odpowiedzi na pytanie: „Z czym kojarzą Ci się lubelskie smaki?”.

Na konkurs napłynęło ok. 150 odpowiedzi, najwięcej z: Poznania, Trójmiasta, Krakowa, Wrocławia, Łodzi, Warszawy. Najczęściej w odpowiedziach pojawiają się: cebularz (główny element kampanii, otrzymał ponad 30% głosów), gryczak (nazywany przez głosujących także: pierogiem, pirogiem, gryczokiem, krupniakiem, kaszakiem; ok. 27%) oraz pierogi (z kaszą gryczaną, twarogiem i miętą, ale także z kaszą jaglaną, ruskie, z owocami; ok. 23%). Z gotowych produktów, najczęściej kojarzonych z regionem, uczestnicy konkursu wymieniali: miody (malinowy, gryczany, rzepakowy), miody pitne, oleje (rzepakowy, lniany), piwo, nalewki (żurawinówkę, malinóweczkę, miodową, z mniszka lekarskiego).

Co ciekawe, lubelski smak kojarzy się wielu osobom ze smakiem dzieciństwa, domem rodzinnym, wakacjami u dziadków na wsi, ewentualnie z czasem studiów w Lublinie. 50 autorów najciekawszych skojarzeń otrzymało w nagrodę miły gwiazdkowy upominek - kosz ze słodkimi produktami z naszego regionu.

W ramach kampanii ukazała się także specjalna, bogato ilustrowana publikacja: „Smaki Lubelszczyzny. Przewodnik. Historia. Kultura. Kuchnia”, opracowana przez smakosza, dziennikarza i popularyzatora regionalnej kuchni Waldemara Sulisza. Wydawnictwo będzie dostępne w najbliższych dniach w Centrum Promocji Województwa Lubelskiego.

Kampania Smaki Lubelszczyzny jest współfinansowana z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego i budżetu Województwa Lubelskiego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego WL na lata 2006-2013 (koszt 992 tys., w tym 85% EFRR, 15% WL). Wykonawcami kampanii, na zlecenie Departamentu Promocji i Turystyki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Lubelskiego, jest warszawsko-lubelskie konsorcjum firm: Outdoornet, Don Brando i Vena Art.

Źródło: www.lubelskie.pl