

A Tolna Megyei Önkormányzat Közgyűlésének 2020. február 14-i ülése 16. sz. napirendi pontja

Javaslat a Tolna Megyei Önkormányzat 2020-2025. időszakra vonatkozó marketing stratégiájának elfogadására

Előterjesztő és előadó: Fehérvári Tamás, a Közgyűlés elnöke

Az előterjesztést előzetesen tárgyalta a Területfejlesztési és Koordinációs Bizottság.

Tisztelt Közgyűlés!

A Tolna Megyei Önkormányzat 2016-ban fogadta el marketing stratégiáját a 2020-ig tartó időszakra vonatkozóan, melyet sorozatos, éves szintű marketing tervezés követett. E munkának köszönhetően kirajzolódott az új megye imázsa, melyet rendezvények, a kommunikáció és a marketingelemek is reprezentáltak.

A tervezésnek köszönhetően a folyamatba illeszthető a 2025-ig szóló stratégia is, amely jelen előterjesztés tárgyát képezi. Az új ciklus a jövőkép meghatározásával indul, amely az eddigi munka áttekintését is igényli. Ennek tükrében a meglévő, helyes irányvonalak továbbra is előre mutatnak, ám a szükséges kiegészítések nem kerülhetők el.

Jelen stratégia egyenértékű a készülő ciklus program gondolatosságával, s analóg módon kíván utat jelölni a megyének. Hiszen az önmeghatározás szorosan összefügg a ciklus programjának meghirdetésével. A marketing tevékenység, valamint annak reális bemutatása, hogy a megye mivel foglalkozik, kulcsfontosságú. Mindemellett a valóban vonzó Tolna megye képének formálásában a megyei önkormányzat kiemelt szereplőnek számít. A stratégiai elképzelések a megye jövőjéről a „Tolna109” koncepcióból indulnak ki, amely a megyét a közösségeket egységgé formáló szereplőként határozza meg. Ennek alapmotívuma, hogy a helyi közösségek értéket képviselnek, s a megye annál teljesebb, gazdagabb, esélyesebb a sikerekre, minél szélesebben összegyűjti, összefogja és képviseli értékeit. Ennek érdekében a konkrét, cselekvési terv – ahogy az elmúlt ciklusban is történt – évente kerül meghatározásra. A soron következő közgyűlés már az egyes elemeket részletező terveket tárgyalhatja, melyeknek jelen stratégia képezi az alapját.

Kérem a Tisztelt Közgyűlést, hogy támogassa jelen stratégiát, amely kiindulópontként jó alapokat nyújt marketing tervezésünkhöz, s végső soron Tolna megyét, mint a közösségeket egységgé formáló szereplőt ismerteti meg a nyilvánossággal.

Határozati javaslat:**A Tolna Megyei Önkormányzat Közgyűlése
.../2020. (II. 14.) közgyűlési határozata a
Tolna Megyei Önkormányzat 2020-2025.
időszakra vonatkozó marketing
stratégiájának elfogadásáról**

A Tolna Megyei Önkormányzat Közgyűlése a 2020-2025-ig tartó ciklusra szóló megyei marketing stratégiát elfogadja.

Felelős: Fehérvári Tamás, a Közgyűlés elnöke

Határidő: azonnal

Szekszárd, 2020. február 7.

**Fehérvári Tamás
a Közgyűlés elnöke**

A Tolna Megyei Önkormányzat

MARKETING STRATÉGIÁJA

a „Tolna109 koncepció” tükrében



2020-25

Megyei történelem, csak röviden

A rendszerváltozást követően számos szerepköréből távozott a megyei önkormányzat. A közigazgatási rendszer új, bár nem minden esetben testhezillő feladatokat szabott az egykor mindenható megyének. A szakirodalom mindezt persze részleteiben is tárgyalja, ám számunkra elegendő leszögezni, hogy a kiüresített illetve lebegő megyék csekély feladatköréből leginkább a fejlesztő munka érdemei világlanak.

A terület- és településfejlesztés a megyei önkormányzatok törvényi feladata, melybe a helyi és megyei szintű projektek koordinálása, menedzselése, szakmai támogatása foglaltatik. Ám a köztudat számára a megye nem csupán a fejlesztő munkáról ismerszik meg, hiszen a korábbi – szinte mindenre kiterjedő – hatáskörökhöz kapcsolódó habitusa máig él a politikai-közigazgatási kultúrában. Ebből adódik természetesen, hogy önkéntes (nem

törvényileg előírt) feladatok vállalásával különböző területek (oktatás, kultúra, sport, civilség, egyházak, stb.) gyarapításához kíván hozzájárulni.

Az ezeréves megye – körvonalait tekintve – ép, s bár alapjában legszilárdabb terméskő a tradíció, az a közigazgatás folyton változó rendszerében legalább biztosan megmarad. Izgalmasabb, mit épít alapjaira a jövő... S annál is fontosabb, mit választ önsorsául.

Hogyan tekintenek ránk jelenleg, s miként határozzuk meg magunkat?

A hagyományok folytonossága

A megye folyamatos átalakulása során sem feledkezett meg tradicionális szerepéről. Az elmúlt időszakban is megmaradtak azok a hagyományok, melyek a területi szintű hatáskörökön túl még többnek látszatták a megyét. A megye szintű döntések nyilván magasabb presztízzsel bírnak, legyen szó az „egy, közös otthon” jövőjét meghatározó, vagy a személyeket kitüntető döntésekről. Hiszen ezek bölcsője: a megyei közgyűlés.

Híd a helyi és területi szint között

Választhatósága okán – még a megyei - testület is sokkal ismerősebb, s ember közelebb, hiszen a települési szint számos szereplője regnál e (területi) dimenzióban. A helyi perspektíva pedig eggyel magasabb polcon szemléli e tisztviselőket, s a kapcsolódó folyamatokat, ügyleteket.

„Megyei tanács”

A politikai-közigazgatási kultúra mélyen ivódott a társadalom szövetébe, másképp szólva létezik az a bizonyos „berögzült kép” a megyéről. Ezt meghatározni rendkívül fontos. S ha illetni kéne különböző jelzőkkel, akkor a következőket említhetnénk meg (mint az emberek megyével kapcsolatos gondolatait): nagy szervezet, mindenekfelett álló, felelős döntéseket meghozó, pénzosztó, igazgató, fejlesztő, bürokratikus, szakértő, engedélyező, szabályalkotó, stb. Mint tudjuk, az imázsselemek javarésze mögött nincs valós tartalom, hiszen a közigazgatási reform (legutolsó: 2010-12), közérthetően szólva a hatáskörök elvonása számos arcvonást radírozott le a megye képéről.

Valós önarckép készítés

A közvélekedés finomítása, illetve valós képhez igazítása sokkal nagyobb kihívás, mint gondoljuk. Kiváltképp akkor, ha a trendváltozás ideje érkezett el. A nehezítő körülmények között szerepelnek természetesen a fent említettek tényezők, ugyanakkor legalább ennyire sokat számít a megfelelő módszer megválasztása. Az önarckép sikeres megfestése ugyanis nem

nélkülözheti a kristálytisza tükör használatát. Persze sok múlik saját kezűgyességünkön, a szerszámok minőségén, s a kitartó, következetes ecsetvonásokon is. Lássuk tehát, milyen kép tekint vissza a megyére, ha tükörbe néz.

Stratégia vázolás

A pontos önmeghatározás fontos, hiszen az alapvető vonások felvázolásával biztos keretek szabhatóak. A megyei önkormányzat területi közigazgatási szervként (s nem mellesleg választott testületi döntéshozóként) ciklusokban méri életét. Az idő előrehaladtával folyamatosan reagálnia szükséges a társadalmi inputokra, melyek vagy irányváltás nélkül vagy azt nélkülözhetetlenül engedik tovább útján. A stratégia ciklusokkal analóg módon készül, s trendváltásról akkor beszélhetünk, ha azok a bizonyos inputok, vagy jogszabályi háttér mindenképpen rábírják.

Természetesen különböző fokok lehetnek a stratégia esetleges megváltoztatásának, ám visszatérve jelen helyzetünkhöz, sem közjogi átrendeződés, sem túlzó mértékű társadalmi input nem indokolja az elmúlt időszak értékeinek végleges elvetését. Azaz, az elmúlt években megfestett önarckép jól tükrözte a megye arcát. Lássuk, hogyan ábrázolta magát a megye.

„A valóságban is, akár a képeken...”

A Tolna Megyei Önkormányzat 2016-ban marketing stratégiát alkotott a szervező megye koncepciója mentén, az adott önkormányzati ciklus végéig. Legfőbb pontjai: a települések képviselője, a közösség- illetve brandépítés.

A szervező megye koncepció/habitus/imázs jól illeszkedett a történeti-szakirodalmi folyamat sorába, annak ellenére is, hogy a közjogi berendezkedés illetve jogszabályi háttér nem változott, s így nem is volt indokolt kvázi új fejezetet nyitni a közigazgatás-tudomány hasábjain. Ennek jelentősége (és romantikája) inkább abból fakadt, hogy maga a megye kívánta újradefiniálni szerepét a területi szint légtüres terében. Önarcképének vázlatát festette meg, s arra törekedett minden erejével, hogy a legapróbb vonások is helyükre kerüljenek, a lehető legszélesebb publicitás biztosításával párhuzamosan.

A folyamatos tervezésnek szép íve volt, s kiindulópontként a szervező megye a fejlesztő önkormányzat és az értékeiben gazdag vidék képének megismertetését tűzte ki céljául. Az imázs megjelenítésének eszközeként illetve terepeként szolgáltak: rendezvények-programok, sajtó-kommunikáció, azonosíthatóság-marketing. 2017 célja volt: új arculatot

szabni a megyének. Ehhez persze ikonikus elemek életre hívására tett kísérletet. Elkészült egy logó, leírással, s a hozzá kapcsolódó szlogen:

„Hol az ember boldog, s boldogul.”



Új szerepéből fakadóan új arcát mutatja a jövőben a Tolna Megyei Önkormányzat, amely tükörbe nézve immár nem a fenntartó, szabályozó, mindenekfelett álló, szigorú hatóság képét látja viszont. Inkább a megyét összefogó, értékeit megbecsülő, fejlesztő, szervező és közösségépítő szereplőt.

A fenti kép illetve szöveg hívatott kifejezni az értékekben gazdag megyét, ahol az emberek megtalálják számításaikat, élhető és páratlan szépségű környezetben tölthetik mindennapjaikat. A jelmondat tartalmazza az emberek alapvető óhaját, és törekvéseik célját, azaz a boldogságot és a boldogulást. A logó és a szlogen mindenkit megkíván szólítani, akár otthonaként, akár úticélként tekint Tolna megyére.

A kép analógja a megye igazi arcának: az értékes és gyönyörű vidéknek. A sárközi motívumra hajazó logó a természetet, és az azt leképező emberi tehetséget is szimbolizálja. A sárközi hímzés a megye egyik legkiemelkedőbb kincse, országos viszonylatban is különleges értéknek számít. A hímzett motívumok nem csupán a népi kultúra elemei, gyönyörűen tükrözik a vidék megannyi szépségét, s mi több, a megyében élő emberek szorgalmát és abból eredő gazdagságát, mentalitásukat és lelkületüket is. A több részre tagolódó, s mégis egységében teljes logó jelképe annak az összetartozásnak, amely a megyei identitást táplálja.

Az egyszínű bordó a hagyománytisztelés lenyomata, egyben letisztultságot és egységet jelképez, ahogy a megye is.

A szlogennel azonos című imázsfilm központba helyezte az értékes és gazdag megyét. A Reviczky Gábor Kossuth-díjas színművész narrációjával készült film kétségtelenül a ciklus egyik legkiemelkedőbb sikere volt (marketing téren), amit a megtekintési adatok és pozitív fogadtatás támasztott alá.

2018-at az eredmény-kommunikáció köré építette a megye, mind az értéktár mozgalom, mind a sikeres fejlesztések kapcsán. Annál is inkább, hogy a TOP (Terület- és Településfejlesztési Operatív Program) forrásai ekkorra szinte teljesen hasznosultak. Az értékeket illetően pedig szintén a nagyközönséggel való megismertetés célja volt releváns. Ennek érdekében indult útjára a Tolnatáj Televízió péntekenként látható „Értékeink” című magazinműsor.

A tavalyi év fő terve a közösségek életében való jelenlét volt, mintegy valós, személyes kontaktus az emberekkel. Ennek legkiválóbb terei pedig a különböző helyi rendezvények voltak, amelyekben annál is inkább bővelkedett a megye, hogy az értéktár mozgalom és a fejlesztések révén egymást érték ezek az események.

Tehát évről-évre, tematikusan is érvényre jutott a megye azon elhatározása, hogy valós képet mutasson magáról: 1. új arculattal, 2. személyes jelenléttel, 3. aktív kommunikációval.

S a szervező megye koncepciója – mellyel a megyei önkormányzat egy igazán testhezálló szerepet választott magának – nem egyfajta 5 éves terv vagy stratégia, illetve ciklus időtartamra szóló elképzelésnek számít, hanem tovább folytatandó, a társadalmi inputoknak megfelelő, s a közjogi rendszerbe kiválóan illeszkedő habitus.

Tolna109 - a közösségek egysége

Vol. II. – legyen még teljesebb!

Mindazonáltal, hogy az elmúlt időszak finansziális és humánerőforrás lehetőségeinek tükrében végzett megye-marketing tevékenység összességében a terveknek megfelelően alakult, az új stratégia alkotása során nem nélkülözhető a jelen körülmények vizsgálata és a jövő-prognózis. Ennek fényében lehet ugyanis a fennálló kihívásokat listázni, illetve jövőképet festeni. Jelen stratégia természetesen ismét önarcképet kíván

vázolni, ám a korábbi körvonalak sok esetben a mai napig, s még jó darabig adottak.

A szervező megye koncepció ugyan átfogóan tartalmazta mind a közösség- és brandépítést, valamint a települések képviselőit, a gyakorlat azonban reprezentálta az eddigiek során: milyen jelentős területek vannak, melyek még nagyobb figyelmet igényelnek a megye részéről.

Többszereplős történet

Sok esetben hiba, amikor egy valamire, vagy egy valakire fókuszálunk csupán. Érthetjük ezt konkrétan úgy is, hogy Tolna megye mind a 109 településével teljes. Tovább gondolva pedig kijelenthetjük, hogy egyes települések több közösséget is magukban foglalnak. Nem pusztán települési önkormányzat lehet partner, hanem a helyben működő civil szervezetek, egyházi, iskolai vagy céges közösségek. Az elaprózódást elkerülvén, de a teljesség igényével bátran elhatározható, hogy a megye ismerje meg valamennyi településének szereplőit – és ez természetesen kölcsönös ismeretség legyen.

Hálózatban

Hiszen kizárólag az információ birtokában, és a személyes nexuson keresztül hálózatosítható szűkebb hazánk, mely révén a fejlesztések összehangolása és a közös ügyeink menedzselése is hatékonyabbá válhat. A civil, önkormányzati, nemzetiségi, helyi gazdasági szféra szereplőinek összefogásával teljes a kép.

Értékes, identitásalapú falvak

A megye látóteréből egyetlen települése sem eshet ki, hiszen valamennyi értéket jelent a maga humánerőforrásával, s környezetével együtt. Hiszen ha megyéről beszélünk, akkor 109 települést értünk mögötte, melyek illeszkednek egymáshoz közös történelmük és kvázi „testvéri” szerepük okán. Ebből táplálkozik az erős és egységes nemzet valós képe is. Hiszen a közös nevezők által (helyi, megyei, nemzeti öntudat) válik bármely település igazi közösséggé. A megye feltett célja kell hogy legyen: a helyi szint felkarolásával életképes, értékeit tükröző, Tolna megyei egységet alkotni.

2020-25: a megjelenés és imázs lehetőségei

Mivel foglalkozik majd a megye?

A terület- és településfejlesztés feladata az adott operatív program kilátásaitól és folyamataitól függ, ugyanakkor a fejlesztő munka minden esetben releváns lesz.

Az értéktár mozgalom, azaz a helyi kincsek összegyűjtése kiemelt szereplővé tette Tolnát a megyék sorában. Identitás erősítő funkcióval is bír, valamint – ahogy az eddigiekben tette, úgy – a jövőben is valamennyi fejlesztés, közösségi program és kommunikáció az értékek köré szerveződik.

A képviselő, mint középszintű szereplő feladata immár a megye sajátjának tekinthető. A települések bizalommal fordulnak a megyéhez, hogy érdekeiket megfelelő módon képviselje a területi szint felett.

Folyamatosan bővülő nemzetközi kapcsolatait is kiemelten kezeli a jövőben a megyei önkormányzat. A német, orosz, kárpát és leendő cseh kapcsolatok a közös ügyek mentén alakulnak, s az aktuális prioritásokat tükrözik.

A civil szférával, valamint az egyházakkal kialakított együttműködés alapjaiban jó, viszont a Tolna109 koncepció tükrében még nagyobb figyelmet és még szélesebb látókört kíván. Ebből adódóan a személyes ismeretségek kibővítése szükséges, amire a települések végigjárása megfelelő gyakorlat lehet.

A megyét érintő – talán – legnagyobb kihívás viszont: a fiatalság ügye. Az elvándorlás, avagy a tudástőke elvesztése óriási veszteséget jelenthet. Ennek elkerülése végett új, különálló cselekvési terv szükségeltetik.

Tolna megye az atomerőmű révén az ország energiabölcsője. E különleges státusz pedig arra predesztinálja a megyét, hogy aktív szereplője legyen az energiaügyeknek. Együtt kezelendő e kérdéskörrel a környezetvédelem is.

Imázstükrözés

A megye valós képének bemutatása az eddigiekben történt módszerekkel:

- rendezvények (értéktárral, fejlesztéssel összefüggő; tradicionális, saját szervezésű; helyi és megyehatáron túli reprezentáció, stb.)
- kommunikáció (sajtóval közvetlenül és közvetve, youtube csatornán, honlapon, facebookon)
- marketing eszközök (film, arculattervezés, reprezentatív eszközök: trendekhez igazodó vagy hagyományos)

alapvetően folytatásra érdemes.

Azonban az eddig kevésbé érintett témák és csatornák (instagram, twitter, ökotudatos szemlélet, ifjúsági élet, értékturizmus, stb.) mindhárom szegmenst illetően képesek lehetnek a szélesebb körű elérésre.

Újratervezés helyett továbbtervezés

A stratégiai elképzelések a jelenlegi perspektívából tekintenek a jövőbe, és a későbbi időszak az aktualitásokhoz mérten adja meg a tervezés lehetőségét.

A jövőkép: a közösségek egységét képviselő Tolna megye, melyet a Tolna109 koncepció gondolatisága foglal magában. Olyan megye képét körvonalazzuk jelen dokumentummal, amely a tradíciókat tisztelve, az értékeket hangsúlyozva és hasznosítva, a megye gyarapodásáért tevékenykedve hívja egységbe 109 települését. Az elgondolás létjogosultsága a teljesség óhaján alapul, melyet folyamatos tervezéssel érhet el a megye az elkövetkező években.