

Egyszerű többség

A Tolna Megyei Önkormányzat Közgyűlésének 2020. június 26-i ülése 17. sz. napirendi pontja

Javaslat a Tolna Megyei Önkormányzat 2020. évi marketing tervének 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-tól önként vállalt feladatai listájára tűzte, hogy „marketing tevékenységet végez a helyi identitás erősítése érdekében, mely hosszútávon csökkenti az elvándorlást”. A Közgyűlés az új önkormányzati ciklusra szóló – Tolna109 Konceptió” tükrében született – marketing stratégiát pedig a 2020. február 14-i ülésén fogadta el.

A stratégia éves szintű tervezést foglal magában, melynek első mozzanata a 2020-as marketing terv elfogadása, amelyet jelen előterjesztés 1. sz. melléklete tartalmaz. A dokumentumhoz szervesen kapcsolódó rendezvényeket, illetve kommunikációs csatornákat a 2. sz. és 3. sz. mellékletek listázzák.

Kérem a Tisztelt Közgyűlést az előterjesztés megtárgyalására és az alábbi határozati javaslat elfogadására.

Határozati javaslat:

**A Tolna Megyei Önkormányzat Közgyűlésének
.../2020. (VI. 26.) közgyűlési határozata a 2020.
évi marketing terv elfogadásáról**

A Közgyűlés a Tolna Megyei Önkormányzat 2020. évi marketing tervét – a határozat mellékleteit képező tartalmakkal – elfogadja.

Felelős: Fehérvári Tamás, a Közgyűlés elnöke

Határidő: folyamatos

Szekszárd, 2020. június 18.

**Fehérvári Tamás
a Közgyűlés elnöke**

1-es számú melléklet

TOLNA109



A TOLNA MEGYEI ÖNKORMÁNYZAT

2020 MARKETING TERVE

a „Tolna109 koncepció” tükrében



VEZETŐI ÖSSZEFOGLALÓ

A megyei önkormányzat 2020. évre szóló marketing terve a már közgyűlés által elfogadott marketing stratégiát bontja elemeire. A tervezés kitér a megye helyzet- és önazonosítására, valamint a stratégiában foglalt célok nevesítésére. A célok megvalósításához célcsoportokat határoz meg, melyek körében a megyét népszerűsíteni kívánja, s az ezekhez szükséges eszközöket, lehetőségeket, ütemezést konkretizálja.

TOLNA MEGYÉRŐL

RÖVIDEN A GAZDASÁGI, TÁRSADALMI, POLITIKAI HELYZETRŐL

A megyék sorában különleges helyet foglal el Tolna. Alapvetően kisebb területű és alacsonyabb lakosságszámú vidéknek számít: a megyeszékhely mérete, a települések száma, illetve a népesség és a népsűrűség is „kis megye” mivoltát támasztják alá.

Bár agrármegyének megfelelő sajátosságokkal bír, országos szinten mégis egyedivé teszi, hogy – a Paksi Atomerőmű által – energia-bölcsőként tekintenek rá; az erőműbővítés pedig csak még kiemeltebb státuszba helyezi.

A társadalmi összetétel rávilágít, hogy a megye sokszínű, kultúrájában és értékeiben gazdag. Az itt élő nemzetiségek, népcsoportok – főként németek, cigányok, szerbek, horvátok, székelyek – hagyományaikkal és jelenlétükkel gyarapítják Tolna megyét.

A közigazgatást tekintve összesen hat járásra oszlik a megye; az államigazgatási szervek mellett helyhatóságok gondoskodnak a települések irányításáról, közszolgáltatások biztosításáról. A választópolgárok országgyűlési képvisellete három választott képviselőn keresztül történik, mindemellett a kormányzattal is adott az összeköttetés miniszteri és államtitkári szinteken.

A nem kormányzati dimenziót tekintve a civil szféra is markánsan jelen van: önkéntes szerveződések százai munkálkodnak különböző területeken.

A természeti-környezeti adottságok, vagy az épített örökség is meghatározó lenyomatot képeznek, többek között az ún. Tolnaikumok említhetők meg: a Gemenc és élővilága, vagy a szekszárdi Vármegyeháza régészeti kincseivel.

TOLNA MEGYEI ÖNKORMÁNYZAT

ÖNKÉP, VÍZIÓ, STRATÉGIA

A 2020-25 időszakra szóló marketing stratégia megalkotásának alapeleme volt a megyei önkormányzat önképének meghatározása. Eszerint a megyének bár „a korábbi – szinte mindenre kiterjedő – hatáskörökhöz kapcsolódó habitusa máig él a politikai-közigazgatási kultúrában, mégis leginkább a törvényileg meghatározott helyi és megyei szintű projektek koordinálása, menedzselése, szakmai támogatása” jelenti a fő feladatát.

A megye tradicionális szerepe viszont továbbra is megkérdőjelezhetetlen: középszintű szerv a magyar közigazgatás rendszerében. A szerepkört illetően vi-

szonylag tág mozgásteret enged autonóm jellege, így a – törvény adta – „fejlesztő megye” szerepen felül önkéntes feladatokat is vállal. A feladatvállalás olyan különböző területekre terjed ki, mint: kultúra és hagyományok, értékek, sportélet, vállalkozói szféra, civil társadalom, ifjúság, egyházak, turizmus, felzárkóztatás, marketing stb. Ennek tükrében széles spektrumból meríthet a gyarapítás szándékával egyetemben.

Az önkép összetett: „ezeréves/tradicionális”, „identitásőrző”, „fejlesztő-gyarapító”, „értékőr”, „középszintű szereplő”, „érdekvépviseelő”, „egységalkotó”, „menedzser”, „szervező”. Mindezeket pedig egy csapás-

vonalba rendezi a „Tolna109 koncepció” alapján meghatározott stratégia: a megye különböző szerepei alapján működik a jövőben, mégpedig a célcsoportok elérését illető teljesség igényével.

Mint megfogalmazódott, továbbra is a települések (eddig főképp önkormányzatok) az első számú partnerei a megyei önkormányzatnak, tekintettel arra, hogy a megyét alkotó alapvető egység: a 109 település bármelyike. A Tolna megyei települések túlnyomó többsége aktív kapcsolatba került a megyével az elmúlt ciklusban, viszont számos község kimaradt bizonyos folyamatokból. Tekintettel minderre, és hogy a települések

értéknek illetve potenciális erőforrásnak számítanak, a közösségek egységének megteremtésére érdemes fókuszálni a jövőben. Alaptézis, hogy a megye kizárólag 109 településével teljes. Érdemileg viszont csak a megye és települése közötti kapcsolat megerősítésével lehet a víziót beteljesíteni, mely szerint: Tolna megye valódi egység.



CÉLCSOPORTOK

KIT KÍVÁN A MEGYE ELÉRNI?

A koncepció jegyében egyértelmű, – s mivel az elnevezés sokatmondó – 109 települését kívánja elérni a megye. Ennek háttérében a fent vázolt tényyszerűségek állnak, mivel a megyét települések alkotják. Ugyanakkor érdemes kitágítani látóterünket (elvégre a teljességre törekvést neveztük meg egyfajta mottónknak) és szegmentálni a célcsoportokat, kvázi a „vevőt”:

- **Egyén/Tolna megyei lakos.** A megye végső soron az itt élő emberek javáért dolgozik mind közgyűlési döntéseivel, mind hivatali szolgálatával. Tulajdonképpen az előző ciklusban is e gondolat köré épült a brand: Tolna megye, „hol az ember boldog, s boldogul”. Elsősorban tehát az emberek boldogságának, boldogulásának elősegítése (volt illetve lesz) a cél. Másrészt, a megye a közösség érdekében végzett egyéni szolgálatra/munkára is kiemelt figyelemmel tekint – gondoljunk csak a megyei kitüntető díjakra, elismerésekre.

- **Családok.** Ugyanolyan értéknek számít a család, mint bármely más kincs Tolna megyében. A társadalom ezen kis egysége kiváló építő eleme mind a megyének, mind a nemzetnek. A családi háttér teremti elő az egyéni boldogulás feltételeit, így mindenképpen támogatandó, még ha csupán erkölcsi szinten is. A családban való szocializáció rendkívül fontos szerepet játszik az identitástudat kialakulásában.

- **Civil közösségek.** A megye önkéntességet elismerő gesztusai és támogató missziója hosszú évekre tekint vissza. A civil szféra hiánypótló munkát végez a megye gyarapításának terén. A civilekkel való kapcsolat kulcsfontosságú, és a folyamatos párbeszéd elengedhetetlen. A megye és civilek metszetében lelhető fel számos fontos tevékenység: hagyományápolás, kulturális események szervezése, szabadidő és sport, egészségmegőrzés, környezetvédelem stb. Ezek tükrében szinte végtelen lehetőség adódik arra, hogy a megye kapcsolódási pontot találva erősítse civilekkel való együttműködését.

- **Önkormányzatok.** Ahogy feljebb szó esett róla, az önkormányzati szféra számos esetben igényli a partnerséget. Akár közös fejlesztésekről, projektekről beszélünk, akár az együttműködés

kvázi kötetlenebb formáiról (pl.: rendezvények, reprezentáció stb.). A települési önkormányzatok vezetői és a megye között folyamatos a párbeszéd, és a kommunikációs csatornák is bejáratottak.

- **Nemzetiségek.** A megye sokszínűsége mind arculatát, mind pedig (főként kulturális) erőforrásait tekintve meghatározó. Az itt élő németiség, cigányok, szerbek, horvátok vagy a székely népcsoport egyfajta színfolt, egyben összetartó közösség. A Tolna megyei identitás különböző önmeghatározásokból gyökerezik, és képletesen fogalmazva szilárd törzset alkot, és terebélyes lombozattal bír. Az itt élő nemzetiségek – kultúrájukkal, hagyományaikkal, tehetségükkel együtt – szerves részét képezik Tolna megyének, és a Tolna megyeiségnek.
- **Egyházak, vallási közösségek.** A megyei öntudat is egyfajta hit. Hasonló például a keresztény önmeghatározáshoz, amiben az egyházi missziók próbálnak célt érni. Az egyházak munkája közösségépítő tevékenység, ami szintén erős egységeket alkot a megyében. Tolna megye templomokban gazdag vidék, s ezen építészeti értékek megóvása ugyancsak közös ügynek számít.

- **Vállalkozások, gazdasági szereplők.** A megye gyarapodása elképzelhetetlen építő kezek nélkül. A vidékre érkező források hasznosulásában rendkívüli szerepet játszanak az itt működő vállalkozások, így lényeges kérdés a megye és a gazdasági szféra együttműködése. A megye értékeivel, identitásának támasztékaival összefüggő vállalkozások pedig kiemelt partnernek számítanak (pl.: bor ágazat, agrárium, textilipar stb.).
- **Ifjúság.** A legkardinálisabb ügyek egyike a fiatalok és a megye kapcsolódási pontjai. Bár az elmúlt időszak eredményei – a fiataloknak rendezett nagysikerű értékvetélkedők – töretlenek, a fő célkitűzést, miszerint az ifjúság tudástőkéje helyben kamatozzon, rendkívül nehéz beteljesíteni. A megye tradicionális szerepköre talán nem a legpopulárisabb, a trendekhez igazított megjelenés alkalmas lehet az érdeklődés felkeltésére. Mint az ország szinte bármely vidékén, úgy Tolna megyében is kihívást jelent, hogy a fiatalok szülővárosukat gyarapítsák tudásukkal, munkájukkal, jelenlétükkel.

- **Potenciális turisták.** A megye népszerűsítése, imázsának erősítése nem pusztán az itt élő emberek büszkeségére kíván hatni, hanem a turisztikai folyamatok kedvező alakulására is. A megye számos pontja vonzó, viszont az egységes kép is fontos, amely csokorba fogja mindezeket. Az ide érkező emberek fontos célcsoportot alkotnak, akik szívesen választják úti célként Tolna megyét.
- **Határokon túl élő egyének, testvérkapcsolatok.** Tolna megye több testvérmegyei kapcsolatot ápol, közülük a legaktívabban: Main-Tauber és Bautzen járások (Németország), Hargita megye (Erdély). A nemzeti összetartozás jegyében (és tekintettel az idei jubileumi évfordulóra) kiemelten fontos, hogy a hargitai emberek minél többet halljanak Tolna megyéről. Évtizedekre nyúlik vissza a német kapcsolat, és a jelentős számú német gyökerű Tolna megyei ember révén jól működő partnerség alakult ki a német járások és szűkebb hazánk között.





TOLNAIO



MÁS MEGYÉK (ONLINE) MARKETING FRONTON

Felismerve a megyemarketing szükségességét, több jó példával is találkozhatunk e területen. A piaci dimenzióban természetesen más szabályszerűségek relevánsak a népszerűsítés, eladás, imázsformálás terén (s ott hangsúlyosabb is az egyes vetélytársak beható vizsgálata), mindenesetre érdemes a megyék között is megvizsgálni, milyen tevékenység észlelhető marketing szinten; csak pár példát említve.

A „közelben maradva”, Baranya megyére fókuszálva állapítható meg, hogy az online tér lehetőségeiből mit kamatoztat szomszéd megyénk. A honlapot böngészve rögtön szembetűnik, milyen prioritásokat tárnak elénk: társadalmi input lehetőség (online kérdőív eszközzel), ISDN Uni (nemzetközi felsőok-

tatási projekt), Kincses Baranya (értéktári oldal), Fenntartható Baranya (főként környezetvédelmi profillal), Baranya Paktum (foglalkoztatás erősítése okán-projekt), Kerékpáros Baranya (egészségtudatosság, szabadidő alternatíva, projekt fejlesztéssel támogatva). Természetesen a főoldal a megyei önkormányzathoz kapcsolódó, illetve a honlapon elvárt tartalmi igényeknek megfelelő információkat (önkormányzati hírek, elérhetőségek, galéria, fejlesztések stb) is prezentálja, még hozzá jól átgondolt struktúrában. A weboldal imázslemei között szerepelnek: megye címer, lokális hangulatképek, letisztult dizájn, fejlesztési forrás-számláló stb. A városok címei is feltűnnek, ami nyilván kiemeli a nagyobbakat, ugyanakkor óhatatlanul „háttérbe száműzi” a kistelepüléseket. A baranyai weblap mottóval is operál: „...az élet itt többről szól!” Baranya megye a közösségi médiában is szerepel: facebook oldalán közel 700 követővel bír. A bejegyzések tartalmi elemzése nem tisztja e dokumentumnak, így a képi elemekről szólva megjegyzendő, hogy a megyecí-

mer és hangulatképek próbálják tükrözni a vidéket, s egyedivé tenni az oldalt. Youtube-on keresgélve első keresésre inkább archív tartalmak köszönnek vissza, s az értéktár mozgalom egyedüli zászlóshajója a négy évvel korábban közzétett Kincses Baranya imázsfilm.

Érdemes példát venni Bács-Kiskun megyéről, ahol sokkal komplexebb módon próbálnak megfelelni a megye népszerűsítését illető kihívásnak. A letisztult honlap mellett facebook és instagram oldalak, valamint online hírlevél is működik. Bácsban kiemelt figyelmet fordítanak a turizmus fellendítésére, amit a honlapba integrált szállás- és nevezetesség kereső segít. Facebook oldalukon (20 ezer követő!) mottóval („Bács Kiskun/Boldoggá tesz”) díszített borítókép, és megyecímer látható, profilkép gyanánt. Instagram oldalukon több mint 200 követő kísérik a megye tevékenységét képekben, melyekből viszonylag kevés bejegyzés van, ugyanakkor jól tükrözi az marketing elemeket (logó, mottó stb.).

AZ ÖNMEGHATÁROZÁSON TÚL

A NÉPSZERŰSÍTENDŐ ANALÍZISE

Szó esett már arról, hogy a megyei önkormányzat miként tekint magára, s milyen szerepeiben ismert. A marketing tevékenység alapja, hogy a népszerűsítendő, kvázi „eladásra szánt termék” erősségeit és gyengeségeit is latba vetjük, mérlegelve az egyéb körülményeket (kockázatok, lehetőségek).

Mik azok a preferenciák és referenciák, amik a megyei önkormányzatot jellemzik?

- Szakértő menedzsment tevékenység, a terület- és településfejlesztés évtizedes rutinjával.
- Különböző szinteket (helyi-közép-központi) áthidaló kapcsolati tőke, mellyel a közös és egyedi ügyek érdekképviselése végezhető.

- Egész megyére kiterjedő helyismeret, a folyamatok egységként történő szemlélése.
- Folyamatok koordinációja, szervezése, összehangolása.
- Értékközpontú szemléletmód, a helyi erőforrások priorizálása.
- Társadalmi inputok személyes fogadása, a kapcsolattartás fontosságának hangsúlyozása.
- Autonóm feladatvállalás, amivel a megye szinte valamennyi szegmensére kiterjedően munkálkodhat.
- Identitásőrző, egységkovácsoló és közösségépítő attitűd.

Milyen lehetőségei vannak a megyének?

- A megyei önkormányzat az egész megyére kiterjedően vállalhat különböző népszerűsítő akciókat, melyek lokálisan illetve térségi szinten is erősíthetik ismertségét.
- A médián keresztül történő kommunikáció a – jó sajtókapcsolatok révén – akár maradéktalanul is elérheti a megye lakosait.
- Széles eszköztára van a manapság divatos online kommunikációnak – elég csak a közösségi média különböző alkalmazásaira (facebook, instagram) gondolni.
- A települések (illetve partner szervezetek) számos kulturális, vagy projektekkel összefüggő rendezvényt tartanak, melyeken a megyei önkormányzat reprezentációs lehetősége adott.

- Saját brand kialakítása és megjelenítése különböző „hordozó”, megjelenítő eszközökön, esetleg termékeken (élelmiszer, élvezeti cikkek, értékekkel összefüggő: bor, mézeskalács stb.).
- Saját szervezésű programokkal (Civilek Napja, Értékhangoló, Vár a megye – Tolna Megyei Értékek Napja, Megyenap, Médiaest stb.) célirányosan lehet kapcsolatot teremteni bizonyos célcsoportokkal (civilek, fiatalok, önkormányzatok, államigazgatási szervek, sajtó stb.).

Milyen kihívásokkal néz szembe,

s mik az esetleges kockázatok?

- A globalizációs trendek hatással vannak az egyénre, a közösségekre, így természetesen a megyébe is begyűrűztek. Mind a hagyományos értékrendet, mind a helyi identitást érintik ezek a külső hatások.
- Az ország (esetleg más országok) más vidékein is megtalálhatják számításaikat a fiatalok, akiknek igényeiről és elképzeléseiről nem feltétlen áll rendelkezésre információ.
- A hálózatosodás (közös – pl.: fejlesztéssel összefüggő – ügyek mentén) még nem éri el a megfelelő szintet, vagy legalábbis a szükséges információk nem naprakészen állnak rendelkezésre.

- Bizonyos területeken (környezetvédelem, turizmus) még nincs egységes, mindent átfogó illetve átgondolt koncepció, mely cselekvési tervre lebontva, hatékonyan segíti elő a megvalósulást.
- A megyei önkormányzat tevékenysége bár minden Tolna megyeit érint, bizonyára nem teljes az ismeretség a megye és az itt élő emberek, közösségek, vállalkozások, civilek stb. között.
- Az esetleges pénzügyi vagy humán erőforráshiány befolyásolhatja bizonyos – költségigényes – felületeken (pl.: fizetett megjelenések) történő megjelenés gyakoriságát, illetve a (nem rutinszerű) programok szervezését.
- Költségigényes továbbá a marketingeszközök (használati tárgyak, fogyasztási cikkek, képi megjelenítő eszközök stb.) spektrumának kiszélesítése. A marketing eszközök célirányos használata mellett is fennáll az esély, hogy az üzenet közvetítése nem (hatékonyan) történik meg.
- A megyei önkormányzat oldalait a közösségi médiában követő emberek a megye lakosságához képest csekély méretű közösség (220 000/6000 fő).
- A nyomtatott sajtót olvasók, valamint a televíziót nézők zöme egy bizonyos korcsoporton felüliek; a fiatalok nem ezeken csatornákon keresztül tájékozódnak, vagy töltik szabadidejüket.

CÉLKITŰZÉSEK

A KÜLDETÉS BETELJESÍTÉSE

A marketing stratégiában foglaltaknak megfelelően: 2020 az első gyakorlati lépés a vízió (Tolna109 – közösségek egységének megteremtése) beteljesítése felé. A megye missziója, hogy – munkája, odafigyelése, jelenléte révén – teljes és kölcsönös ismeretséget teremtsen valamennyi Tolna megyei településsel, s az ott működő közösségekkel. Cél, hogy az itt élő emberek kötődjenek településükhöz, megyéjükhöz, s büszkén tekintsenek származásukra (identitáserősítés). Fontos, hogy a megyei önkormányzat munkájáról is valamennyi ember folyamatosan

értesüljön, s egyre többen lássák gyakorlati érdemeit, vagy éppen erkölcsi támogatását. A megye összetartó erejének növelésével többé válhat, mint az ország más vidékei. Az egységes megyében nem dominál széthúzás, hanem egy irányba tartanak a folyamatok, legyen szó gazdasági fejlődésről, vagy az értékek, illetve bármilyen hagyaték megőrzéséről. Cél, hogy a megye végső soron a fejlődő, értékeiben gazdag – s mindez által – vonzó vidék képét tükrözze, amelynek megvalósítása a megyei önkormányzat „Tolna109 koncepciója” alapján történik.

ESZKÖZTÁR ÉS CSATORNÁK

A NÉPSZERŰSÍTÉS KONKRÉTUMAI ÉS LEHETŐSÉGEI

A tervezés alapvető elemei: a célok eléréséhez szükséges eszközök lajstromba vétele, valamint a felhasználás idejének és terének meghatározása. A stratégiában vázoltak alapján, a rendezvények, kommunikáció, és marketing eszközök figyelembe vételével tervezzük az idei évet.

Az idei évben viszont különleges helyzetbe került a világ, hazánk, a megye és valamennyi ember. Az eddig megszokott rutinból kilépve érdemes újragondolni néhány dolgot, s a fent vázolt célok eléréséhez új utakat feltérképezni. Az emberi találkozások,

a személyes jelenlét hiánya felértékelte az online kapcsolattartás jelentőségét. Ennek tükrében – s egyébként is a trendekhez igazodva – vált szükségessé, hogy több szintéren mutassa meg magát a megyei önkormányzat. Bár a nyári időszak vélhetően esélyt ad a személyes reprezentációra, mégis fel kell készülni a tavaszhoz hasonló helyzetekre.

Az alábbiakban vázoltak egyrészt az előbb említettek okán élveznek létjogosultságot, másrészt pedig előrevetítik a jövőben folytatandó gyakorlatot:



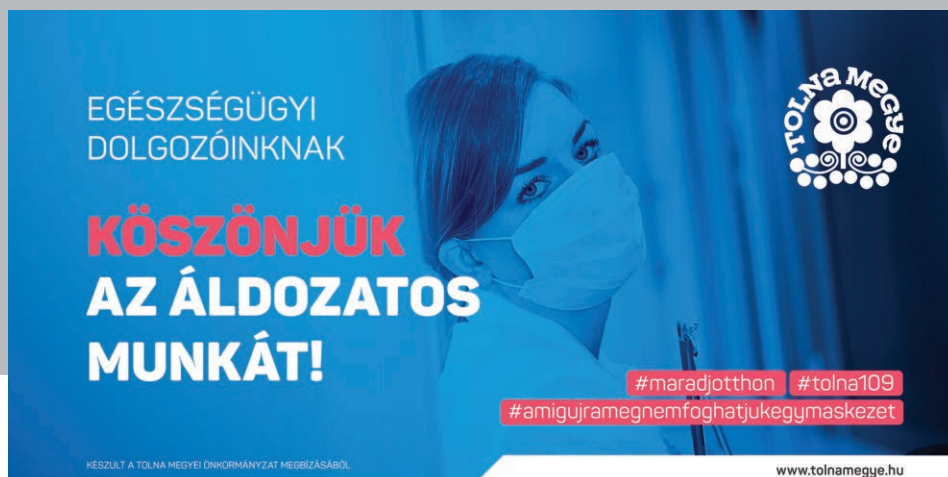
Mint ismeretes, a Tolna Megyei Önkormányzat facebook oldalán (<https://www.facebook.com/tolnamegyeionkormanyzat/>) folytatja online kommunikációja jelentős részét. Az oldal ún. borítóképekkel reprezentálhatja arculatát, ugyanakkor az aktualitásokkal kapcsolatos üzeneteit is továbbíthatja – ahogy az a fenti borítóképen is látható. A fő üzenet (Maradj otthon) a megye adott időszakra vonatkozó szlogenjével (Amíg újra meg nem foghatjuk egymás kezét...) párosul, kiegészülve képi elemekkel – közöttük a Tolna109 logóval – és hashtag-ekkel (#).



A megyei önkormányzat gondolt mind a 109 településére, ezért rájuk szabva (település neve illetve címere) is elkészült egy-egy facebook borítókép. A közös arculattal tervezett borítóképek (109 darab) Tolna megye egységét és erejét szimbolizálva közvetítették a lakosság minél szélesebb rétegeinek a legfontosabb üzenetet: maradjon otthon mindenki!



A 109 külön facebook borítókép mellett a Tolna109 koncepció jegyében készült el a fenti borítókép, valamennyi megyei települési címert egy platformra helyezve, a „Tolna109” logóval.



Az elmúlt időszak embert próbáló helyzetet teremtett, melyben a megyei önkormányzat is együttérzését fejezte ki a különböző területeken áldozatos munkát végzőknek. A Tolna 109 koncepció is magában foglalja, hogy valamennyi szegmensben tevékenykedő ember egy közösséget alkot, s a megye, mint összefogó szervezet, kezét nyújt (képletesen) mindannyiuknak. A fenti illetve alábbi kép magáért beszél, csupán a célcsoportok különböznek.



Ismételve az előzőekben leírtakat: szükségessé vált, hogy a megyei önkormányzat több szintén is megjelenjen. A jól működő facebook oldal mellett, a megye a közösségi média egy másik – leginkább képekkel operáló – alkalmazását használja, mégpedig az Instagram-ot (https://www.instagram.com/tolna_megyeionkormanyzat/?hl=hu). A instagram oldal létrehozását követően már a mindkét alkalmazással (facebook, instagram) kompatibilis képbejegyzések születtek. Ahogy az előző posztokon, úgy – az átadni kívánt szöveges üzeneten felül – itt is elmaradhatatlanul szerepelnek a logók (Tolna megye, Tolna109), illetve az elérések számát segítő hashtag üzeneteket.

A május elsejére időzített, munka ünnepére szóló képi bejegyzésen foglalkozásokat illusztráló piktoqramok szerepelnek körvonalasan. A megyelogón kívül dátum, és a Tolna megyei emberek munkájának szöveges dicsérete szerepel.



A május elsejére időzített, munka ünnepére szóló képi bejegyzésen foglalkozásokat illusztráló piktoqramok szerepelnek körvonalasan. A megyelogón kívül dátum, és a Tolna megyei emberek munkájának szöveges dicsérete szerepel.





Szintén közismert alkalomból került kihelyezésre a közösségi médiában az alábbi, gyermeknaphoz kapcsolódó bejegyzés. A megye számára fontos értékek között szerepel az ifjúság. A megyei önkormányzat – a jövő szempontjából – kulcsfontosságú szereplőként tekint a gyermekekre, akikre a gyarapító munka hagyatékát is rá kívánja bízni.



A megye területfejlesztő munkájának – mint legfőbb feladatának – hangsúlyozása is rendkívül fontos. Ennek tükrében jelent meg a források kapcsán mérvadó TOP-ról (Terület- és Településfejlesztési Operatív Program) egy bejegyzés.



A megye kvázi beharangozó posztot tett közzé a településekre látogatás kapcsán, a bejelentkezés szándékával egyetemben.



A magyar-magyar kapcsolatok felértékelődnek az idei, jubileumi évben, így a június 4-ére időzített posztal a megye tanúságot kívánt tenni mind hargitai testvércapcsolata, mind a nemzeti öntudat fontosságáról, mind pedig a száz éve történelem elfogadhatatlanságáról.

A facebookon és instagram oldalakon történő online megjelenés bár a legmarkánsabb az eddigiekben illetve a jövőben egyaránt, mégis érdemes kitérni a további színterekre is. Működik a megye youtube csatornája (<https://www.youtube.com/channel/UCDZxF-WMNtBgiNL8anpyl5g/featured>), amelyen például a megyeimázst erősítő videók, valamint a megyei kitüntettekről szóló kisfilmek szerepelnek. A jövőben érdemes még több videós tartalmat megosztani, melyek a megye Tolna109 koncepcióval összefüggő tevékenységét (pl.: településlátogatás) mutatják be.

A honlap fejlesztése a másik kardinális mozzanat az idei évben, mellyel egy modern, a közösségi médiával szimbiózisban működő online tér létrehozása a cél. A jelenleg működő weboldal (<http://www.tolnamegye.hu/>) ugyanis már nem képes azoknak a képi és arculati elvárásoknak megfelelni, melyek a megye hatékony és igényes népszerűsítéséhez hozzájárulnak. A weboldal struktúra grafikai tervezése folyamatban van, és az új honlap várhatóan kiegészül új funkciókkal, lehetőségekkel, kényelmi elemekkel (pl.: mobilra optimalizálás, turisztikai kereső, értéktár oldallal (<http://www.kincsestolnamegye.hu/>) való összeköttetés, megosztás funkció, google map beágyazás stb.).

Az online tér fent sorolt helyszínei tehát összességében – a tervek megvalósítása nyomán – képes lesz a megye hatékonyabb marketing tevékenységét elősegíteni.

Tekintsük át, milyen egyéb kommunikációs csatornák állnak rendelkezésre, melyek a médián keresztül, közvetett módon segítik a megye megjelenését. A megye széleskörű kapcsolatrendszerében a megyei média valamennyi szereplője is helyet foglal a 2-es számú melléklet szerint nevesítve.

A rendezvényeket illető tervezés természetesen minden esetben feltételes, hiszen a megyét is érinti az esetleges veszélyhelyzet mind saját szervezésű rendezvényeiben, mind a külsős (más által szervezett rendezvényeken való megjelenés) eseményeken. Az idei évre vonatkozó programok az elmúlt évekhez képest igencsak szerény mértékűek (és lehetséges, hogy még ezek sem teljes körűen képesek megvalósulni), ám a szervezési munka megkezdődik a 3-as számú melléklet szerinti rendezvények kapcsán.



ERŐFORRÁSOK

A vonatkozó források előteremtése pályázati illetve saját erőből történik, a lehetőséghez mérten. Amennyiben egyéb mód (támogatás, szponzorálás) adódik a célok megvalósításának érdekében, azokkal a megye élni kíván.

<i>Médium típusa</i>	<i>Csatorna</i>	<i>Helyszín/lefedettség</i>	<i>Időpont/gyakoriság</i>	<i>Megjelenés formája</i>	<i>Téma</i>
<i>Fizetett megjelenések:</i>					
Televízió	Tolnatáj TV	Megyei	Havonta négy alkalom	Híradó, Itthon Tolnában, Értékeink ill. Kerekasztal műsor	Aktualitások
Nyomtatott újság, online hírportál	Tolnai Népújság/TEOL.hu	Megyei	Havi egy alkalommal online képgaléria	Cikk, kép	Aktualitások
<i>Nem fizetett megjelenések:</i>					
Rádió	Rádió Antritt	Szekszárd	Eseti	Stúdióbeszélgetés, telefonos interjú	Aktualitások
Rádió	Rádió 1 – Ozone FM	Szekszárd	Eseti	Stúdióbeszélgetés, telefonos interjú	Aktualitások
Rádió	Paks FM	Paks	Eseti	Online cikk, stúdióbeszélgetés, telefonos interjú	Aktualitások
Rádió	Tamási Rádió	Tamási	Eseti	Online cikk, stúdióbeszélgetés, telefonos interjú	Aktualitások
Televízió	Bonyhád TV	Bonyhád	Eseti	TV és internetes közvetítés	Aktualitások
Televízió	TelePaks TV	Paks	Eseti	TV, Youtube csatorna	Aktualitások
Televízió	Pixel TV	Szekszárd	Eseti	Online cikk	Aktualitások
Nyomtatott újság, online hírportál	Paksi Hírnök	Paks	Eseti	Online, nyomtatott cikk	Aktualitások
Nyomtatott újság	Szekszárdi Vasárnap	Szekszárd	Eseti	Cikk	Aktualitások
Nyomtatott újság	Tolnai Extra	Megyei	Eseti	Cikk	Aktualitások
Online hírportál	Kadarka.net	Szekszárd	Eseti	Online cikk	Aktualitások
Online hírportál	Madeinszekszard.hu	Szekszárd	Eseti	Online cikk	Aktualitások
Nyomtatott újság	Tolnai Hírlap	Tolna	Eseti	Cikk	Aktualitások
Online hírportál	MTI	Országos	Eseti	Online cikk	Aktualitások
Nyomtatott újság	Tamási Táj	Tamási	Eseti	Cikk	Aktualitások

Rendezvények (2020/II. félév)		
Időpont/rendezvény	helyszín	megjelenés formája
2020. 07. 01. „Vár a megye” – Tolna Megyei Értékek Napja	Medina	Nyilvánosság biztosítása, arculat megjelenítése, saját csatornákon történő hírbejegyzések, beszéd
2020. 06-07. hónap Hargita-Tolna megye delegáció fogadása, testvérkapcsolat építése	Tolna megye	Nyilvánosság biztosítása, arculat megjelenítése, saját csatornákon történő hírbejegyzések, beszéd
2020. nyarától Településlátogatás	Tolna megye	Saját csatornákon történő hírbejegyzések, videók közzététele, jelképes ajándék átadása
2020. 09. 01. Megyenap	Dombóvár	Nyilvánosság biztosítása, arculat megjelenítése, saját csatornákon történő hírbejegyzések, videók közzététele, beszéd
Tolna109 fórum		Nyilvánosság biztosítása, arculat megjelenítése, saját csatornákon történő hírbejegyzések, videók közzététele, beszéd
2020. 08. 20. Megemlékezés Szent István király államalapító tevékenységére		Beszéd/részvétel ill. koszorúzás/online videó üzenet, saját csatornákon történő hírbejegyzések,
2020. 10. 06. Aradi vértanúk emléknapja		Beszéd/részvétel ill. koszorúzás/online videó üzenet, saját csatornákon történő hírbejegyzések,
2020. 10. 23. Megemlékezés az 1956-os forradalomra		Beszéd/részvétel ill. koszorúzás/online videó üzenet, saját csatornákon történő hírbejegyzések,
2020. 06. hónap Adventi karitatív akció		Nyilvánosság biztosítása, arculat megjelenítése/online videó üzenet, saját csatornákon történő hírbejegyzések