

# TURYSTYKA marką Dolnego Śląska

## Rozmowa z prezesem Dolnośląskiej Organizacji Turystycznej, Jarosławem Charłampowiczem

**- Dolnośląska Organizacja Turystyczna powstała prawie 10 lat temu i ma ugruntowaną pozycję na rynku. Co zamierza Pan czynić, by zwiększyć jej wpływ w regionie dolnośląskim, nazywanym zagłębiem turystycznym?**

- Jestem prezesem DOT zaledwie od kilku miesięcy. Niemniej od początku moim celem jest zwiększenie aktywności organizacji. Do naszego stowarzyszenia należy 120 członków. W najbliższym czasie zamierzamy znacznie powiększyć naszą organizację. Aktualnie wspieramy branżę m.in. poprzez budowę regionalnego portalu internetowego. Tylko na przełomie sierpnia i września braliśmy udział w około 30 imprezach promocyjnych na Dolnym Śląsku. Naszym głównym celem jest budowanie marki regionu i jego promocja, która odbywa się w trzech podstawowych obszarach – wewnętrzna wśród mieszkańców Dolnego Śląska, zewnętrzna na terenie całego kraju oraz międzynarodowa.

**- Czy zamierza Pan do tej działalności promocyjnej przyciągnąć na szerszą skalę samorządy lokalne, inne organizacje turystyczne, media?**

- Jak najbardziej. Do DOT należy obecnie około 60 gmin i 9 powiatów. Będziemy więc przekonywać kolejne, by weszły do naszej organizacji. Członkostwo w niej wiąże się z wieloma korzyściami i to przy niewielkich kosztach. Prawie 75% budżetu DOT stanowią środki pozyskiwane z Unii Europejskiej i Samorządu Województwa Dolnośląskiego.

**A co oferujecie w zamian?**

- Bardzo wiele narzędzi służących promocji. Między innymi bezpłatny udział w wybranych targach krajowych i zagranicznych, informacje w materiałach drukowanych w kilku językach, wspólne działania w zakresie promocji międzynarodowej z udziałem zagranicznych dziennikarzy, informacje na naszych stronach [www.dolnyslask.info.pl](http://www.dolnyslask.info.pl), a także usługi doradcze. Tych korzyści jest oczywiście dużo więcej. Uważam, że bardzo często to właśnie od aktywności naszych partnerów zależy, na ile chcą i mogą korzystać z potencjału DOT-u. Ale też bez wsparcia z ich

strony trudno promować każdą miejscowość, która ma coś do zaoferowania turystom.

**- Czyli bardzo ważna jest ścisła współpraca DOT z jej partnerami...**

- Bez współpracy gmin, organizacji pozarządowych oraz biznesu, konsolidacja nie będzie możliwa, a co za tym idzie: promocja będzie niezwykle trudna. Liczę także na wsparcie ze strony licznych organizacji wolontariackich w naszym regionie. Skupiają one ogromną rzeszę ludzi działających na rzecz innych współmieszkańców. Dużą część z nich już dziś wspiera organizacja sportowe i turystyczne. Jednym z naszych działań, na które zwracam szczególną uwagę jest upowszechnianie wśród samych Dolnoślązaków świadomości o potencjale, jakim dysponuje nasz region. Na przykład obecnie realizujemy projekt pod nazwą „Euro 2012 – Szansą Dolnośląskich Subregionów”. Jego głównym celem jest właśnie budowanie partnerstwa w różnych regionach Dolnego Śląska.

**- Dziękuję za rozmowę.**

**Rozmawiał BOGDAN KOWALSKI**



Liderem projektu „Aktywni obywatele, promocja inicjatyw obywatelskich i wolontariatu - Dolnośląska Agencja Informacyjna” jest Dolnośląskie Stowarzyszenie Prasy Regionalnej WRO – EURO. Jego głównym celem jest podniesienie świadomości na temat znaczenia wolontariatu w realizacji zadań publicznych. Partnerem WRO – EURO jest Dolnośląska Agencja Współpracy Gospodarczej. Zadanie współfinansowane ze środków Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej w ramach Programu Operacyjnego Fundusz Inicjatyw Obywatelskich.