Powiat przyjazny dojrzałym

Kategoria: Polityka Społeczna
Opublikowano: wtorek, 25, wrzesień 2012 00:00
Jarosław Komża
Odsłony: 1719

„Powiat koniński - energia pokoleń” to nowe hasło marketingowe powiatu konińskiego. Radni uchwalili Strategię Komunikacji Marketingowej Powiatu Konińskiego, której elementem jest nowe logo i hasło. Powiat koniński będzie pierwszym w Polsce miejscem, które wyraźnie i głośno zachęca osoby w wieku dojrzałym do osiedlenia się na Ziemi Konińskiej lub jej odwiedzenia. Strategia ma umożliwić realizację promocji powiatu w dłuższej perspektywie czasu w spójny i konsekwentny sposób.

Przesłanką do opracowania koncepcji promocji powiatu konińskiego były dane demograficzne, wskazujące na proces starzenia się mieszkańców naszego kraju. Niski wskaźnik przyrostu naturalnego oraz wydłużająca się średnia długość życia kobiet i mężczyzn sprawiają, że w 2060 r. Polska będzie niespełna trzydziestodwumilionowym krajem, w którym na trzech pracujących Polaków przypadać będzie przynajmniej dwóch emerytów, a odsetek osób po 80 wzrośnie 4,5-krotnie. Paradoksalnie negatywne z punktu widzenia ekonomii kraju zjawisko starzenia się społeczeństwa, w skali lokalnej może być szansą rozwojową dla pojedynczych miejsc, które w przygotowaniu swojej oferty dla odbiorców starszych mogą poszukiwać źródła swojej przewagi konkurencyjnej.

W tym kierunku zamierzają iść władze powiatu konińskiego. Będą kreować obszar jako miejsce przyjazne dla osób starszych: bezpieczne, z dostosowaną do osób starszych architekturą, specjalną ofertą handlowo-usługową oraz atrakcjami turystycznymi dla seniorów. Dziś oferta powiatu konińskiego to liczne i dobrze zagospodarowane jeziora odcinka Wielkiej Pętli Wielkopolski, ścieżki rowerowe, szlaki piesze i nordic walking oraz sanktuarium w Licheniu, klasztor w Kazimierzu Biskupim i erem kamedulski w Bieniszewie. Jednak przyjęcie takiej koncepcji może rodzić obawę, iż obszar tak się promujący zostanie sklasyfikowany jako region wyłącznie dla ludzi starszych, którym „młodym” nie ma nic do zaproponowania. Tym bardziej w zderzeniu z zauważanym przez lokalne władze problemem odpływu młodych osób z ternu miasta, jak i jego okolic. Osoby przygotowujące strategię są jednak zdania, że zagrożenie to da się zminimalizować stosując odpowiednie kanały komunikacji, a ponadto taka koncepcja tworzy szansę dla ludzi młodych na znalezienie zatrudnienia w sektorze usług powstających z myślą o obsłudze osób starszych.

Phoca PDF