

Kategoria: Aktualności

Opublikowano: piątek, 31, marzec 2017 20:42

Sylwia Cyrankiewicz-Gortyńska

Odśloni: 1824

---

Kierunki polityki zagranicznej i priorytety dyplomacji publicznej w bieżącym roku, przykłady dobrych praktyk samorządów w działaniach promocyjnych, potrzeby i oczekiwania JST względem rządu a także zasady komunikacji marki Polska – to tematy konferencji zorganizowanej w resorcie spraw wewnętrznych i administracji.

Konferencja pt. „*Mechanizmy współpracy organów administracji rządowej z organami administracji samorządowej na rzecz promocji Polski za granicą*” odbyła się 29 marca br. w siedzibie Ministerstwa Spraw Wewnętrznych i Administracji. Konferencję zorganizowano w ramach prac zespołu zadaniowego ds. promocji Polski na szczeblu samorządowym i obywatelskim, któremu przewodniczy Sebastian Chwałek, wiceminister MSWiA. Zespół ten ma na celu stworzenie skutecznych mechanizmów współpracy między rządem i innymi podmiotami w realizacji priorytetów polskiej polityki zagranicznej.

Jan Diedziczak, wiceminister spraw zagranicznych wyjaśniał, że w zakresie promocji Polski za granicą istnieje konieczność dialogu między obywatelami i Ministerstwem Spraw Zagranicznych w kreowaniu polityki zagranicznej. Dużą rolę odgrywają tu samorządy, które minister zachęcał do współpracy z regionalnymi ośrodkami debaty międzynarodowej.

O priorytetach dyplomacji publicznej mówiły: Joanna Stempińska, zastępca dyrektora Departamentu Dyplomacji Publicznej i Kulturalnej MSZ oraz Katarzyna Rybka – Iwańska, naczelnik Wydziału Współpracy Instytucjonalnej w Departamencie Strategii Polityki Zagranicznej w MSZ.

Przedstawiciele samorządów mieli okazję do zaprezentowania prowadzonych działań promocyjnych. Rafał Zięba ze Związku Województw RP podkreślał, że różnorodność regionów jest ich siłą promocyjną. Andrzej Porawski, dyrektor biura Związku Miast Polskich opowiadał o tym, jak ważna jest wymiana doświadczeń w zakresie zarządzania miastami. O tym, jaki wyglądają i jakie znaczenie mają euroregiony mówił Krzysztof Soska, prezes Stowarzyszenia Gmin Polskich Euroregionu Pomerania.

Z wynikami raportu badawczego na temat „*Współpraca międzynarodowa miast polskich*” uczestników spotkania zapoznał prof. KUL dr hab. Marcin Szewczak. Z raportem można zapoznać się [TUTAJ](#).

Wynika z niego m. in., iż 89% ankietowanych samorządów miejskich uważa, że promocja miasta jest najważniejszym i ważnym celem przy podejmowaniu współpracy międzynarodowej. Jednocześnie 77% ankietowanych samorządów wskazało, że nie posiada odrębnego dokumentu strategicznego odnoszącego się do realizowanej przez nich współpracy międzynarodowej. Co dość istotne, 77% ankietowanych samorządów nie korzysta ze wsparcia Ministerstwa Spraw Zagranicznych przy realizacji współpracy międzynarodowej. Jak podkreślał Marcin Szewczak, *wynik ten wskazuje na jedną, bardzo istotną właściwość – praktycznie nie funkcjonuje trwała współpraca na linii Ministerstwo Spraw Zagranicznych a polskie samorządy.*

Zasady komunikacji marki Polska na podstawie praktycznych przykładów uczestnikom spotkania przybliżyli przedstawiciele firmy Modern Corp.