

## Rowerowy placek.

Jak opowiedzieć o miejscu, w którym nic się nie dzieje? Tak myśli o swoim mieście większość słupszczan. Słupsk to piękne miejsce, ale jeśli jesteś tu pierwszy raz i zgłodniejesz, masz do wyboru tylko pizzę. Wiem, to popularne danie ale tu nie masz alternatywy. Gdzie się nie obejrzyś tam pizzeria. Kiedy więc wiosną kilka lat temu Pomorska Agencja Rozwoju Regionalnego ogłosiła pomysł na lokalny produkt turystyczny, dzięki któremu przyjezdni lepiej poznają to miejsce i będą wracać, od razu pomyślałem o pizzeriach. Żeby ich historie wykorzystać do opowiedzenia o mieście. Stworzyć opowieść ale nie w wersji literackiej, tylko w postaci doświadczenia osobistego. Pokazać im miasto z perspektywy okrągłego placeka z dodatkami. Jak to zrobić, żeby było fajnie i nie sztafpowo? To coś dla mojej agencji reklamowej. Ale najpierw zgubiłem się w lesie.

Pewnej słonecznej niedzieli brałem udział w rowerowej imprezie na orientację. Zabłądziłem w lesie. Nic nie zgadzało się z mapą. Nogi bolały a w żołądku ssało. Niestety plecak był pusty. Zamarzyłem o wielkim placeku pachnącym oregano i ociekającym serem. I wtedy poczułem jak niepozorna z początku myśl wpęła do mojego umysłu jak wąż do wydrążonej w drzewie dziupli. A gdyby tak połączyć imprezę na orientację i szukanie pizzy. Przekuć wady w zalety i z ilości pizzerii zrobić atut. Dostajesz mapę miasta, którego nie znasz. Masz na niej zaznaczone kilka pizzerii, twoim celem jest odnaleźć je - oczywiście na rowerze. Kiedy znajdziesz lokal to wcielasz się w rolę kucharza, żeby ukręcić ciasto, pokroić dodatki (np. cebulę) na czas albo rozpoznać przyprawy po zapachu. Na koniec degustujesz kawałek pizzy. Świetny pomysł żeby poznać miasto i jego mieszkańców w niekonwencjonalny sposób. Kiedy coś mi się podoba mam dreszcze na skórze. Wtedy w lesie też je miałem. Niestety przegrałem z pleśnią.

Dopracowałem i złożyłem projekt organizacji imprezy rowerowej pt. Słupskie Smaki. Czekanie na werdykt dłużyło się jak stanie w kolejce do lekarza. Kiedy ogłoszono wyniki okazało się, że lokalnym produktem turystycznym został wybrany ser pleśniowy – „Słupski chłopczyk”. Jak to?! Konkurs miał promować nowe, świeże podejście a zwyciężył wcale nie nowy a tym bardziej nie świeży pomysł. Tak bardzo podobał mi się mój pomysł, że postanowiłem samemu zorganizować taką imprezę. Miałem świadomość ryzyka, inwestycji własnych pieniędzy, czasu i pracy, potrzebnej do organizacji imprezy i zagrożenia że jeśli frekwencja nie dopisze to dopłacę do interesu, ale i tak nie miałem pojęcia na co się porywam.

To był miesiąc ciężkich rozmów, przekonywania i chwil kiedy zastanawiałem się po co mi to wszystko. Właściciele pizzerii albo bali się sanepidu, mówili - „nie mogę wpuścić turystów do kuchni”, albo nie chcieli się dołożyć do organizacji, albo chcieli ale termin im nie pasował, albo tysiąc innych problemów. Najtrudniej było wtedy kiedy w jednym z lokali usłyszałem że jestem hieną bo żeruję na krzywdzie, bo oni prawie bankrutują a ja chcę na tym zarobić. Ale udało się. Namówiłem 8 pizzerii. W imprezie wzięło udział około 100 uczestników. Słuchając ich relacji o tym jak świetnie się bawili, pomyślałem, że sam chciałbym wziąć udział w takiej zabawie. Opowiedziałem turystom o moim mieście w wyjątkowy sposób. To była najlepsza reklama miasta i lokali które wzięły udział w imprezie. Lubię tworzyć marketing niekonwencjonalny. Opowiadać o produktach, usługach i miejscach inaczej. Jeśli jesteś przekonany o tym że w twojej firmie, twoim życiu, twojej usłudze czy produkcie też „nic się nie dzieje” – pomogę Ci ciekawie o tym opowiadać.