



# HEROLD

Nr 107 (LIPIEC 2003)

ISSN 1472-0242

BIULETYN BEZPŁATNY



Dziecięca Sesja Rady Miasta Gdańska	s. 2-4
TBS „Mottawa”	s. 6
Powietrze pod kontrolą	s. 7
Co kwili w Ptasim Raju?	s. 8-9
Nowy punkt widokowy	s. 10
Wielki koncert papieski	s. 13

## Gdańsk morze możliwości

*Gdańsk rozpoczął kampanię reklamową. W sześciu miastach Polski pojawiły się wielkoformatowe billboardy oraz reklamy świetlne (citylights) na szybach wiat przystankowych. Hasło kampanii to: „Gdańsk morze możliwości”.*

○ gółem w Polsce będzie 200 billboardów i około 800 citylightów. Plakaty promują Gdańsk w Krakowie, Poznaniu, Wrocławiu, Łodzi, Katowicach i Warszawie. Zachęcają do odwiedzenia naszego miasta i uczestnictwa w najciekawszych gdańskich imprezach tego lata. Także w ogólnopolskiej prasie „Rzeczpospolitej”, „Gazecie Wyborczej” i wybranych dziennikach regionalnych prowadzona była szeroka kampania promocyjna Gdańska. Od paru lat przyjeżdża do nas około dwóch milionów turystów rocznie, z tego prawie połowa to goście zagraniczni. Natomiast na Trakcie Królewskim

w Gdańsku rozwieszane zostaną dekoracje, kształtem nawiązujące do dawnych proporców i banderii. Znajdują się na nich wizerunki i rysunki, ukazujące historyczne dziedzictwo naszego miasta i zapraszające do tutejszych muzeów. Będą to flagi z pieczęciami dawnego Gdańska ze zbiorów Archiwum Państwowego, portrety sławnych i zasłużonych gdańszczan, a także herby Gdańska: dawne i dzisiejszy. Swoistym zaproszeniem do odwiedzenia gdańskich muzeów będą wizytówki z ich nazwą i charakterystycznym obiektem bądź symbolem. W sumie Długi Targ przyozdobi 40 barwnych proporców. ■

