

CZY WARTO STARAĆ SIĘ O EURO 2012?

W dniu 25 maja b.r., na zaproszenie Wicepremiera Rządu RP Przemysława Gosiewskiego, odbyło się w kancelarii Premiera spotkanie prezydentów wszystkich sześciu miast (Warszawy, Poznania, Gdańska, Wrocławia, Krakowa i Chorzowa), w których mają się toczyć rozgrywki EURO 2012. Reprezentowałem na tym spotkaniu Chorzów i Aglomerację Katowicką, przedstawiając aktualny stan zaawansowania przygotowań oraz potrzeby finansowe i inwestycyjne w tym zakresie. Spotkanie to ze strony takich miast jak Gdańsk, Wrocław, Poznań, było przede wszystkim jednym wielkim lobbieniem na rzecz pozyskania pieniędzy. I to jakich. Przykładowo Kraków podsumował swoje projekty infrastrukturalne, związane z EURO 2012, na kwotę 23,9 mld zł. (!), w tym miasto Kraków ze swego budżetu chce dać 1,2 mld zł. A co z resztą? Tę delegacja krakowska bliżej nie sprecyzowała, ale dała do zrozumienia, że liczy na budżet państwa, na uwzględnienie ich projektów jako kluczowych w unijnych programach ministerialnych. Gdyby trzeba jednym słowem nazwać to warszawskie spotkanie u Wicepremiera Gosiewskiego, to najlepiej pasowałby tu tytuł „Skok na kasę”. To tłumaczy, dlaczego tak ważne było znalezienie się wśród miast organizatorów EURO 2012 i dlaczego takie miasta, jak Gdańsk, Wrocław i Poznań, zdecydowały się na nachalną promocję poprzez wirtualne projekty na które obecnie nie ma środków. Ta „manipulacja” przy typowaniu miast, skazała Chorzów na ostatnie miejsce w rankingu kandydatów do EURO 2012.

Chcąc zapewnić naszemu miastu rozwój i pomyślność, musimy je koniecznie bardziej zdecydowanie promować. Zasadniczym celem promocji jest wykreowanie pozytywnego wizerunku miasta w dwóch wymiarach:

- wewnętrznym – dającym integrację społeczności lokalnej, przede wszystkim w zakresie realizacji strategii rozwoju miasta
- zewnętrznym – powodującym napływ inwestycji i kapitału

Na przykładzie całej zagmatwanej otoczki przyznawania poszczególnym miastom organizacji EURO 2012, na zadane pytanie: „Po co promować Chorzów? ”, nasuwa się prosta odpowiedź: Po to, by móc wziąć udział w „skoku na kasę” budżetu państwa, funduszy strukturalnych Unii Europejskiej oraz inwestorów prywatnych.

Aby promocja była skuteczna należy wyeksponować te mocne strony miasta, które powodują, że jest ono atrakcyjne już teraz, bądź też, że stanie się tak wskutek inwestycji. Jednocześnie należy wskazywać jak będą usuwane (bądź minimalizowane) słabe strony miasta. W tym względzie dobrze jest mieć przygotowaną procedurę (łącznie z projektami) tych zmian. Przykładem może tu być pozyskanie środków unijnych na przebudowę budynku dawnego Teatru Miejskiego przy ul. Sienkiewicza na Chorzowskie Centrum Kultury. Bez

wcześniej przygotowanych projektów budowlanych nie mielibyśmy szans na otrzymanie tej dotacji.

Skuteczność promocji miasta znakomicie rośnie, gdy wykazujemy, że nasze miasto ma bardzo pożądane cechy, odróżniające je od innych. Przykładem takiego „zabiegu” promocyjnego jest eksponowanie historii naszego miasta – historii wywodzącej się od Zakonu Bożogrobców. W tym względzie organizowanie w ramach Święta Miasta wielkiej parady „Bożogrobcy w Chorzowie”, jaka została zapoczątkowana w 2001r., jest elementem, który z jednej strony integruje społeczność miasta, z drugiej zaś strony stanowi o unikatowości takiego przedsięwzięcia w naszej aglomeracji.

Analizując mocne strony Chorzowa ze szczególnym uwzględnieniem ich inności (w stosunku chociażby do sąsiednich miast), można wymienić następujące:

- tożsamość historyczna Chorzowa
- dobre usytuowanie Chorzowa w systemie komunikacyjnym województwa
- lokalizacja pięciu szkół wyższych (Szkoła Zarządzania Uniwersytetu Śląskiego, Górnośląska Szkoła Przedsiębiorczości, Śląska Wyższa Szkoła Informatyki, Wyższa Szkoła Bankowa, Kolegium Pracowników Służb Społecznych)
- sieć dobrych szkół ponadgimnazjalnych (50% młodzieży z innych miast)
- posiadanie na terenie Chorzowa unikalnego kompleksu jakim jest Wojewódzki Park Kultury i Wypoczynku z Wesołym Miasteczkiem, ZOO i Planetarium
- rozwinięta baza sportowa ze Stadionem Śląskim, Stadionem Miejskim „Ruchu”, Kompleksem boisk „Kresy”, stadionem lekkoatletycznym, Kompleksem (hala + pływalnia) „Hajduki”, kompleksem kortów Starochorzowskiego Centrum Sportu „Sokół”
- znaczące placówki kultury takie jak Teatr Rozrywki, Park Etnograficzny „SKANSEN”, Chorzowskie Centrum Kultury (z salą na 450 miejsc)
- dobrze funkcjonujące, nowoczesne szpitale: Centrum Pediatrii i Onkologii, Zespół Szpitali Miejskich, Szpital Specjalistyczny, Lecznica dla Dzieci i Dorosłych Szpital im. I. Mościckiego
- przygotowany przez Uniwersytet Śląski projekt budowy Śląskiego Międzyuczelnianego Centrum Edukacji i Badań na terenie Kampusu przy ul. 75 Pułku Piechoty
- Wieloletnie tradycje piłkarskie i marka „Ruch Chorzów”

Wszystkie wymienione elementy stanowią o dużej sile wizerunku Chorzowa, jako miasta atrakcyjnego dla mieszkańców, gości i inwestorów. Słabymi stronami Chorzowa, negatywnie obciążającymi jego wizerunek są:

- odkryty ściek Rawa
- brak obwodnicy Śródmieścia
- brak hoteli

- istniejąca estakada i brak prawdziwego rynku miasta
- bardzo zły stan torowisk tramwajowych
- bardzo zły stan infrastruktury kolejowej na linii Chorzów Batory – Bytom
- zły stan sal operacyjnych w chorzowskich szpitalach.

Te wszystkie wymienione elementy jakkolwiek bardzo osłabiają ofertę Chorzowa, jako przyszłego organizatora EURO 2012, to jednak w przypadku odpowiedniej mobilizacji i przygotowania projektów wykonawczych, mogą być wprowadzone na listę projektów szczególnie ważnych, które będą w różny sposób wspierane przez rząd polski. W każdym z wymienionych tematów toczą się mniej lub bardziej intensywne prace przygotowawcze, które chciałbym pokrótce skomentować:

- w sprawie przykrycia **Rawy** toczą się postępowania przetargowe, od których zależy wyłonienie odpowiedzialnego wykonawcy, który by do 2010r. wykonał zadanie. Biorąc poważnie pod uwagę możliwość rozgrywania meczów EURO 2012 na Stadionie Śląskim, to w przypadku nie przykrycia Rawy, trudno sobie wyobrazić sytuację tłumaczenia gościom zagranicznym pochodzenie „zapachów”, jakie unoszą się nad „Klimzowcem” i otoczeniem.
- **Obwodnica Śródmieścia** czyli przełożenie Drogi Krajowej DK79 na odcinku od węzła przy Stadionie Śląskim do Bytomia ma duże szanse realizacji przy okazji EURO 2012, gdyż w okolicach Stadionu Śląskiego pozwala błyskawicznie wyprowadzić duży strumień pojazdów w kierunku przyszłej Autostrady A1. Jeżeli chodzi o zaawansowanie prac, to opracowano dokumentację koncepcyjną projektu, studium wykonalności oraz wyłoniono konsultanta do prowadzenia prac przygotowawczych dla realizacji inwestycji
- Brak **bazy hotelowej** jest coraz bardziej widoczny i ze strony miasta konieczne jest wytypowanie co najmniej pięciu atrakcyjnych lokalizacji. Obecna jedyna lokalizacja obok hali MORiS-u nie cieszy się wzięciem u inwestorów (z pewnością wpływa na to płynący obok ściek Rawy). Inwestorzy hotelowi często podkreślają, że zależy im na takim położeniu hotelu, by jego goście w niewielkiej odległości mieli ofertę rozrywkową, restauracyjną czy też kulturalną.
- Aspirując do miana miasta europejskiego nie powinniśmy dopuścić (ze względów ekologicznych, bezpieczeństwa i ekonomicznych) do ruchu tranzytowego przez środek miasta, w tym przez **Rynek**. Dążąc do zmiany wizerunku Chorzowa w kierunku miasta atrakcyjnego, również pod względem architektonicznym, należy przywrócić miastu jego serce, a mianowicie Rynek Miasta. Po likwidacji estakady, która będzie możliwa z chwilą oddania do użytku obwodnicy Śródmieścia, należy na nowo opracować funkcje i przestrzenne zagospodarowanie rynku.

- Ważnym elementem transportu publicznego w naszej aglomeracji jest **sieć tramwajowa**. Niestety z roku na rok pogarsza się stan torowisk i obecnie w wielu miejscach jest to już stan krytyczny. Po długich staraniach skarb państwa przekazał spółkę „Tramwaje Śląskie” samorządowi Województwa, co pozwoli przygotować projekty modernizacji umożliwiające w ostateczności uruchomienie szybkich tramwajów.
- O możliwości korzystania z **linii kolejowej Chorzów Batory – Bytom**, jako pasażerowie praktycznie już nie myślimy, przede wszystkim z powodu coraz mniejszej ilości pociągów pasażerskich. Racjonalnie patrząc na tę sprawę można powiedzieć, że w Chorzowie ta linia nie jest potrzebna. Dzieli ona miasto na dwie części, utrudnia rozwój przestrzenny i zabiera dużo cennego gruntu w centrum miasta. Obecnie w związku z EURO 2012 pojawiła się koncepcja połączenia kolejowego Katowic przez Chorzów, Bytom z lotniskiem w Pyrzowicach. Aktualnie w Urzędzie Marszałkowskim prowadzone są prace studialne, które biorą pod uwagę przełożenie tej linii, na ślad dawnej kolei piaskowej, z Chorzowa Batorego w kierunku Bytomia, na granicy ze Świętochłowicami.
- Ciągłe rosnące wymagania dotyczące jakości usług zdrowotnych, w pierwszym rzędzie dotyczą standardów **sal operacyjnych**, którym nie mogą obecnie sprostać obydwie chorzowskie szpitale. Sale te powinny być w pełnej gotowości podczas rozgrywania Mistrzostw Europy, gdyż muszą być ujęte w systemie ratownictwa medycznego.

Organizacja EURO 2012 jest wielką szansą rozwojową, tak dla naszego miasta, jak i dla całej Aglomeracji Katowickiej. Przeprowadzenie inwestycji w wyszczególnionych zakresach, służyć będzie sprawnej i skutecznej organizacji Mistrzostw Europy, ale co najważniejsze, znacząco podniesie jakość życia naszych mieszkańców. Będąc organizatorami EURO 2012 stajemy się rozpoznawalni dla inwestorów krajowych i zagranicznych, gdyż te inwestycje towarzyszące spowodują wzrost atrakcyjności Chorzowa, jako miasta w którym chce się żyć i pracować. Należy więc czynić wszystko co możliwe, wykorzystując wszystkie dostępne środki, aby znaleźć się wśród elitarnej grupy miast – organizatorów EURO 2012.

Zastępca Prezydenta Miasta
Dr inż. Joachim Otte