



**Magiczny
Kraków**

Kraków jak z bajki

2014-12-23

Piękna, tajemnicza dziewczyna, bal, zegar wybijający północ, zakochany książę i zgubiony pantofelek - kto nie zna tej historii?! Kraków postanowił przypomnieć bajkę o Kopciuszku w nowej odsłonie i wykorzystać ją do promocji miasta w Polsce i za granicą. Kampania krajowa ruszyła już w poniedziałek (22 grudnia). Spot, z udziałem sławnej polskiej aktorki, będzie można oglądać do 28 grudnia (niedziela) na antenie telewizji TVN i kanałach obsługiwanych przez TVN Media.

- Wykorzystanie bajkowej konwencji do promocji Krakowa i Małopolski wpisuje się w koncepcję realizacji działań reklamowych Polskiej Organizacji Turystycznej. To doskonałe uzupełnienie naszej kampanii promującej Polskę, którą od wielu miesięcy prowadzimy na całym świecie - mówi Bartłomiej Walas, Wiceprezes POT-u. - Jestem przekonany, że spot Krakowa wzmocni nasz przekaz i upewni jego odbiorców, że do naszego kraju po prostu warto przyjeżdżać - podkreśla Bartłomiej Walas.

Przypomnijmy, że w 2013 r. POT przeprowadził kampanię wizerunkową (outdoor, prasa) pod hasłem „Polska – Come and find your story”, w ramach której na tle polskich pejzaży i budowli pokazywane były postaci nawiązujące strojem i pozą do znanych na całym w świecie bajek. Twórcom kampanii zależało m.in. na pokazaniu odbiorcom, że przyjazd do Polski dostarczy im niezapomnionych wrażeń, które na zawsze pozostaną w ich pamięci – tak jak pamięta się bajki z dzieciństwa.

- Pracując nad koncepcją nowej kampanii promującej miasto Kraków postanowiliśmy zaprosić POT i MOT do współpracy i wykorzystać bajkową konwencję również w swoich działaniach reklamowych. Stąd wziął się pomysł na to, by „ambasadorem” stolicy Małopolski została główna bohaterka jednej z najpopularniejszych bajek – wyjaśnia Magdalena Sroka, Zastępca Prezydenta Krakowa ds. Kultury i Promocji Miasta. I dodaje, że to, co było najważniejsze, to chęć pokazania niezwyklej atmosfery jaką można poczuć odwiedzając Kraków i Małopolskę. – Nie chodziło nam o to, aby zarzucić widza serią zdjęć przedstawiających dziesiątki miejsc, ale aby wciągnąć go w opowiadaną historię, zaciekać i wzbudzić emocje, sprawić, że po obejrzeniu spotu pomyśli „to już koniec?” I będzie chciał zobaczyć więcej...

Alicja Bachleda-Curuś w roli Kopciuszka

Fabula nowego spotu promocyjnego Krakowa wykorzystuje najbardziej charakterystyczny fragment baśni o Kopciuszku, bal – razem z drogą na przyjęcie oraz słynną sceną ucieczki i gubienia pantofelka. Scenerią dla bajkowych wydarzeń stają się kolejno: Dunajec i Pieniny (droga Kopciuszka na bal), Teatr im. Juliusza Słowackiego w Krakowie (sceny balowe), Zamek w Pieskowej Skale (ucieczka z balu) i Rynek Główny w Krakowie (ponowne spotkanie z księciem).

Warto jednak podkreślić, że bajka o Kopciuszku była jedynie inspiracją dla scenarzystów filmu promocyjnego – spot nie miał być jej wierną ekranizacją. Dlatego też krakowski Kopciuszek nie jedzie na bal karocą, ale płynie łodzią, a akcja spotu rozgrywa się zimową porą (jest to nawiązanie do innej znanej baśni – „Królowa Śniegu”, wykorzystywanej w ramach kampanii POT jako element promujący



**Magiczny
Kraków**

Małopolskę).

W postać Kopciuszka wcieliła się sławna, pochodząca z Małopolski, aktorka Alicja Bachleda-Curuś. Co mówi o swoim występie w spocie? – To dla mnie przede wszystkim przygoda – koncepcja nawiązania do opowieści o Kopciuszku wydała mi się bardzo ciekawa, tym bardziej, że Kraków jest bez wątpienia miastem „bajkowym”. Nie da się też ukryć, że każda z nas będąc dziewczynką choć przez chwilę marzyła o tym, żeby być księżniczką.

Baśniowa fabuła i filmowa dynamika

„Magia” krakowskiego spotu nie ogranicza się jedynie do oparcia jego fabuły na fragmentach znanej baśni. Efekt bajkowości został również wzmocniony poprzez dobór technik i sprzętu filmowego. Przy produkcji spotu wykorzystane zostały tzw. obiektywy anamorfotyczne – pozwalające na stworzenie wrażenia „bajkowości obrazu”. Materiał zapisywano na taśmie negatywnej (a nie na nośniku cyfrowym), co nadało spotowi prawdziwie filmowy charakter. Całości dopełnia specyficzna stylistyka i dynamika spotu, które zbliżają go do traileru filmowego. Ważna jest również ścieżka dźwiękowa – oryginalny fragment „Bajki” Stanisława Moniuszki.

Wszystko to, w połączeniu z hasłem „Kraków – come and find your story” (Kraków – przyjedź i znajdź swoją historię; odwołującym się wprost do „bajkowej” kampanii POT-u), rysuje przed widzami obraz niesamowitej, pięknej historii, którą ma szansę przeżyć każdy, kto zdecyduje się odwiedzić Kraków i inne urokliwe miejsca w Małopolsce.

Kampania na rynkach zagranicznych

W przyszłym roku spot ma się również pojawić w jednej z czołowych, zagranicznych stacji telewizyjnych obejmującej swoim zasięgiem: Europę, USA, Bliski Wschód, Azję oraz Afrykę. Zagraniczna kampania, realizowana wspólnie przez miasto Kraków i Małopolską Organizację Turystyczną, planowana jest na zimę 2015 r.

Spot „Kraków – come and find your story” ma nie tylko pokazać niestereotypowe, baśniowe oblicze Krakowa i Małopolski, ale również zaprezentować krajobrazowy i zimowy potencjał miasta i regionu – zachęcić turystów do ich odwiedzenia także poza letnim sezonem (promocja Krakowa i Małopolski jako zimowych destynacji turystycznych).

Spot powstał w dwóch wersjach językowych – polskiej i angielskiej. Był współfinansowany ze środków Ministerstwa Sportu i Turystyki. Jest dostosowany m.in. do emisji w telewizji, kinie oraz internecie. Za produkcję filmu odpowiadało studio filmowe Alvernia Studios.