



Kraków promuje się w Poznaniu

2012-11-27

W związku z tekstem opublikowanym 13 listopada 2012 r. na stronie lovekrakoww.pl pt. „Kraków nie potrzebuje dobrej promocji na ważnych targach turystycznych?” (http://lovekrakow.pl/artykuly/krakow-nie-potrzebuje-dobrej-promocji-na-waznych-targach-turystycznych_445.html) informuję, że nie jest prawdziwą tezą artykułu, że Kraków nie promował się na Międzynarodowych Targach Poznańskich.

Kraków był obecny w Poznaniu przez wiele dni i brał udział w wielu targowych wydarzeniach. Czytelnik mógłby się o tym dowiedzieć, gdyby autor wykorzystał całą odpowiedź, którą otrzymał z Urzędu Miasta Krakowa. Trzeba pamiętać o tym, że dobra promocja to nie wielka lada z wielkim napisem Kraków – to w dzisiejszych czasach konieczność stosowania niestandardowych form i takie były w Poznaniu wykorzystywane.

Kraków ściśle współpracuje z Województwem Małopolskim, jest to także związane z efektywnością wydawania środków finansowych. Działania promocyjne są bardzo mocno ze sobą skorelowane i opierają się na wspólnej prezentacji atrakcyjności Regionu, którego Kraków, jako stolica Małopolski, jest siłą napędową i swoistą lokomotywą. Kraków i Małopolska promują się wspólnie i w związku z tym przygotowywanie odrębnego stoiska na targach mija się z celem.

Autor tekstu nie napisał m.in., że na wspólne, regionalne wystąpienie podmiotów w ramach stoiska Województwa Małopolskiego składało się wiele różnorodnych propozycji, w tym animacje i konkursy z nagrodami. Nie napisał też, że zarówno stoisko, jak i materiały otrzymały nagrody i wyróżnienia. Region Małopolski, za zaprezentowanie najlepszej prezentacji targowej z wykorzystaniem motywu koralu, otrzymał Medal Acanthus Aureus. Gości odwiedzających prezentację regionu zachwycił oryginalny naszyjnik czerwonych koralu podwieszony ponad stoiskiem. Natomiast w koralach, niczym w fotoplastykonie, prezentowane były fotografie 3D ukazujące główne atrakcje turystyczne Małopolski, w tym Krakowa.

Korale przygotowane były zgodnie ze strategią wykorzystywaną podczas targów przez Małopolską Organizację Turystyczną i cieszył się ogromnym zainteresowaniem także na innych tego typu imprezach, nie tylko w Poznaniu.

Instalacja podzielona była na pięć segmentów. Pierwszy i najważniejszy! (prezentowany w centralnym największym koralu) to KRAKÓW - stolica Małopolski, „lokomotywa” promocji Małopolski, ze swoimi zabytkami, atrakcjami, dziedzictwem, ofertą kulturalną itp. Kolejne to Body & Soul - czyli relaks aktywny i leniuchowanie, dla ciała i ducha; Małopolska niezwykła (Zalipie, Lajkonik, Kopce); Ze smakiem (produkty regionalne, restauracje, festiwale) i podziemna (tu poza kopalniami i jaskiniami prezentowane jest także Muzeum w Podziemiach Rynku).

Kraków było obecny poza „swoim” dedykowanym koralom, we wszystkich pozostałych. W pięciu koralach było łącznie 120 zdjęć. W każdym po ok 25. Zdjęć trójwymiarowych było w sumie 50. Zdjęcia prezentowały m.in. ciekawe miejsca, zabytki i wydarzenia.



**Magiczny
Kraków**

Autor nie wykorzystał również informacji, że podczas targów rozstrzygnięto również konkurs na najlepsze wydawnictwo promujące gminy, miasta, regiony - Róża Regionów 2012, organizowany przez dwutygodnik branży turystycznej Wiadomości Turystyczne. Wyróżnienie w tym konkursie otrzymało m.in. Miasto Kraków prezentując wydawnictwo pt. „Kraków na widelcu. Przewodnik po restauracjach 2012”. Wydawnictwo to zostało przygotowane zgodnie z nową identyfikacją wizualną miasta.

Filip Szatanik

Zastępca Dyrektora Wydziału Informacji,

Turystyki i Promocji Miasta