



**Magiczny
Kraków**

Promocja UEFA EURO U21 w przestrzeni miasta

2017-05-18

Reklama typu outdoor, obrandowane tramwaje, współpraca z mediami oraz spot promocyjny z udziałem reprezentanta Polski Bartosza Kapustki - to główne działania promocyjne Krakowa realizowane w związku z organizacją Młodzieżowych Mistrzostw Europy UEFA EURO U21 Polska 2017, które krakowianie i turyści zauważą w przestrzeni naszego miasta już w maju. Drugą odsłoną promocji imprezy są międzynarodowe turnieje dla dzieci organizowane w ramach Krakowskiego Festiwalu Piłkarskiego.

Głównym założeniem lokalnej, krakowskiej kampanii jest podkreślenie organizacyjnego i sportowego potencjału stolicy Małopolski oraz promocja Krakowa jako miasta gospodarza kolejnej wielkiej imprezy. Informacje o mistrzostwach będą silnie wyeksponowane w przestrzeni publicznej, co maksymalnie wzmocni główny przekaz komunikacyjny. Pozwoli to na dotarcie z informacją o Euro U21 do możliwie najszerszego grona odbiorców (nie tylko kibiców i uczestników turnieju, ale również mieszkańców) a także na wykorzystanie potencjału turnieju w promocji turystycznej Miasta.

- Kraków jest znów gospodarzem wielkiej imprezy, tym razem sportowej, o randze europejskiej. Mamy w tym doświadczenie i cieszymy się sporym zaufaniem. Miasto aktywnie wykorzystuje to wydarzenie. Jest nie tylko miastem lokowania spotkań, ale przede wszystkim Miastem Gospodarzem - podkreśla Andrzej Kulig, Zastępca Prezydenta Miasta Krakowa ds. Polityki Społecznej, Kultury i Promocji Miasta.

Profesjonalna piłka

Młodzieżowe Mistrzostwa Europy do lat 21 zostaną rozegrane w drugiej połowie czerwca w sześciu polskich miastach - oprócz Krakowa rolę gospodarzy pełnią też: Bydgoszcz, Gdynia, Kielce, Lublin i Tychy. W turnieju zmierzy się 12 reprezentacji: Polski, Niemiec, Czech, Danii, Włoch, Słowacji, Szwecji, Anglii, Portugalii, Serbii, Hiszpanii i Macedonii. Impreza, nad którą pieczę sprawuje UEFA, cieszy się wysoką rangą, jest postrzegana jako kuźnia piłkarskich talentów, przyciąga fanów futbolu z całego świata. Dla Krakowa i innych miast gospodarzy stanie się okazją do prawdziwego sportowego święta, które warto podkreślić kampanią informacyjno-promocyjną.

Profesjonalna kampania, planowana wzorem imprez sportowych o podobnej randze realizowanych w różnych europejskich i światowych miastach opiera na wykorzystaniu różnego rodzaju nośników, a także różnorodnych działaniach towarzyszących.

Profesjonalna kampania

- Popularność piłki nożnej w świecie daje możliwości, jakich nie ma w żadnej innej dyscyplinie sportu. Relacje z mistrzostw przewidziane są do ponad 100 krajów. Korzyścią Miasta wynikającą z organizacji imprezy są przede wszystkim walory promocyjne i Kraków chce to maksymalnie wykorzystać - mówi Janusz Kozioł, Doradca Prezydenta Krakowa ds. Sportu.

Promocja wydarzenia odbywa się dwuetapowo: w skali ogólnopolskiej - to działania koordynowane przez Polski Związek Piłki Nożnej, oraz lokalnie - jako działania prowadzone przez poszczególne



**Magiczny
Kraków**

miasta-gospodarzy turnieju. Reklama typu outdoor została wyeksponowana w strategicznych punktach, przy głównych ciągach komunikacyjnych oraz trasach „wylotowych” na nośnikach typu: citylighty, billboardy, cuby, mini cuby, flagi, nośniki typu led oraz siatki wielkoformatowe. Dodatkowo zaplanowane zostało również obrandowanie tramwajów i autobusów oraz produkcja spotu promocyjnego z udziałem Bartosza Kapustki, który został ambasadorem lokalnej kampanii promocyjnej oraz współpraca z mediami. Budżet promocyjny Krakowa przeznaczony na Młodzieżowe Mistrzostwa Europy to 1,5 mln zł.

- Z tego 100 tys. zł jest przeznaczone na składkę do wspólnej kasy wraz z pozostałymi miastami, UEFA i PZPN, co pozwoli na wspólną, ogólnopolską promocję turnieju poprzez EuroTrucka, kampanię billboardową w dużych polskich miastach, takich jak Warszawa, Wrocław, Gdańsk czy Katowice, oraz na promocję w telewizji Polsat – wylicza Janusz Kozioł.

Współpraca z UEFA

Przeprowadzenie kampanii reklamowej przez Kraków jest równoznaczne z wypełnieniem zobowiązań wobec UEFA wynikających z zawartej w 2015 r. umowy „Host City Agreement for the Final Tournament of the UEFA European Under-21 Championship”, dotyczącej UEFA Euro U21 Polska 2017.

- Kampania promocyjna towarzyszącą Euro U21, ma pokazać Kraków jako miasto sportu i przybliżyć kibicom jego turystyczne atrakcje – wyjaśnia Elżbieta Kantor. - Kraków spodziewa się wielu gości, którzy odwiedzą miasto w związku z imprezą, chcemy zachęcić ich, by wrócili do miasta także w innym terminie, na dłużej - zaznacza.

Promocja Euro - promocja piłki - promocja sportu

Intensywna kampania promocyjna związana z Młodzieżowymi Mistrzostwami Europy ma też na celu promocję futbolu i lokalną promocję sportu. Przed EURO U21 w Krakowie odbędzie się sześć dużych turniejów dla najmłodszych piłkarzy w ramach Krakowskiego Festiwalu Piłkarskiego. Miasto współorganizuje i współfinansuje każdy z tych turniejów, a młodzi zawodnicy zagrają takimi samymi piłkami, jak te, których będą używać piłkarze podczas EURO U21. Być może wśród młodych, zaangażowanych sportowo krakowian znajdą się przyszli reprezentanci Polski, których zobaczymy kiedyś w młodzieżowych czy dorosłych mistrzostwach.

Więcej o promocji imprezy poprzez organizację turniejów w ramach Krakowskiego Festiwalu Piłkarskiego można znaleźć [TUTAJ](#).