ZIO 2022 – trwa kampania informacyjna

2014-05-06

Otwarty punkt konsultacji społecznych jest sercem kampanii, która ma na celu zachęcenie mieszkańców Krakowa do wzięcia udziału w konsultacjach społecznych oraz głosowania w referendum. Namiot sferyczny stanął w środę (30 kwietnia) na Rynku Głównym w Krakowie. Będzie czynny do 23 maja (piątek) w godz. 12:00-18:00.

Mieszkańcy będą mogli uzyskać w nim informacje na temat projektu Zimowe Igrzyska Olimpijskie 2022, rozwiać swoje wątpliwości dotyczące przygotowań i organizacji tego wydarzenia oraz uzyskać odpowiedzi na nurtujące pytania.

- Naszym celem jest dotarcie do jak największej liczby mieszkańców z informacją o projekcie Zimowych Igrzysk Olimpijskich w 2022 r. w Krakowie i o tym co jego realizacja oznacza dla miasta i regionu – mówiła podczas konferencji prasowej Magdalena Sroka, Z-ca Prezydenta Miasta Krakowa i Przewodnicząca Komitetu Konkursowego Kraków 2022.

- ZIO to wspólne przedsięwzięcie wielu gmin. Jestem przekonany, że wspólnie z miastem Kraków i Komitetem Konkursowym uda nam się odnieść sukces – podkreślał Jacek Krupa, Członek Zarządu Województwa Małopolskiego i Wiceprzewodniczący Komitetu Konkursowego Kraków 2022.

Gościem specjalnym dzisiejszego spotkania była Natalia Czerwonka – łyżwiarka szybka, srebrna medalistka Zimowych Igrzysk Olimpijskich w Soczi, studentka krakowskiej Akademii Wychowania Fizycznego. Pytana o pomysł Organizacji ZIO w Krakowie odpowiadała – Zdobywałam medale w innych krajach, chciałabym móc odebrać je także przed własną publicznością podczas igrzysk w Krakowie. Warto uwierzyć w ideę organizacji takiego wydarzenia w Krakowie – dodała.

Kampania informacyjna opiera się na trzech przekazach: niskie nakłady finansowe poniesione przez Kraków; korzyści społeczne i finansowe dla mieszkańców (stworzenie dodatkowych miejsc prac, utworzenie mieszkań komunalnych) oraz korzyści środowiskowe i infrastrukturalne (walka ze smogiem, mniejsze korki w mieście).

Z uwagi na bardzo szeroką grupę docelową tj. wszyscy pełnoletni mieszkańcy Krakowa, wybrano różne nośniki, gwarantujące dotarcie do wszystkich grup wiekowych i społecznych: outdoor – billboardy, siatka wielkoformatowa na ICE Kraków oraz oklejenie tramwaju; digital signage – spot będzie emitowany w telewizji tramwajowej, autobusowej oraz w automatach KKM; telewizja – emisja plansz w TVP Kraków; reklama prasowa; reklama w Internecie. Wydany został także dodatek informacyjny, który będzie zawierał wszystkie najważniejsze informacje dotyczące projektu.

Kampania powstała na zlecenie Urzędu Miasta Krakowa. Za działania ambientowe odpowiada Komitet Konkursowy Kraków 2022.