Promocja i turystyka zaplanowane

2015-01-30

Park kulturowy, rozwój lotniska Kraków Airport, przygotowania do Światowych Dni Młodzieży, czy kampania informacyjno-promocyjna budżetu obywatelskiego i akcji „Płać podatki w Krakowie" – to tylko niektóre z tematów, jakimi zajmie się w 2015 roku Komisja Promocji i Turystyki.

Komisja przeprowadzi w tym roku ok. 21 posiedzeń, na których radni zapoznają się m.in. z sytuacją branży turystycznej w Krakowie, strategią promocji miasta, czy systemem identyfikacji wizualnej Miasta. Nie zapomną również o nowelizacji uchwały w sprawie parku kulturowego.

- Wszystkimi z wymienionych tematów trzeba będzie zająć się jak najpilniej, dlatego tymi kwestiami zajmiemy się już na początku roku, jeśli oczywiście nic nam w tym nie przeszkodzi – mówił Aleksander Miszalski, przewodniczący Komisji Promocji i Turystyki. Szczególnie istotną kwestią dla wszystkich radnych są zmiany w uchwale o parku kulturowym, które będą zmierzały do poprawy wizerunku miasta. Organizacja imprez masowych, jarmarków, kiermaszy, czy problem klubów erotycznych i nachalnych reklam w Rynku Głównym i jego okolicach to kwestie nurtujące radnych od dawna. Wpływ parku kulturowego na jakość oferty turystycznej i jakość świadczonych usług jest nie do przecenienia. Dlatego radni chcą, aby powstały kolejne parki na Kazimierzu, w Podgórzu i Nowej Hucie.

Oprócz tego w tym roku radni zajmą się również badaniami nad Strategią Promocji Turystycznej Miasta, tak by móc stworzyć katalog zadań nowej strategii rozwoju turystyki. W tym przypadku radni zmierzają konsultować się z branżą turystyczną, organizacjami pozarządowymi i władzami małopolski, tak by stworzyć kompletny pakiet zadań. W tym celu radna Małgorzata Jantos zaproponowała zaproszenie na jedno z przyszłych posiedzeń Komisję Rozwoju Regionu, Promocji i Współpracy z Zagranicą Sejmiku Województwa Małopolskiego, by można było wspólnie określić zakres najpotrzebniejszych działań. Według radnych tym momencie Kraków nie posiada jednolitej strategii, a działania są rozproszone na wiele sfer.

– Promocja miasta jest bardzo rozdrobniona. Nie wiadomo z czym Kraków ma się kojarzyć. Istnieje wiele elementów, które słabo wpływają na wizerunek Polski na świecie, a które można bardzo szybko zmienić. Takim elementem jest na przykład flaga Rzeczypospolitej Polskiej, która powinna wisieć na Wawelu. W innych krajach europejskich wszystkie zamki mają takie symbole narodowe, a u nas tego nie ma. Byłaby to bardzo dobra wizytówka kraju
i miasta, podkreślająca jego tożsamość – mówił Arkady Rzegocki.

Radni w swoim harmonogramie na 2015 rok zawarli również współpracę m.in. z Portem Lotniczym Kraków Airport, Małopolską Izbą Hotelarską Gremium, Krakowskim Biurem Festiwalowym czy organizatorami Światowych Dni Młodzieży.