



Promocja kulturowa Krakowa

2015-09-25

Mówiąc Kraków - myślimy o unikalnych zabytkach i pięknej historii. W dużej mierze to dzięki nim odwiedzają nas milionowe rzesze turystów. Jednak od kilku lat nasze miasto dość wyraźnie zaznacza się na mapie kulturalnej Europy. Film, muzyka, teatr, koncerty - powoli stają się kolejnymi atrakcjami przyciągającymi do Krakowa.

Podczas posiedzenia Komisji Promocji i Turystyki pod przewodnictwem Aleksandra Miszalskiego radni wysłuchali sprawozdania z działalności Krakowskiego Biura Festiwalowego. Miejska jednostka jest odpowiedzialna za organizację większości kulturalnych wydarzeń w naszym mieście. Niektóre z nich, sukcesywnie podnosząc swoją renomę, stając się coraz bardziej znanymi markami w świecie.

- Uważam za bardzo duży sukces, że artykuł o festiwalu Misteria Paschalia znalazł się na łamach The New York Timesa. Oczywiście nie jest to bezpośrednia wzmianka o Krakowie, ale sygnał, że działania inspirowane przez miasto są dostrzegane także za oceanem - mówiła Izabela Helbin, kierująca KBF-em.

Oprócz muzycznych festiwali, jak wspomniany „Misteria Paschalia”, swoją pozycję na rynku umocnił również „Sacrum Profanum”. Dzięki biorącym w nim udział artystom nietuzinkowych, ale uznanym, którzy nie boją się eksperymentować muzyką współczesną, zdobył sobie rzeszę fanów oraz otrzymał szereg nagród.

Kulturalnie Kraków promuje się nie tylko przez imprezy muzyczne. Dzięki powołaniu nowej struktury działającej w ramach KBF-u, czyli Krakow Film Commission, miasto powoli zyskuje miano miejsca przyjaznego filmowcom. Współdziała przy znaczących kinowych produkcjach jak np. „Pod Mocnym Aniołem”, sprawia, że znane osoby związane z dużym ekranem coraz chętniej pojawiają się pod Wawelem, szukając możliwości współpracy. Nie budzi wątpliwości, że to jednak masowe imprezy najchętniej przyciągają widza, tak ją czyni to choćby Festiwal Muzyki Filmowej, który odbywa się w największych krakowskich halach (jak hala dawnej ocynowni ArcelorMittal Poland lub Tauron Arena).

Działania na rzecz popularyzacji literatury i promocji poprzez literaturę również znajdują się w orbicie aktywności Krakowskiego Biura Festiwalowego. Imprezy tj. „Kody Miasta”, „Drugie życie książki” świetnie wpisują się w obraz Krakowa jako Miasta Literatury UNESCO. O tym, że podejmowane inicjatywy spełniają swój cel najlepiej świadczy przykład akcji „Czytaj KRK”, która ewoluowała za sprawą wniosków innych dużych polskich miast i obecnie będzie przeprowadzana pod szyldem „Czytaj PL”.

Dzięki wielu imprezom przeprowadzanym na różnych płaszczyznach kultury, marka Kraków może dotrzeć do wielomilionowej rzeszy odbiorców, będąc dobrą reklamą dla miasta.