



Promocja kultury przez markę

2023-10-25

Marka Kraków - rzecz cenna i wymagająca kontroli. System Koordynacji Promocji, a tym samym działania służące wizualnej promocji miasta, były tematem posiedzenia Komisji Kultury i Ochrony Zabytków.

Zagadnienia strategii promocyjnej miasta dotyczącej wydarzeń kulturalnych przedstawiła Monika Chylaszek - Dyrektor Wydziału Komunikacji Społecznej, która na początku prezentacji podkreśliła, że trudno promować wydarzenia kulturalne i równocześnie promować miasto przy pomocy kultury. Wymaga to pewnej dyscypliny, jeżeli chodzi o jednolitość przekazu. Niezwykle istotnym, wręcz kluczowym jest działanie zgodne z Systemem Koordynacji Promocji (SKP), którego trzema głównymi funkcjonalnościami są: zbieranie danych o planowanych wydarzeniach kulturalnych, które mają potencjał wizerunkowy dla miasta, weryfikacja działań promocyjnych pod kątem miejskiego systemu identyfikacji wizualnej oraz obrandowania wydarzeń (wykorzystanie np. systemów wystawienniczych). - Wydarzenia, które służą wizerunkowej promocji miasta muszą być tak oznaczone, aby mieszkańcy nie mieli wątpliwości, że są to wydarzenia miejskie, na które Miasto przeznaczyło środki z budżetu - podkreślała dyrektor Chylaszek i informowała, że od czasu wdrożenia SKP weryfikacji pod kątem zgodności z systemem wizualizacji miasta zostało poddanych już 38 tysięcy projektów. Co ciekawe w 2017 roku był to jeden projekt, w 2022 - 8106. Wszystko wskazuje na to, że rok 2023 zakończy się jeszcze większą ilością zweryfikowanych projektów. Oczywiście użyta identyfikacja wizualna jest zależna od wysokości wsparcia finansowego udzielonego przez miasto - może to być tylko metka z logo miasta, albo ramka, czy bardzo silnie zauważalne brandowanie. Dyrektor Wydziału Komunikacji Społecznej zwróciła również uwagę na działania wizerunkowe miasta, które polegają na zgrupowaniu tematów, należących do podobnego obszaru aktywności. I tak na przykład kampania „Kraków w formie”, posiadająca swój własny brand, ma zachęcać krakowian do ruchu i aktywności fizycznej - ma w swojej ofercie rodzinne biegi, maratony, naukę pływania na desce itp. Podobnie kampania „Kraków w dobrym klimacie” - promująca proekologiczne postawy, czy „Kraków wszechświat możliwości”. Wprowadzenie Systemu Koordynacji Promocji z pewnością pozwala pokazać rozległy mecenat miasta, a w konsekwencji promować Kraków, jako miasto kultury.

Komisji Kultury i Ochrony Zabytków Rady Miasta Krakowa pozytywnie zaopiniowała projekt uchwały w sprawie ustalenia nowego brzmienia statutu Muzeum Historii Fotografii im. Walerego Rzewuskiego w Krakowie, w celu przekazania do uzgodnienia z Ministrem Kultury i Dziedzictwa Narodowego (druk nr 3665). Dyrektorka Wydziału Kultury i Dziedzictwa Narodowego, Katarzyna Olesiak poinformowała, że zmiana statutu wynika z wygaszenia działalności muzealnej MuFo w starej Strzelnicy przy ul. Królowej Jadwigi 220 - w planie jest powstanie Domu Krakowskiego Sportu - i podkreśliła, że MuFo zintensyfikuje swoje działania w przestrzeniach muzealnych na ulicy Rakowickiej i Józefitów. Członkowie Komisji pozytywnie zaopiniowali także projekt uchwały w sprawie zwiększenia dotacji podmiotowej miejskim instytucjom kultury (druk nr 3672).