



**Magiczny
Kraków**

Morskie fale na murach Wawelu

2011-07-16

Fale płynące po murach Wawelu, szum morza spleciony z dźwiękami wiolonczeli i fortepianu oraz duch dyrygującego falami Tadeusza Kantora. W piątek (15 lipca) o godz. 21.30, wyjątkową prezentacją multimedialną Sopot rozpoczął swoją kampanię promocyjną w Krakowie.

Zaszumi na Wawelu

Na murach Zamku Królewskiego na Wawelu został wyświetlony film „Subtelne tony toni” (projekt artystyczny Sławka Jaskułke i Wojciecha Radtke), przedstawiający falujące morze, uchwycone w różnych momentach dnia – od wschodu do zachodu słońca. Obrazy były odwrócone "do góry nogami" – ma to symbolizować dwubiegunowość geograficzną Sopotu i Krakowa. Na tle morza (w naturalnym ustawieniu) pojawią się dłonie Sławka Jaskułke, którego partie solowe na fortepian były zsynchronizowane z obrazem – wywołując wrażenie gry na falach.

W filmie wystąpiły również postacie-duchy. Niektóre z nich przywołały skojarzenia z osobą Tadeusza Kantora, który dyrygował falami Bałtyku podczas jednego ze swoich happeningów. Na końcu ubrani we fraki i cylindry autorzy projektu, Sławek Jaskułke i Wojciech Radtke, „weszli w ekran”. Pokazowi towarzyszyła także, skomponowana specjalnie na tę okoliczność, muzyka na kilka instrumentów (m.in. wiolonczelę i fortepian), w którą został wpleciony szum morza. Podczas projekcji filmu na żywo zagrał Sławek Jaskułke. W wydarzeniu wzięli udział Prezydent Miasta Sopotu Jacek Karnowski oraz Prezydent Miasta Krakowa Jacek Majchrowski.

Fotoplastykon

W ramach kampanii promocyjnej Sopotu w Krakowie, w najbardziej popularnych miejscach w centrum Krakowa, zostanie również postawiony fotoplastykon – instalacja wykonana ze stali nierdzewnej oraz naciągniętego na nią banneru z wydrukiem. Przypomina kształtem walec o wymiarach: wysokość ok. 3 m i średnicy ok. 5 m. Do środka walca będzie można zaglądać przez kilkanaście różnych wizjerów – w każdym „zamknięty” będzie inny obraz. Zewnętrzna powłoka walca będzie przedstawiała panoramę Sopotu sfotografowaną z różnych punktów. Do poszczególnych miejsc na zdjęciu przypisane będą wizjery przez które będzie można zobaczyć np. widok z okna latarni morskiej. Część wizjerów zostanie wykorzystana do przedstawienia twórczości kilku sopockich artystów. (Lokalizacja: 15 -24 lipca CORT; 25-31 lipca pl. Św. Magdaleny; 1-15 sierpnia Rynek Główny; 16-31 sierpnia pl. Szczepański)

Kampania promocyjna Sopotu w Krakowie jest elementem dwustronnej – związanej m.in. z polską prezydencją w Radzie Unii Europejskiej – wakacyjnej akcji reklamowej obydwu miast. „Kraków i Sopot zostały wybrane na gospodarzy wydarzeń związanych z polską prezydencją. To ogromna szansa na międzynarodową promocję obydwu miast. Chcemy ją wykorzystać jak najlepiej - dlatego połączyliśmy siły. Stawiając na dwustronną letnią kampanię promocyjną chcemy też zachęcić turystów indywidualnych, przyjeżdżających do Krakowa lub Sopotu, do



**Magiczny
Kraków**

odwiedzenia drugiego miasta - w czasie wakacji i w ciągu całego roku” - mówi Marcin Kandefer, dyrektor Wydziału Informacji, Turystyki i Promocji Miasta.

Promocja Krakowa w Sopocie ruszyła 1 lipca. Na głównym deptaku Sopotu, przy ul. Monte Cassino, stanął multimedialny przystanek Kraków.travel, dzięki któremu turyści oraz mieszkańcy Sopotu mają stały dostęp do informacji o Krakowie - m.in. za pośrednictwem portalu www.krakow.travel. Mogą również posłuchać muzyki krakowskich artystów oraz hejnału. Z kolei sopocką plażę zdobi dmuchany zamek w barwach Miasta (imitacja Barbakanu), wokół którego przez trzy weekendy wakacji będą organizowane animacje, gry miejskie i konkursy dla plażowiczów.

W ubiegłą sobotę (9 lipca) na pl. Przyjaciół Sopotu zagrał, wywodzący się z Krakowa, jeden z najciekawszych zespołów młodego pokolenia – Camero Cat. Swoim unikatowym stylem – z pogranicza rocka, teatru i kabaretu, Koty urzekły m.in. Czesława Mozila, który od początku istnienia zespołu wspiera młodych muzyków. Na zamknięcie kampanii promocyjnej Krakowa planowany jest natomiast pokaz skoków spadochronowych na plaży w Sopocie, w wykonaniu zawodników z Wojskowego Klubu Sportowego WAWEL (20 sierpnia). Spadochroniarze będą wyposażeni w gadżety promujące Kraków – po wylądowaniu będą je rozdawać plażowiczom. Dodatkowo, Kraków promuje się na nośnikach outdoorowych (siatki w Sopocie oraz citylighty na terenie Trójmiasta). W ramach kampanii Kraków dystrybuuje też materiały promocyjne o mieście przez centra informacji turystycznych w Sopocie. Autorem kreacji artystycznej kampanii Krakowa jest krakowska firma ART FM.

Warto przypomnieć, że to nie pierwsza tego typu współpraca obu miast. W 2008 r. Urząd Miasta Krakowa przeprowadził kampanię „Kraków porusza zmysły”, podczas której mieszkańcy Sopotu i turyści mogli w czasie rzeczywistym odbyć wirtualny spacer po krakowskim Rynku. (JK, KF).

[PLAKAT](#)