



**Magiczny
Kraków**

„Kraków nieodkryty” wyruszył nad morze!

2020-08-09

Trwa kampania „Kraków nieodkryty”, która ma zachęcić turystów do odwiedzenia stolicy Małopolski i zejścia z utartych szlaków zwiedzania miasta. Po serii materiałów w prasie, reklamach w radiu i telewizji, a także billboardach w największych polskich miastach, Kraków wyruszył nad morze, by promować swoje walory na skwerze kuracyjnym w Sopocie i Jarmarku Dominikańskim w Gdańsku.

W ramach trwającej ofensywy promocyjnej w największych polskich miastach, m.in. Gdańsku, Łodzi, Warszawie i Wrocławiu, pojawiły się reklamy wielkoformatowe i billboardy przypominające, że Kraków to nie tylko Wawel, ale również zielone kopce, majestatyczne kościoły, spoglądające na wszystko z góry maszkarony.

Miejsca mniej oczywiste ukazywał spot reklamowy przygotowany przez miejską telewizję i prezentowany na kanałach grupy TVN i Discovery: TVN, TVN24, TVN24 Bis, TVN Turbo, TTV, TVN7, Metro, National Geographic, Travel Channel, Puls, Canal+Sport, Discovery Life, Discovery Channel, Discovery Historia, Nat Geo People i innych. Zachęta do przyjazdu do Krakowa płynęła też z anten radiowych: RMF FM i Złotych Przebojów – także przy okazji konkursów z cennymi nagrodami. Przygotowano także publikacje w „Gazecie Wyborczej”, „Rzeczpospolitej”, „Tygodniku Powszechnym” oraz w prasie kobiecej. Duży nacisk położono na działania online – o atrakcjach miasta donosił youtuber „Duży w maluchu” i blog esky.pl, a także wszystkie media miejskie, w tym te społecznościowe: Facebook, Twitter, Instagram i YouTube. Do współpracy udało się namówić również znanych i lubianych krakowian, którzy w spotach promocyjnych opowiadali o mniej znanym obliczu miasta.

W czerwcu Kraków podpisał porozumienie z Trójmiastem o współpracy promocyjnej w trwającym letnim sezonie turystycznym. Jej celem jest ożywienie kulturalne i gospodarcze miast w niełatwym czasie pandemii. W ramach tej współpracy w przestrzeni miejskiej Gdańska, Gdyni i Sopotu i mediach miejskich pojawiły się informacje zachęcające mieszkańców nadmorskich kurortów do przyjazdu do Krakowa. Stolica Małopolski odwdzięcza się swoim partnerom tym samym.

W pierwszej połowie sierpnia przedstawiciele miasta osobiście przekonują mieszkańców Sopotu i Gdańska oraz wypoczywających tam turystów, że podczas trwającego lata jest jeszcze czas, by zaplanować pobyt pod Wawelem.

– Liczymy, że pomogą nam w tym najbardziej znane symbole Krakowa: Lajkonik, Smok Wawelski i obwarzanki – mówi Monika Chylaszek, dyrektor Wydziału Komunikacji Społecznej UMK. – Przygotowujemy też konkursy wiedzy o Krakowie oraz warsztaty dla najmłodszych, oczywiście wszystko z uwzględnieniem reżimu sanitarnego. Atrakcji z pewnością na stoisku Krakowa nie zabraknie. Mamy nadzieję, że zachęcimy wszystkich, którzy teraz odpoczywają nad morzem, by ruszyli w dalszą podróż i odkryli wszystkie skarby i atrakcje Krakowa.

W dniach 7–9 sierpnia skwerem kuracyjnym w Sopocie zawładną Lajkonik i latający smok Teatru Groteska. Będą warsztaty Żywego Muzeum Obwarzanka, popisy teatrów: ognia – Los Fuegos i



**Magiczny
Kraków**

ulicznego KTO oraz występy zespołu Sokół Orchestra w muszli koncertowej. Znajomość gwary krakowskiej, hejnału mariackiego i najważniejszych zabytków pozwoli sięgnąć po nagrody w konkursach wiedzy o mieście. Dzięki współpracy z Zamkiem Królewskim na Wawelu, jedna z nich będzie niezwykła – zwycięzca będzie mógł na Wawelu... zanocować! Z kolei w Gdańsku, podczas Jarmarku Dominikańskiego od 11 do 16 sierpnia, będzie można m.in. pooglądać występy Krakowskiego Kolektywu – Przemysława Redkowskiego z zespołem, wziąć udział w konkursach i warsztatach, a w weekend skosztować świeżych obwarzanków przywiezionych prosto z Krakowa.

Na odwiedzających krakowskie stoisko w Sopocie lub Gdańsku czeka jeszcze jedna niespodzianka: będzie można otrzymać pamiątkową widokówkę ze swoim zdjęciem i oczywiście z Krakowem.