



Kultura na wyciągnięcie ręki! - założenia polityki Kraków Culture

2021-05-20

Bogactwo oferty kulturalnej Krakowa tworzone przez kilkaset małych i dużych centrów kultury, ponad 100 oddziałów muzealnych i kilkadziesiąt festiwali to potężny rozwojowy zasób, także dla miasta głęboko doświadczonego przez kryzys czasu pandemii. Odbudowa turystyki przyjazdowej do miasta będzie możliwa także dzięki bliższej współpracy sektora kultury i turystyki. Przedstawiamy zestaw narzędzi wspierających integrację komunikacji marketingowej, promocji kultury i dyplomacji kulturowej Krakowa.

Kraków Culture to przewodnik po bogactwie oferty miasta oraz narzędzie komunikacji międzynarodowej. To także nowy kwartalnik „Kraków Culture”, rozwój portalu „Karnet”, a także powiązane platformy sprzedażowe dla sektora kultury.

Kraków Culture to nadrzędna marka obejmująca uspołnione działania miasta i jego instytucji, które mają przyczynić się do wzmocnienia reputacji oraz rozpoznawalności Krakowa jako miasta kosmopolitycznego o szczególnie bogatej i różnorodnej ofercie kultury i czasu wolnego, a także miasta silnej aktywności środowisk kreatywnych.

– Od wielu miesięcy wszyscy funkcjonujemy w nowej, innej rzeczywistości – mówi Jacek Majchrowski, prezydent Krakowa. – Pandemia koronawirusa postawiła przed nami zadanie wypracowania długofalowej polityki kulturalnej i położenia jeszcze większego nacisku na współpracę sektora kultura-turystyka. Rynek turystyczny przechodzi transformację, a produkty kultury są idealnym narzędziem do odkrywania bogactwa Krakowa i budowania reputacji miasta – dodaje.

Polityka Turystyki Zrównoważonej 2021-2028

Odbudowa turystyki przyjazdowej do miasta poprzez wzrost efektywności zarządzania, zintegrowaną komunikację marketingową, komunikację międzynarodową, partnerski dialog i transfer wiedzy, tworzenie nowych „szytych na miarę” produktów kultury i ich komunikacja – to tylko niektóre z wyzwań „Polityki zrównoważonej turystyki Krakowa na lata 2021-2028”, przyjętej niedawno przez Radę Miasta Krakowa. Stawia ona jako cel przed sektorami kultury i turystyki „wyjście poza swój wąski krąg zawodowy i współdziałanie na rzecz tworzenia i rozwijania nowych produktów kultury, produkowanie atmosfery miasta i pielęgnowanie lokalności jako najcenniejszego zasobu dla odwiedzających Kraków, a także dla jego mieszkańców”.

– Celem polityki Kraków Culture jest dostrzeżenie, jak fascynujący ekosystem kultury wypracowaliśmy w ciągu dwóch dekad od zaszczytnego tytułu Europejskiego Miasta Kultury 2000. Od tamtej pory powstały rozliczne plany długookresowe, innowacje, agencje rozwijające poszczególne sektory kultury, wzrasta rola sektora kreatywnego, a także współdziałanie wielu podmiotów w celu tworzenia określonego wizerunku i reputacji Krakowa – tłumaczy powody powstania polityki Kraków Culture Robert Piaskowski, pełnomocnik prezydenta Krakowa ds. kultury.

– Pamiętam jedno z letnich popołudni 2019 r., jeszcze przed pandemią. W Krakowie występowali jednocześnie Terence Blanchard na letnim festiwalu jazzowym, w TAURON Arenie Kraków śpiewała Diana Krall, a w ICE Kraków Philippe Jaroussky. Na krakowskim rynku tłumy turystów



nie mogły wiedzieć o tych wydarzeniach, ponieważ na plakatach w centrum miasta dominowały treści pokazujące tanią i mało wyrafinowaną rozrywkę. Miasto takie jak Kraków musi dojrzałe i ze świadomością tego, czym jest jakoś opowiadać siebie i swoje największe atuty, skarby swoich muzeów, bogactwo sztuki i rzemiosła, design, modę, lokalne targowiska i wysokojakościową gastronomię, musi opowiadać skarby swojego dziedzictwa i zapraszać wszystkich reprezentantów świata kultury i sektora turystyki do odkrywania niewykorzystanego dotąd dostatecznie potencjału – dodaje Piaskowski.

Nowoczesne narzędzia

W polityce Kraków Culture nacisk kładzie się przede wszystkim na tworzenie nowoczesnych narzędzi integrujących sektory, w tym powstanie wspólnego portalu dla muzeów Krakowa, wspólnego sklepu dla kultury, współpracy wszystkich festiwali finansowanych przez Gminę Miejską Kraków w zakresie współtworzenia energii miasta festiwalowego, ale też miasta zrównoważonego, współdziałanie na rzecz budowania atmosfery i pielęgnowania tożsamości miasta.

– W polityce Kraków Culture niezwykle ważną rolę pełnią nowe technologie. Idziemy z duchem czasu i działamy zgodnie z oczekiwaniami odbiorców. Sami przecież przeszliśmy technologiczną rewolucję i w nowy sposób konsumujemy treści. W tym także te kulturalne. Dlatego też wdrażanie cyfrowych rozwiązań w obszarze informacji turystycznej, spójny przekaz w komunikacji marketingowej zarówno fizycznie w mieście, jak i w kanałach typu *digital* oraz świadome przekazywanie informacji o przygotowanej ofercie między lokalnymi usługodawcami oraz mieszkańcami jest dla nas obecnie priorytetem. Sprzedaż usług kulturalnych i oferty czasu wolnego musi więc wiązać z się z nowymi kanałami dystrybucji treści – stąd platforma VOD PLAY KRAKÓW, nowe strony internetowe, cyfrowe wydania magazynu. Naszym celem jest wspieranie całego sektora kreatywnego i włączanie go w przebudowę rynku turystycznego w taki sposób, by turystyka kulturowa po pandemii odzyskała swoją istotną rolę w życiu gospodarczo-społecznym Krakowa – mówi Izabela Błaszczuk, dyrektor KBF – instytucji, która została wybrana przez miasto do koordynowania najważniejszych elementów polityki Kraków Culture.

Sezony

Założeniem projektu jest porządkowanie różnorodności oferty kultury według klucza jakości i dostępności, także dla osób nie mówiących po polsku. Temu celowi służy stworzenie reprezentatywnej listy kluczowych krakowskich wydarzeń programowanych i komunikowanych z wyprzedzeniem i prezentowanie ich jako сезоны культуры: wiosna, lato, jesień, zima. Wyboru wydarzeń dla każdego z czterech sezonów dokona interdyscyplinarny zespół specjalistów ds. kultury, turystyki i promocji oraz ekspertów zewnętrznych. W przyszłości sezonom towarzyszyć będą działania promocyjne i komunikacyjne w przestrzeni miejskiej podkreślające wydarzenia, z których miasto jest najbardziej dumne i które mogą przyciągać odbiorców poszukujących w coraz większym stopniu oferty dopasowanej do ich zainteresowań.

Kraków nie posiadał dotąd platformy komunikacyjnej dla kultury. Poza profilami instytucji i wydarzeń oraz portalem „Karnetu” brakowało miejsca skupiającego najważniejsze opowieści i dziedziny kultury, a także narzędzi do uprawiania dyplomacji kulturowej miasta. Dlatego



tworzymy Kraków Culture jako zestaw takich narzędzi – budujących wizerunek miasta na rynku lokalnym i międzynarodowym, rozwijających potencjał kultury, wspierających wspólne dążenia do osiągnięcia statusu miasta wysokiej jakości i świadomego swoich przewag.

Dwujęzyczny portal internetowy

Kraków Culture to także nazwa dwujęzycznego portalu prezentującego najważniejsze sektory i zjawiska kultury. Pod adresem krakowculture.pl znajdziemy wybrane i rekomendowane treści opracowane dla touroperatorów, polskich i międzynarodowych mediów, przedstawicieli świata kultury i turystyki. Wybór ten – swoista wizytówka naszego miasta – ma pokazywać bogactwo istniejącego ekosystemu kultury, przemysłów kreatywnych i czasu wolnego, a zarazem stanowić pomoc w konstruowaniu oferty turystycznej pod kątem odbiorców o konkretnych preferencjach. Opublikowane tu publicystyczne treści – przygotowane przez cenionych autorów i zarazem ekspertów w swoich dziedzinach – składają się na pełen obraz źródeł i wartości krakowskiej kultury w podziale na 16 kategorii tematycznych, takich jak dziedzictwo kulturowe, moda i design, jazz, muzyka klasyczna i popularna, gastronomia, festiwale, muzea czy film.

Kwartalnik

Równocześnie na rynku wydawniczym pojawia się nowy bezpłatny tytuł: kwartalnik „Kraków Culture”. Pismo będzie dwujęzycznym przewodnikiem po najważniejszych zjawiskach kultury, redagowanym przez zespół wydawniczy KBF we współpracy z lokalnymi twórcami, dziennikarzami, organizatorami. Znajdziemy w nim aktualności z życia kulturalnego miasta oraz wiele innych powiązanych tematycznie treści, a wszystko to w nietuzinkowej szacie graficznej stworzonej przez cenionego grafika Kubę Sowińskiego. Z kolei wydawany do stycznia 2021 miesięcznik „Karnet” rozwija się w kierunku nowoczesnego i stale poszerzającego swoją dostępność narzędzia internetowego. Na stronie karnet.krakowculture.pl publikujemy pełną ofertę krakowskiej kultury z uwzględnieniem lokalizacji, charakteru czy dziedziny wydarzeń. Karnet rozwija także swoją działalność informacyjną w kierunku integracji z ofertą gmin aglomeracji krakowskiej.

Pałac Potockich

Kraków Culture ma również swój... dom! Dzięki decyzjom Prezydenta Krakowa Pałac Potockich, wieloletnia siedziba Goethe-Institut na rogu ul. Brackiej i Rynku Głównego pełni dziś funkcję kłostu kultury. Mieści się tutaj siedziba Bunkra Sztuki, księgarnia MOCAR-u, zespół Krakowa Miasta Literatury UNESCO, którym zarządza KBF, a wkrótce w tym miejscu w pełni wybrzmi program Kraków Culture: Summer. W pięknych wnętrzach i na dziedzińcu Pałacu zapraszać będą na swoje wydarzenia organizatorzy miejskich festiwali, organizacje pozarządowe i instytucje miejskie. Będzie to także miejsce ważnych rozmów o kulturze, dziedzictwie i turystyce, miejsce spotkań artystów, organizatorów, mieszkańców, a także branży turystycznej.

– Podejmując się opieki nad tym miejscem i przeznaczając je na współpracę sektora kultury miasto chce w wyraźny sposób podkreślić swoją troskę nie tylko o tworzenie wysokojakościowej oferty kulturalnej dopasowanej do rozmaitych potrzeb mieszkańców i odbiorców niepolskojęzycznych, ale także pokazać, jak ważne jest dziedzictwo kulturowe naszego miasta. Rewitalizacja poprzez kulturę to także ważny kierunek koniecznej zmiany w postrzeganiu



**Magiczny
Kraków**

najbardziej bezcennej przestrzeni naszego miasta, jakim jest krakowski Rynek i przyległe ulice – regeneracja tej przestrzeni poprzez osadzanie w niej istotnych funkcji budujących jakość naszego miasta jest więcej niż pilna – mówi Katarzyna Olesiak, dyrektor Wydziału Kultury i Dziedzictwa Narodowego.

Zapraszamy do zapoznania się z portalem krakowculture.pl, nową odsłoną karnet.krakowculture.pl oraz bezpłatnym kwartalnikiem Kraków Culture, który jest już dostępny w blisko 200 miejscach w Krakowie, w tym także w wybranych punktach w oficjalnej sieci informacji miejskiej i turystycznej InfoKraków.