

Protokół nr 17/2019

**z posiedzenia Komisji Promocji i Turystyki
Rady Miasta Krakowa odbytego w dniu 21 listopada 2019 roku
w sali im. J. Dietla Urzędu Miasta Krakowa**

W posiedzeniu, któremu przewodniczył **Tomasz Daros** – Przewodniczący Komisji Promocji i Turystyki Rady Miasta Krakowa udział wzięli członkowie Komisji wg listy obecności stanowiącej załącznik nr 1 do niniejszego protokołu,

Przewodniczący Komisji po stwierdzeniu quorum pozwalającego na podejmowanie prawomocnych decyzji o godzinie 16.00 otworzył posiedzenie Komisji.

Porządek obrad:

1. Otwarcie posiedzenia.
2. Zaopiniowanie projektu uchwały w sprawie - **Ustalenie kierunków działania dla Prezydenta Miasta Krakowa w zakresie podjęcia wszelkich możliwych, koniecznych i prawnie dopuszczalnych działań w zakresie weryfikacji i oceny imprez oraz wydarzeń organizowanych na głównych placach Miasta Krakowa w celu systematycznego polepszania ich jakości –druk nr 854.**

Referuje – Radny Miasta Krakowa Tomasz Daros.

3. Badania wizerunkowe miasta (w kontekście realizowanego programu strategicznego promocji Miasta Krakowa). - napisane w strategii promocji - **Informacja Wydziału Komunikacji Społecznej.**
4. Sprawy bieżące.
5. Oświadczenia i komunikaty.
6. Zamknięcie posiedzenia.

Ad.2.

Zaopiniowanie projektu uchwały w sprawie - **Ustalenie kierunków działania dla Prezydenta Miasta Krakowa w zakresie podjęcia wszelkich możliwych, koniecznych i prawnie dopuszczalnych działań w zakresie weryfikacji i oceny imprez oraz wydarzeń organizowanych na głównych placach Miasta Krakowa w celu systematycznego polepszania ich jakości –druk nr 854.**

Komisja po dyskusji zaopiniowała pozytywnie projekt uchwały w sprawie - Ustalenie kierunków działania dla Prezydenta Miasta Krakowa w zakresie podjęcia wszelkich możliwych, koniecznych i prawnie dopuszczalnych działań w zakresie weryfikacji i oceny imprez oraz wydarzeń organizowanych na głównych placach Miasta Krakowa w celu systematycznego

polepszenia ich jakości –druk nr 854.

Wyniki głosowania: 6 głosów za, 0 przeciw, 0 wstrzymujących się.

Ad.3.

Badania wizerunkowe miasta (w kontekście realizowanego programu strategicznego promocji Miasta Krakowa). - napisane w strategii promocji - **Informacja Wydziału Komunikacji Społecznej.**

Program Strategii Promocji Krakowa 2016-2022 powstał trzy lata temu.

O jego ewaluacji rozmawiali radni podczas posiedzenia Komisji Promocji i Turystyki.

Ewaluację marki i promocji Krakowa przeprowadza Europejski Instytut Marketingu Miejsc BEST PLACE. Strategiczny program promocji miasta tworzony był w 2016 r. z zamiarem: podniesienia satysfakcji mieszkańców; zwiększenia atrakcyjności turystycznej miasta; lepszego zaangażowania lokalnej społeczności i zbudowania kapitału społecznego niezbędnego w każdej nowoczesnej metropolii oraz skoordynowania działań komunikacyjnych różnych instytucji miejskich. Podczas ewaluacji zadane zostało pytanie, czy promocja Krakowa przynosi zamierzone efekty. - Badanie przeprowadzone zostało wśród czterech grup docelowych: mieszkańców, turystów, przedsiębiorców i studentów. Przeprowadzone analizy wskazują na to, że najwyższy poziom realizacji kluczowych wskaźników promocji Krakowa osiągnięto w stosunku do: zgodności wizerunku z tożsamością marki, przywiązania do miasta, rekomendacji Krakowa oraz poprawy jakości dialogu miasta z grupami docelowymi – mówił Jarosław Górski z Europejskiego Instytutu Marketingu Miejsc BEST PLACE. Porównując wyzwania, jakie stały przed Krakowem w 2016 r. i zostały zapisane w strategii – z tym co osiągnięto przez 3 lata nasuwa się wniosek o konieczności wykreowania drugiego filaru wizerunkowego dla Krakowa (godzenie tradycji i nowoczesności) oraz znacznie mocniejszego akcentowania tematyki gospodarczej w polityce promocyjnej miasta.

Radny Łukasz Sęk pytał o ujednoczenie wizerunku i działań promocyjnych jednostek podlegających miastu w Internecie. – Strony każdej szkoły czy rady dzielnicy wyglądają inaczej, nie są ujednoczone. Można by się było zastanowić nad stworzeniem kilku szablonów, które byłyby dostępne dla miejskich jednostek, a porządkowałyby wygląd tych stron – mówił Łukasz Sęk. – To ideał, do którego chcemy dążyć. Odświeżamy i unowocześniamy stronę Magicznego Krakowa. Chcemy też zachęcić jednostki podległe miastu, by projekty ich stron internetowych szły w tym samym kierunku – mówiła Monika Chylaszek, dyrektor Wydział Komunikacji Społecznej.

Ad.4.

Sprawy bieżące – brak.

Ad.5.

Oświadczenia, komunikaty.

Nie zgłoszono oświadczeń i komunikatów.

Ad.6.

Zamknięcie posiedzenia.

Wobec zrealizowania porządku, Przewodniczący Komisji o godzinie 18.30 zamknął posiedzenie.

**Prowadzący posiedzenie
Przewodniczący Komisji Promocji
i Turystyki Rady Miasta Krakowa**

Tomasz Daros

*Protokołował:
Paweł Droźniak*