

POZnań*

* Miasto know-how

Idea marki Poznań wyrasta na przekonaniu, że miasto jest tym, czym są funkcjonujące w nim przedsiębiorstwa oraz ludzie, którzy tworzą silny kapitał społeczny. Najlepsze poznańskie marki funkcjonujące na terenie Metropolii Poznań tworzą potencjał miasta, jego charakter i tożsamość, a sama metropolia, dzięki systematycznemu budowaniu wizerunku, rozpoznawalna jest dziś nie tylko w kraju, ale i za granicą.

Kontekst rynkowy

Poznań uznany został za lidera w rankingu jednostek samorządu terytorialnego przeprowadzonym wśród osób kierujących wydziałami promocji miast i gmin. W opinii specjalistów marketingu miejsc, Poznań wyróżnia się na tle innych miast pod kątem realizacji działań promocyjnych. Przed turniejem UEFA EURO 2012™ rozpoznawalność marki Poznań i jej widoczność, dzięki licznym działaniom promocyjnym, była, obok Warszawy, znacznie wyższa niż pozostałych miast-gospodarzy turnieju.

Ważna, ze względu na strategiczne położenia miasta na mapie Polski, jest realizacja programu Metropolia Poznań, będącego elementem stworzonej trzy lata temu *Strategii Rozwoju Miasta do 2030 roku*. Dokument ten powstał jako efekt zaangażowania i wymiany poglądów wielu przedstawicieli różnych środowisk miejskich. Określa perspektywy rozwoju Poznania w warunkach wyzwań stawianych współcześnie polskim i europejskim miastom. Metropolia Poznań dąży do osiągnięcia ważnej pozycji w sieci miast metropolitalnych, m.in. poprzez połączenie Poznania z polską i europejską siecią transportową oraz komunikacyjną, a także rozwój infrastruktury targowej i lotniczej.

Oferta

Poznań nie tylko oferuje wiele ciekawych możliwości spędzenia czasu wolnego, lecz również jest uznaną marką w środowisku biznesu i inwestycji. Niskie bezrobocie (niecałe 4%) i wykwalifikowane kadry są mocnymi argumentami przyciągającymi światowe koncerny. Poznaniaków charakteryzuje przedsiębiorczość, co sprawia, że miasto może pochwalić się jednym z wyższych w kraju współczynników nowotworzonych firm. W Poznaniu wykreowano szereg marek będących potentatami na polskim rynku. Poznańska platforma handlowa Allegro jest powszechnie stosowana, na całym świecie spotkać można autobusy Solaris, zaś niemal całość polskiej biżuterii sprzedawana jest przez firmy z Poznania – Kruk, Apart czy Yes.

Dumą miasta są też Międzynarodowe Targi Poznańskie – największy, najstarszy i jeden z najnowocześniejszych krajowych kompleksów wystawienniczych, który nieustannie powiększa swoją ofertę. W poznańskim centrum kongresowym, na powierzchni 13000m², znajduje się wiele sal konferencyjnych, w tym najnowocześniejsza w Polsce Sala Ziemi – przygotowana, by gościć nawet 2000 osób. Uroczyste otwarcie obiektu w grudniu 2012 roku uświetnił koncert piosenkarki Macy Grey.

Bez wątpienia katalizatorem inwestycji i wprowadzenia wielu innowacyjnych rozwiązań było UEFA EURO 2012™. Zmiana stylu zarządzania oraz wprowadzenie projektowego systemu realizacji celów przyczyniły się do zmian, które już teraz są widoczne w przestrzeni miejskiej. Mistrzostwa były impulsem do m.in. modernizacji dworca kolejowego, który wraz z dworcem autobusowym zostanie połączony w Zintegrowane Centrum Komunikacyjne Poznania oraz wybudowania nowego

TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

Rogale Świętomarcińskie to smakołyk, którym Poznaniacy zjadają się 11 listopada, w dzień imienin św. Marcina, patrona jednej z głównych ulic miasta. Tradycja ich wypieku sięga 1891 roku, a co roku zjadanych jest tego dnia 600 ton rogalik.

Międzynarodowy Festiwal Rzeźby Lodowej odbywający się na poznańskim Starym Rynku od 2006 roku jest największą tego typu imprezą w Europie.

Poznańska Strefa Kibica zgromadziła największą w Polsce, obok Warszawy, liczbę fanów, funkcjonowała przez 260 godzin w ciągu 24 dni. Rekord frekwencji został pobity w dniu meczu Polski z Rosją – ponad 60 tysięcy osób.





terminalu na lotnisku Poznań – Ławica, mogącego obsłużyć ponad 3000 pasażerów w ciągu godziny.

Stadion Miejski był pierwszym z polskich stadionów gotowych na UEFA EURO 2012™. To obiekt klasy *elite*, mogący pomieścić blisko 44 tysiące kibiców, a także arena wydarzeń kulturalnych i sportowych, jak np. koncert Sting'a, czy Red Bull X Fighters. Jest to również miejsce o znaczeniu historycznym – podczas prac modernizacyjnych, przy przebudowie jednej z trybun, odkopano pruski bunkier z XIX wieku i odsłonięto korpus historycznej fortyfikacji miasta.

Kolejnym elementem poznańskiej oferty, nowoczesnej, ale jednocześnie nawiązującej do historii, jest zrekonstruowana drukarnia mieszcząca się w centrum miasta, Concordia Design. Odbywające się tutaj warsztaty kreatywne przyciągają rzesze osobistości ze świata designu. Concordia Design to wizytówka Poznania, zaprojektowana zgodnie z najnowszymi trendami światowego wzornictwa.

Poznań dysponuje szeroką ofertą edukacyjną. W mieście zlokalizowanych jest 28 uczelni, oferujących blisko 200 kierunków studiów. Przy rezerwacie Meteorcy Morasko mieści się kampus Uniwersytetu Adama Mickiewicza, oferujący szeroki zakres kierunków humanistycznych, przyrodniczych oraz ścisłych. Wizytówką Poznania jest również Kampus Politechniki Poznańskiej, gdzie powstają najnowocześniejsze centra naukowe, m.in. Centrum Biomechaniki i Nanoinżynierii.

Osiągnięcia

Rok 2012 to pasmo wielu poznańskich sukcesów. Miasto docenione zostało za dobrą organizację turnieju zarówno przez UEFA, jak i zagranicznych kibiców. UEFA EURO 2012™ przyciągnęło do Poznania setki tysięcy zagranicznych kibiców (dwukrotnie więcej niż pierwotnie zakładano), a towarzysząca turniejowi atmosfera wpłynęła bardzo pozytywnie na wizerunek miasta poza granicami kraju. Wpływ na te opinie miały przede wszystkim zrealizowane przed turniejem inwestycje m.in. w minionym roku otwarto wiele istotnych inwestycji infrastrukturalnych, które w znaczący sposób ułatwiły komunikację Poznania z Europą, oraz działania o charakterze wizerunkowym i promocyjnym. Wszystkie te elementy przełożyły się na sukces związany z organizacją UEFA EURO 2012™. Według badań przeprowadzonych przez spółkę PL.2012, miasto Poznań otrzymało od zagranicznych kibiców najwyższe oceny za atmosferę, organizację turnieju, transport miejski i wsparcie wolontariuszy. W efekcie aż 100% gości z Irlandii, Chorwacji i Włoch deklaruowało chęć powrotu do Poznania w przyszłości. Ponadto 96,3% mieszkańców Wielkopolski pozytywnie oceniło organizację turnieju w Poznaniu.

Promocja Marki

Poznań wyróżnia się konsekwencją w podejmowaniu działań mających na celu promocję swojej marki, a wprowadzony System Koordynacji Promocji umożliwia kompleksową kontrolę działalności promocyjnej wszystkich jednostek miejskich.

Poznań był pierwszym miastem w Polsce, które podjęło działania promocyjne na długo przed UEFA EURO 2012™. Spoty *Come & Join* emitowane w zagranicznych stacjach

telewizyjnych, prasie oraz internecie stały się dla zagranicznych odbiorców ciekawą wizytówką Poznania. Towarzyszył im zachęcający do stworzenia krótkiego filmu konkurs *Come & Join*, w którym do wygrania był bilet na jeden z meczów rozgrywanych w Poznaniu na Stadionie Miejskim.

Działania promocyjne przed UEFA EURO 2012™ zostały docenione nie tylko w Polsce, ale również poza granicami kraju. Film *Congrats! Come & Enjoy* – promujący Miasto Poznań w kontekście turnieju – zajął trzecie miejsce w kategorii „Spoty TV” na prestiżowym festiwalu Golden Citygate w Berlinie.

Gdy piłkarskie emocje opadły, miasto, nie pozwalając o sobie zapomnieć, przeprowadziło dodatkową akcję wizerunkową. Po zakończeniu turnieju w czterech europejskich metropoliach – Berlinie, Dublinie, Rzymie i Zagrzebiu – zorganizowano wystawy fotografii prezentujące atmosferę w Poznaniu w czasie trwania mistrzostw. Dodatkowo na nośnikach reklamowych w Dublinie i w Zagrzebiu umieszczono podziękowania dla fanów reprezentacji Irlandii i Chorwacji.

www.poznan.pl



HISTORIA MARKI

2007: Poznań zostaje Miastem-Gospodarzem UEFA EURO 2012™; rozpoczynają się pięcioletnie przygotowania.

2010: Otwarcie Stadionu Miejskiego.

2011: One Year To Go – impreza plenerowa zorganizowana nad Jeziorem Malta dla mieszkańców Poznania. W grudniu Final Draw – transmisja na Placu Wolności z losowania grup finałowych w Kijowie.

2012: 8 czerwca – transmisja pierwszego meczu turnieju UEFA EURO 2012™ w poznańskiej Strefie Kibica obejrzana przez komplet kibiców.

2012: 10 czerwca – pierwszy mecz rozegrany w Poznaniu.

2012: 14 czerwca – drugi mecz rozegrany na Stadionie Miejskim.

2012: 18 czerwca – ostatni mecz na poznańskim Stadionie.