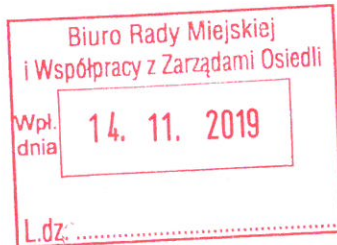


Imię i Nazwisko Radnego Rady Miejskiej w Przemyślu

Paweł Zastrowski

Klub - Koalicja Obywatelska



Sz. Pan **Wojciech Bakun**
Prezydent Miasta Przemyśla

za pośrednictwem

Przewodniczącego Rady Miejskiej w Przemyślu

1. TREŚĆ INTERPELACJI / ZAPYTANIA

(przedstawienie stanu faktycznego):

Szanowny Panie Prezydencie, zwracam się do Pana z prośbą o przedstawienie informacji na temat działań podejmowanych przez Wydział Promocji i Kultury Urzędu Miejskiego na rzecz turystycznej promocji naszego miasta ze szczególnym uwzględnieniem walorów kulturowych, cyklicznych wydarzeń kulturalnych oraz imprez miejskich.

W jaki sposób promujemy Przemyśl:

- za granicą, w naszych miastach partnerskich;
- na Podkarpaciu oraz w innych regionach kraju;
- na różnego rodzaju targach turystycznych (*w kraju i za granicą*);
- wykorzystując dostępne narzędzia internetowe oraz media społecznościowe;

W mojej ocenie, szeroko rozumiana promocja Przemyśla, wspomnianych walorów kulturowych, wydarzeń kulturalnych oraz imprez miejskich jest na niskim, absolutnie niewystarczającym poziomie. Nie wykorzystujemy potencjału miasta, jego historii, wydarzeń które odbywają się w ciągu całego roku w instytucjach kultury oraz na ulicach naszego miasta.

Chciałbym się dowiedzieć w jaki sposób promowane są takie wydarzenia jak „Salezjańskie Lato”, „Święto Fajki” czy „Bike Town Przemyśl” ... i nie chodzi tu o promocję wśród bezpośrednio zainteresowanych; osób związanych z kulturą palenia i wyrabiania fajki czy tych, którzy intensywnie uprawiają sporty rowerowe, ale wśród tych, którzy szukają na wakacjach atrakcyjnych wydarzeń w różnych zakątkach naszego kraju!

Jak to się stało, że od jakiegoś czasu nie odbywa się w Przemyślu podkarpacka inauguracja sezonu turystycznego, która również dawała doskonałe możliwości promocyjne?

Czy do promocji naszego miasta wykorzystujemy fakt, że Przemyśl jest miastem o największej liczbie zabytków w stosunku do swojego obszaru i jednym z najstarszych i najbardziej urokliwych miast Polskich?

Czy wykorzystywany jest fakt, że na terenie miasta leży duża część jednej z najpotężniejszych twierdz nowożytnej Europy; na stronie *visit.przemysl.pl* znalazłem jedynie krótką wzmiankę opatrzoną zaledwie trzynastoma zdjęciami, co nie przynosi chwały ani jej twórcom ani redaktorom?

Czy wreszcie, najbardziej widoczną formą promocji naszego miasta mają nadal być, odziedziczone po poprzednikach, bilbordy reklamujące nasze miasto ... w naszym mieście?

Zwracam się z prośbą o rozważenie czy nie należałoby gruntownie przebudować ww. stronę internetową (*visit.przemysl.pl*) pod względem funkcjonalności oraz treści, w tym, o rozszerzenie jej o inne niż polski i angielski, wersje językowe (*np. j. niemiecki, j. ukraiński i j. japoński*)?

Powinna ona stać się najważniejszym źródłem wiedzy o mieście dla każdego turysty, obecnie najnowsze materiały na tej stronie, w zakładce „o mieście” pochodzą z 2013 roku, w zakładce „multimedia/wideo” promowany jest „Bike Town Przemyśl 2014”, w zakładce „multimedia/galeria” nowością poraża informacja o „wielkim widowisku multimedialnym” (*skądinąd niezwykle udanym*) „Zdarzyło się sto lat temu czyli opowieść o miłości, wojnie, tęsknocie i nadziei” z 2014 roku, a prawie żadna informacja z dowolnej zakładki nie jest opatrzona datą. W zakładce „Polecamy w Przemyślu” wynika, że w naszym mieście nie ma nic godnego do polecenia. Aktualne są zakładki informujące o koncertach i imprezach, wystawach i wernisażach, spotkaniach i wykładach, spektaklach ... jednak formuła prezentacji tych informacji jest wybitnie mało interesująca i nie przyciągająca wzroku, znalazło się tam również miejsce na repertuar kin, jednak redaktorzy nie zauważyli że oprócz DKFu jest jeszcze w Przemyślu Kino CK i Helios ...

Po przebudowie należałoby uruchomić jej pozycjonowanie i ściśle połączyć ją z mediami społecznościowymi (*Facebook, YouTube, Instagram, Flickr*) poprzez utworzenie kierunkowych fanpage'y:

1. *wydarzenia kulturalne w instytucjach kultury;*
2. *imprezy miejskie;*
3. *historia i zabytki ze szczególnym uwzględnieniem Twierdzy Przemyśl;*

których zadaniem byłaby m.in. bieżąca promocja walorów naszego miasta wśród tysięcy internautów z całej Europy.

Promocja ta powinna odbywać się w sposób ciągły, nowoczesny i dynamiczny poprzez wykorzystanie specjalnie realizowanych w tym celu filmów reklamowych i promocyjnych, materiałów dźwiękowych i fotograficznych, a także poprzez wykorzystanie relacji „na żywo” w czasie trwania wszelkiego rodzaju wydarzeń i imprez.

Mimo koniecznego wydatkowania funduszy jakie należałoby przeznaczyć na ten cel, umiejętne wykorzystywanie dostępnych narzędzi internetowych oraz prowadzenie bieżących i nieustannych działań w sieci, byłoby najtańszym, najbardziej wydajnym, efektywnym i efektownym sposobem promocji.

Jeśli Wydział Promocji i Kultury nie jest w stanie realizować dużej części zadań związanych z promocją miasta, a takie są moje spostrzeżenia, może warto zastanowić się nad przekazaniem

niektórych z nich (wraz z przekazaniem funduszy na ich realizację) do Przemyskiego Centrum Kultury i Nauki ZAMEK, które swoje zadania realizuje w sposób nienaganny.

Otrzymuje:

1. Adresat
2. Kancelaria Rady Miejskiej i Współpracy z ZO.
3. A.a.



Paweł Łobnowski