

Jak Polska pobudza wyobraźnię – relacja z Międzynarodowych Targów Turystycznych ITB 2011 w Berlinie

Tegoroczne targi ITB stały się dla Polski wielką szansą na zaprezentowanie się w zupełnie nowej odsłonie. Atrakcje turystyczne w technice 3D, multimedialno-taneczny pokaz z udziałem tancerzy programu „You Can Dance”, biała kostka do gry oraz pięć intrygujących stworków inspirowanych modą na „vinyl toys” to główne elementy zainicjowanej w Berlinie kampanii promocyjnej Polski pod hasłem *Move Your Imagination*.

Marta Jankowska,
Best Place - Europejski Instytut Marketingu Miejsc



„Porusz swoją wyobraźnię” – to dosłowne tłumaczenie hasła nowej kampanii promocyjnej Polski

Foto: Marta Jankowska

Berlińskie targi są największą imprezą turystyczną na świecie. Co roku w marcu do stolicy Niemiec zjeżdża około 180 tys. ludzi w celu odwiedzenia ogromnego kompleksu hal Messe Berlin, w których to w tym roku swoją ofertę prezentowało aż 11 163 wystawców ze 188 krajów. Polska w 40. rocznicę współpracy z ITB otrzymała wielką szansę na promocję – tytuł Oficjalnego Kraju Partnerskiego tegorocznych targów, co wiązało się z wieloma przywilejami. Jednym w nich było przygotowanie uroczystej Gali Otwarcia Targów, w trakcie której oczy 4 tys. ważnych osobistości ze świata polityki, biznesu, turystyki i mediów były zwrócone na ofertę naszego

kraju. W Komitecie Honorowym Polskiego Partnerstwa na ITB Berlin 2011 zasiedli m.in. Jerzy Buzek – Przewodniczący Parlamentu Europejskiego, Władysław Bartoszewski - Pełnomocnik Prezesa Rady Ministrów ds. Dialogu Międzynarodowego oraz Lech Wałęsa – Prezydent Rzeczypospolitej Polskiej, będący jednocześnie gościem honorowym gali.

Część artystyczną imprezy na zlecenie Polskiej Organizacji Turystycznej (POT) przygotowało studio Platige Image pod kierownictwem Tomasza Bagińskiego (nominowanego do Oscara za film animowany „Katedra”). W interaktywnym przedstawieniu, które było punktem kulminacyjnym uroczystości, zaprezentowano w technice 3D atrakcje turystyczne Polski, w tym przyrodę i kulturę (zwiastun filmowy – z ang. trailer – promujący kulturę : <http://www.youtube.com/watch?v=dceQFgavWgU&feature=related>). W taki sam sposób

ukazano też miasta będące gospodarzami przyszłorocznych Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej. Ważnym elementem tego interaktywnego spektaklu była biała kostka z napisem POLSKA, którą wcześniej otrzymał każdy z uczestników ceremonii. Miała ona symbolizować otwartość i dostępność naszego kraju, a w zabawie z publicznością odgrywać rolę przewodnika, pomagającego odkrywać różne interesujące oblicza Polski (skrótowa relacja z gali: <http://www.youtube.com/watch?v=nEVpUjVIXR8&feature=related>). Ten niezwykle efektowny trójwymiarowy spektakl zwińczył pokaz grupy tanecznej VOLT z tancerzami popularnego programu telewizyjnego „You Can Dance”, do którego choreografię przygotował Agustin Egurrola.



Plakat promujący Polskę na tegorocznych targach ITB w Berlinie

Polskie Toys Story...

Nowatorskim elementem w polskiej prezentacji było pojawienie się barwnych stworków stylizowanych na winylowe zabawki (ang. vinyl toys), które zostały stworzone specjalnie na użytek nowej kampanii i odegrały w niej główną rolę. Określane ze względu na swój niezwykle wygląd jako „kosmiczne”, już na kilka dni przed rozpoczęciem targów „zaatakowały” Berlin. Ich kilkumetrowe wersje zostały ustawione w atrakcyjnych punktach miasta, wzbudzając zainteresowanie przechodniów m. in. na prestiżowej ulicy Kurfuerstendamm. Każda z pięciu figur symbolizowała jedną z liter składających się na słowo „Polen” (szczegółowy opis w tabeli) i była zaopatrzona w piłkę nożną, co miało nawiązywać do EURO 2012, które odbędzie się w Polsce i na Ukrainie.

Źródło: www.itb2011.pl

I choć zgodnie z założeniami POT-u szczególnie nacisk w trakcie tegorocznych targów miał być położony na prezentację miast - gospodarzy turnieju finałowego UEFA EURO 2012™, to ich oferta dla kibiców nie była wcale imponująca. Szczególnie blado na tym tle wypadła Warszawa promująca się głównie jako miasto Fryderyka Chopina. Mimo to minister sportu i turystyki Adam Giersz był entuzjastycznie nastawiony do polskich działań na ITB. W wypowiedzi dla Polskiej Agencji Prasowej (PAP) stwierdził - *To ogromna szansa na promocję Polski i na pewno z niej skorzystamy. Celem naszej kampanii jest przedstawienie Polski jako kraju intrygującego i oryginalnego, mającego unikatowe w skali Europy walory turystyczne, a także kraju, który jest młody duchem, stawia na kreatywność i odważnie stosuje nowoczesne rozwiązania.*

Charakterystyka pięciu stworów uosabiających kolejne litery nazwy POLEN



P - jest mózgiem całej grupy. Inteligentny, o bardzo wszechstronnych zainteresowaniach. Ma głowę bardzo otwartą - dosłownie. Dużo rozmyśla. Dlatego non-stop musi wietrzyć mózg. Długie ręce służą mu do podpierania ciężkiej i przegrzanej głowy. Pod płaszczem intelektualisty skrywa się jednak imprezowa dusza. Pokochał Polskę, gdy odkrył, że może się tu wyszaleć do woli. Ewidentnie chciałby zostać tu na dłużej. Łatwo adaptuje się do nowego otoczenia. Jego korpus nasycony jest wzorami z tradycyjnych polskich wycinanek.



O - kocha podróże. One go napędzają. Im dłuższa i bardziej ekscytująca podróż tym dłuższy jest jego język. Pomaga mu nie tylko szybciej oddychać, ale służy często jako wspornik i trzecia ręka, w nieprzewidzianych sytuacjach. Polska przyroda zrobiła na nim ogromne wrażenie. Cały czas mógłby spędzać w górach, nad jeziorami i spacerując po dzikich zakątkach. Jednak nie jest dobrze zostawiać O samego. Ciągłe się gubi i traci orientację. Próbowano temu zaradzić dając mu więcej oczu niż reszcie stworów. Nie pomogło. Dlatego też ma taki jaskrawy kolor korpusu, by można go było wypatrzyć z daleka. Jego obły kształt pozwala mu się wszędzie wcisnąć. Jest miękki i przy upadku z dużej wysokości w górach nic mu się nie dzieje - odbija się jak piłka.



L - koneser sztuki. Uwielbia zwiedzać. Szeroko rozdziawia paszczę i dokładnie rejestruje to co widzi. Potrafi mówić wieloma językami. Ale jego wygląd często odstrasza rozmówców, więc na dobrych chęciach do rozmowy się kończy. Paszcza mu się nie zamyka, gdyż zwiedzanie Polski dostarcza mu za dużo emocji i wrażeń.



E - raczej 4xE. To zestaw uzależniony od luksusowego odpoczynku. Pojawiają się tylko tam, gdzie hotele mają najwyższy standard, a plaża i barek dostarcza niezapomnianych doznań. E to wyrafinowani smakosze. Nie wyglądają na inteligentów, ale są tak skonstruowane, że na jedzeniu znają się jak nikt. Lubią gadać, ale głównie do siebie, gdyż ciężko zrozumieć co mówią. Wtedy się rozczepiają, zajmują cały stolik i prowadzą długie dysputy. Dlatego wybrali Polskę - relaksują się i dobrze jedzą.



N - niepozorny. Stworzony by szaleć. Kocha ekstremalne sporty. W Polsce nie przepuści żadnej okazji by wariować na nartach wodnych czy jeździć na snowboardzie. Nie waha się śmigać hulajnogą po autostradach, w zawrotnym tempie. N nie pyta - N działa. Dlatego jego głowa włożona jest w specjalną tytanową obudowę. Żeby się już bardziej nie dało go uszkodzić. N jest zielony, bo kiedyś uwierzył, że zawsze ma pierwszeństwo przejazdu. I tak zostało do tej pory

Źródło: <http://www.itb2011.pl/galeria-stworki.php>

...w zupełnie nowym wydaniu

Podobne wnioski zaprezentowali przedstawiciele POT na konferencji prasowej podsumowującej tegoroczne targi w Berlinie, zorganizowanej we współpracy z Ministerstwem Sportu i Turystyki. Za główny cel uznano właśnie zaintrygowanie naszym krajem oraz uwypuklenie zmian jakie w nim zaszły na przestrzeni ostatnich lat. Miały temu służyć zarówno hasło promocyjne *Move Your Imagination* jak i nowoczesny projekt graficzny zrealizowany w polskim pawilonie, co w konsekwencji pozwalało pomóc w przełamywaniu stereotypów na temat Polski. Pokazano, że jest ona krajem nowoczesnym, a Polacy mają do siebie dystans i związane z nim poczucie humoru. Zderzenie osiągnięć światowego designu z tradycyjnymi polskimi motywami, w połączeniu z nowatorską animacją i najnowszymi technologiami 3D,

miało pokazać, że współczesna Polska jest nowoczesnym i jednocześnie pielęgnującym własne tradycje krajem, który odważnie sięga po niestandardowe rozwiązania marketingowe i artystyczne.



Rafał Szmytke (prezes POT) ze złotą statuetką dla Polski za kampanię *Move Your Imagination* na berlińskich targach ITB 2011

Źródło: www.pot.gov.pl

Oryginalność polskiego pomysłu na wizerunkową kampanię kraju doceniło jury prestiżowego festiwalu filmowego „The Golden City Gate”, przyznając filmowi kampanii *Move Your Imagination* promującemu Polskę, pierwsze miejsce wśród ponad 20 zgłoszonych do tego konkursu propozycji. Film składa się z 7 etiud, które ukazują nasz kraj przez pryzmat emocji jakich doświadczają odwiedzający go obcokrajowcy. Warszawa uosabia w nim młodość, Kraków – miłość, Gdańsk – wolność, Wrocław – muzykę, Poznań – kreatywność, Mazury – przyjaźń, a Łódź – pasję (zwycięski film: http://www.youtube.com/watch?v=m-zzv_vEUT4&feature=related).

Jak podaje PAP koszt działań promocyjnych związanych z polską prezentacją na ITB wyniósł 15 mln zł. Natomiast według szacunków POT-u wartość publikacji w niemieckich mediach dotyczących targów ITB 2011 i Polski, jako kraju partnerskiego, w okresie od marca 2010 do marca 2011 (mierzona cennikami reklam) wyniosła 55 mln euro. Polskie media wykazały jednak niewielkie zainteresowanie tym ważnym dla promocji naszego kraju wydarzeniem, co tym bardziej dziwi w kontekście krytyki związanej z niedostatecznymi wysiłkami promocyjnymi Polski przed zbliżającą się prezydencją naszego kraju w Radzie UE oraz piłkarskim EURO 2012.

Zainteresowanych kampanią *Move Your Imagination* zapraszamy do obejrzenia pełnej wersji jej polskiego trailera http://www.youtube.com/watch?v=DRoYTa6w4_Q oraz wywiadów z osobami za nią odpowiedzialnymi:

- **Tomaszem Bagińskim** – reżyserem ze studia Platige Image:
http://www.youtube.com/watch?v=k2e_cnayWYw&feature=related
<http://www.youtube.com/watch?v=uTlPtNVQK0w&feature=related>
- **Rafałem Szmytke** – prezesem Polskiej Organizacji Turystycznej:
<http://www.youtube.com/watch?v=A2z1jOvjIMk&feature=related>
<http://www.youtube.com/watch?v=jXnZA2xAy4g&feature=related>

Polecamy również **fortorelację z hal Messe Berlin** z obszerną prezentacją oferty polskiego pawilonu.