



INFORMACJA PRASOWA

Rusza II edycja Konsorcjum Marki Poznań

Bolechowo, 25.07.2013

Wyłonione zostały marki, które będą współpracować z Miastem.

amp;amp;

Znane są już przedsiębiorstwa, które wezmą udział w projekcie realizowanym wspólnie z Miastem. Udział w drugiej edycji Konsorcjum Marki Poznań weźmie 39 marek związanych z Poznaniem reprezentujących 11 różnych branż. Celem nadrzędnym projektu jest osiągnięcie synergii wizerunkowej między markami a Miastem.

Konsorcjum Marki Poznań powstało jako element stworzonej w 2009 roku Strategii Promocji Miasta Poznania. Jest to jedyna w Polsce platforma trwałej współpracy marketingowej pomiędzy miastem, a partnerami komercyjnymi. Należące do niego marki tworzą biznesową wizytówkę miasta, wykorzystując ścisły związek swojego know-how z poznańską tradycją skuteczności. W drugiej edycji projektu udział wezmą najważniejsze poznańskie marki. Decyzję o podjęciu z nimi współpracy podjęła specjalnie powołana Rada Ekspertów – gremium niezależnych ekspertów z zakresu marketingu, kultury, innowacji czy sportu. Kryteriami decydującymi o podjęciu współpracy z markami były m.in. ich rozpoznawalność i reputacja wśród grup docelowych na terenie Poznania i okolic. – *Unikalność i wyjątkowość projektu bazuje na wymianie korzyści wizerunkowych zarówno Miasta jak i Marek* – wyjaśnia Grzegorz Kiszluk, członek Rady Ekspertów.

W II edycji projektu znalazły się firmy takie jak Volkswagen, który w Poznaniu posiada jedną z większych fabryk w Europie, Solaris, którego autobusy można zobaczyć na całym świecie czy też Lech Poznań – jeden z bardziej rozpoznawalnych klubów piłkarskich w Polsce. – *Poprzednia edycja projektu pokazała, że Grupa Allegro i Miasto mogą wspólnie efektywnie się promować. Projekt Konsorcjum przynosi korzyści obu stronom, umacniając i markę Allegro, i markę Poznań* – mówi Krzysztof Śpiewek, manager ds. projektów specjalnych w Allegro. Przyjęte 39 marek reprezentuje 11 różnych obszarów działalności. Najliczniej reprezentowane branże to: Internet/IT, handel, moda i uroda, motoryzacja oraz zdrowie. Najbardziej pożądanymi polami współpracy wskazanymi przez marki są: innowacyjność, handel, CSR oraz edukacja – *Misją Konsorcjum Marki Poznań jest budowanie coraz bogatszej oferty dla poznaniaków, tworzenie synergii wizerunkowej między markami i Miastem oraz działanie na rzecz przyciągania i rozwijania kapitału ludzkiego Miasta* – mówi Ryszard Grobelny, Prezydent Miasta Poznania.

Wspólne działania

Wspólnie z markami, Miasto będzie realizowało szereg projektów. W najbliższym czasie odbędą się spotkania z firmami w celu ustalenia harmonogramu działań. Uzgodnione zostaną także szczegóły co do realizacji wspólnych przedsięwzięć. Firmy już w trakcie procesu aplikacyjnego wskazywały interesujące je pola współpracy. Realizowane wspólnie akcje będą miały wymiar zarówno ogólnopolski jak i lokalny. *Jesteśmy dumni z tego, że INEA, z której usług na co dzień korzysta ok. 0,5 mln mieszkańców Wielkopolski, jest marką z Poznania. Cieszymy się z udziału w projekcie Konsorcjum, gdyż jest to dla nas szansa na pokazanie naszych związków z Wielkopolską* – mówi Tomasz Zmyślony, Dyrektor Generalny INEA.

Konsorcjum Marki Poznań to nie tylko znak "Made in Poznań" ale również dwa inne, nowe projekty: "Inspired by Poznań" oraz "Poznań Pozitive". Pierwszy z nich ma promować wydarzenia kulturalne, które odbywają się w Poznaniu. Projekt ma też pomóc w stworzeniu artystom przestrzeni do spotkań i działań artystycznych. Z kolei "Poznań Pozitive" skierowany jest do młodych, zdolnych oraz zaangażowanych społecznie poznanianów.

Dodatkowe informacje:

Łukasz Goździor – Dyrektor Biura Promocji Miasta

tel. +48 61 878 5008

lukasz_gozdzior@um.poznan.pl

Szukasz zdjęć Poznania? Wejdź na www.fotoportal.poznan.pl, wybierz spośród 10000 dostępnych zdjęć i pobierz za darmo interesujące Cię fotografie.

Dodatkowe informacje

Mateusz Figaszewski

Institutional Partnerships and External Relations Director

tel.: +48 61 66 72 347

tel. kom.: +48 601 652 179

fax: +48 61 66 72 345

email: mateusz.figaszewski@solarisbus.com

Informacje o firmie

Solaris Bus & Coach sp. z o.o. to czołowy europejski producent autobusów miejskich i podmiejskich. Swoją działalność koncentruje na rozwoju pojazdów nisko- i zeroemisyjnych – elektrycznych, wodorowych i trolejbusów. Pojazdy marki, od idei, poprzez fazę projektową i wykonawczą, powstają w Polsce. Cała działalność producenta jest spójna z misją marki zawartą w hasle: „Zmieniamy oblicze transportu publicznego”. Solaris dostarczył już dziesiątki tysięcy pojazdów operatorom komunikacji miejskiej niemal w całej Europie, wspierając ich w transformacji transportu na bardziej ekologiczny i zrównoważony. Pojazdy firmy były wielokrotnie nagradzane za jakość i innowacyjność, m.in. dwukrotnie otrzymując prestiżowy tytuł „Bus of The Year” – dla autobusu elektrycznego Urbino 12 electric na rok 2017 i dla autobusu wodorowego Urbino 18 hydrogen na rok 2025. Producent jest także aktywnym uczestnikiem europejskich działań związanych ze zrównoważonym rozwojem miast, dzieląc się swoim doświadczeniem i ekspercką wiedzą związaną z transformacją transportu na bezemisyjny. Solaris należy do hiszpańskiej Grupy CAF (Construcciones y Auxiliar de Ferrocarriles) S.A.