



MICHAŁ BORUCZKOWSKI

RADNY MIASTA POZNANIA



Poznań, dnia 04.01.2017r.



Sz. P.

Jacek Jaśkowiak

Prezydent Miasta Poznania

za pośrednictwem:

Przewodniczącego

Rady Miasta Poznania

Biuro Rady Miasta Poznania

Pl. Kolegiacki 17

61-841 Poznań

INTERPELACJA NR MBO/2017/I/1

w sprawie hasła międzynarodowego „Poznań: fair city”

Panie Prezydencie,

lud Poznania domaga się zmian.

Stan faktyczny:

Obecnie Pan Prezydent wraz z radnymi miejskimi pracuje nad dokumentem „Strategia Rozwoju Miasta Poznania 2020+”.

W tym kontekście, chcę zwrócić uwagę, że dotychczasowe hasło „Poznań Miasto Know How” jest hasłem słabym, obco (dalekowschodnio: „nou - hau”) brzmiącym dla polskiego odbiorcy, i w zasadzie dziwnym.

Kolejne hasła proponowane już przez obecnego Pana Prezydenta „Poznań Miasto Otwarte” czy „Wolne Miasto Poznań”, budzą skojarzenia liberalno-lewicowe (otwartość światopoglądowa na nowe doznania), a nawet separatystyczne („wolne” względem władzy centralnej), co prowadzi do podziału społeczeństwa i wywoływania konfliktów, między poszczególnymi członkami poznańskiej społeczności, o różnych światopoglądach. A nie to powinno być celem osób sprawujących władzę w Poznaniu. Hasło, i wyrażona nim wizja, powinny jednoczyć, a nie dzielić.

Ponadto, aktualnie wśród tendencji światowych, obserwuje się w części miast, skracanie tzw. wizji miasta do samego hasła (sloganu) marketingowego. Daje to lepsze (poprzez już samą inną, krótszą formę) rozróżnienie między wizją miasta, a jego misją (która jest dłuższa), a zarazem, taka krótsza forma, sprzyja wпадaniu jej w pamięć odbiorców.

Wreszcie, chciałbym poddać pod rozwagę kwestię, czy w Poznaniu nie powinno się wprowadzić dwóch wizji (i haseł) Miasta: jednej dla odbiorców krajowych, a drugiej dla odbiorców zagranicznych. Takie sprofilowanie, pozwoli na lepsze osiągnięcie celów wobec każdej z tych dwóch grup odbiorców.

I w związku z tym, chciałem zaproponować, by międzynarodowa wizja Miasta Poznania, a zarazem jego anglojęzyczne hasło marketingowe na rynkach zagranicznych, brzmiała „Poznań: fair city” (dwukropek w hasle jest celowo użyty zamiast myślnika - poprzez matematyczne skojarzenia, w odbiorze bardziej



MICHAŁ BORUCZKOWSKI

RADNY MIASTA POZNANIA



kondensuje treść i sprawia, że wydaje się ona oparta o solidniejsze, empiryczno-naukowe podstawy).

Pierwszą zaletą tego hasła jest jego krótka forma.

Jednakże, kluczowym jest w hasle wyraz „fair” i jego pożądana, w kontekście rzeczywistości Miasta Poznania, wieloznaczność.

Po pierwsze, wyraz „fair” oznacza targi. Najważniejszym atutem Miasta Poznania w kontekście przyciągania do Poznania podmiotów zagranicznych, który powinien być stale rozwijany, są Międzynarodowe Targi Poznańskie. Hasło, w tym kierunku, od razu zwraca uwagę przedsiębiorców, będących potencjalnymi wystawcami, jak i osób fizycznych, będących potencjalnymi turystami oraz odwiedzającymi targi.

Po drugie, wyraz „fair” oznacza „uczciwy”, „kupiecko obyczajny” (fair play - uczciwa gra, fair dealing - zasady dobrych obyczajów kupieckich, fair competition - uczciwa konkurencja, fair market value - uczciwa cena rynkowa), co dla zagranicznych przedsiębiorców, byłoby wskazówką, że zarówno oni, jak i ich inwestycje oraz wszelkie działania podejmowane w Poznaniu, byłyby traktowane z szacunkiem, troską, estymą i na równych zasadach.

Po trzecie, wyraz „fair” oznacza „sprawiedliwy”, „szlachetny”, „prawy”, „słuszny” (np. fair treatment - sprawiedliwe traktowanie, on a fair and equitable basis - na sprawiedliwych i słusznych zasadach). To zaś z kolei wszystkim osobom fizycznym, będącym obcokrajowcami, i potencjalnymi turystami, ukazywałoby rękojmię traktowania ich w sposób gościnnie, honorowy, życzliwy, jak i służący pomocą w kluczowych kwestiach.

Obydwa powyższe znaczenia też współgrają z cechami, które tradycyjnie są przypisywane Poznaniakom, takim jak rzetelność, pracowitość, gospodarność czy racjonalność. Hasło „Poznań: fair city” idealnie oddaje ducha zarówno Poznaniaków, jak i samego Poznania.

Choć znaczenie wyrazu „fair”, jako „ładny”, „piękny”, czy „jasny” odnosi się przede wszystkim do pogody, to jednak, pozostawanie takiego skojarzenia w tle, też raczej należy ocenić na plus całego hasła.

W związku z powyższym, proszę o odpowiedź na poniższe pytania:

1. Czy Pan Prezydent gotów byłby wprowadzić w marketingu międzynarodowym Poznania, hasło „Poznań: fair city”, jako hasło przedstawiające/promujące nasze Miasto?
2. W przypadku odpowiedzi negatywnej, na pierwsze pytanie, czy Pan Prezydent ma pomysł na lepsze międzynarodowe hasło Poznania?

Proszę o odpowiedzi precyzyjne i konkretne. Proszę, by odpowiedzi były uszeregowane w punktach odnoszących się do przedstawionych pytań.

Michał Boruczkowski

Michał Boruczkowski