



PREZYDENT MIASTA KRAKOWA

OR-05.0057-1931/XLIX/08

Kraków, 16. WRZ. 2008

**Pani**  
**Małgorzata Jantos**  
**Radna Miasta Krakowa**

W odpowiedzi na Pani interpelację w sprawie biletów na imprezy kulturalne, zgłoszoną na XLIX Sesji Rady Miasta Krakowa w dniu 27 sierpnia 2008 r., uprzejmie informuję, że sposób zarządzania dystrybucją tego rodzaju biletów i zaproszeń przez gminne komórki organizacyjne związany jest z ich branżową specyfiką i określonym zakresem działania.

Urząd Miasta Krakowa nie prowadzi sprzedaży biletów na imprezy kulturalne. Jest organizatorem imprez, na które wstęp jest wolny (niebiletowany). Zaproszenie spełnia rolę wyłącznie informacyjną i służy rezerwacji miejsc. Takie zaproszenia są w oczywisty sposób kierowane m.in. do Radnych Miasta Krakowa w celu powiadomienia o wydarzeniach organizowanych przez Gminę bądź przyjętych do realizacji uchwałami Rady Miasta Krakowa.

Imprez organizowanych przez urząd nie należy łączyć z przedsięwzięciami, które są dofinansowywane z budżetu Miasta Krakowa w ramach wspierania działalności twórczej i artystycznej czy w celu wzbogacania oferty kulturalnej miasta. W takich przypadkach o sposobie dystrybucji zaproszeń decydują organizatorzy dofinansowywanych imprez, a cel prowadzonej przez nich promocji skupia się na promowaniu wydarzenia oraz innych poczynaniach artystycznych organizatora. Każdy organizator posiada listę adresową do wysyłki zaproszeń (płatnych lub bezpłatnych), na której umieszcza osoby ważne z punktu widzenia nie tylko odbioru proponowanej przez niego sztuki, ale i jego ogólnej działalności również ze

sztuką w żadnym stopniu niezwiązanej (umieszczanie reklam sponsorów). Reklama w formie bezpłatnego zaproszenia to nie tylko sugestia do skorzystania z określonych usług, ale także do popierania określonych spraw lub idei. Darmowe zaproszenie, w przypadku gdy wstęp na imprezę jest biletowany, może wiązać się z oczekiwaniem poparcia działalności organizatora w przyszłości, reklamy czy np. prezentacji wydarzenia artystycznego w kontekście szerszej polityki kulturalnej miasta. Decyzja o skorzystaniu z takiego zaproszenia winna dotyczyć samego zapraszanego.

Organizatorem największych imprez kulturalnych (w większości płatnych, biletowanych) w Krakowie jest miejska jednostka organizacyjna - Krakowskie Biuro Festiwalowe, które aktualnie w swych działaniach stara się ograniczać do absolutnego minimum liczbę zaproszeń „specjalnych” a lista osób, które takie zaproszenia otrzymują jest starannie wyselekcjonowana. Zatem w efekcie wszystkie wysyłane przez KBF zaproszenia są niepotwierdzone, tzn. osoba, która je otrzymuje, mając ochotę uczestniczyć w wydarzeniu musi potwierdzić telefonicznie swoją obecność (w razie braku potwierdzenia miejsca przekazywane są do sprzedaży).

Nieco inna jest natomiast specyfika działań Biura Promocji i Marketingu Miasta, które organizując lub współorganizując przedsięwzięcia promocyjne nie stosuje zasady odpłatności za dystrybuowane bilety. Założeniem Biura jest w szczególności skierowanie produktu marketingowego do szerokiego kręgu odbiorców, co za tym idzie zagwarantowanie bezpłatnego dostępu mieszkańców jak i turystów do kultury. W sytuacji kiedy kubatura danego pomieszczenia wymusza określoną liczbę uczestników imprezy wtedy są przygotowywane bezpłatne wejściówki, które są następnie kolportowane w Sieci Punktów Informacji Miejskiej. Założeniem Biura jest promocja Krakowa; również wydarzeń miejskich wpisujących się w zakres szeroko pojmowanej „kultury wysokiej”. Natomiast uczestnictwo tzw. VIP-ów na imprezach to często efekt różnorodnych zobowiązań Gminy w ramach współorganizowanych imprez. Funkcjonowanie takich biletów, także bezpłatnych, w sferze organizowanych przedsięwzięć jest istotnym elementem współpracy z określonymi środowiskami twórczymi, artystycznymi, naukowymi czy biznesowymi.

Również Wydział Kultury i Dziedzictwa Narodowego zajmuje się dystrybucją zaproszeń na różnorodne współorganizowane miejskie uroczystości. Przedsięwzięcia te reklamowane są w mediach, na plakatach oraz poprzez wydawanie specjalnych ulotek. Wydział nie rozprawdza indywidualnie kierowanych zaproszeń. Dystrybucja zaproszeń, ulotek, plakatów i innych materiałów reklamowych jest formą jego promocji.

Informuję uprzejmie, że przywołany przez Panią Radną przykład niewykorzystanych miejsc na widowni stanowiąc przykre doświadczenie organizatorów skutkuje jednak wspomnianymi powyżej zmianami w systemie dystrybucji zaproszeń, tj. starannie przemyślaną selekcją zapraszanych osób oraz bezwzględnym wymogiem wcześniejszego potwierdzenia przez nich udziału w imprezie.

z up. PREZYDENTA MIASTA

*Tadeusz Trzmiel*  
Z-ca Prezydenta Miasta Krakowa

Otrzymują:

1. Adresat
2. Kancelaria Prezydenta
3. Wydział Kultury i Dziedzictwa Narodowego
4. Biuro Promocji i Marketingu Miasta
5. Biuro ds. Turystyki
6. Krakowskie Biuro Festiwalowe
7. Pełnomocnik ds. Ochrony Informacji Niejawnych
8. Biuletyn Informacji Publicznej
9. A/a