

Raport z warsztatów „Przyjedź do Śródmieścia – poznaj lokalnych przedsiębiorców”

Prowadzenie warsztatów i opracowanie raportu: Monika Komorowska na zlecenie Stowarzyszenia „Ulepsz Poznań”

W dniach 5 i 6 czerwca 2014 roku w godzinach 8: 30-11: 30 w Kawiarni Kamea odbyłyby się warsztaty dla przedsiębiorców ze Śródmieścia (Stare Miasto, Chwaliszewo, Śródka). Uczestnicy zostali zrekrutowani przez Stowarzyszenie Ulepsz Poznań, który realizuje program dzięki dofinansowaniu Urzędu Miasta Poznania. W dwudniowych warsztatach wzięli udział przedstawiciele następujących biznesów:

Art. Book Studio Intrologatorknia, Gołębia 3;
Kawiarnia Café Misja, Gołębia 1;
KASIA ORWAT home design, Tylne Chwaliszewo 23;
Kawiarnia Chichot, ul. Śródka 1;
Café Farma, ul. Wrocławska 25;
Mydlarnia, ul. Gołębia/Wrocławska 8;
Kawiarnia Kamea, ul. Wrocławska 25;
Emkap – sklep z pościelami, ul. Gołębia 5;
Giovanni Volpe Lodziarnia na Gołębiej 3;
Holimex - sklep kreślarski, ul. Gołębia;
Bike Cafe, ul. Wrocławska/Podgórną;
Perfumeria Mistral, ul. Gołębia;
F.M. Wacław Borowski - sklep z lampami, Wrocławska 14;

Zadanie jest realizowane na podstawie „Koncepcji współpracy przedsiębiorców na rzecz ożywienia handlu, usług i gastronomii na Śródcie i Chwaliszewie oraz Placu Kolegiackim, ulicach Gołębiej i Wrocławskiej” opracowanej przez Miasto Poznań w ramach realizacji Miejskiego Programu Rewitalizacji dla miasta Poznania.



DIAGNOZA AKTUALNEJ SYTUACJI PRZEDSIĘBIORCÓW

Pierwszy dzień warsztatów poświęcony była diagnozie aktualnej sytuacji przedsiębiorców w rejonie ulic Wrocławskiej, Gołębiej i Chwaliszewo – te lokalizacje były reprezentowane podczas warsztatów.

Najpierw uczestnicy warsztatów pracowali w grupach nad diagnozą uwarunkowań zewnętrznych i problemów, które wpływają na ich funkcjonowanie.

WIZERUNEK ULICY

Najbardziej dotkliwie odczuwanym problemem jest alkohol i konsekwencje wynikające z jego nadmiernej dostępności i konsumpcji w rejonie ulicy Wrocławskiej. Oferta związana z alkoholem jest tu dwojaka. Są to z jednej strony sieciowe sklepy spożywcze sprzedające alkohol, który przez wielu klientów jest konsumowany w bezpośredniej bliskości sklepów. Z drugiej strony pojawiły się „pijalnie wódki”, które również generują problemy ze względu na typ odbiorców swoich usług i klimat, który powodują. Konsumpcja alkoholu w przestrzeni publicznej jest zakazana, jednak przepisy prawa są ignorowane, co powoduje, że osoby spożywające tu alkohol przesiadujące na ławkach zawłaszczają przestrzeń i czują się tu bezkarne. (uczestnicy warsztatów zauważyli, że policja chętnie interweniuje w Starym Korycie Warty egzekwując zakaz picia alkoholu u studentów, a na ulicy Wrocławskiej zachowuje się biernie). W związku z konsumpcją alkoholu często dochodzi do aktów agresji, choćby słownej – przekleństwa, głośne zachowanie, zaczepki. Przedsiębiorcy sami często informują straż i policję o zajściach w pobliżu swoich lokali jednak zdarza się, że są zniechęceni do interweniowania. Funkcjonariusze zwracają uwagę na przedłużające się procedury i proponują zaniechanie zgłaszania szkód i dogadanie się z winnym przewinienia (zniszczenie ogródka w jednej z kawiarni). To pokazuje, że procedury nie działają we właściwy sposób. Wpływa to na niskie poczucie bezpieczeństwa przedsiębiorców i ich klientów oraz na wizerunek ulicy. Uczestnicy zwrócili uwagę, że potrzebna jest strategia działania w odniesieniu do „pijackich migracji” - jeśli w Śródmieściu gdzieś zwiększa się ilość kontroli, to te osoby szybko przenoszą się w inne miejsce. Wśród powiązanych z wizerunkiem ulicy i jej funkcjonowaniem problemy wskazywano - kluby Go-Go, żebractwo, parking na Placu Kolegiackim.

Z konsumpcją alkoholu związany jest problem brudu. Najemcy i właściciele lokali użytkowych są zobowiązani do sprzątania chodników przylegających do ich punktów usługowych i handlowych. Ze względu na dominujący typ bywalców ulicy Wrocławskiej i charakter usług tu występujących (kluby, punkty gastronomiczne, sklepy sieciowe) utrzymanie porządku staje się dużym wyzwaniem, szczególnie w weekendy.

Zadanie jest realizowane na podstawie „Koncepcji współpracy przedsiębiorców na rzecz ożywienia handlu, usług i gastronomii na Śródcie i Chwaliszewie oraz Placu Kolegiackim, ulicach Gołębiej i Wrocławskiej” opracowanej przez Miasto Poznań w ramach realizacji Miejskiego Programu Rewitalizacji dla miasta Poznania.



Przyjeżdż do Śródmieścia ..Poznaj lokalnych przedsiębiorców.

Projekt wspierania drobnego handlu i usług w Śródmieściu.

Zanieczyszczenia związane z „drugim”, nocnym życiem ulicy, nie ograniczają się tylko do chodników, a służby porządkowe w niedzielę sprzątają ulice dopiero około 11tej, co sprawia, że poranni turyści są zmuszeni oglądać ulicę w stanie daleko odbiegającym od standardów estetycznych. Brak współdziałania służb porządkujących przestrzeń z przedsiębiorcami utrudnia przedsiębiorcom realizowanie swojej działalności w estetycznym otoczeniu.

Miał tu być deptak...

Ulica Wrocławska była przedmiotem projektu Ratusza, który miał ją zmienić w deptak. Niestety zmiany, który te zaszły spowodowały się w oczach przedsiębiorców do postawienia zakazu wjazdu, ławek i kwietników. Nie poszła za tym strategia myślenia o bardziej kompleksowym funkcjonowaniu tego miejsca. Brak pomysłów wynika m.in. z nie uwzględniania wyników konsultacji społecznych.

BRAK STYMULACJI ROZWOJU PRZEDSIĘBIORCZOŚCI PRZEZ WŁADZE MIEJSKIE

Uczestnicy warsztatów podkreślili, że dużym problemem jest brak przyjaznej małym przedsiębiorcom polityki czynszowej w Śródmieściu. Prywatni właściciele są bardziej elastyczni, jeśli chodzi o czynsz niż miasto, które zorientowane jest na zysk i najwyższy czynsz, który chce uzyskiwać w przetargach. Nie organizuje się tzw. konkursów celowych dedykowanych specyficznym, ważnym usługom, które jednak ze swoją specyfiką, niszowość nie generują zysków pozwalających na najem lokalu po komercyjnych stawkach – nie mogą konkurować z klubami, bankami, sieciowymi sklepami spożywczymi, ale wnoszą dodatkową wartość społeczno-kulturalną i zapewniają różnorodność oferty handlowo-gastronomicznej. Paradoksalnie miejskie lokale w Śródmieściu bardzo często stoją puste z powodu bardzo wysokich cen wywoławczych w przetargach (ceny wywoławcze za lokale miejskie około 80 zł/m² przy dużej powierzchni lokalu, który potrzebny jest np. na prowadzenie pracowni, daje to cenę wykraczającą ponad możliwości przedsiębiorców). Problemem również blokowanie pieniędzy w kaucji wysokości 3-krotności czynszu. Niedostrzegany jest potencjał lokalnych małych biznesów, szczególnie reprezentantów tzw. zawodów ginących, którzy często od pokoleń związani są ze Śródmieściem, dla aktywizacji przestrzeni miejskiej. Miasto nie prowadzi dialogu z przedsiębiorcami i nie podejmuje inicjatywy/nie ma długofalowej strategii, wizji współpracy z przedsiębiorcami śródmiejskimi, wizji ich roli w tworzeniu jakości życia w mieście. Efektem tego są walki toczne o ważne, misyjne lokale z tradycjami, którym grozi utrata lokalu z powodu podniesienia czynszu. Brak strategii dotyczącej najmu tworzy bardzo specyficzną i coraz bardziej jednolitą ofertę handlowo-usługową na ulicy Wrocławskiej, ale w opinii przedsiębiorców także szerzej w całym Śródmieściu. Pojawiały się w przeszłości pomysły jak np. lokal za 1zł na lokale z misją, ale na spocie reklamowym akcja się skończyła.

Zadanie jest realizowane na podstawie „Koncepcji współpracy przedsiębiorców na rzecz ożywienia handlu, usług i gastronomii na Śródcie i Chwaliszewie oraz Placu Kolegiackim, ulicach Gołębiej i Wrocławskiej” opracowanej przez Miasto Poznań w ramach realizacji Miejskiego Programu Rewitalizacji dla miasta Poznania.



Dojazd

Utrudnieniem w działalności przy ul. Wrocławskiej jest źle działające ograniczenie ruchu. Zastosowane rozwiązanie generuje w opinii uczestników warsztatów niepotrzebny ruch - cofanie, nawracanie, niemożliwe minięcie się, często jest tu tłok m.in. kolejki do wejścia do klubów, co uniemożliwia ruch dwukierunkowy (padła propozycja wjazdu przez przystanek od ulicy Podgórnej). Ponadto nie jest egzekwowany przepis o dostawach do godziny 11tej. Niejasne są też zasady wjazdu do godziny 11tej - niektórzy z uczestników warsztatów spotkali się z wymogiem zezwoleń na wjazd.

Charakterystyka przedsiębiorców – oferta i klienci

Uczestnicy warsztatów reprezentowali szeroki przekrój punktów handlowych i usługowych posiadających różnorodną ofertę, atrakcyjną dla czasem tej samej, a czasem różniącej się od siebie klienteli. W dyskusji uczestnicy mówili o tym, co ich wyróżnia, co ich dla nich problemem w codziennej działalności.

Kasia Orwat home design - najczęściej trafiają do niej klienci, którzy już ją znają z polecenia lub Internetu, jednak samo zlokalizowanie prowadzonego przez nią CO-LABu jest dla nich trudne - „Tylne Chwaliszewo – gdzie to jest?”, Kiedy tu trafiają doceniają lokalizacji, bo bardzo łatwy dojazd i łatwość zaparkowania. Bywa, że klienci trafiają tu także pieszo i cieszy ich to, że to „5 minut pieszo od Rynku!”, często mówią o niewykorzystanym potencjale Chwaliszewa, który mógłby być „jak krakowski Kazimierz”. Trakt Cesarsko-Królewski jest niewykorzystany promocyjnie dla Chwaliszewa. Padła propozycja uczestników warsztatów, że warto byłoby go powiązać z ulicami Wrocławską i Gołębią, bo teraz zakłada on trasę Wielka-Chwaliszewo-Śródka – póki, co chętnie chodzi tędy młodzież.

Lampy i upominki – sklep przy ul. Wrocławskiej, mieści się tu od bardzo dawna, ale nie ma stałych klientów, bo problemy z dojazdem i parkingiem, dużo sprzedaje przez Internet i dostarcza kurierem.

Perfumeria przy ul. Gołębiej ma stałych klientów, ale ludzie nie wiedzą, gdzie jest ulica Gołębia, kiedy chcą tu trafić pierwszy raz.

Taternik – wyselekcjonowane grono, środowisko podróżnicze, dominują stali klienci.

Zadanie jest realizowane na podstawie „Koncepcji współpracy przedsiębiorców na rzecz ożywienia handlu, usług i gastronomii na Śródcie i Chwaliszewie oraz Placu Kolegiackim, ulicach Gołębiej i Wrocławskiej” opracowanej przez Miasto Poznań w ramach realizacji Miejskiego Programu Rewitalizacji dla miasta Poznania.



Przyjeżdż do Śródmieścia ..Poznaj lokalnych przedsiębiorców.

Projekt wspierania drobnego handlu i usług w Śródmieściu.

Pracowni Introligatorska Art Book - mieści się w okolicach Starego Rynku od ponad 90 lat dawniej na Wronieckiej i z tą ulicą kojarzona jest przez Poznaniaków, po remoncie czynsz był tam zbyt wysoki i przenieśli się na ulicę Gołębią, o ponieważ Śródmieście jest wpisane w filozofię firmy. Dziś 70% klientów Internet, a 30 % „z ulicy”. Firma podejmowała inicjatywy w przeszłości służące ożywieniu społeczno-kulturalnemu – akcja Gołębia inspirowała, akcja okazała się wielkim sukcesem, przez pracowników przewinęło się wiele osób, jednak trudno jest ocenić, czy te osoby wróciły tu jako klienci.

Holimex - sklep z artykułami kreślarskimi, papirniczymi, prezentami jest na ulicy Gołębiej od bardzo dawna. Wśród klientów dominują studenci, architekci, geodeci, klienci wracają, Zakupy robią tu też turyści. Dojazd nie jest problem, bo duża część jest realizowana przez Internet.

Café Misja – działa w piwnicach Fary od 3 lat. Odwiedza ją duży przekrój klientów: studenci, seniorzy, w zasadzie ludzie w każdym wieku, bo dostępna tu jest duża oferta kulturalna, w sezonie kawiarnię odwiedzają także wycieczki.

Mydlarnia - stali klienci, także „stara emigracja”, ale „zauważalny spadek turystów”. „Mydlarnia” wzięła udział w akcji „Gołębia inspirowała”.

Café Farma - zauważa rozkwit aktywności w ciągu dnia, wielu klientów umawia się na spotkania biznesowe w kawiarni, a także pracuje tu z laptopem, słysząc tu też wiele języków i w odczuciu właścicielki, nie widać spadku liczby turystów. Problemem jest zamieranie życia po około godzinie 19tej, 20tej, kiedy zaczyna się drugie życie ulicy – co dawniej nie miało miejsca.

Kawiarnia Kamea – dawniej mieściła się przy ulicy Żydowskiej, w kawiarni prowadzona jest działalność kulturalna, właściciel jest miłośnikiem historii i sam odkopywał piwniczne mury, które są świadkiem historii Poznania. Ubolewa, że na Wrocławskiej jest coraz mniej osób, które mogłyby się stać się bywalcami Kamei. Podczas Nocy Muzeów 2013 udało się stworzyć nastrój, za którym tęskni na Wrocławskiej – dużo ludzi w różnym wieku, też całe rodziny, które spacerowały, siedziały w ogródkach – panowała tu wtedy bezpieczna i przyjazna atmosfera śródmiejska.

Bike Café - od 2 miesięcy mieści się przy zbiegu ulic Wrocławskiej i Podgórznej. Po dwóch latach udało się stworzyć przetarg na mobilną gastronomię, w której właściciele widzą szansę na rewitalizację i szansę na zmianę wizerunku wielu fragmentów miasta. Najbardziej pracowite są weekendy. Klient wpada po kawę i idzie dalej, potrzebne są ławki, ale niestety te, które są w pobliżu kawiarni są często okupowane przez osoby konsumujące alkohol.

Zadanie jest realizowane na podstawie „Koncepcji współpracy przedsiębiorców na rzecz ożywienia handlu, usług i gastronomii na Śródcie i Chwaliszewie oraz Placu Kolegiackim, ulicach Gołębiej i Wrocławskiej” opracowanej przez Miasto Poznań w ramach realizacji Miejskiego Programu Rewitalizacji dla miasta Poznania.



Przyjeżdż do Śródmieścia ..Poznaj lokalnych przedsiębiorców.

Projekt wspierania drobnego handlu i usług w Śródmieściu.

Chichot kawiarnia - na Śródce w pobliżu ICHOTu. Obok kawiarni, restauracji LA RUINA, Raj, Wine Bridge ożywia przestrzeń Śródki i ściąga mieszkańców różnych części Poznania i turystów.

Giovani Volpe – nowa lodziarnia w pobliżu Fary.

Emkap Kołdry – firma od dawna działająca w Śródmieściu, w asortymencie pościele, poduszki, kołdry.

JAK LEPIEJ WYKORZYSTAĆ POTENCJAŁ? Pomysły na działania w ramach projektu.

Drugi dzień warsztatów był poświęcony wypracowaniu konkretnych działań promocyjnych. Uczestnicy wyznaczyli cele programu i opracowali plan dążenia do nich.

Cele:

1. Pobudzić Śródmieście do życia.
2. Promować własne marki.

Jak?

- Poprzez docieranie do osób, których tu nie ma.
- Poprzez zmianę wizerunku ulicy Wrocławskiej, stworzenie alternatywy dla Starego Rynku, („działanie podobne jak w Toruniu, gdzie w małych bocznych uliczkach czeka na mieszkańców i turystów atrakcyjna oferta handlowo-usługowa”).
- Stawiając na komplementarność różnych biznesów w projekcie. Podkreślając, że udział w programie jest nobilitujący - wtedy i klienci przedsiębiorców będą czuć się wyróżnieni. Baza przedsiębiorców z programu będzie otwarta, ale będzie obowiązywała selekcja uczestników.

Zaplanowano następujące działania:

Stworzenie wspólnej strategii marketingowej, której głównym narzędziem będzie spójna i wysokiej jakości komunikacja graficzna.

Hasło projektu

Uczestnicy wybrali hasło: FRYTEL-przyjeżdż do Śródmieścia!, który wiąże nazwę strony www.frytel.org służącej prezentacji i promocji przedsiębiorców z hasłem akcji „Przyjeżdż do Śródmieścia.. Poznaj lokalnych przedsiębiorców” stworzonym dla aktywizacji przestrzeni Śródmieścia.

Zadanie jest realizowane na podstawie „Koncepcji współpracy przedsiębiorców na rzecz ożywienia handlu, usług i gastronomii na Śródce i Chwaliszewie oraz Placu Kolegiackim, ulicach Gołębiej i Wrocławskiej” opracowanej przez Miasto Poznań w ramach realizacji Miejskiego Programu Rewitalizacji dla miasta Poznania.



Przyjeźdź do Śródmieścia ..Poznaj lokalnych przedsiębiorców.

Projekt wspierania drobnego handlu i usług w Śródmieściu.

Logo

Logo, to w odbiorze uczestników kluczowy element - dobrze wypromowany budzi w odbiorcach uczucie „już to gdzieś widziałem”. Sprawi, że program będzie rozpoznawalny i faktycznie będzie zachęcał do zainteresowania się uczestnikami - przedsiębiorcami, odwiedzenia punktów handlowych i usługowych. Projekt graficzny zapewni Urząd Miasta Poznania. Logo będzie stosowane na różnych elementach drukowanych. Regulamin programu musi jasno określać zasady korzystania z materiałów promocyjnych (loga oraz innych materiałów graficznych) dla przedsiębiorców. Uczestnicy powinni mieć udostępnione materiały w formie umożliwiającej ich zastosowanie wraz z instrukcją stosowania zapewniającą spójność komunikacji graficznej.

Mapa i inne materiały promocyjne

Uczestnikom została zaprezentowana przez „Ulepsz Poznań” koncepcja mapy punktów handlowych i usługowych, której grafika nawiązuje do mapy stacji metra. W opinii uczestników warsztatów propozycja jest estetyczna, ale wydaje się zbyt trudna w lekturze. Powinna być bardziej czytelna, pokazywać perspektywę ulic, do których odwiedzenia zachęcamy (bo „wiele osób nie wie, gdzie jest Tylne Chwaliszewo”) „plan z lotu ptaka”, „tak jak w przewodnikach” oraz odnosić się do konkretnych punktów orientacyjnych w pobliżu, których leżą punkty orientacyjne (np. Stary Rynek, Fara, Warta). Forma mapy musi być sama w sobie atrakcyjna i się wyróżniać. Zaproponowano wydruk w postaci sztywnej pocztówki.

Mapa miałaby więcej funkcji

Zaproponowano akcję promocyjną zbierania pieczętek, które upoważniałyby do otrzymania nagrody-torby lnianej. Na odwrocie mapy powinna się znaleźć tabela ze „znakami wodnymi” logami przedsiębiorców służąca zbieraniu pieczętek we wszystkich punktach usługowych na „trasie spacerowej” Fyrtla.

Karta rabatowa, zniżki

Uczestnicy warsztatów zaproponowali stworzenie karty stałego klienta uprawniająca do 10% rabatu dla klientów. Karta byłaby częścią pocztówki z mapą, perforowaną dokoła kartę wypychałoby się z mapy. Mapa i karta dostępne byłyby również w Internecie i wydruk byłby także uznawany. Konieczne jest stworzenie regulaminu i określenie czasu obowiązywania karty. Sama znajomość hasła „FYRTEL-przyjeźdź do Śródmieścia!” uprawniałaby do rabatów i otrzymania mapy i karty w punkcie handlowym, usługowym.

Pozostałe bonusy dla stałych klientów

Gratisy i inne formy bonusy dla klientów uczestniczących w programie nie będą limitowane regulaminem, a każdy przedsiębiorca będzie mógł je tworzyć spontanicznie i promować na stronach i fan page’ach swoich, programu oraz o ile będzie na to zgoda, innych uczestników programu.

Zadanie jest realizowane na podstawie „Koncepcji współpracy przedsiębiorców na rzecz ożywienia handlu, usług i gastronomii na Śródcie i Chwaliszewie oraz Placu Kolegiackim, ulicach Gołębiej i Wrocławskiej” opracowanej przez Miasto Poznań w ramach realizacji Miejskiego Programu Rewitalizacji dla miasta Poznania.



Przyjedź do Śródmieścia ..Poznaj lokalnych przedsiębiorców.

Projekt wspierania drobnego handlu i usług w Śródmieściu.

Torby lniane na zakupy z jednej strony logo projektu i hasło FRYTEL-przyjedź do Śródmieścia!, a z drugiej logo uczestników projektu. Torby będą rozdawane odwiedzającym punkty handlowo usługowe klientom, (ale zakup produktów/usług nie będzie warunkiem otrzymania torby, a zebranie pieczętek u wszystkich przedsiębiorców – uczestników projektu).

Cel - zachęcenie do odwiedzania, a niekoniecznie do kupowania – pieczątki za przejście całej trasy i nagrody – torba. Ważne, aby klienci wracali! Torby będą również sprzedawane za 15 zł (kwotę sprzedaży będzie uregulowana w regulaminie programu). Proces produkcji toreb będzie wyglądał następująco:

- projekt graficzny torby zapewni Miasto Poznań – Oddział Rewitalizacji,
- za koordynację działań oraz wybór producenta toreb będzie odpowiedzialne Stowarzyszenie „Ulepsz Poznań”,
- koszty produkcji toreb poniosą przedsiębiorcy, jedno zamówienie 1000 sztuk, (aby obniżyć cenę) zostanie podzielone na częściowe faktury.

Inne materiały promocyjne

Pojawił się pomysł stworzenia przestrzennego znaku używanego, jako formy promocji w przestrzeni ulicy. Być może mógłby to być rodzaj flagi, chorągiewki. Taki symbol pozwalałby na dodatkowe oznakowanie punktów szczególnie podczas różnych akcji okolicznościowych.

Film promocyjny o przedsiębiorcach

W ramach programu powstanie film promocyjny o uczestnikach warsztatów zrealizowany zostanie przez firmę GURU Media, której przedstawiciele rozmawiali z uczestnikami warsztatów o tym, jak sobie ten film wyobrażają. Poniżej zebrane uwagi.

Film powinien:

- oddziaływać na zmysły, emocje;
- mieć charakter teledyskowy (szybki montaż),
- pokazywać lokalnych, śródmiejskich przedsiębiorców w sposób spersonalizowany; podkreślać osobisty kontakt klient –właściciel, co wyróżnia te miejsca od dużych centrów handlowych (pokazanie twarzy właścicieli, a na koniec pokazanie całej grupy biorącej udział w projekcie).
- pokazywać marki – na zasadzie *product placement*, bo nie będzie czasu na pokazanie dokładnie wszystkich uczestników,
- przekazywać ideę komunikacji, ruchu, spaceru przemieszczania się pomiędzy punktami miasta; nawiązywać do hasła „FRYTEL-przyjedź do Śródmieścia!” i promować zrównoważone środki transportu – komunikacja miejska, rower, pieszo.
- powinien być zrobiony „z humorem”.

Zadanie jest realizowane na podstawie „Koncepcji współpracy przedsiębiorców na rzecz ożywienia handlu, usług i gastronomii na Śródcie i Chwaliszewie oraz Placu Kolegiackim, ulicach Gołębiej i Wrocławskiej” opracowanej przez Miasto Poznań w ramach realizacji Miejskiego Programu Rewitalizacji dla miasta Poznania.



Przyjeżdź do Śródmieścia ..Poznaj lokalnych przedsiębiorców. Projekt wspierania drobnego handlu i usług w Śródmieściu.

Organizatorzy poinformowali, że film będzie promowany poprzez – media społecznościowe, ważne będzie jego pozycjonowanie – słowa kluczowe i promocja własna przez uczestników projektu. Film powstanie do 15 lipca.

Promocja poprzez „eventy”

Program eventowy mógłby być realizowany na drugim etapie programu. Kiedy w życie zostaną wdrożone już jego podstawowe elementy. Celem programu eventowego byłoby wywoływanie emocji, pozytywnych skojarzeń ze Śródmieściem poprzez możliwość doświadczania – warsztaty, prezentacje, poznawanie historii miejsc, radosne przebywanie w mieście i zachęcenie do chodzenia pomiędzy różnymi częściami Śródmieścia. Akcje mogłyby odwoływać się do tego, co już działa np. przechadzki organizowane przez Oddział Rewitalizacji lub opierać się na nowych pomysłach uczestników Programu.

Propozycje działań, które padły podczas warsztatów:

Akcje tematyczne np.:

- DZIEŃ Z FYRTLEM – program spędzenia całego dnia na trasie Fyrtla np. śniadanie na Wrocławskiej, aktywności u innych przedsiębiorców, lunch na Śródcie, impreza na Chwaliszewie w pracowni
- sezonowe, gdzie tematem przewodnim mogą być truskawki (tu przykład średniowiecznego jarmarku śródeckiego, kiedy Chichot zorganizował swoje stoisko wokół buraka)
- powiązane ze świętami, dniami, takimi jak Dzień Dziecka, Boże Narodzenie etc,
- związane z wątkami historycznymi, kiedy Kamea może serwować desery inspirowane Lady Melbą, a Art Book organizować pokazy tradycyjnych technik introligatorskich.

W te działania można wpleść program Przechadzek, które są organizowane przez Oddział Rewitalizacji, których zakończenie jest przewidziane w Misji i Kamei.

DALSZE KROKI

Jak będą wyglądały kolejne działania partnerów realizacji projektu:

„Ulepsz Poznań” będzie zarządzał działaniami i będzie się starało zainteresować media projektem i wspierać promocyjnie uczestników projektu.

Urząd Miasta Poznania – oferuje wsparcie w projekcie w ramach kompetencji i możliwości Oddziału Rewitalizacji.

Zadanie jest realizowane na podstawie „Koncepcji współpracy przedsiębiorców na rzecz ożywienia handlu, usług i gastronomii na Śródcie i Chwaliszewie oraz Placu Kolegiackim, ulicach Gołębiej i Wrocławskiej” opracowanej przez Miasto Poznań w ramach realizacji Miejskiego Programu Rewitalizacji dla miasta Poznania.



Przyjedź do Śródmieścia ..Poznaj lokalnych przedsiębiorców.

Projekt wspierania drobnego handlu i usług w Śródmieściu.

Przedsiębiorcy będą podtrzymywać współpracę przez media społecznościowe. Wspólnie będą monitorować rozwój programu i zastanawiać się, co i jak jeszcze mogą zrobić. Najpierw należy wprowadzić w życie główne założenia i działania i sprawdzić czy cieszą zainteresowaniem a następnie tworzyć nowe pomysły.

Na obszarach, z których rekrutują się uczestnicy programu działają też różne inne stowarzyszenia i grupy podejmujące różnego typu inicjatywy. Być może są to lokalni partnerzy dla programu FYRTEL-przyjedź do Śródmieścia! Można tu wymienić: np. Stowarzyszenie Chwaliszewo, Stowarzyszeni Wrocławska (także monitoruje lokalne problemy, chce działać lokalnie już zorganizowało akcję „Gołębia inspiruje”, proponuje wspólne spotkanie z komendantem policji, chce organizować targi śniadaniowe). Warto starać się uwzględniać lokalnych partnerów w dalszych działaniach programu i starać się współdziałać, a nie być dla siebie konkurencją.

Członkowie programu FRYTEL mogą również starać się wspólnie walczyć o różne sprawy ważne dla efektywnego prowadzenia działalności, podczas warsztatów podjęta została inicjatywa napisania pisma do ZDM w sprawie kwietników przed lokalami oraz dopuszczenia promocji zewnętrznej lokali w ramach projektu np. naklejki na doniczkach, flagi podczas akcji na chodnikach. Podkreślenie, że materiały promocyjne mają cel społeczny aktywizacji Śródmieścia (odwołanie do sformułowania o „nie generowaniu zysków”). Działanie grupą może ułatwić podejmowanie tego typu inicjatyw w przyszłości.

Zadanie jest realizowane na podstawie „Koncepcji współpracy przedsiębiorców na rzecz ożywienia handlu, usług i gastronomii na Śródcie i Chwaliszewie oraz Placu Kolegiackim, ulicach Gołębiej i Wrocławskiej” opracowanej przez Miasto Poznań w ramach realizacji Miejskiego Programu Rewitalizacji dla miasta Poznania.

