

Raport z badań

**Krakowskie festiwale muzyczne
a potencjał kreatywny
i gospodarczy miasta**

20
17



kbfs



Krakowskie festiwale muzyczne a potencjał kreatywny i gospodarczy miasta

Raport z badań



Spis treści

Raport z badań	4
Metodologia	6
Misteria Paschalia	10
Festiwal Muzyki Filmowej	26
Wianki – Święto Muzyki	42
Sacrum Profanum	58
Porównanie festiwali	74
Podsumowanie	86

8290

**Festiwal
Misteria
Paschalia**

32 729

**Festiwal
Muzyki
Filmowej**

36 750

**Wianki
– Święto Muzyki**

4 107

**Festiwal
Sacrum
Profanum**

Kultura kreatywna

Oddajemy w Państwa ręce raport z badań publiczności czterech krakowskich festiwali muzycznych. Nie zawaham się nazwać tej publikacji pionierską – zakres badań objął nie tylko wszystkie aspekty recepcji poszczególnych wydarzeń, sięgnął także ich wpływu na markę i finanse miasta. Sama z wielkim zaciekawieniem zapoznałam się z tym opracowaniem, choć nie ukrywam, że początkowo tej lekturze towarzyszyła także niepewność. O ile jako dyrektor Krakowskiego Biura Festiwalowego wiem, jak wiele wysiłków, starań i troski wkładamy we właściwe zaprogramowanie tych imprez, o tyle tak zaawansowane badania publiczności mogły zarówno w merytorycznym, jak i ekonomicznym wymiarze przynieść konkluzje niekoniecznie zgodne z naszymi intuicjami. W miarę czytania obawy ustępowały jednak zainteresowaniu – bo nawet jeśli niektóre aspekty tego zestawienia przynoszą niespodzianki (ale czy nie po to w końcu przeprowadza się takie badania?), to wiedza, którą niesie ze sobą tak syntetyczne ujęcie, jest bezcenna. Stała się bowiem rzecz niezwykła – udało się przeanalizować profesjonalnymi, statystycznymi i ekonomicznymi narzędziami spory wycinek festiwalowej kultury Krakowa. Co równie ważne, tak przekrojowe badania mogą stanowić również cenny zestaw wskazówek dla każdego organizatora wydarzeń w całej Polsce. Dla Krakowskiego Biura Festiwalowego, miejskiej instytucji powołanej 20 lat temu dla realizacji programu Kraków 2000 Europejskie Miasto Kultury, jest to wiedza tym bardziej cenna, że dzięki wprowadzonemu przed rokiem zarządzaniu projektowemu możemy systemowo implementować wnioski i wprowadzać modyfikacje od najwcześniejszych etapów programowania.

Z pełną premedytacją poddaliśmy badaniom cztery festiwale muzyczne o bardzo szerokim spektrum zarówno programu, jak i publiczności, do której się zwracamy:

od nawiązującego do wielowiekowej tradycji i duchowych korzeni Europy programu Misteria Paschalia, poprzez niezwykle popularne i budujące wokół siebie prawdziwe rzesze fanów prezentacje Festiwalu Muzyki Filmowej, plenerowe i kojarzone z radosnym początkiem wakacji, ogarniające miasto koncerty w ramach Wianków – Święta Muzyki, aż po śmiało eksperymentujący z muzyką najnowszą Sacrum Profanum. Zadziwia, jak bardzo zbieżne bywają odczucia publiczności w różnym wieku i o odmiennych zainteresowaniach, zróżnicowanym statusie społecznym i wykształceniu. Warto zauważyć, że w każdym przypadku organizacja wydarzenia buduje dumę mieszkańców z ich miasta. Wpisuje się to także w konkluzje Charlesa Landry'ego, autora opracowania Indeks Kreatywnego Miasta dla Krakowa – „doskonałego miejsca dla doświadczania i wyrażania kreatywności, identyfikowania i kultywowania jej”.

Nie bez powodu komentarzem i kontekstem do wyników badań festiwalowych w niniejszej publikacji jest przytoczenie wniosków Charlesa Landry'ego, twórcy wizjonerskiej koncepcji odkrywania kreatywności miast, o której zajmując opowiadał m.in. podczas konferencji Dźwigacze Kultury w październiku 2017 roku. Mamy świadomość, że wydarzenia kulturalne – nie tylko te festiwalowe – współtworzą markę i atmosferę miasta, wpływają na jego finanse, wywierają mierzalny wpływ zarówno na mieszkańców, jak i turystów, w sferze jakości życia, ekonomicznej czy intelektualnej. Cieszę się, że nasza wiedza o tych procesach rośnie: badania, które dziś publikujemy, są świadectwem myślenia zgodnego z postulatem Charlesa Landry'ego – wyrażonym już w tytule jego raportu końcowego: „Uwolnić potencjał Krakowa”.

Izabela Helbin
Dyrektor Krakowskiego Biura Festiwalowego

Metodologia



Niniejsza publikacja prezentuje wyniki trzech projektów badawczych:

- **badania widowni** czterech wiodących festiwali organizowanych przez Krakowskie Biuro Festiwalowe w roku 2017 (Misteria Paschalia, Festiwal Muzyki Filmowej, Wianki – Święto Muzyki oraz Sacrum Profanum),
- **badania wpływu ekonomicznego** wymienionych festiwali,
- **Indeksu Kreatywnego Miasta Krakowa.**

Badania widowni realizowane były przez wybranych przez KBF podwykonawców (trzy festiwale z firmą INQUISIO.research, Wianki – Święto Muzyki z firmą Question Mark – Biuro Badań Społecznych). Badania wpływu ekonomicznego były realizowane przy współudziale dr. hab. Rafała Kasprzaka, profesora Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie oraz INQUISIO.research. Indeks Kreatywny Miasta został opracowany przez zespół Charlesa Landry'ego. Poniższe sekcje przybliżają metodologię tych projektów badawczych.



Badania widowni

Krakowskie Biuro Festiwalowe prowadzi regularne **badania zadowolenia uczestników** koncertów odbywających się w ramach kluczowych festiwali muzycznych. Wyniki badań służą KBF do wytyczania kierunków rozwoju prowadzonych przedsięwzięć i poprawiania ich organizacji z myślą o potrzebach uczestników.

Badania prowadzone są **metodą sondażową** – po koncertach ankieterzy zapraszają uczestników do podzielenia się swoją opinią w trakcie krótkiego wywiadu kwe-

stionariuszowego. Goście festiwalu pytani są o ogólne zadowolenie z festiwalu, jego poszczególnych aspektów, jak i o poszczególne wydarzenia. Dodatkowo pytania dotyczą źródeł wiedzy o festiwalu, doświadczenia z poprzednimi edycjami, znajomości sponsorów przedsięwzięcia oraz poniesionych w związku z uczestnictwem w wydarzeniu wydatków.

Łącznie w badaniach widowni w 2017 roku wzięło udział **1 447 respondentów**:

MISTERIA PASCHALIA

10-17.04.2017

Liczba respondentów **220**

Maksymalny błąd oszacowania **6,6%**

FESTIWAL MUZYKI FILMOWEJ

17-22.05.2017

Liczba respondentów **420**

Maksymalny błąd oszacowania **4,8%**

WIANKI – ŚWIĘTO MUZYKI

24.06.2017

Liczba respondentów **446**

Maksymalny błąd oszacowania **4,6%**

SACRUM PROFANUM

26.09-1.10.2017

Liczba respondentów **361**

Maksymalny błąd oszacowania **5,2%**

Ogólna liczba respondentów

1 447

Maksymalny błąd oszacowania to wartość, o którą prezentowane wyniki w raporcie mogą różnić się od rzeczywistej proporcji dla wszystkich uczestników festiwalu. Np. 4,6% maksymalnego błędu oszacowania oznacza, że udział mężczyzn w widowni Wianków – Święta Muzyki z 95% prawdopodobieństwem znajduje się w przedziale od 57,2% do 66,4% ($61,8\% \pm 4,6\%$).

W badaniu zastosowano **metodologię IPA** (ang. *Importance-Performance Analysis*), której efektem jest opracowanie matrycy ważności i satysfakcji. Matryca taka dzieli różne aspekty organizacji wydarzeń na cztery „ćwiartki” ze względu na zadowolenie uczestników

z tych aspektów oraz odczuwaną przez nich wagę tych aspektów. W rezultacie można otrzymać cztery kategorie rekomendacji: „mocne strony” (wyższa ważność, wyższe zadowolenie), „nie wymaga zmian – warto utrzymać” (niższa ważność, wyższe zadowolenie), „rozwój niższego priorytetu” (niższa ważność, niższe zadowolenie), „obszary rozwoju” (wyższa ważność, niższe zadowolenie). Dzięki temu możliwa jest priorytetyzacja zabiegów mających na celu podniesienie zadowolenia uczestników – w pierwszej kolejności powinny zostać uwzględnione te aspekty festiwalu, które są traktowane jako najważniejsze i jednocześnie zostały ocenione gorzej od pozostałych.

Badania wpływu ekonomicznego

W przypadku czterech kluczowych festiwali organizowanych przez Krakowskie Biuro Festiwalowe przeprowadzono badania oddziaływania ekonomicznego tych przedsięwzięć. Metodologia badania została opracowana na potrzeby festiwalu KBF przez dr. hab. Rafała Kasprzaka, profesora Szkoły Głównej Handlowej. Zgodnie z tą metodologią przyjęto założenie, że festiwal wpływa bezpośrednio na sytuację ekonomiczną organizatora (efekty bezpośrednie) oraz dwustopniowo na gospodarkę regionu (efekty pośrednie oraz indukowane).

Badanie uwzględniało:

- wydatki organizatora festiwalu (wraz z analizą lokalizacji odbiorców płatności),

- współczynnik wyciekania (proporcję budżetu przedsięwzięcia, która została przekazana podmiotom spoza gminy miejskiej Kraków i powiatu krakowskiego),
- wydatki uczestników festiwalu (na podstawie badania widowni),
- mnożniki efektów pośrednich i indukowanych (oszacowanie pośredniego wpływu na ekonomię obszaru).

Dodatkowo odniesiono uzyskany wpływ ekonomiczny do wielkości dotacji otrzymanej na organizację przedsięwzięcia, obliczając **współczynnik efektywności dotacji** (mówiący o wpływie ekonomicznym na region przypadającym na każdą złotówkę otrzymanej dotacji).

Indeks Kreatywny Miasta

Zamieszczony w niniejszym opracowaniu wyciąg z badań Indeksu Kreatywnego Miasta dla Krakowa ma pomóc w osadzeniu badań festiwalowych w szerszym miejskim kontekście. Zgodnie z podejściem Charlesa Landry'ego – autora raportu – „sposób mierzenia i monitorowania kreatywności miasta koncentruje się na tym, jak miasto kultywuje i identyfikuje swój potencjał kreatywny, tworzy warunki dla kreatywności, wykorzystuje i pożytkuje swoje kreatywne zasoby i w jaki sposób doświadczenie życia w mieście stymuluje ten cenny cykl”.

Podstawą tych badań było zebranie opinii blisko 1000 osób, przy wykorzystaniu różnych narzędzi i w różnych konfiguracjach według autorskiej metody Charlesa Landry'ego. Były to kwestionariusze internetowe badające „miejską psychologię” Krakowa, w tym 30 ankiet i 8 wywiadów indywidualnych. Dodatkowo przeprowadzono serię grupowych i indywidualnych spotkań,

prezentacje z dyskusją i pięć wystąpień publicznych. Sam Indeks Kreatywny Miasta badany był na podstawie zebranych 862 kwestionariuszy. Ankietę można było wypełnić w dwóch wersjach – skróconej, zajmującej ok. 15 minut, lub dłuższej, zajmującej ok. 45 minut. Prowadzący badania starali się dotrzeć do szerokiego grona respondentów, w tym zwłaszcza do liderów i osób odpowiedzialnych za zarządzanie i rozwój miasta oraz jego politykę gospodarczą i społeczną.

Na rezultaty składają się zestawienia i uśrednienia ocen „wewnętrznych” pochodzących od respondentów – czyli subiektywnej opinii mieszkańców o Krakowie – oraz zewnętrznych, dokonanych przez Charlesa Landry'ego i jego zespół na podstawie materiału z wywiadów, spotkań i prezentacji. Badania obejmowały dziesięć dziedzin, od struktury politycznej i publicznej, po profesjonalizm i efektywność.

MISTERIA PASCHALIA



O festiwalu

Dzięki niemu muzyka dawna stała się wizytówką Krakowa – Misteria Paschalia to jeden z najbardziej rozpoznawalnych i **najważniejszych europejskich festiwali poświęconych muzyce renesansu i baroku**. Zasłużył na to miano konsekwentnie budowanym wizerunkiem, spójną ideą oraz wysmakowanym programem. Prezentowany jest tu niepowtarzalny repertuar, w tym przedsięwzięcia nowe lub przygotowane specjalnie na Misteria Paschalia. Formuła wydarzenia opiera się na starannie wyselekcjonowanej **muzyce związanej z Wielkim Tygodniem i Wielkanocą**, wykonywanej przez uznanych mistrzów i wybitnych interpretatorów muzyki dawnej. W ciągu czternastu lat powstała marka przyciągająca melomanów z całego kraju i jednocześnie promująca Kraków jako miasto, w którym odbywają się wydarzenia kulturalne na najwyższym światowym poziomie.

Festiwal Misteria Paschalia 2017 przyniósł sporo zmian w dotychczasowej koncepcji programowania. Od tego

roku jego odświeżona i poszerzona formuła zakłada, że każda kolejna edycja – tradycyjnie proponując muzykę związaną z okresem Wielkiego Tygodnia i Wielkanocy – skupiona będzie wokół określonego kręgu kulturowego i jego estetyki wykonawczej. Ten nowy rozdział w historii wydarzenia otworzyła Francja, a do objęcia funkcji Dyrektora Rezydenta festiwalu zaproszony został Vincent Dumestre, dyrygent, założyciel oraz dyrektor artystyczny zespołu Le Poème Harmonique. Artysta słynie z realizacji scenicznych podejmujących grę dawnych gestów i konwencji, w tym barwnych widowisk, w których obok muzyki wykorzystuje teatr, zabawę ludową czy taniec. Dumestre chętnie sięga po utwory mniej znane i odkrywane po wiekach, wszystko zaś po to, by możliwie najpełniej pokazać barokowy świat: odtworzyć nie tylko dźwięki, ale i atmosferę, w jakiej rozbrzmiewały trzysta lat temu. Tak było również w Krakowie. Dwa festiwalowe pasma – główne *Vanitas* i nowe *Tenebrae* – przybliżyły festiwalowej publiczności barokową duchowość i wrażliwość.

Festiwal w liczbach

misteria paschalia – raport z badań

8290

uczestników całego festiwalu

5

lokalizacji

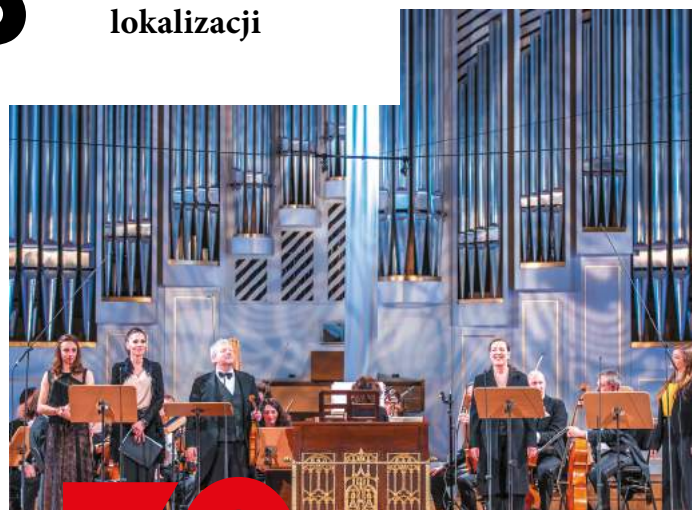
14

koncertów



8

dni



70

wykonawców

2500

publikacji w mediach

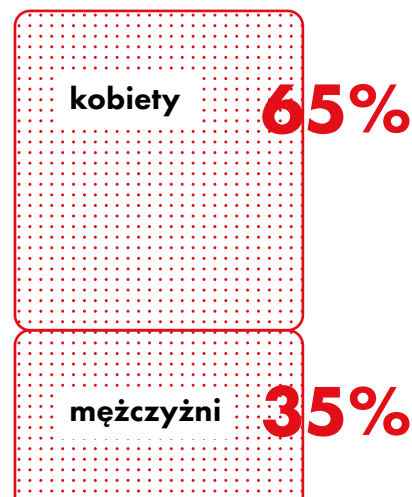
Widownia

Festiwal Misteria Paschalia w 2017 roku odwiedziło **8290 uczestników**. Wśród nich dominowały kobiety (65%) oraz osoby w przedziałach wiekowych 25-44 lata (50%).

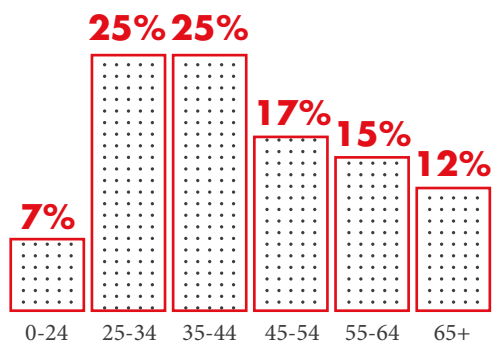
Średnia wieku uczestnika to 44 lata, a mediana – 42 lata. Wśród gości znalazło się 76% **mieszkańców Krakowa** oraz 24% **osób przyjezdnych**. Uczestnicy spoza Krakowa najczęściej pochodzili z innych części województwa małopolskiego.

Zdecydowana większość uczestników to **osoby pracujące** (83%).

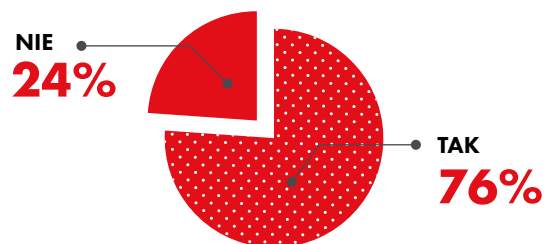
Płeć



Grupy wiekowe



Czy mieszka w Krakowie?



Status zawodowy

70% praca w pełnym wymiarze

7% działalność gospodarcza

9% emerytura/renta

6% praca w niepełnym wymiarze

7% uczeń/student

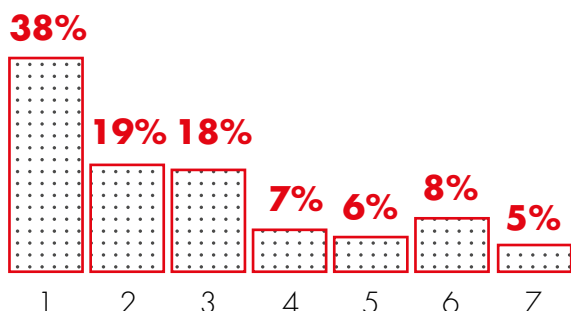
1% gospodarstwo domowe

Uczestnictwo

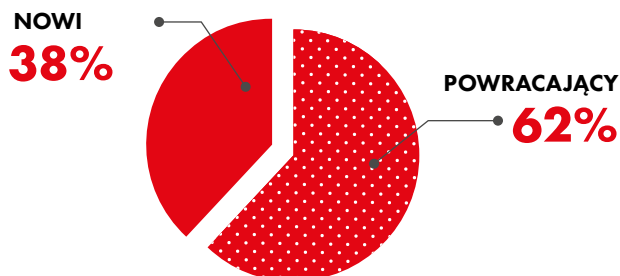
Blisko dwie trzecie uczestników festiwalu Misteria Paschalia to **widownia powracająca** (62%).

Dla powracających uczestników najczęściej była to druga lub trzecia edycja, w której brali udział (37% ogółu).

Liczba edycji festiwalu Misteria Paschalia, w których respondent brał udział



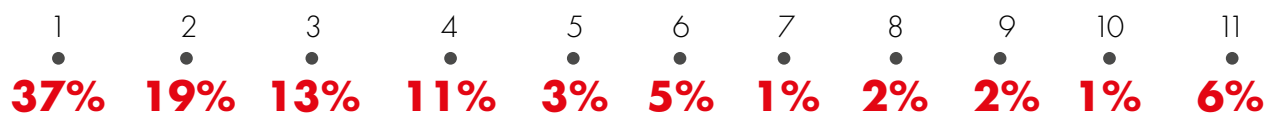
Uczestnictwo w festiwalu



Uczestnictwo tylko w jednym koncercie



Łączna liczba koncertów, w których uczestniczył respondent



Główne powody wyboru koncertu

rodzaj muzyki

63%

atrakcyjna lokalizacja

17%

występ ulubionego artysty na żywo

12%

atmosfera tego festiwalu

47%

nieznani dotąd artyści

13%

dobra zabawa

8%

wspólny wypad ze znajomymi

25%

chęć „ukulturalnienia” się

12%

dogodny termin

6%

Źródła wiedzy o festiwalu

44%

od znajomych/rodziny

41%

z doświadczenia z poprzednich edycji

40%

strona internetowa festiwalu



misteria paschalia – raport z badań

16%

reklama outdoorowa

1%

prasa

10%

media społecznościowe

1%

inna strona internetowa

6%

radio

1%

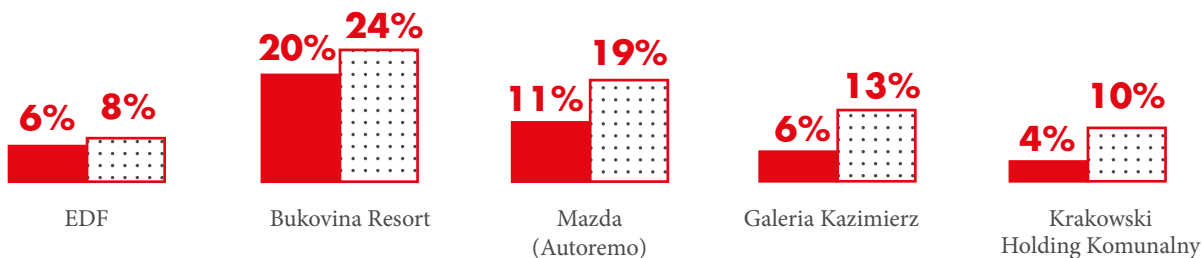
telewizja



Sponsorzy

Znajomość sponsorów festiwalu

■ spontaniczna ■ wspomagana



Najlepiej rozpoznawalny sponsor wydarzenia to Bukovina Resort: 20% respondentów wymieniało markę spontanicznie, a 24% – kiedy o nią dopytano (wspomagana znajomość).



Dotacje i wsparcie

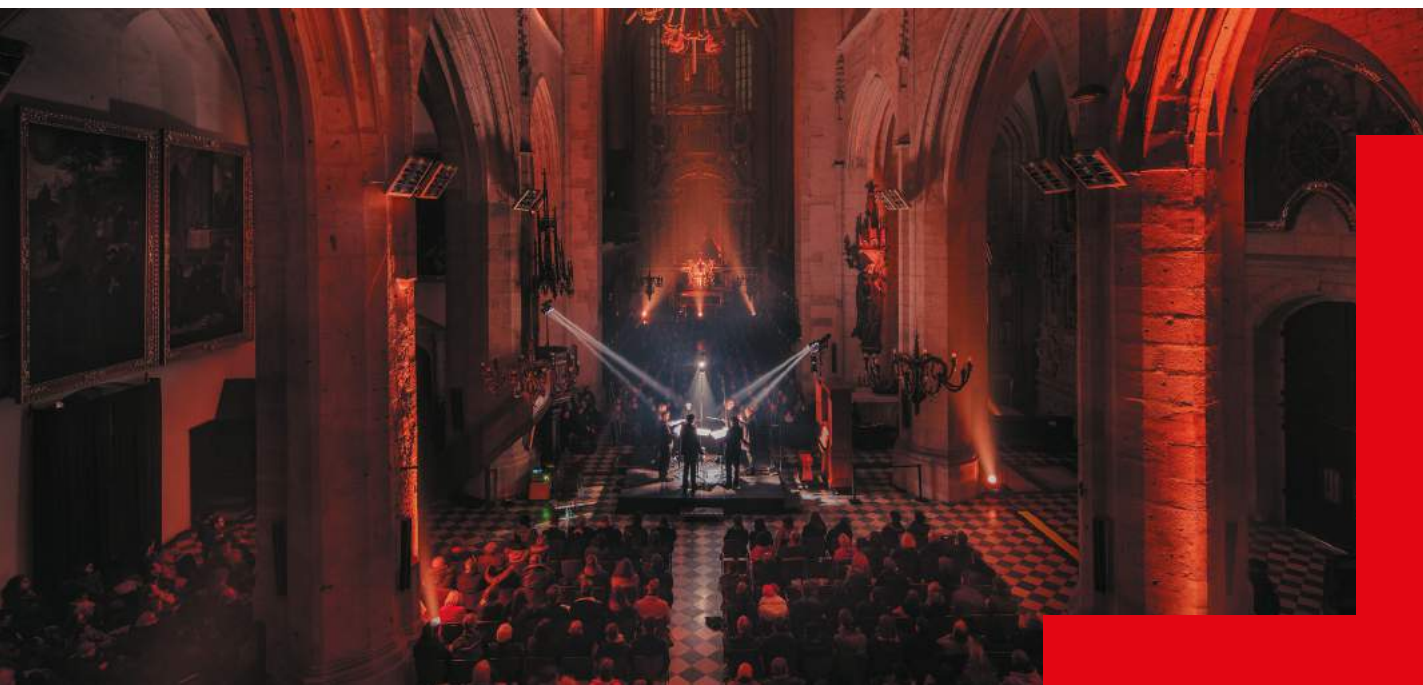
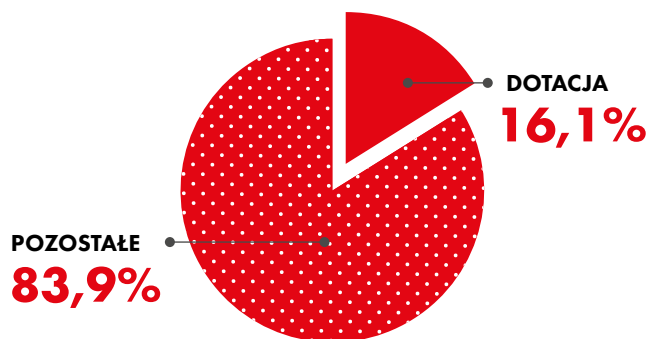
Festiwal Misteria Paschalia uzyskał dotacje od Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego oraz od Instytutu Francuskiego w Paryżu.

**Ministerstwo
Kultury
i Dziedzictwa
Narodowego**



Przekazane dotacje stanowiły 16,1% budżetu przedsięwzięcia. Całkowita kwota dotacji to 482 572 zł.

Udział dotacji w budżecie



Opinia o festiwalu

Zadowolenie z aspektów wydarzeń

z akustyki sali, w której odbywało się wydarzenie

90%

z organizacji wydarzenia

99%

z oprawy wizualnej wydarzenia

96%

z repertuaru muzycznego wydarzenia

97%

z artysty(ów)

99%

z terminu wydarzenia

97%

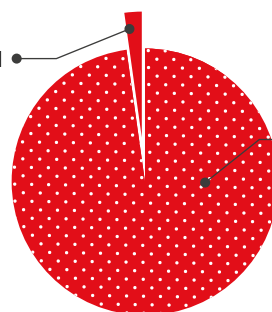
z ceny biletu na to wydarzenie

72%

Zadowolenie z festiwalu

POZOSTALI

2%



ZADOWOLENI

98%

Zadowolenie z wydarzeń

ZADOWOLENI

96%

POZOSTALI

4%

Zadowolenie z aspektów festiwalu

99%

z oferty koncertów

98%

z dostępu do informacji na temat festiwalu

88%

z kontaktu z obsługą festiwalu

Uczestnicy byli proszeni o ocenę prawdopodobieństwa tego, że **polecą festiwal swojej rodzinie i przyjaciołom** w skali od 0 („w ogóle nieprawdopodobne”) do 10 („bardzo prawdopodobne”). Na tej podstawie uczestników przyporządkowano do trzech grup: „**promotorów marki**” (oceny 9 i 10), „**neutralnych marce**” (oceny 7 i 8) oraz „**krytyków marki**” (oceny od 0 do 6). Skalę

przewagi „promotorów” nad „krytykami marki” uznaje się za siłę marki.

Zdecydowana **większość uczestników poleciłaby festiwal rodzinie i przyjaciołom** („promotorzy marki” stanowią 85% ogółu). 14% wskazało wartości neutralne, „krytycy marki” to 1% uczestników.

Skłonność do rekomendacji festiwalu

1%

krytycy

14%

neutralni

85%

promotorzy

Wpływ społeczny

MIESZKAŃCY KRAKOWA

Zdecydowana większość uczestników festiwalu mieszkających w Krakowie **zgodziła się ze stwierdzeniami**, że uczestnictwo w festiwalu realizuje ich potrzeby kulturalne

(98%), że obecność takich wydarzeń w mieście napawa ich dumą (97%) oraz że festiwal pozwala im ciekawie spędzać czas wolny z rodziną i znajomymi (93%).

Znaczenie festiwalu dla mieszkańców Krakowa

uczestnictwo w tym festiwalu jest dla mnie ważne z perspektywy moich potrzeb kulturalnych

98%

napawa mnie dumą, że Kraków organizuje takie festiwale

97%

festiwal jest dla mnie okazją do poznania i odkrywania nowych talentów, stylów, gatunków muzycznych

93%

festiwal jest dobrą okazją do spędzenia czasu z rodziną lub znajomymi

92%

udział w festiwalu nie ma znaczenia dla mojego ogólnego zadowolenia z życia w Krakowie

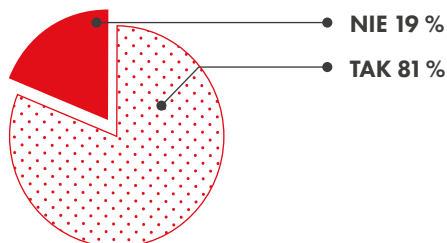
42%

PRZYJEZDNI

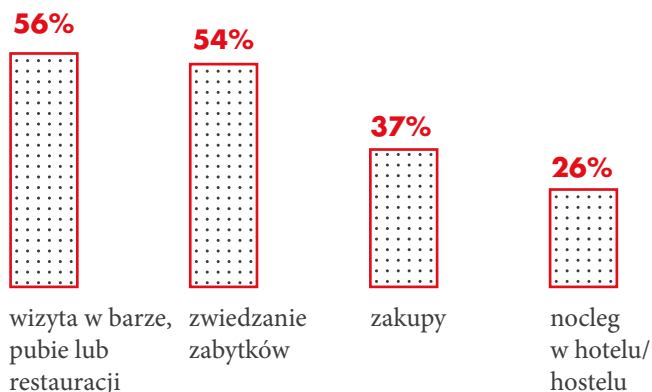
Na **pięć osób** spoza Krakowa uczestniczących w festiwalu **cztery przyjechały do Krakowa specjalnie na to wydarzenie** (81%). Ponad połowa przyjezdnych

odwiedzała również **obiekty gastronomiczne** (56%) i **zabytki** (54%).

Przyjazd specjalnie na festiwal (wśród osób spoza Krakowa)



Aktywność przyjezdnych w Krakowie



Wpływ ekonomiczny

Badanie wpływu ekonomicznego weryfikuje **oddziaływanie ekonomiczne realizacji festiwalu**. Według przyjętej metodologii założono, że:

- **efekt bezpośredni** festiwalu to bezpośrednie oddziaływanie na sytuację ekonomiczną organizatora,
- **efekt pośredni** to oddziaływanie ekonomiczne festiwalu na region przez uczestników jego realizacji (zaangażowane podmioty) oraz widownię (wydatki związane z udziałem) – pomniejszone o środki,

które zostały przekazane do podmiotów spoza regionu (tzw. współczynnik wyciekania),

- **efekt indukowany** to oddziaływanie mnożnikowe efektów pośrednich na region oszacowane na podstawie iloczynu efektów pośrednich i mnożnika keynesowskiego.

Wpływ ekonomiczny festiwalu na region jest sumą efektów pośrednich i indukowanych:

wpływ ekonomiczny

=

(wydatki organizatora x współczynnik wyciekania)

+

wydatki uczestników

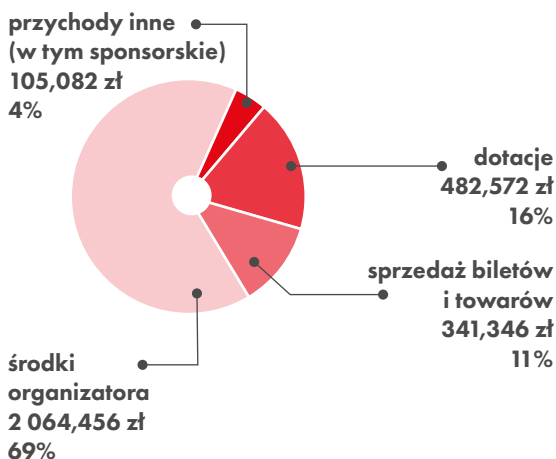
+

efekt indukowany

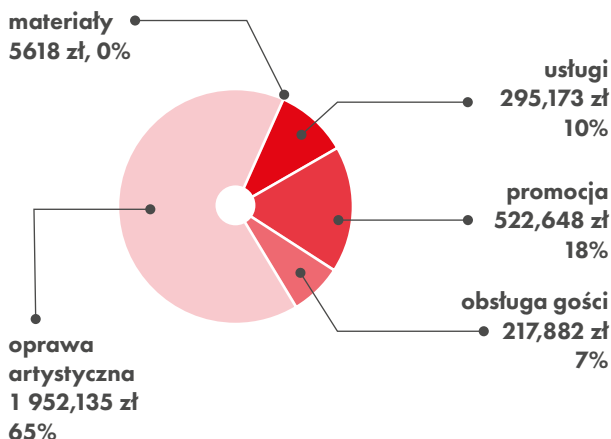
EFEKT BEZPOŚREDNI

Efekt bezpośredni festiwalu to jego **oddziaływanie** na sytuację ekonomiczną organizatora (Krakowskiego Biura Festiwalowego).

Struktura budżetu festiwalu



Struktura wydatków festiwalu



W budżecie festiwalu **największy udział miały środki organizatora** (69%). Sprzedaż biletów, dotacje oraz przychody sponsorskie były odpowiedzialne za pozostałe 31% budżetu.

7 588

sprzedanych biletów

100

zaangażowanych pracowników KBF

101

zatrudnionych osób na umowy cywilnoprawne

1 319 063 zł

wartości przychodów barterowych

341 346 zł

przychodu ze sprzedaży biletów i towarów

136

podmiotów współpracujących przy organizacji

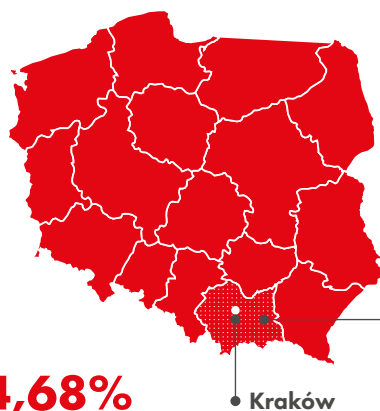
EFEKT POŚREDNI

Efekt pośredni to **ekonomiczne oddziaływanie** festiwalu oszacowane jako suma **wydatków organizatora** (pomniejszonych o wartość wynikającą ze współczynnika wyciekania) oraz **wydatków osób uczestniczących w festiwalu**.

2 993 456 zł

wydatki organizatora

Współczynnik wyciekania dotyczy wydatków organizatorów, które zostały poniesione poza obszarem powiatu, w którym został zorganizowany festiwal.



14,68%

Kraków

70,62%

zagranica

2,89%

woj. małopolskie

woj. małopolskie

11,82%

reszta Polski

85,32%

współczynnik wyciekania dla festiwalu

WYDATKI OSÓB UCZESTNICZĄCYCH

Mieszkańcy Krakowa wydawali przeciętnie 20 zł na uczestnictwo w festiwalu, natomiast osoby przyjezdne 150 zł (wraz z kosztami dojazdu). Ogółem suma wydatków uczestników festiwalu to 392 756,36 zł.

7 722

szacowana frekwencja koncertów festiwalowych

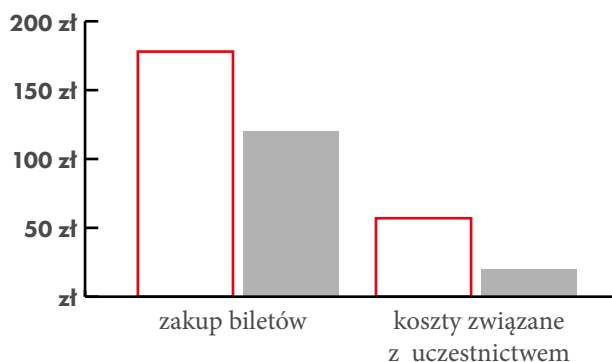
76%

uczestników to mieszkańcy Krakowa

24%

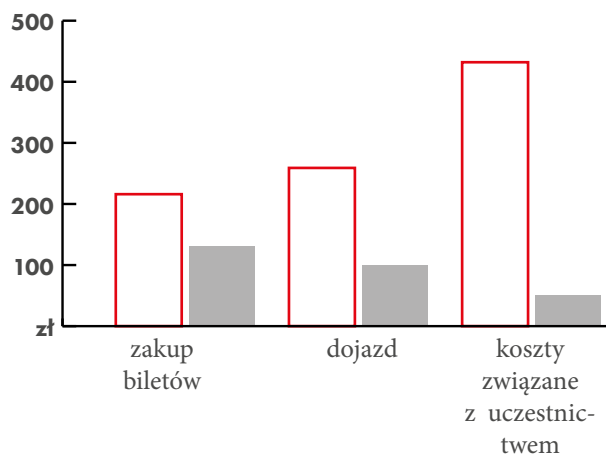
uczestników to osoby przyjezdne

Wydatki mieszkańców Krakowa (badania widowni)



□ średnia ■ mediana

Wydatki osób przyjezdnych (badania widowni)



Efekty pośrednie: suma wydatków organizatorów – pomniejszonych o wartość wynikającą ze współczynnika wyciekania – oraz wydatków uczestników:

2 113 907 zł

zagranica

918 624 zł

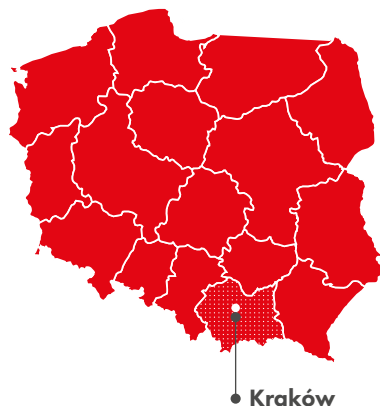
woj. małopolskie, w tym Kraków

832 100 zł

Kraków

353 681 zł

reszta Polski



EFEKT INDUKOWANY

Efekt indukowany to orientacyjny wpływ realizacji wydarzenia na gospodarkę regionu. Przyjęta wartość mnożnika to 1,6144.

1 483 027 zł

woj. małopolskie, w tym Kraków

1 343 341 zł

Kraków

570 982 zł

reszta Polski



EFEKT EKONOMICZNY

Efekt ekonomiczny to **skumulowany zasób finansowy**, który pojawił się w regionie w związku z organizacją i realizacją festiwalu, podawany w złotych. Jest to suma efektów pośrednich, rozumianych jako wydatki organizatora (pomniejszone o wartość wynikającą ze

współczynnika wyciekania) i wydatki uczestników, oraz efektów indukowanych. Z punktu widzenia gospodarki regionu efekt ekonomiczny to **zasób finansowy, który pojawił się dzięki realizacji festiwalu, a który nie pojawiłby się, jeżeli festiwal nie zostałby zorganizowany.**



2 401 651 zł

woj. małopolskie, w tym Kraków

2 175 440 zł

Kraków

924 663 zł

reszta Polski

ODDZIAŁYWANIE DOTACJI

Oszacowanie poziomu oddziaływania dotacji otrzymanych przez organizatora na realizację festiwalu polega na obliczeniu, w jakim stopniu dotacje finansują wydatki festiwalu. Na podstawie danych otrzymanych od organizatora dotacje finansują 16,19% wydatków festiwalu. Można zatem przyjąć, że odpowiadają one za wygenerowanie 16,19% efektów ekonomicznych.

536 232 zł efektu ekonomicznego
(proporcjonalnie do wielkości dotacji)

÷ 482 572 zł dotacji

= 1,11 poziomu oddziaływania dotacji

Biorąc pod uwagę oszacowane w raporcie dane można stwierdzić, że 1 zł otrzymanej przez organizatora festiwalu dotacji wygenerował 1,11 zł oddziaływania na terenie Polski.

3 326 315 zł

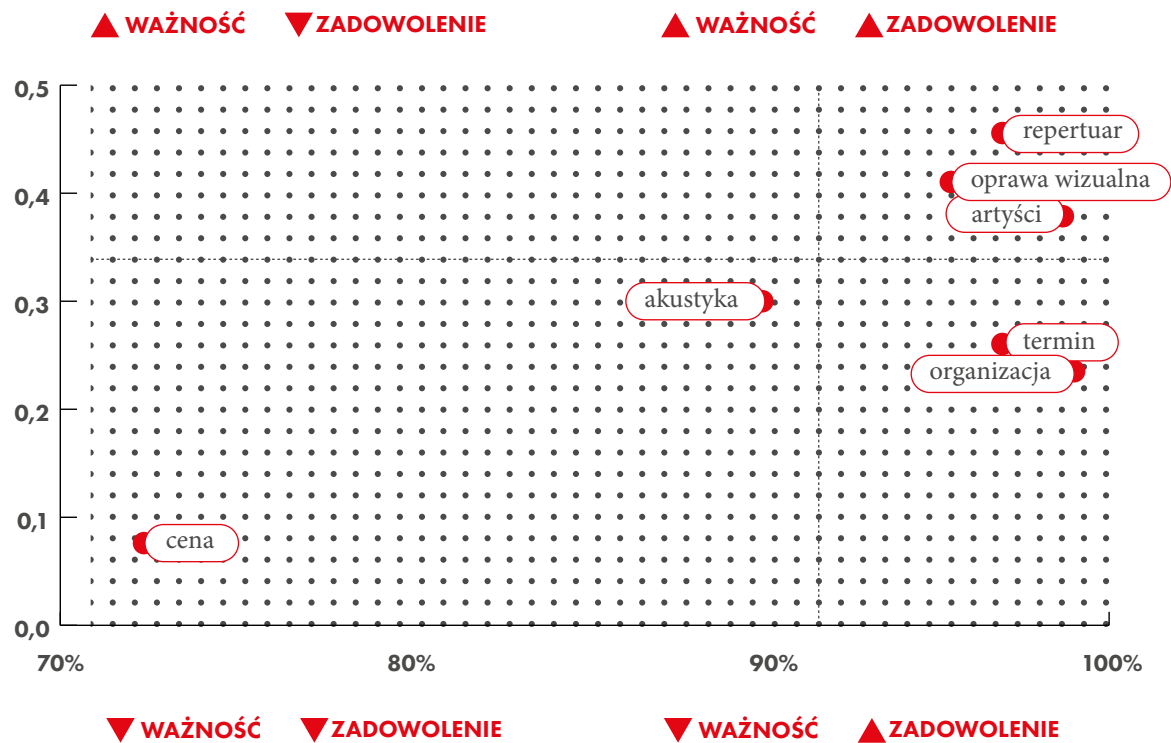
efekt ekonomiczny festiwalu

REKOMENDACJE

Analiza odpowiedzi uczestników na pytania o ocenę poszczególnych aspektów wydarzeń festiwalu pozwala na skonstruowanie **matrycy ważności zadowolenia** (według metodologii IPA – Importance-Performance

Analysis). Dzieli ona aspekty wydarzeń na ćwiartki niższego i wyższego zadowolenia uczestników oraz niższej i wyższej ważności tych aspektów.

MATRYCA WAŻNOŚCI I ZADOWOLENIA



Według matrycy poszczególne aspekty festiwalu można przyporządkować do następujących kategorii:

MOCNE STRONY	NIE WYMAGA ZMIAN – WARTĘ UTRZYMANIA	ROZWÓJ NIŻSZEGO PRIORYTETU	OBSZARY ROZWOJU
repertuar muzyczny oprawa wizualna dobór artystów	termin organizacja festiwalu	cena akustyka	×

FESTIWAL MUZYKI FILMOWEJ



O festiwalu

Festiwal Muzyki Filmowej to jeden z **najważniejszych tego typu festiwali na świecie**, organizowany przez Krakowskie Biuro Festiwalowe oraz RMF Classic. O niepowtarzalności imprezy decyduje unikalne łączenie najwyższej jakości interpretacji muzyki filmowej wykonywanej przez czołowych muzyków i orkiestry w połączeniu z wysokiej jakości obrazem filmowym. Monumentalne widowiska muzyczno-filmowe wyróżniają się śmiałością produkcyjną, innowacyjnością w sferze technologii dźwięku i obrazu, ale również rozmachem wykonawczym i wysokim poziomem artystycznym prezentowanych dzieł. Festiwal wyróżnia również coroczna obecność najwybitniejszych twórców i kompozytorów. Wydarzenia te nie mają sobie równych w Europie, również ze względu na różnorodną i liczną publiczność.

FMF to ważne spotkanie branżowe, a zarazem **miejsce światowych i polskich premier wielu dzieł muzyki filmowej**, nierzadko w obecności reżyserów i kompozytorów światowego formatu. Na festiwalu gościli m.in. zdobywcy Oscara: Elliot Goldenthal, Tan Dun, Howard Shore, Jan A.P. Kaczmarek, wybitni kompozytorzy Joe Hisaishi, Shigeru Umebayashi, Don Davis, Alberto Iglesias, Trevor Morris, Michał Lorenc, Wojciech Kilar,

Reinhold Heil, Jonny Klimek, Abel Korzeniowski, Eric Serra, reżyserzy: Tom Tykwer, Julie Taymor, Tomas Alfredson. Festiwal słynie przede wszystkim z produkcji symultanicznych prezentujących wielkie produkcje filmowe z muzyką wykonywaną na żywo przez wielkie składy orkiestrowe, a także z ekskluzywnych gali muzyki filmowej gromadzących największe osobowości świata wielkiego ekranu.

Jubileuszowa edycja FMF obejmowała wielką symfoniczną filmową (koncert monograficzny z muzyką Abela Korzeniowskiego, Gala Urodzinowa „All is Film Music” z największymi przebojami kina, suity z „Gwiezdných wojen” w wykonaniu FMF Youth Orchestra i FMF Youth Choir), improwizacje fortepianowe („Cinematic Piano” w interpretacji francuskiego pianisty Jeana-Michela Bernarda i jego gości), wielkie pokazy filmowe (plenerowy „Top Gun” Tony’ego Scotta, polska premiera dokumentu „Score: A Film Music Documentary” Matta Schradera, symultaniczne pokazy kultowych megahitów – „Niekończącej się opowieści” Wolfganga Petersena i „Titanica” Jamesa Camerona z muzyką na żywo) oraz spektakularne, plenerowe widowisko „Dance2Cinema: A Midnight Express with Giorgio Moroder”, z bohaterem wieczoru w roli DJ-a.

Festiwal w liczbach

32 729

uczestników całego festiwalu

10 lokalizacji

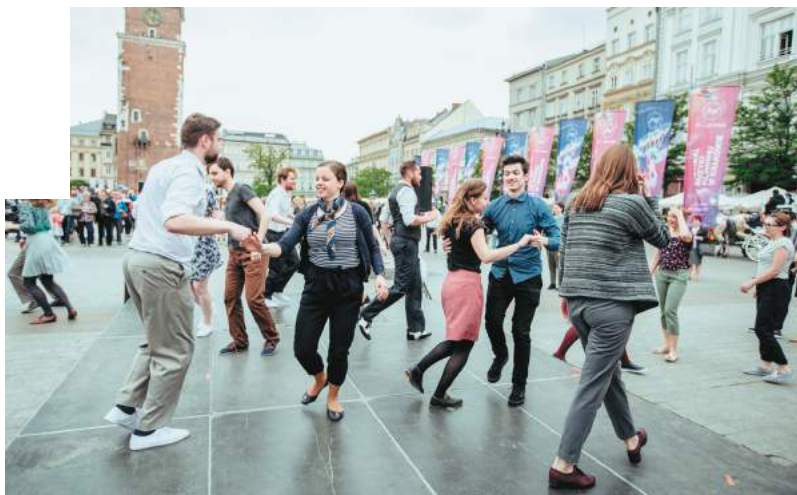
18 koncertów

70 wykonawców

2250

publikacji w mediach

6 dni



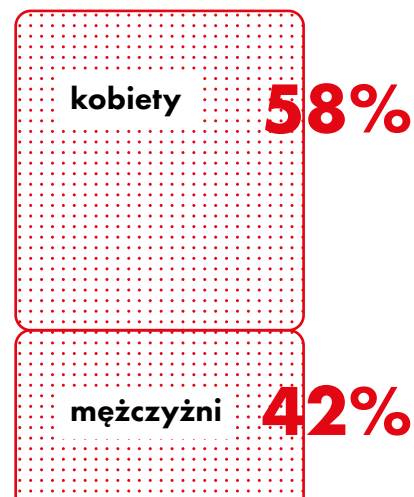
Widownia

Festiwal Muzyki Filmowej w 2017 roku odwiedziło 32 729 uczestników. Wśród nich dominowały kobiety (58%) oraz osoby w przedziale wiekowym 25-34 lata (45%). Średnia wieku uczestnika to 32 lata, a mediana – 30 lat.

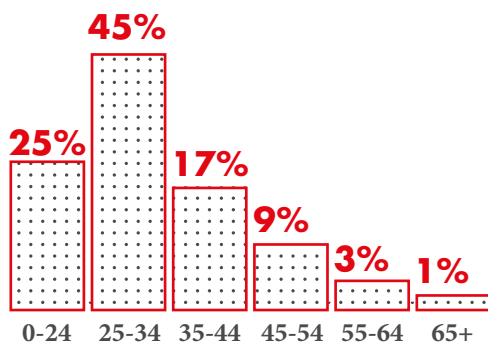
Wśród gości znalazło się 68% mieszkańców Krakowa oraz 32% osób przyjezdnych.

Zdecydowana większość uczestników to osoby pracujące (75%). Blisko jedna czwarta uczestników festiwalu to osoby uczące się lub studiujące (22%).

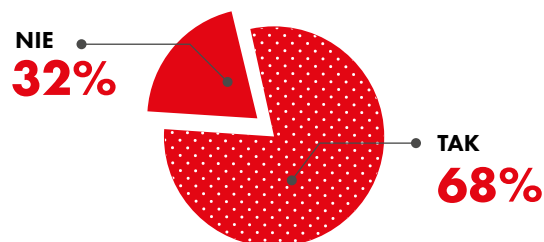
Płeć



Grupy wiekowe



Czy mieszka w Krakowie?



Status zawodowy

praca w pełnym wymiarze
68%

działalność gospodarcza
5%

emerytura/renta
2%

praca w niepełnym wymiarze
2%

uczeń/student
22%

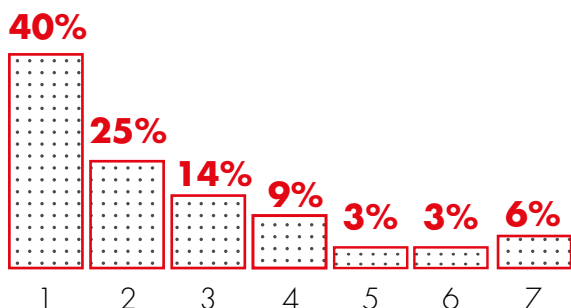
gospodarstwo domowe
1%

brak zatrudnienia
1%

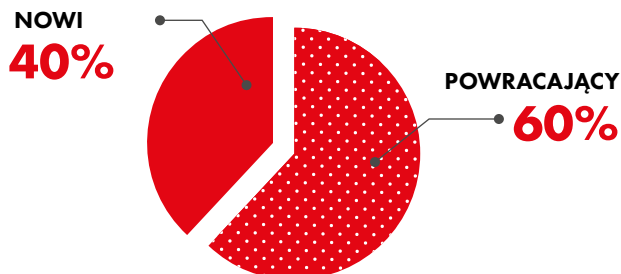
Uczestnictwo

Blisko dwie trzecie uczestników Festiwalu Muzyki Filmowej to widownia powracająca (60%). Dla powracających uczestników najczęściej była to druga lub trzecia edycja, w której brali udział (39% ogółu).

Liczba edycji festiwalu Muzyki Filmowej, w których respondent brał udział



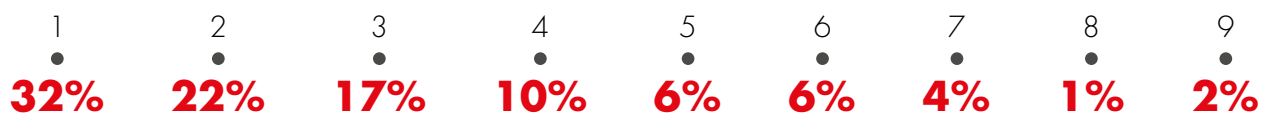
Uczestnictwo w festiwalu



Uczestnictwo tylko w jednym koncercie



Łączna liczba koncertów, w których uczestniczył respondent



Główne powody wyboru koncertu

rodzaj muzyki

60%

atmosfera tego festiwalu

47%

wspólny wypad ze znajomymi

23%

atrakcyjna lokalizacja

15%

nieznani dotąd artyści

13%

chęć „ukulturalnienia” się

11%

występ ulubionego artysty na żywo

22%

dobra zabawa

20%

dogodny termin

6%

Źródła wiedzy o festiwalu

Uczestnicy festiwalu najczęściej dowiadawali się o nim **od znajomych i rodziny** (42%), ze strony internetowej festiwalu (42%) oraz z doświadczenia uczestnictwa w poprzedniej edycji (30%).

42%

od znajomych/rodziny

42%

strona internetowa festiwalu

30%

z doświadczenia
z poprzednich edycji



12%

media społecznościowe

1%

prasa

11%

radio

1%

inna strona
internetowa

4%

reklama outdoorowa

0,4%

telewizja



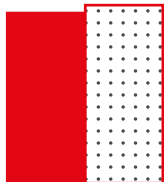
Sponsorzy

Najlepiej **rozpoznawalny sponsor** wydarzenia to Tauron: 86% respondentów wymieniało markę spontanicznie, a 91% – kiedy o nią dopytano (wspomagana znajomość).

Znajomość sponsorów festiwalu

■ spontaniczna ■ wspomagana

86% 91%



TAURON

40% 47%



Bukovina Resort

24% 35%



Galeria Kazimierz

9% 10%



Grupa Autoremo

Dotacje i wsparcie

Festiwal Muzyki Filmowej uzyskał dotacje od Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego oraz Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej.

Przekazane dotacje stanowiły 3,5% budżetu przedsiębiorstwa. Całkowita kwota dotacji to 140 000 zł.

Udział dotacji w budżecie

3,5 %



POLSKI INSTYTUT SZTUKI FILMOWEJ



MAŁOPOLSKA

Opinia o festiwalu

Zadowolenie z aspektów wydarzeń

z akustyki sali, w której odbywało się wydarzenie

95%

z organizacji wydarzenia

96%

z oprawy wizualnej wydarzenia

94%

z repertuaru muzycznego wydarzenia

96%

z artysty(ów)

98%

z terminu wydarzenia

98%

z ceny biletu na to wydarzenie

88%

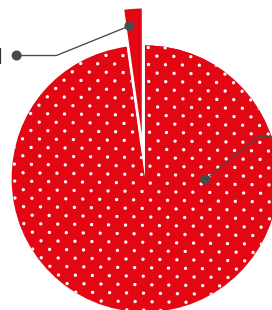
Zadowolenie z festiwalu

POZOSTALI

1%

ZADOWOLENI

99%



Zadowolenie z wydarzeń

ZADOWOLENI

97%

POZOSTALI

3%

Zadowolenie z aspektów festiwalu

98%

z oferty koncertów

96%

z dostępu do informacji na temat festiwalu

96%

z kontaktu z obsługą festiwalu

Uczestnicy byli proszeni o ocenę prawdopodobieństwa tego, że polecą festiwal swojej rodzinie i przyjaciołom w skali od 0 („w ogóle nieprawdopodobne”) do 10 („bardzo prawdopodobne”). Na tej podstawie uczestników przyporządkowano do trzech grup: „promotorów marki” (oceny 9 i 10), „neutralnych marce” (oceny 7 i 8) oraz „krytyków marki” (oceny od 0 do 6). Skalę

przewagi „promotorów” nad „krytykami marki” uznaje się za siłę marki.

Zdecydowana większość uczestników **poleciłaby festiwal rodzinie i przyjaciołom** („promotorzy marki” stanowią 91% ogółu). 8% wskazało wartości neutralne, „krytycy marki” to 1% uczestników.

Skłonność do rekomendacji festiwalu

1%

krytycy

8%

neutralni

91%

promotorzy



Wpływ społeczny

MIESZKAŃCY KRAKOWA

Zdecydowana większość uczestników festiwalu mieszkających w Krakowie **zgodziła się ze stwierdzeniami**, że festiwal pozwala im ciekawie spędzać czas wolny z rodzi-

ną i znajomymi (99%), uczestnictwo w festiwalu realizuje ich potrzeby kulturalne (98%) oraz że obecność takich wydarzeń w mieście napawa ich dumą (97%).

Znaczenie festiwalu dla mieszkańców Krakowa

uczestnictwo w tym festiwalu jest dla mnie ważne z perspektywy moich potrzeb kulturalnych

98%

napawa mnie dumą, że Kraków organizuje takie festiwale

97%

festiwal jest dla mnie okazją do poznania i odkrywania nowych talentów, stylów, gatunków muzycznych

90%

festiwal jest dobrą okazją do spędzenia czasu z rodziną lub znajomymi

99%

udział w festiwalu nie ma znaczenia dla mojego ogólnego zadowolenia z życia w Krakowie

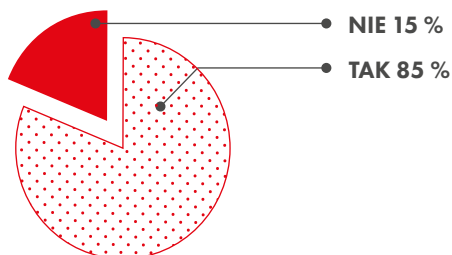
40%

PRZYJEZDNI

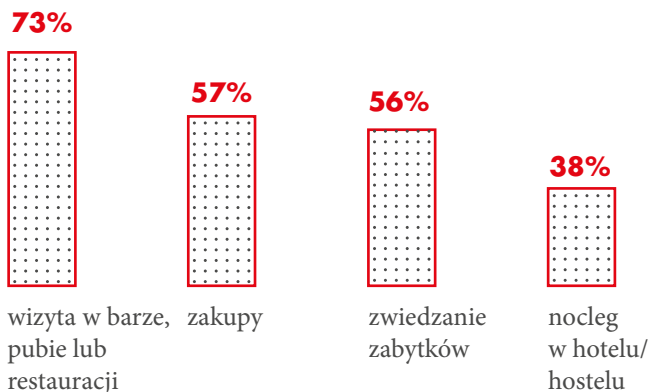
85% osób spoza Krakowa uczestniczących w festiwalu **przyjechało do Krakowa specjalnie na to wydarzenie**. Najczęściej wskazywaną aktywnością w Krakowie

wśród osób przyjezdnych była: wizyta w barze, pubie lub restauracji (73%), zakupy (57%) oraz zwiedzanie zabytków (56%).

Przyjazd specjalnie na festiwal (wśród osób spoza Krakowa)



Aktywność przyjezdnych w Krakowie



Wpływ ekonomiczny

Badanie wpływu ekonomicznego weryfikuje **oddziaływanie ekonomiczne realizacji festiwalu**. Według przyjętej metodologii założono, że:

- **efekt bezpośredni** festiwalu to bezpośrednie oddziaływanie na sytuację ekonomiczną organizatora,
- **efekt pośredni** to oddziaływanie ekonomiczne festiwalu na region przez uczestników jego realizacji (zaangażowane podmioty) oraz widownię (wydatki związane z udziałem) – pomniejszone o środki,

które zostały przekazane do podmiotów spoza regionu (tzw. współczynnik wyciekania),

- **efekt indukowany** to oddziaływanie mnożnikowe efektów pośrednich na region oszacowane na podstawie iloczynu efektów pośrednich i mnożnika keynesowskiego.

Wpływ ekonomiczny festiwalu na region jest sumą efektów pośrednich i indukowanych:

wpływ ekonomiczny

=

(wydatki organizatora x współczynnik wyciekania)

+

wydatki uczestników

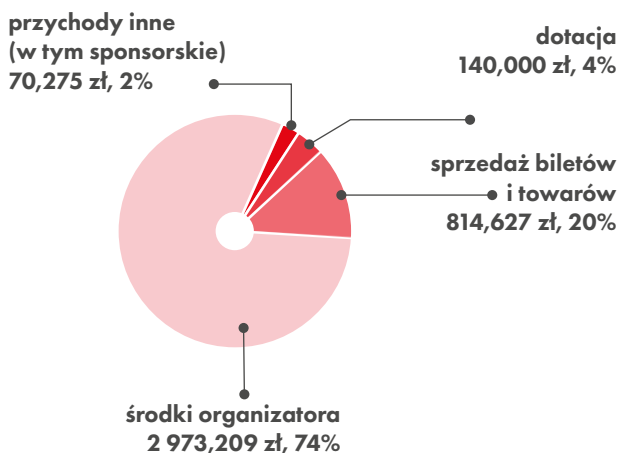
+

efekt indukowany

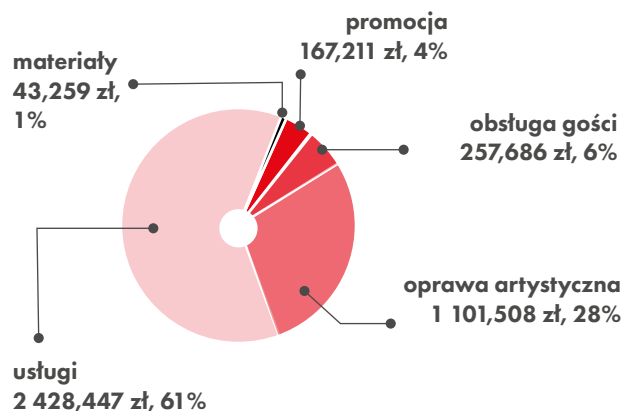
EFEKT BEZPOŚREDNI

Efekt bezpośredni festiwalu to jego **oddziaływanie** na sytuację ekonomiczną organizatora (Krakowskiego Biura Festiwalowego).

Struktura budżetu festiwalu



Struktura wydatków festiwalu



W budżecie festiwalu **największy udział miały zakupy pozostałych usług na potrzeby realizacji festiwalu (61%).**

24 171

sprzedanych biletów

150

zaangażowanych
pracowników KBF

112

zatrudnionych osób na
umowy cywilnoprawne

653 243 zł

wartości przychodów barterowych

814 627 zł

przychody ze sprzedaży
biletów i towarów

279

podmiotów współpracują-
cych przy organizacji

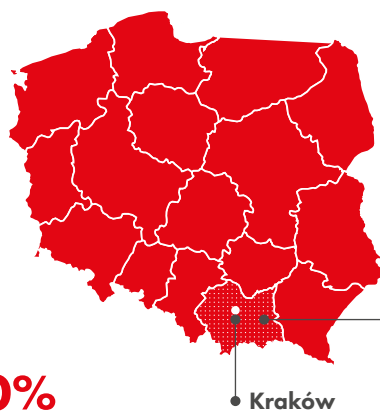
EFEKT POŚREDNI

Efekt pośredni to **ekonomiczne oddziaływanie** festiwalu oszacowane jako suma **wydatków organizatora** (pomniejszonych o wartość wynikającą ze współczynnika wyciekania) oraz **wydatków osób uczestniczących w festiwalu.**

3 998 111 zł

wydatki organizatora

Współczynnik wyciekania dotyczy wydatków organizatorów, które zostały poniesione poza obszarem powiatu, w którym został zorganizowany festiwal.



40%

Kraków

22%

zagranica

24%

reszta Polski

14%

woj. małopolskie

60%

współczynnik wyciekania dla festiwalu

WYDATKI OSÓB UCZESTNICZĄCYCH

Mieszkańcy Krakowa wydawali przeciętnie 30 zł na uczestnictwo w festiwalu, natomiast osoby przyjezdne 270 zł (wraz z kosztami dojazdu). Ogółem suma wydatków uczestników festiwalu to **2 403 107 zł**.

22 501

szacowanej frekwencji na koncertach festiwalowych

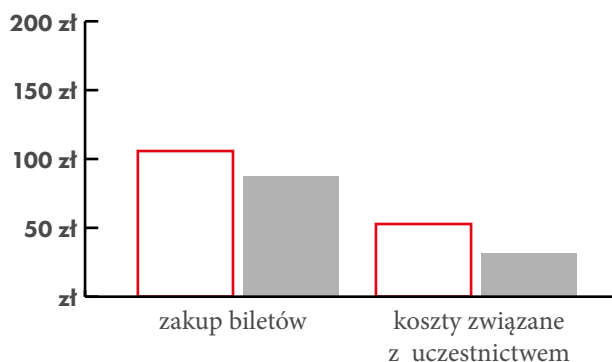
68%

uczestników to mieszkańcy Krakowa

32%

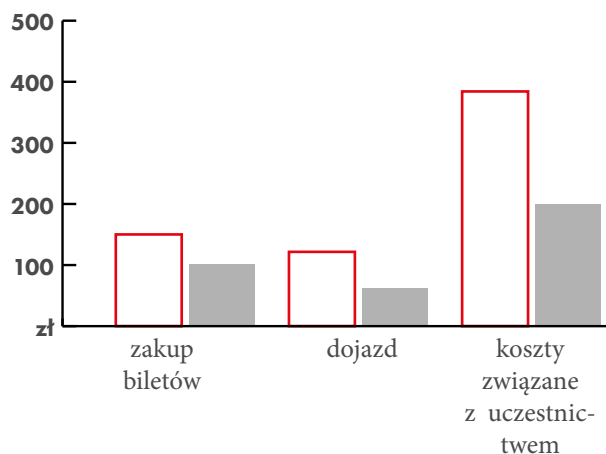
uczestników to osoby przyjezdne

Wydatki mieszkańców Krakowa (badania widowni)

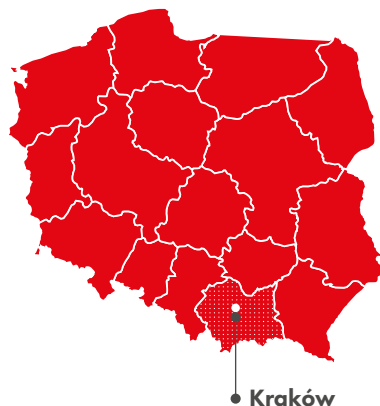


□ średnia ■ mediana

Wydatki osób przyjezdnych (badania widowni)



Efekty pośrednie: suma wydatków organizatorów – pomniejszonych o wartość wynikającą ze współczynnika wyciekania – oraz wydatków uczestników:



897 055 zł

zagranica

4 542 556 zł

woj. małopolskie, w tym Kraków

3 996 785 zł

Kraków

961 607 zł

reszta Polski

EFEKT INDUKOWANY

Efekt indukowany to orientacyjny wpływ realizacji wydarzenia na gospodarkę regionu. Przyjęta wartość mnożnika to 1,6144.

7 333 503 zł

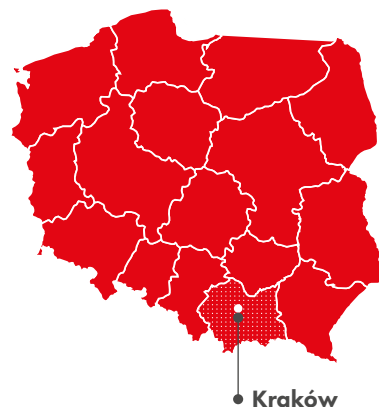
woj. małopolskie, w tym Kraków

6 452 409 zł

Kraków

1 552 418 zł

reszta Polski



EFEKT EKONOMICZNY

Efekt ekonomiczny to **skumulowany zasób finansowy**, który pojawił się w regionie w związku z organizacją i realizacją festiwalu, podawany w złotych. Jest to suma efektów pośrednich, rozumianych jako wydatki organizatora (pomniejszone o wartość wynikającą ze

współczynnika wyciekania) i wydatki uczestników, oraz efektów indukowanych. Z punktu widzenia gospodarki regionu efekt ekonomiczny to **zasób finansowy, który pojawił się dzięki realizacji festiwalu, a który nie pojawiłby się, jeżeli festiwal nie zostałby zorganizowany.**



11 876 060 zł

woj. małopolskie, w tym Kraków

10 449 194 zł

Kraków

2 514 025 zł

reszta Polski

14 390 085 zł

efekt ekonomiczny festiwalu

ODDZIAŁYWANIE DOTACJI

Oszacowanie poziomu oddziaływania dotacji otrzymanych przez organizatora na realizację festiwalu polega na obliczeniu, w jakim stopniu dotacje finansują wydatki festiwalu. Na podstawie danych otrzymanych od organizatora dotacje finansują 3,5% wydatków festiwalu. Można zatem przyjąć, że odpowiadają one za wygenerowanie 3,5% efektów ekonomicznych.

503 891 zł efektu ekonomicznego
(proporcjonalnie do wielkości dotacji)
÷ 140 000 zł dotacji
= 3,6 poziomu oddziaływania dotacji

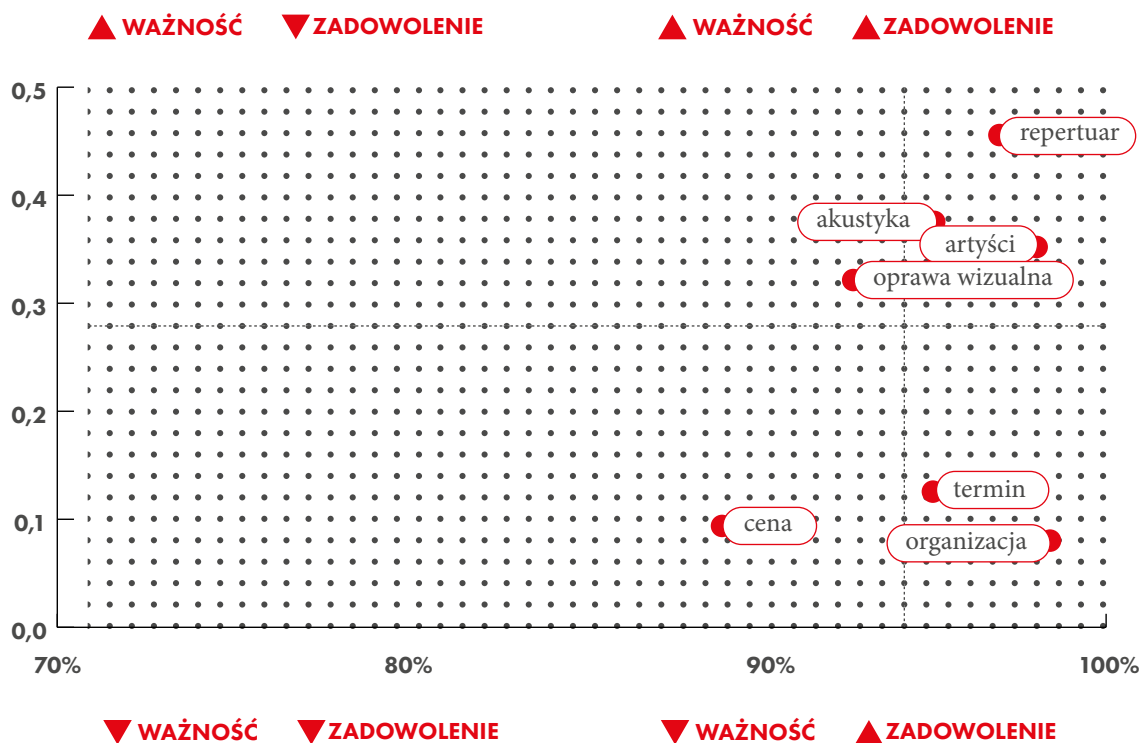
Biorąc pod uwagę oszacowane w raporcie dane można stwierdzić, że 1 zł otrzymanej przez organizatora festiwalu dotacji wygenerował 3,6 zł oddziaływania na terenie Polski.

REKOMENDACJE

Analiza odpowiedzi uczestników na pytania o ocenę poszczególnych aspektów wydarzeń festiwalu pozwala na skonstruowanie **matrycy ważności zadowolenia** (według metodologii IPA – Importance-Performance

Analysis). Dzieli ona aspekty wydarzeń na ćwiartki niższego i wyższego zadowolenia uczestników oraz niższej i wyższej ważności tych aspektów.

MATRYCA WAŻNOŚCI I ZADOWOLENIA



festiwal muzyki filmowej – raport z badań

Według matrycy poszczególne aspekty festiwalu można przyporządkować do następujących **kategorii**:

MOCNE STRONY	NIE WYMAGA ZMIAN – WARTĘ UTRZYMANIA	ROZWÓJ NIŻSZEGO PRIORYTETU	OBSZARY ROZWOJU
repertuar muzyczny akustyka artyści	termin organizacja festiwalu	cena	oprawa wizualna

WIANKI - ŚWIĘTO MUZYKI



O festiwalu

Wianki – Święto Muzyki zanurzają uczestników w muzycznej różnorodności. Formuła imprezy odwołuje się do **francuskiego Fête de la Musique** – czym zachęca wszystkich uczestników do wielkiego świętowania. W tym dniu w Krakowie każdy znajdzie coś dla siebie! Program główny Wianków – Święta Muzyki wypełniają **dźwięki płynące z kilku scen w różnych częściach miasta**. Lwia część programu przygotowana jest wraz z krakowskimi klubami i organizacjami, pokazując potencjał kulturalny Krakowa. Impreza to również wiele wydarzeń dla dzieci: warsztaty muzyczne, plecenia wianków, koncerty i spektakle to tylko niektóre z nich.

Wszystkie wydarzenia w ramach **Wianków – Święta Muzyki są bezpłatne i otwarte**. Siłą wydarzenia jest muzyka grana na żywo. W programie nie brakuje dodatkowych atrakcji i stałych punktów tego miejskiego święta, jakimi są tradycyjny konkurs na najpiękniejszy wianek i wspólne puszczanie wianków na Wiśle.

Największe wydarzenia edycji 2017 odbyły się w obrębie Starego Miasta. Najgłośniejsza scena (Hard Rock Cafe Kraków) zlokalizowana została w samym sercu miasta: zaśpiewali tu Julia Marcell, Korteż, Sorry Boys czy Taco Hemingway. Wystąpili również profesorowie urologii ze znanego krakowskiego zespołu EndoPower, którzy często podkreślają wymiar społeczny swoich koncertów. Znani wykonawcy zagościli także na scenach Krakowskiej (m.in. Pod Budą, Sinfonietta Cracovia), Debiutantów (Piotr Ziola) czy Jazzowej (Włodek Pawlik, Wacław Zimpel, Atom String Quartet).

Nie zrezygnowano też z odniesień do tradycji nocy świętojańskiej – w tym konkursu na najpiękniejszy wianek. Powstające na żywo, stanowiące symbol panieństwa kwieciste kompozycje podziwiano w godzinach popołudniowych na Bulwarze Czerwieńskim. Tutaj też późnym wieczorem niebo rozbłysło feerią barw – wszystko za sprawą 20-minutowego pokazu pirotechnicznego.

Festiwal w liczbach

wianki – święto muzyki – raport z badań



36 570

uczestników całego festiwalu

4 500

sztucznych ogni

33

artystów

9

scen



60

koncertów

50

konkursowych
wianków

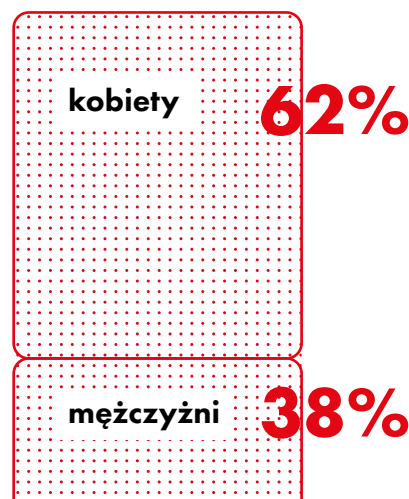
Widownia

Wianki w 2017 roku odwiedziło **36 570 uczestników**, przy czym szacuje się, że łącznie przez imprezę przewinęło się około **160 000 osób**. Wśród nich dominowały kobiety (62%) oraz osoby z najniższej kategorii wiekowej (24 lata i mniej; 44%). Średnia wieku uczestnika to 28 lat, a mediana – 26 lat.

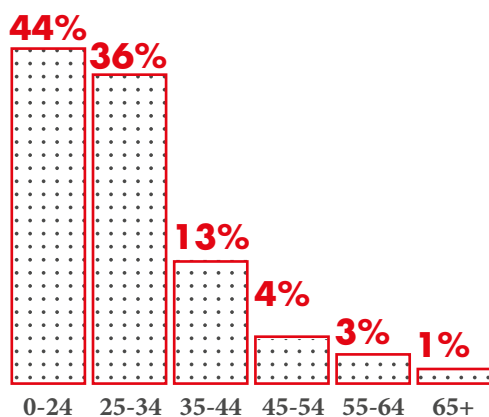
Wśród gości znalazło się 69% **mieszkańców Krakowa** oraz 31% **osób przyjezdnych**.

Ponad połowa uczestników festiwalu to **osoby aktywne zawodowo** (58%). Zwraca uwagę znaczna liczba **osób uczących się i studiujących** (38%).

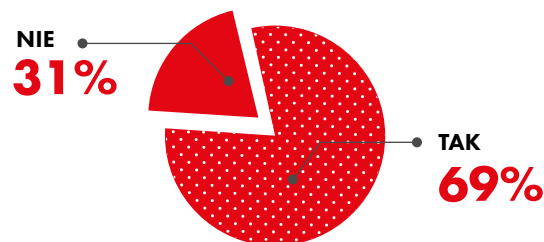
Płeć



Grupy wiekowe



Czy mieszka w Krakowie?



Status zawodowy

praca w pełnym wymiarze
47%

działalność gospodarcza
5%

emerytura/renta
2%

praca w niepełnym wymiarze
6%

uczeń/student
38%

gospodarstwo domowe
1%

brak zatrudnienia
1%

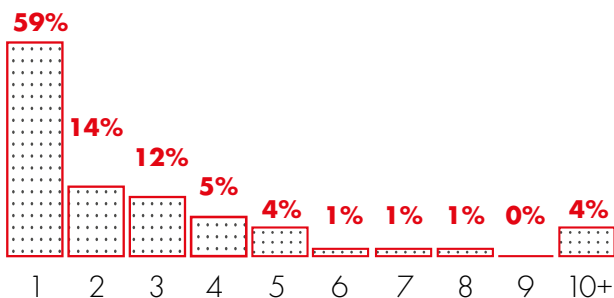
Uczestnictwo

Ponad połowa uczestników festiwalu Wianki to osoby, które brały udział w festiwalu po raz pierwszy (59%). Dla powracających uczestników najczęściej była to druga lub trzecia edycja, w której brali udział (26% ogółu).

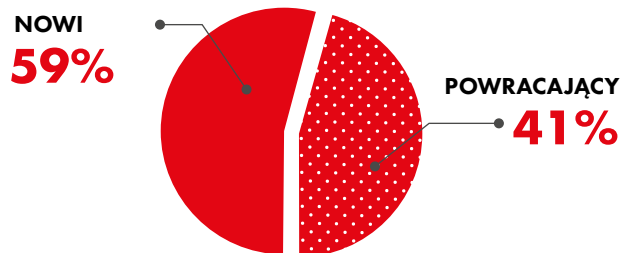
Blisko dwie trzecie uczestników brało udział w więcej niż jednym wydarzeniu festiwalu (58%).

Uczestnicy festiwalu najczęściej wskazywali, że najczęstszą motywacją do wyboru koncertu była chęć **wspólnego wyjścia ze znajomymi** (51%), chęć zobaczenia ulubionego artysty na żywo (33%) oraz sympatia do prezentowanego rodzaju muzyki (27%).

Liczba edycji festiwalu Wianki, w których respondent brał udział



Uczestnictwo w festiwalu



Uczestnictwo tylko w jednym koncercie

NIE 58%

JESZCZE NIE WIEM 20%

TAK 22%

Główne powody wyboru koncertu

rodzaj muzyki

27%

atrakcyjna lokalizacja

17%

występ ulubionego artysty na żywo

33%

atmosfera tego festiwalu

24%

nieznani dotąd artyści

25%

dobra zabawa

26%

przypadkowy udział w koncercie

8%

wspólny wypad ze znajomymi

51%

chęć „ukulturalnienia” się

13%

dogodny termin

16%

inne

1%

Źródła wiedzy o festiwalu

43%

Facebook

Uczestnicy festiwalu najczęściej dowiadawali się o nim z mediów społecznościowych (Facebook – 43%), od znajomych lub rodziny (39%) oraz ze strony internetowej festiwalu (32%).

39%

od znajomych/rodziny

32%

strona internetowa festiwalu



14%

z doświadczenia
z poprzednich edycji

13%

reklama outdoorowa

7%

nie wiedziałem

6%

przechodziłem(am) i się
zatrzymałem(am)

1% radio

1% prasa

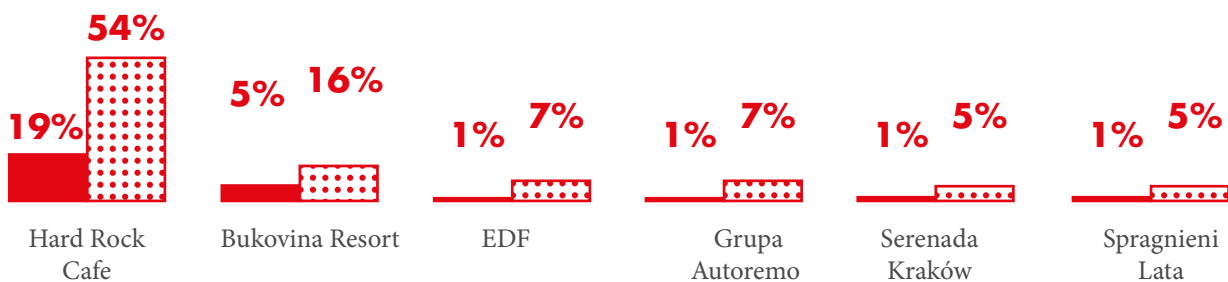
1% telewizja

1% inna strona
internetowa

Sponsorzy

Znajomość sponsorów festiwalu

■ spontaniczna ■ wspomagana



Najlepiej **rozpoznawalny** sponsor wydarzenia to Hard Rock Cafe: 19% respondentów wymieniało markę spontanicznie, a 54% – kiedy o nią dopytano (wspomagana znajomość).



Opinia o festiwalu

Zadowolenie z aspektów wydarzeń

z akustyki miejsca

84%

z repertuaru muzycznego
wydarzenia

78%

z organizacji
wydarzenia

85%

z artysty(ów)

80%

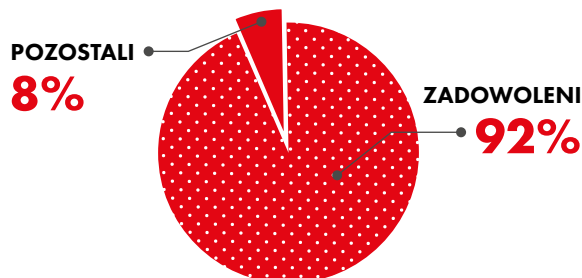
z oprawy wizualnej
wydarzenia

70%

z terminu wydarzenia

93%

Zadowolenie z festiwalu



Zadowolenie z wydarzeń

ZADOWOLENI

93%

POZOSTALI

7%

Zadowolenie z aspektów festiwalu

78%

z oferty
koncertów

75%

z dostępu do informacji
na temat festiwalu

58%

z kontaktu
z obsługą festiwalu

Uczestnicy byli proszeni o ocenę prawdopodobieństwa tego, że **polecą festiwal swojej rodzinie i przyjaciołom** w skali od 0 („w ogóle nieprawdopodobne”) do 10 („bardzo prawdopodobne”). Na tej podstawie uczestników przyporządkowano do trzech grup: „**promotorów marki**” (oceny 9 i 10), „**neutralnych marce**” (oceny 7 i 8) oraz „**krytyków marki**” (oceny od 0 do 6). Skalę

przewagi „promotorów” nad „krytykami marki” uznaje się za siłę marki.

Ponad jedna trzecia uczestników **poleciłaby festiwal rodzinie i przyjaciołom** („promotorzy marki” stanowią 38% ogółu). 40% wskazało wartości neutralne, „krytycy marki” to 22% uczestników.

Skłonność do rekomendacji festiwalu

22%

krytycy

40%

neutralni

38%

promotorzy



Wpływ społeczny

MIESZKAŃCY KRAKOWA

Zdecydowana większość uczestników festiwalu mieszkających w Krakowie zgodziła się ze stwierdzeniami, że festiwal to dobra okazja do spędzenia czasu z rodziną i znajomymi (94%), że obecność takich wydarzeń w mie-

ście napawa ich dumą (81%) oraz że udział w imprezie ma znaczenie dla ich ogólnego zadowolenia z życia w Krakowie (76%).

Znaczenie festiwalu dla mieszkańców Krakowa

uczestnictwo w tym festiwalu jest dla mnie ważne z perspektywy moich potrzeb kulturalnych

64%

napawa mnie dumą, że Kraków organizuje takie festiwale

81%

festiwal jest dla mnie okazją do poznania i odkrywania nowych talentów, stylów, gatunków muzycznych

73%

festiwal jest dobrą okazją do spędzenia czasu z rodziną lub znajomymi

94%

udział w festiwalu ma znaczenie dla mojego ogólnego zadowolenia z życia w Krakowie

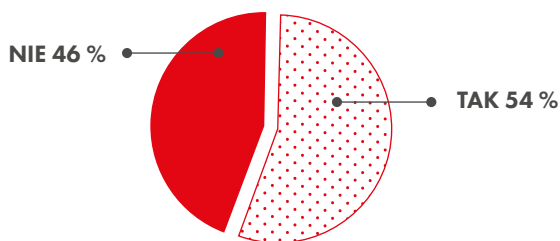
76%

PRZYJEZDNI

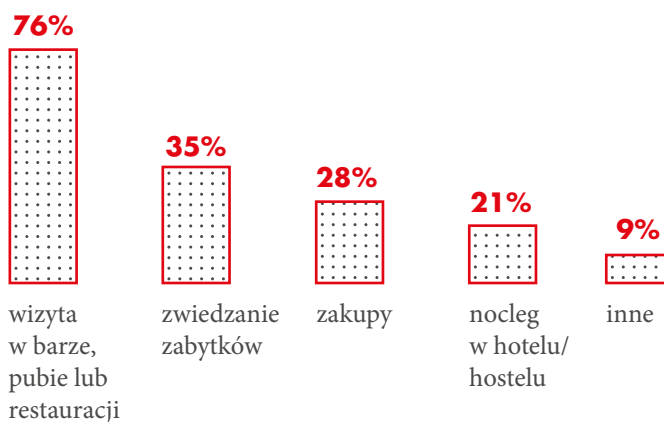
54% osób spoza Krakowa uczestniczących w festiwalu przyjechało do Krakowa specjalnie na to wydarzenie. Najczęściej wskazywana aktywność w Krakowie wśród

osób przyjezdnych to: wizyta w barze, pubie lub restauracji (76%), zwiedzanie zabytków (35%) oraz zakupy (28%).

Przyjazd specjalnie na festiwal (wśród osób spoza Krakowa)



Aktywność przyjezdnych w Krakowie



Wpływ ekonomiczny

Badanie wpływu ekonomicznego weryfikuje **oddziaływanie ekonomiczne realizacji festiwalu**. Według przyjętej metodologii założono, że:

- **efekt bezpośredni** festiwalu to bezpośrednie oddziaływanie na sytuację ekonomiczną organizatora,
- **efekt pośredni** to oddziaływanie ekonomiczne festiwalu na region przez uczestników jego realizacji (zaangażowane podmioty) oraz widownię (wydatki związane z udziałem) – pomniejszone o środki,

które zostały przekazane do podmiotów spoza regionu (tzw. współczynnik wyciekania),

- **efekt indukowany** to oddziaływanie mnożnikowe efektów pośrednich na region oszacowane na podstawie iloczynu efektów pośrednich i mnożnika keynesowskiego.

Wpływ ekonomiczny festiwalu na region jest sumą efektów pośrednich i indukowanych:

wpływ ekonomiczny

=

(wydatki organizatora x współczynnik wyciekania)

+

wydatki uczestników

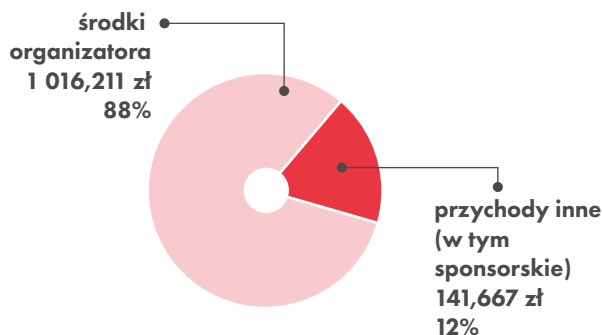
+

efekt indukowany

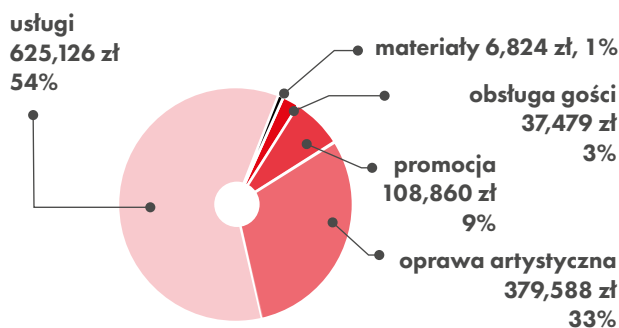
EFEKT BEZPOŚREDNI

Efekt bezpośredni festiwalu to jego **oddziaływanie** na sytuację ekonomiczną organizatora (Krakowskiego Biura Festiwalowego).

Struktura budżetu festiwalu



Struktura wydatków festiwalu



W budżecie festiwalu **największy udział miał zakup usług związanych z organizacją i realizacją festiwalu** (54%).

65

zaangażowanych
pracowników KBF

22

zatrudnionych osób na
umowy cywilnoprawne

37 921 zł

wartości przychodów barterowych

101

podmiotów współpracujących
przy organizacji

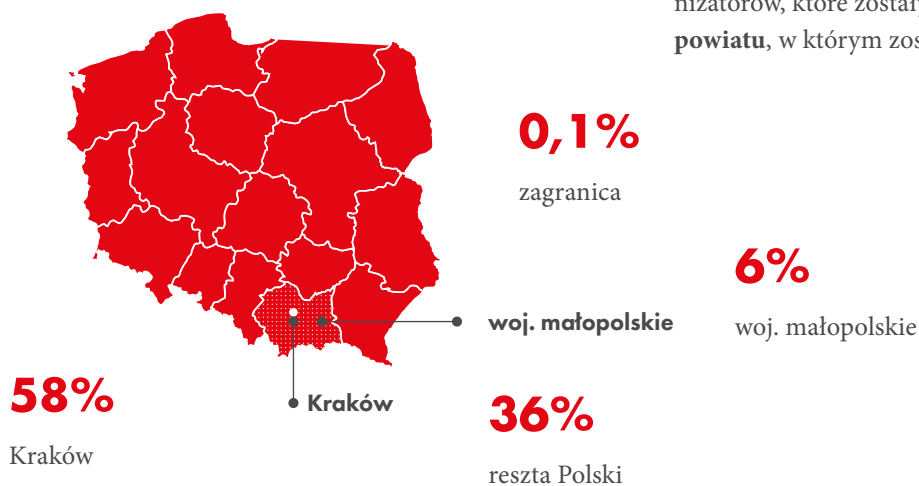
EFEKT POŚREDNI

Efekt pośredni to **ekonomiczne oddziaływanie** festiwalu oszacowane jako suma **wydatków organizatora** (pomniejszonych o wartość wynikającą ze współczynnika wyciekania) oraz **wydatków osób uczestniczących w festiwalu**.

1 157 877 zł

wydatki organizatora

Współczynnik wyciekania dotyczy wydatków organizatorów, które zostały poniesione **poza obszarem powiatu**, w którym został zorganizowany festiwal.



42%

współczynnik wyciekania dla festiwalu

WYDATKI OSÓB UCZESTNICZĄCYCH

Mieszkańcy Krakowa wydawali przeciętnie 6,8 zł na uczestnictwo w festiwalu, natomiast osoby przyjezdne 100 zł (wraz z kosztami dojazdu). Ogółem suma wydatków uczestników festiwalu to **1 305 256 zł**.

36 570

szacowanej frekwencji na koncertach festiwalowych

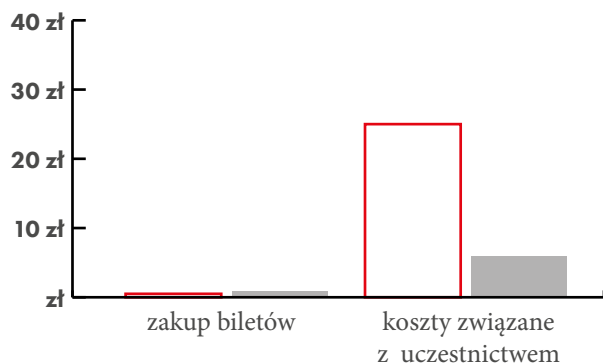
69%

uczestników to mieszkańcy Krakowa

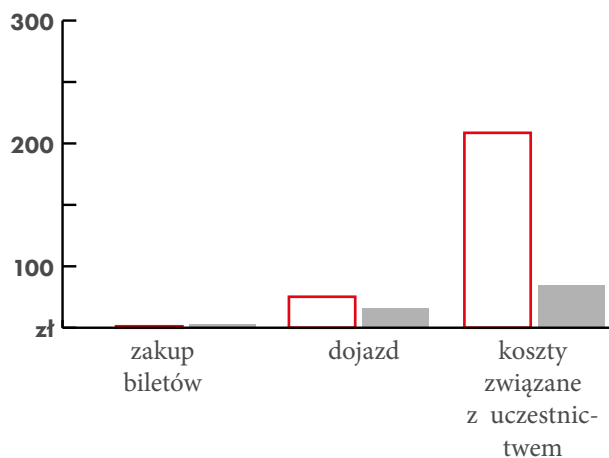
31%

uczestników to osoby przyjezdne

Wydatki mieszkańców Krakowa (badania widowni)

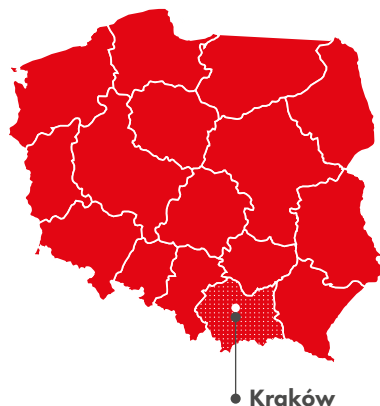


Wydatki osób przyjezdnych (badania widowni)



□ średnia ■ mediana

Efekty pośrednie: suma wydatków organizatorów – pomniejszonych o wartość wynikającą ze współczynnika wyciekania – oraz wydatków uczestników:



1 314 zł

zagranica

2 046 403 zł

woj. małopolskie, w tym Kraków

1 976 277 zł

Kraków

415 416 zł

reszta Polski

EFEKT INDUKOWANY

Efekt indukowany to orientacyjny wpływ realizacji wydarzenia na gospodarkę regionu. Przyjęta wartość mnożnika to 1,6144.

3 303 713 zł

woj. małopolskie, w tym Kraków

3 190 502 zł

Kraków

670 648 zł

reszta Polski



EFEKT EKONOMICZNY

Efekt ekonomiczny to **skumulowany zasób finansowy**, który pojawił się w regionie w związku z organizacją i realizacją festiwalu, podawany w złotych. Jest to suma efektów pośrednich, rozumianych jako wydatki organizatora (pomniejszone o wartość wynikającą ze

współczynnika wyciekania) i wydatki uczestników, oraz efektów indukowanych. Z punktu widzenia gospodarki regionu efekt ekonomiczny to **zasób finansowy, który pojawił się dzięki realizacji festiwalu, a który nie pojawiłby się, jeżeli festiwal nie zostałby zorganizowany.**



5 350 116 zł

woj. małopolskie, w tym Kraków

5 166 780 zł

Kraków

1 086 064 zł

reszta Polski

6 436 180 zł

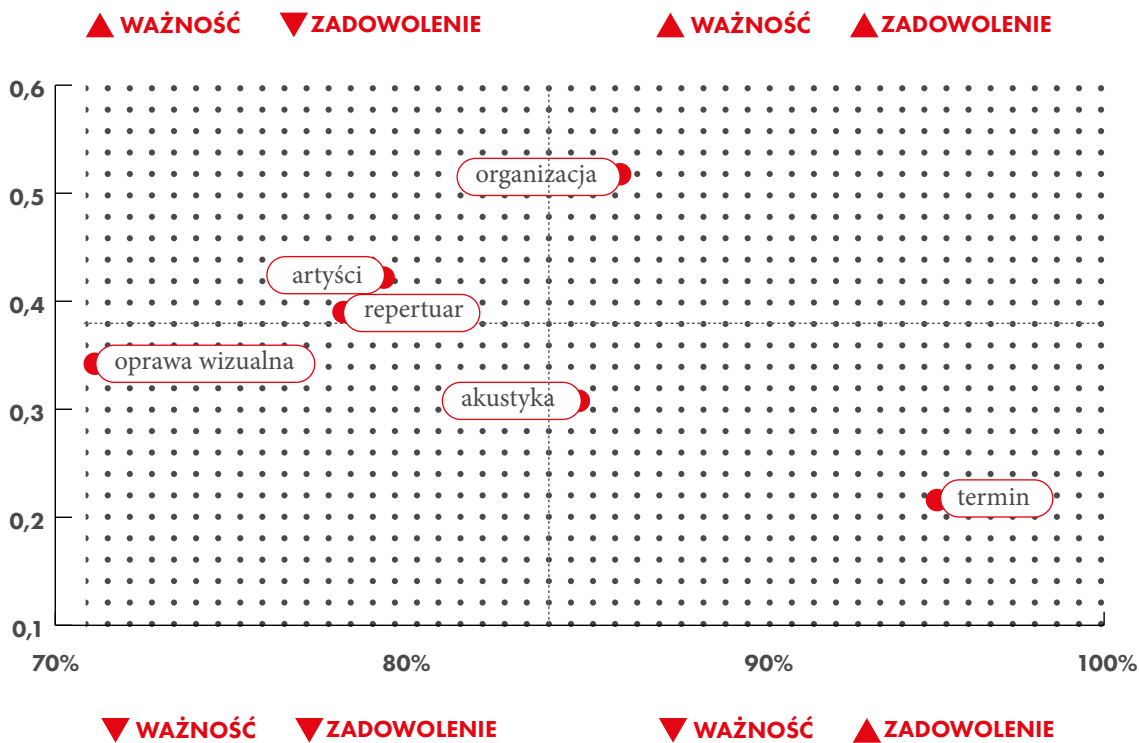
efekt ekonomiczny festiwalu

REKOMENDACJE

Analiza odpowiedzi uczestników na pytania o ocenę poszczególnych aspektów wydarzeń festiwalu pozwala na skonstruowanie **matrycy ważności zadowolenia** (według metodologii IPA – Importance-Performance

Analysis). Dzieli ona aspekty wydarzeń na ćwiartki niższego i wyższego zadowolenia uczestników oraz niższej i wyższej ważności tych aspektów.

MATRYCA WAŻNOŚCI I ZADOWOLENIA



Według matrycy poszczególne aspekty festiwalu można przyporządkować do następujących kategorii:

MOCNE STRONY	NIE WYMAGA ZMIAN – WARTĘ UTRZYMANIA	ROZWÓJ NIŻSZEGO PRIORYTETU	OBSZARY ROZWOJU
organizacja festiwalu	akustyka termin	oprawa wizualna	artyści repertuar

SACRUM PROFANUM



O festiwalu

Festiwal Sacrum Profanum to międzynarodowy projekt, który zyskał status jednego z najciekawszych wydarzeń muzycznych Europy. **Prezentuje muzykę najnowszą**, stawia sobie za cel zacieranie granic pomiędzy muzyką współczesną, traktowaną nierzadko jako trudna i niezrozumiała, a zdobyczami ambitnej sceny rozrywkowo-eksperymentalnej. Początkowo festiwal zestawiał muzykę świecką i sakralną, wykonując ją w klasycznych salach koncertowych, kościołach, ale i sceneriach postindustrialnych hali walcowni Huty ArcelorMittal, w której odbywały się wielkie widowiska – m.in. „Carmina Burana”, „Romeo i Julia” i „Bernstein”. Od trzeciej edycji festiwal koncentrował się na prezentowaniu muzyki XIX i XX w. wg klucza narodowego – rosyjskiej (2005), francuskiej (2006), amerykańskiej (2007), niemieckiej (2008), brytyjskiej (2009), nordyckiej (2010), ponownie amerykańskiej (2011) i polskiej (2012) w arcy mistrzowskich wykonaniach najlepszych zespołów specjalizujących się w muzyce współczesnej. Kolejne edycje kładły nacisk na realizacji interdyscyplinarnych projektów uznanych twórców różnych gatunków muzyki współczesnej i rozrywkowej. Formuła Sacrum Profanum zmieniła się po raz kolejny w 2016 roku, otwierając program na liczne muzyczne eksperymenty oraz operę, wystawy czy instalacje audio art, a także kie-

rując się w stronę szerszej widowni (w tym do dzieci). Stylistycznie program tworzy alchemiczną mieszankę trzech nurtów: **od XX-wiecznej muzyki współczesnej, przez awangardę, aż po nurt indie classical.**

Edycja 2017 roku przebiegała pod hasłem **Wszystko jest Ważne!** Wszystkie elementy programu uznano za jednakowo cenne: festiwal miał dać szansę poznania nowych artystów i doświadczenia nowych estetyk. Wybrano interesujące postaci Juliusa Eastmana, Moondoga, Alvina Luciera, Iancu Dumitrescu, Any-Marii Avram i Jennifer Walshe, wokół których zbudowano intrygujące i świeże narracje. W tym odważnie zakrojonym programie nie było łatwych i oczywistych wyborów, zagłębienie się w nim miało jednak wynagrodzić trud i zaangażowanie uczestnika. Warto przytoczyć kontekst i inspiracje festiwalu w 2017 roku: to przede wszystkim Rok Awangardy z ważnymi wystawami odbywającymi się w całym kraju, nieznane oblicza minimalizmu, ale też humor i zmysłowość muzyki współczesnej oraz wątki takie, jak wczesna elektronika, improwizacja w kompozycji, próba ukonstytuowania post indie classical i wreszcie postinternet z jego czołową przedstawicielką, autorką znamiennej kompozycji „Everything is Important” – Jennifer Walshe.

Festiwal w liczbach

4 107

uczestników całego festiwalu

20 koncertów

8 lokalizacji



6

dni

19

premier światowych

24

premiery polskie

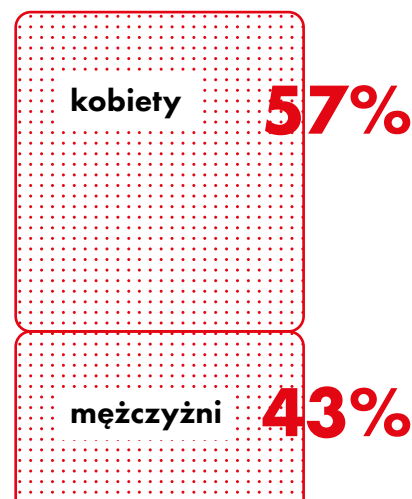
Widownia

Festiwal Sacrum Profanum w 2017 roku odwiedziło **4 107 uczestników**. Wśród nich dominowały kobiety (57%) oraz osoby w przedziale wiekowym 25-34 lata (47%). Średnia wieku uczestnika to 33 lata, a mediana – 32 lata.

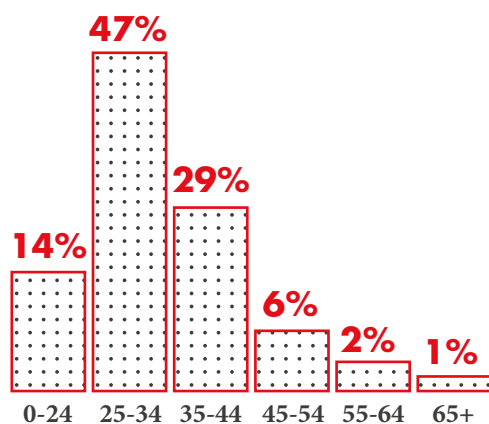
Wśród gości znalazło się 86% **mieszkańców Krakowa** oraz 14% **osób przyjezdnych**.

Zdecydowana większość uczestników to **osoby aktywne zawodowo** (85%).

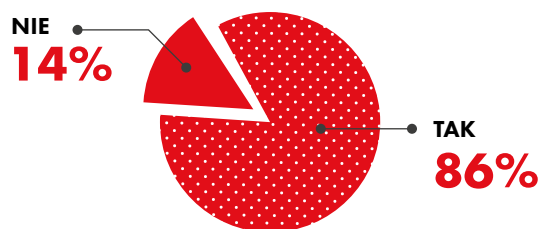
Płeć



Grupy wiekowe



Czy mieszka w Krakowie?



Status zawodowy

praca w pełnym wymiarze

71%

praca w niepełnym wymiarze

6%

działalność gospodarcza

8%

uczeń/student

12%

emerytura/renta

1%

gospodarstwo domowe

2%

brak zatrudnienia

0%

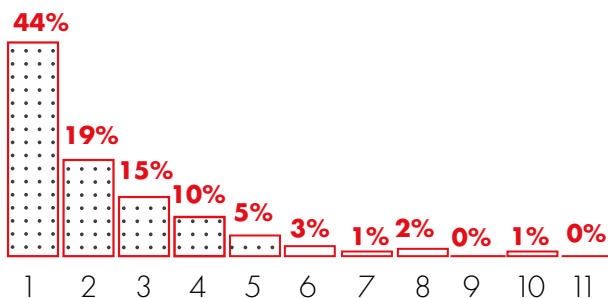
Uczestnictwo

Ponad połowa uczestników festiwalu Sacrum Profanum to **widownia powracająca** (56%). Dla powracających uczestników najczęściej była to druga lub trzecia edycja, w której brali udział (34% ogółu).

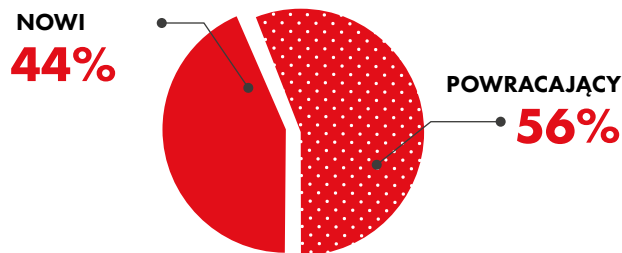
Blisko dwie trzecie uczestników brało udział w **więcej niż jednym wydarzeniu festiwalu** (58%).

Uczestnicy festiwalu najczęściej wybierali wydarzenia ze względu na **chęć poznania nowych artystów** (39%), **atmosferę festiwalu** (33%) oraz **sympatię wobec prezentowanego rodzaju muzyki** (31%).

Liczba edycji festiwalu Sacrum Profanum, w których respondent brał udział



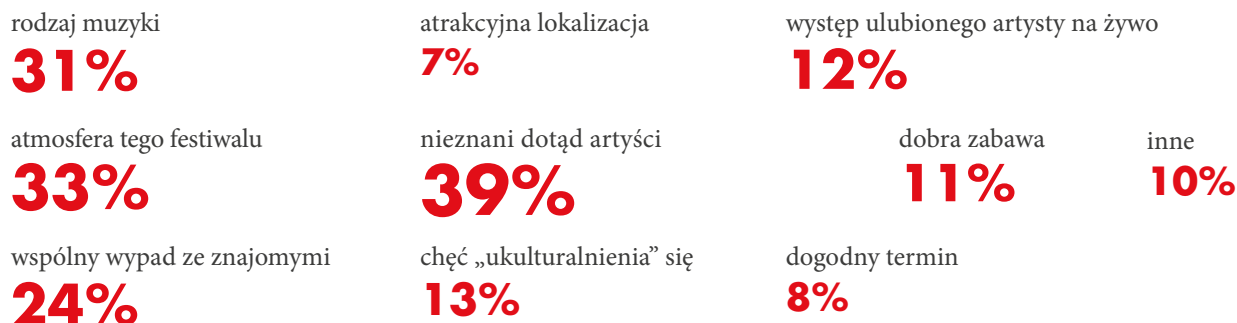
Uczestnictwo w festiwalu



Uczestnictwo tylko w jednym koncercie



Główne powody wyboru koncertu



Źródła wiedzy o festiwalu

Uczestnicy festiwalu najczęściej dowiadawali się o nim ze strony internetowej festiwalu (49%), od znajomych lub rodziny (37%) oraz z doświadczenia uczestnictwa w poprzedniej edycji (32%).

49%

strona internetowa festiwalu

37%

od znajomych/rodziny

32%

z doświadczenia
z poprzednich edycji



sacrum profanum – raport z badań

21%

reklama outdoorowa

1%

prasa

18%

media społecznościowe

1%

inna strona
internetowa

8%

radio

0%

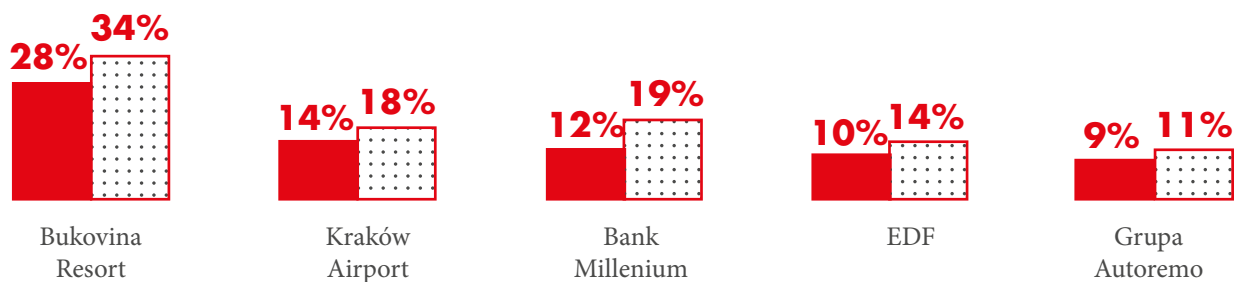
telewizja



Sponsorzy

Znajomość sponsorów festiwalu

■ spontaniczna ■ wspomagana



Najlepiej **rozpoznawalny sponsor** wydarzenia to Bukovina Resort: 28% respondentów wymieniało markę spontanicznie, a 34% – kiedy o nią dopytano (wspomagana znajomość).



Opinia o festiwalu

Zadowolenie z aspektów wydarzeń

z akustyki sali, w której odbywało się wydarzenie

93%

z repertuaru muzycznego wydarzenia

83%

z organizacji wydarzenia

89%

z artysty(ów)

91%

z terminu wydarzenia

93%

z oprawy wizualnej wydarzenia

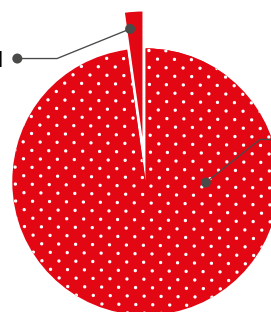
86%

z ceny biletu na to wydarzenie

84%

Zadowolenie z festiwalu

POZOSTALI
8%



ZADOWOLENI
92%

Zadowolenie z wydarzeń

ZADOWOLENI

81%

POZOSTALI

19%

Zadowolenie z aspektów festiwalu

88%

z oferty koncertów

90%

z dostępu do informacji na temat festiwalu

94%

z kontaktu z obsługą festiwalu

Uczestnicy byli proszeni o ocenę prawdopodobieństwa tego, że **polecą festiwal swojej rodzinie i przyjaciołom** w skali od 0 („w ogóle nieprawdopodobne”) do 10 („bardzo prawdopodobne”). Na tej podstawie uczestników przyporządkowano do trzech grup: „**promotorów marki**” (oceny 9 i 10), „**neutralnych marce**” (oceny 7 i 8) oraz „**krytyków marki**” (oceny od 0 do 6). Skalę

przeważa „promotorów” nad „krytykami marki” uznaje się za siłę marki.

Zdecydowana większość uczestników **poleciłaby festiwal rodzinie i przyjaciołom** („promotorzy marki” stanowią 57% ogółu). 29% wskazało wartości neutralne, „krytycy marki” to 13% uczestników.

Skłonność do rekomendacji festiwalu

13%
krytycy

29%
neutralni

57%
promotorzy

Wpływ społeczny

MIESZKAŃCY KRAKOWA

Zdecydowana większość uczestników festiwalu mieszkających w Krakowie zgodziła się ze stwierdzeniami, że festiwal jest okazją do poznania i odkrywania nowych talentów, stylów i gatunków muzycznych (95%), że obec-

ność takich wydarzeń w mieście napawa ich dumą (93%) oraz że uczestnictwo w festiwalu jest ważne dla nich z perspektywy ich potrzeb kulturalnych (93%).

Znaczenie festiwalu dla mieszkańców Krakowa

uczestnictwo w tym festiwalu jest dla mnie ważne z perspektywy moich potrzeb kulturalnych

93%

napawa mnie dumą, że Kraków organizuje takie festiwale

93%

festiwal jest dla mnie okazją do poznania i odkrywania nowych talentów, stylów, gatunków muzycznych

95%

festiwal jest dobrą okazją do spędzenia czasu z rodziną lub znajomymi

85%

udział w festiwalu nie ma znaczenia dla mojego ogólnego zadowolenia z życia w Krakowie

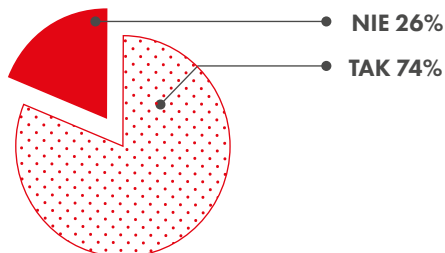
25%

PRZYJEZDNI

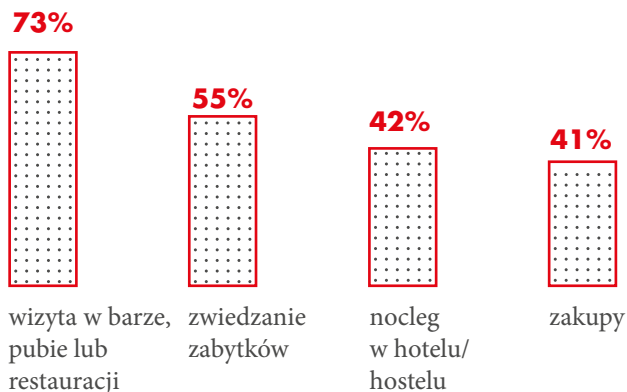
74% osób spoza Krakowa uczestniczących w festiwalu **przyjechało do Krakowa specjalnie na to wydarzenie**. Najczęściej wskazywana aktywność w Krakowie wśród

osób przyjezdnych to: wizyta w barze, pubie lub restauracji (73%), zwiedzanie zabytków (55%) oraz nocleg w hotelu lub hostelu (42%).

Przyjazd specjalnie na festiwal (wśród osób spoza Krakowa)



Aktywność przyjezdnych w Krakowie



Wpływ ekonomiczny

Badanie wpływu ekonomicznego weryfikuje **oddziaływanie ekonomiczne realizacji festiwalu**. Według przyjętej metodologii założono, że:

- **efekt bezpośredni** festiwalu to bezpośrednie oddziaływanie na sytuację ekonomiczną organizatora,
- **efekt pośredni** to oddziaływanie ekonomiczne festiwalu na region przez uczestników jego realizacji (zaangażowane podmioty) oraz widownię (wydatki związane z udziałem) – pomniejszone o środki,

które zostały przekazane do podmiotów spoza regionu (tzw. współczynnik wyciekania),

- **efekt indukowany** to oddziaływanie mnożnikowe efektów pośrednich na region oszacowane na podstawie iloczynu efektów pośrednich i mnożnika keynesowskiego.

Wpływ ekonomiczny festiwalu na region jest sumą efektów pośrednich i indukowanych:

wpływ ekonomiczny

=

(wydatki organizatora x współczynnik wyciekania)

+

wydatki uczestników

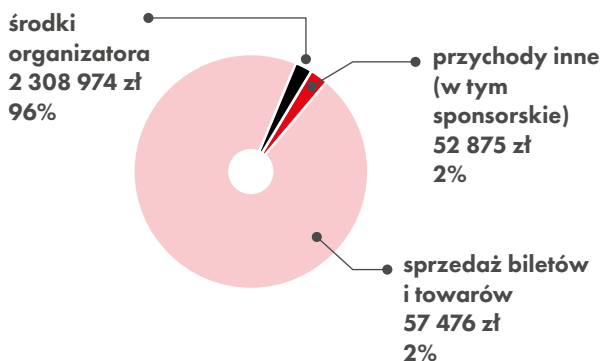
+

efekt indukowany

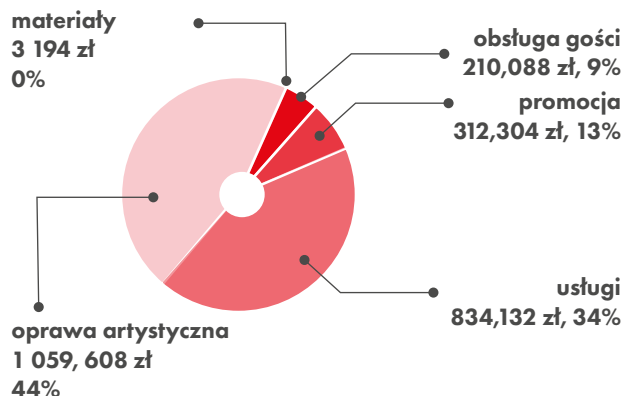
EFEKT BEZPOŚREDNI

Efekt bezpośredni festiwalu to jego **oddziaływanie** na sytuację ekonomiczną organizatora (Krakowskiego Biura Festiwalowego).

Struktura budżetu festiwalu



Struktura wydatków festiwalu



W budżecie festiwalu **największy udział miały koszty związane z oprawą artystyczną (44%).**

1 643

sprzedanych biletów

100

zaangażowanych
pracowników KBF

88

zatrudnionych osób na
umowy cywilnoprawne

102 884 zł

wartości przychodów barterowych

57 476 zł

przychodu ze sprzedaży
biletów i towarów

197

podmiotów współpracują-
cych przy organizacji

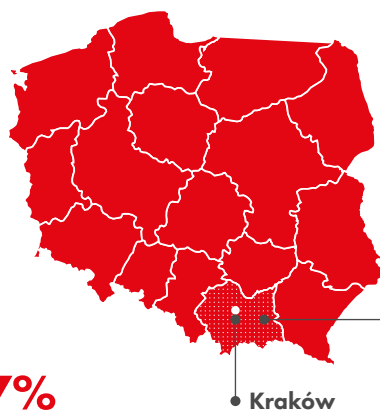
EFEKT POŚREDNI

Efekt pośredni to **ekonomiczne oddziaływanie** festiwalu oszacowane jako suma **wydatków organizatora** (pomniejszonych o wartość wynikającą ze współczynnika wyciekania) oraz **wydatków osób uczestniczących w festiwalu.**

2 419 325 zł

wydatki organizatora

Współczynnik wyciekania dotyczy wydatków organizatorów, które zostały poniesione **poza obszarem powiatu**, w którym został zorganizowany festiwal.



27%

Kraków

39%

zagranica

woj. małopolskie

9%

woj. małopolskie

25%

reszta Polski

73%

współczynnik wyciekania dla festiwalu

WYDATKI OSÓB UCZESTNICZĄCYCH

Mieszkańcy Krakowa wydawali przeciętnie 20 zł na uczestnictwo w festiwalu, natomiast osoby przyjezdne 180 zł (wraz z kosztami dojazdu). Ogółem suma wydatków uczestników festiwalu to **168 413 zł**.

3 972

szacowanej frekwencji na koncertach festiwalowych

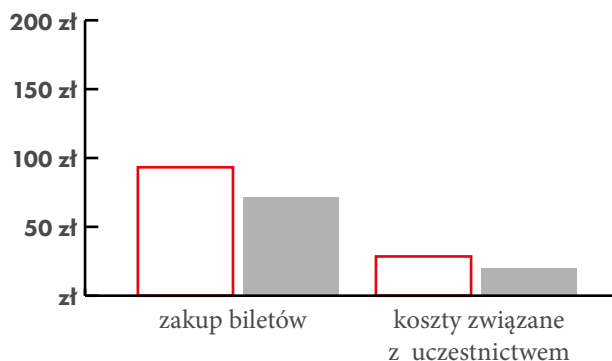
86%

uczestników to mieszkańcy Krakowa

14%

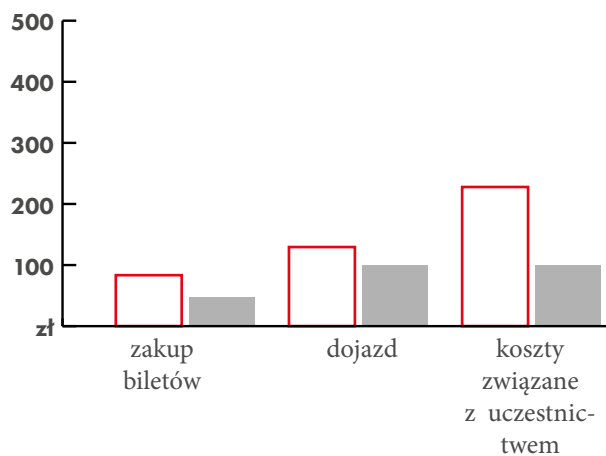
uczestników to osoby przyjezdne

Wydatki mieszkańców Krakowa (badania widowni)



□ średnia ■ mediana

Wydatki osób przyjezdnych (badania widowni)



Efekty pośrednie: suma wydatków organizatorów – pomniejszonych o wartość wynikającą ze współczynnika wyciekania – oraz wydatków uczestników:



945 680 zł

zagranica

1 038 533 zł

woj. małopolskie, w tym Kraków

819 561 zł

Kraków

603 524 zł

reszta Polski

EFEKT INDUKOWANY

Efekt indukowany to orientacyjny wpływ realizacji wydarzenia na gospodarkę regionu. Przyjęta wartość mnożnika to 1,6144.

1 676 608 zł

woj. małopolskie, w tym Kraków

1 323 099 zł

Kraków

974 330 zł

reszta Polski



EFEKT EKONOMICZNY

Efekt ekonomiczny to **skumulowany zasób finansowy**, który pojawił się w regionie w związku z organizacją i realizacją festiwalu, podawany w złotych. Jest to suma efektów pośrednich, rozumianych jako wydatki organizatora (pomniejszone o wartość wynikającą ze

współczynnika wyciekania) i wydatki uczestników, oraz efektów indukowanych. Z punktu widzenia gospodarki regionu efekt ekonomiczny to **zasób finansowy, który pojawił się dzięki realizacji festiwalu, a który nie pojawiłby się, jeżeli festiwal nie zostałby zorganizowany.**



2 715 141 zł

woj. małopolskie, w tym Kraków

2 142 661 zł

Kraków

1 577 854 zł

reszta Polski

4 292 995 zł

efekt ekonomiczny festiwalu

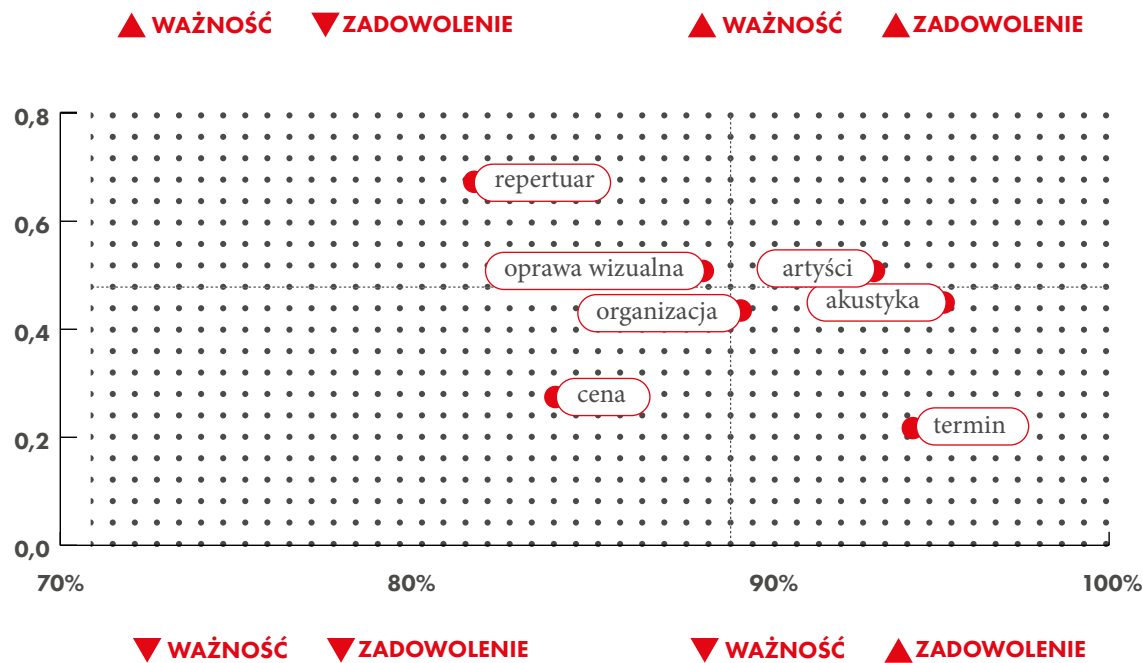


REKOMENDACJE

Analiza odpowiedzi uczestników na pytania o ocenę poszczególnych aspektów wydarzeń festiwalu pozwala na skonstruowanie **matrycy ważności zadowolenia** (według metodologii IPA – Importance-Performance

Analysis). Dzieli ona aspekty wydarzeń na ćwiartki niższego i wyższego zadowolenia uczestników oraz niższej i wyższej ważności tych aspektów.

MATRYCA WAŻNOŚCI I ZADOWOLENIA



Według matrycy poszczególne aspekty festiwalu można przyporządkować do następujących kategorii:

MOCNE STRONY	NIE WYMAGA ZMIAN – WARTĘ UTRZYMANIA	ROZWÓJ NIŻSZEGO PRIORYTETU	OBSZARY ROZWOJU
artyści	organizacja festiwalu akustyka termin	cena	repertuar oprawa wizualna

Porównanie festiwali

8290

**Festiwal
Misteria
Paschalia**

32 729

**Festiwal
Muzyki
Filmowej**

36 750

**Wianki
– Święto Muzyki**

4 107

**Festiwal
Sacrum
Profanum**

Festiwale różnią się charakterem: **Wianki – Święto Muzyki** to impreza bezpłatna o charakterze masowym, **Festiwal Muzyki Filmowej** wyróżnia wśród pozosta-

łych biletowanych liczba uczestników, natomiast festiwale **Misteria Paschalia** oraz **Sacrum Profanum** mają bardziej kameralny charakter.

Profil widowni

Profil wiekowy uczestników krakowskich festiwali jest zróżnicowany: wśród uczestników festiwalu **Misteria Paschalia** większy jest odsetek osób starszych (45 lat i więcej; 44%) (średnia wieku 44 lata), **Festiwal Muzyki Filmowej** oraz festiwal **Sacrum Profanum** odwiedzają

częściej osoby w wieku 25-34 lat (45%, 47%) (średnia wieku 32 i 33 lata), natomiast wśród uczestników festiwalu **Wianki** dominują osoby najmłodsze (do 24 lat; 44%) (średnia wieku 28 lat).

Wiek uczestników (średnia i mediana wieku w latach)

■ średnia ■ mediana



**Festiwal
Misteria Paschalia**



**Festiwal
Muzyki Filmowej**

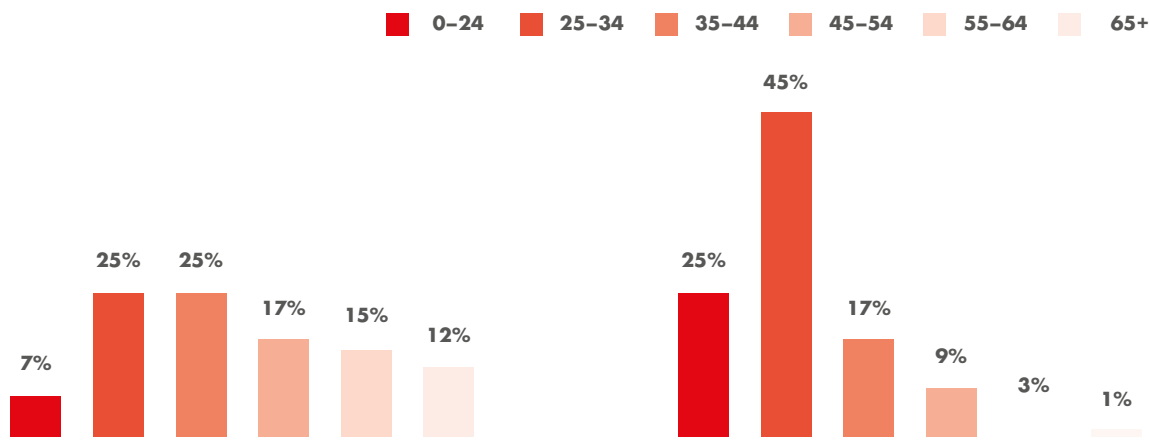


**Wianki
– Święto Muzyki**

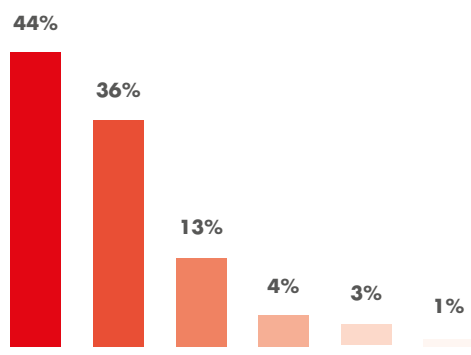


**Festiwal
Sacrum Profanum**

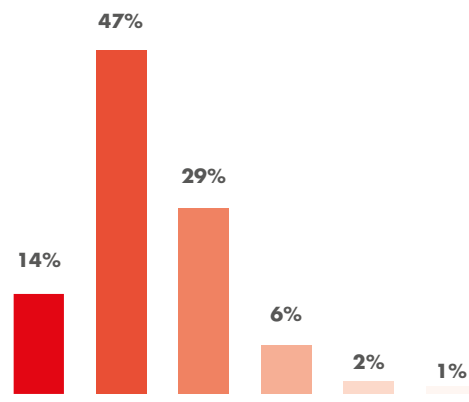
Wiek uczestników (przekrój)



Festiwal Misteria Paschalia



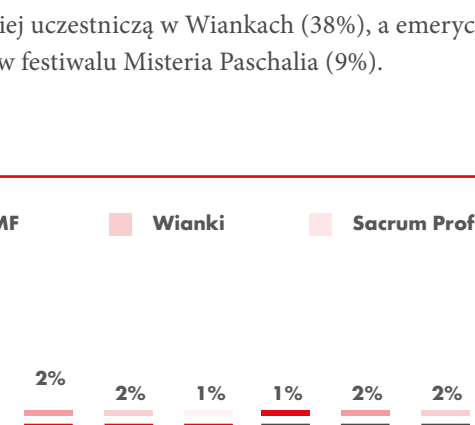
Festiwal Muzyki Filmowej



Wianki – Święto Muzyki



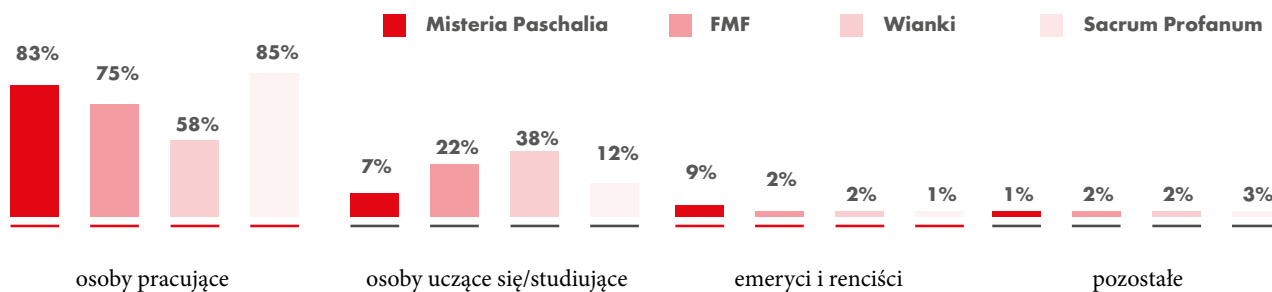
Festiwal Sacrum Profanum



Osoby pracujące częściej są uczestnikami festiwalu Sacrum Profanum (85%), osoby uczące się i studiujące

częściej uczestniczą w Wiankach (38%), a emeryci i renciści w festiwalu Misteria Paschalia (9%).

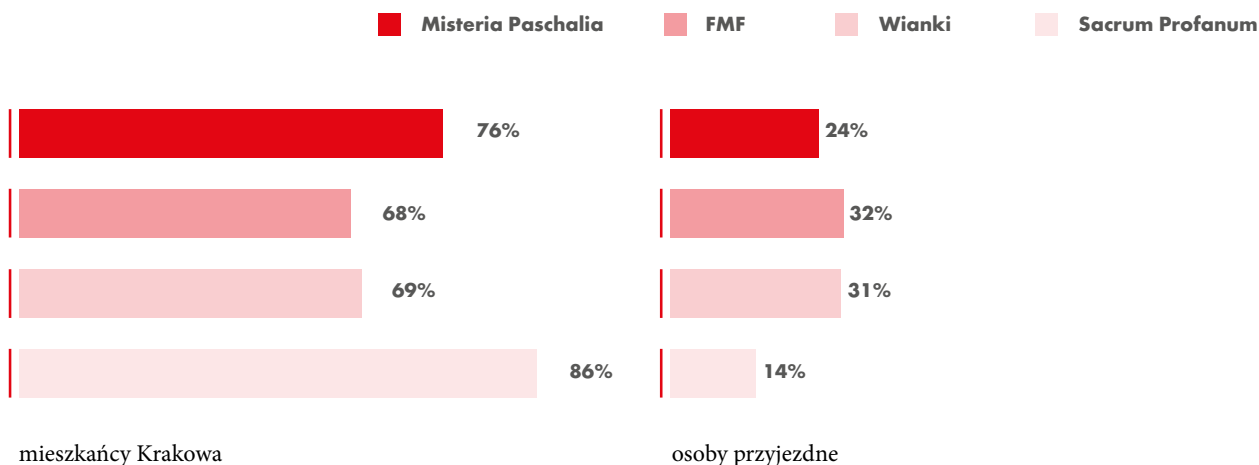
Status zawodowy



Wśród uczestników Festiwalu Muzyki Filmowej oraz Wianków wyższy jest odsetek osób przyjezdnych niż w przypadku pozostałych festiwali (32%, 31%).

Osoby spoza Krakowa uczestniczące w festiwalu Misteria Paschalia oraz Festiwalu Muzyki Filmowej częściej deklarowały przyjazd do Krakowa specjalnie na festiwal (81%, 85%).

Czy uczestnik mieszka w Krakowie?



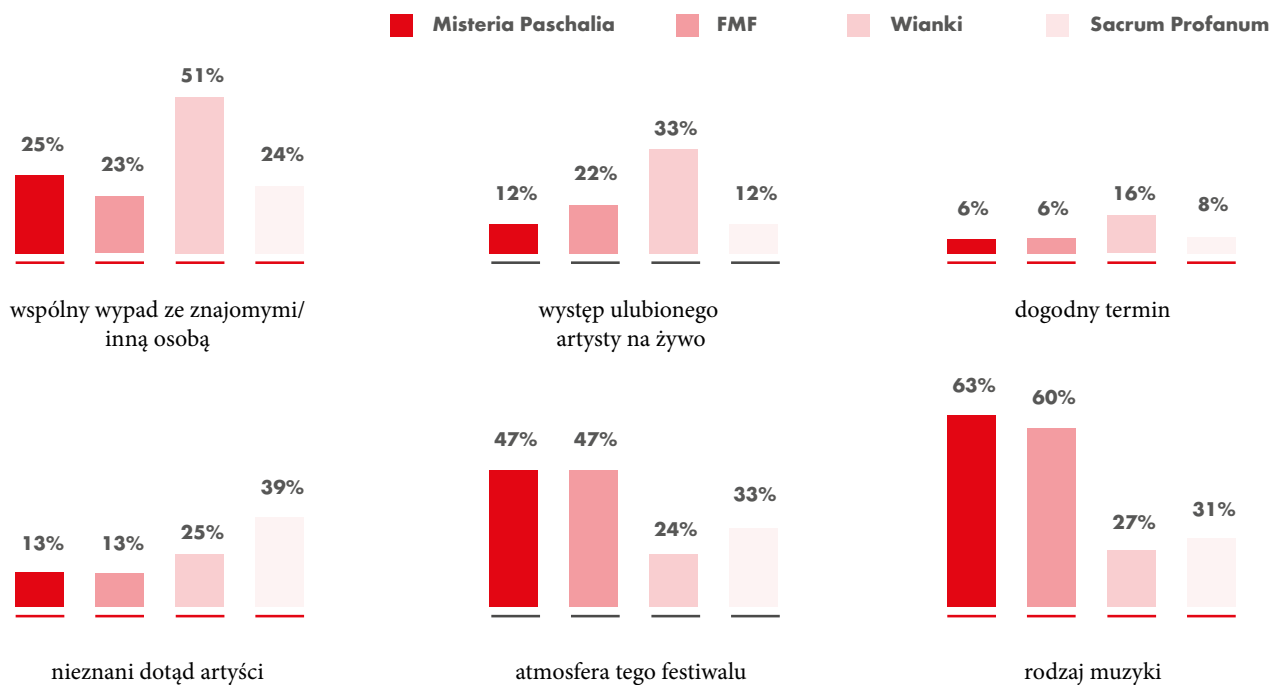
Czy uczestnik przyjechał specjalnie na festiwal? (wśród osób przyjezdnych)



Krakowskie festiwale **przyciągają swoich uczestników z różnych powodów**: uczestnicy festiwalu **Wianki** częściej jako swoje motywacje wskazywali chęć wspólnego wypadu ze znajomymi i rodziną (51%), chęć zobaczenia ulubionego artysty na żywo (33%) oraz dogodny termin (16%); w przypadku festiwalu **Sacrum Profanum**

najczęstszą motywacją była chęć poznania nowych artystów (39%); motywacje uczestników **festiwalu Misteria Paschalia i Festiwalu Muzyki Filmowej** były zbliżone – najczęściej wskazywali oni sympatię wobec atmosfery festiwalu oraz rodzaju muzyki (47%; 60-63%).

Główne motywy wyboru festiwalu (wybrane stwierdzenia)

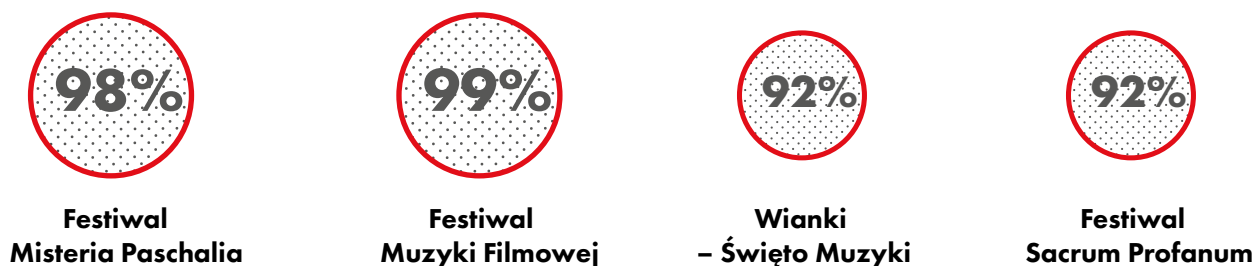


Opinie o festiwalu

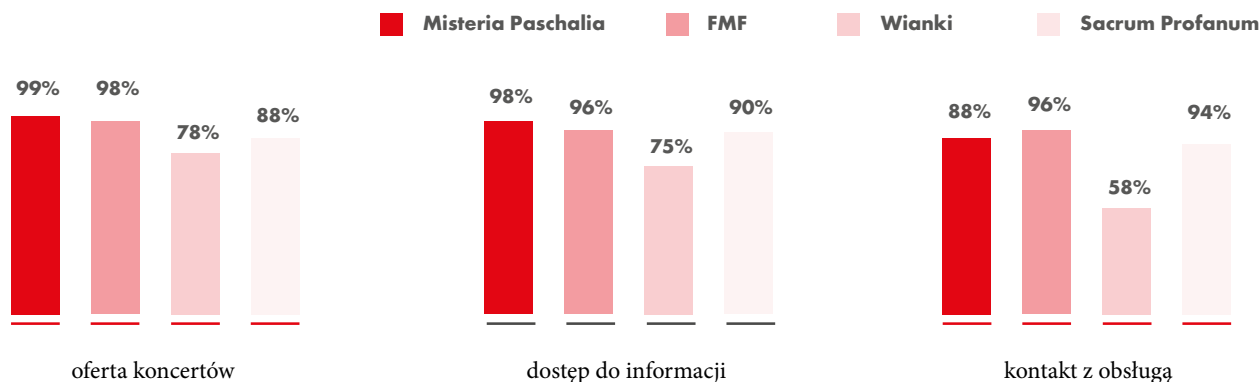
Zdecydowana większość uczestników festiwali jest z nich zadowolona. Największy odsetek uczestników ocenił pozytywnie Festiwal Muzyki Filmowej (99%).

Najlepiej ocenianymi festiwalami są Misteria Paschalia oraz Festiwal Muzyki Filmowej. Mniejsza liczba uczestników oceniła pozytywnie festiwal Wianki.

Zadowolenie z ogółu festiwalu



Zadowolenie z aspektów festiwalu



Poszczególne wydarzenia **najlepiej oceniono** w przypadku festiwalu Misteria Paschalia oraz Festiwalu Muzyki Filmowej (96%, 97% zadowolonych).

W przypadku festiwalu Misteria Paschalia oraz Festiwalu Muzyki Filmowej **częściej pozytywnie oceniano**

akustykę, organizację wydarzenia, oprawę wizualną, repertuar i artystów. Najmniej zadowolonych uczestników było z oprawy wizualnej festiwalu Wianki oraz z cen biletów na Festiwal Muzyki Filmowej.

Zadowolenie z wydarzeń



**Festiwal
Misteria Paschalia**



**Festiwal
Muzyki Filmowej**

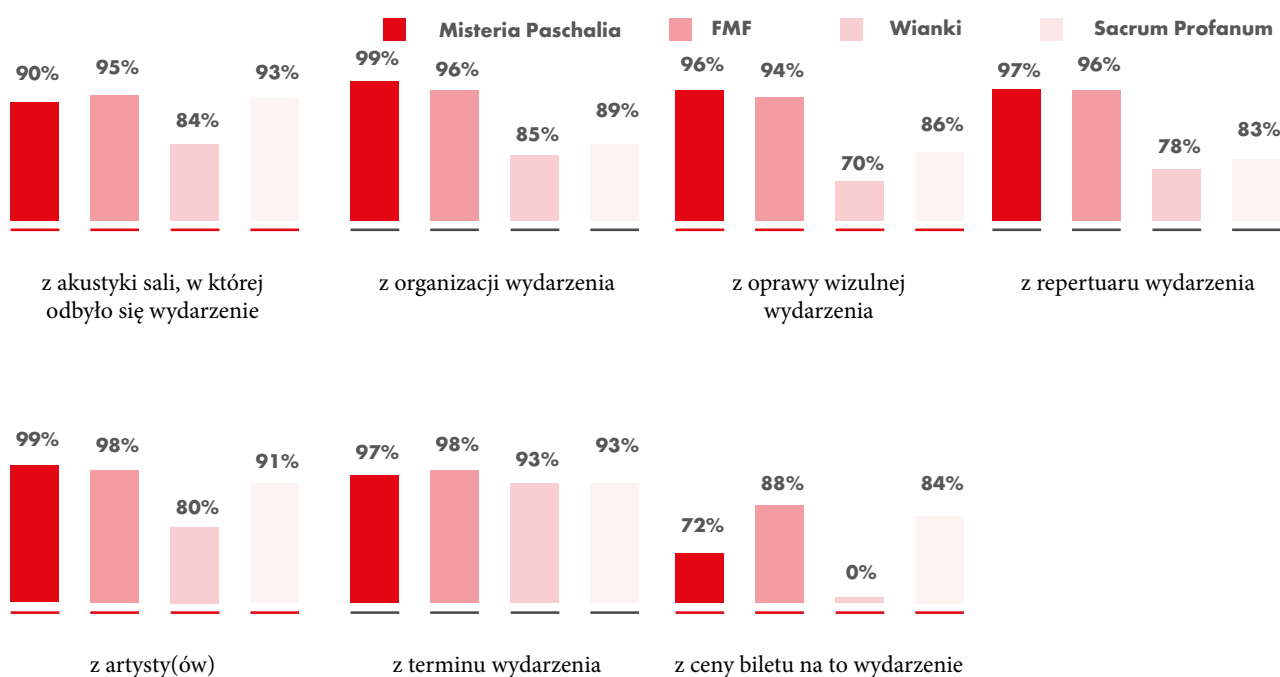


**Wianki
– Święto Muzyki**



**Festiwal
Sacrum Profanum**

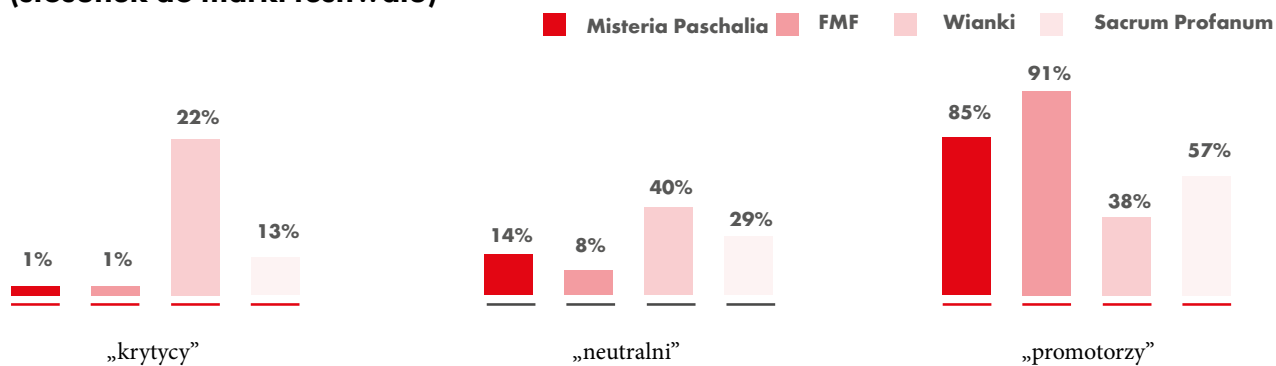
Zadowolenie z aspektów festiwalu



Uczestnicy festiwalu byli proszeni o ocenę prawdopodobieństwa tego, że **polecą festiwal swojej rodzinie i przyjaciołom** w skali od 0 („w ogóle nieprawdopodobne”) do 10 („bardzo prawdopodobne”). Na tej podstawie uczestników przyporządkowano do trzech grup: „**promotorów marki**” (oceny 9 i 10), „**neutralnych marce**” (oceny 7 i 8) oraz „**krytyków marki**” (oceny od 0 do 6). Skalę przewagi „promotorów” nad „krytykami marki” uznaje się za siłę marki.

Największy odsetek „**promotorów marki**” odnotowano w przypadku Festiwalu Muzyki Filmowej (91%) oraz festiwalu Misteria Paschalia (85%). Najwięcej „**krytyków marki**” znalazło się wśród uczestników festiwalu Wianki (22%).

Sklonność do polecenia festiwalu rodzinie i przyjaciołom (stosunek do marki festiwalu)



Wpływ ekonomiczny

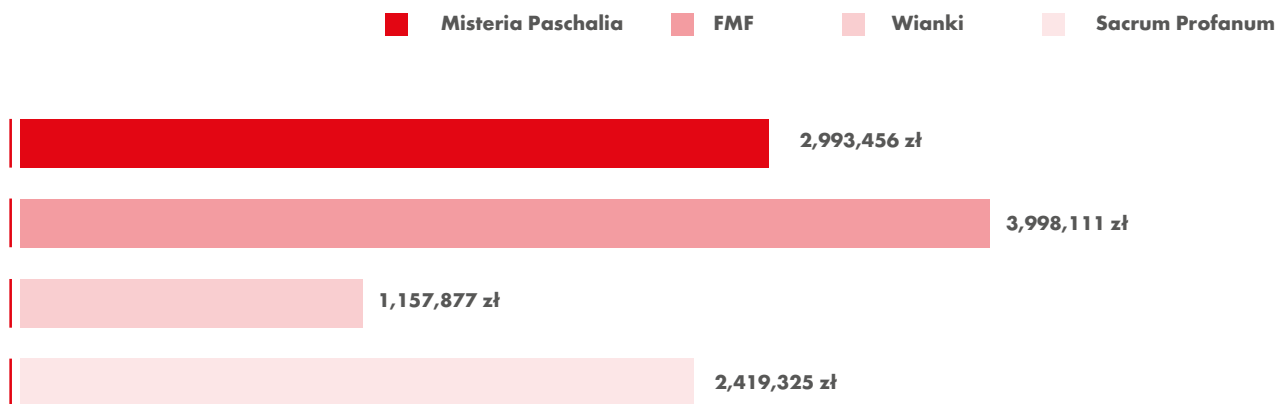
Poniższe sekcje prezentują wybór statystyk z badań wpływu ekonomicznego poszczególnych festiwali.

EFEKT BEZPOŚREDNI

Jednym elementów wpływu ekonomicznego są wydatki organizatora. Najwyższy budżet ma Festiwal

Muzyki Filmowej (blisko 4 miliony zł), najniższy festiwal Wianki (1,1 miliona zł).

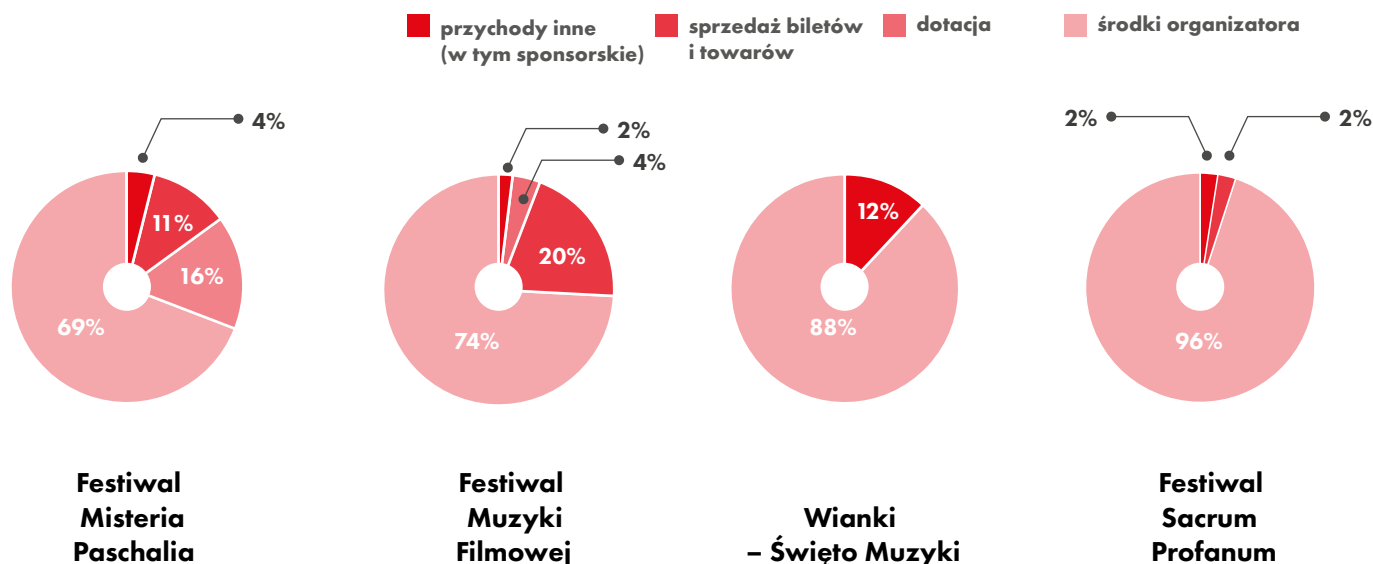
Wysokość budżetu festiwali



Zdecydowana większość budżetu wszystkich badanych festiwali pochodzi ze środków własnych organizatora. W przypadku festiwalu Misteria Paschalia oraz Festi-

walu Muzyki Filmowej blisko jedna czwarta środków pochodzi ze sprzedaży biletów i towarów oraz dotacji.

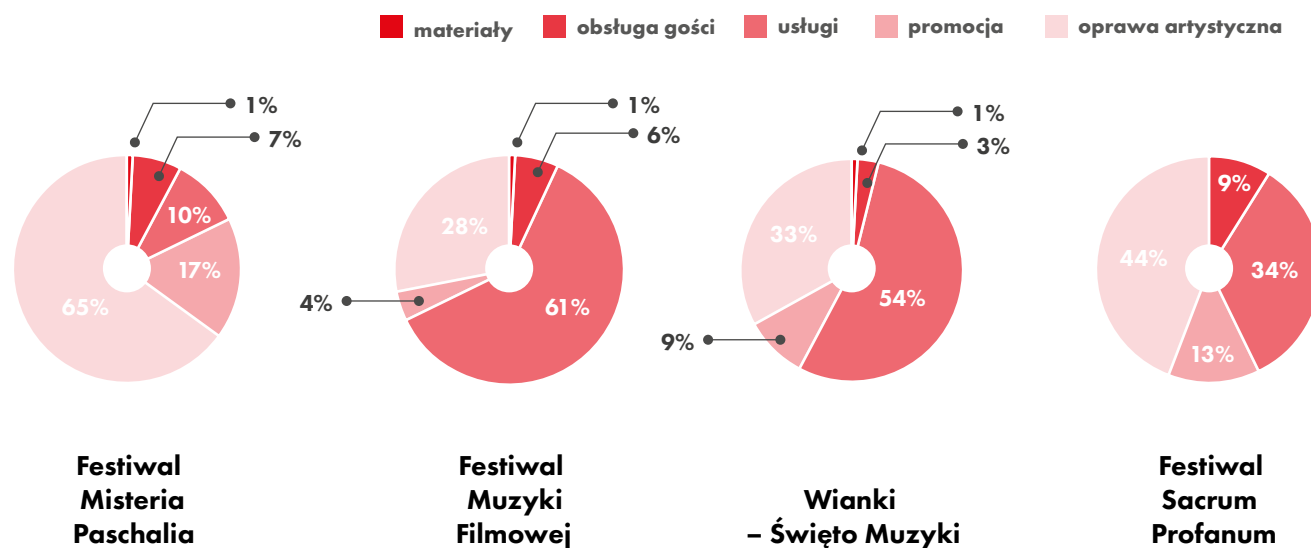
Struktura budżetu festiwali



Największe koszty organizacji festiwalu Misteria Paschalia oraz Sacrum Profanum należą do kategorii „oprawa artystyczna i honoraria artystów” (65%; 44%).

W przypadku Festiwalu Muzyki Filmowej oraz Wianków to koszty z kategorii „zakupy pozostałych usług na potrzeby realizacji festiwalu” (61%; 54%).

Struktura wydatków festiwali



Zdecydowana większość budżetu wszystkich badanych festiwali pochodzi ze środków własnych organizatora. W przypadku festiwalu Misteria Paschalia oraz Festi-

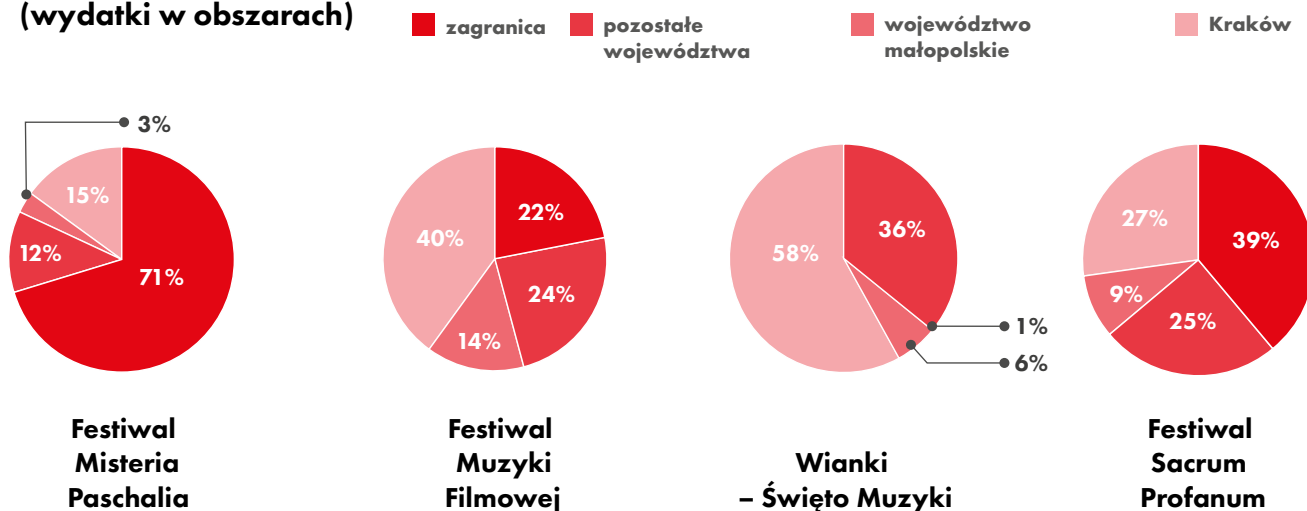
walu Muzyki Filmowej blisko jedna czwarta środków pochodzi ze sprzedaży biletów i towarów oraz dotacji.

EFEKT POŚREDNI

Przy włączeniu wydatków organizatora do efektu ekonomicznego wzięto pod uwagę „współczynnik wyciekania”, czyli odsetek kosztów uiszczonych podmiotom poza obszarem realizacji festiwalu. Największy współczynnik wyciekania odnotowano w przypadku festiwalu Misteria Paschalia oraz Sacrum Profanum – w przy-

padku pierwszego zdecydowana większość wydatków została wydana poza granicami Polski (71%), w przypadku drugiego dodatkowo w innych województwach niż małopolskie (25%). Największy odsetek kosztów realizowanych w Krakowie dotyczy festiwalu Wianki (58%) oraz Festiwalu Muzyki Filmowej (40%).

Współczynnik wyciekania (wydatki w obszarach)



Drugim istotnym filarem efektu ekonomicznego festiwalu były wydatki ich uczestników. Najwięcej pieniędzy w Krakowie wydali uczestnicy Festiwalu Muzyki Filmowej (przeciętnie 30 zł mieszkańcy i 270 zł osoby

przyjezdne). Ze względu na skalę przedsięwzięcia największy strumień wydatków generowanych przez uczestników odnotowano w przypadku Festiwalu Muzyki Filmowej oraz festiwalu Wianki.

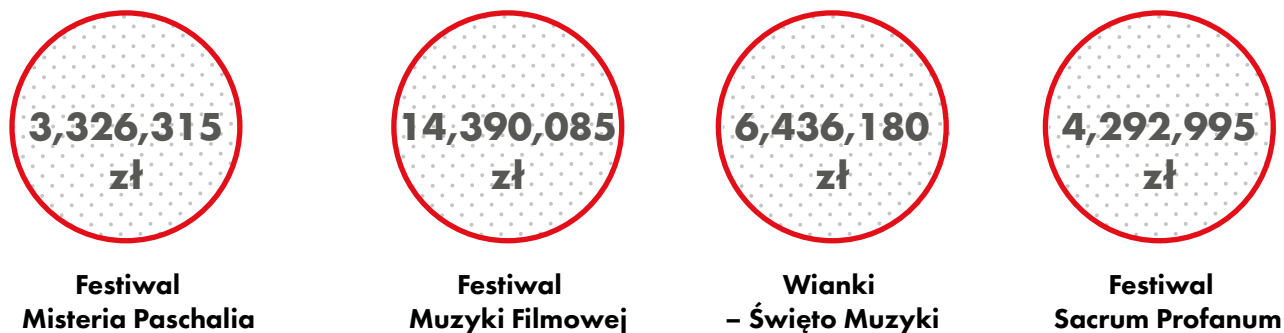
Przeciętne wydatki uczestników festiwali (mediana)



Całkowity wpływ ekonomiczny badanych festiwali wyniósł **28 445 575 zł**. Określa on wpływ ekonomiczny festiwali na gospodarkę Krakowa w postaci wpływów finansowych, które nie pojawiłyby się, gdyby nie organizacja festiwali. Uwzględnia on całość wydatków

poniesionych przez organizatora w Polsce, wydatków uczestników oraz estymację efektu indukowanego. Największy wpływ ekonomiczny miał Festiwal Muzyki Filmowej (14,3 miliona zł) oraz festiwal Wianki (6,4 miliona zł).

Całkowity wpływ ekonomiczny (obszar Polski)



Po wzięciu pod uwagę „współczynnika wyciekania” wpływ ekonomiczny badanych festiwali w Krakowie wyniósł **19 934 074 zł**. **Największy wpływ ekonomicz-**

ny w Krakowie miał Festiwal Muzyki Filmowej (10,4 miliona złotych) oraz festiwal Wianki (5,1 miliona zł).

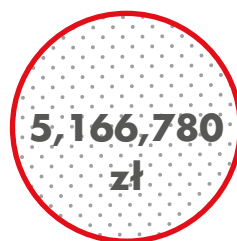
Całkowity wpływ ekonomiczny w obszarze miasta Krakowa



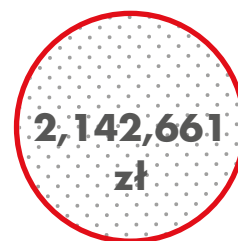
**Festiwal
Misteria Paschalia**



**Festiwal
Muzyki Filmowej**



**Wianki
– Święto Muzyki**



**Festiwal
Sacrum Profanum**

W przypadku festiwali, które otrzymały dotacje, możliwe było wyliczenie „wskaźnika efektywności dotacji”.

To wskaźnik, który opisuje, ile jedna złotówka dotacji wygenerowała złotych wpływów ekonomicznych.

1,1 zł

**Festiwal
Misteria Paschalia**

3,6 zł

**Festiwal
Muzyki Filmowej**



Podsumowanie

Festiwałe organizowane przez Krakowskie Biuro Festiwalowe są **stałą częścią krajobrazu kulturalnego Krakowa**. W przypadku badanych festiwali świadczy o tym fakt, że dominującą częścią widowni są krakowianie i krakowianki, którzy zdecydowali się **uczestniczyć w festiwalach w trakcie wielu ich edycji**.

Charakter poszczególnych wydarzeń jest zróżnicowany. Wśród badanych festiwali znalazł się festiwal o charakterze bezpłatnej imprezy masowej (Wianki), masowe międzynarodowe wydarzenie z dziedziny muzyki filmowej (FMF) oraz dwa kameralne festiwale (Misteria Paschalia, Sacrum Profanum).

Profil widowni poszczególnych festiwali jest tak zróżnicowany jak ich program artystyczny – są festiwale, które bardziej doceniają osoby starsze (Misteria Paschalia), w średnim wieku (Sacrum Profanum) oraz młodsze (Wianki, Festiwal Muzyki Filmowej).

Również **motywacje wyboru festiwalu są zróżnicowane**. W przypadku festiwalu Misteria Paschalia oraz Festiwalu Muzyki Filmowej częściej jest to sympatia do rodzaju muzyki i atmosfery wydarzenia. Uczestnicy festiwalu Wianki częściej wskazują, że impreza była okazją do wspólnego wypadu ze znajomymi lub rodziną oraz możliwością zobaczenia ulubionego artysty na żywo. Sacrum Profanum uczestnicy cenili przede wszystkim za możliwość poznania nowych artystów i gatunków muzycznych.

Niezależnie od motywacji uczestnictwa zdecydowana większość badanych uczestników wszystkich festiwali wskazywała, że są one dobrą okazją do spędzenia czasu z rodziną lub znajomymi, poznania nowych gatunków

muzycznych, spełnienia swoich potrzeb kulturalnych oraz że **napawa ich dumą, że takie przedsięwzięcia organizowane są w ich mieście**.

Ale badane festiwale nie przyciągają wyłącznie mieszkańców Krakowa – blisko **30% ogółu ich widowni to osoby przyjezdne**, z których znaczna część **przyjeżdża do miasta specjalnie na tę okazję**.

Jednocześnie **zdecydowana większość uczestników festiwali ocenia je bardzo dobrze**. W przypadku Festiwalu Muzyki Filmowej oraz Misteria Paschalia pozytywnie przedsięwzięcie oceniło kolejno 99% i 98% badanych, a pozostałe festiwale – 92%. Uczestnicy badania dzielili się też swoimi rekomendacjami wobec doboru artystów, ceny biletów czy oprawy wizualnej przedsięwzięć.

Oprócz pozytywnego odbioru społecznego festiwale generują również znaczny wpływ ekonomiczny. Dla 4 badanych wydarzeń **wpływ ekonomiczny w Krakowie wyniósł 19,9 miliona złotych**, a dla całej Polski – 28,4 mln zł. Na ten wpływ składają się wydatki organizatorów, wydatki uczestniczących mieszkańców Krakowa oraz uczestników, którzy przyjechali specjalnie na festiwal do miasta, korzystając z noclegów, oferty turystycznej i gastronomicznej miasta. Oszacowanie uwzględnia również stanowiska pracy tworzone przez takie przedsięwzięcia oraz wydatki ponoszone w Krakowie przez podmioty zaangażowane w organizację przedsięwzięć.

Podsumowując, badania wskazały na pozytywny odbiór uczestników festiwali oraz istotny wpływ społeczny i ekonomiczny tych wydarzeń na Kraków.



Indeks Kreatywny Miasta

Charles Landry *Kraków i jego kreatywność*

„Uwolnić potencjał Krakowa” to raport końcowy z badań „Kreatywne Miasto Kraków”, które miały na celu ocenę kreatywnego potencjału miasta. Dokument ten ma z założenia otwartą i dynamiczną strukturę, tak by uwzględniał komentarze różnych grup miejskich interesariuszy wynikię z publicznej debaty nad raportem. Ponadto ma on zapewnić kontekst dla publicznej dyskusji na temat wizji miasta.

Poniżej prezentujemy streszczenie raportu „Indeks Kreatywny Miasta” oceniającego kreatywność Krakowa. Wyniki analizy kwestionariuszy internetowych (w wersji pełnej i skróconej), które wypełniło kilkuset respondentów, pokazały, jak krakowianie oceniają swoje

miasto. Udało się osiągnąć dobry przekrój sektorowy, ze zrównoważoną liczbą odpowiedzi pochodzących z sektora publicznego, biznesowego i społecznego. 60% odpowiedzi udzieliły kobiety, a najczęściej odpowiadały osoby z przedziałów wiekowych 25-34 lat (38%) oraz 35-44 lat (24%).

Wśród 20 miast poddanych szeroko zakrojonej ocenie, takich jak: Bilbao, Helsinki, Gandawa, Antwerpia, San Sebastian/Donostia, Adelajda, Tajpej, Cardiff czy Mannheim, Kraków plasuje się na 10. miejscu, z tym, że różnice między miejscami 8., 9. i 10. są w praktyce pomijalne.

OBJAŚNIENIE WYNIKÓW W INDEKSIE KREATYWNYM MIASTA (IMK):

Wynik	Znaczenie
90%+	Nadzwyczajne
80%+	Wyjątkowe
70%+	Znakomite
60%+	Bardzo dobre
50%+	Dobre, ale jest miejsce na poprawę
50%-	Poniżej przeciętnej, wymaga poprawy
40%-	Słabe, wymaga poważnej uwagi
30%-	Bardzo słabe

Ogólny uśredniony wynik oceny wewnętrznej dla wszystkich dziedzin dla Krakowa wynosi 55,76% (Dobre, ale jest miejsce na poprawę). Ogólna ocena

zewnątrzna przyjęta przez autorów raportu (54,5%) jest zbliżona do oceny wewnętrznej (57,01%).

OBJAŚNIENIE WYNIKÓW W INDEKSIE KREATYWNYM MIASTA (IMK):

	OCENA WEWNĘTRZNA	OCENA ZEWNĘTRZNA	OCENA UŚREDNIONA	ŚREDNIA DLA WSZYSTKICH MIAST
OGÓŁEM	57,01%	54,50%	55,76%	57,19%
WYNIKI W POSZCZEGÓLNYCH DZIEDZINACH:				
Struktura polityczna i publiczna	48,43%	45,00%	46,72%	49,76%
Odrębność, różnorodność, witalność	77,28%	70,00%	73,64%	64,34%
Otwartość, tolerancja i dostępność	62,27%	60,00%	61,14%	60,51%
Przedsiębiorczość, badania i innowacje	35,46%	45,00%	40,23%	47,10%
Strategiczne przywództwo, sprawność i wizja	55,18%	50,00%	52,59%	52,00%
Rozwijanie talentów i edukacja	58,78%	60,00%	59,39%	54,05%
Komunikacja, usieciowienie i tworzenie sieci	52,25%	50,00%	51,13%	60,32%
Zarządzanie przestrzenią	64,43%	60,00%	62,22%	59,61%
Jakość życia i dobrobyt	58,67%	55,00%	56,84%	68,92%
Profesjonalizm i efektywność	57,36%	50,00%	53,68%	60,45%

W tabeli powyżej kolor szary symbolizuje wynik powyżej średniej, ceglasty poniżej średniej.

Daje się zauważyć, że w zewnętrznej ocenie Kraków uzyskał niższe wyniki w każdej dziedzinie z dwoma wyjątkami: przedsiębiorczość, badania i innowacje otrzymały ocenę zewnętrzną 45%, a wewnętrzną 35,46%, z czego wynika, że eksperci zewnątrz doceniają energię sektora prywatnego. Natomiast rozwój talen-

tów i edukacja uzyskały ocenę zewnętrzną nieznacznie wyższą (60%, wobec wewnętrznej 58,78%).

Zgrupowanie poszczególnych dziedzin w czterech obszarach tematycznych (jak miasto identyfikuje i kultywuje kreatywność; jak tworzy możliwości i wspiera kreatywność; jak zagospodarowuje i wykorzystuje kreatywność; jak kreatywność jest doświadczana i wyrażana) daje następujące rezultaty:

Identyfikacja i kultywowanie kreatywności	60,26%
Tworzenie możliwości i wspieranie kreatywności	50,20%
Zagospodarowanie i wykorzystywanie kreatywności	45,68%
Doświadczanie i wyrażanie kreatywności	64,23%

Widziany z tej perspektywy, Kraków jest doskonałym miejscem dla doświadczania i wyrażania kreatywności, identyfikowania i kultywowania jej. Jest jednak słabszy w tworzeniu możliwości, wspieraniu, zagospodarowywaniu i wykorzystywaniu kreatywności. Wydaje się, że jest to znakomite środowisko dla kreatywności, które ma potencjał, żeby pójść znacznie dalej. Wnioski te potwierdza wiele komentarzy uzyskanych od rozmówców w trakcie wywiadów indywidualnych.

W żadnej z dziesięciu dziedzin Kraków nie osiągnął najlepszego wyniku spośród wszystkich miast objętych badaniem IMK. Z kolei na polu jakości życia i dobrobytu Kraków osiągnął stosunkowo słaby wynik (56,84%) – choć nie kategoriycznie zły – w porównaniu z innymi miastami. Tu najwyższym wynikiem legitymuje się Fryburg Bryzgowijski: 91%.

RANKING KRAKOWA W POSZCZEGÓLNYCH DZIEDZINACH (SKLASYFIKOWANO 20 MIAST):

OGÓŁEM	10
Odrębność, różnorodność, witalność	3
Rozwijanie talentów i edukacja	6
Zarządzanie przestrzenią	7
Otwartość, tolerancja i dostępność	8
Strategiczne przywództwo, sprawność i wizja	8
Struktura polityczna i publiczna	13
Profesjonalizm i efektywność	14
Przedsiębiorczość, badania i innowacje	15
Komunikacja, usieciowienie i tworzenie sieci	16
Jakość życia i dobrobyt	17

Wyniki porównawcze dla Krakowa na tle wszystkich miast potwierdzają z całą mocą wnioski z wywiadów indywidualnych, grupowych oraz warsztatów „kreatywnej biurokracji” przeprowadzonych dla urzędników miejskich oraz wyniki „miejskiego testu psychologicznego” Krakowa. W porównaniu z innymi miastami, usieciowienie i zdolność Krakowa do tworzenia sieci połączeń jest bardzo niska, podobnie jak jakość struktury politycznej i zdolność do wdrażania oceniana w kategorii „profesjonalizm”. Blokuje to potencjał przedsiębiorczy w mieście, istniejący – ale uwięziony. To właśnie są kluczowe kwestie dla Krakowa, których ignorowanie nie pozwoli na stworzenie takiego otoczenia, jakiego

życzyliby sobie przedstawiciele różnych sektorów. Głębsza analiza kwestionariusza potwierdza te uwagi: niski wynik w kategorii „przyjazny dla biznesu” (34,15%), czy ogólna ocena biurokracji (33,38%). Myślenie perspektywiczne jest oceniane stosunkowo nisko (46,96%), podobnie jak innowacyjność (46,94%).

Wśród pozytywów należy wskazać wysokie oceny Krakowa uznawanego za niezwykle interesujące miejsce (82,79%), z bardzo dynamiczną sceną artystyczną i kulturalną (77,59%), dobrą reputacją (74,69%) i systemem uniwersyteckim (70,03%), łatwością poruszania się (73,44%) i komunikacji (68,02%). Kraków postrzegany

jest jako ośrodek kosmopolityczny (61,19%) i raczej otwarty (53,54%), ale którego otoczenie mogłoby się poprawić (52,03%).

Ocena zbiorowej mentalności Krakowa

Zajmowanie się psychologią miasta nie jest wymysłem, ale elementem poszukiwań jeszcze pełniejszego zrozumienia tego, jak działają miasta, jaki mają wpływ na mieszkańców i jak możemy je udoskonalać. To, jak się czujemy w różnych miejscach – szczególnie tam, gdzie dorastamy, żyjemy i pracujemy – ma wpływ na nasze poczucie tożsamości, nasz poziom energii, aspiracje, poświęcenie dla innych i własnej społeczności. Krótko mówiąc, na całokształt naszego dobrostanu. Wyobraźmy sobie całe życie spędzone w najgorszym miejskim otoczeniu – jak wpływa to na samopoczucie, jaki ma potencjał, jakie daje możliwości? A teraz wyobraźmy sobie najlepsze otoczenie.

Psychologia miasta w równym stopniu kształtuje jego własne spojrzenie na siebie, jak i gotowość do dzielenia się oraz radość płynącą z zapewniania rozrywki.

Test Osobowości Miasta [The City Personality Test] – www.urbanpsyche.org – wykorzystuje siedmiostopniową skalę pomiaru. Szczegółowe wyniki i interpretację psychologiczną dla Krakowa można znaleźć pod adresem <http://urbanpsyche.org/summary/krakow>. Jest to interesująca analiza, która pogłębia wnioski z innych ankiet. Po kliknięciu na zdanie podsumowujące w kolorze niebieskim można zobaczyć mocne i słabe strony na każdej skali.

Należy wykorzystać rezultaty z 35 ankiet i wnioski z rozmów głównie jako punkt wyjścia do dyskusji i refleksji. Test jest zautomatyzowany, więc nie powinno się traktować jego wyników jako danych faktycznych, ale jako pomoc w określeniu możliwych ścieżek rozwoju Krakowa i najistotniejszych kwestii do rozważenia. Wyniki testu pozwoliły nam również przemyśleć wnioski płynące z badań Indeksu Kreatywnego Miasta i naszych wywiadów.

Introwertyczny	Ekstrawertyczny
Wrażliwy, samowystarczalny, potrzebuje własnej przestrzeni	Towarzyski, gruboskórny, imprezowy, niesamodzielny w działaniu
Opiekuńczy	Egocentryczny
Emocjonalnie inteligentny, dbający, rozważny	Introspektywny, dociekliwy, samotniczy, wykorzystujący
Sympatyczny	Niesympatyczny
Charyzmatyczny, odpowiedzialny, próbujący zadowolić wszystkich	Mówi, co myśli, bez uroku, nieodpowiedzialny
Skrupulatny	Spontaniczny
Etyczny, porządny, planujący, wyważony, współpracujący	Ekscytujący, pełen pasji, chaotyczny, ryzykant
Ciekawy	Zdeterminowany
Wnikliwy, otwarty, tolerancyjny, przyjmujący perspektywę zewnętrzną, rozproszony, o szerokim zakresie wiedzy	Skoncentrowany, skłonny do ocen, zorientowany na cel, ambitny, zdecydowany, zaradny
Zintegrowany	Wyizolowany
Autentyczny, gracz drużynowy, uczestniczący	Odizolowany, działający na własną rękę, szczegółowy
Idealistyczny	Praktyczny
Uduchowiony, ma szczytne cele	Racjonalny, zorientowany na zadanie

Psychologicznie, Kraków jest dużo bardziej introwertyczny niż ekstrawertyczny. Jest także skoncentrowany raczej na sobie niż na innych. Wypada neutralnie na skali sympatyczny – niesympatyczny, jest dużo bardziej spontaniczny niż skrupulatny i zbalansowany na skali ciekawy i zdeterminowany. Charakteryzuje się dużym wyizolowaniem i jest bardziej idealistyczny niż praktyczny.

Interpretacja pozytywna tych rezultatów definiuje Kraków jako miasto, które lubi światła reflektorów, wie, czym jest i gdzie ma zmierzać, a od czasu do czasu jest zdolne do podejmowania ryzyka, by dotrzeć do celu. Jest miejscem raczej gościnnym, otwartym i tolerancyjnym i chce zmieniać się na lepsze, mając wielkie marzenia i wyobrażenia na przyszłość. Działa intuicyjnie, lecz praktycznie, mocno stojąc na ziemi. Ma poczucie obowiązku i jest dobrym graczem drużynowym. Chce, by każdemu się wiodło i stara się w tym pomóc, stawiając na innowacje, a jednocześnie ceniąc tradycję.

Negatywna interpretacja wyników ukazuje Kraków jako miasto niedbające, dominujące, bezmyślne. To może sprawiać, że nie jest konsekwentne w dążeniu do sukcesu, ponieważ nie umie określić swoich priorytetów. Może wydawać się niekomfortowe, konserwatywne, niezdecydowane, nieelastyczne, dogmatyczne i martwiące się o swój wizerunek. Sprawia to, że bywa nieambitne, nieśmiałe i gubi się w szczegółach. Wpada w odrętwienie w obliczu dużych decyzji, więc brakuje mu iskry i zawiesza się na przeszłości. Brak odwagi w przekonaniach sprawia, że jest miejscem bez wyobraźni.

Kraków łączy

W raporcie „Uwolnić potencjał Krakowa” zrobiliśmy krok w tył i spróbowaliśmy uchwycić te kwestie, które wiele zmieniają. Staramy się spojrzeć w głąb. Bierzymy pod uwagę komentarze, pytania i kwestie, które pojawiły się w trakcie różnych konsultacji, wywiadów indywidualnych i zbiorowych, prezentacji publicznych i w kwestionariuszach internetowych. Weszliśmy w kontakt z ponad tysiącem osób i instytucji.

„Uwolnić potencjał Krakowa” koncentruje się na ewoluującym świecie i tym, jak Kraków powinien zająć się wielkimi i interesującymi problemami w odróżnieniu od wielości drobnych spraw, które zaciemniają komunikat. Rozwiązanie poważnych dylematów stanie się katalizatorem, który pozwoli Krakowowi wykorzystać swój potencjał jak najpełniej, szczególnie w odniesieniu do konkretnych projektów. Pomoże to ukształtować narrację na potrzeby samego Krakowa, jak i dla świata zewnętrznego. Opieramy się na danych zebranych wśród mieszkańców miasta. Proponujemy narrację dla Krakowa i przedkładamy ją pod dyskusję i krytykę wraz z konkretnymi rekomendacjami rozwiązań głównych problemów.

Najistotniejszym komunikatem potwierdzonym wielokrotnie wśród różnorodnych interesariuszy we wszystkich sektorach jest to, że **Kraków musi bardziej łączyć, mocniej współpracować i intensywniej udostępniać zasoby i możliwości** dla dobra wspólnego. Nasi respondenci wierzą, że przy sprzyjających warunkach jeden plus jeden może dać trzy. Wierzą, że to wartość dodana do perspektyw miasta, która jeszcze bardziej ożywi miasto.

Pięć elementów długoterminowego badania przynosi konkluzje dla Krakowa, które były przedmiotem dociekań w indywidualnych i zbiorowych wywiadach:

- Długoterminowe badanie porównawcze na temat tego, co czyni miasto kreatywnym i jak to można zmierzyć. Przedmiotem takich badań było kilkadziesiąt miast. Kluczową kwestią jest tutaj rozwój kultury kreatywności – to sposób myślenia, który zapewnia ludziom, organizacjom i miastu przestrzeń do myślenia, planowania i twórczego działania. To miejsce otwarte, rozumiejące, że sukces niesie również ryzyko porażki. To warunek kreatywnego otoczenia. Opublikowano jako „The Origins and Futures of the Creative City”.
- Ocena jakości 30 europejskich miast pod kątem ich ambicji. To miasta, które robią więcej, niż się od

nich oczekuje. Są szczerze i nie tkwią w zaprzeczeniu, mają wartości etyczne, nie uciekają przed krytyką, ufają swoim młodym mieszkańcom, tłumacząc przyjmowane kierunki i nie są nadmiernie kontrolujące. Opublikowano jako „Cities of Ambition”.

- Ocena „gotowości cyfrowej” i tego, jak miasta gospodarują zasobami cyfrowymi dla lepszego efektu oraz jak wykorzystują otwarte źródła danych i logikę innowacji, by zapewnić praktyczne rozwiązania oraz dynamikę przedsiębiorczości opartą na aplikacjach. Opublikowano jako „The Digitized City: Influence & Impact”.
- Głębokie mechanizmy psychologiczne kształtują potencjał miasta, jego przeszłość i teraźniejszość, kształtują nas, mieszkańców i organizacje, wygląd

i atmosferę miasta. To determinuje sposób, w jaki potencjał miasta może być zagospodarowany i wykorzystany. Ocena psychologii miasta dla Krakowa została sporządzona na podstawie www.urbanpsyche.org. Opublikowano jako „Psychology & the City: The hidden dimension”.

- Administracja publiczna jest kluczowym aktorem w rozwoju miasta. W wymiarze światowym coraz silniej rośnie presja na poddawanie rewizji działań rozmaitych biurokracji, by te stawały się bardziej efektywne w działaniu we współczesnym świecie. Zostało to omówione w publikacji „The Creative Bureaucracy & Its Radical Common Sense”, zaprezentowanej w Krakowie.



Realizacja projektu: Krakowskie Biuro Festiwalowe

Dyrektor: Izabela Helbin

Koncepcja projektu (KBF): Elżbieta Pyzik

Koordynacja projektu (KBF): Wioletta Klytta

Wykorzystano wyniki badań publiczności festiwalowej prowadzonych przez firmy:

INQUISIO.research, QuestionMark – Biuro Badań Społecznych.

Opracowanie merytoryczne raportu: Michał Chrzanowski
(Centrum Ewaluacji i Analiz Polityk Publicznych
Uniwersytetu Jagiellońskiego)

Opracowanie metodologii wpływu ekonomicznego:
dr hab. Rafał Kasprzak, prof. SGH

Indeks Kreatywny Miasta Krakowa, opracowanie i tekst:
Charles Landry

Redakcja (KBF): Bartosz Buczek, Artur Jackowski,
Wioletta Klytta, Grzegorz Słacz

Współpraca graficzna (KBF): Marzena Kokotek

Przekład: Anna Kwiatkowska

Korekta: Dorota Bednarska

Zespół projektowy: Bartosz Buczek, Elżbieta Foltyniak,
Artur Jackowski, Justyna Jochym, Wioletta Klytta, Marzena
Kokotek, Elżbieta Pyzik, Grzegorz Słacz

Opracowanie graficzne i skład: Studio Graficzne Papercut

Autorzy zdjęć: s. 2-12 Wojciech Wandzel; s. 15 od góry:
Bogdan Krężel, Wojciech Wandzel; s. 16,17 Wojciech
Wandzel; s. 26 Hasenien Dousery; s. 28 od góry: Wojciech
Wandzel, Hasenien Dousery; s. 31 od góry: Hasenien
Dousery, Wojciech Wandzel; s. 34-42 Wojciech Wandzel;
s. 44 od góry: Tomasz Wiech, Wojciech Wandzel;
s. 47 od góry: Robert Słusznia, Kamila Zaremska-Szatan;
s. 48 Wojciech Wandzel; s. 50 Robert Słusznia; s. 58 Alicja
Wróblewska; s. 60 Michał Ramus; s. 63 od góry: Michał
Ramus, Alicja Wróblewska; s. 65 Michał Ramus, s. 72 Alicja
Wróblewska; s. 77-80 Wojciech Wandzel; s. 85 Ada Kopeć-
Pawlikowska; s. 87 Tomasz Wiech, s. 93 Wojciech Wandzel.

Copyright: Krakowskie Biuro Festiwalowe

Druk: Drukarnia Diament S.C., 30-732 Kraków,
ul. Biskupińska 26

Nakład: 550 egzemplarzy

ISBN 978-83-65270-22-1

Publikacja powstała w ramach projektu
„Krakowskie festiwale muzyczne
a potencjał kreatywny i gospodarczy miasta”
dofinansowanego ze środków
Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego.

**Ministerstwo
Kultury
i Dziedzictwa
Narodowego.**

Wydawca: Krakowskie Biuro Festiwalowe
ul. Wygrana 2, 30-311 Kraków
tel. 12 354 25 00, www.biurofestiwalowe.pl

KRAKOWSKIE BIURO FESTIWALOWE – NASTAW SIĘ NA KULTURĘ!

Krakowskie Biuro Festiwalowe to miejska instytucja kultury, powołana w związku z uzyskaniem przez Kraków tytułu Europejskiego Miasta Kultury roku 2000, która kontynuuje idee wywiedzione z pięcioletniego programu Kraków 2000, oparte na hasle: Myśl – Duchowość – Twórczość. KBF współtworzy i poszerza pole kultury, zarówno poprzez organizację miejskich festiwali, jak i wsparcie dla wszelkich inicjatyw w tej dziedzinie. Naszym celem jest wzbogacanie i rozwijanie oferty kulturalnej miasta poprzez łączenie potencjału państwowych i samorządowych instytucji kultury z możliwościami organizacji pozarządowych oraz lokalnych i międzynarodowych środowisk artystycznych i akademickich.

Jesteśmy organizatorami kluczowych miejskich wydarzeń kulturalnych m.in. z obszarów muzyki dawnej i klasycznej: Festiwalu Misteria Paschalia i Festiwalu Opera Rara, a także muzyki współczesnej – Sacrum Profanum; Festiwalu Muzyki Filmowej w Krakowie, aktualnie najważniejszego na świecie festiwalu z pogranicza muzyki i filmu, oraz literackiego Festiwalu Conrada – największego tego typu wydarzenia w Europie Środkowej – i poetyckiego Festiwalu Miłosza. Biuro organizuje także Wianki – Święto Muzyki, wydarzenie wpisujące się w światowy cykl imprez Fête de la musique, oraz Jarmark Świętojański. KBF jest operatorem Programu Kraków Miasto Literatury UNESCO – pierwszej w Polsce miejskiej strategii promocji czytelnictwa oraz wsparcia dla twórców i lokalnego rynku książki, zarządza także strukturami Regionalnego Funduszu Filmowego, Międzynarodowego Funduszu Filmowego

i Krakow Film Commission, wspierającymi realizację krajowych i międzynarodowych produkcji filmowych w Krakowie i Małopolsce. Jako operator Centrum Kongresowego ICE Kraków, zarządca sieci punktów informacji miejskiej InfoKraków oraz wydawca magazynu kulturalnego „Karnet”, zbliżamy ze sobą światy kultury, przedsiębiorczości i turystyki, integrując wiedzę o życiu kulturalnym, inicjując kontakty międzybranżowe i przyczyniając się do zrównoważonego rozwoju turystyki przyjazdowej i biznesowej w Krakowie.

Wysoko oceniane, cykliczne projekty i długofalowe programy KBF docierają do zróżnicowanej i stale poszerzającej się grupy odbiorców. Identyfikujemy się z ideą równego dostępu do kultury, dążąc do interdyscyplinarnej i włączającej formuły organizowanych wydarzeń. Jako transparentna instytucja publiczna, KBF stanowi twórcze środowisko pracy dla swojego zespołu oraz licznych partnerów i współpracowników. Opierając sens swoich działań na kulturze jako czynniku spójności społecznej i atrakcyjności miasta zarówno dla jego mieszkańców, jak i gości, promujemy wartości pluralizmu i dialogu, stojące u podstaw społeczeństwa otwartego i kreatywnego. Dzięki spójnej strategii festiwalowej Krakowskiego Biura Festiwalowego, które współpracuje na tym polu z wieloma miejskimi instytucjami kultury oraz podmiotami komercyjnymi, Kraków otrzymał prestiżowy tytuł IFEA World Festival & Event City 2016, przyznawany promotorom, organizatorom festiwali i miastom przez International Festivals & Events Association.

2017