

KPM

Barbara Wrzesińska  
v-ce przew.R.M.Kalisza

Kalisz, dnia 26.02.2014 r.

Szanowny Pan  
dr inż. Janusz Pęcherz  
Prezydent Miasta Kalisza

**Interpelacja**

Kaliszanie z ogromnym zaskoczeniem, a równocześnie z wielką dumą przyjęli wiadomość o zdobyciu przez Filharmonię Kaliską, Włodka Pawlika i Randy'ego Breckera nagrody Grammy, zwaną nie bez przyczyny „muzycznym Oskarem”, za płytę „Night in Calisia”.

(płata  
pł. 140000)

Suita jazzowa, ściśle związana z obchodami jubileuszu 1850-lecia Kalisza i jego historyczną rolą jako miasta na Szlaku Bursztynowym, stała się po nagraniu bestsellerem w sieci Empik, zdobyła nagrodę Hitu Roku i Albumu Roku 2012, a później trafiła na rynek amerykański, gdzie cieszyła się ogromnym zainteresowaniem.

Krażek przekroczył granice naszego miasta, granice Polski i stał się projektem światowym. To wielki sukces. To naprawdę wielkie wydarzenie kulturalne, które powinniśmy wykorzystać dla promocji miasta i dla podnoszenia edukacji muzycznej jego mieszkańców.

Z pełną akceptacją przyjąłem propozycję pana Prezydenta, by powtórzyć w Kaliszu koncert z wykonaniem utworu przez laureatów tej prestiżowej nagrody. Myślę, że koncert można połączyć ze sprzedażą nagrodzonej płyty i umożliwieniem wszystkim kaliszanom, którzy tego by pragnęli, zdobycia autografów nagrodzonych muzyków.

Aby nikt, kto sprawą jest chociaż trochę zainteresowany, nie miał wątpliwości, o który Kalisz chodzi, a także dla odwiedzających nasze miasto i dla samych kaliszan, proponuję przygotować bilbordy informujące o wielkim sukcesie kaliskich filharmoników i umieścić je przy głównych ulicach wlotowych do naszego miasta. Proponuję również ustawić przed wejściem do Ratusza rollup z odpowiednią informacją o nagrodzie Grammy. Myślę, że osoby oglądające reklamy, będą podzielać radość, szczęście i satysfakcję z tego światowego wyróżnienia, pierwszego w historii polskiego jazzu, za dzieło, powstałe z inicjatywy Adama Klocka, dyrektora Filharmonii Kaliskiej.

URZĄD MIEJSKI W KALISZU  
KANCLARZKA OGÓLNA  
WPL. DNIA 28. LUT. 2014  
Nr kor. ....  
Ilość zał. .... Podpis *clik*

Z poważaniem  
B. Wrzesińska

**PREZYDENT  
MIASTA KALISZA**

Kalisz, 25 marca 2014 r.

KPM.0003.0004.2014

**Pani**

**Barbara Wrzeńska**

**Wiceprzewodnicząca**

**Rady Miejskiej Kalisza**

Szanowna Pani Przewodnicząca,

W odpowiedzi na Pani interpelację z dnia 26 lutego 2014 r. dotyczącą międzynarodowego sukcesu Filharmonii Kaliskiej, jakim było przyznanie płycie *Night in Calisia* Nagrody GRAMMY, pragnę poinformować, że Miasto Kalisz podjęło szereg działań o charakterze promocyjnym, aby nagłośnić to prestiżowe wyróżnienie amerykańskiej branży fonograficznej, nazywane muzycznym Oscarem, i podkreślić zaangażowanie naszego miasta jako mecenas sztuki na najwyższym światowym poziomie.

Mając to na względzie, już po ogłoszeniu informacji dot. nominowania *Night in Calisia* do Nagrody GRAMMY, Miasto Kalisz rozpoczęło intensywną i szeroką kampanię informacyjną i promocyjną.

Ze strony Wydziału Kultury i Sztuki, Sportu i Turystyki przygotowano i rozplakatowano na terenie Kalisza afisze w formacie B1 (500 sztuk) TRZMAJCIE ZA NAS KCIUKI. Bannery w formie elektronicznej rozesłano do mediów. Ukazały się one w serwisach informacyjnych oraz w witrynach: Miasta i Filharmonii Kaliskiej.

Pierwsze zawiadomienia dot. przyznania GRAMMY AWARD przesyłane były przez Filharmonię Kaliską do mediów, portali internetowych oraz osób i instytucji współpracujących z kaliską instytucją artystyczną tuż po ogłoszeniu wyników tegorocznych GRAMMY, tj. w nocy z 26/27 stycznia 2014.

Przyznanie Nagrody zapoczątkowało intensywną kampanię informacyjną prowadzoną zarówno przez Filharmonię Kaliską, jak i Miasto Kalisz, jako mecenas powstania utworu i późniejszej edycji płyty.

W dniu 28 stycznia 2014 r. odbyła się specjalna konferencja prasowa w Villi Calisia na temat międzynarodowego sukcesu płyty *Night in Calisia* z udziałem Prezydenta Miasta Kalisza Janusza Pęcherza, Wiceprezydenta Dariusza Grodzińskiego, Dyrektora Naczelnego i Artystycznego Filharmonii Kaliskiej Adama Klocka oraz Dyrektora PR oraz rzecznika prasowego firmy Multimedia Polska SA Krystyny Kanownik. Ponadto osoby te gościły także w telewizji Amazing, która wyemitowała z tej okazji 40 minutowy program z cyklu *Po prostu* poświęcony przyznaniu nagrody Grammy albumowi *Night in Calisia* w dniu 5 lutego 2014 r. Prezydent Miasta Kalisza udzielił także na ten temat wywiadu w TVP Poznań (program *Wywiad Teleskopu*) w dniu 6 lutego 2014 r. Strona internetowa miasta [www.kalisz.pl](http://www.kalisz.pl) oraz lokalne portale internetowe szeroko informowały o tym prestiżowym wyróżnieniu, informacje prasowe ukazały się we wszystkich ogólnopolskich mediach, włączając w to Internet, radio i telewizję (m. in. Polskie Radio, Radio Zet, RMF, Rzeczpospolita, Gazeta Wyborcza, Onet, TVN24, TVN, TVP Info itd.). Obszerne artykuły ukazały się także m. in. w Polityce, w tygodniku *Do Rzeczy*, a nawet w prasie kobiecej (m.in. Viva). Nagrany dla upamiętnienia 1850-lecia istnienia Kalisza album sprzedał się tak dobrze, że wkrótce uzyskał status platynowej płyty. W dniu 2 marca 2014 r. platynową płytę odebrali podczas gali MocArty RMF FM Classic Włodek i Jolanta Pawlikowie, a w imieniu Filharmonii Kaliskiej oraz samorządu Wiceprezydent Dariusz Grodziński.

Dyrektor Naczelny i Artystyczny Filharmonii Kaliskiej w dniu 27 stycznia w godzinach porannych, udzielił wywiadów stacjom telewizyjnym (TVP1, TVP2, TNP Poznań, WTK Poznań, Polsat, TVN). Dzięki temu, informacje o GRAMMY pojawiły się w różnych serwisach tychże stacji. Na antenie Polsat Cafe wyemitowano również 20 minutową rozmowę z panem Adamem Klockiem.

W dniach następnych, utrwalono kolejne wywiady dla lokalnych mediów. Wydrukowano i rozplakatowano na terenie Kalisza afisze w formacie B1 (500 sztuk) MAMY GRAMMY. W wydawnictwach repertuarowych Filharmonii Kaliskiej, również zamieszczono plakaty, zwymiarowane do potrzeb ww. druków. Materiały wizualne Filharmonii Kaliskiej (afisze, strona www., itp.) opatrzone zostały znakiem GRAMMY AWARD WINNER. O sukcesach na bieżąco powiadamiany był stały menadżer tras koncertowych Orkiestry Symfonicznej Filharmonii Kaliskiej w Niemczech. Za jego pośrednictwem zawiadomienie trafiło do instytucji goszczących kaliskich muzyków.

Ważnym filarem kampanii popularyzującej sukcesy płyty *Night in Calisia* i Filharmonii Kaliskiej była aktywność Biura Promocji Miasta Kalisza.

Po pierwsze przeprowadzono szerokie działania promocyjne Miasta Kalisza związane z udziałem Włodka Pawlika w ceremonii wręczenia nagród „GRAMMY AWARDS 2014” w Stanach Zjednoczonych oraz solowym recitale artysty w Konsulacie Generalnym RP w Los Angeles. Zdjęcia pierwszego polskiego jazzmana - zdobywcy nagrody GRAMMY z kaliską flagą obiegły zarówno lokalną, jak i ogólnopolską prasę. Włodek Pawlik we wszystkich udzielanych wywiadach prasowych, radiowych i telewizyjnych (m.in. w TVN24, TVP Info, RMF24, w programach tzw. telewizji śniadaniowej Dzień Dobry TVN i Pytanie na śniadanie) podkreślał zaangażowanie Miasta Kalisza w powstanie tego zwycięskiego albumu. W ostatnią niedzielę ukazał się kolejny program poświęcony albumowi *Night in Calisia* w TVP Kultura, w którym dziennikarze stawiali Kalisz za wzór dla innych miast w dziedzinie mecenatu nad kulturą.

Ponadto w Biurze ds. Promocji Miasta przygotowano całostronicowy artykuł promujący Miasto Kalisz i album *Night in Calisia* pt. „MAMY GRAMMY”, który ukazał się w dniu 24 lutego 2014 r. w ogólnopolskim tygodniku Newsweek w dodatku Kultura, osiągając nakład 200 tys. egzemplarzy. Podobna informacja została opublikowana w TeleMagazynie, dystrybuowanym w nakładzie ok. 700 tys. egzemplarzy na terenie całej Polski, jako dodatek do dzienników lokalnych i tygodników takich, jak Głos Wielkopolski, Gazeta Wrocławska, Dziennik Łódzki, Gazeta Krakowska, Dziennik Zachodni, Dziennik Bałtycki, Dziennik Polski, Express Ilustrowany, Kurier Lubelski, Metropolia Warszawska,

Polska The Times, Ziemia Kaliska, Nasze Miasto Kalisz, Nasze Miasto Ostrów, Gazeta Pleszewska, Informacje Krotoszyńskie, Gnieźnieński Tydzień, Tygodnik Śremski, Tygodnik Piłski, Dzień Nowotomysko-Grodziski, Dzień Wolsztyński, Tygodnik Wągrowiecki, Chodzieżanin, Dzień Szamotulski i Tydzień Obornicki.

Nawet nasze miasta partnerskie za granicą przyłączyły się do kampanii reklamowej osiągnięć kaliskich muzyków, w lokalnych mediach oraz na stronach internetowych naszych miast partnerskich ukazały się materiały prasowe na temat międzynarodowego sukcesu Kaliskiej Filharmonii we współpracy z Włodek Pawlik Trio i Randy'm Breckerem. Wszędzie odnotowano fakt zaangażowania Miasta Kalisza w ten muzyczny projekt, który otrzymał nagrodę GRAMMY.

Poza tym Biuro ds. Promocji Miasta i Współpracy Międzynarodowej dokonało w celach promocyjnych zakupu 1100 sztuk płyty *Night in Calisia* oraz zleciło projekt graficzny i przygotowanie do druku banderoli „GRAMMY AWARD” informującej o zdobyciu Nagrody GRAMMY przez album przy wsparciu finansowym Miasta Kalisza z okazji obchodów 1850-lecia istnienia Kalisza.

Obecnie Miasto Kalisz prowadzi rozmowy na temat podpisania umowy dotyczącej realizacji usług promocyjnych Miasta Kalisza w trakcie uroczystej gali wręczenia nagród polskiego przemysłu muzycznego Fryderyk 2014, której oprawę muzyczną zapewni po raz pierwszy w historii Filharmonia Kaliska oraz koncertu wieczornego *Night in Calisia* w wykonaniu Randy'ego Breckera, Włodek Pawlik Trio oraz Filharmonii Kaliskiej pod dyrekcją Adama Klocka. Oba wydarzenia muzyczne, które będą mieć miejsce w Sali Kongresowej w Warszawie w dniu 24 kwietnia 2014 r., będą rejestrowane i transmitowane na całą Polskę przez TVP. Właśnie rusza szeroka kampania outdoorowa na ulicach Warszawy reklamująca koncert *Night in Calisia*, reklamy pojawiają się także w ogólnopolskich mediach (Onet, Wprost, Polska The Times, Nasze Miasto, Twój Styl, Trendy Art of Living, Jazz Forum i Radio Zet Chillii). Powstała też oficjalna strona internetowa koncertu *Night in Calisia*. Z uwagi na olbrzymie zainteresowanie wśród kaliszczan, w planach jest także organizacja koncertu laureatów nagrody GRAMMY w Kaliszu w dniu 25 kwietnia 2014 r. Już wkrótce rozpocznie się związana z tym lokalna kampania reklamowa dotycząca zarówno koncertu w Sali Kongresowej w Warszawie, jak i w Kaliszu.

Z kolei Wydział Rozbudowy i Inwestycji jest w trakcie przygotowywania 3 billboardów położonych w atrakcyjnych lokalizacjach na terenie Kalisza, które posłużą do zareklamowania sukcesu kaliskich filharmoników, a w przyszłości będą także wykorzystywane do promocji innych wydarzeń ważnych z punktu widzenia miasta i jego mieszkańców.

Jestem przekonany, że to nie koniec działań promocyjnych Miasta Kalisza na rzecz promocji światowego sukcesu Filharmonii Kaliskiej pod dyrekcją Adama Klocka. Pragnę Panią zapewnić, że nasze miasto dołoży wszelkich starań, by sukces kaliskich muzyków był preludium do kolejnych udanych projektów artystycznych i nagród, które rozślawią nasze miasto na całym świecie.

Z wyrazami szacunku

  
Janusz Pęcherz