



# Marka Małopolska

Kraków, 6 października 2022 r.



# Budowanie marki regionu to proces



skojarzenia

emocje

stereotypy

wiedza

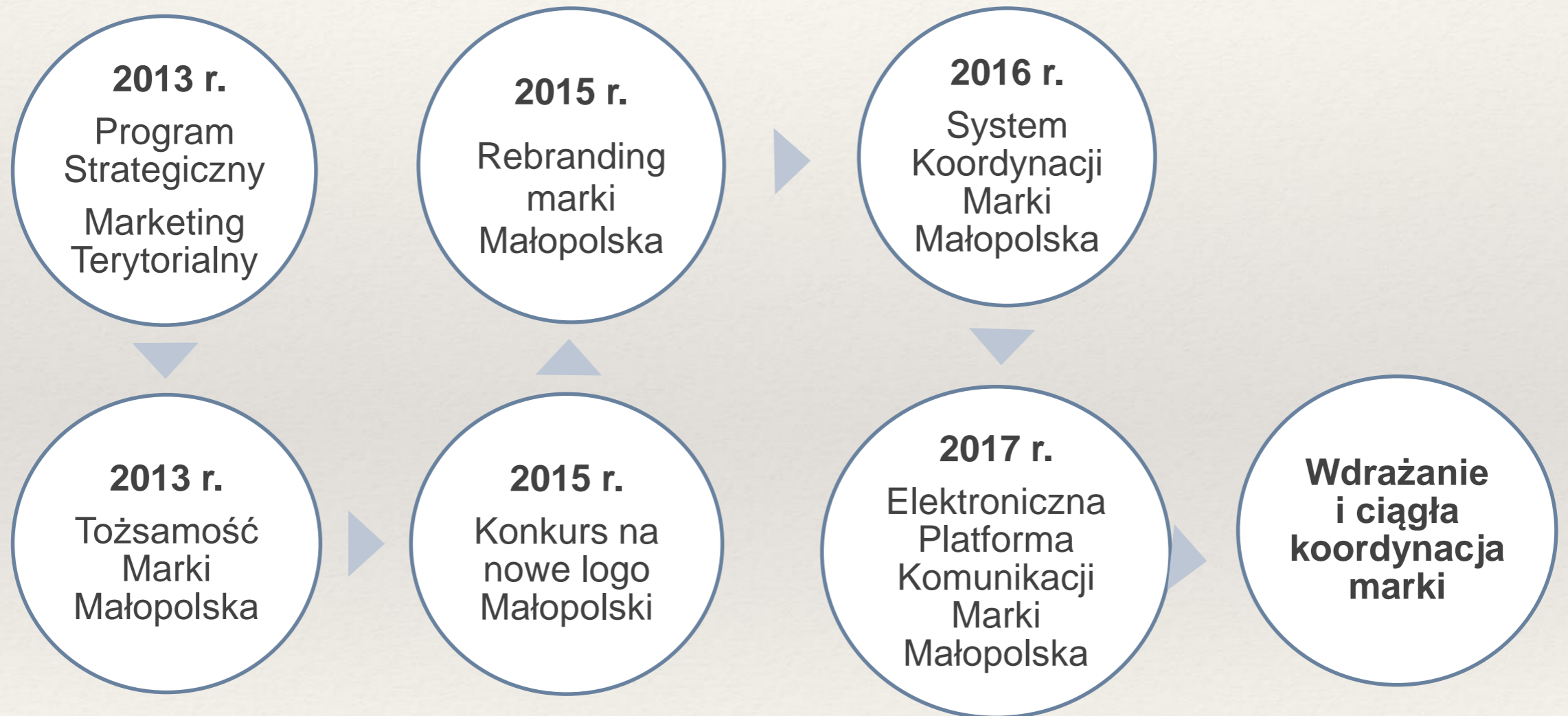
opinie

wyobrażenia



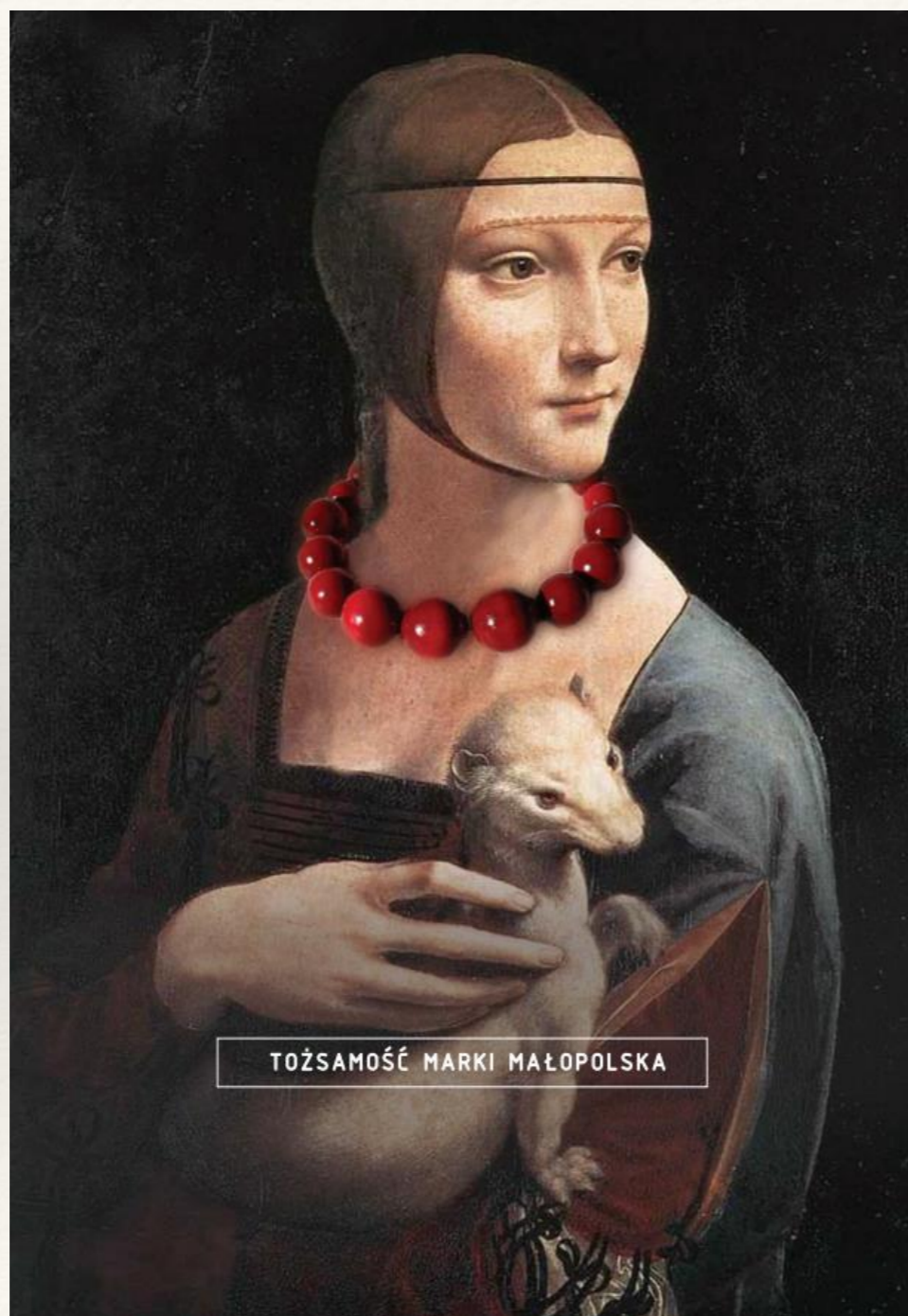


## Marka Małopolska - etapy





## Tożsamość marki miejsca



**Tożsamość marki**  
daje wytyczne,  
jak kreować spójny i korzystny  
wizerunek regionu  
w oparciu  
o własne korzenie i wartości.

Tożsamość MM powstała w 2013 roku przy  
współpracy z profesjonalistami z obszaru  
marketingu miejsc.





# Esencja Marki Małopolska

## Mądrość i fantazja w harmonii

Wyodrębnionych zostało siedem **cech osobowości marki Małopolska**, które stanowią o jej wyjątkowości i mają potencjał kreowania wizerunku marki:

1. szczerą
2. przyjacielską
3. z wyobraźnią
4. wyjątkową
5. uduchowioną
6. niezależną
7. wiarygodną

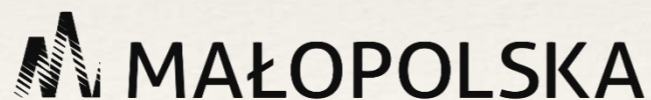


## Logo

O atrakcyjności marki regionu decyduje również **logo**.

Wspiera kreowanie mocnej i nowoczesnej marki **Małopolska**, opartej na innowacyjności i kreatywności, a jednocześnie mocno związanej z korzeniami i tradycjami regionu.

W oparciu o znak graficzny Województwo opracowało [System Identyfikacji Wizualnej](#) jako główne narzędzie do budowy marki **Małopolska**.







# System Koordynacji Marki Małopolska



**SKMM** wdrażany jest w Małopolsce od **24 maja 2016 r.**, obejmuje **prawie 100 podmiotów!** Departamenty UMWM oraz instytucje WM.








Ma na celu **koordynację i spójność** komunikacji marki Małopolska poprzez stałą współpracę z podmiotami i konsultacje poszczególnych działań marketingowych.

Co podlega koordynacji ?

**Wszystko** 😊



# System Koordynacji Marki Małopolska

 MAŁOPOLSKA	
ELEKTRONICZNA PLATFORMA KOMUNIKACJI Marki Małopolska	
	Działania marketingowe
	Zbiorczy roczny plan działań marketingowych
	Kalendarz
	Materiały graficzne
	Rezerwacje Systemu Wystawienniczego
	Planowane zakupy materiałów promocyjnych

**Elektroniczna Platforma Komunikacji (EPK)** służy do:

- Gromadzenia i aktualizacji informacji o planowanych i zrealizowanych działaniach marketingowych; koordynowania, konsultowania i wdrażania tych działań
- Zgłaszania planowanego zakupu materiałów promocyjnych
- Konsultowania projektów graficznych
- Rezerwacji systemu wystawienniczego
- Prowadzenia inwentaryzacji i rozchodu materiałów promocyjnych.

[www.epk.malopolska.pl](http://www.epk.malopolska.pl)





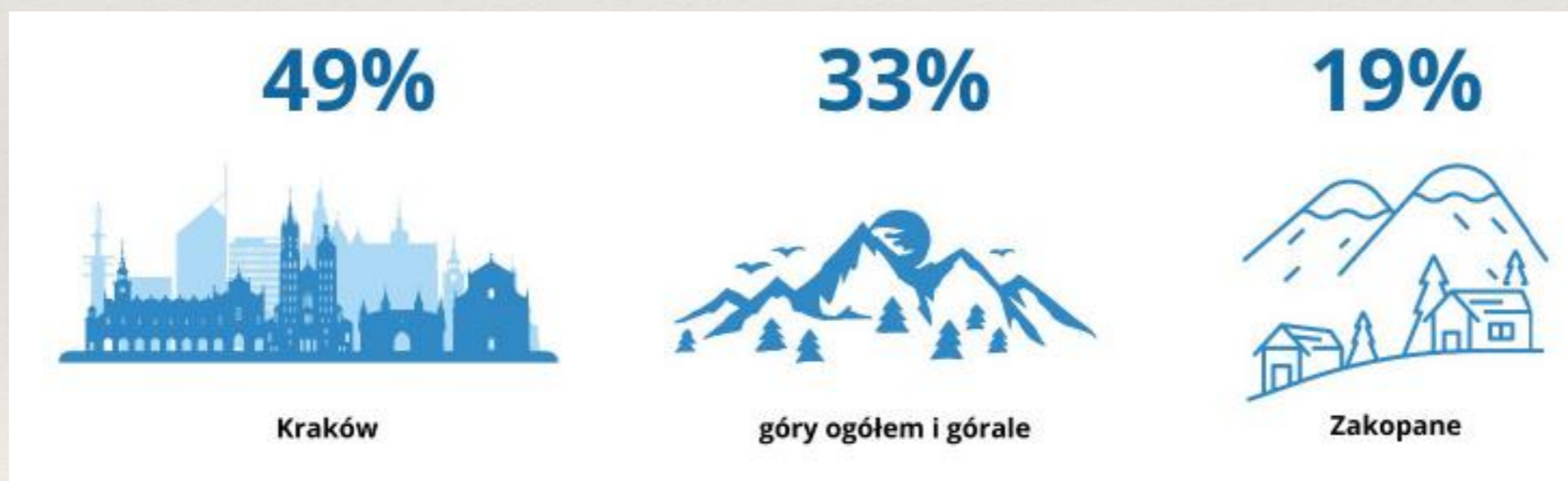
# System Koordynacji Marki Małopolska w liczbach

	2021	2022
Liczba użytkowników EPK	451	
Liczba zgłoszonych działań marketingowych	886	946
Liczba konsultowanych projektów graficznych	6 418	5 830
Liczba wypożyczeni systemu wystawienniczego	440	543



# Rozpoznawalność i percepcja marki Małopolska

Czołowa trójka skojarzeń z Małopolską w opinii Małopolan w 2021 r. (n=3000, 2021 r.)



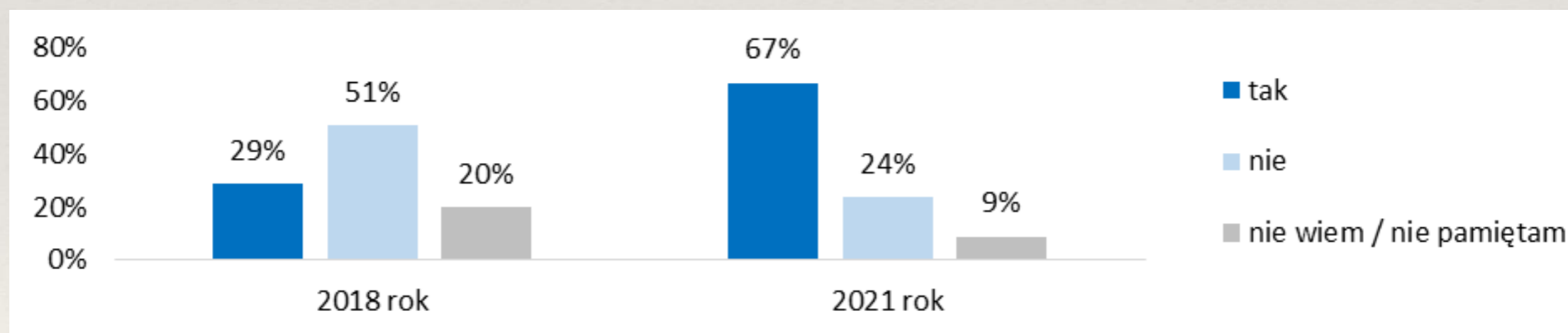




# Rozpoznawalność i percepcja marki Małopolska

**Czy kiedykolwiek zetknął/ęła się Pan/i z logo Małopolski?**

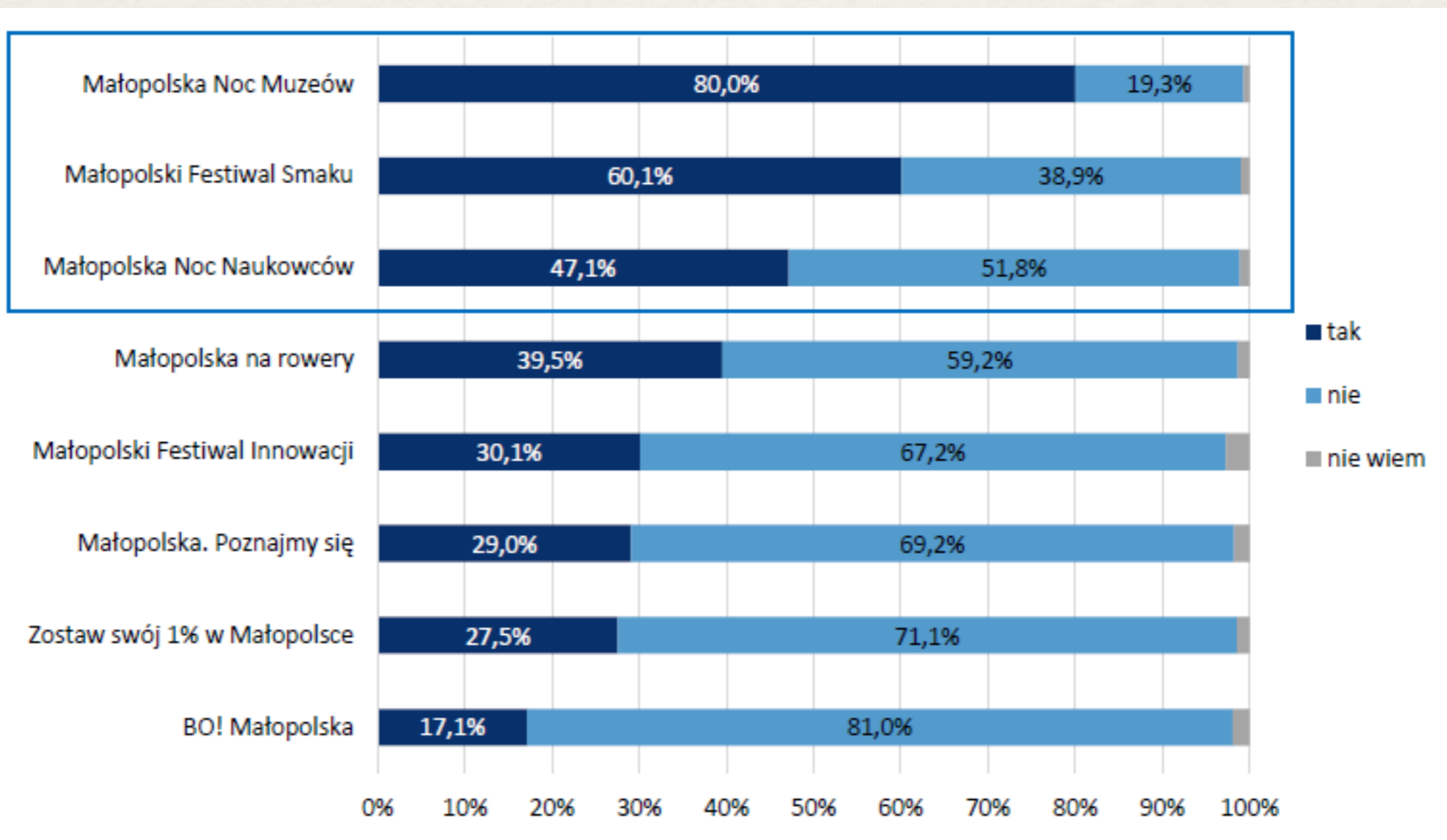
*wskazania z lat 2018 i 2021 (n=400, n=3000)*





# Rozpoznawalność i percepcja marki Małopolska

Znajomość kampanii i wydarzeń promujących Małopolskę w 2021 r. (n=3000)

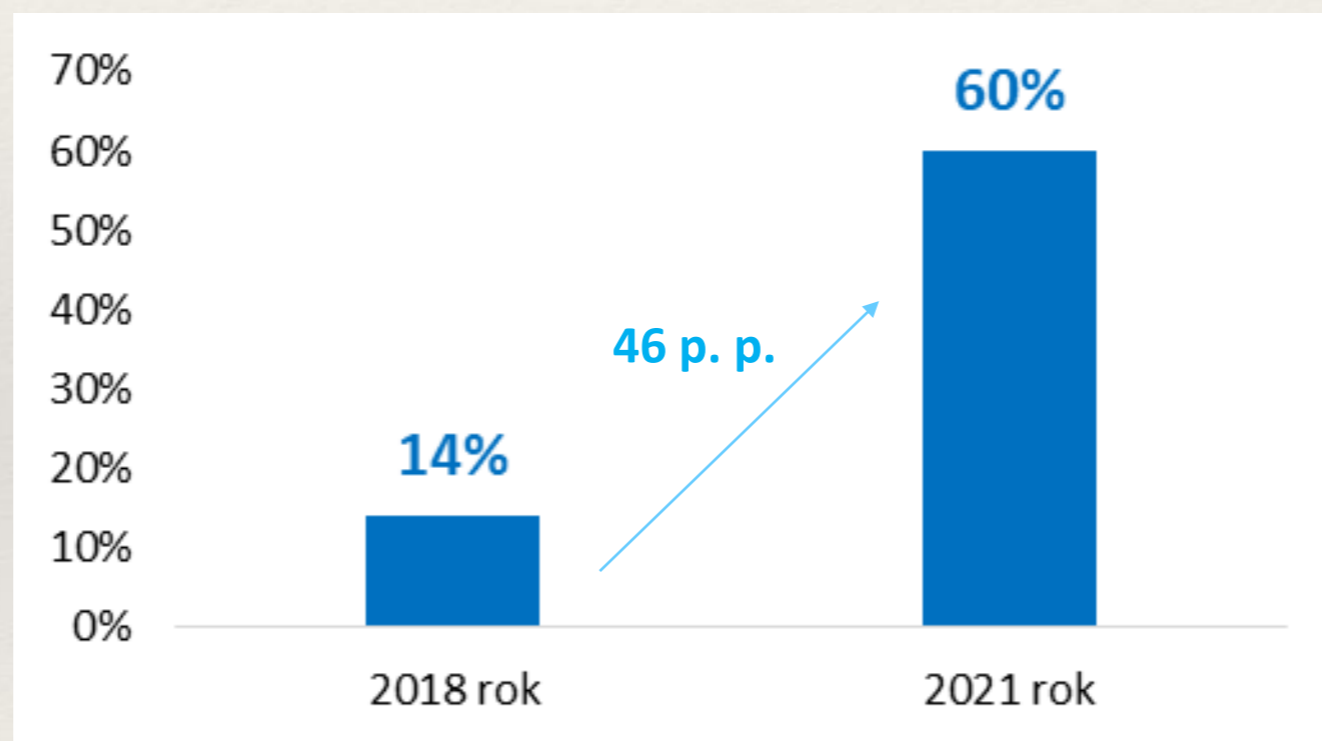






# Rozpoznawalność i percepcja marki Małopolska

**Znajomość Małopolskiego Festiwalu Smaku**  
*wskazania z lat 2018 i 2021 (n=400, n=3000)*







# Małopolski Festiwal Smaku







# Made in Małopolska



*made in*  
**MAŁOPOLSKA**

**INICJATYWY**   **MIEJSCA**   **BIZNES**   **SMAK**   **WODA**   **DIZAJN**

**POCHODZENIE MA ZNACZENIE**

[www.madein.malopolska.pl](http://www.madein.malopolska.pl)





# Kampania parasolowa: Dobro jest w Małopolsce







## Kierunki działań w 2023 r.

- Igrzyska Europejskie
- Małopolska św. Janowi Pawłowi II
- Rok Mikołaja Kopernika





## Małopolska **doceniona**

**2016 r.** – Grand Prix Kryształów PR-u za **najlepszą kreatywną kampanię promocyjną Młodość to stan ducha** i wyróżnienie za najlepszy wizerunek w mediach społecznościowych

**2017 r.** – Grand Prix Kryształów PR-u w kategorii **Najlepszy film promocyjny** za spot Małopolska na rowery

**2017 r.** – Małopolska w gronie finalistów międzynarodowego konkursu **City Nation Place Awards 2017** za **System Koordynacji Marki Małopolska**

**2020 r.** – pierwsze miejsce w konkursie **Medialna Perła Samorządu 2020** w kategorii kampania komunikacyjna za akcję świąteczną **"Dobro jest w Małopolsce,,**







# Małopolska doceniona

**2022 r.** – pierwsze miejsce w konkursie **Samorządowy Lider Komunikacji i Promocji** 2022 w kategorii ekologia za zabawę edukacyjną w mediach społecznościowych "Tydzień dla klimatu,,

**2022 r.** – Grand Prix Kryształów PR-u w kategorii **Najlepszy film promocyjny** za materiał **7 powodów aby przyjechać do Małopolski**. Ponadto wyróżnienia za najlepszy wizerunek w mediach społecznościowych i najlepszą kampanię informacyjno-promocyjną związaną z pandemią COVID-19

**2022 r.** – cztery wyróżnienia w konkursie **Innowacyjny Samorząd 2022** za Innowacyjne Safari, #StartUP Małopolska, Asystent Leczenia Żywnościowego oraz aplikacja VisitMałopolska





Bardzo dziękuję za uwagę!

**Paulina Surman**

Zastępca Dyrektora

Kancelaria Zarządu

Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego

[marketing@umwm.malopolska.pl](mailto:marketing@umwm.malopolska.pl)