

## Kocham Poznań ! - Film robi furorę w internecie.

Dwa tygodnie pracy, pięć tysięcy zdjęć i miliony do Poznania. Dzięki temu bez wielkiego budżetu powstał film, który robi furorę w internecie. - Wystarczy pomysły i trochę energii, by pokazać jak ciekawe jest nasze miasto - mówi autorzy "Poznań, I love you"

Na pomysły wpadli siedząc przy piwie, a koszt filmu to dwa tygodnie bez wolnego czasu po pracy. Bo trzeba było o przeciwieństwo zrobić ponad 5 tys. zdjęć i zmontować materiał.

Jest ich pięć: dwie dziewczyny i trzech chłopa. Wśród nich: grafik, specjalistka od PR, finansista. Zbierają stare pocztówki, lubią jeździć na rowerze. Kibicują Lechowi

I kochają Poznań - choć tylko jeden z całej piątki się tu urodził.

Na potrzeby tego projektu nie mają imion i nazwisk. Nazywają się po prostu, tak jak tytuł ich filmu - "Poznań, I love you".

Film jest prosty. To migające stopklatki z różnych zakątków. Park przed Operą, woda w fontannie Łączy się z al. Marcinkowskiego. Później znów odrobina wody i już jesteście na Starym Rynku. Dalej Fara, kościoły, kawiarniane ogródki. A w tle dźwięki Pretty Lights w piosence "My Other Love".

W trzy i pół minuty można zobaczyć najbardziej urokliwe miejsca w Poznaniu

Poznań I love you:

Film pojawił się na portalu YouTube 2 lipca. Do dziś obejrzało go prawie 25 tys. osób. Internauci są zachwyceni: - Genialny, świetny, super - piszą. Wady? Nie ma na nim zamku, Mały, kamienic na Wildzie. Jednak Sebastian na Facebooku pisze: - To najlepsze promo miasta jakie kiedykolwiek powstało. Władze mogłyby zazdrościć, te.

Miasto pomysły chwali: - Widać, że autorzy tego filmu to pasjonaci i naprawdę kochają Poznań - mówi Damian Zalewski z biura promocji. - Dużo artyzmu, ciekawe spojrzenie - dodaje.

I podkreśla, że nie czuje ani krztyny zazdrości - mimo że w zeszłym roku miasto wystartowało z własną akcją promocyjną "Poznań know-how", która nie wszystkim się jednak spodobała. Kosztowała w sumie 3 mln zł. - Tego nie można porównywać - twierdzi jednak Zalewski. - To na razie tylko jeden film. A przeciwieństwo całej kampania to zawsze rzecz rozbudowana, na którą potrzebne są duże pieniądze.

Poznań know how:

Zalewski dodaje, że "Poznań, I love you" jest dowodem władz na to, że poznaniacy mają

---

know-how, którym chwalimy się w Ł wcie. - W tym filmie widać wiedzę i umiejętności - twierdzi.

Czy myślą o współpracy z autorami filmu? - Nie mówią "tak", nie mówią "nie", ale proszą pamiatać, że lubimy pomagać ludziom, którzy mają talent. Takie działania się chwali - mówi Zalewski.

Katarzyna Jabłońska z Citybell Consulting, agencji, która jest opiekunem merytorycznym Festiwalu Promocji Miast i Regionów komentuje: - Inicjatywa "Poznań, I love you" wpisuje się bardzo dobrze w wizerunek Poznania jako miasta know-how. Film zachowany jest w stylu nowoczesnym, jest dynamiczny, ukazuje również wszystkie charakterystyczne dla Poznania ikony miejskie. Twórcy filmu zadali sobie wiele trudu przy produkcji tego filmu. To bardzo udany przykład aktywności mieszkańców i - jak sam tytuł wskazuje - miłośników miasta do własnego miasta.

Film ma pokazać Poznań nie tylko w Polsce, ale na całym świecie. Autorzy zgłosili go do konkursu organizowanego przez CNN. Jeśli się uda "miłośników do Poznania" pojawi się nie tylko w internecie, ale i na wizji.

Przygotowują się też do kolejnego filmu. Pojawi się w nim przynajmniej cztery ciekawych miejsc, których zabrakło w poprzednim. Tym razem będzie to po prostu: "Poznań, I love you more". A co później? - Działania związane z historią, kulturą, turystyką. Tak, by każdy mógł znaleźć w Poznaniu to co kocha. Bez względu czy jest weekendowym turystą, studentem, pracownikiem, czy rodzimym poznaniakiem - mówi autorzy "Poznań, I love you".

Źródło: Gazeta Wyborcza Poznań

---

Dodane przez : Waldemar, dnia lipiec 08 2010 12:52:59