

**OPINIA NR 139/2019
PREZYDENTA MIASTA KRAKOWA
Z DNIA 17 grudnia 2019 r.**

do projektu uchwały Rady Miasta Krakowa w sprawie podjęcia starań o organizację Eurowizji Junior 2020 w Krakowie.

Na podstawie § 30 ust. 4 pkt. 4 Statutu Miasta Krakowa stanowiącego załącznik do uchwały Nr XLVIII/435/96 Rady Miasta Krakowa z dnia 24 kwietnia 1994 r. (tj. Dz. Urz. Województwa Małopolskiego z 2019 r. poz. 7074), postanawia się, co następuje:

opiniuje się negatywnie projekt uchwały Rady Miasta Krakowa w sprawie podjęcia starań o organizację Eurowizji Junior 2020 w Krakowie, wniesiony przez Grupę Radnych – druk nr 922.

UZASADNIENIE

Opiniowany projekt uchwały Rady Miasta Krakowa w sprawie podjęcia starań o organizację Eurowizji Junior 2020 w Krakowie należy rozważać nie tylko w kontekście walorów promocyjnych, związanych z sukcesem Wiktorii Gabor - mieszkanki Krakowa oraz międzynarodową rangą i rozpoznawalnością konkursu Eurowizja Junior. Należy wziąć również pod uwagę fakt, iż decyzja o organizacji tak dużego przedsięwzięcia, zarówno pod względem produkcyjnym, logistycznym i finansowym, wymaga nie tylko znacznych nakładów, poprzedzonych analizą potencjalnych zysków, ale też zależna jest od decyzji organizatora tj. Europejskiej Unii Nadawców.

Warto nadmienić, iż nie ma wymogu, aby kolejna edycja Eurowizji Junior odbywała się w kraju zwycięzcy. Ostateczną decyzję w tej sprawie podejmuje organizator. Kraków, jako kulturalna stolica Polski i miasto UNESCO otwarte jest na rozmowy na ten temat, a ich efekt będzie zależał od oczekiwań organizatora oraz analizy korzyści, jakie Kraków mógłby odnieść poprzez organizację takiej imprezy. Trzeba wiedzieć, iż warunkiem organizacji Eurowizji Junior 2019 był wkład finansowy miasta na poziomie ok. 3 mln złotych oraz koszty, które musiałyby ponieść również TAURON Arena Kraków, rezygnując z imprez, które planowane były w tym terminie w hali. Jednocześnie nie udostępnione zostały jeszcze dane na temat ekwiwalentu promocyjnego dla Miasta Gliwice w czasie realizacji telewizyjnej. Warto podkreślić, że w czasie samej transmisji nie można było określić, czy miejsce w jakim odbywa się konkurs, to właśnie Arena Gliwice. Jedyne wskazania, które towarzyszyły realizacji telewizyjnej to używanie nazwy Miasta Gliwice jako miejsca realizacji imprezy. Wydaje się to być niewystarczającym zwrotem w inwestycję, która została poczyniona przez samorząd.

Podsumowując, kluczowym czynnikiem wpływającym na decyzję miasta będzie nie tylko koszt realizacji przedsięwzięcia, ale i oczekiwane rezultaty w obszarze wzmacniania wartości marketingowej marki Kraków.