

Założenia do adaptacji Starej Gorzelni Skrzynki na cele kulturalne

Wprowadzenie

Projekt zakłada kompleksową rewitalizację budynku starej gorzelni i przekształcenie jej w dynamiczne centrum kultury, które będzie służyć mieszkańcom regionu oraz turystom. Instytut Skrzynki, jako instytucja kultury, ma ambicję stworzyć przestrzeń otwartą dla różnorodnych inicjatyw artystycznych, edukacyjnych i społecznych.

KULTURA BAZA

- **Galeria:** Przestrzeń wystawiennicza o charakterze wielofunkcyjnym, umożliwiającą prezentację zarówno ekspozycji stałych, jak i czasowych.
- **Sala koncertowo-eventowa:** Adaptacja największej hali gorzelni na salę koncertową, która będzie mogła również służyć jako przestrzeń do organizacji konferencji, pokazów filmowych i innych wydarzeń.
 - **Scena modułowa:** Pozwoli na dostosowanie wielkości sceny do różnych formatów wydarzeń.
 - **Oświetlenie sceniczne:** Profesjonalne oświetlenie ruchome, statyczne i efektów specjalnych, które umożliwi stworzenie różnorodnych atmosfer.
 - **Nagłośnienie:** System nagłośnieniowy wysokiej jakości, dostosowany do wielkości sali i rodzaju wydarzeń.
 - **Ekrany projekcyjne:** Duże ekrany do projekcji filmów, prezentacji i innych materiałów wizualnych.
 - **Widownia - mobilne krzesła widowni:** Komfortowe fotele, które zapewnią widzom doskonałą widoczność sceny. Możliwość konfiguracji w różnych układach (rzędy, bloki).
 - **Akustyka widowni:** Wykonana z materiałów dźwiękochłonnych, aby zapewnić optymalną akustykę.
- **Sala multimedialna:** Wyposażona w nowoczesny sprzęt audiowizualny, przeznaczona do prowadzenia warsztatów, projekcji filmowych i prezentacji multimedialnych.
- **Kawiarenka z czytelnią:** Przytulne miejsce spotkań, wyposażone w bogaty księgozbiór, gdzie będzie można delektować się kawą i oddać się lekturze.
- **Sale warsztatowe i studio kulinarne**

Sale warsztatowe i studio kulinarne to przestrzenie przeznaczone do prowadzenia różnego rodzaju zajęć i kursów. Ich funkcje zależą od charakteru prowadzonych aktywności, ale zazwyczaj obejmują:

- Prowadzenie warsztatów: Organizacja warsztatów kulinarnych, artystycznych, rękodzielniczych, a także innych zajęć edukacyjnych.
 - Przygotowywanie posiłków: W przypadku studia kulinarnego - przygotowywanie posiłków podczas warsztatów lub pokazów kulinarnych.
 - Prace manualne: Wykonywanie różnego rodzaju prac manualnych, takich jak rzeźbienie, malowanie, tworzenie biżuterii.
 - Eksperymentowanie: Testowanie nowych przepisów, technik kulinarnych lub artystycznych.
- **Pomieszczenia zaplecza techniczno - eventowego**

Pomieszczenia techniczne są sercem każdego zaplecza eventowego, zapewniając niezbędną infrastrukturę do organizacji udanych wydarzeń. Ich funkcje są zróżnicowane i obejmują:

- Magazynowanie sprzętu: Przechowywanie oświetlenia, nagłośnienia, scenografii, mebli i innych elementów niezbędnych do organizacji wydarzeń.
 - Prace montażowe: Przygotowywanie i składanie scenografii, oświetlenia, nagłośnienia oraz innych elementów przed wydarzeniem.
 - Serwis sprzętu: Regularna konserwacja i naprawa sprzętu, aby zapewnić jego bezawaryjne działanie.
 - Przechowywanie zapasów: Magazynowanie materiałów eksploatacyjnych.
 - Pokoje dla obsługi technicznej: Miejsce pracy dla techników dźwięku, oświetlenia, scenografów oraz innych specjalistów.
- **Wypożyczenie dodatkowe**
- **Systemy klimatyzacji i wentylacji:** Zapewnią optymalny komfort termiczny dla publiczności i artystów.
 - **Systemy przeciwpożarowe:** Wypożyczenie spełniające wszelkie wymagania bezpieczeństwa pożarowego.
 - **Systemy nagłośnienia ewakuacyjnego:** Dla zapewnienia bezpieczeństwa uczestników w przypadku sytuacji awaryjnych.
 - **Toalety i pomieszczenia sanitarne:** Wypożyczone w odpowiednią liczbę umywalek, toalet i pryszniców.
 - **Bufet:** Do sprzedaży napojów i przekąsek.

- **Zaplecze sanitarne**

Zaplecze sanitarne jest niezbędne w każdym obiekcie, w tym również w zapleczu eventowym. Jego podstawowe funkcje to:

- Higiena: Zapewnienie możliwości utrzymania higieny osobistej przez uczestników wydarzeń oraz pracowników.
- Komfort: Stworzenie komfortowych warunków korzystania z toalet i umywalni.

- Dostępność: Zapewnienie odpowiedniej liczby toalet i umywalni, dostosowanych do liczby uczestników wydarzeń.
- Dostępność dla osób z niepełnosprawnościami:
 - Zapewnienie odpowiednio wyposażonych toalet dla osób z niepełnosprawnościami.
 - Pokoje dla matek z dziećmi - z przewijakiem i miejscem do karmienia.
 - Prysznice - szczególnie przydatne po wydarzeniach plenerowych.
- **Wyposażenie dodatkowe:**
 - Pomieszczenia techniczne: Stoły warsztatowe, regały, narzędzia, oświetlenie, gniazdka elektryczne.
 - Sale warsztatowe i studio kulinarne: Stoły, krzesła, sprzęt kuchenny, lodówki, piece, zlewy, narzędzia kuchenne, stoły warsztatowe, materiały do prowadzenia warsztatów.
 - Zaplecze sanitarne: Umywalki, toalety, suszarki do rąk, dozowniki z mydłem, papier toaletowy, kosze na śmieci, przewijak (w pokojach dla matek z dziećmi).
 -

KULTURA PROGRAM

- **Sztuki performatywne:** Koncerty, spektakle teatralne, prezentacje kabaretowe, spotkania autorskie.
- **Sztuki wizualne:** Wystawy malarstwa, grafiki, rzeźby, fotografii, a także kolekcji prywatnych.
- **Wystawa stała w galerii:** Wystawa etykiet i akcesoriów wódczanych ze zbiorów Adam Łukawskiego. Na wystawie prezentowana będzie kolekcja blisko 4 tysięcy obiektów: etykiety i akcesoria wódczane związane z fabrykami wódek i likierów producentów od schyłku XVIII do połowy XX wieku z obszaru dawnej, międzywojennej i współczesnej Rzeczypospolitej.
(Kolekcja unikatowa na skalę europejską.)
- **Edukacja kulturalna:** Warsztaty artystyczne, literackie, filmowe, dyskusyjne kluby filmowe, plenery artystyczne.
- **Działania społeczne:** Spotkania inter-generacyjne, projekty dla osób z niepełnosprawnościami, wydarzenia promujące różnorodność kulturową.

Adresaci Działań

Program skierowany będzie do szerokiego grona odbiorców, w tym:

- **Mieszkańcy lokalnej społeczności:** dzieci, młodzież, dorośli, seniorzy.
- **Turyści:** zarówno indywidualni, jak i zorganizowane grupy.
- **Artyści:** zarówno profesjonalni, jak i amatorzy.
- **Naukowcy i badacze:** organizacje pozarządowe, instytucje kultury.
- **Kolekcjonerzy i regionaliści:** osoby z regionu Wielkopolski
- **Inne grupy powiązane tematycznie zainteresowaniami lub przynależnością zawodową**

Działania Specjalne

- **Szlak kulinarny:** Rozszerzenie szlaku o nowe tematy, organizacja warsztatów kulinarnych, współpraca z lokalnymi producentami żywności.
- **Współpraca z lokalnymi artystami:** Udostępnienie magazynów (pozostałe obiekty folwarku) na przechowywanie prac, organizacja wystaw i plenerów.
- **Zjazdy i fora tematyczne:** Inicjatywy skierowane do kolekcjonerów, regionalistów, prywatnych muzealników, ale także szefów kuchni, restauratorów i innych grup
- **Projekty społeczne:** Inicjatywy skierowane do osób wykluczonych społecznie, mniejszości narodowych, seniorów.
- **Działania komercyjne:** Organizacja konferencji, szkoleń, kursów, wynajem sal na imprezy okolicznościowe.

Współpraca

- **Partnerzy lokalni:** Instytucje kultury, szkoły, organizacje pozarządowe, przedsiębiorcy.
- **Partnerzy regionalni:** Inne instytucje kultury, samorządy.
- **Partnerzy międzynarodowi:** Instytucje kultury z zagranicy, sieci współpracy międzynarodowej.

Podsumowanie

Projekt adaptacji starej gorzelni na cele kulturalne stanowi szansę na stworzenie w regionie unikalnego miejsca spotkań, wymiany idei i rozwoju twórczości. Dzięki bogatemu programowi, Gorzelnia stanie się centrum życia kulturalnego, które przyciągnie zarówno mieszkańców, jak i turystów.

Szczegółowy Plan Adaptacji Starej Gorzelni na Cele Kulturalne Instytutu Skrzynki

1. Wizja artystyczna i koncepcja programowa

- **Cel główny:**
 - **Odnowa dziedzictwa:** Dokładna rekonstrukcja i konserwacja elementów historycznych gorzelni, takich jak zabytkowe konstrukcje, wejścia, okna, piwnice celem zachowania autentyczności miejsca i stworzenia unikatowej atmosfery.
 - **Tworzenie przestrzeni wielofunkcyjnej:** Adaptacja różnych pomieszczeń gorzelni pod konkretne funkcje: sala koncertowa z doskonałą akustyką, galerie sztuki o różnej wielkości, sale warsztatowe, kawiarnia z widokiem na zabytkowe elementy, opcjonalnie sklepik z pamiątkami i produktami regionalnymi, przestrzeń coworkingowa dla artystów.
 - **Promocja sztuki współczesnej:** Stworzenie platformy dla młodych i uznanych artystów, organizacja wystaw, rezydencji artystycznych, projektów interdyscyplinarnych łączących sztukę z technologią.

- **Edukacja kulturalna:** Organizacja warsztatów, wykładów, pokazów filmowych, skierowanych do różnych grup wiekowych, promujących sztukę, historię i zrównoważony rozwój.
- **Grupa docelowa:**
 - **Mieszkańcy lokalni:** Organizacja wydarzeń skierowanych do różnych grup wiekowych, np. rodzinnych, młodzieżowych, seniorów, z uwzględnieniem ich zainteresowań.
 - **Turyści:** Stworzenie atrakcji turystycznej, która będzie promować region i przyciągać zarówno turystów indywidualnych, jak i zorganizowane grupy.
 - **Artyści:** Zapewnienie artystom profesjonalnej przestrzeni do pracy, prezentacji i wymiany doświadczeń.
 - **Naukowcy:** Organizacja konferencji, seminariów, badań naukowych związanych z historią przemysłu, architekturą i sztuką.
- **Profil działalności:**
 - **Sztuki wizualne:** Regularne wystawy prac malarzy, rzeźbiarzy, fotografów, grafików, organizacja konkursów sztuki współczesnej, rezydencje artystyczne, plenery sztuki i inne formy
 - **Muzyka:** Koncerty muzyki klasycznej, jazzowej, folkowej, rockowej, organizacja przeglądów i festiwali muzycznych, warsztaty muzyczne dla dzieci i młodzieży.
 - **Teatr:** Spektakle teatralne, performance, teatr tańca, teatr dla dzieci, organizacja przeglądów teatralnych.
 - **Literatura:** Spotkania autorskie, warsztaty pisarskie, kluby książki, organizacja festiwali literackich, konkursy literackie
 - **Kino:** Projekcje filmów artystycznych, dokumentalnych, krótkometrażowych, organizacja przeglądów filmowych.
 - **Sztuki multimedialne:** Wystawy sztuki cyfrowej, instalacje interaktywne, projekcje mappingu na zabytkowych elementach budynku.
 - **Rzemiosło artystyczne:** Warsztaty ceramiczne, tkackie, złotnicze, wikliniarskie, koronkarskie i inne, organizacja jarmarków rękodzieła i rzemiosła artystycznego.
 - **Edukacja kulturalna:** Lekcje muzealne, wycieczki tematyczne, warsztaty dla dzieci i młodzieży związane ze sztuką, historią i ekologią.

4. Aspekt społeczny

- **Integracja społeczności:**
 - **Wydarzenia plenerowe:** Organizacja pikników, festynów, koncertów na terenie wokół gorzelni, które będą integrować mieszkańców i przyciągać turystów.
 - **Kluby tematyczne:** Stworzenie przestrzeni do spotkań dla różnych grup zainteresowań, np. klub filmowy, klub czytelniczy, klub podróżniczy, klub regionalistyczny i inne

- **Współpraca z lokalnymi organizacjami:** Wspólne organizowanie wydarzeń z lokalnymi stowarzyszeniami, klubami sportowymi, grupami wolontariackimi.
- **Edukacja kulturalna:**
 - **Programy edukacyjne dla dzieci i młodzieży:** Warsztaty artystyczne, wycieczki tematyczne, lekcje muzealne, obozy letnie.
 - **Programy edukacyjne dla dorosłych:** Wykłady, seminaria, kursy doskonalenia zawodowego dla artystów i animatorów kultury.
 - **Współpraca ze szkołami:** Organizacja lekcji muzealnych, konkursów, olimpiad.
- **Turystyka kulturowa:**
 - **Szlaki turystyczne:** Tworzenie nowych tematycznych, mikroregionalnych szlaków turystycznych łączących gorzelnię i profil jej działalności kulturalnej z innymi atrakcjami turystycznymi w regionie.
 - **Pakiety turystyczne:** Współpraca z lokalnymi hotelami i restauracjami (w tym Dworu Skrzynki) w tworzeniu pakietów turystycznych obejmujących zwiedzanie gorzelni i udział w wydarzeniach kulturalnych.
- **Dostępność:**
 - **Bezpłatne wydarzenia:** Regularne organizowanie płatnych i bezpłatnych wydarzeń, takich jak koncerty, wystawy, warsztaty.
 - **Ceny biletów dostosowane do różnych grup:** Oferowanie zniżek dla uczniów, studentów, seniorów.
 - **Promocja w mediach społecznościowych:** Aktywne prowadzenie profili w mediach społecznościowych, aby dotrzeć do szerokiego grona odbiorców.

5. Ewaluacja

- **Wskaźniki sukcesu:**
 - Liczba odwiedzających
 - Udział w wydarzeniach
 - Sprzedaż biletów i produktów
 - Zadowolenie uczestników (ankiety, badania satysfakcji)
 - Wpływ na rozwój kultury w regionie
 - Zwiększenie rozpoznawalności marki miejsca
 - Współpraca z partnerami
- **System monitorowania:**
 - **Regularne raportowanie:** Przygotowywanie raportów okresowych na temat realizacji projektu.

- **Analiza danych:** Analiza danych zebranych za pomocą ankiet, badań satysfakcji, systemów biletowych.
- **Monitoring mediów:** Obserwowanie opinii na temat projektu w mediach społecznościowych i tradycyjnych.
- **Adaptacja programu:**
 - Regularna analiza wyników ewaluacji i wprowadzanie niezbędnych zmian w programie.
 - Słuchanie opinii uczestników i partnerów.
 - Dostosowanie oferty do zmieniających się potrzeb i oczekiwań odbiorców.

6. Zrównoważony rozwój

- **Ekologia:**
 - Wykorzystanie odnawialnych źródeł energii (np. panele słoneczne, pompy ciepła).
 - Segregacja odpadów i recykling.
 - Ograniczenie zużycia wody i energii.
 - Zastosowanie ekologicznych materiałów budowlanych i wykończeniowych.
- **Spółeczna odpowiedzialność:**
 - Współpraca z lokalnymi społecznościami.
 - Wsparcie lokalnych przedsiębiorców.
 - Promowanie kultury i dziedzictwa regionu.
- **Gospodarka:**
 - Stworzenie nowych miejsc pracy.
 - Wzrost atrakcyjności turystycznej regionu.
 - Wzmocnienie lokalnej gospodarki.

Powyższe elementy tworzą kompleksowy obraz programu adaptacji starej gorzelni na cele kultury. Ich realizacja wymaga zaangażowania wielu podmiotów, zarówno publicznych, jak i prywatnych. Jednakże, efekty takiego przedsięwzięcia mogą przynieść wiele korzyści zarówno dla lokalnej społeczności, jak i dla całego regionu.

Aby skutecznie dotrzeć do różnych grup wiekowych i zawodowych z ofertą programową adaptowanej gorzelni, konieczna jest szczegółowa analiza ich charakterystyki, potrzeb i preferencji.

Założenia podziału i opis grup, wraz z propozycjami działań promocyjnych:

1. Młodzież (15-25 lat)

- **Charakterystyka:** Otwarci na nowości, zainteresowani kulturą alternatywną, muzyką, sztukami wizualnymi, wydarzeniami społecznymi. Często korzystają z mediów społecznościowych.

- **Potrzeby:** Poszukiwanie nowych doświadczeń, przestrzeni do wyrażania siebie, możliwości nawiązywania kontaktów.
- **Działania promocyjne:**
 - **Media społecznościowe:** Intensywna promocja na platformach takich jak Instagram, TikTok, Facebook, organizacja konkursów, live'ów z artystami.
 - **Współpraca z influencerami:** Zaproszenie lokalnych influencerów do udziału w wydarzeniach, promocja na ich profilach.
 - **Wydarzenia specjalne:** Koncerty, warsztaty artystyczne, wieczory filmowe, dyskusje panelowe z udziałem młodych twórców.
 - **Współpraca ze szkołami:** Organizacja warsztatów (w tym wyjazdowych) , konkursów skierowanych do uczniów.
- **Konkursy w mediach społecznościowych:**
 - **Konkursy fotograficzne:** Zachęcaj młodzież do tworzenia zdjęć związanych z tematyką gorzelni (np. street art na ścianach gorzelni, portrety odwiedzających) i nagradzaj najciekawsze prace.
 - **Challenge'e na TikTok:** Stwórz autorski challenge związany z gorzelnią, który będzie zachęcał młodzież do tworzenia krótkich filmików.
 - **Konkursy na grafiki:** Zaproś młodych grafików do stworzenia plakatu promującego jedno z wydarzeń w gorzelni.
- **Warsztaty kreatywne:**
 - **Warsztaty graffiti:** z udziałem znanych streetartowych artystów; warsztaty podczas których młodzież będzie mogła stworzyć własne graffiti na specjalnie przygotowanej ścianie.
 - **Warsztaty DJ-skie:** warsztaty dla początkujących DJ-ów, podczas których młodzież nauczy się podstaw miksowania i produkcji muzycznej.
 - **Warsztaty tworzenia gier wideo:** w ramach współpracy z lokalnymi studiami gier; warsztaty dla młodych twórców gier.
- **Wieczory tematyczne:**
 - **Wieczory gier planszowych:** regularne wieczory gier planszowych, podczas których młodzież będzie mogła spędzić czas w gronie znajomych.
 - **Wieczory filmowe:** projekcje najnowszych filmów, dyskusje po seansie.
- **Współpraca z lokalnymi klubami:** wieczory muzyczne z udziałem lokalnych DJ-ów i zespołów.

2. Dorośli (25-45 lat)

- **Charakterystyka:** Zazwyczaj pracujący zawodowo, zainteresowani są kulturą wysokiej jakości, szukają równowagi między życiem zawodowym a prywatnym.

- **Potrzeby:** Rozrywka, rozwój osobisty, możliwość spędzenia czasu z rodziną i przyjaciółmi.
- **Działania promocyjne:**
 - **Media tradycyjne:** Reklamy w prasie lokalnej, radiu, telewizji.
 - **Marketing emailowy:** Budowanie bazy mailingowej i wysyłanie regularnych newsletterów z informacjami o wydarzeniach.
 - **Współpraca z firmami:** Organizacja eventów firmowych, promocja oferty wśród pracowników.
 - **Wydarzenia specjalne:** Koncerty kameralne, wystawy sztuki, spotkania degustacyjne, warsztaty rozwoju osobistego.
- **Kluby tematyczne:**
 - **Klub książki:** regularne spotkania klubu książki, podczas których uczestnicy będą mogli dyskutować o przeczytanych książkach.
 - **Klub filmowy:** Projekcje filmów artystycznych, dyskusje po seansie.
 - **Klub podróżniczy:** spotkania, podczas których podróżnicy będą dzielić się swoimi doświadczeniami.
- **Warsztaty rozwojowe:**
 - **Warsztaty mindfulness:** Jak zredukować stres i poprawić samopoczucie.
 - **Warsztaty kulinarne:** Z udziałem znanego kucharza, który poprowadzi tematyczne warsztaty gotowania.
 - **Warsztaty rozwoju osobistego:** Różnorodne warsztaty, które pomogą dorosłym w rozwoju osobistym i zawodowym.
- **Wydarzenia networkingowe:**
 - **Afterworki:** regularne afterworki, podczas których uczestnicy będą mogli nawiązać nowe kontakty biznesowe.
 - **Konferencje branżowe:** Współpraca z lokalnymi firmami i organizacja konferencji na tematy związane z biznesem i rozwojem osobistym.

3. Seniorzy (55+)

- **Charakterystyka:** Seniorzy cenią sobie tradycję, kulturę klasyczną, spotkania towarzyskie.
- **Potrzeby:** Aktywne spędzanie czasu, rozwój zainteresowań, uczestnictwo w życiu kulturalnym.
- **Działania promocyjne:**
 - **Media tradycyjne:** Reklamy w prasie lokalnej, radiu.
 - **Współpraca z senioralnymi organizacjami:** Organizacja wydarzeń specjalnie dla seniorów, np. potańcówki, wycieczki z finałem, warsztaty rękodzieła.

- **Promocja w miejscach publicznych:** Ulotki w bibliotekach, ośrodkach zdrowia, sklepach.
- **Wydarzenia specjalne:** Koncerty muzyki klasycznej, wystawy sztuki, spotkania autorskie, konkursy.
- **Kluby tematyczne:**
 - **Klub szachowy:** Regularne turnieje szachowe.
 - **Klub turystyczny:** Wycieczki piesze, rowerowe, autokarowe.
 - **Klub rękodzieła:** Warsztaty rękodzieła, takie jak szycie, haftowanie, decoupage.
- **Wycieczki edukacyjne:**
 - Wycieczki do pobliskich miast, muzeów, zabytków.
- **Potańcówki:** Regularne potańcówki z muzyką na żywo.
- **Warsztaty komputerowe:** Pomoc seniorom w zdobyciu podstawowych umiejętności komputerowych.

4. Rodziny z dziećmi

- **Charakterystyka:** Grupa szukająca atrakcji dla całej rodziny, łączących zabawę z edukacją.
- **Potrzeby:** Spędzanie czasu razem, rozwój dzieci, możliwość uczestniczenia w wydarzeniach dostosowanych do potrzeb najmłodszych.
- **Działania promocyjne:**
 - **Media społecznościowe:** Grupy dla rodziców, fora internetowe.
 - **Współpraca z przedszkolami i szkołami:** Organizacja zajęć edukacyjnych, wydarzeń okolicznościowych, urodzin i in..
 - **Wydarzenia specjalne:** Spektakle dla dzieci, warsztaty plastyczne, animacje, pikniki rodzinne.
- **Dni rodzinne:** Regularne dni rodzinne z różnorodnymi atrakcjami dla dzieci, takimi jak animacje, warsztaty plastyczne, przedstawienia teatralne.
- **Pikniki:** Pikniki na świeżym powietrzu z możliwością grillowania, zabaw dla dzieci.
- **Kluby dla dzieci:** Kluby dla dzieci w różnym wieku, oferujące zajęcia plastyczne, muzyczne, sportowe.

5. Turyści

- **Charakterystyka:** Zróżnicowana grupa pod względem wieku, zainteresowań, pochodzenia.
- **Potrzeby:** Odkrywanie nowych miejsc, poznawanie kultury, spędzanie wolnego czasu.
- **Działania promocyjne:**

- **Współpraca z biurami podróży:** Włączenie gorzelni do oferty turystycznej regionu.
- **Promocja na stronach turystycznych:** Tworzenie atrakcyjnych opisów i zdjęć.
- **Współpraca z hotelami i restauracjami:** Oferowanie pakietów turystycznych.
- **Wydarzenia specjalne:** Festiwale, jarmarki, koncerty plenerowe.
- **Współpraca z biurami podróży:** Atrakcyjne pakiety turystyczne, które będą zawierały zwiedzanie gorzelni, nocleg i wyżywienie.
- **Przewodnicy turystyczni:** Współpraca z doświadczonymi przewodnikami, którzy oprowadzą turystów po gorzelni i opowiedzą o jej historii.
- **Aplikacja mobilna:** Stworzenie aplikacji mobilnej, która będzie służyć jako przewodnik po gorzelni i okolicy.
- **Pamiątki:** Wyprodukowanie unikalnych pamiątek związanych z gorzelnią, które turyści będą mogli zabrać ze sobą.

6. Artyści i twórcy

- **Charakterystyka:** Zainteresowani sztuką, kulturą, poszukujący inspiracji i możliwości prezentacji swojej twórczości.
- **Potrzeby:** Dostęp do profesjonalnych przestrzeni, możliwość networkingu, wsparcie w promocji.
- **Działania promocyjne:**
 - **Media branżowe:** Artykuły w magazynach branżowych, udział w konferencjach.
 - **Współpraca z galeriami sztuki:** Wspólne organizowanie wystaw.
 - **Rezydencje artystyczne:** Oferowanie artystom możliwości pracy w unikalnym miejscu.
 - **Warsztaty i szkolenia:** Organizacja warsztatów dla artystów.
- **Rezydencje artystyczne:** Możliwość pracy w wyjątkowym miejscu, jakim jest adaptowana gorzelnia.
- **Wystawy indywidualne i zbiorowe:** Wystawy prac lokalnych i zagranicznych artystów.
- **Warsztaty dla artystów:** Warsztaty dla artystów różnych dziedzin.
- **Granty dla artystów:** Granty dla młodych artystów, którzy chcą zrealizować swoje projekty.

7. Przedsiębiorcy

- **Charakterystyka:** Grupa zainteresowana networkingiem, budowaniem relacji biznesowych, organizacją eventów firmowych.
- **Potrzeby:** Atrakcyjne miejsce do organizacji spotkań, konferencji, szkoleń.
- **Działania promocyjne:**

- **Marketing B2B:** Targi, konferencje branżowe, mailing.
- **Współpraca z agencjami eventowymi:** Oferowanie kompleksowej obsługi wydarzeń firmowych.
- **Promocja na portalach branżowych:** Prezentacja oferty na portalach dla przedsiębiorców.
- **Sale konferencyjne:** Adaptacja części przestrzeni tak, by tworzyła miejsce konferencyjne, które będzie idealnym miejscem do organizacji spotkań biznesowych.
- **Catering:** Wysokiej jakości catering dla uczestników wydarzeń biznesowych.
- **Networking:** Wydarzenia networkingowe, które umożliwią przedsiębiorcom nawiązanie nowych kontaktów.

Ważne jest, aby działania promocyjne były dostosowane do każdej z tych grup i prowadzone na różnych kanałach komunikacji. Dodatkowo uwzględnić:

- **Personalizację komunikatów:** Dostosowanie treści do potrzeb i zainteresowań poszczególnych grup.
- **Stworzenie programu lojalnościowego:** Nagradzanie stałych klientów.
- **Współpracę z lokalnymi mediami:** Promocja wydarzeń w prasie lokalnej, radiu i telewizji.