

Pytania Wenecja

- Venice Fashion Week trwał 20-26.10.2025, od p. Marcina Dajosa wiem, że „11–26 października 2025 roku w Palazzo Nicolaj Pisani w Wenecji odbyła się szeroko zakrojona prezentacja polskiego bursztynu oraz polskiego designu i mody”. Czy wszystkie działania były w ramach Venice Fashion Week, czy te w dniach 11-19.10 były związane z innym wydarzeniem?

Działania były związane z Venice Design Week.

- czy wydarzenia te odbyły się w ramach realizacji projektu „Gdańsk – Światowa Stolica Bursztynu? Który z kierunków strategii jest w ten sposób realizowany? Kierunek 3? Jakie działania zostały jeszcze podjęte w ramach tego kierunku? Czy i na ile te podjęte działania są kompatybilne z wydarzeniami w Wenecji?

Wydarzenia w Wenecji są kompatybilne z Gdańsk Jewellery Week. Realizowane są podczas nic wzajemne partnerstwa.

Bardzo fajny wątek! Na czym to partnerstwo polega? Jakie działania obejmuje – w trakcie minionej imprezy i przyszłych wydarzeń? Poproszę o tym szerzej, bo to fajny temat promocyjny i może nawet na oddzielnego newsa.

- jaka jest idea projektu „La Via Dell’Ambra – Venice and Gdańsk meet at Venice Fashion Week”? Dlaczego wybór padł na Venice Design Week, a nie na np. dużo większe i bardziej rozpoznawalne i bardziej znaczące w świecie mody wydarzenia jak Milano Fashion Week czy Altra Roma? Dlaczego w ogóle Włochy – czy zostały wykonane badania rynku, które potwierdzałyby ten kierunek promocji? Włochy mają historyczne związki z bursztynem, ale obecnie bursztyn jest tam wręcz niezauważalny. Czy jest to element większego planu MTG / UM Gdańska wypromowania bursztynu we Włoszech?

Otrzymaliśmy zaproszenie od Venice Design Week i Venice Fashion Week. Gdańsk Jewellery Week został partnerem obu wydarzeń.

Jakie argumenty były na tyle silne, żeby to zaproszenie przyjąć? Inaczej mówiąc: poproszę o odpowiedź na moje pytania. Naprawdę mnie interesuje, dlaczego Wenecja została wybrana spośród całego morza możliwości.

- od pana Marcina Dajosa wiem, że odbyła się „prezentacja projektu Gdańsk – Światowa Stolica Bursztynu podczas spotkań z przedstawicielami władz Wenecji, środowisk artystycznych, rzemieślniczych i instytucji kulturalnych”. Poproszę o kilka zdań na ten temat, m.in. z jakimi instytucjami i środowiskami odbyły się rozmowy? jakie są efekty tych rozmów? czy nawiązano już jakieś współprace? czy i kiedy zaowocują one działaniami mającymi na celu promowanie bursztynu, Gdańska i branży bursztynniczej – w Wenecji lub gdzieś indziej?

Podczas Venice Design Week oraz Venice Fashion Week mieliśmy okazję zaprezentować projekt Gdańsk – Światowa Stolica Bursztynu szerokiemu gronu przedstawicieli władz Wenecji, środowisk twórczych, rzemieślniczych oraz instytucji kultury. Projekt został przedstawiony m.in. podczas spotkania z panią Ermelindą Damiano, przewodniczącą Rady Miasta Wenecji, a także w trakcie oficjalnego posiedzenia Rady Miasta oraz konferencji prasowej podsumowującej wydarzenia, w której uczestniczyły najważniejsze osobistości związane z kulturą i rzemiosłem weneckim. Spotkania te odbyły się w siedzibie gminy Wenecja.

Równolegle prowadziliśmy rozmowy dotyczące możliwej współpracy z inicjatywą Homo Faber, a także na temat przyszłych działań realizowanych w kontekście kolejnych edycji Venice Design Week i Venice Fashion Week, które w przyszłości będą odbywać się w czasie trwania Biennale dell'Arte. Jesteśmy świadomi, że w Wenecji proces budowania współpracy artystycznej i instytucjonalnej wymaga czasu, dlatego rozmowy są w toku, a ich efekty będą widoczne w kolejnych etapach.

Podczas Venice Design Week, w trakcie jednego z głównych wydarzeń, została również wręczona nagroda artystom docenionym przez panią prezydent Gdańska Aleksandrę Dulciewicz. Nagroda w formie bursztynu trafiła do twórców, którzy przygotują swoje prace i zaprezentują je podczas jesiennej edycji targów Amberif – Gdańsk Jewelry Week.

Obecnie prowadzimy także rozmowy dotyczące możliwości prezentowania gdańskiego bursztynu w muzeach miejskich Wenecji, jak również pokazywania twórczości weneckiej w miejskich muzeach, nie tylko w Gdańsku. Te rozmowy nadal trwają. Zainteresowanie bałtyckim bursztynem z Gdańska okazało się bardzo duże – do tego stopnia, że pojawiła się chęć organizowania warsztatów z wykorzystaniem bursztynu bałtyckiego, których w przyszłych edycjach ma być zdecydowanie więcej.

Dodatkowo nawiązano współpracę partnerską z trzema uczelniami: San Marco, IUAV oraz Ca' Foscari. Studenci tych uczelni odbywali praktyki przy przygotowywaniu wystawy oraz warsztatów bursztyenniczych, a współpraca ta będzie kontynuowana również w przyszłym roku. Przedstawiciele Venice Design Week i Venice Fashion Week deklarują także chęć czynnego udziału w wydarzeniach organizowanych w ramach Amberif.

- poproszę o więcej informacji ws. „pokazu mody 'Ponte de le erbe' zrealizowanego pod opieką artystyczną Joli Słomy i Mirka Trymbulaka – z udziałem Lidii Popiel jako gościa specjalnego. Pokaz stanowił ważny element oficjalnego programu Venice Fashion Week”. Interesuje mnie przede wszystkim:
- ✓ czy zaprezentowana została ta sama kolekcja, która miała swoją premierę na Amberif Vibes w marcu br.? **TAK**
- ✓ co to znaczy w praktyce, że pokaz stanowił ważny element oficjalnego programu Venice Fashion Week? Na filmie opublikowanym w mediach społecznościowych Joli i Mirka widać, że pokaz odbył się na małym placu. Skąd taki wybór miejsca? Czy udało się tam zgromadzić profesjonalną publiczność? Ile osób zobaczyło pokaz? Czy miał on tylko jedną odsłonę, czy był powtarzany?

Wybór został dokonany we współpracy z Venice Fashion Week. Pokaz odbywał się w pobliżu wystawy ADA 2025 i kończył się na terenie wystawy. Gości było ok 80-100 osób, przede wszystkim stali bywalcy Venice Fashion Week.

- ✓ skąd decyzja o zaproszeniu Lidii Popiel jako gościa specjalnego? Czy wzięła ona udział tylko w tym pokazie, czy może jej obecność jako Ambasadorki Bursztynu została inaczej zaznaczona w czasie Venice Fashion Week? Czy Lidia Popiel ma zbudowaną rozpoznawalność we Włoszech / Wenecji?

Lidia Popiel była gościem specjalnym jako Ambasadorka. Lidia Popiel zna dobrze środowiska modowe w Wenecji – tam zaczynała swoją karierę. Za udział w pokazie nie otrzymała żadnego honorarium.

- jaki był efekt medialny tego pokazu w mediach włoskich? Czy zaowocował on ciekawymi publikacjami, którymi można by było się pochwalić (wymienić w artykule)?

Podczas pokazu kolekcji Ponte de le Erbe autorstwa Joli Słomy i Mirka Trymbulaka, z udziałem ambasadorki bursztynu Lidii Popiel, obecnych było ponad 100 osób. Wiele z nich rejestrowało wydarzenie i udostępniało relacje w social mediach, co wywołało liczne pytania prywatne dotyczące bałtyckiego bursztynu. Relacje z pokazu oraz z całej wystawy Amberif Design Award były prezentowane na portalach Venice Design Week i Venice Fashion Week, a wydarzenie zapowiadano w newsletterach Venezia da Vivere oraz social mediach obu wydarzeń.

Obecnie przygotowujemy jest kolejny newsletter poświęcony relacjom gdańsko-weneckim i bursztynowi, a także publikacja w magazynie Seline. Pokaz udostępniali również inni twórcy i lokalni influencerzy, co dodatkowo zwiększyło jego zasięg.

Znaczenie wydarzenia rośnie także w kontekście globalnych trendów: po emisji ostatniego odcinka serialu Emily in Paris, w którym bohaterowie uczestniczą w Venice Fashion Week, miasto i jego tygodnie mody zyskały większą rozpoznawalność. Dzięki temu wydarzenie nabiera znaczenia także dla promocji gdańskiego bursztynu.

Wierzimy, że ta inicjatywa nie tylko wzmacnia obecność polskiego bursztynu w Wenecji, lecz również buduje trwałe relacje z lokalnymi instytucjami i artystami, co w dłuższej perspektywie zaowocuje kolejnymi warsztatami, współpracami edukacyjnymi oraz nowymi projektami artystycznymi.

Podsyłam link do jednego z materiałów związanych bezpośrednio z pytaniem dotyczącym pokazu: <https://www.youtube.com/watch?v=aKW0v9B2gSo>

- jakie były w ogóle efekty, w tym przede wszystkim medialne, szeroko zakrojonej prezentacji polskiego bursztynu oraz polskiego designu i mody w Wenecji? Jak te wydarzenia były nagłaśniane w mediach w Polsce? Jak zostały wykorzystane do promowania bursztynu w Polsce i zagranicą?

Na tego typu wydarzeniach trzeba pokazać się co najmniej 3 razy, żeby mówić o wymiernych efektach. Sukcesem dla młodego Gdańsk Jewellery Week są partnerstwa na kolejne lata z Venice Design Week i Venice Fashion Week. Będziemy także co roku pokazywać wystawę ADA i organizować warsztaty oraz pokaz mody i bursztynu. Pierwszą edycję należy ocenić bardzo pozytywnie. Kilkutysięczna frekwencja na wystawie, duże zainteresowanie pokazem, ponad 100 uczestników z 12 krajów w ramach warsztatów w oparciu o pracę z bursztynem bałtyckim, perspektywy współpracy z innymi partnerami i artystami. Jeżeli chodzi o nagłaśnianie to wystarczającym jest umieszczenie wydarzeń w oficjalnym programie Venice Design Week i Venice Fashion Week. Na te wydarzenia ludzie przyjeżdżają z całego świata, a następnie odwiedzają kolejne wystawy i wydarzenia.

Poproszę o odp na moje pytania: Jak te wydarzenia były nagłaśniane w mediach w Polsce? Jak zostały wykorzystane do promowania bursztynu w Polsce i zagranicą?

Poproszę również o odp na pominięte pytanie:

przy okazji chciałabym poprosić o podsumowanie dotychczasowych działań związanych z realizacją projektu „Gdańsk Światowa Stolica Bursztynu” po ponad 1,5 roku od jego ogłoszenia – z ich efektami dla branży bursztyńniczej i dla Gdańska oraz z kosztami tych działań. Poproszę też o informację o działaniach planowanych na rok 2026.

I tu jeszcze jedno pytanie: jaki był budżet na realizację strategii Gdańsk Światową Stolicą Bursztynu w 2025 r. i jaki jest przewidziany na rok 2026?