**MUZEUM POLSKIEJ WÓDKI W WARSZAWSKIM KONESERZE MA JUŻ 5 LAT**

**12 czerwca 2023 minęło pięć lat od dnia oficjalnego otwarcia nowej atrakcji kulturalnej i turystycznej stolicy. Muzeum Polskiej Wódki, najweselsze muzeum dla dorosłych w Warszawie, z miejsca z założenia służącego edukacji na temat tradycji i historii oraz promocji Polskiej Wódki, przeistoczyło się w bardzo ciekawą multifunkcyjną przestrzeń.**

**Od 12 czerwca 2018 roku Muzeum Polskiej Wódki tworzy wyjątkową przestrzeń na kulturalnej**

**i turystycznej mapie Warszawy. Obiekt mieści się w zrewitalizowanym, zabytkowym budynku Zakładu Rektyfikacji na terenie kompleksu Centrum Praskiego Koneser. W budynku, poza Muzeum, znajdziemy także: ¾ Koneser Bar – uznany koktajl bar klasy premium, Salon Alkoholi Alembik, Scenę Kotłownia – nową przestrzeń eventową (wydarzenia biznesowe, muzyczne, rozrywkowe) oraz najmłodszy projekt: bar Setki Powodów z bogatą ofertą gastronomiczną i kulturalną.**

*Idei powstania Muzeum Polskiej Wódki przyświecał jeden główny cel: stworzenia przestrzeni oddającej hołd najbardziej rozpoznawalnemu na świecie polskiemu produktowi – marce Polska Wódka. Obok szkockiej whisky, japońskiej sake, meksykańskiej tequili czy francuskiego koniaku Polska Wódka znajduje się w panteonie najsłynniejszych narodowych trunków świata. W myśl powiedzenia „cudze chwalicie, swego nie znacie”, twórcom Muzeum zależało na przedstawieniu wielowiekowej historii tego trunku oraz przybliżeniu tradycji i osadzeniu jego w kulturze naszego narodu. Dzisiaj w galeriach muzealnych można podziwiać historyczne naczynia, dawne etykiety, poznać proces produkcji od pola do butelki* – mówi Andrzej Szumowski, Prezes Stowarzyszenia Polska Wódka oraz Prezes Fundacji Polska Wódka.

O tym jak pojemna jest historia „Polskiej Wódki” mówi także wizualna identyfikacja Muzeum. Logotyp Muzeum Polskiej Wódki zaprojektowali Magdalena Błażków i Andrzej Pągowski, jeden

z najwybitniejszych polskich artystów grafików, kontynuator Polskiej Szkoły Plakatu. Praca nad logotypem Muzeum Polskiej Wódki była dla artysty kreatywnym wyzwaniem. Z pozoru oczywiste połączenie lister M i W, niesie ze sobą pewną historię. Litery kształtem przywołują na myśl typowe kieliszki do wódki. Dlaczego zestawienie kilku kieliszków? Dlaczego jedne z nich stoją do góry dnem? Polska gościnność, tradycja biesiadowania, czy wreszcie staropolski zwyczaj odstawiania kieliszka do góry dnem – to inspiracje, które towarzyszyły autorowi w pracy twórczej.

*Inspiracją przy tworzeniu identyfikacji wizualnej muzeum było szukanie uniwersalnych, prostych skojarzeń i symboli związanych z polską wódką. W Polsce najczęściej pije się czystą wódkę w kieliszkach. Innym skojarzeniem sugerującym, że chodzi właśnie o polską wódkę może być samo słowo i jego pierwsza litera. Efektem było znalezienie uproszczonego elementu graficznego wynikającego jednocześnie z litery „W” i dwóch przenikających się kieliszków w geście wznoszonego toastu – mówi Andrzej Pągowski.*

*„Zaczynaliśmy skromnie: Muzeum Polskiej Wódki z jednym barem i jednym sklepem. W stosunkowo krótkim czasie odnieśliśmy sukces, który otworzył przed nami kolejne możliwości –* mówi Agnieszka Rynecka Dyrektor Zarządzająca Muzeum Polskiej Wódki.

*Przekształcenie Muzeum Polskiej Wódki w platformę wielu możliwości to odpowiedź na zapotrzebowanie rynku. Tak szerokiej oferty próżno szukać na Placu Konesera czy w sąsiedztwie: koncerty muzyczne, spektakle komediowe, filmowe kolacje, czy zamknięte wydarzenia biznesowe. Dodajmy do tego ofertę Muzeum oraz barów wraz z ofertą cateringową, zakupy w dwóch sklepach muzealnych z możliwością personalizacji i mamy unikatową ofertę, która sprosta oczekiwaniom najbardziej wymagających klientów.*

*Dziś na odwiedziny Muzeum warto zaplanować większą część dnia* – dodaje Agnieszka Rynecka*,*

*a atrakcje sprawdzać nie tylko w harmonogramie zwiedzania, ale także w kalendarzu wydarzeń. Spragnionych dobrej kuchni, połączonej z rozrywką, zapraszam do Setek Powodów, szukających wyjątkowych przestrzeni na event lub doznań kulturalnych do Sceny Kotłownia, zaś ci, którzy cenią kameralne miejsca i wyszukane smaki, doskonale odnajdą się w ¾ Koneser Barze lub znajdą coś dla siebie w Salonie Alkoholi Alembik.*

Na potwierdzenie tezy o wzroście popularności miejsca niech świadczą liczby odwiedzających. Ostatnie lata nie były najłatwiejsze dla turystyki, pandemia zweryfikowała ofertę, zmieniły się gusta turystów krajowych i zagranicznych. Dziś 60% gości Muzeum stanowią turyści krajowi, przed pandemią proporcja była odwrotna. Wzrost odwiedzających Muzeum Gości, rok do roku na przestrzeni ostatnich 4 lat to 10% (z wyłączeniem okresu pandemii). Planowany wzrost odwiedzalności na ten rok przekroczy 20% z liczbą odwiedzających oscylujących wokół 60 tys. (dane z okresu czerwiec 2022 – czerwiec 2023).

Mimo obecnej sytuacji geopolitycznej, zachowania turystów normują się, wracając do sytuacji sprzed pandemii. Widoczny jest wzrost udziału turystów zagranicznych w grupie odwiedzających Muzeum. Bezpośrednie przełożenie na tę zmianę ma strategia promocyjna miasta oraz fakt uzyskania przez Warszawę tytułu Best European Destination. Internauci z całego świata wybrali bowiem Warszawę

w tegorocznej edycji konkursu European Best Destination. Stolica dzięki swej bogatej i atrakcyjnej ofercie turystycznej otrzymała ponad 142 tys. głosów od internautów z ponad 130 krajów, stając się tym samym najpopularniejszą destynacja miejską na tzw. *city trips.*

*To nie przypadek, że Warszawę uznano za najlepszy kierunek turystyczny w 2023 roku. W głosowaniu internautów zdeklasowaliśmy konkurencję ustanawiając rekord w liczbie oddanych głosów, w 14-letniej historii tego konkursu. Z polską stolicą rywalizowało 20 europejskich miast, a drugie Ateny uzyskały dopiero 90 tys. głosów –* potwierdza Barbara Tutak z Warszawskiej Organizacji Turystycznej. *Atrakcyjność Warszawy czynią wszystkie licznie odwiedzane przez turystów miejsca, czynią ją oferty członków naszego stowarzyszenia. Myślimy o nich jak o najlepszych miejscach w najlepszej turystycznej destynacji. Wierzymy, że sukces Warszawy przełoży się na sukcesy każdej pojedynczej atrakcji na mapie Warszawy. Także miejsca takiego jak Muzeum Polskiej Wódki.*

*Jego historię śledzimy od samego początku i w pewnym sensie byliśmy przy jego „narodzinach”. To był koncept od początku bardzo starannie dopracowany, z jasną strategią komunikacji. 4 lata temu nie było w Internecie i w warszawskim krajobrazie przestrzeni, gdzie nie dałoby się zauważyć informacji*

*o otwarciu nowej atrakcji miasta. Pierwsze dwa lata działania to duża praca całego zespołu, potem czas wyciszenia pandemicznego, ale nie ustania pracy kreatywnej, dzięki czemu ostatni rok nazwać można prawdziwą eksplozją nowych pomysłów i błyskotliwym rozwojem placówki. Pojawia się sklep, Scena Kotłownia i Bar Setki Powodów.*

*Muzeum stawia na edukację, nawiązuje do tradycji i polskich obyczajów. Powstają nowe oferty dla branży i konsumentów. Dzisiaj Muzeum i jego atrakcje wpisane są na stałe w mapę turystyczną miasta, znają go warszawiacy. Jest produktem dzięki, któremu realizuje się jeden z kierunków wyznaczonych*

*w Polityce turystycznej m.st. Warszawy – turystyka w dzielnicach.*

*Muzeum jako koncept pojawia się w zapytaniach dziennikarzy i touroperatorów zagranicznych co świadczy o tym, że świadomość starannie budowanej marki jest bardzo silna.*

Przestrzeń Muzeum Polskiej Wódki daje ogrom możliwości. W ofercie znajdziemy nowoczesną, interaktywną formę zwiedzania w wersji Standard, Premium, VIP oraz edukacyjny program Akademia Polskiej Wódki, spersonalizowane szkolenia i wiele innych atrakcji, które można znaleźć na stronie internetowej: [www.muzeumpolskiejwodki.pl](http://www.muzeumpolskiejwodki.pl) oraz na profilach społecznościowych.

**Polub nasze profile na Facebooku:**

MUZEUM POSLKIEJ WÓDKI [www.facebook.com/MuzeumPolskiejWodki](http://www.facebook.com/MuzeumPolskiejWodki)

SCENA KOTŁOWNIA: <https://www.facebook.com/scenakotlowniakoneser>

¾ KONESER BAR: <https://www.facebook.com/koneserbar>

SETKI POWODÓW: <https://www.facebook.com/setkipowodow>

**Śledź nas na Instagramie:**

MUZEUM POSLKIEJ WÓDKI <https://www.instagram.com/polishvodkamuseum/?hl=pl>

SCENA KOTŁOWNIA: <https://www.instagram.com/scenakotlownia/>

¾ KONESER BAR: <https://www.instagram.com/koneserbar/>

SETKI POWODÓW: <https://www.instagram.com/setkipowodow/>

Informacje dla mediów:

Patrycja Drabik

Agencja PROJEKT 77

[patrycja.drabik@projekt77.pl](http://agencjaprojekt77.biuroprasowe.pl/word/?typ=epr&id=201329&hash=567f9d1e8d0bbec24e28d37c20975111mailto:patrycja.drabik@projekt77.pl)

tel.: 503 830 505