

Najpierw kultura, potem wartość dodana

Aleksandra Talaga-Nowacka: - Jak postrzega pan, rozumie i realizuje w Virako społeczną odpowiedzialność biznesu w sensie mecenatu kulturalnego?

Krzysztof Witkowski: - Każdy z nas, także biznes, funkcjonuje w danej społeczności, otoczeniu. Jeżeli zależy nam, by dookoła było ładniej, lepiej, milej i byśmy wzajemnie darzyli się szacunkiem, to ważne, żeby nie stać z założonymi rękami i wspierać tę społeczność na różnych płaszczyznach. Dla nas to istotne. Kultura i sztuka budują naszą tożsamość, zatem ich wspieranie jest szalenie ważne. Mecenat to obszar wyjątkowy w strategiach społecznej odpowiedzialności biznesu, bo wynikający ze szczerego zainteresowania kulturą. Pomoc finansowa dla konkretnego projektu kulturalnego czy społecznego jest prosta - wystarczy przelew. Ale czasem warto zrobić więcej. Dziś kultura coraz częściej potrzebuje wsparcia organizacyjnego. A już zorganizowanie autorskiego programu koncentrującego się na wsparciu i promocji artystów wymaga autentycznego zaangażowania w ten obszar.

Do czego biznesowi potrzebne jest sponsorowanie kultury - poza budowaniem wizerunku?

- Budowanie wizerunku to jedno, a współodpowiedzialność za otoczenie, w którym firma funkcjonuje to drugie. Dlatego wspieramy utalentowaną młodzież, przekazując stypendia. Organizujemy wydarzenia kulturalne, w których łodzianie mogą uczestniczyć. Angażujemy się w interesujące inicjatywy, których w naszym mieście nie brakuje. Współpracujemy ze znanymi i cieszącymi się uznaniem osobami ze świata kultury i sztuki. Taka pozytywna zmiana daje korzyść całej Łodzi. W tym nam samym. Budowanie wizerunku firmy to w tym przypadku tzw. wartość dodana. Angażowanie się w społeczno-kulturalne aktywności, jakkolwiek banalnie to zabrzmie, powinna wynikać z potrzeby serca. My po prostu jesteśmy pełni uznania dla artystów, nie tylko łódzkich, i znajdujemy przyjemność w przybliżaniu łodzianom ich prac i osiągnięć.

Od czego zaczęła się historia mecenatu Virako?

- Kulturę wspieramy od ponad 10 lat, kiedy to wydaliśmy pierwszą edycję kalendarza, z którego dochód przeznaczyliśmy na wsparcie świetlicy środowiskowej przy ul. Pomorskiej. Z czasem kalendarz Virako stał się niezwykle popularny, a naturalnym krokiem dla nas było zaangażowanie się w inne projekty, jak np. Letnia Scena Monopolis, dzięki której łodzianie mogli obcować z teatrem i wybitnymi nazwiskami. I w tym przypadku pomysł odniósł sukces - liczba gości przerosła nasze oczekiwania. Możemy się pochwalić, że łącznie wszystkie spektakle obejrzało ponad sześć tysięcy osób, a bezpłatne zaproszenia rozchodziły się w zaledwie kilkanaście minut. To pokazuje, że łodzianie chcą mieć dostęp do kultury z najwyższej półki. Trzeba jednak pomysłu, który sprawi, że będzie ona dostępna dla jak największej liczby osób, nie będzie zarezerwowana dla uprzywilejowanych.

Dalszy ciąg wywiadu można przeczytać w lutowym „Kalejdoskopie” - do kupienia w Łódzkim Domu Kultury, punktach Ruchu S.A., Kolportera, Garmond-Press i salonach empik. A także w prenumeracie (w opcji darmowa dostawa do wybranego kiosku Ruchu): https://prenumerata.ruch.com.pl/prenumerata-kalejdoskop-magazyn-kulturalny-lodzi-i-województwa-lodzkiego?fbclid=IwAR0CJwQi1fl7y-1av7GdZlwbB82ZmKdxZmMSeF9uNO1G6Rkt-b4HEX_KIB8o

Możecie też słuchać naszych najlepszych tekstów w interpretacjach aktorów scen łódzkich, z Łodzią i regionem związanych:

<https://soundcloud.com/user-673739052>