

## Marka „Spycimierskie Boże Ciało”

### 1. Dziedzictwo i kontekst kulturowy

Spycimierskie Boże Ciało to tradycja układania kwiatnych dywanów na procesję Bożego Ciała, która jest kultywowana od ponad 200 lat w Spycimierzu. W 2021 roku tradycja ta została wpisana na **Listę Reprezentatywną Niematerialnego Dziedzictwa Kulturowego UNESCO**, co potwierdziło jej wartość i nadało jej międzynarodowy prestiż.

Budowa marki tej tradycji rozpoczęła się **oddolnie**, początkowo jako naturalna potrzeba wyjazdów zagranicznych spycimierskich parafian na wydarzenia związane z układaniem kwiatowych dywanów w Hiszpanii i we Włoszech. Udział w międzynarodowych spotkaniach pokazał konieczność wizualnego wyróżnienia się wśród innych grup. Wtedy powstał pierwszy element marki – nazwa **"Spycimierskie Boże Ciało"** używana na koszulkach i materiałach promocyjnych.



---

### 2. Strategia budowy marki

#### Tożsamość wizualna

Kluczowym krokiem w budowie marki było stworzenie **logotypu**, który w sposób symboliczny oddaje charakter tradycji. W 2015 roku grafik Maciej Pachowicz zaprojektował znak, w którym monstrancja z białą hostią została otoczona elementami przypominającymi kwiatowe wzory, nawiązując tym samym do esencji spycimierskiego zwyczaju. Logotyp szybko stał się znakiem rozpoznawczym tradycji i został zaakceptowany przez mieszkańców, co było kluczowe dla jego skutecznego funkcjonowania.



### Nowoczesne narzędzia promocji i identyfikacja marki

W ramach budowy marki powstały liczne **narzędzia komunikacyjne**, które zwiększyły jej rozpoznawalność:

- **Strona internetowa** – [spycimierskiebozeciealo.pl](https://spycimierskiebozeciealo.pl), będąca głównym źródłem informacji o tradycji, wydarzeniach i działaniach związanych z jej ochroną.
- **Spoleczne Archiwum Spycimierskie** – internetowe repozytorium zdjęć, nagrań audio i filmów dokumentujących historię i współczesne praktyki związane z układaniem dywanów.
- **Seria Spycimierska** – dotychczas wyszły trzy tomy z tej serii w 2020, 2022 i 2024 roku, wszystkie pod redakcją prof. Katarzyny Smyk.

### Edukacja i współpraca z naukowcami

Jednym z kluczowych elementów strategii budowy marki było podkreślenie **autentyczności** tradycji poprzez badania naukowe. W Spycimierzu przez kilka lat prowadzone były badania etnograficzne (pod kierunkiem prof. Katarzyny Smyk z UMCS) oraz geograficzno-turystyczne (pod kierunkiem prof. Bogdana Włodarczyka z UŁ). Badacze przeprowadzili także warsztaty i konsultacje społeczne, integrując mieszkańców wokół ochrony ich dziedzictwa.

Dodatkowo organizowane są **Międzynarodowe Seminaria Spycimierskie**, które stanowią platformę wymiany wiedzy i doświadczeń związanych z niematerialnym dziedzictwem kulturowym. Odbyło się już osiem edycji tych seminariów, z udziałem ekspertów, naukowców i depozytariuszy tradycji.

### Centrum „Spycimierskie Boże Ciało” – nowoczesna przestrzeń edukacyjna

W 2024 roku otwarto **Centrum „Spycimierskie Boże Ciało”**, które stało się kluczowym miejscem edukacyjnym i promocyjnym tej tradycji. Centrum prezentuje zarówno historię, jak i współczesne znaczenie układania kwiatnych dywanów, a także pełni funkcję muzealno-edukacyjną.

Architektura budynku nawiązuje do idei Nowego Europejskiego Bauhausu, łącząc nowoczesny design z lokalnym dziedzictwem. Jego logotyp, spójny wizualnie z głównym logotypem tradycji, przedstawia stylizowany kwiatowy wzór układający się w literę „C” (Centrum), symbolizując proces układania dywanów kwiatowych.



### **Spycimierska Droga – szlak historyczno-kulturowy**

W ramach budowy marki powstała także **Spycimierska Droga**, czyli szlak historyczno-kulturowy składający się z **14 tablic informacyjnych**, które opowiadają historię wsi, mieszkańców i samej tradycji. Dodatkowo ustawiono duży napis z nazwą miejscowości (wykonany przez lokalnego rzemieślnika), tablice przy ottarzach-kapliczkach oraz witacze, podkreślające atrakcyjność miejsca i zachęcające turystów do odwiedzenia Spycimierza.



### **Wykorzystanie marki na poziomie międzynarodowym**

Od 2015 roku **Spycimierskie Boże Ciało** jest aktywnie promowane na arenie międzynarodowej. Współpraca z **Stowarzyszeniem "Infioritalia"** z Włoch pozwoliła na wymianę doświadczeń i promocję tradycji poza granicami Polski. Wydarzenia w Hiszpanii i Włoszech stały się okazją do zaprezentowania marki szerokiemu gronu odbiorców, a logotyp Spycimierskiego Bożego Ciała pojawił się na licznych materiałach promocyjnych.

---

### **Podsumowanie**

Budowa marki "**Spycimierskie Boże Ciało**" to przykład kompleksowego procesu, który łączy ochronę dziedzictwa z nowoczesnymi narzędziami promocji. Dzięki **spójnej identyfikacji wizualnej, strategii komunikacyjnej, wsparciu naukowców, edukacji, nowoczesnej infrastrukturze oraz międzynarodowej współpracy**, udało się stworzyć rozpoznawalną markę, która dziś funkcjonuje zarówno na poziomie lokalnym, jak i globalnym.

To dowód na to, że konsekwentna i autentyczna promocja dziedzictwa kulturowego może przekształcić lokalną tradycję w silną markę o międzynarodowym zasięgu.