



**Magiczny
Kraków**

ICE Kraków rok po inauguracji

2015-10-16

Dokładnie rok po inauguracji działalności Centrum Kongresowe ICE Kraków (ang. *International Conferences & Entertainment*) podsumowuje działalność. Międzynarodowe wydarzenia związane z branżą spotkań, prestiżowe imprezy kulturalne oraz wydarzenia społeczne otwarte dla publiczności. Tak biznesowa i kulturalna wizytówka miasta rozśławia Kraków w Polsce oraz na świecie.

– Za nami już rok funkcjonowania ICE Kraków. Pracujemy niemal bez przerwy i to zaangażowanie procentuje. W czasie 365 dni nasz zespół zrealizował 175 wydarzeń, podczas których odwiedziło nas ponad 195 000 gości! To świetny wynik! – mówi Izabela Helbin, Dyrektor Krakowskiego Biura Festiwalowego, operatora Centrum Kongresowego ICE Kraków. – Zgodnie z przyjętym biznesplanem przewidujemy przychód na poziomie około 5 milionów złotych. Zainteresowanie obiektem utrzymuje się na stałym, wysokim poziomie, dlatego już teraz mogę zapewnić, że jesteśmy na dobrej drodze, by zrealizować nasze założenia. To dobra prognoza na kolejne lata – dodaje Izabela Helbin.

Kalendarz wydarzeń planowany jest z dużym wyprzedzeniem. Na rok 2016 zapełniona jest już ponad połowa dostępnych terminów. Zapytania ofertowe dotyczą nawet lat 2020 i 2021.

Jednak intensywną pracę Krakowskie Biuro Festiwalowe, operator ICE Kraków, rozpoczęło już w 2007 roku. Zespół obecny był na najważniejszych biznesowych spotkaniach i konferencjach na całym świecie prezentując markę obiektu (Meedex Paryż, IBTM Barcelona, IMEX Londyn, Convene Wilno, IMEX Las Vegas i inne) na wiele lat przed jego otwarciem. W tym roku do września pracownicy ICE Kraków wraz z przedstawicielami Krakow Convention Bureau byli na 6 międzynarodowych wydarzeniach, promując Kraków jako doskonałą destynację dla przemysłu spotkań i organizacji kongresów i konferencji.

– Przemysł spotkań w Polsce generuje nowe zyski dla gospodarki oraz miejsca pracy w lokalnych społecznościach. Nie tylko pobudza ekonomicznie nowe obszary, ale również wzmacnia potencjał regionów opierając się o ich inteligentne specjalizacje. Nowe obiekty kongresowe na mapie Polski udowadniają, że organizacja spotkań może stać się kluczową dziedziną dla wielu miast – wymienia dr Krzysztof Celuch, Kierownik Poland Convention Bureau Polskiej Organizacji Turystycznej. – Centrum Kongresowe ICE Kraków należy do czołówki europejskiej. Połączenie ciekawej architektury, funkcjonalności oraz profesjonalnej obsługi daje podstawę do stwierdzenia, iż będzie ono odgrywało coraz istotniejszą rolę na rynku spotkań – dodaje Krzysztof Celuch.

Promocja obiektu odbywa się wielokanałowo – w mediach tradycyjnych (prasa, telewizja, radio) – promowany jest nie tylko obiekt, ale także każde wydarzenie. ICE Kraków na stałe współpracuje z mediami branżowymi – meetingplanner.pl, MICE Poland, Rynek Turystyczny; Polską Organizacją Turystyczną – Poland Convention Bureau, Krakow Convention Bureau. – Stawiamy również na komunikację bezpośrednią w Internecie – prężnie rozwijamy kanały społecznościowe Instagram oraz Facebook. Wszystkie działania mają na celu nie tylko promowanie samego obiektu, ale również Krakowa jako idealnej lokalizacji dla przemysłu spotkań oraz wydarzeń kulturalnych – mówi Izabela Helbin.



**Magiczny
Kraków**

Nie bez znaczenia jest również wartość ICE Kraków dla marki miasta. Kraków poza kulturą jest teraz również kojarzony z biznesem. Od inauguracji ICE Kraków miasto oferuje możliwość zorganizowania międzynarodowych kongresów, których wcześniej nie mogło gościć ze względu na brak odpowiedniej infrastruktury.

Małgorzata Przygórska-Skowron, Kierownik Krakow Convention Bureau podkreśla, że powstanie obiektów, będących impulsem do zwiększonej ilości imprez masowych w Krakowie, a także międzynarodowych kongresów, korzystnie wpływa na zmiany tzw. sezonowości oraz stymuluje rozwój usług „okołoeventowych”. – Centrum Kongresowe ICE Kraków było długo wyczekiwaną inwestycją. Organizacja wydarzeń, szczególnie prestiżowych, które mogą odbyć się w obiekcie, to bardzo skuteczna forma promocji miasta. Także kreowanie wydarzeń i wiązanie ich z miastem to forma PR o długofalowych efektach. Zarówno organizatorzy jak uczestnicy konferencji podkreślają, że Kraków bardzo pozytywnie zaskakuje – mówi kierownik KCB.

Kraków promowany jest również dzięki realizacjom telewizyjnym oraz nagraniom do programów telewizyjnych, które miały miejsce w ICE Kraków. Do tej pory były to między innymi: You Can Dance, Czas na hity Malickiego i Kmity, konferencje prasowe z udziałem uczestników Tour de Pologne, Agnieszką Radwańską, Marią Sharapową, Arturem Szpilką i Tomaszem Adamkiem.

Należy również pamiętać, że obiekt generuje wpływ ekonomiczny dla miasta – przychód dla ICE Kraków powoduje również przychód w sektorze usług (transport, hotelarstwo, gastronomia, turystyka indywidualna, handel, obsługa imprez, dostawcy sprzętu eventowego), który przekłada się na znaczące wpływy z podatków do budżetu miasta.