



## Promocja gospodarcza Krakowa

2015-08-28

**Kraków nie musi być znany tylko z zabytków. Warto promować nasze miasto poprzez kanały gospodarcze. Rynek start-upów wydaje się być do tego świetnym instrumentem. Rozmawiali o tym radni podczas posiedzenia Komisji Promocji i Turystyki.**

Start-upy to biznesowe projekty, które są obarczone wysokim ryzykiem, ale w przypadku powodzenia mogą dać znaczną finansową satysfakcję. Obecnie działa wiele instytucji wspomagających ich aktywność poprzez ułatwianie zdobycia funduszy na rozwój czy też pozyskanie inwestora. W stolicy Małopolski rynek start-upów to niezwykle dynamicznie rozwijający się element miejskiej gospodarki.

Dlatego tą formą działalności gospodarczej zajęli się radni z Komisji Promocji i Turystyki. Chcąc się dowiedzieć, czy za pomocą takich branż można wzmacniać wizerunek Krakowa, kierujący komisją Aleksander Miszański zaprosił na posiedzenie m.in. Rafała Kulczyckiego, dyrektora Wydziału Rozwoju Miasta, który środowisko start-upowe zna od podszewki.

– W Krakowie działa wiele firm, które z początkowej startupowej fazy przedsiębiorstwa ustabilizowały swoją pozycję na rynku i można powiedzieć, że odniosły sukces. Choć ta forma biznesu kojarzona jest zazwyczaj z branżą informatyczną, to nie jest dla niej zarezerwowana na wyłączność. Świadczy o tym choćby przykład dwóch krakowianek, które otworzyły zakład krawiecki obsługujący znane teatry – tłumaczył Rafał Kulczycki.

Czy takie przedsięwzięcia mogłyby służyć promocji miasta? Jeśli tak, to jaki były tego zasięg? Na to zwrócił uwagę Bogusław Kośmider: – Warto wykorzystać kontakty Krakowa z krajami położonymi na wschód od Polski. Z moich informacji wynika, że jest tam wiele osób zainteresowanych rozwinięciem tego rodzaju biznesu w Krakowie. Przewodniczący RMK dodał również, że warto również zastanowić się nad znalezieniem wspólnej lokalizacji dla start-upowców.

W odpowiedzi Rafał Kulczycki wyjaśnił, że za granicą, dzięki szerokiej kampanii informacyjnej Kraków jest znanym środowiskiem start-upowym. Renoma naszego miasta jak i wspólne działania branży pozwalają cały czas rozwijać ten rodzaj działalności. To swoisty rodzaj symbiozy, na której może skorzystać zarówno wizerunek miasta jak i przedsiębiorcy.