



20 lat rozwoju turystyki biznesowej w Krakowie

2024-08-06

20 lat zmian, wyzwań i rozwoju: miasta, lokalnej branży MICE, infrastruktury kongresowej. W 2004 roku powołano Kraków Convention Bureau, jedno z pierwszych biur kongresów w Polsce. 20 lat temu, gdy Polska wchodziła do Unii Europejskiej, a w mieście powstawały pierwsze sieciowe hotele, zdecydowano, że turystyka biznesowa w Krakowie ma potencjał, który warto rozwijać.

Kraków Convention Bureau

Kraków Convention Bureau działa w strukturach miasta od 2004 roku. Podstawowym zadaniem zespołu jest budowanie wizerunku Krakowa jako destynacji biznesowej, marki, która aktualnie jest stabilna i cieszy się zainteresowaniem na arenie polskiej i międzynarodowej.

Kraków Convention Bureau jest partnerem łączącym środowisko biznesowe, naukowe z samorządem miasta, oraz bardzo często jest pierwszym punktem kontaktu dla organizatorów wydarzeń, szczególnie tych międzynarodowych. Większość dużych kongresów stowarzyszeń realizowanych w mieście odbywa się przy współpracy i wsparciu Biura Kongresów.

Szczególnie ważny, ze względu na specyfikę Krakowa i jego pozycję jako ośrodka naukowego, jest Krakowski Klub Ambasadora Kongresów, działający w ramach grupy Kraków Network, prowadzony przy współpracy z Kraków Convention Bureau. Do tej pory tytuł Ambasadora Kongresów Polskich otrzymało ponad 320 osób, z których 64 związane są z Krakowem.

Konsekwentny wzrost liczby wydarzeń w Krakowie do wybuchu pandemii

Od 2014 roku szczegółowych informacji na temat przemysłu spotkań dostarcza coroczny raport „Branża spotkań w Krakowie”. Do 2019 liczba raportowanych wydarzeń systematycznie rosła. Dla porównania w roku 2014 odbyło się 3 976 wydarzeń, trzy lata później było ich 6013. Pandemia przerwała ten trend, jednak według najnowszego raportu, w 2023 roku zorganizowano 4368 spotkań biznesowych, czyli o 66,15 proc. więcej niż rok wcześniej i ponad dwukrotnie więcej niż w 2021 roku. Można optymistycznie wnioskować, że wraca wzrostowa tendencja w organizacji kongresów i konferencji. Warto pamiętać, że w 2014 roku Kraków jako pierwsze polskie miasto oszacował wpływ ekonomiczny przemysłu spotkań na gospodarkę miasta, potwierdzając jego oddziaływanie na budżet miasta. Raport dotyczący roku 2017 wskazuje, że udział PKB wytworzonego przez branżę spotkań i wydarzeń w PKB gospodarki Krakowa wyniósł 3,38 proc.

– Wzrost liczby wydarzeń to naturalny skutek tego, że Kraków jest miastem wyjątkowym pod wieloma względami. Wielowiekowa historia i dziedzictwo, bogata oferta turystyczna oraz nowoczesne zaplecze hotelowe i infrastruktura kongresowa stanowią idealną scenerię i bazę dla organizatorów kongresów i konferencji. Istotnym motorem przyciągania do Krakowa kongresów o międzynarodowym zasięgu jest środowisko naukowe Krakowa – w mieście funkcjonują 23 uczelnie wyższe i dynamicznie rozwijający się biznes – zaznacza Elżbieta Kantor, dyrektor Wydziału ds. Turystyki UMK.

Profesjonalna infrastruktura



Wzrostowi liczby wydarzeń towarzyszą inwestycje w infrastrukturę. Z perspektywy 20 lat, możemy mówić o zmianach na ogromną skalę. W roku 2004 w Krakowie działały 83 hotele. Aktualnie jest ich 198, z czego 21 to obiekty pięciogwiazdkowe. Znaczna część z nich to obiekty, z których korzystają organizatorzy wydarzeń i goście biznesowi, pojawiły się dwa hotele mocno skoncentrowane na kliencie konferencyjnym – DoubleTree by Hilton Krakow Hotel Convention Center i Metropolito by Golden Tulip. Oba z nich posiadają po 16 sal konferencyjnych, które mogą pomieścić nawet dwa tysiące gości.

W roku 2014 w stolicy Małopolski oddano do użytku trzy duże obiekty konferencyjne – TAURON Arenę Kraków, największą w Polsce halę widowiskowo-sportową, która może pomieścić ponad 22 tysiące osób, Międzynarodowe Centrum Targowo-Kongresowe Expo Kraków (gdzie można organizować kongresy dla 5 tys. uczestników), oraz Centrum Kongresowe ICE Kraków. **ICE Kraków** gości różnorodne wydarzenia zarówno pod względem formy, tematyki, jak i skali. Dekada funkcjonowania obiektu obfitowała w wiele biznesowych i kulturalnych spotkań, które ukształtowały ICE Kraków i wypracowały pozycję lidera europejskiej sceny kongresowej oraz kulturalnej. Od października 2014 roku odbyło się ponad 1400 wydarzeń, w tym czasie ICE Kraków odwiedziło blisko 1,7 mln uczestników. To tutaj odbywały się takie wydarzenia, jak 61. Edycja ICCA World Congress, kongres ECAI (European Conference on Artificial Intelligence), Międzynarodowy Kongres Organizacji Miast Światowego Dziedzictwa (OWHC), 48. Światowy Kongres Chirurgiczny, czy Open Eyes Economy Summit.

W maju 2024 roku minęło 10 lat od pierwszego wydarzenia, które odbyło się w **TAURON Arenie Kraków**. Był to Pixar in Concert. Od tego czasu zorganizowano ich ponad 2400, a obiekt odwiedziło ponad 6 mln osób! TAURON Arena Kraków gościła takie legendy jak: Paul McCartney, Elton John, Sting, Björk, Robbie Williams, Metallica, Aerosmith, Depeche Mode, Deep Purple, Iron Maiden, Linkin Park, Justin Bieber czy Harry Styles. W sumie wystąpiło tam ponad 430 artystów, zorganizowano 380 imprez sportowych oraz ponad 100 kongresów i konferencji, takich jak: Kongres Muszkieterów, Kongres Lyconet Elite Seminar, Targi Pracy Jobicon, MeetUp, HackYeah Hackathon.

W 2014 roku otwarto także **EXPO Kraków** największy w Małopolsce, liczący 15 000 m² płaskiej powierzchni, obiekt targowo-wystawienniczy. Pierwszym wydarzeniem zorganizowanym w EXPO Kraków było ConExPest, a kolejnym Moto Show Kraków. Aktualnie EXPO gości rocznie ponad 100 tys. osób z różnych części świata. Flagowe wydarzenia, jak Międzynarodowe Targi Książki w Krakowie, Międzynarodowe Targi Stomatologiczne Krakdent, Międzynarodowe Targi Wyposażenia Hoteli i Gastronomii Horeca, Festiwal i Targi Gier Planszowych BookGame czy impreza dla miłośników motoryzacji Tuning Show Expo, na stałe wpisały się krakowski kalendarz wydarzeń.

W 2021 r. otwarto **Centrum Konferencyjne Fabryczna CKF_13** wielofunkcyjny obiekt znajdujący się w zabytkowej części kompleksu Fabryczna City, na terenie dawnej wytwórni wódki Polmos. W kompleksie Fabryczna City znajduje się także czterogwiazdkowy hotel Mercure, pasaż z restauracjami oraz Muzeum Fabryka Wódki.

Na potrzeby odwiedzających stolicę Małopolski, systematycznie zwiększana jest liczba połączeń lotniczych. **Kraków Airport** aktualnie oferuje ponad 160 regularnych połączeń. Ruch



pasażerski na krakowskim lotnisku sukcesywnie rośnie, w 2023 r. skorzystało z niego niemal 9,5 mln pasażerów – jest to najlepszy wynik w 60-letniej historii lotniska.

Miasto wspiera wydarzenia

Ogromną rolę w budowaniu marki Krakowa jako *Host City* – miasta organizatora, odgrywa konsekwentna polityka miasta oraz świadomość, że rozwój przemysłu spotkań jest bardzo ważny dla gospodarki naszego miasta. „Polityka zrównoważonej turystyki Krakowa na lata 2021–2028” definiuje turystykę biznesową jako jeden ze strategicznych, kluczowych obszarów.

Kongresy i konferencje należą do produktów, które posiadają największe wartości pod względem konkurencyjności i atrakcyjności.

– Kraków koncentruje się na pozyskiwaniu międzynarodowych kongresów i konferencji. Działania te zmierzają do wzmacniania marki Krakowa jako miasta kongresów, które od 20 lat realizuje Kraków Convention Bureau. Skupiamy się nie tylko na pozyskaniu wydarzeń, ale też wspieramy organizatorów na każdym etapie realizacji, wierzymy, że mając pozytywny obraz miasta, będą jego najlepszą reklamą – podsumowuje Małgorzata Przygórska-Skowron, kierownik Kraków Convention Bureau.

Korzyści z organizacji kongresów i konferencji mają wymiar ekonomiczny – ich odbiorcami są firmy związane z organizacją wydarzeń, ale także hotelarze, restauratorzy, firmy przewozowe, czy muzea i przewodnicy turystyczni. Przemysł spotkań generuje miejsca pracy, do miasta wpływają podatki odprowadzane przez firmy działające w branży. Nie należy zapominać o aspekcie promocyjnym i wizerunkowym. Z realizacją wydarzeń wiążą się artykuły w międzynarodowej prasie branżowej, informacje na stronach kongresu, wpisy w mediach społecznościowych organizatorów i uczestników.

Z inicjatywą dla lokalnej społeczności

Podczas dużych międzynarodowych wydarzeń organizowane są akcje skierowane do lokalnej społeczności oraz tzw. akcje CSR. Mogą to być bezpłatne badania dla mieszkańców podczas przedsięwzięć o charakterze medycznym, biegi charytatywne, darmowe wejścia na wydarzenie dla studentów. Działania te pokazują, że międzynarodowe wydarzenia nie są hermetycznymi obradami specjalistów, ale wchodzą w tkankę miasta i rezonują z mieszkańcami. W Krakowie propagujemy myślenie o kongresach w kategoriach „dziedzictwa”. Wierzymy, że nie stanowią one epizodu w życiu miasta, lecz mają potencjał, by pozytywnie oddziaływać na lokalną społeczność. Organizacja wydarzeń kongresowych stanowi strategiczny rynek rozwoju ze względu na transfer wiedzy.

Wsparcie kierowane do organizatorów może przybierać różne formy – od realizacji wizyt studyjnych, poprzez dostęp do profesjonalnych materiałów promocyjnych, zaangażowanie władz miasta w proces pozyskiwania spotkania, wreszcie promocję wydarzenia. Zdarza się też, że miasto staje się organizatorem lub partnerem wybranego punktu w programie spotkania. W Krakowie organizatorzy konferencji, kongresów, wydarzeń kulturalnych i sportowych mogą skorzystać ze specjalnych stawek na przejazdy komunikacją miejską. Na mocy uchwały z 2014



roku Rada Miasta Krakowa wprowadziła możliwość zakupu tzw. „biletu konferencyjnego”. Przy ustalaniu cennika stosowane są rabaty uzależnione od wielkości grupy i długości trwania wydarzenia, które wynoszą od 10 do 30 proc. ceny. Miasto rozważa kolejne udogodnienia skierowane do organizatorów wydarzeń.

Aktywnie pozyskiwane środki grantowe wspomagają rozwój turystyki biznesowej i działania samego Biura Kongresów. Dzięki środkom unijnym wybudowano Centrum Kongresowe ICE Kraków, wspomniany grant szwajcarski umożliwił badania impaktowe, zaś lata 2022–2023 w Krakowie i Małopolsce upłynął pod hasłem kampanii „*Wide Open for Meetings*”, realizowanej w ramach projektu „Małopolska – cel podróży”, finansowany z Funduszy Europejskich, w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Małopolskiego na lata 2014–2020.

Budżet całego projektu wyniósł 24 mln zł, z czego na kampanię krajową przeznaczono 8 mln, a 16 mln na kampanię zagraniczną, w tym na promocję MICE – 4 mln. Działania promocyjne prowadzono komplementarnie i wielokanałowo, z naciskiem na internet – przy wykorzystaniu najnowszych produktów i narzędzi marketingu w sieci. W ramach kampanii przygotowano m.in. spoty i banery, podkreślające bogactwo oferty turystycznej Małopolski i Krakowa, reklamy promujące Kraków i Małopolskę ukazały się w renomowanych tygodnikach jak *The Economist*. Łączny zasięg jednego tylko z elementów projektu – kampanii internetowej szacujemy na niemal 30 mln – do takiej liczby osób dotarła kampania w mediach społecznościowych. Na samym Facebooku łączny zasięg na wszystkich rynkach szacowany jest na ponad 10 mln!

Kraków należy do międzynarodowych stowarzyszeń jak *International Congress and Convention Association (ICCA)*, zrzeszającej obecnie 900 podmiotów, firm oraz organizacji działających w turystyce biznesowej z całego świata czy *City Destinations Alliance (CityDNA)*, organizacji ułatwiającej wymianę informacji i doświadczeń związanych z tematem turystyki miast pomiędzy członkami stowarzyszenia.

Wyzwania

Trendy zachodzące w turystyce oraz branży spotkań w ciągu ostatnich kilku lat wyraźnie wskazują, że coraz większą wagę podróżujący przykładają do kwestii ekologii i zrównoważonego rozwoju. Hotele oraz centra kongresowe na całym świecie podejmują działania zmierzające do ograniczenia emisji CO₂, redukcji ilości odpadów oraz uzyskania niezależnych certyfikacji.

Również Kraków, jako jedna z najbardziej popularnych turystycznych destynacji w Polsce, wpisuje się w ten trend promując organizację wydarzeń zrównoważonych. Kraków jako pierwsze polskie miasto przystąpiło do GDS-Index w 2022 roku. GDS-Index to inicjatywa benchmarkingowa, która porównuje miasta na podstawie ich wyników w zakresie zrównoważonego rozwoju, a klasyfikacja dokonywana jest na podstawie siedemdziesięciu kryteriów. Przystąpienie do inicjatyw jest katalizatorem lokalnych inicjatyw, wspólnych działań branży turystycznej i miasta, a w konsekwencji długofalowych zmian w dziedzinie ESG. W roku 2024 Biuro Kongresów opracowało Strategię dla zrównoważonej turystyki biznesowej w Krakowie oraz Deklarację w sprawie różnorodności i równości w branży kongresowej. Przystąpienie do inicjatywy jest więc katalizatorem kolejnych projektów i wspólnych działań branży turystycznej i miasta, a w konsekwencji szansą na długofalowe zmiany jakościowe w krakowskiej turystyce.



**Magiczny
Kraków**