

## **Załącznik do zarządzenia**

**Załącznik nr 2 do zarządzenia  
nr 1272/2011**

**Plan działań dla *Krakow Convention  
Bureau* w zakresie marketingu  
turystyki biznesowej  
na lata 2011 -2014.**

## 1. STRONA INTERNETOWA

Nr 1.1.	<b>Tytuł działania:</b> <b>Prowadzenie strony internetowej Biura Kongresów <a href="http://conventionkrakow.pl">conventionkrakow.pl</a> i wdrożenie nowych przedsięwzięć mających na celu jej uatrakcyjnienie.</b>	
Krótki opis	Strona internetowa prowadzona przez Krakow Convention Bureau <a href="http://www.conventionkrakow.pl">www.conventionkrakow.pl</a> jest jednym z podstawowych narzędzi mających na celu promocję turystyki biznesowej. Wymaga ona jednak stałej aktualizacji jak również przygotowania nowych narzędzi, które pozwolą na wzbogacenie informacji zawartych na stronie m.in.: opracowanie bazy zdjęciowej, informacji o inwestycjach w Krakowie, kalendarium imprez biznesowych, kalendarium wydarzeń kulturalnych dla turystów biznesowych, miejsc na gala dinner itp. Konieczne jest również podjęcie działań na rzecz pozycjonowania strony.	
Etapy realizacji:	2011 r.- 2014 r.	<b>Harmonogram</b>
	Aktualizacja strony internetowej i publikacja nowych informacji np. o inwestycjach, aktualności itd.	2011 r. – 2014 r.
	Pozycjonowanie strony internetowej.	2011 r. – 2014 r.
<b>Wskaźniki oceny</b>	Ilość wejść na stronę	
<b>Proponowany realizator</b>	Krakow Convention Bureau/Wydział Informacji, Turystyki i Promocji Miasta UMK	
<b>Proponowani partnerzy</b>	Wszystkie podmioty zajmujące się turystyką biznesową w Krakowie	
<b>Szacunkowe koszty i źródła finansowania</b>	125 000 zł, budżet Miasta Krakowa	

## 1. STRONA INTERNETOWA

Nr 1.2.	<b>Tytuł działania:</b> <b>Opracowywanie profesjonalnego kalendarium kongresów i konferencji odbywających się w Krakowie.</b>	
Krótki opis	Kalendarium przygotowane zostanie w wersji elektronicznej. Dostępne będzie na stronie internetowej, opracowane na każdy rok i na bieżąco aktualizowane. Opracowany zostanie również specjalny formularz i narzędzie, które umożliwi dopisywanie nowych imprez bezpośrednio na stronie internetowej.	
Etapy realizacji: 2011-2014 r.		<b>Harmonogram</b>
Przygotowanie kalendarium w wersji elektronicznej i zamieszczenie na stronie internetowej conventionkrakow.pl.		2011 r. – 2014 r.
Przygotowanie formularza i narzędzia na stronę internetową.		2011 r.
Wskaźniki oceny	Ilość osób/instytucji zwracających się z prośbą o kalendarium.	
Proponowany realizator	Krakow Convention Bureau/Wydział Informacji, Turystyki i Promocji Miasta UMK	
Proponowani partnerzy	uczelnie krakowskie, firmy PCO, gestorzy sal konferencyjnych, kongresowych i powierzchni wystawowe	
Szacunkowe koszty i źródła finansowania	3 000 zł, budżet Miasta Krakowa	

## 2.BADANIA

Nr 2.1.	<b>Tytuł działania:</b> <b>Badania w zakresie turystyki biznesowej.</b>	
Krótki opis	<p>W 2009 roku również po raz pierwszy przeprowadzono badania w zakresie przemysłu spotkań w Krakowie. Miały one charakter pilotażowy. Badanie te będą dalej kontynuowane w nieco zmodyfikowanej formie, ponieważ prowadzenie tej statystyki ma bardzo duże znaczenie w kwestii podejmowania decyzji w zakresie kampanii reklamowych mających wpływ na rozwój turystyki biznesowej w naszym mieście.</p> <p>Głównym celem badań jest zidentyfikowanie wielkości ruchu turystyki MICE oraz struktury imprez turystyki MICE w Krakowie.</p>	
Etapy realizacji: 2011 r.- 2014 r.		<b>Harmonogram</b>
Opracowanie zakresu badań i ankiety do badań, bazy podmiotów objętych badaniami, w tym sformalizowanie współpracy z podmiotem wykonującym badania.		2011 r. – 2014 r.
<b>Wskaźniki oceny</b>	Przeprowadzone badania w danym roku Ilość pozyskanych ankiet	
<b>Proponowany realizator</b>	Krakow Convention Bureau/Wydział Informacji, Turystyki i Promocji Miasta UMK	
<b>Proponowani partnerzy</b>	Stowarzyszenie Kongresy i Konferencje w Polsce, MPI Poland Club, Małopolskie Gremium Hotelowe, Krakowska Izba Turystyki, uczelnie krakowskie, gestorzy sal konferencyjnych.	
<b>Szacunkowe koszty i źródła finansowania</b>	250 000 zł, budżet Miasta Krakowa	

### 3.MATERIAŁY PROMOCYJNE

Nr 3.1.	<b>Tytuł działania:</b> <b>Przygotowanie wydawnictw promocyjnych, w tym multimedialnych.</b>	
Krótki opis	Miasto tworzy produkty turystyczne w postaci wydawnictw drukowanych w formie papierowej jak również multimedialnej np. katalog prezentujący najciekawsze oferty imprez motywacyjnych w Krakowie i okolicach, katalog sal konferencyjnych, przewodnik dla planistów spotkań, Muzea – Oferta Spotkań, Miejsca wydarzeń specjalnych. Tworzone są również wydawnictwa wizerunkowo - informacyjne np. Kompendium Spotkań, Ogólna broszura informacyjna, prezentacje i filmy promocyjne.	
Etapy realizacji: 2011 r. – 2014 r.		<b>Harmonogram</b>
Przygotowanie nowego folderu: broszury o działalności Krakow Convention Bureau, katalogu ofert imprez motywacyjnych – wydawnictwa pokonkursowego; ogólnej broszury promocyjnej, wydawnictw multimedialnych: filmu promocyjnego, katalogu sal konferencyjnych w Krakowie i Małopolsce, prezentacji promocyjnych.		2011 r. – 2014 r.
Przygotowanie broszury informacyjnej dla firm PCO, DMC i innych organizatorów turystyki biznesowej jak również powielenie istniejących wydawnictw i przygotowanie spotu reklamowego, przygotowanie materiałów lub w całości przewodnik dla planistów w zależności od posiadanych środków finansowych		2012 r. -2014 r.
Powielenie istniejących wydawnictw i ewentualnie przygotowanie nowych na podstawie wyodrębnionych produktów w zależności od pojawiających się potrzeb.		2013 r. – 2014 r.
<b>Wskaźniki oceny</b>	Ilość przygotowanych wydawnictw	
<b>Proponowany realizator</b>	Krakow Convention Bureau/Wydział Informacji, Turystyki i Promocji Miasta UMK	
<b>Proponowani partnerzy</b>	POLAND Convention Bureau, MPI Poland Club, Krakowska Izba Turystyki, Małopolskie Gremium Hotelowe, Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego,	
<b>Szacunkowe koszty i źródła finansowania</b>	400 000 zł, budżet Miasta Krakowa	

### 3.MATERIAŁY PROMOCYJNE

Nr 3.2.	<b>Tytuł działania:</b> <b>Przygotowanie gadżetów dla organizatorów turystyki biznesowej.</b>	
Krótki opis	W kwestii promocji Miasta w zakresie turystyki biznesowej istotne znaczenie ma m.in. przygotowanie specjalnych gadżetów, które dystrybuowane będą wśród organizatorów turystyki biznesowej. Gadżety te przygotowywane będą cyklicznie każdego roku. Będą zawierały nadrukowany logotyp Krakow Convention Bureau. Gadżety dystrybuowane będą wśród organizatorów turystyki biznesowej na targach branżowych, w czasie wizyt studyjnych i ważnych konferencji.	
Etapy realizacji:	2011 r.- 2014 r.	<b>Harmonogram</b>
	Wybór i przygotowanie listy gadżetów	2011 r. – 2014 r.
	Przeprowadzenie formalnych procedur	2011 r.- 2014 r.
	Wykonanie lub zakup gadżetów	2011 r.- 2014 r.
Wskaźniki oceny	Ilość wykonanych i zakupionych gadżetów	
Proponowany realizator	Krakow Convention Bureau/Wydział Informacji, Turystyki i Promocji Miasta UMK	
Proponowani partnerzy	brak	
Szacunkowe koszty i źródła finansowania	240 000 zł, budżet Miasta Krakowa	

#### 4. WYKŁADY BRANŻOWE

Nr 4.1.	<p><b>Tytuł działania:</b></p> <p><b>Organizacja cyklu wykładów branżowych dla krakowskiej branży zajmującej się przemysłem spotkań, w tym konferencji branżowych.</b></p>	
Krótki opis	<p>W celu podniesienia jakości świadczonych usług i rozwój krakowskiej branży turystycznej zajmującej się przemysłem spotkań organizowane będą wykłady branżowe z zakresu np. protokołu dyplomatycznego, marketing sal konferencyjnych, public relation, konferencji szkoleniowej dla polskich dziennikarzy i branży MICE z zakresu pojęć i wybranych zagadnień turystyki biznesowej, wykłady dla firm PCO – jak dobrze przygotować ofertę i zorganizować kongres, krótki kurs języka angielskiego w zakresie pojęć stosowanych w turystyce biznesowej dla osób początkujących, które zaczynają karierę i pracę w tym zakresie.</p>	
Etapy realizacji: 2011 r.-2014 r.		<b>Harmonogram</b>
Organizacja wykładów dotyczących marketingu sal konferencyjnych i kongresowych, przygotowania i organizacji programów motywacyjnych m.in. w zakresie zielonych wydarzeń		2011 r.
Organizacja wykładów branżowych w zakresie wybranych zagadnień w zależności od potrzeb i możliwości finansowych		2012 r. – 2014 r.
<b>Wskaźniki oceny</b>	<p>Ilość zorganizowanych wykładów</p> <p>Ilość uczestników wykładów branżowych</p>	
<b>Proponowany realizator</b>	Krakow Convention Bureau/Wydział Informacji, Turystyki i Promocji Miasta UMK	
<b>Proponowani partnerzy</b>	Stowarzyszenie Kongresy i Konferencje w Polsce, MPI Poland Club, uczelnie	
<b>Szacunkowe koszty i źródła finansowania</b>	120 000 zł, budżet Miasta Krakowa	



## 5.TARGI, KONFERENCJE I PREZENTACJE

Nr 5.1.	<b>Tytuł działania:</b> <b>Udział w targach turystyki biznesowej i konferencjach branżowych.</b>	
Krótki opis	Krakow Convention Bureau uczestniczy w targach turystyki biznesowej w Europie. W latach kolejnych planowany jest również udział w targach w USA. Kraków nie był do tej pory promowany na rynku w USA natomiast zlecniodawcy wydarzeń biznesowych z USA należą do jednych z głównych zlecniodawców tych imprez w Krakowie. Promocja na targach turystyki biznesowej i udział w konferencjach branżowych jest szczególnie ważna, ponieważ pozwala na dotarcie w bezpośredni sposób do organizatorów przemysłu spotkań i pozyskanie kontaktów w ramach bezpośrednich rozmów.	
Etapy realizacji: 2011 r.- 2014 r.		<b>Harmonogram</b>
Udział w targach turystyki biznesowej (m.in. Confex w Londynie, Meedex w Paryżu, EMIF w Brukseli, IMEX we Frankfurcie, EIBTM w Barcelonie, IMEX w USA itd.)		2011 r. – 2014 r.
Udział w konferencjach branżowych np. ECM, ICCA		2011 r. – 2014 r.
Wskaźniki oceny	Ilość targów turystyki biznesowej, w których Miasto wzięło udział Ilość pozyskanych kontaktów na targach turystyki biznesowej	
Proponowany realizator	Krakow Convention Bureau/Wydział Informacji, Turystyki i Promocji Miasta UMK	
Proponowani partnerzy	POLAND Convention Bureau, Polskie Ośrodki Informacji Turystycznej za granicą, Biura Kongresów z Polski, Krakowskie Biuro Festiwalowe, organizatorzy targowi	
Szacunkowe koszty i źródła finansowania	600 000 zł, budżet Miasta Krakowa	

## 5. TARGI, KONFERENCJE I PREZENTACJE

<b>Nr 5.2.</b>	<b>Tytuł działania:</b>	
	<b>Współpraca ze stowarzyszeniami i podjęcie działań na rzecz udziału w nowych stowarzyszeniach branżowych ICCA, MPI i ECM.</b>	
<b>Krótki opis</b>	<p>Krakow Convention Bureau zamierza w roku bieżącym podjąć działania dotyczące przystąpienia Krakowa do <b>International Conference and Convention Association (ICCA)</b> – Międzynarodowe Stowarzyszenie Kongresów i Konferencji, które skupia obecnie 750 członków z 80 krajów. Jej członkami są Profesjonalni Organizatorzy Konferencji (PCO), centra kongresowe i wystawiennicze, Biura Promocji Konferencji i Kongresów tzw. Convention Bureau's. Podstawowym celem tego stowarzyszenia jest monitorowanie rynku konferencji i kongresów, a także wymiana informacji i doświadczeń między członkami. Co roku wydają raport dotyczący turystyki konferencyjnej i kongresowej na świecie. Przystąpienie do tego stowarzyszenia wiąże się z koniecznością udziału, w co najmniej jednym dorocznym kongresie.</p> <p>Kontynuowana będzie również współpraca z drugim – największym w branży przemysłu spotkań stowarzyszenia MPI.</p> <p><b>Meetings Professionals International (MPI)</b> - Międzynarodowe Stowarzyszenie Profesjonalistów, które powstało w 1972 r. jest największym stowarzyszeniem w przemyśle spotkań. Posiada 24 000 członków, 69 oddziałów i klubów. MPI umożliwia profesjonalistom w branży podnoszenie strategicznej wartości organizacyjnej poprzez szkolenia i możliwość nawiązywania kontaktów. Jego plan strategiczny „ścieżka ku doskonałości” jest opracowany w taki sposób, aby podnosić wagę spotkań w biznesie poprzez: tworzenie systemu profesjonalnej certyfikacji, w celu kierowania karier członków na strategiczne istotne pozycje; uświadamianie kadry kierowniczej w zakresie wartości spotkań; utrzymywanie najwyższej jakości MPI jako forum dla dostawców i planistów. Stowarzyszenie to ma główną siedzibę w Pallas i Luksemburgu. Powstał także polski oddział tego stowarzyszenia.</p> <p>Kraków należy do stowarzyszenia <b>European Cities Marketing (Marketing Miast Europejskich)</b> - jest to stowarzyszenie, które powstało z połączenia dwóch organizacji. Stowarzyszenie tworzy sieć kontaktów pomiędzy departamentami zajmującymi się obsługą turystów i biurami Kongresów, w celu wymiany doświadczeń, wspólnej pracy i tworzenia biznesowych możliwości. Jest także bazą do promocji i łączenia interesów miast w sektorze turystyki wypoczynkowej i konferencyjnej. Skupia ok. 140 miast z 30 krajów. Miasto jest promowane m.in. poprzez stronę internetową tego stowarzyszenia. Przedstawiciele Miasta cyklicznie uczestniczą w dorocznych konferencjach, co stanowi aspekt zarówno promocyjny, ale także cenny element zdobywania doświadczeń. Współpraca z tym stowarzyszeniem będzie nadal kontynuowana.</p>	
	<b>Etapy realizacji:</b> 2011 r.-2014 r.	<b>Harmonogram</b>
	Załatwienie spraw formalnych związanych z przystąpieniem do	2011 r. – 2012 r.

stowarzyszenia ICCA		
Współpraca ze stowarzyszeniem i udział w dorocznym kongresie ICCA.		2011 r. – 2014 r.
Cykliczna współpraca ze stowarzyszeniem ECM i MPI.		2011 r. – 2014 r.
Wskaźniki oceny	Sformalizowanie wstąpienia do Stowarzyszeń Ilość podjętych działań w ramach współpracy	
Proponowany realizator	Krakow Convention Bureau/Wydział Informacji, Turystyki i Promocji Miasta UMK	
Proponowani partnerzy	brak	
Szacunkowe koszty i źródła finansowania	140 000 zł, budżet Miasta Krakowa	

## 5.TARGI,KONFERENCJE I PREZENTACJE

Nr 5.3.	<b>Tytuł działania:</b> <b>Opracowanie i realizacja planu dystrybucji materiałów promocyjnych Krakowa dotyczących turystyki biznesowej.</b>	
Krótki opis	Miasto tworzy produkty turystyczne i wizerunkowe materiały promocyjne dotyczące promocji turystyki biznesowej w Krakowie. Przygotowany zostanie plan dystrybucji pocztowej tych wydawnictwa na każdy rok a następnie będzie on realizowany. Materiały promocyjne wysyłane będą m.in. do stowarzyszeń branżowych, organizatorów turystyki biznesowej itd.	
Etapy realizacji:	2011 r.- 2014 r.	<b>Harmonogram</b>
Opracowanie planu dystrybucji materiałów promocyjnych i jego realizacja		2011 r. – 2014 r.
Wskaźniki oceny	Ilość wysyłek materiałów promocyjnych	
Proponowany realizator	Krakow Convention Bureau/Wydział Informacji, Turystyki i Promocji Miasta UMK	
Proponowani partnerzy	brak	
Szacunkowe koszty i źródła finansowania	30 000 zł, budżet Miasta Krakowa	

## 6.DZIAŁANIA NA RZECZ ROZWOJU TURYSTYKI BIZNESOWEJ

Nr 6.1.	Tytuł działania:  <b>Udział w programie Ambasadorów Kongresów Polskich.</b>	
Krótki opis	Szczególnie istotna jest współpraca Miasta ze środowiskiem naukowym. Miasto uczestniczy, co roku w programie Ambasadorów Kongresów Polskich, który prowadzony jest przez Polską Organizację Turystyczną i Stowarzyszenie Kongresy i Konferencje w Polsce. Program ten ma na celu promowanie Polski jako miejsca organizacji międzynarodowych kongresów i konferencji. Zadaniem programu jest pozyskanie kongresów do Polski oraz udzielanie efektywnej pomocy w przyciąganiu takich imprez do naszego kraju przez Polaków działających w strukturach międzynarodowych. Mogą to być naukowcy i profesjonaliści różnych branż. Program Ambasadorów Kongresów Polskich jest adresowany do najwybitniejszych osobistości świata nauki i profesjonalnych stowarzyszeń. Do tej pory tytuł Honorowego Ambasadora Kongresów Polskich otrzymało ok. 100 osób. Wśród Honorowych Ambasadorów Kongresów Polskich znaleźli się również pracownicy naukowcy z Krakowa. Zakłada się kontynuację udziału Krakowa w tym programie poprzez coroczne zgłaszania kandydatur, jak również złożenie propozycji poszerzenia programu tak, aby umożliwić większy udział w nim poszczególnych Miast. W przypadku braku takiej możliwości opracowany zostanie krakowski program Ambasadorów Kongresów. Istotne będzie również rozpoczęcie działań na rzecz promocji możliwości współpracy z Krakow Convention Bureau.	
Etapy realizacji:	2011 r.- 2014 r.	<b>Harmonogram</b>
	Pozyskanie i zgłaszania kandydatur z Krakowa do tytułu programu Honorowego Ambasadora Kongresów, udział w Gali Ambasadorów Kongresów Polskich.	2011 r. – 2014 r.
	Organizacja spotkania z Ambasadorami Kongresów Polskich w Krakowie i ewentualnie Rektorami uczelni krakowskich, a następnie w kolejnych latach z nowymi Ambasadorami mające na celu promocję możliwości współpracy z Krakow Convention Bureau, w tym przygotowanie broszury informacyjnej.	2011 r. – 2014 r.
	Wystąpienie do Polskiej Organizacji Turystycznej z propozycją poszerzenia programu Ambasadorów Kongresów Polskich umożliwiającego udział w nim lokalnych Convention Bureau's.	2011 r.
	Wdrożenie i realizacja programu Ambasadorów Kongresów Polskich w Krakowie	2012 r.
Wskaźniki oceny	Ilość podjętych działań dotyczących udziału Krakowa w programie Ambasadorów Kongresów Polskich  Ilość osób, które uzyskały tytuł Ambasadora Kongresów Polskich	
Proponowany	Krakow Convention Bureau/Wydział Informacji, Turystyki i Promocji	

realizator	Miasta UMK
Proponowani partnerzy	Stowarzyszenie Kongresy i Konferencje w Polsce, Polska Organizacja Turystyczna/POLAND Convention Bureau, uczelnie krakowskie.
Szacunkowe koszty i źródła finansowania	100 000 zł, budżet Miasta Krakowa

## 6.DZIAŁANIA NA RZECZ ROZWOJU TURYSTYKI BIZNESOWEJ

Nr 6.2.	Tytuł działania:  <b>Zachęcanie uczelni krakowskich do wprowadzenia turystyki biznesowej do programu nauczania.</b>	
Krótki opis	W Krakowie turystyka biznesowa jest dziedziną dopiero rozwijającą się. Rozwój tej turystyki zależy w dużej mierze od edukacji w tym zakresie. W tej chwili przedmiot ten znajduje się oddzielnie w programie nauczania tylko dwóch uczelni, które wprowadziły go w bieżącym roku. Miasto Kraków podejmuje działania w celu zachęcenia uczelni krakowskich do wprowadzenia tego przedmiotu poprzez różnego rodzaju działania informacyjno – promocyjne dotyczące podnoszenia świadomości znaczenia turystyki biznesowej w naszym mieście i korzyści, które może przynieść. Podjęte zostaną działania na rzecz zorganizowania we współpracy z uczelniami krakowskimi konferencji profesorów wykładających turystykę biznesową.	
Etapy realizacji: 2011 r. – 2015 r.	<b>Harmonogram</b>	
Pozyskanie opinii krakowskiej branży turystycznej	2012 r.	
Wystosowanie pism do uczelni krakowskich w zależności od treści opinii	2012 r.	
Prezentacja raportu MICE w Krakowie, jak również działań podejmowanych przez Krakow Convention Bureau na spotkaniu z przedstawicielami uczelni wyższych w Krakowie.	2011 r. – 2014 r.	
Podjęcie działań na rzecz organizacji konferencji profesorów wykładających turystykę biznesową i organizacja konferencji w zależności od możliwości	2012 r. – 2015 r.	
<b>Wskaźniki oceny</b>	Ilość uczelni, z którymi nawiązano współpracę	
<b>Proponowany realizator</b>	Krakow Convention Bureau/Wydział Informacji, Turystyki i Promocji Miasta UMK	
<b>Proponowani partnerzy</b>	Stowarzyszenie Kongresy i Konferencje w Polsce, Krakowska Izba Turystyki, MPI Poland Club, POLAND Convention Bureau, uczelnie krakowskie.	
<b>Szacunkowe koszty i źródła finansowania</b>	200 000 zł, budżet miasta Krakowa, budżet uczelni krakowskich	

## 6.DZIAŁANIA NA RZECZ ROZWOJU TURYSTYKI BIZNESOWEJ

Nr 6.3.	Tytuł działania:  <b>Podjęcie działań na rzecz wdrożenia zasad współpracy z uczelniami krakowskimi.</b>	
Krótki opis	Współpraca z uczelniami ma kluczowe znaczenie jeśli chodzi o rynek turystyki biznesowej. Z ostatniego raportu badań MICE w Krakowie wynika, że zleceniodawcami 1/3 wydarzeń biznesowych były podmioty z sektora nauka i edukacja. Wdrożenie zasad współpracy z uczelniami pozwoli na rozwój kontaktów, wymianę doświadczeń i informacji jak również pomoże w zdobywaniu nowych konferencji czy kongresów dla Krakowa. Zasady te będą bowiem dotyczyły np. podejmowanie wspólnych inicjatyw w celu rozwoju turystyki biznesowej w Krakowie, określenie zasad współpracy przy staraniach i organizowaniu kongresów i konferencji w Krakowie, zasad udostępniania materiałów promocyjnych, współpracy merytorycznej w czasie działań podejmowanych przez Biuro Kongresów w Krakowie, zasad przekazywania informacji o organizowanym kongresie czy konferencji, udział w wykładach dotyczących turystyki biznesowej i konferencjach naukowych itp.	
Etapy realizacji: 2011r. – 2014 r.		<b>Harmonogram</b>
Przygotowanie projektu zasad współpracy.		2011 r. – 2014 r.
Nawiązanie kontaktów z uczelniami.		
Wdrożenie zasad do realizacji poprzez przygotowanie odpowiedniego dokumentu.		
<b>Wskaźniki oceny</b>	Ilość konferencji i kongresów odbywających się w Krakowie dzięki tej współpracy	
<b>Proponowany realizator</b>	Krakow Convention Bureau/Wydział Informacji, Turystyki i Promocji Miasta UMK	
<b>Proponowani partnerzy</b>	Polska Organizacja Turystyczna, Stowarzyszenie Kongresy i Konferencje w Polsce, uczelnie krakowskie	
<b>Szacunkowe koszty i źródła finansowania</b>	100 000, 00 zł, budżet Miasta Krakowa	



## 6.DZIAŁANIA NA RZECZ ROZWOJU TURYSTYKI BIZNESOWEJ

Nr 6.4.	Tytuł działania:  <b>Tworzenie i promocja produktów w zakresie turystyki biznesowej.</b>	
Krótki opis	Utworzone zostaną ważne produkty turystyczne dla turystyki biznesowej wynikające z potrzeb, które następnie będą promowane wśród organizatorów przemysłu spotkań np. SPA w Krakowie i najbliższych okolicach, restauracje dla MICE, oferta imprez motywacyjnych (wznowiony zostanie konkurs na najciekawsze oferty imprez motywacyjnych w Małopolsce), wydarzenia kulturalne dla turystów biznesowych, sale konferencyjne w Małopolsce, hotele 4 i 5*, miejsca rekreacyjne, Kraków dla hospitality, największe sale konferencyjne, unikalne obiekty, miejsca na bankiety itp. Promowane będą istniejące i nowotworzone produkty.	
Etapy realizacji: 2011 r. – 2014 r.		<b>Harmonogram</b>
Tworzenie produktów w zakresie turystyki biznesowej		2011 r. – 2014 r.
Wskaźniki oceny	Liczba promowanych produktów	
Proponowany realizator	Krakow Convention Bureau/Wydział Informacji, Turystyki i Promocji Miasta UMK	
Proponowani partnerzy	Stowarzyszenie Kongresy i Konferencje w Polsce, POLAND Convention Bureau, MPI Poland Club, Krakowska Izba Turystyki, Małopolskie Gremium Hotelowe, Krakowskie Biuro Festiwalowe, Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego, uczelnie	
Szacunkowe koszty i źródła finansowania	60 000 zł, budżet Miasta Krakowa	

## 6.DZIAŁANIA NA RZECZ ROZWOJU TURYSTYKI BIZNESOWEJ

Nr 6.5.	<b>Tytuł działania:</b> <b>Tworzenie produktów w zakresie turystyki biznesowej – przygotowanie oferty najciekawszych imprez motywacyjnych w Krakowie i okolicach.</b>	
Krótki opis	<p>Turystyka biznesowa jest dziedziną turystyki dopiero rozwijającą się w Krakowie, która wymaga przygotowania i tworzenia produktów turystycznych. Turystyka motywacyjna zaczęła rozwijać się w naszym mieście stosunkowo niedawno. Kraków dopiero od 2009 r. posiada ofertę imprez motywacyjnych, która przygotowana została w oparciu o przeprowadzony w 2009 r. konkurs na najciekawsze oferty imprez motywacyjnych w Krakowie i okolicach. Przygotowanie tego produktu obejmować będzie przeprowadzenie konkursu, wybranie zwycięskich ofert i następnie opracowanie i publikację katalogu pokonkursowego.</p>	
Etapy realizacji:	2011 r.- 2014 r.	<b>Harmonogram</b>
	Powołanie komisji konkursowej, opracowanie regulaminu konkursu, ogłoszenie konkursu, wyłonienie zwycięskich ofert.	2011 r.
	Publikacja i promocja katalogu pokonkursowego.	2011 r. – 2012 r.
	Powołanie komisji konkursowej, opracowanie regulaminu konkursu, ogłoszenie konkursu, wyłonienie zwycięskich ofert.	2013 r. – 2014 r.
	Publikacja katalogu pokonkursowego.	2013 r. – 2014 r.
Wskaźniki oceny	Ilość ofert zamieszczonych w katalogu Ilość imprez motywacyjnych odbywających się w Krakowie	
Proponowany realizator	Krakow Convention Bureau/Wydział Informacji, Turystyki i Promocji Miasta UMK	
Proponowani partnerzy	Krakowska Izba Turystyki, Stowarzyszenie Kongresy i Konferencje w Polsce, Małopolskie Gremium Hotelowe, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Fundacja Aeris Futuro, Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego, MPI Poland Club i inni Partnerzy	
Szacunkowe koszty i źródła finansowania	60 000 zł, budżet Miasta Krakowa, budżet Urzędu Marszałkowego Województwa Małopolskiego	

## 7.REALIZACJA KAMPANII REKLAMOWYCH

Nr 7.1.	Tytuł działania: <b>Realizacja kampanii reklamowej promującej Kraków jako miasto turystyki biznesowej w tym motywacyjnej.</b>	
Krótki opis	Turystyka biznesowa w tym motywacyjna jest dziedziną, która dopiero rozwija się w Krakowie. W 2009 powstała pierwsza oferta Krakowa najciekawszych imprez motywacyjnych w Krakowie i okolicach. Miasto Kraków planuje dalszy rozwój i tworzenie tej oferty, dlatego wskazana jest również bardziej intensywna jej promocja.	
Etapy realizacji: 2012 r.-2013 r.		<b>Harmonogram</b>
Realizacja kampanii reklamowej promującej Kraków jako miasto turystyki biznesowej, w tym motywacyjnej w prasie branżowej i branżowych portalach internetowych.		2012 r. -2013 r.
Wskaźniki oceny	Ilość odbiorców kampanii reklamowej	
Proponowany realizator	Krakow Convention Bureau/Wydział Informacji, Turystyki i Promocji Miasta UMK	
Proponowani partnerzy	Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego	
Szacunkowe koszty i źródła finansowania	180 000 zł, budżet Miasta Krakowa, budżet Urzędu Marszałkowego, środki unijne (kampania realizowana będzie w przypadku pozyskania środków unijnych).	

## 7.REALIZACJA KAMPANII REKLAMOWYCH

Nr 7.2.	Tytuł działania: <b>Wpisy do katalogów branżowych.</b>	
Krótki opis	Jednym z istotnych elementów działań promocyjnych Miasta w zakresie turystyki biznesowej jest zamieszczanie reklam prasowych w magazynach branżowych krajowych i zagranicznych.	
Etapy realizacji:	2011 r.- 2014 r.	<b>Harmonogram</b>
	Opracowanie reklamy prasowej	2011 r.
	Wybór mediów, w których zamieszczone zostanie reklama i sformalizowanie współpracy	2011 r. – 2014 r.
Wskaźniki oceny	Ilość zamieszczonych wpisów	
Proponowany realizator	Krakow Convention Bureau/Wydział Informacji, Turystyki i Promocji Miasta UMK	
Proponowani partnerzy	Krakowskie Biuro Festiwalowe w zakresie promocji nowego centrum kongresowego i hali widowiskowo –sportowej.	
Szacunkowe koszty i źródła finansowania	160 000 zł, budżet Miasta Krakowa	

## 8. WSPÓLORGANIZACJA I POZYSKIWANIE KONFERENCJI

Nr 8.1.	Tytuł działania: <b>Współorganizacja i pozyskiwanie konferencji.</b>	
Krótki opis	Krakow Convention Bureau pozyskuje konferencje dla Krakowa, jak również współorganizuje takie konferencje, które mają istotne znaczenie dla promocji Miasta (np. w roku 2011 r. zorganizowana zostanie Letnia Szkoła ECM – konferencja pozyskana przez Krakow Convention Bureau). We współpracy z Krakowskim Biurem Festiwalowym stworzona zostanie baza wolontariuszy, która udostępniana będzie na wybrane konferencje.	
Etapy realizacji:	2011 r.- 2014 r.	<b>Harmonogram</b>
	Pozyskiwanie i współorganizacja konferencji, w tym przygotowanie i pomoc w przygotowaniu ofert typu BID Book.	2011 r.- 2014 r.
	Przygotowanie bazy wolontariuszy i opracowanie zasad jej udostępniania.	2014 r.
Wskaźniki oceny	Ilość pozyskanych konferencji Ilość współorganizowanych konferencji Ilość wolontariuszy w bazie	
Proponowany realizator	Krakow Convention Bureau/Wydział Informacji, Turystyki i Promocji Miasta UMK	
Proponowani partnerzy	MPI Poland Club, Stowarzyszenie Kongresy i Konferencje w Polsce, POLAND Convention Bureau, partnerzy zagraniczni, stowarzyszenia branżowe, planiści spotkań, Honorowi Ambasadorowie Kongresów, Krakowskie Biuro Festiwalowe.	
Szacunkowe koszty i źródła finansowania	700 000 zł, budżet Miasta Krakowa/budżet Krakowskiego Biura Festiwalowego	

## 8. WSPÓLORGANIZACJA I POZYSKIWANIE KONFERENCJI

Nr 8.2.	<p>Tytuł działania:</p> <p><b>Opracowanie i wdrożenie zasad współorganizacji kongresów i konferencji w Krakowie.</b></p>	
Krótki opis	<p>Opracowane i wdrożone zostaną zasady współorganizacji kongresów i konferencji w Krakowie. Zasady te dotyczyły będą wydarzeń istotnych dla Miasta z punktu widzenia jego promocji np. kongresy touroperatorów, dziennikarzy, organizatorów turystyki biznesowej. Formalne wdrożenie zasad i ich promocja może przyczynić się do zwiększenia liczby pozyskiwanych dla Krakowa kongresów i konferencji.</p>	
Etapy realizacji: 2011 r.- 2014 r.		<b>Harmonogram</b>
Opracowanie i wdrożenie zasad współorganizacji kongresów i konferencji w Krakowie		2011 r. – 2014 r.
Promocja zasad		2013 r. – 2014 r.
Wskaźniki oceny	Ilość kongresów i konferencji pozyskanych dla Krakowa mających znaczenie promocyjne	
Proponowany realizator	Krakow Convention Bureau/Wydział Informacji, Turystyki i Promocji Miasta UMK	
Proponowani partnerzy	Stowarzyszenie Kongresy i Konferencje w Polsce, Krakowska Izba Turystyki, POLAND Convention Bureau.	
Szacunkowe koszty i źródła finansowania	Środki zabezpieczone na współorganizację konferencji i kongresów, budżet Miasta Krakowa	

## 8. WSPÓLORGANIZACJA I POZYSKIWANIE KONFERENCJI

Nr 8.3.	<b>Tytuł działania:</b> <b>Przygotowanie listy kongresów, które można pozyskać dla Krakowa.</b>	
Krótki opis	Miasto Kraków powinno podejmować również z własnej inicjatywy działania w celu pozyskania dla Krakowa kongresów i konferencji. Przygotowana zostanie we współpracy z krakowską branżą turystyczną lista kongresów i konferencji na kolejne lata, jak również oferta Krakowa dotycząca organizacji tych wydarzeń biznesowych w naszym mieście.	
Etapy realizacji: 2011 r.- 2014 r.		<b>Harmonogram</b>
Przygotowanie listy kongresów i konferencji, które można pozyskać.		2012 r.
Przygotowanie oferty Krakowa dla poszczególnych kongresów i konferencji.		2012 r.-2014 r.
Wskaźniki oceny	Ilość kongresów i konferencji na liście Ilość pozyskanych kongresów i konferencji	
Proponowany realizator	Krakow Convention Bureau/Wydział Informacji, Turystyki i Promocji Miasta UMK	
Proponowani partnerzy	Profesjonalni Organizatorzy Kongresów w Krakowie, Krakowska Izba Turystyki, Stowarzyszenie Kongresy i Konferencje w Polsce, POLAND Convention Bureau, MPI Poland Club.	
Szacunkowe koszty i źródła finansowania	Koszty dotyczące współorganizacji wydarzeń biznesowych w zależności od złożonej oferty ok. 200 000 zł	

## 8. WSPÓLORGANIZACJA I POZYSKIWANIE KONFERENCJI

Nr 8.4.	<b>Tytuł działania:</b> <b>Działania realizowane przez Krakow Convention Bureau na rzecz promocji Krakowa w czasie Prezydencji w 2011 r.</b>	
<b>Krótki opis</b>	Rok 2011 r. będzie należał do szczególnych dla Polski, ponieważ obejmuje ona w drugiej połowie 2011 r. przewodnictwo w Radzie Unii Europejskiej. Wiele spotkań zarówno centralnych jak i eksperckich odbędzie się w Krakowie. Realizowane będą działania w zakresie promocji Krakowa w czasie tych spotkań. Koordynatorem realizacji całości przedsięwzięć, w tym promocyjnych jest Wydział Strategii i Rozwoju Miasta, Krakow Covention Bureau realizować będzie niektóre z tych działań.	
<b>Etapy realizacji:</b>	2011 r.- 2014 r.	<b>Harmonogram</b>
	Nawiązanie współpracy z Urzędem Marszałkowskim Województwa Małopolskiego, określenie wspólnie realizowanych przedsięwzięć, a następnie ich realizacja.	2011 r.
	Sformalizowanie współpracy z Ministerstwem Sportu i Turystyki i współorganizacja Europejskiego Forum Turystyki w Krakowie.	2011 r.
	Organizacja zwiedzania Krakowa w czasie wybranych spotkań w ramach Prezydencji odbywających się w Krakowie.	2011 r.
	Szkolenie dla wolontariuszy z zakresu turystyki w Krakowie.	2011 r.
	Współpraca przy realizacji wybranych przedsięwzięć promocyjnych.	2011 r.
<b>Wskaźniki oceny</b>	Ilość zrealizowanych działań przez Krakow Convention Bureau w ramach Prezydencji	
<b>Proponowany realizator</b>	Krakow Convention Bureau/Wydział Informacji, Turystyki i Promocji Miasta UMK	
<b>Proponowani partnerzy</b>	Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego, Wydział Strategii i Rozwoju Miasta, Ministerstwo Sportu i Turystyki	
<b>Szacunkowe koszty i źródła finansowania</b>	258 000 zł, budżet Miasta Krakowa	



## 9. DZIAŁANIA PUBLIC RELATION

Nr 9.1.	<b>Tytuł działania:</b> <b>Informowanie mieszkańców Krakowa o działaniach podejmowanych na rzecz rozwoju i promocji turystyki biznesowej w Krakowie.</b>	
Krótki opis	<p>Turystyka biznesowa należy do najbardziej dochodowych dziedzin gospodarki turystycznej. Może przyczynić się bowiem do rozwoju miasta, regionu. Polskie Miasta powinny również rozwijać ten rodzaj turystyki, jak również podejmować działania z zakresu marketingu turystyki biznesowej. Ważne są również działania z zakresu public relation wśród mieszkańców Krakowa, w tym pracowników turystyki mające na celu m.in. uświadamianie znaczenia tej turystyki dla naszego miasta. Podejmowane i kontynuowane będą działania dotyczące informowania mieszkańców Krakowa o przedsięwzięciach realizowanych na rzecz rozwoju i promocji turystyki biznesowej w Krakowie np. poprzez prezentację na Dniu Otwartym Magistratu, informacje prasowe, newslettery.</p>	
Etapy realizacji:	2011 r.- 2014 r.	<b>Harmonogram</b>
Przygotowanie i aktualizacja bazy krakowskich podmiotów turystyki biznesowej		2011 r.
Prezentacja w czasie Dnia Otwartego Magistratu		2011 r.- 2014 r.
Prezentacja w czasie cyklicznych spotkań z branżą np. forum turystyki.		2011 r.- 2014 r.
Prezentacja w czasie cyklicznych spotkań z organizatorami turystyki biznesowej w Krakowie.		2011 r.– 2014 r.
Przygotowanie informacji prasowych w tym informacji na stronie conventionkrakow.pl., do gazety Krakow.pl, wysyłka newsletterów do krakowskiej branży turystycznej.		2011 r. – 2014 r.
<b>Wskaźniki oceny</b>	Ilość zorganizowanych prezentacji	
<b>Proponowany realizator</b>	Krakow Convention Bureau/Wydział Informacji, Turystyki i Promocji Miasta UMK	
<b>Proponowani partnerzy</b>	Stowarzyszenie Kongresy i Konferencje w Polsce, Krakowska Izba Turystyki, MPI Poland Club, POLAND Convention Bureau, uczelnie krakowskie, lokalne media	
<b>Szacunkowe koszty i źródła finansowania</b>	15 000 zł, budżet Miasta Krakowa	

## 9. DZIAŁANIA PUBLIC RELATION

Nr 9.2.	<p><b>Tytuł działania:</b></p> <p><b>Rozwój działań z zakresu public relation – aktualizacja bazy prasy branżowej i organizatorów turystyki biznesowej, planistów spotkań (krajowych i zagranicznych), opracowanie systemu pakietów</b></p>
Krótki opis	<p>W kwestii promocji turystyki biznesowej istotne znaczenie ma prowadzenie działań z zakresu public relation. Zaktualizowana zostanie baza prasy krajowej i zagranicznej branżowej, organizatorów turystyki biznesowej i planistów spotkań, jak również opracowany we współpracy z Krakowskim Biurem Festiwalowym i krakowską branżą turystyczną np. hotelami system pakietów dla tych podmiotów np. zaproszenie na koncert wraz z wizytą w salach konferencyjnych i udziałem w imprezie motywacyjnej. Przygotowany zostanie konkurs na najciekawszy artykuł o Krakowie w zakresie turystyki biznesowej, wysyłane będą newslettery do dziennikarzy i branży.</p> <p>Krakow Convention Bureau organizuje wizyty studyjne zarówno dla dziennikarzy branżowych, organizatorów turystyki biznesowej jak i przedstawicieli środowiska naukowego i stowarzyszeń branżowych planujących zorganizować wydarzenie biznesowe w Krakowie. Działalność ta będzie kontynuowana w kolejnych latach.</p>
Etapy realizacji: 2011 r.- 2014 r.	<b>Harmonogram</b>
Aktualizacja bazy	2011 r. – 2014 r.
Przygotowanie systemu pakietów i organizacja wizyt studyjnych	2012 r. – 2014 r.
Opracowanie i realizacja konkursu dla dziennikarzy na najciekawszy artykuł dotyczący możliwości turystyki biznesowej w Krakowie.	2012 r. – 2013 r.
Wysyłka newsletterów	
<b>Wskaźniki oceny</b>	Ilość zrealizowanych wizyt studyjnych
<b>Proponowany realizator</b>	Krakow Convention Bureau/Wydział Informacji, Turystyki i Promocji Miasta UMK
<b>Proponowani partnerzy</b>	<p>Krakowskie Biuro Festiwalowe, organizatorzy turystyki biznesowej w Krakowie, hotele, Krakowska Izba Turystyki, MPI Poland Club, Stowarzyszenie Kongresy i Konferencje w Polsce, redakcje krakowskie,</p> <p>POLAND Convention Bureau, Polskie Ośrodki Informacji Turystycznej za granicą, uczelnie, stowarzyszenia branżowe, Honorowi Ambasadorowie Kongresów Polskich</p>
<b>Szacunkowe koszty i źródła finansowania</b>	180 000 zł, budżet Miasta Krakowa, budżet Krakowskiego Biura Festiwalowego

## 9. DZIAŁANIA PUBLIC RELATION

Nr 9.3.	<b>Tytuł działania:</b> <b>Nawiązanie kontaktów z firmami mającymi swoje siedziby w Katowicach i Krakowie</b>	
Krótki opis	Krakow Convention Bureau nawiąże współpracę m.in. z firmami zagranicznymi mającymi swoją siedzibę w Krakowie i Katowicach, określone zostaną zasady wzajemnej współpracy np. poprzez przekazywanie materiałów promocyjnych miasta, promowane będą produkty turystyki biznesowej – Kraków jako doskonałe miejsce do organizowania spotkań biznesowych wśród tych firm	
Etapy realizacji: 2011 r.- 2014 r.		<b>Harmonogram</b>
Nawiązanie kontaktów z firmami tj. stworzenie bazy firm, wysyłka newsletterów, materiałów promocyjnych Krakowa jako miejsca turystyki biznesowej		2011 r. – 2014 r.
Wskaźniki oceny	Ilość przesłanych ofert i newsletterów	
Proponowany realizator	Krakow Convention Bureau/Wydział Informacji, Turystyki i Promocji Miasta UMK	
Proponowani partnerzy	Firmy zagraniczne mające siedzibę w Krakowie i Katowicach	
Szacunkowe koszty i źródła finansowania	10 000 zł, budżet Miasta Krakowa	

## 10. WSPÓŁPRACA Z BRANŻĄ

Nr 10.2.	<p><b>Tytuł działania:</b></p> <p><b>Stworzenie systemu rekomendacji firm DMC i opracowanie zasad współpracy z tymi firmami, kontynuacja: realizacji systemu dla firm PCO, współpracy z organizatorami imprez motywacyjnych, współpraca z krakowską branżą turystyczną.</b></p>	
Krótki opis	<p>Miasto Kraków przygotowało i realizuje system rekomendacji Profesjonalnych Organizatorów Kongresów. Współpraca realizowana jest również z organizatorami imprez motywacyjnych, natomiast wśród krakowskich podmiotów turystyki biznesowej znajdują się także firmy DMC. W tej chwili promowane są wszystkie firmy rekomendowane przez Krakowską Izbę Turystyki. W celu podniesienia jakości usług firm DMC istotna jest także kwestia stworzenia odpowiedniego systemu rekomendacji dla nich. Zapytania o partnerów do współpracy ze strony jednostek zagranicznych dotyczą bowiem zarówno firm PCO jak i DMC. Kontynuowana będzie również realizacja wdrożonego już systemu rekomendacji dla firm PCO (Profesjonalnych Organizatorów Kongresów) i współpraca z organizatorami imprez motywacyjnych w Krakowie. Podjęta zostanie próba stworzenia działań w ramach marketingu partnerskiego i utworzenie sieci partnerów dla Krakow Convention Bureau w przypadku pozytywnej koniunktury gospodarczej. Wyróżniane będą również firmy z branży i osoby mające szczególne zasługi w każdym roku dla turystyki biznesowej w Krakowie np. za ilość zorganizowanych lub pozyskanych wydarzeń itp.</p>	
Etapy realizacji: 2011 r.- 2014 r.		<b>Harmonogram</b>
Pozyskanie partnerów do współpracy i opinii Społecznej Rady Dyrektorów PCO przy opracowaniu systemu rekomendacji dla firm DMC.		2012 r.
Wdrożenie systemu rekomendacji firm DMC jak również zasad współpracy z tymi firmami.		2012 r.
Promocja systemu i wyłonienie rekomendowanych firm.		2012 r.
Realizacja i promocja systemu.		2012 r. – 2014 r.
Realizacja i promocja systemu rekomendacji dla firm PCO.		2011 r. – 2014 r.
Kontynuacja współpracy z rekomendowanymi poprzez konkurs organizatorami podróży motywacyjnych.		2011 r. – 2014 r.
Doroczne wyróżnianie firm i osób z branży.		2012 r. – 2014 r.
Kontynuacja współpracy z nowymi przedsiębiorcami.		2011 r.- 2014 r.
<b>Wskaźniki oceny</b>	Ilość rekomendowanych firm.	
<b>Proponowany</b>	Krakow Convention Bureau/Wydział Informacji, Turystyki i Promocji	

realizator	Miasta UMK
Proponowani partnerzy	Stowarzyszenie Kongresy i Konferencje w Polsce, Krakowska Izba Turystyki, MPI Poland Club, Małopolskie Gremium Hotelowe, Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego.
Szacunkowe koszty i źródła finansowania	30 000 zł, budżet Miasta Krakowa

## 10. WSPÓŁPRACA Z BRANŻĄ

Nr 10.3.	<p><b>Tytuł działania:</b></p> <p><b>Zawarcie porozumienia o współpracy na rzecz promocji turystyki biznesowej z Urzędem Marszałkowskim Województwa Małopolskiego i przygotowanie wniosku o pozyskanie środków unijnych na promocję turystyki biznesowej w regionie.</b></p>	
Krótki opis	<p>Miasto Kraków rozpoczęło już współpracę z Urzędem Marszałkowskim Województwa Małopolskiego na rzecz promocji turystyki biznesowej w regionie. W oparciu o porozumienie przygotowano już wspólny produkt np. katalog sal konferencyjnych w Małopolsce. Planuje się kontynuację tej współpracy w latach następnych i opracowanie wspólnych produktów mających na celu promocję i rozwój turystyki biznesowej w regionie. Zawarte zostanie porozumienie na rzecz współpracy, na mocy, którego realizowane będą wspólne przedsięwzięcia promocyjne m.in. np. publikowany katalog sal konferencyjnych w Krakowie, wspólna promocja targowa, przygotowanie wniosku o pozyskanie środków unijnych. Porozumienie to pod warunkiem obopólnej chęci będzie odnawiane każdego roku.</p>	
Etapy realizacji: 2011 r.- 2014 r.		<b>Harmonogram</b>
Przygotowanie i zawarcie porozumienia o współpracy z Urzędem Marszałkowskim Województwa Małopolskiego.		2011 r. – 2014 r.
<b>Wskaźniki oceny</b>	<p>Zawarte porozumienie</p> <p>Ilość wspólnie zrealizowanych przedsięwzięć</p>	
<b>Proponowany realizator</b>	Krakow Convention Bureau/Wydział Informacji, Turystyki i Promocji Miasta UMK	
<b>Proponowani partnerzy</b>	Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego	
<b>Koszty i źródła finansowania</b>	Koszty dotyczące poszczególnych wspólnie realizowanych przedsięwzięć, budżet Miasta Krakowa, budżet Urzędu Marszałkowskiego	

## 10. WSPÓLPRACA Z BRANŻĄ

Nr 10.4.	<b>Tytuł działania:</b>  <b>Przygotowanie planu wspólnych przedsięwzięć z krakowską branżą turystyczną.</b>	
<b>Krótki opis</b>	Miasto Kraków współpracuje z Profesjonalnymi Organizatorami Kongresów w Krakowie, z Krakowską Izbą Turystyki, MPI Poland Club, Stowarzyszeniem Kongresy i Konferencje w Polsce. Zostanie przygotowana lista wspólnych przedsięwzięć dotyczących promocji i rozwoju turystyki biznesowej w Krakowie np. wspólne prezentacje, reklamy prasowe, wizyty studyjne i work shopy. Natomiast w przypadku pozytywnej koniunktury gospodarczej stworzona zostanie, na zasadzie marketingu partnerskiego, sieć partnerów Kraków Convention Bureau.	
<b>Etapy realizacji:</b> 2012 r.- 2014 r.		<b>Harmonogram</b>
Przygotowanie planu wspólnych przedsięwzięć		2012 r.
Realizacja zawartych w planie przedsięwzięć oraz stworzenie sieci partnerów w przypadku pozytywnej koniunktury gospodarczej		2012 r. – 2014 r.
<b>Wskaźniki oceny</b>	Ilość zrealizowanych przedsięwzięć	
<b>Proponowany realizator</b>	Krakow Convention Bureau/Wydział Informacji, Turystyki i Promocji Miasta UMK	
<b>Proponowani partnerzy</b>	MPI Poland Club, Stowarzyszenie Kongresy i Konferencje w Polsce, POLAND Convention Bureau , DMC, PCO, Krakowska Izba Turystyki	
<b>Szacunkowe koszty i źródła finansowania</b>	Koszty dotyczące realizacji zawartych w planie przedsięwzięć ok. 200 000 zł, budżet Miasta Krakowa i partnerów	

## 10. WSPÓLPRACA Z BRANŻĄ

Nr 10.4	<p><b>Tytuł działania:</b></p> <p><b>Współpraca z POLAND Convention Bureau i Biurami Kongresów w Polsce.</b></p>
Krótki opis	<p>POLAND Convention Bureau działające w ramach Polskiej Organizacji Turystycznej jest podmiotem koordynującym działania Biur Kongresów w Polsce. Organizuje cykliczne spotkania, na których ustalane są dalsze kierunki i plany działań, jak również lista wspólnych przedsięwzięć promocyjnych. Krakow Convention Bureau współpracuje także w ramach wybranych przedsięwzięć promocyjnych z Biurami Kongresów z Polski np. wspólna promocja na targach, wspólne wpisy reklamowe itp.</p>
Etapy realizacji: 2011 r.- 2014 r.	
	<b>Harmonogram</b>
<p>Współpraca z POLAND Convention Bureau i realizacja wspólnych przedsięwzięć np. przygotowanie informacji na stronę internetową POLAND Convention Bureau, do katalogów promujących obiekty konferencyjne w Polsce, współpraca w ramach konferencji, wykładów branżowych, przygotowania raportu przemysłu spotkań w Polsce.</p>	2011 r. – 2014 r.
<p>Współpraca z Biurami Kongresów w Polsce w ramach wspólnie podejmowanych przedsięwzięć.</p>	2011 r. – 2014 r.
<b>Wskaźniki oceny</b>	Ilość zrealizowanych działań w ramach współpracy
<b>Proponowany realizator</b>	Krakow Convention Bureau/Wydział Informacji, Turystyki i Promocji Miasta UMK
<b>Proponowani partnerzy</b>	POLAND Convention Bureau, Biura Kongresów w Polsce
<b>Szacunkowe koszty i źródła finansowania</b>	30 000 zł, budżet Miasta Krakowa



## 10. WSPÓLPRACA Z BRANŻĄ

Nr 10.5.	<b>Tytuł działania:</b> <b>Nawiązanie współpracy z liniami lotniczymi.</b>	
Krótki opis	Miasto Kraków nawiązało już współpracę z Polskimi Liniami Lotniczymi Lot, na stronie internetowej promowany jest program Convention Lot. Inne linie lotnicze tj. np. Lufthansa również przygotowały nowy produkt w tym zakresie. Miasto nawiąże kontakt z innymi liniami i na tej podstawie promowane będą na stronie internetowej conventionkrakow.pl produkty linii lotniczych dotyczące turystyki biznesowej.	
Etapy realizacji:	2011 r.- 2014 r.	<b>Harmonogram</b>
	Nawiązanie kontaktu z liniami lotniczymi.	2012 r.
	Promocja wspólnych przedsięwzięć dotyczących turystyki biznesowej	2012 r. – 2014 r.
Wskaźniki oceny	Ilość promowanych wspólnych przedsięwzięć	
Proponowany realizator	Krakow Convention Bureau/Wydział Informacji, Turystyki i Promocji Miasta UMK	
Proponowani partnerzy	Linie lotnicze operujące w Krakowie, Międzynarodowy Port Lotniczy Kraków – Balice	
Szacunkowe koszty i źródła finansowania	0 zł	

## 10. WSPÓLPRACA Z BRANŻĄ

Nr 10.6.	<b>Tytuł działania:</b> <b>Współpraca z Międzynarodowym Portem Lotniczym im. Jana Pawła II Kraków – Balice.</b>	
<b>Krótki opis</b>	Działalność w Krakowie portu lotniczego ma kluczowe znaczenie dla rozwoju turystyki biznesowej w naszym mieście. Promowanie połączeń lotniczych jest bardzo ważne dla pozyskania wydarzeń biznesowych dla Krakowa. Ważne znaczenie dla imprez biznesowych ma również funkcjonowanie saloniku VIP. Miasto Kraków zawrze porozumienie o współpracy z Międzynarodowym Portem Lotniczym Kraków – Balice a następnie kontynuowana będzie realizacja przedsięwzięć określonych w umowie.	
<b>Etapy realizacji:</b> 2011 r.- 2014 r.		<b>Harmonogram</b>
Podpisanie listu intencyjnego		2011 r.
Realizacja przedsięwzięć wspólnie określonych		2012 r. – 2014 r.
<b>Wskaźniki oceny</b>	Ilość zrealizowanych działań	
<b>Proponowany realizator</b>	Krakow Convention Bureau/Wydział Informacji, Turystyki i Promocji Miasta UMK	
<b>Proponowani partnerzy</b>	Międzynarodowy Port Lotniczy Kraków – Balice	
<b>Szacunkowe koszty i źródła finansowania</b>	50 000 zł, budżet Miasta Krakowa	

## 10. WSPÓLPRACA Z BRANŻĄ

Nr 10.7.	<p><b>Tytuł działania:</b></p> <p><b>Współpraca z wybranym operatorem centrum kongresowego – pomoc w promocji, a także zainicjowanie wpisania się operatora do ICCA. Współpraca z realizatorem inwestycji Hala Widowiskowo – Sportowa i wybranym operatorem.</b></p>
Krótki opis	<p>Miasto Kraków realizuje inwestycję dotyczącą budowy nowego centrum kongresowego. Jest to w tej chwili najbardziej znacząca inwestycja w naszym mieście, która będzie miała strategiczne znaczenie dla rozwoju turystyki biznesowej w Krakowie. Uznano w ramach prac zespołu, iż promocja tego centrum powinna należeć do priorytetowych zadań Krakow Convention Bureau dlatego przygotowano również we współpracy z Krakowskim Biurem Festiwalowym odrębny plan promocji powstającego centrum. Zadania w zakresie marketingu nowego centrum kongresowego są już od ok. dwóch lat realizowane, ponieważ duże kongresy przygotowywane są z 2-3 letnim wyprzedzeniem. Drugą kluczową inwestycją w naszym mieście jest budowa Hali Widowiskowo – Sportowej, która również w ramach działań Krakow Convention Bureau będzie promowana.</p>
Etapy realizacji: 2009 r. – 2014 r.	<b>Harmonogram</b>
Promocja ICE zgodnie z załącznikiem.	2009 – 2014 r.
Promocja Hali Widowiskowo-Sportowej w ramach działań Krakow Convention Bureau.	2011 r. – 2014 r.
<b>Wskaźniki oceny</b>	Ilość zrealizowanych przedsięwzięć
<b>Proponowany realizator</b>	Krakow Convention Bureau/Wydział Informacji, Turystyki i Promocji Miasta UMK
<b>Proponowani partnerzy</b>	Krakowskie Biuro Festiwalowe, Agencja Rozwoju Miasta
<b>Szacunkowe koszty i źródła finansowania</b>	4 593 220 zł (w kwocie tej ujęte są również szacunkowe koszty przedsięwzięć ujętych już w kartach zadań, a które również mają na celu m.in. promocję ICE i Hali widowiskowo – sportowej), budżet Miasta Krakowa, środki sponsorskie, środki unijne, środki Krakowskiego Biura Festiwalowego, środki operatora Hali widowiskowo – sportowej i Agencji Rozwoju Miasta

**Załącznik nr 3 do zarządzenia  
nr 1272/2011**

**Plan promocji nowego Centrum  
Kongresowego na lata 2011- 2014  
(i otwarcie centrum – początek 2015)  
i działania zrealizowane  
w latach 2009-2010.**

**Plan promocji nowego centrum kongresowego na lata 2009-2014**

DATA	DZIAŁANIA	SZACUNKOWE KOSZT W PLN BRUTTO	PODMIOT REALIZUJĄCY
<b>2009-2014 - prace rozłożone w czasie</b>			
2009-2013	Przygotowanie portalu internetowego w co najmniej dwóch wersjach językowych umożliwiającego prezentację centrum, rezerwację sal	70 000,00 zł	<b>KBF</b>
2009-2013	Przygotowanie pełnego systemu identyfikacji wizualnej CKK na bazie wybranej nazwy i logotypu (2009), który będzie wykorzystywany w tworzeniu portalu internetowego, przygotowaniu prezentacji, drukowanych materiałów promocyjnych etc.	20 000,00 zł	<b>KBF</b>
	Razem	<b>90 000,00 zł</b>	
<b>ZREALIZOWANE W ROKU 2009 zaopiniowane przez zespół zadaniowy</b>			
ZREALIZOWANE	Rezerwacja domen internetowych: ickrakow	120,00 zł	<b>KBF</b>
ZREALIZOWANE	Pozyskanie materiałów umożliwiających zrealizowanie prezentacji Centrum do wykorzystania w ramach promocji wewnętrznej	0,00 zł	<b>KBF</b>
ZREALIZOWANE	Zrealizowanie konkursu na nazwę i logotyp Centrum Kongresowego	23 000,00 zł	<b>KBF</b>
ZREALIZOWANE	Zakup prezentacji od Projektanta do wykorzystania na targach branżowych etc.	6 100,00 zł	<b>Krakow Convention Bureau</b>
	Razem	<b>29 220,00 zł</b>	
<b>ZREALIZOWANE W ROKU 2010 zaopiniowane przez zespół zadaniowy</b>			
ZREALIZOWANE	Zakup dodatkowych materiałów pokazujących funkcjonalności Centrum od Projektanta, na potrzeby zrealizowania filmu reklamowego	0,00 zł	<b>KBF</b>
ZREALIZOWANE	Przygotowanie i druk ulotki informacyjnej promującej Centrum Kongresowe	współpraca merytoryczna	<b>Krakow Convention Bureau</b>
		6 000,00 zł	<b>KBF</b>
na bieżąco	Przygotowanie lub zaktualizowanie listy teleadresowej podmiotów zajmujących się turystyką biznesową oraz PCO.	0,00 zł	<b>Krakow Convention Bureau</b>
ZREALIZOWANE	Wysyłka newslettera do PCO i innych podmiotów znajdujących się w bazie CBK zajmujących się turystyką biznesową (ok. 800 podmiotów)	0,00 zł	<b>Krakow Convention Bureau /KBF</b>
ZREALIZOWANE	Umieszczenie informacji o Centrum Kongresowym na nowej stronie internetowej Krakow Convention Bureau oraz w wydawnictwach, a także podlinkowanie strony centrum	0,00 zł	<b>Krakow Convention Bureau</b>
ZREALIZOWANE	Przygotowanie oferty handlowej - projekt i wydruk	20 000,00 zł	<b>KBF</b>
ZREALIZOWANE	Promocja Centrum Kongresowego w czasie konferencji INMA dla dziennikarzy	0,00 zł	<b>Krakow Convention</b>

			<b>Bureau</b>
ZREALIZOWANE	Gala Ambasadorów Kongresów Polskich - promocja Centrum Kongresowego	20 000,00 zł	<b>Krakow Convention Bureau /KBF</b>
luty-grudzień	Promocja Centrum Kongresowego w czasie targów turystyki biznesowej. Dystrybucja materiałów reklamowo - promocyjnych i emisja filmu zawierającego informacje o Centrum Kongresowym.	105 000,00 zł	<b>Krakow Convention Bureau</b>
	Paryż - luty		
	Londyn - luty		
	Bruksela - marzec		
	Frankfurt – maj		
	Warszawa – październik		
	Rimini – lipiec		
	Barcelona - grudzień		
ZREALIZOWANE	Promocja Centrum Kongresowego w czasie wizyt studyjnych branżowych i dziennikarskich	5 000,00 zł	<b>Krakow Convention Bureau</b>
ZREALIZOWANE	Przygotowanie bazy branżowych stowarzyszeń	0,00 zł	<b>Krakow Convention Bureau</b>
ZREALIZOWANO	Promocja Centrum Kongresowego w czasie konferencji dot. Produktu muzealnego	0,00 zł	<b>Krakow Convention Bureau</b>
ZREALIZOWANO	Wpisanie się do Stowarzyszenia Centrów Kongresowych AIPC	ok. 10 000 zł	<b>KBF</b>
<b>Razem</b>		<b>156 000,00 zł</b>	
<b>ROK 2011</b>			
	<b>POWTÓRZENIE DZIAŁAŃ</b>		
III kwartał	uruchomienie strony internetowej <a href="http://www.icekrakow.pl">www.icekrakow.pl</a>	40 000, 00 zł	<b>KBF</b>
DO WRZEŚNIA	Zlecenie przygotowania filmu reklamowego Centrum do promocji zewnętrznej np. na targi turystyczne	40 000,00 zł	<b>KBF</b>
2011 r.	Kontynuacja współpracy ze stowarzyszeniem Centrów Kongresowych AIPC	ok. 40 000,00 zł	<b>KBF</b>
2011 r.	Wysyłka newslettera do PCO i innych podmiotów znajdujących się w bazie Krakow Convention Bureau zajmujących się turystyką biznesową (ok. 800 podmiotów)	0,00 zł	<b>Krakow Convention Bureau /KBF</b>
ZREALIZOWANO	Aktualizacja i dodruk oferty handlowej	16 000,00 zł	<b>KBF</b>
2011 r.	Promocja Centrum Kongresowego w czasie wizyt studyjnych branżowych i dziennikarskich	10 000,00 zł	<b>Krakow Convention Bureau</b>
luty-grudzień	Promocja Centrum Kongresowego w czasie targów turystyki biznesowej. Dystrybucja materiałów reklamowo - promocyjnych i emisja filmu zawierającego informacje o Centrum Kongresowym.	120 000,00 zł	<b>Krakow Convention Bureau</b>
		40 000,00 zł	<b>KBF</b>

		DODATKOWO	
	Promocja Centrum Kongresowego w czasie trwania prezydencji w tym na Europejskim Forum Turystyki oraz na nieformalnym spotkaniu Ministrów Turystyki poprzez przygotowanie materiałów promocyjnych i inne możliwe działania promocyjne	30 000,00 zł	<b>Krakow Convention Bureau /KBF</b>
2011 r.	Promocja Centrum Kongresowego na łamach katalogów branżowych	30 000,00 zł	<b>KBF</b>
		30 000,00 zł	<b>Krakow Convention Bureau</b>
<b>Razem</b>		<b>357 000,00 zł</b>	
<b>ROK 2012</b>			
		POWTÓRZENIE DZIAŁAŃ	
III kwartał	Wysyłka oferty wraz z ulotką do branżowych stowarzyszeń	1 000,00 zł	<b>Krakow Convention Bureau</b>
2012 r.	Wysyłka newslettera do PCO i innych podmiotów znajdujących się w bazie Krakow Convention Bureau zajmujących się turystyką biznesową (ok. 800 podmiotów)	0,00 zł	<b>Krakow Convention Bureau /KBF</b>
2012 r.	Wysyłka oferty wraz z ulotką do branżowych stowarzyszeń	2 000,00 zł	<b>Krakow Convention Bureau</b>
2012 r.	Wysyłka ulotki promocyjnej do międzynarodowych korporacji	1 000,00 zł	<b>KBF</b>
luty-grudzień	Promocja Centrum Kongresowego w czasie targów turystyki biznesowej i prezentacji branżowych i konferencji branżowych. Dystrybucja materiałów reklamowo promocyjnych i emisja filmu zawierającego informacje o Centrum Kongresowym.	120 000,00 zł	<b>Krakow Convention Bureau</b>
2012 r.	Promocja Centrum Kongresowego w czasie wizyt studyjnych branżowych i dziennikarskich	40 000,00 zł	<b>KBF</b>
		15 000,00 zł	<b>Krakow Convention Bureau</b>
2012 r.	Współpraca z ICCA, AIPC i innymi stowarzyszeniami	40 000,00 zł	<b>Krakow Convention Bureau, KBF</b>
2012 r.	Promocja Centrum Kongresowego na łamach katalogów branżowych	40 000,00 zł	<b>KBF</b>
		40 000,00 zł	<b>Krakow Convention Bureau</b>
<b>Razem</b>		<b>299 000,00 zł</b>	
<b>ROK 2013</b>			
		POWTÓRZENIE DZIAŁAŃ	
2013 r.	Dodruk ulotki informacyjnej promującej Centrum Kongresowe, ewentualnie aktualizacja	10 000,00 zł	<b>KBF</b>

2013 r.	Wysyłka newslettera do PCO i innych podmiotów znajdujących się w bazie Krakow Convention Bureau zajmujących się turystyką biznesową (ok. 800 podmiotów)	0,00 zł	<b>Krakow Convention Bureau /KBF</b>
2013 r.	Dodruk, ewentualna aktualizacja oferty handlowej	20 000,00 zł	<b>KBF</b>
2013 r.	Wysyłka oferty wraz z ulotką do branżowych stowarzyszeń	1 000,00 zł	<b>Krakow Convention Bureau</b>
2013 r.	Promocja w hotelach w kraju i za granicą	20 000,00 zł	<b>Krakow Convention Bureau</b>
2013 r.	Wysyłka ulotki promocyjnej do międzynarodowych korporacji	1 000,00 zł	<b>KBF</b>
luty-grudzień	Promocja Centrum Kongresowego w czasie targów turystyki biznesowej. Dystrybucja materiałów reklamowo - promocyjnych i emisja filmu zawierającego informacje o Centrum Kongresowym.	140 000,00 zł	<b>Krakow Convention Bureau</b>
		60 000,00 zł	<b>KBF</b>
2013 r.	Promocja Centrum Kongresowego w czasie wizyt studyjnych branżowych i dziennikarskich	15 000,00 zł	<b>Krakow Convention Bureau</b>
2013 r.	Współpraca z ICCA, AIPC i innymi stowarzyszeniami	40 000,00 zł	<b>Krakow Convention Bureau, KBF</b>
2013 r.	Promocja Centrum Kongresowego na łamach katalogów branżowych	50 000,00 zł	<b>KBF</b>
		50 000,00 zł	<b>Krakow Convention Bureau</b>
2013 r.	Kampania promocyjno – informacyjna Centrum Kongresowego (Rondo Grunwaldzkie) związana z projektem unijnym	60 000,00 zł	<b>Krakow Convention Bureau, KBF</b>
	<b>Razem</b>	<b>467 000,00 zł</b>	
<b>ROK 2014 i 2015</b>			
	<b>POWTÓRZENIE DZIAŁAŃ</b>		
	Przygotowanie nowej ulotki promocyjnej	współpraca merytoryczna	<b>Krakow Convention Bureau</b>
		15 000,00 zł	<b>KBF</b>
	Wysyłka newslettera do PCO i innych podmiotów znajdujących się w bazie Krakow Convention Bureau zajmujących się turystyką biznesową (ok. 800 podmiotów)	0,00 zł	<b>Krakow Convention Bureau /KBF</b>
	Dodruk, ewentualna aktualizacja oferty handlowej	10 000,00 zł	<b>KBF</b>
	Wysyłka oferty wraz z ulotką do branżowych stowarzyszeń	1 000,00 zł	<b>Krakow Convention Bureau</b>
	Promocja w hotelach w kraju i za granicą	10 000,00 zł	<b>Krakow Convention Bureau</b>



	Wysyłka ulotki promocyjnej do międzynarodowych korporacji	1 000,00 zł	<b>KBF</b>
luty-grudzień	Promocja Centrum Kongresowego w czasie targów turystyki biznesowej. Dystrybucja materiałów reklamowo - promocyjnych i emisja filmu zawierającego informacje o Centrum Kongresowym.	140 000,00 zł	<b>Krakow Convention Bureau</b>
		60 000,00 zł	<b>KBF - odrębne stoisko</b>
	Promocja Centrum Kongresowego w czasie wizyt studyjnych branżowych i dziennikarskich	15 000,00 zł	<b>Krakow Convention Bureau</b>
	Współpraca z ICCA, AIPC i innymi stowarzyszeniami	40 000,00 zł	<b>Krakow Convention Bureau/KBF</b>
	Promocja Centrum Kongresowego na łamach katalogów branżowych	50 000,00 zł	<b>KBF</b>
		50 000,00 zł	<b>Krakow Convention Bureau</b>
2014 r.	Kampania promocyjno – informacyjna Centrum Kongresowego (Rondo Grunwaldzkie) związana z projektem unijnym	60 000,00 zł	<b>Krakow Convention Bureau , KBF</b>
	<b>DODATKOWO</b>		
	Intensyfikacja przygotowań i rozpoczęcie działań organizacji imprezy (Światowego Kongresu Turystyki wraz z wydarzeniem kulturalnym) na otwarcie Centrum połączonej z kampanią reklamową Centrum w kraju i za granicą.	500 000,00 zł	<b>Krakow Convention Bureau</b>
		2 000 000,00 zł	<b>KBF</b>
2011 – początek 2015	Organizacja uroczystego otwarcia, wizyty studyjne i dni otwarte	244 000,00 zł	<b>KBF(44 000 zł wizyty studyjne), 200 000 zł - dni otwarte)</b>

**Razem** 3 196 000,00 zł  
**Razem koszty w latach 2009-2014 i początek 2015 (otwarcie centrum)** 4 593 220,00 zł

