

BR.01.0012.1.15.25/2016

**Protokół Nr 25/16**

**z posiedzenia wyjazdowego Komisji Promocji i Turystyki Rady Miasta Krakowa  
odbytego 31 marca 2016 r.**

**w obiekcie ICE KRAKÓW**

**ul. Marii Konopnickiej 17,**

W posiedzeniu, któremu przewodniczył Aleksander Miszański, udział wzięli Członkowie Komisji wg listy obecności stanowiącej załącznik nr 1 do niniejszego protokołu.

Przewodniczący Komisji Aleksander Miszański o godz. 15.00 otworzył posiedzenie Komisji i po powitaniu Członków Komisji oraz Gości stwierdził quorum pozwalające na podejmowanie prawomocnych decyzji.

Komisja przyjęła porządek bez uwag.

**Porządek posiedzenia:**

1. *Otwarcie posiedzenia.*

2. *Centrum Kongresowe ICE, hala Widowiskowo-Sportowa Tauron Arena Kraków, targi w Krakowie jako wzmocnienie oferty biznesowej i kulturalnej w mieście. Wpływ przemysłu spotkań na gospodarkę Krakowa. Kraków Network.*

3. *Media elektroniczne jako narzędzia promocji miasta. Social media – wykorzystanie w promocji Krakowa.*

4. *Sprawy bieżące.*

5. *Oświadczenia i komunikaty.*

6. *Zamknięcie posiedzenia.*

Ad.2.

**Centrum Kongresowe ICE, hala Widowiskowo-Sportowa Tauron Arena Kraków, targi w Krakowie jako wzmocnienie oferty biznesowej i kulturalnej w mieście. Wpływ przemysłu spotkań na gospodarkę Krakowa. Kraków Network.**

Radni z komisji Promocji i Turystyki spotkali się na wyjazdowym posiedzeniu w Centrum Kongresowym ICE Kraków. Tematem była szeroko pojęta promocja, oferta biznesowa Krakowa, i rola przemysłu spotkań.

Na początku radni dowiedzieli się, że Centrum Kongresowe, a także Tauron Arena oraz krakowskie targi wzmocniły ofertę biznesową i kulturalną miasta. Przedstawiciele Krakowskiego Biura Festiwalowego oraz platformy Kraków Network zapewniali, że miasto może sobie już teraz stawiać bardzo ambitne cele. *Potencjał biznesowy i kulturalny drzemący w flagowych projektach miasta takich jak Centrum Kongresowe ICE Kraków i TAURON Arena Kraków pozwoli rozwijać region w oparciu o siłę Krakowa.*

*Następnie radni dowiedzieli się czym jest Kraków Network. To inicjatywa, która skupia przedstawicieli, instytucji miejskich, kultury, branży restauracyjnej, hotelarskiej, obiektów muzealnych oraz firm consultingowych. Celem inicjatywy jest stworzenie silnej grupy biznesowej z różnych sektorów branży turystycznej, której działania wpłyną na zwiększenie liczby wydarzeń biznesowych realizowanych w stolicy Małopolski.*

Sporo uwagi poświęcono przemysłowi spotkań. W Małopolsce zgłoszonych zostało 5553 spotkań, z czego aż 5196 odbyło się w Krakowie. Bardzo istotna jest analiza spotkań w mieście – aż 68% (3529) z nich to kongresy i konferencje, 3% wydarzenia korporacyjne, podobnie targi stanowią 3% spotkań zorganizowanych w Krakowie. Warto zwrócić uwagę na dużą liczbę wydarzeń motywacyjnych – 26% wszystkich analizowanych spotkań to właśnie incentive. Ogółem spotkania biznesowe zorganizowane w Krakowie stanowią 15% wszystkich spotkań krajowych. Liderem jest stolica, w której zorganizowano 39% z 33 980 krajowych spotkań. Analizując raporty z lat 2013-2016 można stwierdzić, że kongresy i konferencje to najpopularniejsze ze spotkań biznesowych organizowanych w Krakowie.

Ad.3.

**Media elektroniczne jako narzędzia promocji miasta. Social media – wykorzystanie w promocji Krakowa.**

Dyrektor Biura Prasowego UMK – Maciej Grzyb przedstawił prezentację multimedialną – media elektroniczne jako narzędzie promocji miasta.

Ad.4.

**Sprawy bieżące.**

Brak spraw bieżących

Ad.5.6.

**Oświadczenia i komunikaty.**

Nie zgłoszono oświadczeń i komunikatów.

Wobec zrealizowania porządku obrad, Przewodniczący Komisji Aleksander Miszański o godz. 16.30 zamknął posiedzenie Komisji.

**Przewodniczący Komisji**

**Aleksander Miszański**

**Protokołował:  
Paweł Droźniak**