

Protokół nr 47/2022

**Z posiedzenia Komisji Promocji i Turystyki
Rady Miasta Krakowa odbytego w dniu 13 stycznia 2022 roku - tryb zdalny.**

W posiedzeniu, któremu przewodniczył **Tomasz Daros** – Przewodniczący Komisji Promocji i Turystyki Rady Miasta Krakowa udział wzięli członkowie Komisji wg listy obecności stanowiącej załącznik nr 1 do niniejszego protokołu,

Przewodniczący Komisji po stwierdzeniu quorum pozwalającego na podejmowanie prawomocnych decyzji o godzinie 16.00 otworzył posiedzenie Komisji w trybie zdalnym.

Komisja przyjęła porządek zmieniając go i przesuując pkt.4 i5 na następne posiedzenie.

Głosowanie: 8 za, 0 przeciw, 0 wstrzymujących się.

Porządek obrad:

1. Otwarcie posiedzenia.
2. Uzgodnienie porządku obrad.
3. **Projekt Małopolska Cel Podróży – Informacja Wydziału ds. Turystyki.**

Zaproszeni Goście:

Dyrektor Wydziału ds. Turystyki – Elżbieta Kantor.

4. Przyjęcie Harmonogramu posiedzeń Komisji Promocji i Turystyki Rady Miasta Krakowa **na 2022 rok.**
5. Przyjęcie Planu Pracy Komisji Promocji i Turystyki Rady Miasta Krakowa **na 2022 rok.**
6. Sprawy bieżące.
7. Oświadczenia i komunikaty.
8. Zamknięcie posiedzenia.

Ad.3.

Projekt Małopolska Cel Podróży – Informacja Wydziału ds. Turystyki.

Małopolska - cel podróży” to projekt realizowany przez miasto Kraków wspólnie z Samorządem Województwa Małopolskiego i Małopolską Organizacją Turystyczną. W jego ramach prowadzone są działania promocyjne Krakowa i Małopolski na wybranych rynkach zagranicznych. Celem projektu jest przywrócenie ruchu turystycznego do Krakowa i regionu.

W 2020 roku z powodu pandemii Covid-19 nastąpiło załamanie ruchu turystycznego w Krakowie i bardzo mocno spadła liczba osób przyjeżdżających do naszego miasta. Jeśli chodzi o turystów zagranicznych, mieliśmy o 80 proc. mniej gości niż w roku 2019,

natomiast liczba wszystkich odwiedzających zmniejszyła się prawie o 35 proc. – tłumaczyła radnym z Komisji Promocji i Turystyki Elżbieta Kantor, dyrektor Wydziału ds. Turystyki.

Początkowo wartość projektu „Małopolska - cel podróży” wynosiła 8 mln zł. Z końcem grudnia 2021 r. Zarząd Województwa Małopolskiego podjął decyzję o zwiększeniu budżetu tego projektu o następne 8 mln zł i poszerzenie jego skali oddziaływania na nowe rynki. Ten pierwotny, dedykowany jest dwóm podstawowym rynkom docelowym promocji Małopolski i Krakowa, czyli: brytyjskiemu i niemieckiemu, natomiast kolejne 8 mln mogą być wydatkowane oprócz rynków wcześniej wybranych, również na rynek szwajcarski, austriacki, skandynawski i amerykański.

W ramach projektu prowadzone są działania promocyjne przede wszystkim w sieci, wielokanałowo i przy wykorzystaniu najnowszych produktów i narzędzi marketingu internetowego.

Małopolska – cel podróży jest projektem partnerskim. Lideruje mu Małopolska Organizacja Turystyczna, która realizuje wszystkie zadania potrzebne partnerom, tj. Województwu Małopolskiemu i Gminie Miejskiej Kraków, dla realizacji celów promocyjnych - czyli przygotowuje narzędzia promocji, identyfikację wizualną, filmy reklamowe, prezentacje. Miasto Kraków wraz z Województwem Małopolskim odpowiedzialne jest za działania komunikacyjne.

- Województwo Małopolskie odpowiada za komunikację dotyczącą produktów związanych z turystyką wypoczynkową, natomiast Kraków - turystykę biznesową. Komunikujemy do rynku brytyjskiego i niemieckiego, ale też na rynek globalny, z uwagi na specyfikę produktu oraz wydarzeń, które są dedykowane turystyce biznesowej – tłumaczyła Kantor.

Projekt jest w 100 proc. finansowany ze środków Unii Europejskiej. Jego realizacja rozpoczęła się 1 listopada 2020 r., zakończenie planowano na 2022 r., natomiast w związku ze zwiększeniem budżetu o dodatkowe 8 mln zł cały projekt zakończy się 31 grudnia 2023 r. Z pierwszych 8 mln zł budżetu dla Krakowa przypadło 2 mln.

- Liczymy na to, że te środki spowodują przyspieszenie powrotu gości zagranicznych do naszego miasta i regionu. Widać już pierwsze efekty naszych działań. W tym roku mamy 20 proc. wzrost liczby gości zagranicznych. To wciąż oczywiście jest zdecydowanie mniej niż przed pandemią, jednak może już napawać pewnym optymizmem – wyjaśniała dyrektor Wydziału ds. Turystyki.

- Czy w tym projekcie jest miejsce dla turystyki w Nowej Hucie lub nowohuckich elementów turystycznych, które są niedowartościowywane w promocji Krakowa – dopytywał radny Włodzimierz Pietrus.

- Nasze działania komunikacyjne dotyczą oferty Krakowa. Nie dzielimy tej propozycji na dzielnice, jednak prezentujemy atrakcje turystyczne z całego obszaru miasta. Zachęcając do przyjazdu do Krakowa musimy brać pod uwagę specyfikę i zainteresowania poszczególnych narodowości. Klientom z różnych rynków staramy się pokazywać Kraków w taki sposób, który jest dla nich właściwy, wybieramy te argumenty, które dla brytyjskiego i niemieckiego turysty są istotne i aktualne. Dzięki temu wzbudzamy ich zainteresowanie naszym miastem i regionem, pomagamy podejmować decyzję o przyjeździe do Krakowa i Małopolski, a na miejscu mogą też wybrać z katalogu atrakcji te, które ich najbardziej interesują. Z naszego doświadczenia wynika, że Nowa Huta należy właśnie do tych miejsc, które cieszą się coraz większym zainteresowaniem odwiedzających Kraków – wyjaśniała Elżbieta Kantor.

Ad.4.

Sprawy bieżące.

Brak spraw bieżą

Ad.5.

Oświadczenia i komunikaty

Nie zgłoszono oświadczeń i komunikatów.

Ad.6.

Zamknięcie posiedzenia.

Wobec zrealizowania porządku, Przewodniczący Komisji o godzinie 17.00 zamknął posiedzenie.

**Prowadzący posiedzenie
Przewodniczący Komisji Promocji i
Turystyki Rady Miasta Krakowa**

Tomasz Daros

*Protokołował:
Paweł Droźniak*