



**DZIAŁANIA
ZREALIZOWANE W 2023 R.
W OBSZARZE TURYSTYKI**



OPRACOWANIE WŁASNE

WYDZIAŁ DS. TURYSTYKI

Grudzień 2023 r.

1. POLITYKA I GOSPODARKA TURYSTYCZNA	7
1. BADANIA RUCHU TURYSTYCZNEGO W KRAKOWIE	7
2. RESPECT KRAKÓW	11
3. DZIAŁANIA PROMOCYJNE NA LOTNISKU KRAKÓW-BALICE	13
4. PROJEKT: INNOWACYJNY MODEL ZARZĄDZANIA ZRÓWNOWAŻONĄ TURYSTYKĄ KULTUROWĄ W MIEŚCIE	15
5. FORUM TURYSTYKI	15
6. STOWARZYSZENIE ORGANIZACJA TURYSTYCZNA KRÓLEWSKIEGO MIASTA KRAKOWA	19
7. TOURISM IN BALANCE	20
8. PROWADZENIE EWIDENCJI OBIEKTÓW ŚWIADCZĄCYCH USŁUGI HOTELARSKIE, NIEBĘDĄCYCH OBIEKTAMI HOTELARSKIMI ORAZ PÓL BIWAKOWYCH NA TERENIE GMK - TURYSTYCZNY NAJEM KRÓTKOTERMINOWY.	22
9. APLIKACJA KRAKOWSKIE OBIEKTY NOCLEGOWE (EKON).....	25
10. ZESPÓŁ ZADANIOWY DS. USŁUG HOTELARSKICH ŚWIADCZONYCH W OBIEKTACH NIEKATEGORYZOWANYCH NA TERENIE GMINY MIEJSKIEJ KRAKÓW, DZIAŁAJĄCY PRZY PREZYDENCIE MIASTA KRAKOWA	26
11. WSPÓŁPRACA Z WYDZIAŁEM PODATKÓW I OPŁAT UMK	27
12. UDZIAŁ W PRACACH SOJUSZU MIAST EUROPEJSKICH W ZAKRESIE PRZYGOTOWANIA REGULACJI TNK.....	28
13. PROWADZENIE KORESPONDENCJI W ZAKRESIE ZMIAN LEGISLACYJNYCH - Z MINISTERSTWEM WŁAŚCIWYM DS. TURYSTYKI	28
14. ZESPÓŁ DS. KONTROLI BAZY NOCLEGOWEJ POZOSTAJĄCEJ W EWIDENCJI PREZYDENTA MIASTA KRAKOWA	29
15. OPŁATA TURYSTYCZNA (MIEJSCOWA)	29
16. TRANSPORT TURYSTYCZNY W KRAKOWIE	30
2. DZIAŁANIA KRAKÓW CONVENTION BUREAU	32
1. KAMPANIA "WIDE OPEN" W PROJEKCIE "MAŁOPOLSKA - CEL PODRÓŻY"	32
2. TARGI, SPOTKANIA STOLIKOWE, PANELE BRANŻOWE	34
3. WSPÓŁPRACA Z ORGANIZATORAMI KONFERENCJI	35
4. WIZYTY INSPEKCYJNE, FAM TRIPY	36
5. KRAKÓW – RANKINGI, NAGRODY	37
6. „BRANŻA SPOTKAŃ W KRAKOWIE 2022”	38
7. SZKOLENIA DLA BRANŻY	40
8. PROJEKT MINEV	40
9. GDX-INDEKS – WYNIKI, TRENDY, LIDERZY	41
10. PR I KOMUNIKACJA.....	41
3. MARKETING TURYSTYCZNY	43
1. PROJEKT PARTNERSKI „MAŁOPOLSKA-CEL PODRÓŻY”	43
2. TWIERDZA KRAKÓW	49
INNE DZIAŁANIA PROMOCYJNE	52
NAGRODY I WYRÓŻNIENIA	53
3. KRAKOWIANKI	56
4. TURYSTYKA MEDYCZNA W KRAKOWIE	57
5. REKLAMA	58
6. UDZIAŁ W MIĘDZYNARODOWYCH I KRAJOWYCH TARGACH TURYSTYCZNYCH W PARTNERSTWIE Z POLSKĄ ORGANIZACJĄ TURYSTYCZNĄ I MAŁOPOLSKĄ ORGANIZACJĄ TURYSTYCZNĄ.....	58
7. WIZYTY DZIENNIKARSKIE I TOUOPERATORÓW	59
8. AKCJA „ZDOBYWAMY ODZNAKĘ PRZYJACIELA KRAKOWA”	63
9. MIĘDZYNARODOWY DZIEŃ PRZEWODNIKA TURYSTYCZNEGO W KRAKOWIE.....	64
10. UDZIAŁ W OBCHODACH 50-LECIA WSPÓŁPRACY PARTNERSKIEJ MIASTA KRAKOWA Z LIPSKIM	65
11. UDZIAŁ W 43. MIĘDZYNARODOWYCH DNIACH MIAST NOWEJ HANZY „TORUŃ. W ORBICIE MIAST”	66
12. FOLDER TURYSTYCZNY 3 DNI W KRAKOWIE” W NOWEJ WERSJI.....	66
13. STRONA INTERNETOWA WYDZIAŁU TURYSTYKAKRAKOW.PL ORAZ KANAŁY NA SOCIAL MEDIA „KRAKÓW. KIERUNEK: MIASTO DLA WSZYSTKICH” (FACEBOOK, LINKEDINN, YOUTUBE).	67
4. DZIAŁANIA DO REALIZACJI W 2024 R.	69

1. Polityka i gospodarka turystyczna

1. Badania Ruchu Turystycznego w Krakowie

Miasto Kraków we współpracy z Małopolską Organizacją Turystyczną od 2003 roku prowadzi systematyczny monitoring ruchu turystycznego w Krakowie, mieście, w którym turystyka odgrywa istotną rolę w sferze społeczno-gospodarczej. Badania realizowane przez ekspertów Międzyuczelnianego Zespołu Naukowego Małopolskiej Organizacji Turystycznej, w oparciu o autorską metodę, umożliwiają od 20 lat prowadzenie analizy porównawczej wielkości i struktury ruchu turystycznego w Krakowie. Poprzez integrację danych ilościowych i jakościowych oraz ciągłość w obserwacji zjawiska, wyniki prowadzonych analiz stanowią materiał wyjściowy do podejmowania działań stymulujących rozwój turystyki zrównoważonej w stolicy województwa małopolskiego i zarazem stolicy polskiej turystyki.

Raport za rok 2022 ukazał się w marcu 2023 roku.

Jako cele szczegółowe raportu wskazano m.in.:

- *określenie szacunkowej liczby gości odwiedzających miasto, z podziałem na turystów i odwiedzających jednodniowych
- *określenie struktury i dynamiki ruchu turystycznego w mieście,
- *określenie szacunkowych wpływów z bezpośrednich wydatków odwiedzających, z rozbiem na odwiedzającego krajowego i zagranicznego,
- *określenie cech społeczno-demograficznych odwiedzającego krajowego i zagranicznego (m.in. wiek, płeć, pochodzenie, wykształcenie, status materialny, wykorzystywane źródła informacji o mieście, częstotliwość podróży do miasta, cele podróży, charakter podróży, sposób organizacji podróży, środek transportu, długość pobytu, miejsce nocowania, upodobania itp.),
- *określenie rankingu najczęściej odwiedzanych atrakcji i produktów turystycznych,
- *ocenę oferty turystycznej miasta,
- *ocenę wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług,
- *ocenę stopnia zadowolenia z pobytu w mieście.

Szacunek rozmiaru ruchu turystycznego w Krakowie w roku 2022



	2018	2019	2020	2021	2022
Odwiedzający ogółem	13,5 mln	14,05 mln	9,25 mln	7,38 mln	8,4 mln
Odwiedzający krajowi	10,4 mln	10,75 mln	8,51 mln	6,61 mln	7,9 mln
Odwiedzający zagraniczni	3,1 mln	3,30 mln	0,74 mln	0,77 mln	0,5 mln

W 2022 roku Kraków odwiedziło 8 400 000 osób, z czego 500 000 osób z zagranicy.

Wśród nich znaleźli się obywatele następujących krajów: Wielka Brytania 27,5%, Niemcy 10,3%, Włochy 8,4%, Hiszpania 7,5%, Francja 6,8%, USA 4,6%, Norwegia 2,9%, Szwecja 2,4%, Słowacja 2,4%, Austria 2,2%, Niderlandy 2,2%, Węgry 2%, Finlandia 2%, Irlandia 1,5%, Czechy 1,5%, Grecja 1,3%, Szwajcaria 1,3%, Turcja 1,1%, Dania 1,1%.

Kluczowe rynki, z których pochodzą odwiedzający Kraków od wielu lat pozostają w większości niezmiennie, są to: Wielka Brytania, Niemcy, Francja, Włochy, Hiszpania. W 2022 roku odwiedzający z tych krajów stanowili łącznie 60,5% całości przyjeżdżających do Krakowa.

Szacowana liczba odwiedzających ogółem w 2022 roku (8,4mln osób) zwiększyła się o 13,8% w stosunku do roku 2021, była jednocześnie o 40% mniejsza niż w roku poprzedzającym pandemię, tj. 2019. W 2022 roku zauważalnie zwiększyła się liczba odwiedzających krajowych (o 19,5%), spadła zaś liczba odwiedzających zagranicznych (o 35,1%) w porównaniu do 2021 roku.

Porównując rok 2022 do 2019 zauważyć można spadek liczby odwiedzających krajowych o 26,5%, zaś odwiedzających zagranicznych o 84,8%.

	2018	2019	2020	2021	2022
Turyści ogółem	9,65 mln	10,15 mln	4,18 mln	6,04 mln	5,36 mln
Turyści krajowi	6,80 mln	7,10 mln	3,51 mln	5,37 mln	4,92 mln
Turyści zagraniczni	2,85 mln	3,05 mln	0,67 mln	0,67 mln	0,44 mln

Wśród odwiedzających Kraków gości większą część (63,8%) stanowią turyści (osoby które korzystają z oferty turystycznej miasta oraz noclegu). Grupa ta liczy 5 360 000 osób, z czego 4 920 000 to turyści krajowi, a 440 000 to turyści zagraniczni. W stosunku do 2021 roku zauważalny jest spadek liczby turystów ogółem o 11,3%.

	2018	2019	2020	2021	2022
Odwiedzający jednostniowi ogółem	3,85 mln	3,90 mln	5,065 mln	1,34 mln	3,04 mln
Odwiedzający jednostniowi krajowi	3,60 mln	3,65 mln	5,000 mln	1,24 mln	2,98 mln
Odwiedzający jednostniowi zagraniczni	0,25 mln	0,25 mln	0,065 mln	0,10 mln	0,06 mln

W 2022 roku najczęściej wskazywaną przez odwiedzających (30,1%) długością pobytu w Krakowie były 2-3 noce. Prawie 1/5 gości (21,9%) przebywało w Krakowie od 4-7 nocy. Trzecią pod względem liczebności grupą byli turyści, którzy przyjechali na 1 noc (20,2 %). Goście, którzy nie nocowali w Krakowie, lub spędzili w nim tylko kilka godzin stanowią łącznie 17,4%.

Długość pobytu*	2018	2019	2020	2021	2022
Do 3 godzin	8,1%	7,4%	14,2%	3,3%	5,3%
1 dzień (bez noclegu)	12,3%	10,6%	31,4%	9,7%	12,1%
1 noc	9,8%	6,2%	14,2%	23,0%	20,2%
2-3 noce	29,2%	27,0%	10,3%	31,6%	30,1%
4-7 nocy	32,0%	41,0%	8,5%	17,3%	21,9%
Więcej niż 7 nocy	6,2%	6,1%	3,5%	5,4%	5,2%
Brak inf.	2,4%	1,7%	17,9%	9,8%	5,3%

W ostatnich latach zauważalna jest tendencja do dłuższych pobytów w mieście.

Wśród odwiedzających krajowych, najczęściej wybierany był pobyt na 2-3 noce, stanowiąc 29,8%. W dalszej kolejności wskazywano pobyt obejmujący 1 noc (22%) oraz 4-7 nocy (21,4%). Odwiedzający krajowi, którzy nie nocowali w Krakowie, lub spędzili w nim tylko kilka godzin stanowią łącznie 17,2%.

W przypadku odwiedzających zagranicznych również najczęściej wskazywany był pobyt obejmujący

Długość pobytu*	Odwiedzający krajowi					Odwiedzający zagraniczni				
	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022
Do 3 h	15,2%	14,1%	17,5%	4,5%	5%	2,4%	1,7%	4,1%	2,2%	6%
1 dzień (bez noclegu)	23,6%	19,2%	40,4%	11,3%	12,2%	3,2%	2,8%	3,0%	8,2%	8,9%
1 noc	13,5%	9,3%	17,5%	22,4%	22%	6,8%	3,7%	3,0%	23,5%	10,8%
2-3 noc	24,5%	30,6%	8,4%	33,3%	29,8%	33,0%	24,6%	15,8%	30,1%	33,1%
4-7 nocy	16,4%	21,6%	4,3%	10,8%	21,4%	45,0%	57,6%	22,3%	23,0%	26,7%
powyżej 7 nocy	4,9%	4,0%	1,2%	8,8%	4,2%	7,1%	7,4%	10,9%	2,3%	10,4%
Brak inf.	1,9%	1,2%	10,7%	8,8%	5,4%	2,5%	2,2%	40,9%	10,7%	4,1%

2-3 noce, stanowiąc 33,1% odpowiedzi. Drugim, największym wskazaniem (26,7%) był pobyt pomiędzy 4-7 nocami. Pobyt obejmujący 1 noc (10,8%) oraz więcej niż 7 nocy (10,4%) wskazała podobna liczba odwiedzających zagranicznych. Odwiedzający zagraniczni, którzy nie nocowali w Krakowie, lub spędzili w nim tylko kilka godzin stanowią łącznie 14,9%. Zauważyć można, że w stosunku do 2021 roku turyści zagraniczni decydują się na dłuższe, obejmujące przynajmniej 2 noce pobyty. Podobna tendencja widoczna jest wśród odwiedzających krajowych.

Wydatki gości (przed oraz w czasie pobytu):

Średnie wydatki (zł/osobę)	2018		2019		2020		2021		2022	
	przed	w czasie	przed	w czasie	przed	w czasie	przed	w czasie	przed	w czasie
Odwiedzający krajowi	393	272	193	395	195	255	480	502	771	509
razem	665		588		450		982		1280	
Odwiedzający zagraniczni	1065	799	925	694	782	756	570	652	1200	1044
razem	1864		1619		1538		1222		2244	

W 2022 roku zauważalny jest wyraźny wzrost wielkości wydatków. Fakt ten zauważalny jest zarówno wśród odwiedzających krajowych, jak i zagranicznych. Biorąc pod uwagę odwiedzających krajowych, średnie wydatki w 2022 roku wzrosły w porównaniu do roku poprzedniego o 30,3%, zaś wśród odwiedzających zagranicznych o 83,6%.

Dochód z tytułu przyjazdów	2018	2019	2020	2021	2022
	6,45 mld zł	7,5 mld zł	4,5 mld zł	6,3 mld zł	6,7 mld zł

Szacunkowe wpływy Krakowa z turystyki (w rozumieniu podmiotów funkcjonujących w mieście, które w ten czy inny sposób obsługiwały uczestników ruchu turystycznego) wyniosły w 2022 roku 6,7 mld zł. Kwota ta okazała się więc o 6,3% wyższa od tej z 2021 roku.

Ocena jakości usług turystycznych

Odwiedzający	2018	2019	2020	2021	2022
Krajowi	4,33	4,42	3,90	4,05	4,33
Zagraniczni	4,31	4,40	4,07	3,88	4,19

Prowadzone co roku badania ruchu turystycznego obrazują również subiektywne odczucia odwiedzających Kraków gości. Najważniejsze z nich to informacje o jakości usług turystycznych oferowanych w mieście. Ogólna ocena jakości świadczonych usług zarówno wśród gości z zagranicy jak i kraju systematycznie rosła aż do 2019 roku. **W 2022 roku ocena oferty turystycznej była najwyższa od początku pandemii (4,33 – odwiedzający krajowi, 4,19 – odwiedzający zagraniczni)**, jednak nadal nie osiągnęła ona jeszcze poziomu z 2019 roku.

2. Respect Kraków

Inicjatywa „Respect Kraków” została podjęta po raz pierwszy w 2019 roku, kiedy ruch turystyczny w Krakowie osiągnął największe rozmiary. Realizowany program wpisuje się w rekomendacje „Polityki zrównoważonej turystyki Krakowa na lata 2021-2028”, której podstawą jest wzajemne zrozumienie potrzeb oraz współpraca pomiędzy interesariuszami rynku turystycznego. Mowa tutaj przede wszystkim o mieszkańcach, turystach i przedsiębiorcach, których potrzeby nierzadko różne, są równie ważne, ale których realizacja wymaga wzajemnych kompromisów w poczuciu wspólnie wyznawanych wartości. Kraków zaprasza do odwiedzin, zachęca do odkrywania miasta UNESCO, bezpiecznego i przyjaznego odwiedzającym, słynącego z bogatej oferty turystycznej. **Jednocześnie zwraca uwagę na uniwersalne zasady, takie jak potrzeba zachowania ciszy nocnej, dbania o porządek, noszenia ubrań w przestrzeni miasta, zakaz spożywania alkoholu w miejscach publicznych, rozsądne korzystanie z hulajnóg i rowerów oraz szeroko rozumiane zachowania proekologiczne.**

Od czerwca do połowy września prowadzona była internetowa **kampania informacyjno-promocyjna. Przygotowane animacje i grafiki wyświetlone zostały łącznie ponad 7 mln razy, docierając przede wszystkim do użytkowników mediów społecznościowych oraz osób korzystających z najpopularniejszych serwisów podróżniczych.** Celem kampanii było budowanie wizerunku Krakowa, jako miasta przyjaznego i otwartego, a jednocześnie zachęcającego do respektowania zasad. Warto podkreślić, że materiały zapraszające do Krakowa kierowane były głównie za granicę, gdzie zobaczyło je blisko 450 000 unikalnych użytkowników mediów społecznościowych. Ponad 600 000 unikalnych odbiorców przebywających w stolicy Małopolski miało okazję zapoznać się z grafikami i animacjami, które przede wszystkim zwracały uwagę na zasady panujące w mieście.

Uzupełnieniem kampanii internetowej były **komunikaty wyświetlane na ekranach LCD w hali odbioru bagażu krakowskiego lotniska.** Zaraz po wylądowaniu goście witani byli w Krakowie - mieście, które tymczasowo stało się ich domem. Dlatego dla wspólnego bezpieczeństwa i komfortu zachęceni byli do określonych postaw i zachowań. W Krakowie grafiki prezentowane były także na miejskich nośnikach: digital citylightach, automatach Krakowskiej Karty Miejskiej, BUS TV. Dopełnieniem kampanii były specjalnie przygotowane ulotki oraz plakaty zachęcające do przestrzegania ciszy nocnej.

Ambasadorami programu Respect Kraków na ulicach miasta byli **City Helpers – miejscy pomocnicy,** którzy dbali o funkcjonowanie zabytkowego centrum Krakowa od 16 czerwca do końca sierpnia. Tegoroczny projekt realizowany był po raz trzeci, w oparciu o doświadczenia z poprzednich edycji wprowadzono kilka zmian. Z myślą o mieszkańcach i ich potrzebach, czas pracy City Helpers wydłużono do 1 w nocy, zaś liczba patroli odpowiadała potrzebom związanym z rosnącym w okresie wakacji ruchem turystycznym.

W ciągu ponad dwóch miesięcy pracy, miejscy pomocnicy podjęli prawie 13 000 działań. Odnotowano 956 spraw dotyczących zakłócania porządku, w tym 75 to wspólne interwencje ze Strażą Miejską, która udostępniła na potrzeby projektu specjalny numer telefonu oraz wcześniej przeszkoliła zespół City Helpers. Odnotowane incydenty dotyczyły przede wszystkim niedozwolonych w przestrzeni publicznej zachowań oraz zakłócania ciszy nocnej. City Helpersi udzielili także pomocy 587 osobom. Dzięki szkoleniom przeprowadzonym przez fundację Ratuj Życie byli przygotowani aby przeprowadzić akcję przy użyciu defibrylatora. Wiedza dotycząca funkcjonowania Parków Kulturowych Stare Miasto oraz Kazimierz ze Stradomiem pozwoliła miejskim pomocnikom zatroszczyć się o historyczne centrum

Krakowa. W czasie swojej pracy dbali o przestrzeganie zasad parków kulturowych - kontrolowali liczbę i rozmieszczenie reklam w postaci tzw. potykaczy oraz monitorowali zabronione działania. W sumie podjęli 3492 aktywności w tym zakresie. Odwiedzający Kraków goście zwracali się do City Helpers z licznymi pytaniami, które dotyczyły atrakcji w mieście, w tym odbywających się wydarzeń i festiwali. Odwiedzający miasto zwracali się również z prośbami o polecenie lokalnych restauracji i rekomendacje dotyczące specjałów krakowskiej kuchni. Sporo pytań dotyczyło także komunikacji miejskiej oraz siatki połączeń w Krakowie. W gorące, wakacyjne dni liczna rzesza odwiedzających prosiła o polecenie terenów zielonych i kąpielisk. W sumie City Helpersi zanotowali 7855 działań związanych z udzielaniem informacji.



Kraków

KRAKOW RULES

WITAJ W KRAKOWIE

- MIEŚCIE WPISANYM NA LISTĘ ŚWIATOWEGO DZIEDZICTWA UNESCO
- PRZYJAZNYM TURYSTOM
- GOŚCINNYM I BEZPIECZNYM

Korzystaj z bogatej oferty wydarzeń kulturalnych

Skosztuj lokalnych produktów oraz krakowskiej kuchni

Odkrywaj nowe trasy turystyczne i miejsca poza utartym szlakiem

#RESPECTKRAKOW

PAMIĘTAJ – KRAKÓW JEST DOMEM DLA MIESZKAŃCÓW. DZIŚ JESTEŚ JEDNYM Z NICH! DŁATEGO DLA WSPÓLNEGO BEZPIECZEŃSTWA I KOMFORTU:

<p>Nie hałasuj! Po 22:00 uszanuj ciszę nocną!</p>	<p>Nie zaśmiecaj miasta! W razie potrzeby korzystaj z toalet!</p>
<p>Nie pij alkoholu w miejscach publicznych! To grozi grzywną!</p>	<p>Uważaj na kieszonkowców, nielicencjonowanych przewoźników, oszustwa w klubach nocnych i kantorach</p>
<p>Zachowaj ostrożność używając elektrycznych hulajnóg i rowerów, parkuj je wyłącznie w wyznaczonych miejscach</p>	<p>Pamiętaj, że w przestrzeni publicznej obowiązuje ubranie!</p>
<p>Sprawdź, czy wybrany obiekt turystycznego najmu krótkoterminowego został zarejestrowany</p>	<p>Bądź eko – pij wodę z kranu, unikaj plastiku, dbaj o środowisko, korzystaj z komunikacji miejskiej i terenów zielonych</p>

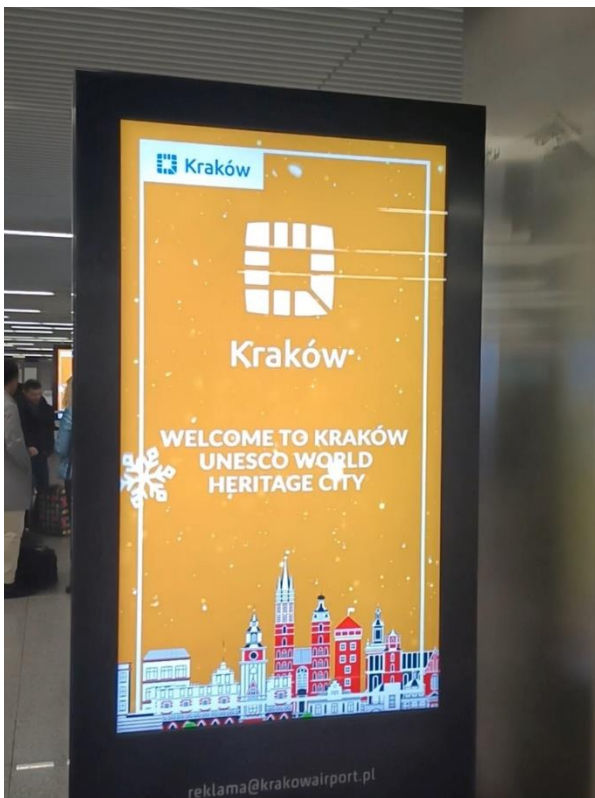
TELEFONY ALARMOWE 112 LUB 986

3. Działania promocyjne na lotnisku Kraków-Balice

Ostatni rok był czasem, gdy Kraków Airport bił kolejne rekordy obsłużonych pasażerów. W listopadzie osiągnięta została rekordowa liczba obsłużonych pasażerów z 2019r. (ponad 8,4 mln). Dzięki temu podjęte działania reklamowe umożliwiły dotarcie do szerokiej grupy odbiorców.

Od czerwca do końca września w hali odbioru bagażu na **4 totemach LCD** wyświetlana była grafika **Respect Kraków**. Dzięki temu goście odwiedzający Kraków mieli okazję zapoznać się z zasadami panującymi w mieście. Od 1 sierpnia do końca roku turystów i mieszkańców miasta w hali przylotów witała **podświetlona ścianka LED**, przypominająca o **45. rocznicy wpisania Krakowa na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO**. Ponadto od 15 listopada Kraków prezentował swoją świąteczną ofertę na krakowskim lotnisku. W hali odbioru bagażu, na **4 totemach LCD** prezentowana była

animacja witająca gości w Krakowie – mieście Światowego Dziedzictwa UNESCO. Zimowe ujęcia Krakowa podkreślały wyjątkową atmosferę miejsca, szopkarskie dziedzictwo miasta, bogactwo krakowskich targów świątecznych, wyjątkowe rękodzieło oraz smak lokalnej kuchni.



4. Projekt: Innowacyjny model zarządzania zrównoważoną turystyką kulturową w mieście

Gmina Miejska Kraków wraz z Krakowskim Biurem Festiwalowym, Agencją Rozwoju Miasta Krakowa, Uniwersytetem Jagiellońskim, Fundacją Polish Heritage i partnerami zagranicznymi bierze udział w projekcie SCT HUB – Codesign the Future of Sustainable Cultural Tourism, realizowanym w ramach programu Europejska Inicjatywa Miejska (European Urban Initiative). Planowany projekt jest odpowiedzią na potrzebę wsparcia zrównoważonej turystyki kulturowej w mieście, **a jego wartość to 5 mln euro**. Celem projektu jest stworzenie laboratorium innowacji, Sustainable Cultural Tourism Hub, które będzie działać według partycypacyjnego modelu współpracy i unikalnej, innowacyjnej metodologii badań rynku. W październiku 2023 r. złożony został wniosek aplikacyjny, decyzję o zakwalifikowaniu projektu poznamy w maju 2024 roku.

5. Forum Turystyki

26 października w pałacu Krzysztofory odbyło się jedno z najważniejszych cyklicznych wydarzeń krakowskiej turystyki – Forum Turystyki. Wydarzenie było okazją do podsumowania sezonu, dyskusji nad przyszłością, a także inauguracji doniosłego wydarzenia w historii krakowskiej turystyki – powołania Stowarzyszenia Organizacja Turystyczna Stołecznego Królewskiego Miasta Krakowa.



Spotkanie uroczyście otworzył prezydent Krakowa, Jacek Majchrowski. W swoim wystąpieniu zwrócił uwagę na rolę sektora turystycznego w gospodarce Krakowa oraz podziękował branży za dotychczasową pracę. Podkreślił także znaczenie powołania w mieście lokalnej organizacji turystycznej, która powstała jako międzysektorowa platforma szeroko zakrojonej współpracy. **Prezydent wręczył również odznaczenia Honoris Gratia osobom szczególnie zasłużonym krakowskiej turystyce: Radosławowi Froncowi – prezesowi grupy MSHG, Piotrowi Laskowskiemu – prezesowi Oddziału Małopolskiego Polskiej Izby Turystyki oraz Stanisławowi Piśko – pierwszemu prezesowi Krakowskiej Izby Turystyki. Wyróżnieniem „Kreator Krakowskiej Turystyki” uhonorowany został Michał Niezabitowski, dyrektor Muzeum Krakowa oraz przewodniczący Rady Stowarzyszenia Organizacja Turystyczna Stołecznego Królewskiego Miasta Krakowa.**



Rangę wydarzenia podkreślił także list gratulacyjny krakowskiego posła na Sejm RP Aleksandra Miszańskiego, odczytany przez Tomasza Darosa, przewodniczącego Komisji Promocji i Turystyki Rady Miasta Krakowa, która była inicjatorem powstania w Krakowie lokalnej organizacji turystycznej. Następnie głos zabrał Grzegorz Soszyński, prezes zarządu Stowarzyszenia Organizacja Turystyczna Stołecznego Królewskiego Miasta Krakowa. W wygłoszonym przemówieniu podkreślił, że działająca w oparciu o partnerstwo lokalna organizacja turystyczna jest pretekstem do obywatelskiego myślenia o mieście, do próby zastąpienia partykularnych potrzeb myśleniem o wspólnocie. Wyraził także pragnienie, by współpraca, współodpowiedzialność i współzarządzanie stanowiły fundament krakowskiej turystyki.

W dalszej części **Michał Niezabitowski wygłosił wykład inauguracyjny**. W wystąpieniu uzmysłowił słuchaczom, że postęp i rozwój od zawsze towarzyszyły ludzkości, lecz myśleniu o przyszłości koniecznym jest wyciąganie wniosków z przeszłości. Zwrócił uwagę, że pandemia COVID-19 stała się katalizatorem zmian, które widzimy współcześnie, zaś rozwój, który jest przymiotem człowieka powinien wynikać z refleksji nad dziedzictwem.

Rozwinięciem tych myśli była debata oparta na myśli przewodniej „Szyte na miarę. Czy jesteśmy gotowi na wspólne projekty?”. W panelu wzięli udział przedstawiciele z kilku sektorów krakowskiej turystyki. Radosław Fronc, Prezes Zarządu Main Square Hospitality Group TM, zarządzającej m.in. krakowskimi restauracjami wyróżnionymi przez Przewodnik Michelin. Podkreślił, że gwiazdki to „element autoryzacyjny”, który wpływa na wybór destynacji stanowiąc jednocześnie element większej całości. Zwrócił uwagę, że w dotarciu do klientów zainteresowanych ofertą premium ważne są relacje i wsłuchanie się w ich potrzeby. Izabela Chyłek, krakowska animatorka kultury i organizatorka targów „Kiermash” przedstawiła produkt, który kierowany jest do odbiorcy niszowego. Wspomniała także, że Kraków jest drugim miastem w Polsce, w którym odbywa się największa liczba targów alternatywnych. O ten potencjał należy dbać i go rozwijać. Swój punkt widzenia przybliżyła również Lidia Wandas-Wilczura, właścicielka firmy 5 EVENTS, która podkreśliła że turystyka ślubna stawia na jakość i unikatowość. Zaznaczyła, że branża wedding koncentruje się na turyście, który poznał już destynację i chce do niej powrócić. Tę myśl rozwinął Jacek Legendziewicz, prezes Jordan Group. Zaznaczył, że w kreowaniu oferty Krakowa należy łączyć w całość poszczególne elementy. Zwrócił uwagę na konieczność współpracy przy tworzeniu oferty, którą można dostosować do potrzeb najbardziej wymagającego klienta. Patrycja Curyło, prezes zarządu Gamescape Sp. z o.o., przedstawiła możliwości dla kultury i turystyki, jakie wiążą się z gamifikacją. To nowy trend, który zyskuje coraz większą popularność i pozwala stworzyć atrakcyjniejszą ofertę dla turysty. Uczestnicy debaty zgodzili się, że lokalna organizacja turystyczna jest narzędziem, w którym widzą możliwości realizacji swoich



oczekiwać. Ich zdaniem powinna stanowić swego rodzaju centrum zarządzania, umożliwiać nawiązywanie dwustronnych relacji oraz transfer wiedzy. To także przestrzeń współpracy nad projektami „szytymi na miarę”, które odpowiadają potrzebom współczesnej turystyki zrównoważonej.

W dalszej części spotkania **Robert Piaskowski, pełnomocnik prezydenta Krakowa ds. Kultury, zachęcał do budowania „sieci wrażeń” poprzez korzystanie z bogatej oferty Krakowa – miasta Światowego Dziedzictwa UNESCO**, które zaprasza do eksploracji 108 różnego rodzaju muzeów i do udziału w ponad 3500 wydarzeniach miesięcznie. Z perspektywy odwiedzającego zainteresowanego sportem, ofertę Krakowa przedstawiła także Katarzyna Stępniewska-Walaszczyk, zastępca dyrektora ds. marketingu i organizacji imprez sportowych w Zarządzie Infrastruktury Sportowej, która opisała możliwość promocji miasta poprzez sport. Niewątpliwie potencjał Krakowa jest ogromny i zauważalny dla kolejnych grup turystów. Świadczy o tym 157 proc. wzrost liczby odwiedzających zagranicznych w stosunku do zeszłego roku, w okresie od czerwca do sierpnia 2023.

Spotkanie podsumowała Elżbieta Kantor, dyrektor Wydziału ds. Turystyki Urzędu Miasta Krakowa. Przedstawiła najważniejsze projekty, nad którymi pracowało Miasto Kraków wraz z partnerami i interesariuszami rynku turystycznego w 2023 roku, a także plany na kolejny rok. Podziękowała za zaangażowanie w pracę nad tworzeniem lokalnej organizacji turystycznej oraz przedstawiła projekty, które zostały przygotowane w ramach trzech grup wykonawczych, pracujących nad wdrażaniem rekomendacji „Polityki zrównoważonej turystyki Krakowa na lata 2021–2028”. **Wśród najważniejszych wymieniła działania miasta na rzecz wprowadzenia opłaty turystycznej, regulacji najmu krótkoterminowego, zarządzania dziedzictwem Krakowa oraz uspokajania gospodarki nocnej w naszym mieście.** Bieżący rok to czas intensywnie prowadzonych działań promocyjnych na rynkach zagranicznych oraz krajowym w ramach projektu „Małopolska – cel podróży”, a także zwieńczenie działań realizowanych wokół projektu Twierdza Kraków nagrodą kapituły Forum Biznesu – Turystyczny Produkt Roku 2023 oraz nagrodą Odys, przyznawaną przez Krakowską Izbę Turystyki. Z inicjatywy Krakowa udało się wspólnie z Polską Organizacją Turystyczną podjąć kroki, których efektem jest polska edycja przewodnika Michelin, w którym 18 z 49 wyróżnień w Polsce przypadło Krakowowi, w tym dla jedynej w kraju restauracji z dwoma gwiazdkami Michelin. Miasto, dostrzegając potrzebę bieżącego monitoringu standardów zrównoważonego rozwoju przystąpiło również do programu Global Destination Sustainability Index. Podejmowane są także działania służące pozyskaniu zewnętrznych źródeł finansowania, tak jak w przypadku projektu Tourism in Balance, finansowanego z programu INTERREG, czy programu EUI – European Urban Initiative. Wśród najbliższych wyzwań na przyszłość, aktualnym zagadnieniem pozostaje kontynuacja prac w zakresie certyfikacji zrównoważenia dla destynacji i podmiotów gospodarczych, dalsze pozyskiwanie środków finansowych na realizację zadań, takich jak np. projekt „Małopolska – cel podróży” oraz koordynacja postulowanych przez Kraków inicjatyw i zmian legislacyjnych, wspierających rozwój turystyki zrównoważonej. Spotkanie zakończyło się zaproszeniem do realizacji wspólnych projektów „szytych na miarę” oraz do współpracy z nowym partnerem na krakowskiej scenie turystycznej – Stowarzyszeniem Organizacja Turystyczna Królewskiego Miasta Krakowa.

6. Stowarzyszenie Organizacja Turystyczna Królewskiego Miasta Krakowa

Stowarzyszenie „Organizacja Turystyczna Stołecznego Królewskiego Miasta Krakowa” z siedzibą przy ul. Brackiej 1 zostało zarejestrowane 13 października w Krajowym Rejestrze Sądowym. Tym samym Kraków zyskał partnera do realizacji polityki zrównoważonej turystyki.

Nowo powstała organizacja wpisuje się w funkcjonujący w Polsce system lokalnych i regionalnych organizacji turystycznych, działających w porozumieniu z Polską Organizacją Turystyczną. Status stowarzyszenia umożliwia szeroko zakrojoną współpracę w gronie interesariuszy krakowskiego rynku turystycznego: podmiotów prywatnych, publicznych oraz samorządów gospodarczych. Utworzenie Organizacji Turystycznej Stołecznego Królewskiego Miasta Krakowa spotkało się z pozytywnymi reakcjami i przychylnością branży turystycznej w Polsce. Kraków, będący wizytówką polskiej turystyki dołączył do grona miast metropolitalnych, które kreują lokalną turystykę w oparciu o szeroko zakrojone partnerstwo.

Celem statutowym stowarzyszenia jest działanie na rzecz zrównoważenia turystyki w oparciu o politykę turystyczną Krakowa, w ścisłej współpracy partnerów i interesariuszy rynku turystycznego dla zwiększenia znaczenia sektora turystycznego w rozwoju gospodarczym miasta i obszaru metropolitalnego, na rzecz osiągnięcia poprawy jakości usług turystycznych poprzez zaangażowanie i wsparcie przedsiębiorców w procesie komercjalizacji produktu turystycznego, wzrost efektywności zarządzania turystyką oraz wdrażanie zintegrowanej komunikacji marketingowej w obszarze turystyki m.in. kulturowej, w tym religijnej, kulinarnej, medycznej, biznesowej i aktywnej.

Celem realizacji działań statutowych, organizacja będzie koncentrować się także na poszukiwaniu możliwych zewnętrznych źródeł finansowania. Podjęte zostały już pierwsze kroki, których celem jest pozyskanie w przyszłości środków unijnych.

Warto podkreślić, że Stowarzyszenie liczy 37 członków - wśród nich 24 to podmioty prywatne, 8 – podmioty publiczne, a 5 – stowarzyszenia zrzeszające przedsiębiorców.



Przewodniczącym Rady Stowarzyszenia został wybrany jednogłośnie Michał Niezabitowski, dyrektor Muzeum Krakowa, a podczas pierwszego posiedzenia Rady wybrano wiceprzewodniczącą Rady, panią Ewę Woch-Kośmider – współzałożycielkę i wiceprezes Zarządu firmy Targi w Krakowie. Radę Stowarzyszenia tworzy 11 przedstawicieli członków założycieli, w tym 7 osób to reprezentanci przedsiębiorców sektora turystycznego oraz jeden przedstawiciel stowarzyszenia przedsiębiorców.

Rada Stowarzyszenia wybrała Prezesa Zarządu LOT Kraków, którym został Grzegorz Soszyński, manager turystyki, krakowski przedsiębiorca.

7. Tourism in Balance

Interreg
Europe



Co-funded by
the European Union

TIB

Miasto Kraków bierze udział w projekcie Tourism in Balance, który skierowany jest do miast, które borykają się z problemem nadmiernego ruchu turystycznego (overtourism) i chcących przeorganizować turystykę za pomocą nowych polityk i strategii.

Partnerzy projektu jeszcze przed pandemią zajmowali się problemem nadmiernego ruchu turystycznego i opracowali nową politykę i/lub strategię w celu ułatwienia jak i rozpowszechnienia oczekiwanego wzrostu turystyki przy zachowaniu równowagi (na poziomie społecznym, ekonomicznym, fizycznym (w tym dziedzictwa), ekologicznym i psychologicznym) pomiędzy mieszkańcami, odwiedzającymi (turystami) i przedsiębiorcami.

Udział Krakowa w projekcie wpisuje się w rekomendacje Strategii Rozwoju Krakowa 2030 i wynikających z niej zapisów m. in. o budowaniu sieci ścisłej współpracy z innymi miastami Europy.

Rola Krakowa w projekcie TiB na poziomie lokalnym ma na celu operacjonalizację rekomendacji z dokumentu przyjętego przez Radę Miasta Krakowa w dniu 24 marca 2021 r. pn. "Polityka zrównoważonej turystyki dla Krakowa w latach 2021-2028". Dokument służy wypracowaniu optymalnego modelu zarządzania turystyką w Krakowie po spadku w ruchu turystycznym spowodowanym przez COVID-19, a obecnie także z powodu wojny w Ukrainie i ogólnoswiatowego kryzysu gospodarczego.

Projekt służyć będzie poprawie wdrażania tej polityki, planowania i monitorowania działań, dzieląc prace między lokalne podmioty (naszych interesariuszy: obywateli i MŚP).

Na poziomie międzynarodowym jesteśmy otwarci na wymianę doświadczeń z innymi partnerami oraz ekspertami tematycznymi, jak ulepszyć nasze instrumenty polityki, zidentyfikować, zarządzać i rozwiązywać wszystkie potencjalne ryzyka strategiczne oraz jak dostosować się do zmian, jak stać się odpornym miastem i jak stawić czoła współczesnym wyzwaniom.

Budżet projektu:

- Wartość projektu całkowita: 1.754.151 EUR (na 7 partnerów)
- Wartość projektu dla Krakowa: 190 070 EUR = ok. 874 300 PLN
- Wartość dofinansowania dla Krakowa: 152 056 EUR = ok. 699 450 PLN
- Partnerzy projektu: Breda University of Applied Science (lider), Amsterdam, Tallin, Andaluzja, Rzym, Brasov.



8. Prowadzenie ewidencji obiektów świadczących usługi hotelarskie, niebędących obiektami hotelarskimi oraz pól biwakowych na terenie GMK - turystyczny najem krótkoterminowy.

Prezydent Miasta Krakowa prowadzi na podstawie art. 38 ust. 3 ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach hotelarskich oraz usługach pilotów wycieczek i przewodników turystycznych (tekst jednolity Dz. U. z 2023 r. poz. 1944) „ewidencję obiektów świadczących usługi hotelarskie, niebędących obiektami hotelarskimi oraz pól biwakowych na terenie Gminy Miejskiej Kraków” (obiektów innych niż: hotele, motele, pensjonaty, kempingi (campingi), domy wycieczkowe, schroniska młodzieżowe lub schroniska).

Wydział ds. Turystyki przesyła do podmiotów (gospodarzy obiektów), pisma informujące o obowiązku zgłoszenia obiektu, w którym takie usługi są świadczone do ww. ewidencji. Z uwagi na fakt, że dane gospodarzy najczęściej nie są dostępne przy zamieszczonej ofercie na portalach internetowych konieczne jest ich ustalenie. Pracownicy Wydziału WT-02 pozyskują je za pomocą dostępnych narzędzi np.: analizy stron internetowych, eksploracji baz danych np. CEIDG, KRS itp. Prowadzone są bardzo intensywne działania na rzecz ustalenia zarówno podmiotów świadczących usługi hotelarskie, jak i charakteru prowadzonej przez te podmioty działalności. W przypadku domniemania, iż w danym lokalu prowadzona jest działalność polegająca na udostępnianiu lokalu na cele noclegowe dla turystów i uchylania się poinformowanych osób od obowiązku zgłoszenia obiektu noclegowego do ww. ewidencji prowadzono czynności wyjaśniające, celem ustalenia faktów i rozstrzygnięcia sprawy. Dokumentacja poszczególnych spraw przekazywana jest wraz z materiałem dowodowym do innych służb, w szczególności na Policję, do Wojewódzkiego Inspektora Państwowej Inspekcji Handlowej oraz Urzędów Skarbowych. Pracownicy Wydziału ds. Turystyki biorą udział w przesłuchaniach na Policji i jako świadkowie w postępowaniach sądowych.

Po dokonaniu identyfikacji podmiotów i przypisaniu do nich obiektów, w których są świadczone usługi noclegowe dla turystów, **do dnia 15 listopada 2023 roku, wysłano ponad 528 pism – wraz z pełną dokumentacją - dotyczących braku zgłoszenia działających obiektów, które nie dopełniły obowiązku zgłoszenia do ww. ewidencji**

W związku z działaniami związanymi z prowadzeniem ww. ewidencji, do połowy listopada 2023 r., przeprowadzono 11 wizji lokalnych w terenie. Do 15 listopada 2023 r. rozpatrzono ponad 350 wniosków o wpis do ewidencji. W 2023 roku, podobnie jak w roku ubiegłym, odnotowano dalszą zmianę sposobu składania wniosków – przedsiębiorcy coraz częściej preferują ścieżkę elektroniczną wykorzystując e-PUAP. **Według stanu na 15.11.2023 r. w ewidencji wpisanych jest 2185 aktywnych obiektów świadczących usługi noclegowe dla turystów, którzy oferują ok. 30 000 miejsc noclegowych.** Usługi hotelarskie pozostają nadal istotnym obszarem w sektorze turystyki w Krakowie.

Do 15 listopada 2023 r. również dokonano aktualizacji wpisów (zmiana przedsiębiorcy prowadzącego obiekt, zmiana liczby miejsc noclegowych) dotyczące 111 obiektów, przedsiębiorcy zawiesili świadczenie usług hotelarskich w 8 placówkach oraz dokonano wykreślenia z ewidencji 57 obiektów.

W 2023 roku zostały uaktualnione graficzne materiały informacyjne, dotyczące obowiązku wpisu do ewidencji i promujące aplikację eKON. Wszystkie ulotki, bilbordy, afisze, prezentacje itp. zostały przygotowane w szacie graficznej spójnej z layoutem akcji #RespectKrakow.

Ujednolicone materiały graficzne były i są wykorzystywane podczas akcji informacyjnej „O czym warto wiedzieć świadcząc usługi noclegowe?”, na następujących nośnikach:

tablice multimedialne/ekrany AMS w 10 lokalizacjach na terenie Krakowa (elektroniczne „citylight” na przystankach MPK) emisja planszy w terminie od 9.11.2022 r. do 31.03.2023 r. ;

automaty Krakowskiej Karty Miejskiej emisja planszy w terminach: 14-20.03.2023 r., 18-24.04.2023 r., 13-26.06.2023 r., 26.09-09.10.2023 r.;

BUS TV emisja spotu w terminach: 4-17.03.2023 r., 10-23.06.2023 r., 30.09-13.10.2023 r.;

social media (facebook i linkedin) emisja postu w terminach: 31.03.2023, 17.05.2023 r., 15.06.2023 r., 18.07.2023 r., 16.08.2023 r., 13.09.2023 r., 16.10.2023 r., 15.11.2023 r.

newsletter Turystyka i MICE Kraków Convention Bureau 05/2023;

prezentacja na ekranach kolejkowych w punktach obsługi mieszkańców i przedsiębiorców Urzędu Miasta Krakowa – do odwołania; afisze dostępne w punktach obsługi mieszkańców i przedsiębiorców Urzędu Miasta Krakowa;

Kraków DOLAĆ DO KRAKOWSKICH OBIEKTÓW NOCLEGOWYCH MIASTO GOŚCINNE, PRZYJAZNE TURYSTOM

#RESPECTKRAKOW

O CZYM WARTO WIEDZIEĆ?

REJESTRACJA DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ - USŁUGI HOTELOWE*

Praktyczne informacje dla gestorów obiektów innych niż: hotele, motele, pensjonaty, kempingi (campingi), domy wycieczkowe, schroniska młodzieżowe i schroniska.

*Usługi hotelarskie - krótkoterminowe, ogólnie dostępne wynajmowanie domów, mieszkań, pokoi, miejsc noclegowych, a także miejsc na ustawianie namiotów lub przyczep samochodowych oraz świadczenie, w obrębie obiektu, usług z tym związanych

ŚWIADCZYSZ USŁUGI NOCLEGOWE? (popularnie zwane turystycznym najmem krótkoterminowym)

PAMIĘTAJ:

- Prezydent Miasta Krakowa prowadzi ewidencję¹ obiektów świadczących usługi hotelarskie, (tzw. niekategoryzowanych) niebędących obiektami hotelarskimi (innych niż: hotele, motele, pensjonaty, kempingi (campingi), domy wycieczkowe, schroniska młodzieżowe lub schroniska) oraz pól biwakowych na terenie Gminy Miejskiej Kraków - art. 38 ust. 3 ustawy² z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach hotelarskich oraz usługach pilotów wycieczek i przewodników turystycznych (Dz. U. z 2020 r. poz. 2211 z późn. zm).
- Przed rozpoczęciem świadczenia takich usług, zgodnie z art. 39 ustawy², przedsiębiorca obowiązany jest zgłosić obiekt noclegowy do ewidencji¹.
- Zgłoszenie do ewidencji¹ dokonywane jest na wniosek przedsiębiorcy i nie podlega opłatom skarbowym.
- Zgłoszony obiekt zgodnie z obowiązującymi przepisami musi spełniać wymagania budowlane, sanitarne i przeciwpożarowe.
- Pełna informacja dotycząca warunków świadczenia usług hotelarskich w obiektach niekategoryzowanych oraz wpisu obiektu świadczącego usługi hotelarskie, umieszczona jest na stronie internetowej: www.bip.krakow.pl w zakładce: [Usługi - Procedury] wybierz: Wydział ds. Turystyki/WT-1 oraz w aplikacji Krakowskie Obiekty Noclegowe (eKON) ekon.um.krakow.pl



¹ Ewidencja obiektów świadczących usługi hotelarskie, niebędących obiektami hotelarskimi oraz pól biwakowych na terenie Gminy Miejskiej Kraków.

² Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach hotelarskich oraz usługach pilotów wycieczek i przewodników turystycznych (Dz. U. z 2020 r. poz. 2211 z późn. zm).

UWAGA:

Świadczenie usług hotelarskich w obiekcie niekategoryzowanym (np. hostelu, apartamencie, pokojach gościnnych), niezgłoszonym do ewidencji¹ zgodnie z Kodeksem Wykroczeń podlega sankcjom karnym.

Wszelkie informacje dotyczące wpisu do ewidencji¹ można uzyskać w Wydziale ds. Turystyki Urzędu Miasta Krakowa: ul. Bracka 10, tel. 12 616 17 30, 12 616 60 70, e-mail: kon@um.krakow.pl

PRZEDSIĘBIORCO! Pamiętaj o poszanowaniu komfortu życia współmieszkańców. Stosuj zasady #KRAKOW RULES

#RESPECTKRAKOW

ulotki (4 wersje językowe: polska, angielska, ukraińska, rosyjska) dostępne również w punktach obsługi mieszkańców i przedsiębiorców Urzędu Miasta Krakowa. Ponadto, w grudniu br. ukaże się w **Wiadomościach turystycznych** artykuł dotyczący zjawiska turystycznego najmu krótkoterminowego i działań Krakowa w tym zakresie.



Turystyczny najem krótkoterminowy, to popularne określenie usług hotelarskich świadczonych w obiektach niekategorizowanych – przede wszystkim w apartamentach. Płynięcia się stwarza, że turystyczny najem krótkoterminowy pozostaje poza regulacjami prawnymi. Na jest to jednak prawda, ponieważ już od 1997 r. funkcjonują przepisy, które nakładają na przedsiębiorcę obowiązek zgłoszenia obiektu, w którym świadczy te usługi do ewidencji prowadzonej przez samorząd. Mianem prawnym, bezpośrednio odnoszącym się do turystycznego najmu krótkoterminowego jest ta sama ustawa, która reguluje działalność np. hoteli, pensjonatów itp., ustawa z dnia 29 sierpnia 1997r. o usługach hotelarskich oraz usługach pilotów wypoczynkowych i przewodników turystycznych (t.j. Dz. U. 2023 r. poz. 1944). Od czasu wejścia w życie ustawy minęło prawie 25 lat. Na przestrzeni ostatnich lat pojawiły się globalne internetowe platformy rezerwacyjne, tania linia lotnicza, a podróżowanie stało się łatwiejsze i ogólnodostępne. Nawiązując do historii, który chwycił „zmarzył” turystyka nie wpłynęła szczególnie na tę formę najmu. Dla miast takich jak Kraków, bardzo ważne jest to, aby zachowana została równowaga pomiędzy zasobami mieszkaniowymi przeznaczonymi na typowe cele mieszkalne i tymi przeznaczonymi na zakwaterowanie turystyczne. Obecnie przepisy prawa krajowego – oprócz obowiązków ewidencyjnych – na dają samorządom żadnych możliwości regulacji tego zjawiska. Platformy rezerwacyjne zamieszczając oferty nie mają obowiązku współpracy z miastami, w których znajdują się obiekty noclegowe. Ponieważ działają one transgranicznie, koniecznym stało się wprowadzenie regulacji na poziomie całej Unii Europejskiej, a następnie ich implementacja do prawa krajowego.

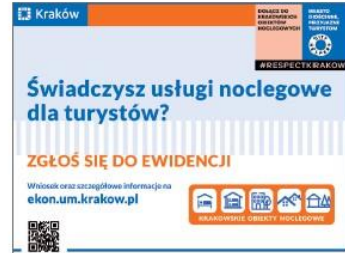
Mając zatem na uwadze konieczność ujednolicenia zjawiska turystycznego najmu krótkoterminowego w całej Unii, ochronę zasobów mieszkaniowych, Kraków włączył się w prace Sojuszu Miast Europejskich, który zrząca także miasta europejskie m.in. Amsterdam, Berlin, Barcelona, Paryż, Wiedeń itd. Celem Sojuszu jest wprowadzenie wspólnych, u-

www.wiadomosciturystycznych.pl

Turystyczny najem krótkoterminowy w Krakowie wciąż stawia nowe wyzwania

ropiejskich przepisów, które doprowadzą do pełnej legalizacji, a także pomogą samorządom regulować – w zależności od potrzeb, skalę tego zjawiska, dla gospodarzy świadczących usługi noclegowe dla turystów proponowane przepisy będą doprecyzowane.

Miasta działająca w Sojuszu doceniają rolę turystyki i nie są jej przeciwnie, co niejednokrotnie podkreślano we wspólnie wydawanych oświadczeniach i w korespondencji kierowanej do instytucji europejskich. Wspólnym celem w ramach Sojuszu zaowocowała m.in. tym, że Komisja Europejska wydała komunikat, w którym zapowiedziała wprowadzenie nowych przepisów ułatwiających identyfikację gospodarzy działających w sektorze najmu krótkoterminowego oraz dotychczasowych obowiązków znowelizowanych. Wprowadzony zostanie m.in. niepowtarzalny numer rejestracyjny, który zamieszczany będzie w ofercie najmu w ramach obowiązków rejestracyjnych. W Krakowie numer rejestracyjny nadawany jest już dla lokali zgłoszonych do wspomnianej powyżej ewidencji. Platformy internetowe będą musiały nie tylko zamieszczać numery rejestracyjne przy ofercie, ale także losowo weryfikować, czy gospodarze tych lokali dokonują niezbędnej rejestracji i umieszczają prawidłowe numery. Samorządy zaś, będą mogły „zawiesić” numery rejestracyjne i zwrócić się do platform o usunięcie z ich stron ofert niepełniących wymogów. Platformy internetowe będą również zobowiązane udostępnić samorządom dane dotyczące gospodarzy obiektów, a także np. liczbę wyprzedaży noclegów czy też liczbę gości. Przewidywana się również sankcja za nieprzezwyciężenie przez gospodarzy obiektów, obowiązków wynikających z nowych regulacji. Przewidywane są platform rezerwacyjnych dane statystyczne, w formie zgromadzonej, będą stanowić wkład w statystyki dotyczące turystyki i opracowane przez Eurostat. Utworzone w ten sposób bazy danych



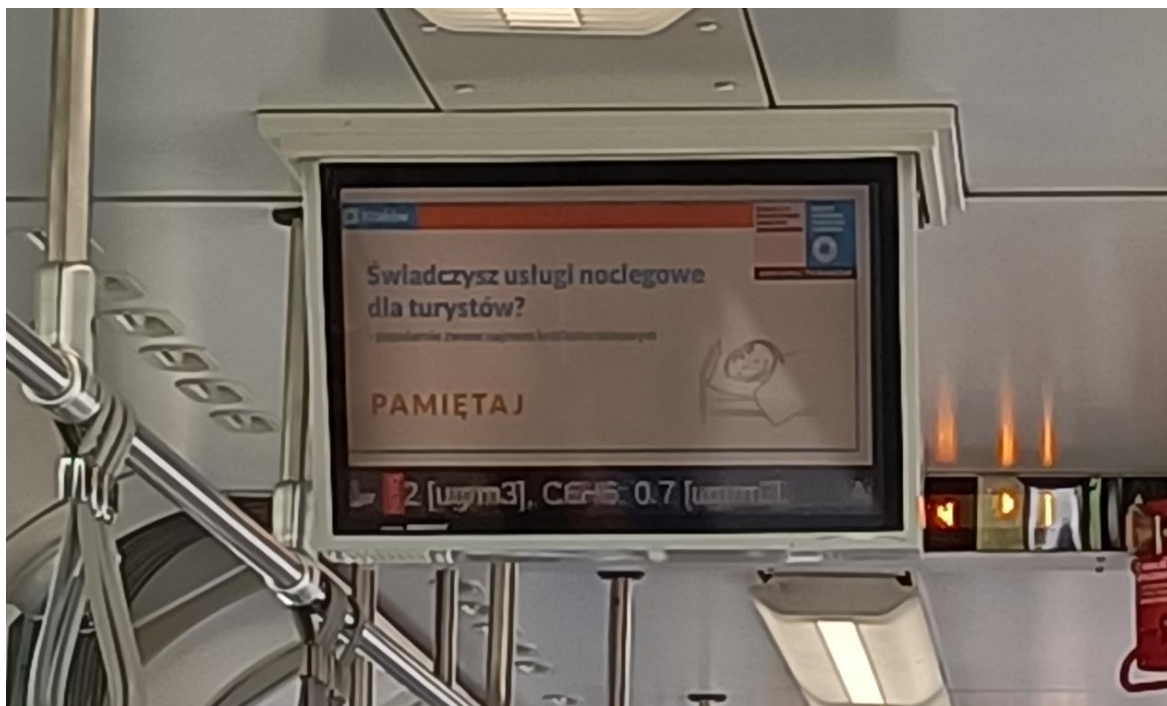
będą mogły wspierać rozwój innowacyjnych usług związanych z turystyką. Ogólnie rzecz biorąc, nowe przepisy przyczynią się do stworzenia bardziej zrównoważonego ekosystemu turystycznego i będą wspierać jego transformację cyfrową.

W 2021 r. Kraków odebrał do użytku pierwszą w Polsce internetową aplikację pn. „Krakowska Obsługa Noclegowa” (ekon.um.krakow.pl). Stany ona przede wszystkim do ewidencjonowania obiektów i ułatwia wyznaczenie obiektów noclegowych zgłoszonych do ewidencji prowadzonej przez Prezydenta Miasta Krakowa. Za względu na swoją funkcjonalność daje ona również możliwość na rozstrzeżenie obiektów noclegowych na terenie miasta. Każdy zgłoszony obiekt noclegowy otrzymuje numer rejestracyjny.

Zaangażowanie Krakowa w prace Sojuszu Miast Europejskich zmierzają do wypracowania ogólnoeuropejskich regulacji prawnych – odnoszących

się do najmu krótkoterminowego – a następnie ich implementacja do przepisów krajowych, wymaga wspólnych działań wszystkich uczestników jego uczestników. Celem współpracy jest regulacja tego zjawiska, uwzględniająca interesy mieszkańców Krakowa, przedsiębiorców i turystów. Ścisła realizacja tego celu została zawarta w głównym dokumencie strategicznym doc. turystyki w w. „Polityka zrównoważonej turystyki Krakowa na lata 2021-2028”. Turystyka ma swój udział w gospodarce Krakowa wiodącym w procesach generowania nowych miejsc pracy, w liczbie miejsc pracy, a także w procesie budowania marki miasta. Z uwagi na istotną rolę turystyki w Krakowie, jednym z rekomendowanych działań jest uczestnictwo w procesie legislacyjnym w zakresie krajowych i międzynarodowych przepisów regulujących turystyczny najem krótkoterminowy, a także przepisów związanych z zarządzaniem przestrzenią.

35



9. Aplikacja Krakowskie Obiekty Noclegowe (eKON)

W 2021 r. uruchomiona została aplikacja webowa Krakowskich Obiektów Noclegowych, w skrócie eKON (<https://ekon.um.krakow.pl>). W 2023 roku w aplikacji wprowadzone zostały nowe funkcjonalności i usprawnienia, ułatwiające prowadzenie ewidencji obiektów i dostęp do informacji dla turystów np. poprzez udostępnienie obiektów noclegowych na mapach Miejskiego Systemu Informacji Przestrzennej. W 2023 r. dzięki współpracy z Wydziałem Geodezji i Centrum Obsługi Informatyki UMK przygotowana została interaktywna mapa krakowskich obiektów noclegowych, która jest dostępna pod adresem internetowym

<https://experience.arcgis.com/experience/dbc19ff22b224f198c65013d7ebbb645/>.

Współgra ona z udostępnioną wcześniej mapą dostępną w aplikacji MSIP (Miejski System Informacji Przestrzennej) i jest połączona z systemem ISDP (Internetowym Serwerem Danych Przestrzennych). Dane na mapie aktualizowane są raz na dobę. Aplikacja cieszy się coraz większą popularnością i zdobywa nowych użytkowników.



Wt, 31.05.2023 08:36

convention@um.krakow.pl

[POCZTA ZEWNĘTRZNA] Newsletter Turystyka i MICE Kraków Convention Bureau 05/2023 maj

Do: Bzostowska Magdalena

prezenterów, właścicieli, uzyskaj panelistów oraz zrealizacji Programu Europejskiego i głównych obiektów w Strasburgu. W spotkaniu udział wzięła silna reprezentacja z Polski w składzie Małgorzata Przygórska-Skowron z Kraków Convention Bureau oraz Anna Jędrocha i Anna Górską z Symposium Cracoviense.



MP Power Awards 2022 – nagrody branży eventowej rozdane

Podczas MP Power Night – finału jedenastej edycji MP Power Awards® poznaliśmy laureatów – osobowości branży, nagrodzone projekty, obiekty, produkty oraz agencję roku. Organizatorem konkursu jest MeetingPlanner.pl




Usługi noclegowe w obiektach niekategoryzowanych - o czym warto wiedzieć?

Praktyczne informacje dla właścicieli obiektów innych niż: hotele, motele, pensjonaty, kempingi (campingi), domy wycieczkowe, schroniska młodzieżowe i schroniska.



Gdzie nas spotkasz

Wyszukiwarka Krakowskich Obiektów Noclegowych

Nazwa obiektu <input type="text"/>	Ulica <input type="text"/>	Nr budynku <input type="text"/>	Numer ewidencyjny <input type="text"/>	NIP <input type="text"/>
Rodzaj obiektu Wybierz ▾	Pole biwakowe ▾	Dzielnica Wybierz ▾	Dostępność ▾	
Wyróżnienia Wybierz ▾	Liczba miejsc noclegowych: od <input type="text"/>	Liczba miejsc noclegowych: do <input type="text"/>	Ilość miejsc noclegowych z przedziału ▾	
Ukryj filtry				SZUKAJ 


Informacje o serwisie

Prezydent Miasta Krakowa prowadzi **ewidencję obiektów świadczących usługi hotelarskie, niebędących obiektami hotelarskimi** (innych niż: hotele, motele, pensjonaty, kempingi (campingi), domy wycieczkowe, schroniska młodzieżowe lub schroniska) oraz **pól biwakowych na terenie Gminy Miejskiej Kraków** – na podstawie art. 38 ust. 3 ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach hotelarskich oraz usługach pilotów wycieczek i przewodników turystycznych.

W niniejszym serwisie znajdują się niezbędne informacje (np. wykaz, statystyki) dot. obiektów niekategoryzowanych na terenie Krakowa (np. hosteli, apartamentów, pokoi gościnnych), w których świadczona są usługi hotelarskie – popularnie zwane turystycznym najmem krótkoterminowym.

Przed rozpoczęciem świadczenia usług hotelarskich, przedsiębiorca obowiązany jest zgłosić obiekt do ww



 Krakowskie
Obiekty Noclegowe
WYSZUKIWARKA KRAKOWSKICH OBIEKTÓW NOCLEGOWYCH
INSTRUKCJA

Przeczytaj instrukcję wyszukiwania danych klikając w przycisk obok

▼ Wybierz

Dzielnica
- Wszystkie - ▾

Numer ewidencyjny
- Wszystkie - ▾

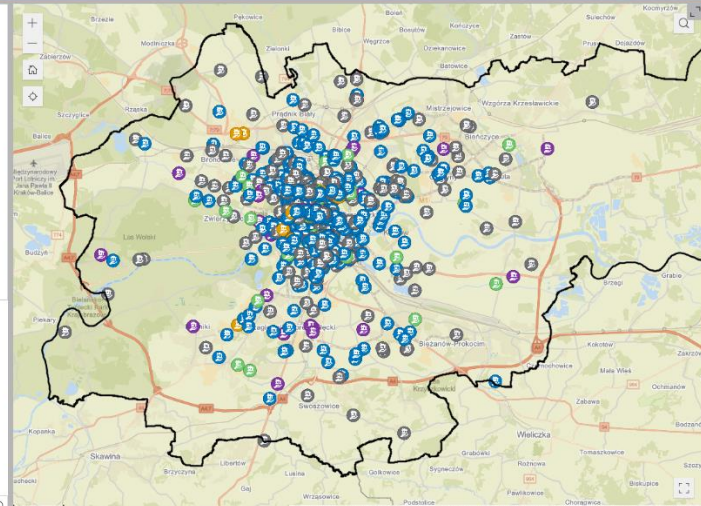
Nazwa obiektu
- Wszystkie - ▾

Ulica
- Wszystkie - ▾

Miejsc noclegowych od:
- Wszystkie - ▾

Miejsc noclegowych do:
- Wszystkie - ▾

Zastawaj Anuluj



Wybierz obiekt na mapie

10. Zespół Zadaniowy ds. usług hotelarskich świadczonych w obiektach niekategoryzowanych na terenie gminy miejskiej Kraków, działający przy Prezydencie Miasta Krakowa

Zespół Zadaniowy ds. usług hotelarskich świadczonych w obiektach niekategoryzowanych na terenie Gminy Miejskiej Kraków został powołany w 2019 roku. Ze względu na pandemię (oraz wojnę), a zatem

dodatkowe obowiązki poszczególnych instytucji, spotkania całego Zespołu nie były możliwe. Utrzymywana była stała współpraca pomiędzy poszczególnymi członkami Zespołu.

23 lutego 2023 r. odbyło się spotkanie Zespołu zadaniowego ds. usług hotelarskich świadczonych w obiektach niekategoryzowanych w Krakowie. Głównym przedmiotem dyskusji przedstawiciele urzędów i przedsiębiorców było omówienie stanu dotychczasowych prac dotyczących możliwości unormowania zjawiska najmu krótkoterminowego.

– Celem zespołu jest przede wszystkim wsparcie działań niwelujących nielegalną działalność na rynku usług hotelarskich. Chodzi o zsynchronizowanie prac i możliwości różnego rodzaju służb, inspekcji, straży, urzędów. Mimo przerwy spowodowanej pandemią i innymi okolicznościami, prace nad tym tematem trwały. Prowadzono kontrole, również na internetowych platformach rezerwacyjnych. To pozwoliło sprawdzić, które obiekty noclegowe zostały zgłoszone do ewidencji prowadzonej przez miasto – powiedziała Pani Anna Korfel-Jasińska – Zastępca Prezydenta Miasta Krakowa ds. Edukacji, Sportu i Turystyki

Spotkanie było również okazją do pokazania rezultatów współpracy między organami miasta i różnymi instytucjami, którym zależy na komforcie życia mieszkańców, a także ochronie przedsiębiorców przed nieuczciwą konkurencją.

Zarządzenie Prezydenta Miasta Krakowa powołujące Zespół, jest aktualizowane w miarę zachodzących zmian.

11. Współpraca z Wydziałem Podatków i Opłat UMK



Wydział ds. Turystyki współpracuje z Wydziałem Podatków i Opłat w zakresie wymiany informacji dot. obiektów zgłoszonych do ewidencji obiektów świadczących usługi hotelarskie, niebędących obiektami hotelarskimi oraz pól biwakowych na terenie Gminy Miejskiej Kraków. W wyniku współpracy Wydział Podatków i Opłat UMK podjął działania kontrolne dot. prawidłowości opodatkowania nieruchomości, czego efektem były decyzje podatkowe, a których inicjatorem była przesłana przez Wydział ds. Turystyki informacja o prowadzeniu działalności w zakresie turystycznego najmu krótkoterminowego. Dochody z podatku od nieruchomości z obiektów, w których prowadzona jest tego typu działalność, stanowią znaczący wpływ do budżetu. Szacowanie wpływów z tytułu podatku od nieruchomości za rok 2023 będzie znane w terminie późniejszym.

12. Udział w pracach Sojuszu Miast Europejskich w zakresie przygotowania regulacji TNK

Kraków aktywnie wspiera i uczestniczy w pracach Sojuszu. W roku 2022 r. istniało ryzyko, że Komisja Europejska nie podejmie prac związanych z regulacjami turystycznego najmu krótkoterminowego. W wyniku mobilizacji miast-członków Sojuszu oraz włączeniu się europosłów, wystosowano do Komisji Europejskiej wspólny postulat. Podjęte działania przyniosły oczekiwane efekty. **Komisja Europejska 7 listopada 2022 roku. wydała komunikat, w którym przedstawiła główne założenia projektowanych zmian.** Wypracowane przez Sojusz propozycje zmian legislacyjnych, po ich uchwaleniu przez Parlament Europejski, będą mieć zastosowanie na terenie całej Unii Europejskiej. Propozycje zmian są m.in. wypadkową działań Sojuszu, który konsekwentnie realizuje swoje założenia. Jest to bardzo ważny etap w całym procesie projektowania regulacji unijnych.

Ustalono, że platformy internetowe będą mieć obowiązek udostępniać organom publicznym dane dotyczące gospodarzy i ich lokali mieszkalnych, liczby wynajętych noclegów, liczby gości itd. Uzyskane dane w formie zagregowanej, będą stanowić również wkład w statystyki sporządzane przez Eurostat i będą one zasilać przyszłą europejską bazę danych dotyczących turystyki. Informacje te, będą wspierać też rozwój innowacyjnych usług związanych z turystyką

Ponadto, każdy obiekt otrzyma indywidualny numer rejestracyjny. Platformy będą zobligowane do ich umieszczania przy ofertach oraz do sprawdzania czy numery rejestracyjne są prawidłowe. Taki numer jest już w Krakowie nadawany. Wprowadzenie uregulowań w tym sektorze usług turystycznych na poziomie europejskim, a następnie ich implementacja na poziom krajowy i lokalny (kluczową rolę w tym procesie odgrywają organy rządowe) mogłyby pozwolić na kształtowanie polityki związanej z turystycznym najmem krótkoterminowym, o co zabiega Kraków, będący wiodącą europejską destynacją turystyczną. Treść komunikatu KE oraz oświadczenie Sojuszu zostały udostępnione na miejskich stronach internetowych, m.in: ekon.um.krakow.pl. Aktualnie trwają jeszcze uzgodnienia pomiędzy KE, PE i RE

13. Prowadzenie korespondencji w zakresie zmian legislacyjnych - z ministerstwem właściwym ds. turystyki

Wydział ds. Turystyki od kilku lat prowadzi korespondencję z ministerstwami właściwymi ds. turystyki w zakresie regulacji prawnych dot. świadczenia usług hotelarskich, w obiektach niekategoryzowanych (turystycznym najmie krótkoterminowym). W 2023 r. Kontynuowano korespondencje zapoczątkowaną w latach wcześniejszych.

26 lipca 2023 r. do Pana Kamila Bortniczuka, Ministra Sportu i Turystyki została przesłana propozycja zmian w ustawie z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach hotelarskich oraz usługach pilotów wycieczek i przewodników turystycznych (Dz. U. z 2023 r. poz. 1944). Postulowane zmiany dotyczyłyby wprowadzenia obowiązku posiadania i posługiwania się numerem rejestrowym nadanym w procesie wpisu obiektu do ewidencji wójta, burmistrza, prezydenta, uregulowania kwestii bezpieczeństwa (w tym bezpieczeństwa ppoż.); wprowadzenia jednoznacznych regulacji dotyczących sankcji wobec przedsiębiorców działających bez wpisu do ewidencji oraz ubezpieczenia obiektów świadczących usługi hotelarskie. Podniesiono również kwestie związane z usługami przewodnickimi przewidujące możliwość wprowadzenia szczegółowych zasad wykonywania usługi przewodnickiej na terenie o szczególnym znaczeniu kulturowym i historycznym.

4 sierpnia 2023 r. Wydział ds. Turystyki zwrócił się do Ministerstwa Sportu i Turystyki z postulatem uwzględnienia w ustawie z dnia 12 stycznia 1991 r. o podatkach i opłatach lokalnych zmian odnośnie tzw. „opłaty turystycznej”.

14. Zespół ds. kontroli bazy noclegowej pozostającej w ewidencji Prezydenta Miasta Krakowa

W 2023 r. zaplanowano 60 kontroli obiektów noclegowych znajdujących się w ewidencji obiektów świadczących usługi hotelarskie, niebędących obiektami hotelarskimi oraz pól biwakowych na terenie Gminy Miejskiej Kraków. W wyniku przeprowadzonych kontroli wydano zalecenia z terminem przestania informacji o ich realizacji do organu kontrolnego. Pracownicy monitorują sposób wykonania zaleceń. Sprawozdania z działalności Zespołu ds. Kontroli Bazy Noclegowej pozostającej w ewidencji Prezydenta Miasta Krakowa z wykonania kontroli zamieszczone są w Biuletynie Informacji Publicznej Miasta Krakowa: https://www.bip.krakow.pl/?dok_id=26071

15. Opłata turystyczna (miejscowa)


4 lipca 2023 r. w Urzędzie Miasta Krakowa odbyło się spotkanie robocze dot. możliwości poboru opłaty miejscowej w Krakowie. W wyniku spotkania ustalono, że przy obowiązującym stanie prawnym nie ma możliwości wprowadzenia poboru opłaty miejscowej. Należy monitorować w dalszym ciągu stan jakości powietrza oraz podejmować wszelkie działania, które wprowadzą opłatę turystyczną/pobytową bez konieczności spełnienia warunków dot. stanu powietrza. Następstwem spotkania było przesłanie pisma do Ministra właściwego ds. turystyki w kwestii wprowadzenia poboru opłaty turystycznej. Ponadto, przygotowano informację prasową pt. „Kraków potrzebuje opłaty turystycznej”, która została przekazana do Biura Prasowego UMK oraz umieszczona na stronach Krakow.pl i w Biuletynie Informacji Publicznej MK: https://www.bip.krakow.pl/?dok_id=177288.

Informacja ta, była przedmiotem artykułów prasowych m.in. w dodatku Krakowskim do Gazety Wyborczej, Wprost, Gazecie Krakowskiej czy Radiu Eska.

wprost **OPINIE TWOJ PORTFEL GOSPODARKA FINANSY FINANSY TECHNOLOGIE NAJBOGATS** **WYBORCZA.PL** **KRAKÓW**

W Krakowie może być drożej. Miasto chce pobierać opłatę klimatyczną

Opublikowano: 8 września 2022, 08:10



Kraków chciałby pobierać podatek turystyczny, który zarezerwowany jest teraz dla miast uzdrowiskowych i niektórych kurortów. Zielone światło daje pochodzący z Podhala minister odpowiedzialny za turystykę Andrzej Gut-Mostowy.

Kraków będzie pobierał opłatę turystyczną? "Chodzi o 4-5 zł za dobę"

Turystyka 23.09.2022, 08:07

Angielis Pironi

Aby Kraków mógł pobierać tzw. podatek turystyczny, rząd musiałby wprowadzić zmiany w ustawie, które uniezależnią opłatę od jakości powietrza. Chodzi o kilka złotych od każdego turysty, który spędza w mieście przynajmniej dobę.

Radna Małgorzata Jantos: – W Barcelonie turysta niszerza opłatę w wysokości 2,75 euro za noc, co pozwala miastu na osiągnięcie o 51 mln euro większego dochodu rocznie. Praga pobiera o 2 zł od osoby za dobę, Amsterdam – aż 6 euro. Libona dzięki opłacie turystycznej w 2019 r. zebrała dodatkowych 36 mln euro. Kraków jest na topie

16. Transport turystyczny w Krakowie

W dniu 27 kwietnia 2023 r. na zdalnym posiedzeniu Komisji Promocji i Turystyki przedstawiciele Wydziału poinformowali o organizacji przestanków turystycznych i parkingów dla autokarów oraz o planowanych zmianach w oznakowaniu przystanków wynikających z nowego oznakowania wprowadzanego sukcesywnie w Krakowie.

15 marca 2023 r. Wydział ds. Turystyki zorganizował spotkanie dotyczące transportu turystycznego w Krakowie. Spotkanie dotyczyło głównie poruszania się autokarów turystycznych w Krakowie. Został również szeroko omówiony temat autokarów dla osób z niepełnosprawnościami ruchowymi. W spotkaniu brali udział wydziały oraz jednostki miejskie, których kompetencje dotyczą organizacji transportu w Krakowie jak również p. Bogdan Dąsal – Pełnomocnik Prezydenta Miasta Krakowa ds. osób z niepełnosprawnościami

Gazeta Krakowska Wiedomości Turystyka Sport Zdrowie Mieszkań

Sireta Biznesu Gazeta Krakowska Sireta Biznesu Podatek turystyczny odpowiedzią na kryzys w Krakowie? Czy...

Podatek turystyczny odpowiedzią na kryzys w Krakowie? Gdyby pobierano go w ostatnich latach, miasto zyskałoby prawie 60 mln złotych

Barłozs Dylals 27 kwi 2023, 13:56



Skrypty w Sireta

ESKA NFKOSY HOT STUFF SKUCHAJ WYGRAJ



ZYCIE MIASTA

Podatek turystyczny w Krakowie. Urząd Miasta wyjaśnia, jakie wymagania trzeba spełnić, by go wprowadzić

Krzysztof Kozłowski 20 kwietnia 2023

Opłata turystyczna to rozwiązanie od dawna znane m.in. we Włoszech, Hiszpanii, Chorwacji czy w Szwajcarii. Polega na tym, że turyści uiszczają niewielki podatek odwiedzając popularne turystyczne miejscowości, z którego pieniądze zasilają później

W wyniku przeprowadzonego spotkania:

została uaktualniona broszura informacyjna wraz z mapą przedstawiającą przystanki turystyczne dla autokarów, oznaczone znakiem „K+R BUS” oraz parkingi dla autokarów, zaktualizowano informacje wyświetlane na stronie Miejskiej Platformie Internetowej „MAGICZNY KRAKÓW” – www.krakow.pl,

The screenshot shows the website www.krakow.pl. At the top, there are navigation options for language (PL, EN, FR, DE, UA, IT, ES) and accessibility (AAA, A, AA). The main navigation bar includes: NASZE MIASTO, DZIELNICE, RADA MIASTA, KOMUNIKACJA, ODWIEDŹ KRAKÓW, KULTURA, NAUKA I EDUKACJA, BIZNES, SPORT I ZDROWIE, KLIMAT, BO. The breadcrumb trail reads: [Odwiedź Kraków](#) > [Poruszanie się po Krakowie – autokarem](#) - [Przystanki turystyczne dla autokarów](#). The main heading is **Poruszanie się po Krakowie – autokarem - Przystanki turystyczne dla autokarów**. Below the heading, it states: "Podróżujący do Krakowa autokarem powinni zapoznać się z praktycznymi wskazówkami dojazdu i poruszania się po mieście." To the left is a map of Krakow with green markers indicating bus stops. To the right is a sidebar menu with items: [Odwiedź Kraków](#), [Вітаємо у Кракові](#), [Informacje praktyczne](#) (dropdown), [O Krakowie](#), [Jak dojechać do Krakowa](#), [Poruszamy się po Krakowie](#), [Punkty InfoKraków](#), [Telefony](#), [Policja](#), [Straż Miejska](#), [Noclegi](#), [Przewodnicy miejscy](#), [Waluta, wymiana pieniędzy](#), [Apteki 24h](#), [Krakowskie szpitale](#), [Szpitalne oddziały ratunkowe](#), [Izby przyjęć](#). At the bottom left of the map area, it says "MAGICZNY KRAKÓW".

Zaktualizowane materiały zostały przesłane do obiektów noclegowych (poczta elektroniczną), do stowarzyszeń branży turystycznej (np. KIT, MOT), do Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego, z prośbą o dalszą dystrybucję i przekazanie wszystkim zainteresowanym informacji. Informacje były również przekazywane poprzez newslettery do branży turystycznej i media społecznościowe, a następnie redystrybuowane do branży.

Przeprowadzona została również wizja lokalną wszystkich przystanków turystycznych dla autokarów. Ze względu na liczne remonty w mieście w okolicach przystanków turystycznych – Wydział ds. Turystyki prowadził wizję wybranych miejsc, informował branżę transportową o utrudnieniach.

Przedstawiciel Wydziału uczestniczył również w pracach Komisji Konkursowej ofert na świadczenie usług przewozu osób za pomocą pojazdów wolnobieżnych z napędem elektrycznym na obszarze Parku Kulturowego Stare Miasto oraz na obszarze Parku Kulturowego Kazimierz ze Stradomiem. Komisja wyłoniła 50 pojazdów w Starym Mieście i 30 pojazdów na Kazimierzu i Stradomiu.

2. Działania Kraków Convention Bureau

1. Kampania "Wide Open" w projekcie "Małopolska - cel podróży"

Kraków Convention Bureau skupiło się na promocji turystyki biznesowej, która jest strategiczna dla gospodarki turystycznej w mieście, ze względu na ogromny potencjał organizacyjny i bazę obiektów, które mogą stać się miejscem spotkań biznesowych dla organizatorów z całego świata.

Od sierpnia do listopada 2023 realizowano kampanię internetową „Wide open for meetings”, skierowaną na aktywizację podróży biznesowych do Krakowa i okolic oraz promocję regionu jako miejsca idealnego na organizację spotkań biznesowych. Aby dotrzeć do odbiorców, postawiono na kompleksową promocję online, która prowadzona była na dedykowanych profilach na Facebooku, Instagramie oraz LinkedInie. Dodatkowym uzupełnieniem w komunikacji były kampanie odsłowne i spoty emitowane w sieci reklamowej Google. Działania zaplanowane do końca listopada przyniosły milionowe wyświetlenia na 12 rynkach zagranicznych.

Budżet przedsięwzięcia to niemal 1 mln złotych, kampanię realizowała Fabryka Marketingu. Łączny zasięg kampanii szacujemy na **niemal 30 milionów** – do takiej liczby osób dotarła kampania w mediach społecznościowych. Na samym Facebooku łączny zasięg na wszystkich rynkach szacowany jest na **ponad 10 milionów!** Największy wskaźnik CTR (1-3%) na wszystkich rynkach odnotowaliśmy w kanale Display.

Ponadto w terminie od kwietnia do listopada 2023 przeprowadzono kampanię w zagranicznej prasie branżowej i opiniotwórczej. Reklamy promujące Kraków i Małopolskę ukazały się w renomowanych tygodnikach The Economist oraz WirtschaftsWoche na rynku brytyjskim i niemieckim oraz prasie branżowej w trzech wydaniach CN (Conference News), MICE Benelux, HQ Magazine, dwóch wydaniach Punto MICE i Tendence Nomade oraz w jednym wydaniu Boardroom oraz AMI. Publikacje pojawiły się w papierowych i cyfrowych wersjach magazynów. Koszt kampanii realizowanej przez firmę Mastermind wyniósł blisko 1,2 mln złotych.

Dotarcie do odbiorcy offline szacowane na podstawie sumy nakładów w 17 gazetach i magazynach wyniosło niemal 388 tysięcy, zaś dotarcie online liczone jako suma interakcji i subskrybentów poszczególnych tytułów wyniosło blisko 360 tysięcy.

Kampania prasowa dotarła zatem do 747 834 czytelników.

Dodatkowo w ramach projektu Kraków Convention Bureau zrealizowało [trzy filmy](#) z wykorzystaniem sylwetek Ambasadorów Krakowa i Małopolski, które służą międzynarodowej promocji małopolskiej nauki, gospodarki i sztuki oraz [10 wirtualnych spacerów](#) po obiektach konferencyjnych Krakowa i Małopolski.

Ze środków unijnych przez 2 lata pozycjonowano angielską wersję strony www.convention.krakow.pl, która jest na bieżąco aktualizowana. Warto zwrócić uwagę, że prowadzone kalendarium zawiera informacje o kongresach, konferencjach i targach planowanych w mieście. Dodatkowo zapewniono bieżącą obsługę mediów społecznościowych:

- [Facebook](#), [Instagram](#), [YouTube](#), [LinkedIn](#)

Projekt „Małopolska – cel podróży” jest 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 zł, a 16 mln zł na kampanię zagraniczną, w tym na promocję MICE 4 mln. Warto podkreślić, że to jedyny projekt finansowany w całości z funduszy europejskich.



2. Targi, spotkania stolikowe, panele branżowe

W 2023 roku dzięki środkom z projektu „Małopolska – cel podróży” zespół Kraków Convention Bureau uczestniczył w spotkaniach podczas targów turystyki biznesowej IMEX Frankfurt, IBTM Barcelona, IMEX Las Vegas oraz w spotkaniach b2b: The Meetings Space, M&I Forum, czy Conventa. **Podczas każdego z wydarzeń przeprowadzono średnio 25 spotkań, co daje bazę około 250 kontaktów.** W ramach projektu Kraków Convention Bureau brało też udział w misjach gospodarczych zorientowanych na rynek niemiecki.

Od ponad 10 lat kompleksowa oferta miasta promowana jest na rynkach zagranicznych podczas tego typu wydarzeń. Przyczynia się to do budowania marki #Krakowthehostcity - miasta organizatora międzynarodowych wydarzeń.

Dodatkowo przedstawiciele KCB uczestniczyli w dwóch konferencjach organizowanych przez stowarzyszenie ICCA tj.: Beyond Borders Annual Meeting of ICCA France Benelux and Central European Chapters oraz w 62. Kongresie ICCA w Bangkoku.



3. Współpraca z organizatorami konferencji

Kraków Convention Bureau od lat aktywnie współpracuje z organizatorami międzynarodowych kongresów i konferencji w naszym mieście, jak również współorganizuje famtripy i wizyty inspekcyjne. Nie inaczej było w tym roku. Przekrój tematyczny wspieranych wydarzeń był bardzo szeroki, poniżej kilka przykładów.

Na przełomie marca i kwietnia br. w Centrum Kongresowym ICE Kraków odbyło się **41. spotkanie Europejskiego Towarzystwa Ortopedii Dziecięcej (EPOS)**, gromadząc ponad 850 delegatów z 58 krajów, w tym ponad 160 prelegentów. Celem corocznego spotkania EPOS jest podniesienie jakości opieki nad dziećmi ze schorzeniami ortopedycznymi. Z inicjatywy PCO kongresu, firmy Symposium Cracoviense, obliczona została m.in. emisja gazów cieplarnianych, ilość odpadów, wykorzystanie produktów zawierających lotne związki organiczne oraz zaangażowanie społeczne delegatów.

W dniach 11-13 maja br. w Centrum Kongresowym ICE w Krakowie odbyła się kolejna, ósma edycja międzynarodowego kursu doskonalącego z chorób wewnętrznych – McMaster International Review Course in Internal Medicine. MIRCIM, gromadzący światowych specjalistów interny, organizowany jest przez McMaster University (Kanada) i Polski Instytut Evidence Based Medicine.

28. Europejski Kongres Ginekologów i Położników (EBCOG) zorganizowano w dniach 18-20 maja br. w Centrum Kongresowym ICE Kraków. Wykłady wygłosili światowej sławy specjaliści ginekologii i położnictwa. Tegorocznemu spotkaniu towarzyszyły obchody 100-lecia Polskiego Towarzystwa Ginekologów i Położników.

26. European Conference on Artificial Intelligence to kongres z ponad 40-letnią tradycją, łączący czołowych przedstawicieli świata akademickiego i przemysłu, który zorganizowano na przełomie września i października br. w ICE Kraków. Konferencja ECAI jest organizowana cyklicznie przez krajowe stowarzyszenia AI w Europie, w Polsce gościła po raz pierwszy.

W dniach 13-19 września przedstawiciele Kościoła Luterańskiego z całego świata obradowali w Centrum Kongresowym ICE Kraków podczas 13. Zgromadzenia Ogólnego Światowej Federacji Luterańskiej. Zgromadzenie Ogólne jest główną władzą Światowej Federacji Luterańskiej zaś wydarzenie odbywa się jedynie raz na sześć lat – co dodaje wyjątkowości krakowskiej edycji. Warto również podkreślić, że było to drugie Zgromadzenie Ogólne ŚFL w Europie Środkowo-Wschodniej, pierwsze odbyło się w 1984 r. w Budapeszcie. W spotkaniu wzięło udział około 350 delegatów ze 150 kościołów członkowskich ŚFL z całego świata.

W lipcu br., Europejskie Towarzystwo Astronomiczne zorganizowało doroczny kongres European Astronomical Society Annual Meeting (EAS), gdzie ponad półtora tysiąca naukowców obradowało w Centrum Kongresowym ICE Kraków. Kraków miał przyjemność gościć doroczny kongres EAS z okazji 550. rocznicy urodzin Mikołaja Kopernika.

Zespół Kraków Convention Bureau zaangażowany był także m.in. w pozyskanie bądź realizację 2nd International Conference of the Eating Disorders Network, drugiej edycji konferencji Time Crystals poświęconej nowej dziedzinie fizyki - kryształom czasowym, 5th Central European Biomedical Congress – CEBC, 27. Międzynarodowej Konferencji Lekarzy Weterynarii – Specjaliści Specjalistom, General Meeting of European Association of Social Psychology EASP 2023, European College of Veterinary Surgeons ECVS 2023, czy kongresu European Veterinary Dental Society EVDS.

4. Wizyty inspekcyjne, fam tripy

W dniach 5-8 października mieliśmy przyjemność gościć organizatorów kongresów, konferencji i podróży motywacyjnych z Norwegii, Włoch, Wielkiej Brytanii, Niemiec, Węgier i Holandii podczas zorganizowanego przez KCB fam tripu pn.: „Experience Krakow. Visit Małopolska”. Miał on na celu zaprezentowanie potencjału miasta i regionu oraz zainspirowanie uczestników do organizacji eventów w Krakowie i Małopolsce.

Uczestnicy odwiedzili obiekty ICE Kraków, EXPO Kraków, TAURON Arenę Kraków, a także Centrum Konferencyjne Fabryczna 13. W programie uwzględniono miejsca na wydarzenia specjalne, takie jak Kopalnia Soli w Wieliczce czy Winnica Srebrna Góra, gdzie zorganizowano networking z rekomendowanymi przez miasto firmami PCO i DMC. Dodatkowo, gra miejska oraz zwiedzanie przybliżyły kulturę i dziedzictwo Krakowa a wizyta w Zakopanem potencjał regionu.

Organizacja fam tripu „Experience Kraków. Visit Małopolska” była możliwa dzięki dofinansowaniu z programu "Małopolska – cel podróży", współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Małopolskiego na lata 2014-2020.

W związku z przygotowaniem lub pozyskiwaniem kongresów na przyszłe lata współorganizowaliśmy rekordową liczbę niemal 30 wizyt dla organizatorów kongresów, w tym m.in. EEDN, Światowej Federacji Luteran, ACAI, EFEE, Stowarzyszenie RDA, Stowarzyszenia Pomocy Osobom Chorym na Alzheimer, przedstawiciele stowarzyszeń WYSE oraz IAPA, EuroELSO, ICOT, ESVS, przedstawiciele amerykańskiego stowarzyszenia organizującego wydarzenie International Workshop on Chronic Lymphocytic Leukemia oraz zagranicznych firm PCO jak MCI, AIM Group czy HelmsBriscoe. Współorganizowaliśmy również fam trip dla profesjonalnych organizatorów konferencji i kongresów z Turcji w związku z otwarciem w maju połączenia lotniczego Krakowa ze Stambułem.

Część wizyt jest bezpośrednim rezultatem rozmów przeprowadzonych na targach i spotkaniach b2b.





5. Kraków – rankingi, nagrody

Kraków zajął **najwyższą pozycję wśród polskich miast w najnowszym 64. Raporcie „International Meetings Statistics Report”** stowarzyszenia Union of International Associations (UIA). W 2022 zorganizowano w Krakowie 43 międzynarodowe spotkania, co dało naszemu miastu 32. miejsce w międzynarodowym rankingu. To znaczna poprawa w stosunku do wyniku w 2021 roku, w którym stolica Małopolski z 21. spotkaniami znalazła się na 43. miejscu.

https://convention.krakow.pl/aktualnosci/274842,1403,komunikat,krakow_z_najwyzsza_pozycja_ws_rod_polskich_miast_wg_raportu_uia.html

UNION OF INTERNATIONAL ASSOCIATIONS

UIA

International Meetings Statistics Report

64th Edition – June 2023

Kraków

Warszawa

Gdańsk

Kraków utrzymuje stabilną pozycję w międzynarodowym rankingu stowarzyszenia International Congress and Convention Association „ICCA Statistics Report 2022”. 42. spotkania stowarzyszeń odnotowane w Krakowie w 2022 roku dały miastu 39. miejsce w skali świata a 31. w Europie. Dla porównania, w 2019 roku Kraków z 54 spotkaniami znalazł się na 48. miejscu w rankingu światowym i na 29. miejscu spośród europejskich miast. Pełna treść raportu dostępna [tutaj](#).

Kampania „Wide Open for business meetings” została laureatem pierwszej edycji konkursu MP Impact Awards w kategorii w Kategorii Kampania. Jury i publiczność doceniły kompleksową i profesjonalną promocję turystyki biznesowej Krakowa i Małopolski a także szeroki zakres działań samego projektu „Małopolska – cel podróży”.

MP Impact Awards to pierwszy konkurs poświęcony inicjatywom, kampaniom, wydarzeniom, które mają wpływ na funkcjonowanie i rozwój branży spotkań i wydarzeń. Celem konkursu MP Impact Awards jest docenienie, wyróżnienie i promocja inicjatyw, kampanii i wydarzeń, które mają lub mogą mieć istotne znaczenie w rozwoju branży spotkań, podejmowaniu ważnych dla niej wyzwań czy rozwiązywaniu problemów, zarówno w skali lokalnej, ogólnopolskiej, jak i międzynarodowej.

W jedenastej edycji MP Power Awards, ogólnopolskiego konkursu nagradzającego osobowości branży, najlepsze projekty, obiekty, produkty kreatywne oraz agencje, przyznano nagrodę Power Specjalny za organizację 61. Kongresu ICCA w Krakowie. Sędziowie docenili komitet organizacyjny za zaangażowanie i doskonałą organizację wydarzenia. MP Powerami nagrodzono także przedstawicieli krakowskiej branży spotkań, statuetki otrzymali: Anna Jędrocha, Hotel Saski Curio Collection by Hilton, Dragon Digital, CKF 13 Centrum Konferencyjne Fabryczna oraz Event Factory. Wyróżniono również mapping Stranger Things "Kraków do you copy?" wyświetlony na Wawelu w ubiegłym roku.

W minionym roku Biuro Kongresów otrzymało rekomendację Poland Convention Bureau POT na lata 2023-2024, potwierdzającą profesjonalne działanie biura oraz współpracę z Poland Convention Bureau Polskiej Organizacji Turystycznej.

Dodatkowo, działające w Krakowie obiekty zostały nagrodzone w kilku konkursach branżowych. Targi w Krakowie zostały wyróżnione w konkursie Golden Arrow w kategorii Experiental marketing – Event marketing – offline, za strategię komunikacji 25. Międzynarodowych Targów Książki w Krakowie®. Targi w Krakowie otrzymały również nagrodę w konkursie PR Wings w kategorii zmiana biznesowa, komunikacyjny game changer za 25. Międzynarodowe Targi Książki w Krakowie®.

TAURON Arena Kraków zdobyła nagrodę w TheStadiumBusiness Awards w kategorii: Sustainability & Community (Zrównoważony rozwój i społeczna odpowiedzialność), za projekt „Children’s Haven & Ukraine refugee suport” (Dziecięca Przystań, strefa rejestracji dla uchodźców, strefa UNHCR).

6. „Branża spotkań w Krakowie 2022”

Raport koncentruje się na podsumowaniu przemysłu spotkań w Krakowie, obejmując analizą takie przedsięwzięcia jak: kongresy, konferencje, seminaria, sympozja, szkolenia, warsztaty oraz dwa pozostałe kluczowe segmenty rynku, tj. targi i wystawy gospodarcze, a także wydarzenia korporacyjne (w tym wyjazdy motywacyjne).

W 2022 roku liczba wydarzeń w Krakowie dla minimum 10 uczestników wyniosła 2629, wzrosła tym samym o jedną czwartą w stosunku do poprzedniego roku, choć nadal była ponad trzykrotnie niższa niż przed pandemią. Warto odnotować pozytywny dla miasta sygnał jakim był wzrost liczby wydarzeń międzynarodowych aż o 107,8%, ponad 92% ogółu spotkań stanowiły spotkania stacjonarne. Kraków nadal pozostaje miastem kongresów, czego dowodzi ponad 51% udział wydarzeń typu

konferencje/ kongresy w ogólnej liczbie spotkań. Z punktu widzenia miasta bardzo pozytywnym symptomem jest fakt, że w 2022 zorganizowano w mieście 450 imprez targowych/wystaw, co stanowiło wzrost o 233% w stosunku do poprzedniego roku i było liczbą ponad trzykrotnie większą od tej sprzed pandemii. Grupowe spotkania biznesowe i naukowe, które odbyły się w Krakowie w 2022 roku, trwały średnio ponad dwa dni (2,16) i był to kolejny rok wzrostu czasu ich trwania.

Pełna treść raportu „Branża spotkań w Krakowie 2022” wraz z podsumowującą infografiką dostępne [tutaj](#).



7. Szkolenia dla branży

W październiku zespół KCB zorganizował szkolenie "Turystyka zrównoważona w praktyce". Zostało ono przygotowane specjalnie dla małych i średnich przedsiębiorstw turystycznych, które pragną wdrożyć zrównoważone praktyki w swoich działaniach. Dotyczyło wykorzystania praktycznych narzędzi wdrażania ekologicznych i społecznie odpowiedzialnych praktyk w swoim biznesie. To pierwsze w tym temacie z cyklu szkoleń dla branży zorganizowane przez Wydział ds. Turystyki. W kolejnym roku planowane są pogłębione szkolenia dotyczące m.in. certyfikatów turystyki zrównoważonej, marketingu i promocji.



8. Projekt MINEV

W 2023 roku Kraków przystąpił do projektu [MINEV](#), który jest realizowany w ramach Programu INTERREG EUROPE. Jego celem jest ograniczenie ilości odpadów generowanych podczas dużych wydarzeń, dzięki czemu miasto będzie bardziej zrównoważone i ekologiczne. Zapobieganie powstawaniu odpadów oraz stosowanie zasad zrównoważonego rozwoju w przypadku organizowania dużych wydarzeń może przyczynić się do zmniejszenia degradacji środowiska oraz ograniczenia emisji. Interesariuszami projektu są Krakowskie Biuro Festiwalowe, Arena Kraków S.A., Zarząd Infrastruktury Sportowej w Krakowie, Nowohuckie Centrum Kultury, Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego, Wydział Komunikacji Społecznej UMK, Miejskie Przedsiębiorstwo Oczyszczania Sp. z o.o., Biuro Kongresów Wydziału ds. Turystyki UMK - Kraków Convention Bureau, Targi w Krakowie Sp. z o.o. oraz Grupa RB. Partnerami projektu poza Krakowem są: Malaga (Hiszpania), Kłajpeda (Litwa), Bolonia (Włochy), Region Macedonii Środkowej (Grecja) oraz organizacja ACR+ (Belgia).

9. GDZ-Indeks – wyniki, trendy, liderzy

GDS-Index to inicjatywa benchmarkingowa. Już po raz siódmy Indeks GDS porównuje miasta na podstawie ich wyników w zakresie zrównoważonego rozwoju, a klasyfikacja dokonywana jest na podstawie siedemdziesięciu kryteriów. W 2023 roku indeks GDS odnotował znaczny wzrost, pojawiło się 100 destynacji z 11. krajów z całego świata, w tym aż 42. nowe miasta wysyłające jasny komunikat o chęci współpracy i zmiany. 86% destynacji poprawiło swój dotychczasowy wynik.

Ranking opisuje wyniki poszczególnych regionów jak Europa Zachodnia i Wschodnia, Ameryka Północna, Kraje Nordyckie, Azja i Pacyfik. Jeśli chodzi o Polskę, nasz kraj ujęty jest w regionie Europy Wschodniej. W rankingu biorą udział cztery miasta z tego regionu - do Krakowa, Lublany i Tallina w 2023 roku dołączył Gdańsk. Wg GDS-Index, wszystkie miasta wykazały się dużym zaangażowaniem. Kraków to pierwsze polskie miasto, które przystąpiło do GDS-Index w 2022 roku. Autorzy punktują Kraków za dobrą strategią zarządzania destynacją, a także otwartą politykę różnorodności, równości i inkluzyjności (DEI).

W klasyfikacji dokonywanej na podstawie sześćdziesięciu dziewięciu kryteriów, podzielonych na cztery główne kategorie, Kraków otrzymał następujące wyniki: działania miasta w zakresie ochrony środowiska 60.3% (66,7% w 2022 roku), działalność społeczna miasta 56.6% (59,2% w roku ubiegłym), działalność dostawców 12.7% (w 2022 roku 10,4%) oraz działalność w zakresie zarządzania miastem 43.2% (wzrost z 33,6%). Kraków łącznie otrzymał 43.2 punktów – obszary, które wymagają pracy to przede wszystkim usługodawcy działający w sektorze turystyki – jak hotele czy agencje. Certyfikacja obiektów i przedsiębiorców jawi się jako największe wyzwanie. Dodatkowo należy pogłębić i ustrukturyzować zakres zarządzania i strategii DMO.

10. PR i komunikacja

The screenshot displays the website for Kraków Convention Bureau. At the top, there are accessibility icons (AAA, A, AA) and language options (PL | EN). The logo for Kraków Convention Bureau is on the left, and social media icons (Twitter, Facebook, YouTube, Instagram, LinkedIn) and a search icon are on the right. A blue navigation bar contains the following menu items: ZORGANIZUJ SPOTKANIE, WYBIERZ KRAKÓW, WYŚLIJ RFP, ZRÓWNOWAŻONE SPOTKANIA, DO POBRANIA, and KONTAKT. Below the navigation bar is a banner with a green background on the left containing the text "wide open for sustainable meetings" and two images of Kraków: one of the Old Town and one of a park. A dropdown menu is open on the right, listing: O Nas, Nasze działania, Gdzie nas spotkasz, Należymy do, Program Ambasadorów Kongresów Polskich, Media o nas, Rekomendacje i podziękowania, Dane do faktury, Sale konferencyjne, and Kalendarz spotkań.

Kwestie związane z komunikacją działań z zakresu zrównoważonego rozwoju są na bieżąco ulepszone. Na stronie Kraków Convention Bureau rozbudowano dedykowaną zakładkę: [Zrównoważone spotkania](#). Stworzyliśmy także cykl wywiadów publikowanych na stronie internetowej oraz w social mediach - 'Wide open for sustainable meetings'. Przybliżane w nich są działania krakowskich obiektów konferencyjnych, hoteli i firm na rzecz organizacji wydarzeń w duchu zrównoważonego rozwoju. Cykl tworzy zbiór dobrych praktyk, jest źródłem wiedzy i inspiracji z zakresu kreatywnych działań na rzecz pracy w zgodzie z naturą.

The image shows the Facebook profile of the Kraków Convention Bureau. The cover photo is a green banner with the text "wide open for sustainable meetings" in white and green fonts, set against a background of a cityscape at sunset. Below the banner is the profile picture, which is the Kraków Convention Bureau logo, and the name "Kraków Convention Bureau" with a like count of 3,8 tys. and 4 tys. followers. The navigation menu includes "Posty", "Informacje", "Wzmianki", "Obszerujący", "Zdjęcia", "Filmy", and "Więcej". The "Prezentacja" section provides the bureau's address (ul. Wszystkich Świętych 3-4, 31-004 Kraków) and contact details. The "Zdjęcia" section shows a gallery of images related to events. The "Posty" section features a video post from 23 hours ago, titled "Another interview in the series 'Wide open for sustainable meetings'. This time with Małgorzata Marcińska, President of Poland's largest sports and entertainment hall, TAURON Arena Kraków. What measures have already been implemented by Arena team? bins for waste segregation have been set up in accordance with the rules... Wyświetl więcej". The video shows an aerial view of the arena's exterior.

3. Marketing turystyczny

1. Projekt partnerski „Małopolska-cel podróży”

Wydział ds. Turystyki wspólnie z Samorządem Województwa Małopolskiego i Małopolską Organizacją Turystyczną kontynuował w 2023 r. realizację projektu „Małopolska – cel podróży”. Projekt prowadzono w formule partnerskiej (z MOT-em jako liderem projektu), a jego priorytetem jest skuteczna promocja turystyczna Krakowa i Małopolski na wybranych rynkach zagranicznych oraz rynku krajowym. Projekt pozyskał finansowanie z Funduszy Europejskich w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Małopolskiego na lata 2014-2020.

Analizując projekt w kontekście bieżącej sytuacji, warto zacząć od przytoczenia danych. W okresie wakacyjnym 2023 r. w Małopolsce zanotowano 174% wzrost turystów zagranicznych w porównaniu do okresu wakacyjnego w roku 2022 – z 128 tys. do 352 tys. W samym sierpniu liczba turystów zagranicznych (bez Ukraińców) wzrosła o 198% w porównaniu do sierpnia 2022 r. – z blisko 63 tys. do 187 tys.

Do wzmocnienia ruchu turystycznego w Małopolsce przyczyniły się działania zapoczątkowane już w 2021 roku w ramach projektu „Małopolska – cel podróży”. Odpowiadając na potrzebę wsparcia małopolskiej branży turystycznej, wdrożono intensywną kampanię promocyjną na rynkach zagranicznych i rynku polskim, która potrwa do końca 2023 roku. W ramach projektu została przygotowana i realizowana jest kampania promocyjna o charakterze wizerunkowo-produktowym na rynkach międzynarodowych, strategicznych dla przyjazdów turystycznych do Małopolski i Krakowa. Działania objęły przede wszystkim rynek niemiecki, brytyjski, skandynawski i amerykański, a także rynek krajowy. Skupiły się przede wszystkim na kampanii w Internecie i prasie branżowej. **W ramach projektu zostało zorganizowanych m.in. 13 wydarzeń typu ambient marketing oraz 8 misji gospodarczych, w ramach których 77 małopolskich przedsiębiorców spotkało się z 175 zagranicznymi przedstawicielami branży.**

Od 1 maja do końca listopada 2023 r. prowadzona była intensywna kampania krajowa na antenach największych polskich stacji telewizyjnych: TVP, Polsat i TVN, która obejmowała ponad 6 200 emisji spotów przedstawiających walory turystyczne Małopolski i Krakowa. Kampania wzmocniona była również działaniami marketingowymi w Internecie, mediach społecznościowych oraz w serwisie vod/player, gdzie zaplanowano minimum 1 mln emisji spotów. Małopolskę wraz z jej stolicą można podziwiać w 2023 r. w najpopularniejszych programach telewizyjnych: „Pytanie na Śniadanie” na antenie TVP, gdzie do końca października zrealizowano emisję 17 programów, w dużych formatach programów TVN: „MasterChef – Wielkie Grillowanie” (na Zakrzówku) oraz „MasterChef”, a także w formacie turystycznym, czyli w programie „Polska na weekend” (promowano m.in. lokalne produkty na Kleparzu, Muzeum Inżynierii Miejskiej, dziedzictwo Młodej Polski, punkty widokowe Krakowa i wiele innych); w Krakowie zrealizowane zostały też 2 dwudniowe studia weekendowe „Dzień dobry Wakacje” (w lipcu i sierpniu) oraz wejścia pogodowe do „Dzień dobry TVN” (w Krakowie od czerwca do września). W studiu promowano m.in. 45-lecie wpisania Krakowa na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO (pokazano zarówno Stare Miasto, jak i Nową Hutę), aktywność ruchową (wraz z Zarządem Infrastruktury Sportowej) czy wybrane tereny rekreacyjno-edukacyjne Krakowa (las Wolski z ZOO, ogród botaniczny, Ogród Doświadczeń)

wide

open

for
culture



Experience
Kraków.
Visit Małopolska.





Dodatkowo w czerwcu i lipcu miała miejsce głośna kampania promocyjna „Wakacyjne pociągi do Małopolski” na antenie RMF FM, poprzedzona akcją „Spotkajmy się pod Adasiem” w Gdyni, gdzie na krótko stanęła kopia pomnika Adama Mickiewicza.



W trakcie wakacji z różnych stron kraju przyjechały do Małopolski 4 składy pociągów, na pokładzie których znalazły się gwiazdy polskiej muzyki, sportowcy, influencerzy, kucharze, a przede wszystkim Polki i Polacy, którzy bilety na przejazdy pociągami zdobyli w ogólnopolskim konkursie organizowanym na antenie RMF FM (do udziału w akcji zgłosiło się łącznie 1 089 osób). W ramach popularyzacji akcji wakacyjnych pociągów do Małopolski zrealizowano 59 wejść antenowych z odniesieniami do kampanii. Promocja została wzmocniona poprzez produkcję 4 wersji spotów radiowych i ich emisję na antenie RMF FM (zrealizowano 109 emisji).

Dodatkowo działania promocyjne zostały wzmocnione w serwisie internetowym RMFon, gdzie wyemitowano 160 spotów, zachęcając do odwiedzenia Krakowa i odkrycia Małopolski. Wydarzenie miało też priorytetowe wsparcie w serwisach informacyjnych RMF FM; w Faktach RMF FM pojawiło się w sumie ponad 70 różnych informacji na temat akcji. Kilkanaście dodatkowych informacji pojawiło się w internetowym Radio RMF24. Oprócz tego zachęcano szerokie grono słuchaczy do zainteresowania się atrakcjami turystycznymi Małopolski w kanałach internetowych RMF FM.







Tak szerokie, różnorodne działania promocyjne radiowe i telewizyjne pozwalają dotrzeć z zaproszeniem do Krakowa i Małopolski, do każdego mieszkańca naszego kraju oraz do turystów z zagranicy.

Projekt „Małopolska – cel podróży” to pierwszy tego typu projekt realizowany w całości z Funduszy Europejskich, w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Małopolskiego na lata 2014 – 2020. Budżet kampanii to 24 mln zł, w tym: 16 mln zł przeznaczonych jest na część zagraniczną, a 8 mln zł na część krajową.

Projekt zostanie szczegółowo podsumowany pod koniec 2023 roku.

2. Twierdza Kraków

Produkt Twierdza Kraków to idea promocji dziedzictwa architektury obronnej Krakowa. To Wawel, mury obronne z Bramą Floriańską i Barbakanem, a także ponad sto obiektów z XIX-wiecznej Twierdzy Kraków, które mieszczą się w różnych częściach miasta oraz poza jego granicami administracyjnymi. Są to nie tylko budynki bojowe, jak: forty, czy bastiony, ostrogi bramne i szańce, ale przede wszystkim budynki zaplecza – dawne koszary, magazyny, stajnie, wozownie, garaże, hangary, obiekty inżynieryjne jak dworzec kolejowy, lotnisko, mosty. Dziedzictwem Twierdzy są także: drogi łączące poszczególne obiekty ze sobą, a także zieleń służąca do maskowania obiektów wojskowych, do ćwiczeń, a także do relaksu jak ogrody, czy parki. Do najbardziej znanych terenów zielonych pozostałych po obszarach służących żołnierzom i obronie w Krakowie należą Planty, wytyczone w miejscu dawnej fosy

i przedpola, a także Błonia, gdzie ćwiczyły oddziały konne, Błonia Rakowickie, gdzie umieszczono pierwsze lotnisko w Krakowie, a także liczne aleje obsadzone drzewami, czy parki, w które zamieniły się zielone tereny otaczające forty. Wszystkie te obiekty i tereny zostały wchłonięte przez ostatnie dekady przez rozrastające się miasto i wkomponowały się w jego tkankę.

Marka „Twierdza Kraków” powstała z związku z koniecznością przywrócenia świadomości publicznej dziedzictwa architektury obronnej Krakowa, w tym Wawelu, murów obronnych, Bramy Floriańskiej, Barbakanu i największego kompleksu obronnego z przełomu XIX i XX w. w Europie Środkowej. Podstawowym narzędziem służącym kreowaniu wizerunku marki jest System Identyfikacji Wizualnej Twierdzy Kraków, wdrożony w grudniu 2021 r. Podkreśla on historyczny i militarny charakter, w pochwałę misternego i pełnego detali wzornictwa i architektury. Opracowano uniwersalny i rozpoznawalny znak graficzny w wersji polskiej i angielskiej, system ikon i ilustracji oraz wzory materiałów promocyjnych w wersji drukowanej jak i cyfrowej.

Wydział ds. Turystyki nadzoruje zgodnie z SIW zastosowanie logotypu Twierdzy Kraków na materiałach promocyjnych interesariuszy projektu. Opracowany System Identyfikacji Wizualnej, w tym logotyp, stanowi podstawę promocji marki Twierdza Kraków. Logotyp składa się z sygnetu oraz części typograficznej. Sygnet bezpośrednio nawiązuje do wojskowego pagonu oraz połączenia liter „TK” - popularnie używanego skrótu nazwy Twierdza Kraków. Ponadto, jest spójny ze zdobieniami namalowanymi na bramach fortyfikacji.

Głównym nośnikiem informacji oraz narzędziem promocyjnym projektu „Twierdza Kraków” jest profesjonalna strona internetowa w Miejskiej Platformie Internetowej (MPI) „Magiczny Kraków”. Strona została przygotowana w trzech etapach: opracowanie i uruchomienie prototypowej wersji strony internetowej, implementacja i uruchomienie bazy obiektów Twierdzy Kraków oraz wersji końcowej strony internetowej w języku polskim, wdrożenie wersji strony internetowej w języku angielskim (www.fortresskrakow.pl).

II edycja Dni Twierdzy Kraków:

- **ponad 4 tysiące gości,**
- **20 partnerów,**
- **32 obiekty Twierdzy Kraków, które zostały udostępnione odwiedzającym.**

Wydarzenie jest organizowane przez Gminę Miejską Kraków od 2022 roku. W 2023 r. odbyło się ono we współpracy z Muzeum Armii Krajowej im. Gen. Emila Fieldorfa „Nila” w Krakowie oraz zarządcami obiektów dawnej Twierdzy Kraków, które otrzymały drugie życie i służą mieszkańcom naszego miasta. Podobnie jak rok wcześniej, Dni Twierdzy Kraków przeprowadzono w ramach Europejskich Dni Dziedzictwa, prestiżowej imprezy, która odbyła się po raz 31. Od 8 do 17 września 2023 r. zainteresowani mieszkańcy i turyści mieli do wyboru blisko 60 wydarzeń w 32 obiektach pofortecznych. Trzeba podkreślić, że 12 obiektów i 7 zarządzających nimi instytucji wzięło udział w Dniach Twierdzy Kraków po raz pierwszy. Dla prawie 4 tysięcy gości, którzy uczestniczyli w wydarzeniach Dni Twierdzy Kraków, Wydział ds. Turystyki i Muzeum Armii Krajowej przygotowały łącznie:

- **38 spacerów,**
- **24 oprowadzania po obiektach,**
- **15 warsztatów,**
- **12 wykładów,**

- 5 koncertów,
- 5 projekcji filmowych,
- 2 pokazy grup rekonstrukcyjnych,
- 2 spektakle taneczne oraz 1 wydarzenie sportowe.

Uczestnikom wydarzeń ofiarowano także materiały promocyjne. Był to: nowy zestaw ulotek w formacie DL o obiektach biorących udział w wydarzeniu oraz książeczka na pieczętki. Wbicie pieczętki do książeczki potwierdza zwiedzenie kolejnego obiektu twierdzy (w akcji uczestniczą wybrane miejsca związane z Twierdzą Kraków). Obiekty biorące udział w akcji otrzymały od Wydziału ds. Turystyki specjalne pieczętki i tusz. Akcja z książeczką stanowi udaną kontynuację przedsięwzięcia rozpoczętego w 2022 r. pn. „Odkrywaj Twierdżę Kraków, zdobywaj pieczętki i odbieraj atrakcyjne nagrody!”. Po uzyskaniu stosownej liczby pieczętek można je wymienić na gadżety opatrzone logotypem Twierdzy Kraków i Miasta Krakowa. W skład nagród wchodziły worko-plecaki, czapki i opaski odblaskowe oraz przypinki w dwóch wariantach kolorystycznych oraz książka wydana przez Urząd Miasta Krakowa w 2022 r. pt. „Spacerem przez Twierdżę Kraków. Krótki przewodnik po wybranych obiektach”. Informacja o dniach Twierdzy Kraków pojawiła się dość szeroko w mediach, m.in.: „Gazecie Wyborczej”, RMF, w telewizjach TVP Kraków, Telewizji Kraków.pl, na portalach internetowych: Magiczny Kraków – Kraków.pl, LoveKrakow.pl



Tegoroczne dni rozpoczęły się 8 września 2023 r. spotkaniem Przyjaciół Twierdzy Kraków, w tym przedstawiciela Twierdzy Przemysł, w Muzeum Armii Krajowej. Następnego dnia, 9 września, w forcie „Swoszowice” odbyło się uroczyste rozpoczęcie II edycji Dni Twierdzy Kraków, podczas Swoszowickiego Pikniku Patriotycznego. Wydarzenie było połączone z 10-leciem Muzeum Spraw Wojskowych. Kumulacją ciekawych wydarzeń były oczywiście weekendy: 9-10 i 16-17 września, by w imprezie mogło wziąć udział jak najwięcej zainteresowanych. Specyfika architektury fortecznej, pełna wąskich przejść, pomieszczeń i podejść, nakłada na organizatorów limity uczestników, by zapewnić im komfort i bezpieczeństwo podczas zwiedzania. Aby jak najwięcej osób mogło uczestniczyć w Dniach TK, niektóre wydarzenia zostały zorganizowane również w dni powszednie.

Inne działania promocyjne

Twierdza Kraków pojawiła się jako jedna z krakowskich atrakcji turystycznych promowanych w ramach krajowej odstony projektu partnerskiego „Małopolska – cel podróży”. 13 maja na antenie TVP, w programie „Pytanie na śniadanie” telewizyjnie mogli poznać zrewitalizowany fort „Borek”, dziś siedzibę oddziału Centrum Kultury Podgórze. Sierpniowe studio wyjazdowe „Dzień Dobry Wakacje TVN” (5-6 sierpnia) było z kolei okazją do zapoznania zgromadzonych w weekend przed telewizorami widzów z unikatowym produktem turystycznym, jakim jest twierdza i zaproszenia do uczestnictwa w Dniach Twierdzy Kraków.

Akcje promujące Twierdzę Kraków były podejmowane także przez inne organizacje, we współpracy z Gminą Miejską Kraków. Należy tu wymienić Oddział Wojskowy PTTK im. gen. Józefa Bema, który od 6 do 7 października 2023 r. przeprowadził jubileuszowy XXX Rajd Twierdzy Kraków, prezentując obiekty twierdzy i promując Twierdzę Kraków jako produkt turystyczny. W rajdzie udział wzięło ponad 60 osób. 18 listopada 2023 r. kolejny spacer kulturalno-historyczny prezentujący Twierdzę Kraków zorganizowała Rada Dzielnicy III Prądnik Czerwony wspólnie z Młodzieżowym Domem Kultury przy al. 29 Listopada 102. W spacerze udział wzięło około 30 osób.

19 i 20 października 2023 r. w Krakowie gościli przedstawiciele gmin fortecznych: Warszawy, Poznania, Torunia, Przemyśla, Kostrzyna nad Odrą, Zamościa i Kłodzka. Spotkanie pozwoliło na wymianę doświadczeń z zakresu zarządzania i promocji obiektów fortecznych.



Goście odwiedzili stolicę Małopolski na zaproszenie Gminy Miejskiej Kraków. Główny organizator pobytu gości – Zarząd Budynków Komunalnych – wspólnie z Wydziałem ds. Turystyki przygotował program, który miał zaprezentować osiągnięcia ostatnich lat Gminy Miejskiej Kraków w dziedzinie remontów, rewitalizacji i adaptacji obiektów fortecznych do nowych funkcji. W trakcie dwudniowej wizyty goście odwiedzili: bastion III „Kleparz”, fort 2 „Kościuszko”, ostróg bramny „Bielany”, fort 52 ½ S „Sidzina”, fort 52a „Jugowice” oraz fort 52 „Borek”.

Są to ważne miejsca dla współczesnego produktu turystycznego Twierdza Kraków. W bastionie „Kleparz”, który jest własnością prywatną, działa restauracja oraz organizowane są koncerty i wystawy sztuki. W forcie „Kościuszko” należącym do Gminy Miejskiej Kraków, działa Komitet Kopca Kościuszki, który prowadzi Muzeum Kościuszkowskie oraz dba o kopiec naczelnika, zaś w części dawnych budynków koszarowych mieści się ogólnopolska rozgłośnia radiowa. Obecnie trwa częściowa odbudowa bastionów zniszczonych po II wojnie światowej.

Ostróg bramny „Bielany” jest własnością Gminy Miejskiej Kraków. Działa w nim punkt gastronomiczny obsługujący rowerzystów, którzy korzystają z pobliskich ścieżek. W forcie „Sidzina” swoją siedzibę ma fundacja Pełna Życia, która prowadzi tam działalność statutową na rzecz osób z niepełnosprawnościami. Fort „Jugowice” został oddany po remoncie w 2022 r., działa tam filia Muzeum Krakowa oraz Centrum Ruchu Harcerskiego (od września 2023 r.). Fort „Borek” został oddany od użytku w lipcu 2022 r. Z powodzeniem funkcjonuje w nim filia Centrum Kultury Podgórze oraz Biblioteka Piosenki Polskiej. W forcie znajduje się także ścieżka kulturalno-dydaktyczna, a z możliwości odwiedzenia fortu w ciągu pierwszego roku działalności skorzystało ponad 70 tys. osób.

Nagrody i wyróżnienia

Twierdza Kraków jako produkt turystyczny cieszy się coraz większym zainteresowaniem turystów, mieszkańców oraz miłośników dawnej architektury. O rosnącej atrakcyjności produktu turystycznego, jakim jest dziś Twierdza Kraków, świadczą nagrody, które uzyskał ten wyjątkowy miejski projekt.

Na początku września 2023 r. Twierdza Kraków otrzymała tytuł „Turystycznego Produktu Roku 2023”, który przyznała kapituła Forum Biznesu. Program i znak Turystyczny Produkt Roku mają wskazywać ciekawe i warte odwiedzenia miejsca w naszym kraju oraz interesujące produkty i projekty z branży turystycznej. Uzyskanie tego tytułu potwierdza, że dany produkt/projekt reprezentują najwyższe standardy i gwarantują klientom jakość na najwyższym poziomie. Jego celem jest również kreowanie i wzmacnianie pozytywnego przekazu związanego z działalnością na rzecz promocji kultury, zarówno wśród lokalnej społeczności, jak i turystów.

Nagrody przyznawane są w dwóch kategoriach: Turystyczna Usługa Roku oraz Turystyczny Produkt Roku. Są one przyznawane od siedmiu lat. Obecnie laureatami zostało 5 firm, a Kraków jest jedynym nagrodzonym samorządem. Laureaci Programu spotkali się 1 grudnia 2023 r. w Krynicy-Zdrój podczas Kongresu Turystyki Polskiej, w czasie którego odbywa się także uroczysta Gala Finałowa. Pomysł nagradzania najlepszych produktów oraz usług powstał kilka lat temu podczas Kongresu Turystyki Polskiej w Świdnicy. Organizatorem programu konkursowego jest serwis internetowy ForumBiznesu.pl, które ma swoje wydanie prasowe Forum Biznesu w Dzienniku Gazecie Prawnej.



26 października 2023 r. Twierdza Kraków otrzymała najwyższe wyróżnienie wśród nagród konkursu „Odys” – „Złotego Odysa Kapituły”

Celem konkursu istniejącego od 1995 r. jest promocja najlepszych pod względem jakości produktów i ofert z terenu Małopolski. Oceny zgłoszonych podmiotów dokonuje kapituła powołana przez organizatora – Krakowską Izbę Turystyki. Jej skład tworzą przedstawiciele samorządów gospodarczych i terytorialnych, uczelni wyższych, mediów oraz eksperci działający w branży turystycznej.

Kapituła w czasie tegorocznych obrad jednogłośnie przyznała najwyższe wyróżnienie – nagrodę „Złotego Odysa Kapituły” – produktowi turystycznemu Twierdza Kraków. Członkowie kapituły docenili innowacyjne wykorzystanie dziedzictwa miasta, jego szerokie zastosowanie dla mieszkańców i turystów oraz zaangażowanie do współpracy dużego grona partnerów, zarządzających dziś dawnymi obiektami twierdzy.



Obie nagrody są uhonorowaniem działań nie tylko krakowskiego samorządu, ale przede wszystkim wielu podmiotów i opiekunów dziedzictwa architektury obronnej Krakowa.

3. Krakowianki

W 2023 r. Wydział ds. Turystyki kontynuował działania w ramach projektu „Szlak kobiet Krakowa – krakowianki”. Włączył się aktywnie we współorganizację wydarzenia „Miesiąc Krakowianek”, który odbył się w marcu tego roku. **Wspólnie z Kołem Grodzkim PTTK przygotowano bezpłatne oprowadzania dla mieszkańców i turystów szlakiem krakowianek.**

We współpracy z Pełnomocnik Prezydenta Miasta Krakowa ds. Polityki Równościowej Niną Gabryś wytyczono szlak prezentujący rolę kobiet w rozwoju Krakowa po Starym Mieście.

Został on przygotowany w formie mapy. Jest dostępny jako PDF na stronie Kraków.pl oraz w postaci składanej ulotki, dostępnej m.in. w Wydziale ds. Turystyki. Szlak był promowany w 2023 r. m.in. w czasie targów turystycznych ITTF w Warszawie w marcu 2023 r., gdzie spotkał się z dużym zainteresowaniem.

Krakowianki jako projekt był także promowany w ramach kampanii turystycznej „Małopolska – cel podróży”, realizowanej wspólnie przez Gminę Miejską Kraków i Województwo Małopolskie wraz Małopolską Organizacją Turystyczną (w roli lidera projektu).

„Krakowianki” trafiły także do ogólnopolskiego odbiorcy. Produkt turystyczny został omówiony w programie „Dzień dobry” TVN w niedzielę, 4 czerwca 2023 r. Na potrzeby działań dziennikarskich wyznaczono miejsca nagrania związane z bohaterkami szlaku po Starym Mieście, a do programu zaproszono ekspertkę w dziedzinie herstorii i dziejów krakowianek dr hab. Agnieszką Chłostę-Sikorską prof. UKEN z Uniwersytetu Komisji Edukacji Narodowej.



Obecnie trwają działania nad wytyczeniem kolejnych trzech szlaków kobiet: po Kazimierzu i Podgórzu, szlaku poświęconego kobietom związanym z Nową Hutą oraz alternatywnej trasy po Starym Mieście, bo powstały w tym roku szlak nie wyczerpał potencjału tego obszaru Krakowa i jego herstorii. Zlecono opracowanie nowych biogramów oraz nowych tekstów. Na koniec listopada 2023 r., szlak kobiet Krakowa liczy 104 biogramy. Są dostępne na stronie Kraków.pl w zakładce „Trasy turystyczne”:

https://www.krakow.pl/odwiedz_krakow/255901,artykul,szlak_kobiet_krakowa_krakowianki.html

4. Turystyka Medyczna w Krakowie

Turystyka medyczna, rozumiana jako podróż poza własny region lub kraj w celach leczniczo-wypoczynkowych, jest stale nabierającą na znaczeniu gałęzią usług na całym świecie. Dzięki rozwojowi i postępującej globalizacji, popularność Krakowa jako jednego z kierunków turystyki medycznej wyraźnie wzrosła.

W roku 2023 działania na rzecz promocji turystyki medycznej były skoncentrowane na przygotowaniu badań jakościowych i przeprowadzeniu ich wśród istotnych podmiotów, zajmujących się turystyką medyczną w Krakowie. Na podstawie badań stworzony został szczegółowy raport, zawierający analizę i wnioski na temat lokalnej turystyki medycznej. Zaktualizowano także bazę podmiotów medycznych w Krakowie zainteresowanych turystyką medyczną. Szczegółowe działania:

- uzupełniono bazę podmiotów o nowe placówki, które powstały po 2019 r. oraz wykreślono z bazy placówki нефункционujące;
- przeprowadzono ocenę stron internetowych pod kątem tłumaczeń językowych oraz dostępności informacji kontaktowych dla pacjenta;
- zrealizowano dystrybucję mailingu z kwestionariuszem dotyczącym: zainteresowania tematyką turystyki medycznej, liczbą obsłużonych pacjentów zagranicznych w 2022 r. i pierwszej połowie 2023 r. Pytania rozesłano wśród wszystkich podmiotów, które mają strony internetowe przetłumaczone na co najmniej jeden język obcy, a także oferują zabiegi (a nie tylko konsultacje), świadczone przez zespół min. 2 osobowy;
- przeprowadzenie badań jakości na podstawie odpowiedzi na proste zapytania ze strony pacjentów zagranicznych (badanie metodą tajemniczego klienta) na próbie wszystkich podmiotów, które zdecydowały się odpowiedzieć na e-mail dotyczący zainteresowania podmiotu turystyką medyczną. Baza przekazana zostanie w formie arkusza Excel. Zestawienie uzupełni zwięzły opis procesu badania, wnioski i odniesienie do badań z 2019 r. zawierających celowy wybór placówek do badań jakościowych reprezentujących różnorodną gamę usług medycznych. Kwestionariusz wywiadu obejmować będzie ok. 7-10 zagadnień dotyczących m.in: dotychczasowych doświadczeń, zmian na rynku w zakresie ilościowym i jakościowym, prognozowanych trendów, wskazówek dotyczących kierunków promocji destynacji, oczekiwań, konkurencji, w tym przeprowadzenie przez wykonawcę badań min. 10 wywiadów indywidualnych z przedstawicielami kadry zarządzającej wybranych podmiotów.

Raport z badań zostanie opublikowany na stronie turystykamedyczna.krakow.pl w II połowie grudnia 2023 r.

5. Reklama

W 2023 roku Wydział ds. Turystyki zamieścił reklamy w następujących tytułach (branżowych, popularnych i regionalnych) :

- Tygodnik Powszechny – wakacyjne wydanie specjalne pt. „Wolność czytania” o tematyce „Kraków – miasto UNESCO”, nakład 20 000 sztuk;
- „Dziennik Gazeta Prawna” – ogólnopolskie wydanie specjalne Forum Biznesu; średnia sprzedaż dziennika z 2022 r.: powyżej 31 000 sztuk. Bezpłatna dystrybucja wydania wśród uczestników Forum Ekonomicznego w Karpaczu;
- Kaleidoscope – nakład 35 000 sztuk. Czytelnicтво jednego wydania 250 000;
- Wiadomości Turystyczne - nakład 26 000. Bezpłatna dystrybucja na Targach m.in. TT Warsaw – Warszawa;
- magazyn „Góry” – wydanie specjalne poświęcone 25-leciu Grupy Jurajskiej GOPR – nakład 5 000;
- magazyn „Świat Podróże Kultura”. Bezpłatna dystrybucja na Targach m.in. TT Warsaw – Warszawa;

6. Udział w międzynarodowych i krajowych targach turystycznych w partnerstwie z Polską Organizacją Turystyczną i Małopolską Organizacją Turystyczną



Jak co roku, pracownicy Wydziału ds. Turystyki reprezentowali miasto Kraków na wybranych krajowych i zagranicznych targach turystycznych. Podczas targów prezentowane były oferty touroperatorów, biur podróży, miast, regionów, uzdrowisk, ośrodków odnowy i rekreacji, usług transportowych i hotelarstwa, kierowane zarówno do indywidualnego, jak i biznesowego klienta (w zależności od profilu wydarzenia). Przedstawiciele miasta Krakowa biorą udział w imprezach targowych we współpracy z polską organizacją turystyczną i małopolską organizacją turystyczną.

Targi, podczas których w 2023 r. prezentowana była oferta miasta to:

- **Vakantiebeurs Utrecht (styczeń)**
- **FITUR Madryt (styczeń)**
- **MATKA Helsinki (styczeń)**
- **FESPO Zurych (luty)**
- **Reisen Hamburg (luty)**
- **ITB Berlin (marzec)**
- **ITTF Warszawa (marzec)**
- **Międzynarodowe Targi Turystyki Przemysłowej Zabrze (kwiecień)**
- **WTM Londyn (listopad)**
- **T&C Lipsk (listopad)**
- **TT Warszawa (listopad)**

Powyższe wydarzenia odwiedziło ponad 500 000 osób.

7. Wizyty dziennikarskie i touroperatorów

Wizyty studyjne są realizowane przez Wydział ds. Turystyki Urzędu Miasta Krakowa na podstawie rekomendacji Zagranicznych Ośrodków Polskiej Organizacji Turystycznej (ZOPOT). ZOPOT-y tworzone są w krajach perspektywicznych dla rozwoju turystyki przyjazdowej do Polski. Obecnie POT posiada 16 takich ośrodków, m.in. w Niemczech, Francji, Wielkiej Brytanii, Włoszech i Stanach Zjednoczonych. Ośrodki te znajdują się w krajach kluczowych dla rozwoju krakowskiej turystyki.

Na podstawie rekomendacji ZOPOT-ów z gościnności Gminy Miejskiej Kraków korzystają dziennikarze, blogerzy, jak również touroperatorzy, reprezentujący biura podróży i organizacje tworzące produkty turystyczne. Przedstawiciele tych grup mają różnorodny wpływ na aktywnie podróżujących mieszkańców świata. Szeroko rozumiane media popularyzują i kształtują wizerunek miejsc turystycznych (miast, regionów, krajów), w tym Krakowa. Touroperatorzy mają zaś kluczowy wpływ na turystykę grupową. Obecność Krakowa w ofercie touroperatorów (m.in. w cyklicznych katalogach) jest więc istotnym czynnikiem.

Usługi, jakie otrzymują goście w ramach wizyty studyjnej to oprowadzanie z certyfikowanym przewodnikiem, posiłki, hotel, transfer z lotniska. Zakres świadczonych usług różni się w zależności od zgłoszonego zapotrzebowania, wkładu ZOPOT-u, bądź wkładu własnego gościa. Najczęściej wizyty studyjne trwają 1-2 dni i mają szczerze wypełniony harmonogram.

Od stycznia do grudnia 2023 r. Wydział ds. Turystyki zaangażowany był w organizację/współorganizację **55 z 58 zaplanowanych wizyt studyjnych** (3 zostały anulowane na prośbę gości z przyczyn losowych). **42 razy** miasto odwiedzali goście związani z mediami, wliczając w to przedstawiciele prasy tradycyjnej i internetowej, telewizji, blogów, portali i influencerów, zaś touroperatorzy gościli w mieście **13 razy**. W sumie, wsparcie ze strony Gminy Miejskiej Kraków podczas pobytu w mieście i przygotowaniu materiałów na temat Krakowa otrzymały **182 osoby** (48 dziennikarzy, 130

touroperatorów, 4 blogerów). Wizyt przedstawicieli mediów jest więcej niż wizyt touroperatorów, jednak ta druga grupa często podróżuje w licznym, międzynarodowym składzie, co przekłada się na silną reprezentację w statystykach odwiedzin. Szacunkowy koszt zorganizowanych wizyt to ok. **170 000 PLN**. Według estymacji otrzymanych od ZOPOT-ów, można szacować, że ekwiwalent reklamowy¹ w 2023 roku przekroczył kwotę **3 572 069,65 PLN**. Zasięg reklamy szacuje się na ponad **12 471 000** (zbiorczo: nakłady prasy, oglądalność, liczba obserwujących media społecznościowe itd.). Ostateczny koszt będzie znany po zamknięciu roku. W przypadku wizyt touroperatorów przelicznik ten nie jest możliwy do zastosowania ze względu na specyfikę działalności. Kluczowym rezultatem wizyt touroperatorów jest obecność Krakowa w ich ofercie na kolejny sezon/rok. Podobnie, jak w przypadku przedstawicieli mediów, Wydział ds. Turystyki przekazuje touroperatorom pakiety prasowe (teksty, zdjęcia), jeśli zgłoszą takie zapotrzebowanie. Materiały są następnie wykorzystywane w internecie czy folderach promocyjno-informacyjnych.

Zrealizowane wizyty w podziale na kontynenty, wiodące kierunki

Największą popularnością Kraków cieszy się **wśród gości z obszaru Europy**, ale zauważalny jest również wzrost liczby wizyt gości ze **Ameryki Północnej** (po przerwie spowodowanej pandemią, a następnie wojną w Ukrainie). Najwięcej, bo 8 wizyt odnotowano z **Hiszpanii**, tyle samo gości przyjechało do Krakowa z **Francji**. 4 razy stolicę Małopolski odwiedzali goście z Włoch i Belgii. 3 wizyty studyjne Wydział ds. Turystyki organizował dla gości z USA, 2 z Kanady, a 4 z Wielkiej Brytanii (w tym 1 z Irlandii Północnej). Odbyły się również 3 wizyty studyjne dla gości z Niemiec. 3 razy miasto przyjmowało gości z Czech, a raz ze Słowacji (jest to wyraźna **tendencja wzrostowa**, na którą wpływ miało otwarcie w 2023 r. Zagranicznego Ośrodka Polskiej Organizacji Turystycznej w Pradze). Warto także odnotować wizyty z Brazylii (1), Azerbejdżanu (1), Turcji (1), Chin (1), Japonii (1), Argentyny (1) i Gruzji (1).

Warto przy tej okazji przytoczyć dane z 2023 roku: Kraków odwiedziło ponad 80 proc. turystów zagranicznych przyjeżdżających do Małopolski. Miasto od lat pozostaje lokomotywą, która przyciąga turystów do regionu. Szczegółowa analiza statystyki przyjazdów wskaże jasno na korelację między wizytami studyjnymi a popularnością Krakowa wśród mieszkańców takich krajów, jak Wielka Brytania czy Niemcy (to jedne z rynków docelowych dla Krakowa), Hiszpania i Francja (Kraków jest bardzo popularny m.in. ze względu na bogatą siatkę połączeń lotniczych między hiszpańskimi i francuskimi miastami a stolicą Małopolski). Potencjał rozwojowy jest również zauważalny jeśli chodzi o zainteresowanie Krakowem ze strony mieszkańców Beneluksu (Belgii, Holandii, Luksemburga). Po wstrzymaniu wizyt studyjnych z obu Ameryk i Azji ze względu na pandemię COVID-19, w 2023 roku również widać odnowienie zainteresowania Krakowem ze strony mediów i touroperatorów z tych kontynentów. Pokazuje to, że należy kontynuować organizację wizyt z tych obszarów, ponieważ mają one wpływ na odbudowę ruchu turystycznego z krajów dalekich do Krakowa.

Podział ze względu na medium

Najsilniej reprezentowaną grupę podczas przyjmowanych w ramach wizyt studyjnych gości stanowią przedstawiciele szeroko rozumianych mediów. Są to dziennikarze i *media workerzy* związani z prasą

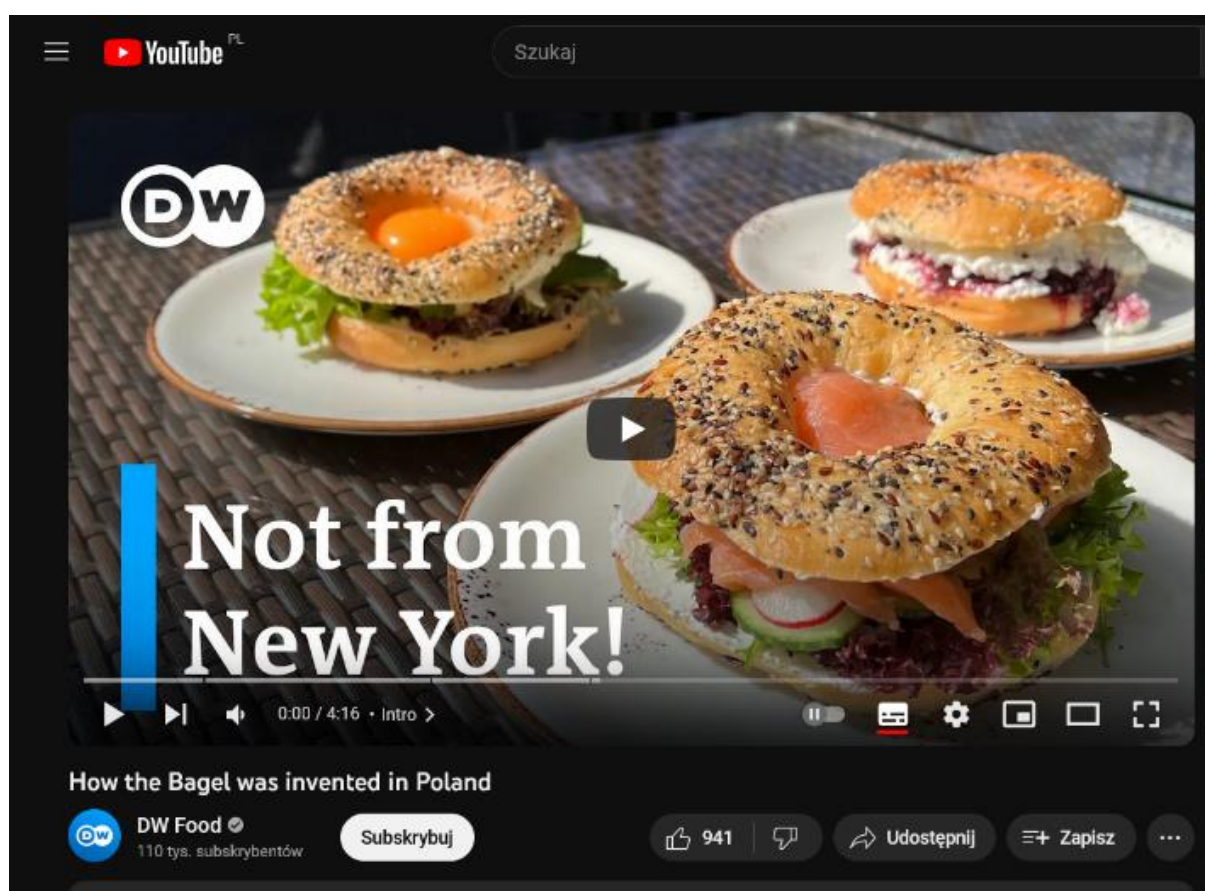
¹ AVE - wycena danego przekazu określana w danej walucie; polega na szacowaniu wartości publikacji lub emisji danego przekazu na podstawie cenników reklamowych medium, powierzchni publikacji, liczby odsłon, liczby unikatowych użytkowników czy czasu trwania programu. Wyraża sumę środków finansowych, jakie potrzeba byłoby, gdyby dany materiał był reklamą. W wycenie szacunkowej określa się cenę całej publikacji

i telewizją, ale tytuły, które reprezentują najczęściej posiadają także witrynę internetową, gdzie publikują na bieżąco swoje materiały. To samo tyczy się radiowców wizytujących Kraków – ich materiały w formie plików dźwiękowych są często publikowane do odsłuchu za pośrednictwem playerów na stronach internetowych, pojawiają się także zapisy wideo z radiowego studia, dokumentujące rozmowę prowadzącego z gościem.

Kraków chętnie odwiedzają też profesjonalni i hobbystycznie blogujący podróżnicy, którzy swoimi relacjami z różnych zakątków świata umiejętnie budują bazę wiernych odbiorców w mediach społecznościowych.

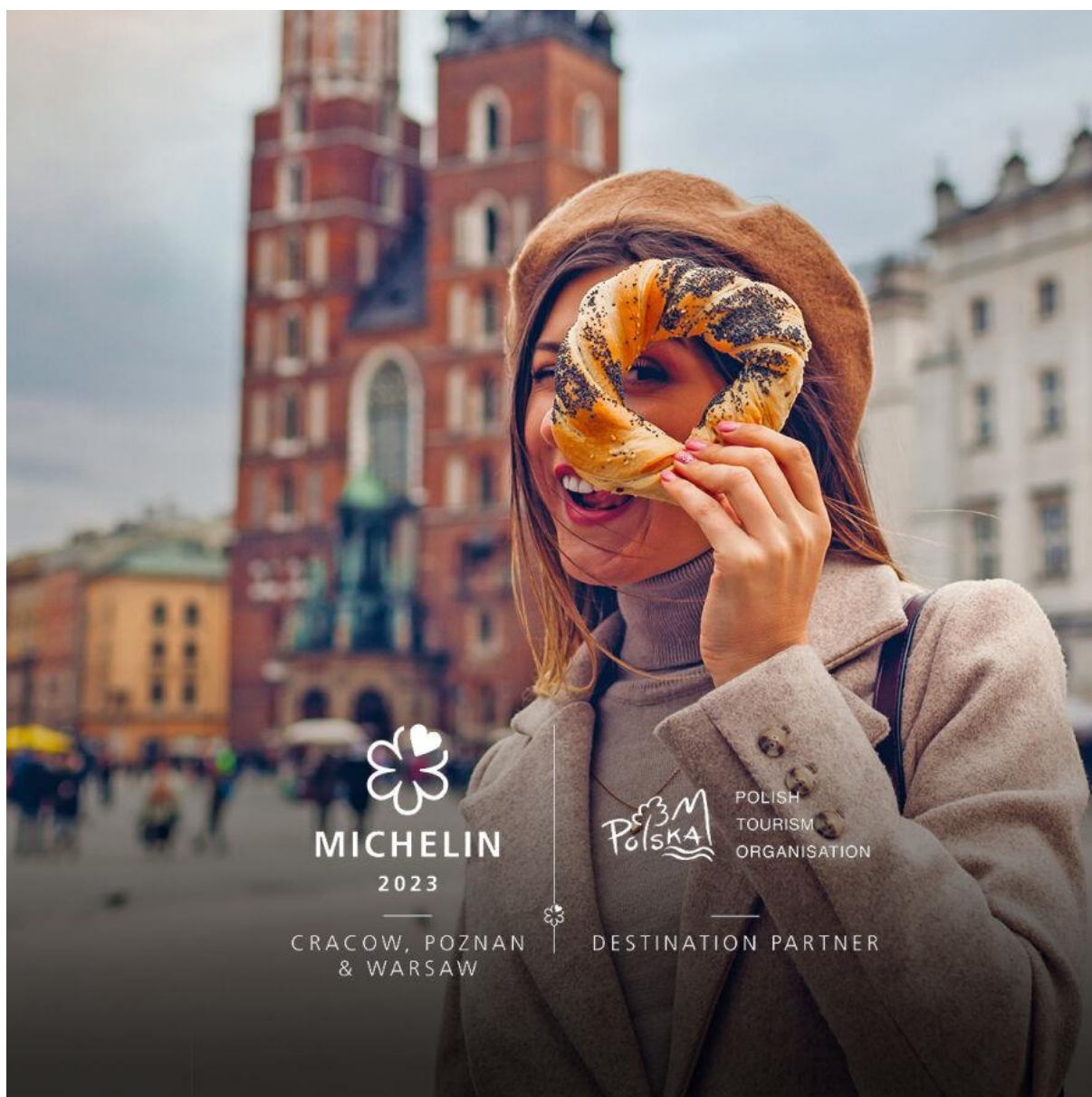
Najpopularniejsze tematy

Wśród tematów związanych z Krakowem popularność utrzymują informacje na temat atrakcji wartych zobaczenia podczas krótkiego pobytu (*city break*), ale nie tylko. Pytania gości podejmowanych podczas wizyty studyjnych obejmowały takie zagadnienia, jak historia miasta i jego zabytki, dziedzictwo materialne i niematerialne, szczególnie w kontekście 45-lecia wpisu na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO. Pytano też o propozycje kulturalne (wystawy, festiwale, koncerty, spektakle), dostępność i atrakcje dla osób zwiedzających z rodziną z dziećmi, osób ze szczególnymi potrzebami (udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami). Jak zawsze popularnością cieszyły się zagadnienia kulinarne: tradycyjne i współczesne smaki Krakowa i Małopolski, lokale i place handlowe oferujące lokalne produkty i potrawy itp. Przykładowy materiał, przygotowany przez „Deutsche Welle”:
<https://www.youtube.com/watch?v=nO6AUtpguVM>



W miesiącach jesienno-zimowych większość wizyt dotyczy najważniejszych atrakcji sezonu świątecznego, jak jarmark bożonarodzeniowy na Rynku Głównym, wystawa szopek krakowskich w Muzeum Krakowa czy tradycyjne potrawy wigilijne.

Kulinaria miały w tym roku szczególne znaczenie, ponieważ krakowska restauracja, po raz pierwszy w historii Polski, otrzymała dwie gwiazdki w słynnym przewodniku Michelin. Warto przy tej okazji wspomnieć, że w 2023 r. Polska Organizacja Turystyczna i Michelin Guide podpisali porozumienie w sprawie umieszczenia polskich miast w znanym na całym świecie przewodniku Michelin. Promocją zostały objęte Warszawa, Kraków i Poznań, a także ich okolice. Spośród 49 lokali wyróżnionych w tegorocznej edycji aż 18 znajduje się w Krakowie.



8. Akcja „Zdobynamy Odznakę Przyjaciela Krakowa”

Kolejny rok, we współpracy z Kołem Grodzkim PTTK przeprowadzono akcje „Zdobynamy Odznakę Przyjaciela Krakowa” i „Zdobynamy Dziecięcą i Młodzieżową Odznakę Przyjaciela Krakowa”. Akcja „Zdobynamy Odznakę Przyjaciela Krakowa” pozwala mieszkańcom Krakowa i jego okolic poznać historię, zabytki, muzea oraz inne obiekty, składające się na dziedzictwo historyczne i materialne dawnej stolicy Polski. Zapoczątkowana została w listopadzie 1972 r. i trwa nieprzerwanie do dzisiaj, co sprawia, że jest jedyną taką akcją w skali całego kraju pod względem cykliczności i rozmachu. Udział w akcji biorą osoby w różnym wieku, przeważają osoby pracujące i seniorzy, ale coraz większy udział bierze także młodzież szkolna. Spacerują mają formułę nieodpłatną. Gmina Miejska Kraków pełni dla PTTK rolę partnera strategicznego, finansującego przedsięwzięcie.

W I półroczu akcji, w akcji udział wzięły 1 744 osoby, a średnia dzienna liczba uczestników wyniosła około 249 osób. Trasy zwiedzania Krakowa obejmowały zagadnienia od najbardziej podstawowych po bardziej szczegółowe; od stylów w architekturze i dziejów Krakowa, przez najważniejsze dzielnice, ulice, kościoły, klasztory, szlaki tematyczne związane z działalnością sławnych ludzi, muzea, obiekty zabytkowe po obiekty, na co dzień niedostępne dla przeciętnego turysty. Wprowadzone zostały również nowe tematy czy miejsca: Muzeum Dominikanów w Krakowie – nowo otwarte, Muzeum Duchowości i Kultury Cystersów – otwarte na przełomie 2021 i 2022 r. oraz Muzeum Stanisława Wyspiańskiego. II odsłona – nowa wersja wystawy, otwarta w 2023 r.

Akcja „Zdobynamy Dziecięcą i Młodzieżową Odznakę Przyjaciela Krakowa” skierowana jest do uczniów z krakowskich szkół podstawowych i ma na celu zainteresowanie młodego pokolenia poznawaniem historii i zabytków naszego miasta. Realizowana jest w trakcie roku szkolnego – od września do czerwca roku następnego – łącznie przez 10 miesięcy. Dlatego sprawozdanie podzielone jest na okres przed wakacjami i po wakacjach. Zgodnie z danymi ze sprawozdania za I okres, do odznaki dziecięcej zgłosiło się 5 grup (95 uczniów), zaś do młodzieżowej 3 grupy (54 uczniów). łącznie zorganizowano 14 tras (9 spacerów i 5 lekcji muzealnych).

Wspólnie z Kołem Grodzkim PTTK Wydział ds. Turystyki zorganizował także oprowadzania szlakiem kobiet Krakowa. Oprowadzania realizowane były na terenie miasta Krakowa, po trasach i miejscach w myśl hasła „Poza utartym szlakiem”, zlokalizowanych m.in. na „Szlaku kobiet Krakowa - Krakowianki”, w okresie od 11 marca do 30 czerwca 2023 r. W całej akcji udział wzięły 154 osoby. Odbłyto się w sumie 9 spacerów z 10 planowanych.

9. Międzynarodowy Dzień Przewodnika Turystycznego w Krakowie

24 lutego w krakowskim magistracie odbyło się tradycyjne, uroczyste spotkanie z okazji Międzynarodowego Dnia Przewodnika Turystycznego. W tym roku odbyło się ono pod hasłem „Kraków rozświetla świat”. Tegoroczne obchody Dnia Przewodnika Turystycznego były okazją do wręczenia odznaczenia Honoris Gratia Ewie Fabisiewicz oraz Marcie Reinfuss, w dowód uznania za szczególne zasługi dla Krakowa i jego mieszkańców. Następnie specjalne listy gratulacyjne otrzymali przewodnicy, którzy obchodzili 45-lecie swojej pracy.



Podczas spotkania swój wykład pt. „Jan Matejko – artysta, kolekcjoner i wizjoner. Patron 2023 roku” wygłosiła Marta Kłak-Ambrożkiewicz. Kustosze Muzeum Krakowa – Małgorzata Niechaj opowiedziały o jubileuszowym, 80. konkursie szopek krakowskich. Krakowska szopka to tradycja niematerialnego dziedzictwa wpisana na listę UNESCO.

Krakowscy przewodnicy z okazji swojego święta tradycyjnie przygotowali dla mieszkańców naszego miasta bezpłatne wycieczki po Starym Mieście, które odbyły się 25 lutego. Podczas oprowadzań można było odwiedzić siedzibę najstarszej organizacji charytatywnej w kraju czy dowiedzieć się co łączyło Kraków z najwybitniejszym polskim naukowcem – Mikołajem Kopernikiem.

Międzynarodowy Dzień Przewodnika Turystycznego został zainicjowany 21 lutego 1990 roku przez ówczesną prezes Światowej Organizacji Przewodników Turystycznych, Titinę Loizides. Od tej pory corocznie jest obchodzony w kilkudziesięciu krajach świata. Dzień Przewodnika Turystycznego to nie tylko okazja do promowania często nieznanych atutów Krakowa, ale i przypomnienie jak istotną rolę odgrywają przewodnicy w kształtowaniu wizerunku miasta i regionu.

10. Udział w obchodach 50-lecia współpracy partnerskiej miasta Krakowa z Lipskiem

Pracownicy Wydziału ds. Turystyki reprezentowali Miasto w dniach 14 - 20 sierpnia 2023 r. w Lipsku realizując działania promocyjne na rzecz Gminy Miejskiej Kraków w ramach obchodów jubileuszowych 50-lecia współpracy pomiędzy miastami partnerskimi. Wydarzenia jubileuszu połączono z projektem „Lipsk - całe miasto jako scena” („Leipzig - die ganze Stadt als Buehne”),



którym zainaugurowano odbywający się po raz pierwszy w Lipsku znany na całym świecie festiwal sztuki miejskiej „ibug”. Poza prezentacjami oferty turystycznej Krakowa delegowani odbyli wiele spotkań, które obfitowały ciekawymi rozmowami. Największym wydarzeniem tych dni okazał się ponad godzinny koncert zespołu Luka Mazur Quartet w sali UTConnewitz stanowiącej wyśmienitą oprawę dla muzyki wykonywanej przez zespół – rdzenie polskiej, zainspirowanej folklorem, zaprezentowanej jazzowo z pełnym wdziękiem i romantyzmem śpiewem młodej i uznanej już wokalistki, Mai Wojtaszek. Ten autorski projekt oparty na ciekawym i nowatorskim połączeniu i przenikaniu się jazzu i folkloru stworzył bardzo oryginalny i pełen klimatu efekt, a gorący aplauz publiczności świadczył o jego sukcesie.

Lipsk i Kraków są miastami partnerskimi od 1973 r., a umowa partnerska została odnowiona w 1995 r. Niezmiennie od 50 już lat miasta utrzymują ożywione partnerstwo, zwłaszcza w dziedzinie kultury i spraw społecznych. Wielkie zaangażowanie w pomoc na rzecz objętej wojną Ukrainy (pomoc dla uchodźców, koordynacja dostaw pomocy do wspólnego miasta partnerskiego Kijowa) sprawiły, że w ostatnim czasie relacje te stały się jeszcze bliższe

11. Udział w 43. Międzynarodowych Dniach Miast Nowej Hanzy „Toruń. W orbicie miast”

Reprezentanci Wydziału ds. Turystyki uczestniczyli w 43. Międzynarodowych Dniach Miast Nowej Hanzy „Toruń. W orbicie miast”, które odbyły się w Toruniu w dniach 22 do 25 czerwca br. Wydarzenie to zostało połączone z obchodami Święta Miasta Torunia oraz 550. rocznicą urodzin Mikołaja Kopernika. Na 4 dni ulice starego miasta przemieniły się w barwny Jarmark Hanzeatycki, na którym odbywały się występy zespołów rekonstrukcyjnych oraz prezentowano atrakcje turystyczne i kulturalne zachęcające do odwiedzenia poszczególnych miast. Ponad 800 delegatów reprezentujących 73 miasta prowadziło rozmowy o dalszej współpracy w ramach Związku Hanzy, m.in. podczas Walnego Zgromadzenia Delegatów oraz spotkań grup roboczych. Na scenach rozmieszczonych w różnych punktach starego miasta odbywały się występy grup artystycznych.

Kraków, poza stoiskiem promocyjnym, zaprezentował się w ramach programu artystycznego. Zespół Luka Mazur Quartet przedstawił autorski projekt muzyczny oparty na ciekawym i nowatorskim połączeniu i przenikaniu się dwóch gatunków – jazzu i folkloru, co stworzyło oryginalny i pełen klimatu efekt. Repertuar składał się z rdzennie polskiej muzyki i stanowił niewątpliwą atrakcję i wzbogacenie całego wydarzenia, przyczyniając się do uatrakcyjnienia i wzmocnienia efektu promocyjnego Krakowa.

Podczas uroczystego przemarszu, który tradycyjnie zamyka spotkania miast Nowej Hanzy, flaga Związku przekazana została na ręce przedstawiciela Gdańska – gospodarza Międzynarodowych Dni Hanzy w 2024 roku. Na wydarzenie to podczas wieczoru gdańskiego zapraszała delegatów prezydent Aleksandra Dulciewicz. Gościem specjalnym był prezydent Lech Wałęsa.

Kraków jest aktywnym członkiem Nowej Hanzy od 2001r, kiedy to Uchwałą Rady Miasta Krakowa Nr LXXVIII/678/01 z dnia 23 maja 2001 r. podjęto decyzję o przystąpieniu miasta Krakowa do Międzynarodowego Związku Hanzy. Związek Nowej Hanzy zrzesza obecnie ponad 200 miast z 16 krajów, głównie z basenu Morza Bałtyckiego i Północnego, co czyni go jedną z największych społeczności miejskich na świecie.

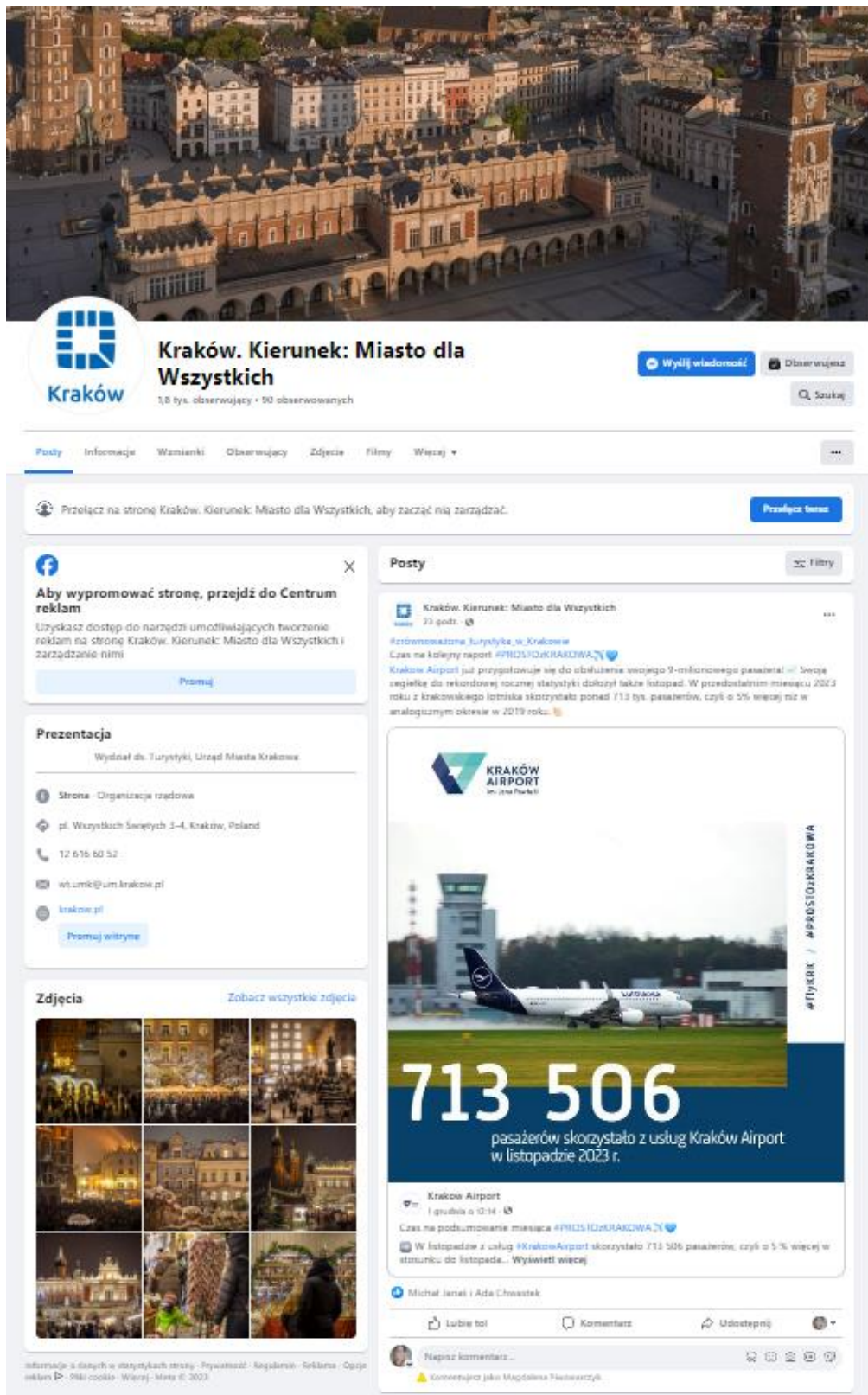
12. Folder turystyczny „3 dni w Krakowie” w nowej wersji

Miejskie materiały dla turystów, w tym cieszący się największą popularnością folder „3 dni w Krakowie”, otrzymały w 2023 roku odświeżoną wersję oraz zostały przetłumaczone na nowe języki. Na początku 2024 roku na stronie krakow.pl folder „3 dni w Krakowie” będzie dostępny do pobrania w aż 15 językach. Będą to przede wszystkim języki z obszaru Europy, ale także arabski czy hebrajski.



13. Strona internetowa Wydziału turystykakrakow.pl oraz kanały na social media „Kraków. Kierunek: Miasto dla Wszystkich” (Facebook, Linkedinn, Youtube).

Zakres tematyczny zamieszczanych treści: działania Wydziału ds. Turystyki i Urzędu Miasta Krakowa: projekty strategiczne, kampanie promocyjne, wydarzenia, programy, produkty, szlaki turystyczne, wydawnictwa turystyczne, Kraków i jego walory turystyczne, turystyka w Krakowie – o branży, trendy w turystyce w Polsce i na świecie oraz tematy ustalane roboczo.





Kraków. Kierunek: Miasto dla Wszystkich

@krakow.kierunekmiasto · 20 subskrybentów · 35 filmów

Urząd Miasta Krakowa, Wydział ds. Turystyki >

Kraków

Dostosuj kanał

Zarządzaj filmami

Główna Wideo Shorts Na żywo Playlisty Społeczność 🔍



COME TO KRAKÓW #respectkrakow

94 135 wyświetleń · 5 miesięcy temu

Holiday? City break? Sightseeing? 🤔
Don't hesitate! Come to Kraków - discover the Polish cultural pearl inscribed on the UNESCO World Heritage List 🏰
Come to the city that will welcome you with excellent cuisine, 🍷 historical monuments 🏰 and smiling people 😊
→ Plan your trip now at: <http://krakow.travel/en>
#RESPECTKRAKOW

Dla Ciebie



CITY HELPERS w Krakowie 2022 (film promo)

37 wyświetleń · 1 rok temu



City Helpers na ulicach Krakowa 2021 (1)

9 wyświetleń · 1 rok temu



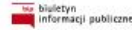
Daj się ugościć - zima Kraków 15"

66 wyświetleń · 3 tygodnie temu



City Helpers na ulicach Krakowa 2

10 wyświetleń · 1 rok temu



BADANIA I ANALIZY

KALENDARZ WYDARZEŃ

MULTIMEDIA

NEWSLETTER

KONTAKT



Aktualności



O tegorocznym sezonie i planach na kolejny! Podsumowanie Forum Turystyki

Z inicjatywy Urzędu Miasta Krakowa 26 października w pałacu Krzysztofory odbyło się jedno z najważniejszych cyklicznych wydarzeń krakowskiej turystyki – Forum Turystyki. Wydarzenie było okazją do podsumowania sezonu, dyskusji nad przyszłością, a także inauguracji doniosłego wydarzenia w historii krakowskiej turystyki – powołania Stowarzyszenia Organizacja Turystyczna Stołecznego Królewskiego Miasta Krakowa.

+ PEŁNA TREŚĆ KOMUNIKATU

Kierunek: Miasto dla Wszystkich

Polityka zrównoważonej turystyki >

Realizowane projekty >

Spotkania branżowe >

Stowarzyszenie Organizacja Turystyczna Stołecznego Królewskiego Miasta Krakowa

Krakowskie Obiekty Noclegowe

Kraków Convention Bureau

Kreator Krakowskiej Turystyki

Kulinary Kraków

Turystyka Medyczna

Zrównoważone spotkania

Informacje praktyczne

4. DZIAŁANIA DO REALIZACJI W 2024 R.

1. Operacjonalizacja „Polityki zrównoważonej turystyki Krakowa na lata 2021-2028”, w tym kontynuacja realizacji projektów strategicznych: Program badawczy w zakresie turystyki (Badania Ruchu Turystycznego, Wpływ ekonomiczny turystyki na gospodarkę Krakowa, Wpływ ekonomiczny branży spotkań na gospodarkę Krakowa, Wpływ ekonomiczny 3 kluczowych obiektów dla branży spotkań na gospodarkę Krakowa, Raport „Branża spotkań w Krakowie”, INDEX DOXEYA, BIG DATA: Selectivv, VISA, Mastercard, GDS INDEX, Gospodarka turystyczna w Krakowie, Badanie struktury podaży usług turystycznych – krakowska branża turystyczna, Badanie sektora turystyki medycznej), Respect Kraków i City Helpers, Miasta Historyczne 3.0, Tourism in Balance, Forum Turystyki, rozpoczęcie cyklu spotkań - Tourism Lab, Park Edukacyjny „Branice”.
2. Kontynuacja dotychczasowych działań w zakresie gospodarki turystycznej.
 - 1) Kraków czynnie zaangażował się w pracach Sojuszu Miast Europejskich - którego liderem jest Amsterdam (do Sojuszu należą m.in. Paryż, Wiedeń, Berlin, Barcelona, Bruksela, Madryt, Walencja). Celem współpracy miast europejskich jest kontynuowanie działań - przed instytucjami unijnymi (KE i PE) i dążenie do wprowadzenia ogólnoeuropejskich przepisów umożliwiających unormowanie zjawiska najmu krótkoterminowego. Postulaty Sojuszu takie jak:
 - a. wprowadzenie do ogólnoeuropejskiego rozporządzenia przepisów ułatwiających identyfikację gospodarzy działających w sektorze najmu krótkoterminowego, poprzez wprowadzenie m.in. niepowtarzalnego numeru rejestracyjnego dla obiektu, który w ramach obowiązków rejestracyjnych gospodarza zamieszczany będzie w ofercie najmu,
 - b. obowiązek dla platform internetowych zamieszczania numerów rejestracyjnych przy ofercie, ale także losowa weryfikacja, czy gospodarze tych lokali dokonują niezbędnej rejestracji i umieszczają prawidłowe numery,
 - c. prawo samorządów do „zawieszenia” numerów rejestracyjnych obiektów i wystąpienie do platform o usunięcie z ich stron tych ofert, które nie spełniają wymogów, obowiązek platform internetowych dot. udostępniania samorządom danych dotyczących gospodarzy obiektów, a także np. liczby wynajętych noclegów czy też liczby gości,
 - d. wprowadzenie sankcji za nieprzestrzeganie przez gospodarzy obiektów, obowiązków wynikających z nowych regulacji pozwalają na przygotowanie przepisów, umożliwiających samorządom pozyskać dane gospodarza świadczącego usługi najmu krótkoterminowego, miejsce ich wykonywania i czas trwania.Głównym celem przygotowywanych regulacji jest stworzenie narzędzi umożliwiających opracowanie - w miastach, polityki odnoszącej się do najmu krótkoterminowego w odniesieniu do jego skali i natężenia.

Należy pamiętać, że pojawienie się ogólnoeuropejskich platform internetowych zrewolucjonizowało rynek najmu krótkoterminowego. Dlatego też, zaistniała konieczność przygotowania ogólnoeuropejskich przepisów odnoszących się do tego zjawiska z uwzględnieniem roli platform

rezerwacyjnych. W pierwszym kwartale 2024 r. planowane jest przyjęcie przez Parlament Europejski nowych regulacji dotyczących najmu krótkoterminowego. Kolejnym etapem powinna być implementacja przez państwa członkowskie tych przepisów do prawa krajowego i również na tym etapie udział przedstawicieli Krakowa w pracach wdrożeniowych jest niezbędny.

- 2) Kontynuacja działań dot. wprowadzenia opłaty turystycznej, wg koncepcji oraz projektu nowelizacji ustawy o podatkach i opłatach lokalnych przygotowanego w roku 2017 - w Urzędzie Miasta Krakowa (m.in. przez Wydział ds. Turystyki) - przekazanego do Związku Miast Polskich, a następnie do organów centralnych.
 - 3) Kontynuacja działań na rzecz zmian prawnych dotyczących usług przewodnickich w powiązaniu z ochroną miejsc o szczególnym znaczeniu kulturowym i historycznym – obszar UNESCO, Parki Kulturowe.
3. Kontynuacja działań skupionych wokół tematyki zrównoważonego rozwoju w sektorze MICE. Studiowanie case study z innych miast europejskich, wdrażanie działań ESG (Environmental, Social, Corporate Governance), szkolenia i warsztaty edukacyjne dla lokalnej branży, współpraca w procesie certyfikacji obiektów, zaangażowanie w projekt Kraków miastem zrównoważonej turystyki biznesowej oraz w projekt MINEV, a także zbieranie danych do GDS-Indeks to kluczowe z działań planowanych na przyszły rok. Współpraca z Kraków NETWORK oraz z Programem Ambasadorów Kongresów Polskich oraz na wymianę wiedzy w stowarzyszeniach ICCA oraz City DNA.
 4. Kontynuacja prac nad budową nowoczesnych produktów turystycznych: Twierdza Kraków, Szlak Kobiet Krakowa – Krakowianki, Smoczy Szlak.
 5. Promocja na rynku krajowym oraz zagranicznym przez udział w targach turystycznych, przyjmowanie wizyt dziennikarzy, touroperatorów i osób opiniotwórczych, promocja w mediach.
 6. Przygotowanie, skład i druk nowych wydawnictw o tematyce turystycznej: „Przewodnik po Krakowie”, „Szlak Modernizmu”, „Szlak Młodej Polski”.
 7. Prowadzenia strony internetowej Wydziału <http://turystykakrakow.pl/> oraz kanałów na social media „Kraków. Kierunek: Miasto dla Wszystkich” (Facebook, Linkedinn, Youtube).

