



**Magiczny
Kraków**

Turystyka biznesowa, quo vadis?

2020-12-29

Zbliżający się koniec roku to zawsze dobry pretekst na zrobienie podsumowania minionych miesięcy i zastanowienie się nad przyszłością. Refleksji tym bardziej sprzyja tak trudny dla wielu branż czas spowodowany ogólnoswiatową pandemią, której wybuch nieoczekiwanie wstrzymał rozwój w wielu sektorach gospodarki, również w Polsce.

Jedną z branż, która w naszym kraju najdotkliwiej ucierpiała na wprowadzonych ograniczeniach w związku z COVID-19, jest branża MICE.

Przedstawiciele branży turystycznej i środowiska związanego z przemysłem spotkań wciąż zadają sobie pytanie, jak długo kryzys spowodowany pandemią może jeszcze potrwać i jakie skutki przyniesie dla funkcjonowania branży MICE.

Aby uzyskać odpowiedź na to pytanie, warto odnieść się do danych z 2019 roku, kiedy turystyka biznesowa w Krakowie była w rozkwicie dzięki pracy obiektów: Centrum Kongresowego ICE Kraków, TAURON Areny Kraków i Expo Kraków, a także blisko 170 innych obiektów konferencyjnych, które mogą przyjmować gości z całego świata.

– Z zebranych przez nas statystyk wynika, że od momentu otwarcia w 2014 roku ICE Kraków odwiedzało rokrocznie 250 000 osób i odbywało się w nim ponad 200 wydarzeń – mówi Izabela Błaszczuk, dyrektor KBF będącego operatorem ICE Kraków. – Kraków jako miasto przyciągał organizatorów spotkań międzynarodowych stowarzyszeń, co potwierdza zajęcie 48 miejsca w tegorocznym rankingu ICCA. O rozkwicie turystyki biznesowej w Krakowie świadczy również fakt, że w raporcie przemysłu spotkań wydawanym przez Polską Organizację Turystyczną Kraków mógł się pochwalić organizacją w ubiegłym roku aż 8400 spotkań biznesowych, z czego 78% stanowiły wydarzenia krajowe – *dodaje dyrektor Błaszczuk.*

Te liczby mają ogromne znaczenie, ponieważ wpływają na PKB Polski. Wpływ przemysłu spotkań na ten wskaźnik szacowany jest na poziomie 1,5%, co jest równe około 35 miliardom złotych – pokazują to badania przeprowadzone przez Celuch Consulting wraz z partnerami.

– To jest niezaprzeczalny impakt ekonomiczny wygenerowany przez przemysł spotkań i wydarzeń. Niestety, w związku z wybuchem pandemii i ograniczeniami w podróżowaniu oraz w możliwości organizacji wydarzeń w obiektach, w tym roku i prawdopodobnie przez najbliższe dwa lata nie uda nam się powtórzyć tego wyniku, ponieważ planiści wydarzeń najczęściej decydują się przenieść swe imprezy na wiosnę przyszłego roku lub kolejne lata – mówi Paula Fanderowska, zastępca dyrektora KBF ds. Centrum Kongresowego ICE Kraków.

Obiekty takie jak Centrum Kongresowe ICE Kraków oraz organizatorzy wydarzeń muszą w dobie koronawirusa wykazać się elastycznością we współpracy i organizacji imprez, a także szukać nowych



możliwości ich organizacji, aby obiekt nadal pracował.

– Dla wielu z nas przyjęcie formuły hybrydowej w organizacji wydarzeń, czyli jednocześnie onsite i online, okazało się przełomową innowacyjnością, która mimo pandemicznej rzeczywistości pozwala na organizację wydarzeń krajowych, a nawet międzynarodowych – *zauważa Izabela Błaszczuk*.

W tej sytuacji odpowiedzialność za przeprowadzenie kontrahentów przez zawłości prawne i zmiany legislacyjne spoczywa na wszystkich przedstawicielach turystyki biznesowej.

– Obecnie jesteśmy uzależnieni od wytycznych rządowych i zmian legislacyjnych. Obiekty konferencyjne i kongresowe, a także hotele, które dysponują salami konferencyjnymi, muszą być czujne i elastyczne. Muszą zwinnie reagować na to, jakie zmiany legislacyjne wprowadza ustawodawca i niezwłocznie informować o nich kontrahentów i otoczenie biznesowe. Potrzebne są explainery, tutoriale, wszystko to, co może pomóc naszym klientom odnaleźć się w nowej rzeczywistości – *podkreśla Paula Fanderowska*.

W przyciągnięciu klientów do obiektów takich jak Centrum Kongresowe ICE Kraków może pomóc nowa strategia komunikacji i otworzenie się obiektu na nowe funkcjonalności.

– Strategia, którą nazwaliśmy Nowy Wymiar ICE Kraków, zakłada przede wszystkim utrzymanie ciągłego kontaktu z odbiorcami, m.in. poprzez organizację branżowych webinarów, a także wprowadzenie nowych funkcjonalności dla kontrahentów, takich jak sesje zdjęciowe, sesje reklamowe, nagrania, wystawy. Gdyby obiekt pracował w trybie sprzed pandemii, te wydarzenia nie mogłyby mieć miejsca w ICE Kraków, ponieważ realizowalibyśmy kongresy, konferencje i wydarzenia kulturalne. Dziś nasza oferta również opiera się na takich wydarzeniach, lecz w formule online lub hybrydowej, zatem znacząco tę ofertę rozszerzyliśmy – *wylicza Paula Fanderowska*.

W dobie koronawirusa i licznych ograniczeń uniemożliwiających organizację wydarzeń kulturalnych z udziałem publiczności koniecznym było również stworzenie narzędzia, które umożliwi nieograniczony dostęp do kultury i wartościowych materiałów edukacyjnych.

– Platforma PLAY KRAKÓW, której operatorem jest KBF, to narzędzie na miarę naszych czasów i możliwości. To pierwsza w Polsce miejska, pełna kultury platforma streamingowa i VOD, na której jest miejsce dla kultury i dla biznesu, a także dla edukacji. My widzimy w tym nowy kanał sprzedażowy i oferujemy organizatorom i planistom wydarzeń możliwość streamingu czy prezentowania materiałów nawet w odleglejszej perspektywie – *podkreśla Izabela Błaszczuk*.

Wszelkie wydarzenia konferencyjne, kongresowe i kulturalne z pewnością wrócą, ale niestety nikt nie wie kiedy. Ogromna rola w tej kwestii spoczywa na obiektach, których zadaniem na najbliższe miesiące będzie nieustanne przekonywanie organizatorów, planistów i uczestników wydarzeń, że jest bezpiecznie.

– Bazując na wynikach badania Tourism Economics, przed nami dwa lata pracy, aby wrócić do liczby wydarzeń organizowanych przed pandemią. Warto ten czas wykorzystać na zastanowienie się nad tym, jakiej turystyki biznesowej chcemy. Takim kierunkowskazem powinna być dla nas polityka



**Magiczny
Kraków**

zrównoważonej turystyki – świetny i wartościowy dokument stworzony przez ekspertów z Wydziału Turystyki Urzędu Miasta Krakowa, profilując nas na turystykę biznesową i kulturalną – *zauważa Paula Fanderowska*.

– Polityka zrównoważonej turystyki – jak dodaje Izabela Błaszczyk – jest gwarantem tego, że będziemy w optymalny sposób wykorzystywać lokalne zasoby i możliwości. Zaczniemy tworzyć produkty turystyczne w relacji z mieszkańcami poprzez respektowanie dóbr kulturalnych i tradycyjnych wartości. Turystyka biznesowa i kulturalna jest szansą dla Krakowa. I choć nie wiemy, czego się spodziewać i jak długo potrwa pandemia, mamy czas na działanie i przemodelowanie naszej działalności w odniesieniu do tego dokumentu.

Mimo zauważalnego spowolnienia w funkcjonowaniu obiektów konferencyjno-targowych i tym samym mniejszych wpływów finansowych, warto spojrzeć na kryzys wywołany pandemią jak na szansę. Wykorzystajmy ten czas nie tylko na odkrycie nowych funkcjonalności obiektu, wypracowanie nowych modeli sprzedaży czy nawiązanie nowych kontaktów biznesowych, ale także na zastanowienie się, na jakiej turystyce nam zależy. To moment, w którym możemy przemyśleć, czego chcemy, i wdrożyć odpowiednie rozwiązania na przyszłość, byśmy pracowali nie tylko sprawnie i lepiej, ale efektywniej i w sposób zrównoważony. Tak będziemy działać w 2021 roku. To nasz plan na przyszłość, która nadejdzie szybciej, niż się tego spodziewamy.

Źródło: [Turystyka biznesowa, quo vadis?](#)