

Protokół KRAKÓW NETWORK

 **Kraków**
Convention Bureau

kbf:
operator ICE Kraków

 **KRAKÓW**
CONGRESS
CENTRE

Protokół KRAKÓW NETWORK to dokument zainspirowany „Protokołem z Kaohsiung” ICCA, stworzony przez przedstawicieli krakowskiej branży MICE jako wstęp do wspólnej strategii działania na lata 2021-2023, z planem późniejszej aktualizacji zapisów. Jest to zbiór dobrych praktyk i rekomendacji do stosowania w nowej, post-pandemicznej rzeczywistości, określający listę kluczowych strategii, które umożliwią dalszy rozwój przemysłu spotkań i wydarzeń. Zidentyfikowane kierunki działania obejmują innowacyjne modele biznesowe, wspólne ryzyko, restrukturyzację cyfrową i wydarzenia hybrydowe oraz strategie dotyczące zwiększonego zaangażowania wszystkich interesariuszy.



– Struktura Protokołu jest odpowiedzią na wiodące światowe trendy, takie jak postęp technologiczny, bezpieczeństwo i zdrowie oraz konieczność zrozumienia następných pokoleń uczestników wydarzeń, czyli na wszystko to, co ma wpływ na światową branżę spotkań. Myślą przewodnią jest przeświadczenie, że naszym obowiązkiem i przywilejem branży eventowej jest przyczynianie się do rozwoju społeczeństwa poprzez promowanie podstawowych wartości, takich jak gospodarka oparta na wiedzy, zrównoważony rozwój i globalna społeczność – mówi Izabela Błaszczuk, dyrektor KBF, operatora Centrum Kongresowego ICE Kraków.



Koncepcja dokumentu jest zbieżna z kierunkiem strategii Miasta dotyczącym wsparcia rozwoju przemysłu spotkań, przybliżonym w opracowaniu „**Polityka zrównoważonej turystyki Krakowa na lata 2021-2028**” wskazującym konkretne założenia dot. zrównoważonej turystyki biznesowej i kulturalnej Krakowa oraz rozwoju małopolskiego sektora turystycznego. Dokument ten, podobnie jak Protokół, zawiera zbiór rekomendacji i wytycznych dotyczących kluczowych dla miasta obszarów.



– Zgodnie z diagnozą zawartą w dokumencie, organizacja wydarzeń kongresowych stanowi strategiczny rynek rozwoju ze względu na transfer wiedzy oraz wskaźnik dochodowości i kwalifikację uczestników do segmentu premium poprzez wyższy poziom wydatków. Odbudowa silnej pozycji konkurencyjnej Krakowa, jako miasta gospodarza międzynarodowych wydarzeń, jest aktualnie kluczowym zadaniem – komentuje Elżbieta Kantor, dyrektor Wydziału ds. Turystyki Urzędu Miasta Krakowa.



Praca zespołowa nad Protokołem, angażująca członków inicjatywy KRAKÓW NETWORK, jest tożsą z zalecaną w przywołanej strategii miasta metodą pracy zakładającą, iż wdrożenie rekomendacji i proponowanych działań jest możliwe wyłącznie przy współpracy wszystkich partnerów ze sfery publicznej, społecznej i prywatnej, w tym mieszkańców miasta. Turystyka jest bowiem złożonym systemem powiązań i współpracy wielu podmiotów działających również w przestrzeni internetowej, takich jak: touroperatorzy, biura turystyczne, hotele i obiekty noclegowe, organizacje zarządzające obszarami turystycznymi, atrakcje turystyczne, placówki gastronomiczne, instytucje kultury, przewoźnicy czy przewodnicy.

– Naszym celem jest odpowiedź na aktualną potrzebę stworzenia praktycznych modeli współpracy pomiędzy członkami branży MICE, aby umożliwić efektywne funkcjonowanie w nowej rzeczywistości, stworzyć więź partnerstwa pomiędzy wszystkimi interesariuszami przemysłu spotkań, wspólnie pozyskiwać i bezpiecznie realizować najważniejsze wydarzenia. Mamy świadomość, że od ubiegłego roku funkcjonujemy w nowej rzeczywistości, pragniemy zapanować nad niepewnością i zdobyć przewagę konkurencyjną

– zaznacza Paula Fanderowska, zastępca dyrektora ds. Centrum Kongresowego ICE Kraków.



Powołany w 2015 roku z inicjatywy KBF – operatora ICE Kraków – **projekt KRAKÓW NETWORK** ma na celu rozwój spójnej grupy podmiotów należących do branży MICE, która dzięki wzajemnym relacjom dąży do zwiększenia liczby wydarzeń biznesowych i naukowych organizowanych w Krakowie. Jednocześnie grupa ma na celu tworzenie wizerunku Krakowa jako silnej marki w branży spotkań. W charakter działalności KRAKÓW NETWORK wpisuje się analiza kierunków rozwoju MICE, skuteczności działań oraz monitoring ekonomicznych oddziaływań przemysłu spotkań na koniunkturę miasta. Inicjatywa to również platforma dyskusji i wymiany doświadczeń, wiedzy i dobrych praktyk pomiędzy uczestnikami spotkań.



– Zgodnie z misją KRAKÓW NETWORK chcemy niezmiennie dzielić się naszym know-how, analizować na forum najistotniejsze kwestie dotyczące przedstawicieli wszystkich sektorów branży MICE, a także sprawnie dostosowywać do aktualnych procedur i wytycznych, podobnie, jak zrobiliśmy to wspólnie w ubiegłym roku, podczas prac nad dokumentem „**Bezpieczeństwo eventów po pandemii**” – dodaje Weronika Wirtel, starszy specjalista ds. sprzedaży i marketingu ICE Kraków, koordynująca projekty realizowane w ramach inicjatywy.



Kluczowe korzyści wynikające z wdrożenia Protokołu KRAKÓW NETWORK to:

- klarowny model współpracy w obrębie inicjatywy,
- wspólne budowanie, promowanie i lobbing oferty miasta,
- zyskanie przewagi konkurencyjnej Krakowa,
- dobry PR i transparentność zaangażowanych podmiotów,
- integracja partnerów i dostawców w zakresie wymiany wiedzy,
- kreowanie innowacyjnych narzędzi, w tym wydarzeń hybrydowych i online.

– Jednym z kluczowych elementów gwarantujących sukces projektu jest komunikacja, zarówno wewnętrzna, jak i zewnętrzna. Świadomość, że procesy komunikacyjne zachodzą między nami nieustannie sprawia, że każdy z nas jest odpowiedzialny za reprezentowanie danej lokacji, staje się jej ambasadorem i bierze czynny udział w jej promowaniu. Protokół KRAKÓW NETWORK jest nie tylko przewodnikiem, ale i narzędziem komunikacji. To na postawie wspólnie wypracowanych zapisów będziemy tworzyć oferty, przygotowywać kampanie informacyjne oraz kreować działania promocyjne – komentuje Michał Zalewski – rzecznik prasowy KBF.



Zawarte w dokumencie zapisy są zgodne z kampanią Kraków The Host City przygotowaną przez Kraków Convention Bureau. Materiały są spójne, co daje możliwość zwielokrotnienia przekazu oraz nasycenia różnych kanałów medialnych informacjami o branży i mieście.



#KrakówTheHostCity



KRYZYS OZNACZA SZANSĘ

Pandemia COVID-19 stała się katalizatorem transformacji w prawie każdym sektorze. Dotychczasowe sposoby prowadzenia działalności zostały zastąpione elastycznymi innowacjami, rozpoczynając postęp, od którego nie ma już odwrotu. Choć mamy świadomość, iż spotkania twarzą w twarz z czasem powrócą, istnieje wiele dowodów na to, że w przyszłości będą one funkcjonować inaczej niż do tej pory.

– Podczas opracowywania strategii w ramach Protokołu KRAKÓW NETWORK omawialiśmy określone podczas 59. Kongresu ICCA cztery wiodące tematy: zaangażowanie, technologia, ryzyko i biznes. W połączeniu obejmują one najważniejsze możliwości i wyzwania w całym ekosystemie branży eventowej, w coraz bardziej płynnej przyszłości. W przypadku profesjonalistów zajmujących się wydarzeniami i ich partnerów biznesowych wszystkie te tematy należy traktować jako części zintegrowanej całości – mówi Krzysztof Paradowski, prezes zarządu i dyrektor zarządzający CMA – Concept Music Art.



Przyszłość branży eventowej to nie debata na temat spotkań twarzą w twarz czy wydarzeń hybrydowych. Chodzi o dalsze budowanie i umacnianie silnych sieci biznesowych i optymalizację ich funkcjonowania, aby wspierać branżową transformację i działalność napędzającą postęp gospodarczy i społeczny niezależnie od formatów i kanałów, w jakich się to odbywa.

– Wzorując się na Protokole ICCA, staraliśmy się znaleźć najlepsze metody na dalsze formy skutecznej współpracy i korzystając z potencjału projektu KRAKÓW NETWORK, wspólnie wypracować zasady funkcjonowania lokalnej branży MICE, które jako jej przedstawiciele powinniśmy wdrożyć. Wierzę, że stworzony przez nas dokument może stanowić punkt wyjścia do adaptacji do nowych realiów i czerpania korzyści ze zmiany – komentuje Anna Wodziańska, event manager w Starej Zajezdni Kraków by DeSilva.

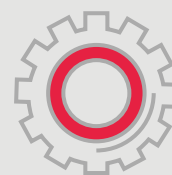


Implementacja założeń ma być przejściem od idei na grunt praktyki. Wraz z nadejściem pandemii pojawiły się nowe ryzyka, które powinny być współdzielone i przełożone na nowy model współpracy, a jednocześnie udokumentowane w umowach i cennikach. Aby nie była to fikcja, lecz praktyczna korzyść na gruncie biznesowym, niezbędne są konsultacje, negocjacje i kompromisy pozwalające ustalić nowe ramy działania.

– Naszym strategicznym celem jest podnoszenie roli Krakowa jako metropolii europejskiej oraz wzmocnienie pozycji miasta jako lidera bezpiecznych wydarzeń. Najwłaściwszym sposobem na rozwój przemysłu spotkań w regionie jest organizacja dużych i ważnych wydarzeń o charakterze międzynarodowym. Turystyka, szczególnie ta ukierunkowana na biznes i aktywność kulturalną, ma szansę dalszego prężnego rozwoju, zarówno w skali światowej, jak i europejskiej czy polskiej – zaznacza Agnieszka Faracik-Leśniak, partner zarządzający DMC Poland.



Wytyczne opracowane podczas negocjacji B2B prowadzonych w ramach spotkań członków KRAKÓW NETWORK w okresie: styczeń-marzec 2021 stanowią rekomendacje dotyczące kluczowych zagadnień



WSPÓLNE ZARZĄDZANIE RYZYKIEM

RYZIKO WINNO BYĆ DZIELONE POMIĘDZY DOSTAWCAMI A KLIENTAMI

PRZEJRZYSTE I ELASTYCZNE WARUNKI NEGOCJACJI POMAGAJĄ UZYSKAĆ REALNE ROZWIĄZANIA

KOMPLEKSOWE PROTOKOŁY „HEALTH & SAFETY” MAJĄ FUNKCJONOWAĆ RÓWNIEŻ PO PANDEMII

– Jako przedstawiciele lokalnego rynku dążymy do zabezpieczenia wszystkich interesariuszy i zminimalizowania ryzyka poprzez deklarację respektowania wspólnie wypracowanych i przyjętych zasad. Wiemy, że konieczne jest dzielenie ryzyka pomiędzy przedstawicieli PCO, DMC, hoteli, restauracji, obiektów czy agencji eventowych. Porozumienie zawarte w formie protokołu to krok w stronę systemowej zmiany w sposobie współpracy partnerów biznesowych, klientów i dostawców, który pozwoli zapewnić satysfakcjonujące i efektywne warunki współpracy – twierdzi Anna Jędrocha, prezes zarządu Symposium Cracoviense i Intercrac.



BEZPIECZEŃSTWO

Członkowie KRAKÓW NETWORK w ubiegłym roku opracowali i przyjęli do stosowania **zbiór wytycznych i dobrych praktyk** dotyczących organizacji wydarzeń po pandemii, konsultowanych z przedstawicielami Rady Przemysłu Spotkań i Wydarzeń (ówczesnym Branżowym Sztabem Kryzysowym TUgether), specjalistami ds. BHP oraz przedstawicielami branży medycznej i naukowej, z rekomendacją Urzędu Miasta Krakowa.



– Transparentne procedury sanitarne są dziś dla każdego bardzo istotne. Czytelna, a jednocześnie szczegółowa etykieta czystości i dezynfekcji, jaka została wypracowana przez Radisson Hotel Group we współpracy z międzynarodową firmą SGS, jest dla naszych gości gwarancją najwyższych standardów higieny i bezpieczeństwa. Co roku jest ona szczegółowo weryfikowana podczas kompleksowego audytu lokalnego. Nie mam wątpliwości, że zasady ujęte w **Radisson Safety Protocol** zapewniają maksymalne



bezpieczeństwo i komfort gości hotelowych i naszych pracowników – podkreśla Magdalena Młynarczyk, dyrektor ds. sprzedaży i marketingu w Radisson Blu Hotel Kraków oraz Park Inn by Radisson Kraków.



W ubiegłym roku ponad 1500 obiektów przystąpiło do programu Polskiej Organizacji Turystycznej „Obiekt Bezpieczny Higienicznie” i uzyskało certyfikat „Bezpieczny Obiekt MICE”, który ma na celu zapewnienie turystom biznesowym, zleceniodawcom spotkań i wydarzeń oraz profesjonalnym organizatorom kongresów dostępu do informacji na temat obiektów przystosowanych do świadczenia usług zgodnie z wytycznymi Głównego Inspektoratu Sanitarnego.

- Zdajemy sobie sprawę, że najważniejsze jest bezpieczeństwo turystów, gości biznesowych oraz pracowników obiektów, dlatego wspólnie z branżą wypracowaliśmy dwa programy autocertyfikacji. Mamy bowiem świadomość, że zaufanie to podstawa, zarówno w życiu, jak i w biznesie, jakim jest turystyka i przemysł spotkań. Niezmiennie zapraszamy do rejestracji na stronie bezpiecznyobiekt.pot.gov.pl – dodaje Rafał Szlachta, prezes Polskiej Organizacji Turystycznej.



Warto również zwrócić uwagę na obszar tłumaczeniowy, który w przypadku zdalnego tłumaczenia symultanicznego gwarantuje bezpieczeństwo uczestników poprzez pracę tłumacza z lokalizacji poza miejscem wydarzenia lub w pełnym reżimie sanitarnym oraz umożliwienie odbioru treści na własnych urządzeniach przy tłumaczeniu symultanicznym realizowanym przez platformę, kiedy to nie jest potrzebny dodatkowy sprzęt.

SILA WYŻSZA

Pochylenie się nad definicją „siły wyższej” pojawiło się z konieczności ujednoczenia zapisów prawnych i ich interpretacji. Ustalenie tożsamego rozumienia tej kwestii stanowi kluczowy element w przypadku zawierania umów pomiędzy stronami, w chwili określania możliwych sytuacji odstąpienia od umowy.

Zgodnie przyjęto, że żadna ze Stron nie ponosi odpowiedzialności wobec drugiej Strony w przypadku:

- siły wyższej rozumianej jako jakiegokolwiek zdarzenie zewnętrzne, któremu w momencie zawarcia umowy nie można było zapobiec, w szczególności: klęsk żywiołowych, epidemii, stanu wyjątkowego, stanu wojennego, nowych aktów prawnych lub obowiązujących decyzji administracyjnych uniemożliwiających realizację umowy;
- okoliczności powstałych w związku z wystąpieniem wirusa SARS-CoV-2, uniemożliwiających realizację przedmiotu umowy, w szczególności wydanych ograniczeń lub utrzymywanych przez organy państwowe związanych z zapobieganiem, przeciwdziałaniem lub zwalczaniem chorób zakaźnych mających wpływ na realizację przedmiotu umowy.

LICZBA UCZESTNIKÓW

Koszt wynajmu sali konferencyjnej winien być elastyczny w zależności od liczby uczestników. Preferowanym rozwiązaniem jest pakiet konferencyjny oraz możliwość zamiany sali na mniejszą lub jej dopasowania do liczby uczestników po stronie wynajmującego. Liczba uczestników jest szczególnie istotna w przypadku usług cateringowych, dlatego też zmiany zakresu zamówienia powinny być uzgadniane przez kontrahentów.

Proponowane terminy potwierdzenia liczby uczestników dot. usług gastronomicznych:

- 30 dni przed wydarzeniem – wstępne określenie liczby uczestników,
- 7 dni przed wydarzeniem – podanie realnej liczby uczestników z opcją zwiększenia lub zmniejszenia do 15% na 48h przed wydarzeniem.

Potwierdzenie najmu dodatkowych sal oraz sprzętu audiowizualnego:

- 30 dni przed wydarzeniem – wstępne określenie liczby uczestników,
- 7 dni przed wydarzeniem – podanie realnej liczby uczestników.

BEZKOSZTOWA ANULACJA

Zdefiniowano potrzebę opracowania dobrych praktyk biznesowych w zakresie rezerwacji miejsc hotelowych, zawierających rzetelną informację na temat wydarzenia, niestosowanie double booking w hotelach, ograniczenie praktyki blokowania tzw. puli pokoi.

Propozycja terminów bezkosztowej anulacji najmu sal oraz usług gastronomicznych, w zależności od formalnych możliwości, dostępności oraz terminu wydarzenia:

- do 30 uczestników – 14 dni przed wydarzeniem,
- do 50 uczestników – 14-30 dni przed wydarzeniem,
- do 100 uczestników – 21-60 dni przed wydarzeniem,
- do 250 uczestników – 30-90 dni przed wydarzeniem,
- do 500 uczestników – 90-120 dni przed wydarzeniem,
- od 500 uczestników – 120-150 dni przed wydarzeniem,

z zastrzeżeniem, że:

- PCO anuluje rezerwację lub zamówienie niezwłocznie po uzyskaniu decyzji od klienta docelowego,
- w sezonie niskim istnieje możliwość indywidualnej negocjacji warunków,
- lokalni organizatorzy mogą liczyć na preferencyjne warunki współpracy z dostawcami,

- zmniejszenie liczby wynajmowanych sal jest możliwe w wyżej określonych terminach bezkosztowych anulacji,
- zmniejszenie liczby uczestników dot. zamówień gastronomicznych jest możliwe do 7 dni przed wydarzeniem, z opcją zwiększenia lub zmniejszenia do 25% na 48h przed realizacją.

Propozycja terminów bezkosztowej anulacji dla usług cateringowych w obiekcie:

- do 250 uczestników – 30-90 dni przed wydarzeniem,
- od 250 uczestników – 45 dni przed wydarzeniem,

z zastrzeżeniem, że podczas wydarzeń hybrydowych i online obowiązuje okres bezkosztowej anulacji na 14 dni przed terminem realizacji.

Z perspektywy agencji eventowych polityka zadatkowania i anulacji powinna pozostać indywidualna dla poszczególnych usługodawców.

ZMIANA ZAMÓWIENIA

Szacowana liczba uczestników w odniesieniu do zamówienia na usługi cateringowe powinna zostać określona w formalnym potwierdzeniu realizacji lub zawarta w umowie.

Propozycja terminów aktualizacji liczby uczestników względem zamówienia usług cateringowych:

- 30 dni przed wydarzeniem,
- 14 dni przed wydarzeniem z możliwością anulowania 10-25% lub zwiększenia zamówienia,
- 7 dni przed wydarzeniem z opcją zwiększenia zamówienia na 24h przed realizacją.

Propozycja terminów aktualizacji liczby uczestników względem zamówienia usług cateringowych podczas wydarzeń hybrydowych i online:

- 30 dni przed wydarzeniem,
- 14 dni przed wydarzeniem z możliwością anulowania 10-25% lub zwiększenia zamówienia,
- 10 dni przed wydarzeniem z opcją zwiększenia zamówienia na 4 dni przed realizacją.

Propozycja terminów aktualizacji liczby uczestników dot. zamówienia usług gastronomicznych w restauracji:

- 30 dni przed wydarzeniem,

- 5 dni przed wydarzeniem z możliwością anulowania 25% lub zwiększeniem zamówienia,
- 5 dni przed wydarzeniem z opcją zwiększenia zamówienia na 24h przed realizacją.

TERMINY PŁATNOŚCI

Propozycja terminów płatności za najem sal oraz usługi gastronomiczne:

- 60-30 dni przed wydarzeniem – 25-50%,
- 14-7 dni przed wydarzeniem – 30-50%,
- 7 dni po wydarzeniu – 25% lub pozostała część.

Propozycja terminów płatności za usługi cateringowe podczas wydarzeń, w tym hybrydowych i online:

- 14 dni przed wydarzeniem – 20-40%,
- 7-14 dni po wydarzeniu pozostała część.

Propozycja terminów płatności za usługi gastronomiczne w restauracji:

- 7 dni przed wydarzeniem – 0-30%,
- 7-14 dni po wydarzeniu pozostała część.

FINANSE

PCO odpowiada za bilans przychodów i kosztów. Konieczne jest przygotowanie kilku wariantów budżetu dla różnej liczby uczestników, aby umożliwić obniżenie kosztów przy mniejszej, niż zakładana, liczbie uczestników. Sugerowanym rozwiązaniem jest konsorcjum na wydarzenie, reprezentowane przez: PCO, DMC, obiekt, hotele i pozostałych dostawców.

W rekomendowanym rozwiązaniu budżet wydarzenia zostaje przygotowany po minimalnych kosztach, bez kar finansowych za anulację i redukcję, z proporcjonalnym podziałem zysku wypracowanym podczas zlecenia, a równocześnie proporcjonalnym podziałem ewentualnych strat.

UBEZPIECZENIE DLA UCZESTNIKÓW

Dobrym rozwiązaniem wydaje się oferowanie polisy ubezpieczeniowej w przypadku rezygnacji z udziału w konferencji. Taki produkt może zachęcić uczestników do wcześniejszych rejestracji na wydarzenie, gwarantując, że w przypadkach losowych uzyskają zwrot poniesionych kosztów. Równocześnie organizator zyskuje bardziej stabilną sytuację finansową.

W ramach ochrony przed rezygnacją ubezpieczyciel powinien zwrócić środki poniesione za:

- udział w konferencji: opłatę za uczestnictwo wraz z programem socjalnym,
- transfery,
- usługi noclegowe.

Udokumentowane dowody powodu rezygnacji respektowane przez ubezpieczyciela to:

- nieszczęśliwy wypadek ubezpieczonego lub osoby towarzyszącej,
- nagłe zachorowanie ubezpieczonego lub osoby towarzyszącej, w tym SARS-CoV-2,
- śmierć ubezpieczonego lub osoby towarzyszącej lub pokrewnej,
- kradzież dokumentów niezbędnych do podróży ubezpieczonego lub osoby towarzyszącej,
- powikłania związane z ciążą ubezpieczonego lub osoby towarzyszącej.

PRZETARGI

W celu redukcji poniesionych kosztów i strat niezwykle ważne jest budowanie relacji w komfortowym i przewidywalnym środowisku, nastawionym na dzielenie się ryzykiem w celu utrzymania i pozyskania klientów. W rozważaniach nad warunkami anulacji przez zamawiających, dotyczących m.in. jej właściwej drogi formalnej oraz terminu, skupiliśmy się finalnie na sposobie wyceny wykonanych prac, uwzględniając rejection fee we wszystkich przetargach.

– W toku pracy grupy eventowej KRAKÓW NETWORK zidentyfikowaliśmy potrzebę dotyczącą dokładnego wskazania kosztów preprodukcji wydarzeń. Już na etapie kosztorysu klient powinien widzieć, które koszty ponoszone są na etapie przygotowania wydarzenia. Wyraźne wskazanie kosztów pracy agencyjnej i usług zewnętrznych pozwoli na współdzielenie ryzyka finansowego na jasnych i partnerskich zasadach – mówi Anna Leszczyńska, partner zarządzający i dyrektor kreatywny agencji Hula Events.



Wyróżniliśmy:

- czynniki zewnętrzne – polityka anulacji, ustalenia kosztów poniesionych oraz warunków finansowych podmiotów, takich jak: hotele, obiekty, catering, technika eventowa i konferencyjna, transport, atrakcje, infrastruktura: scenografia, zabudowa targowa, sprzęt eventowy i cateringowy;
- czynniki wewnętrzne – polityka anulacji agencji, ustalenia kosztów poniesionych oraz warunków finansowych w obrębie usług realizowanych wewnętrznie przez agencje, PCO, DMC: prowizja, koszty przygotowania ofert, koszty pracy członków zespołu, logistyka.

INNOWACYJNE MODELE BIZNESOWE

**USTALENIE
KONIECZNYCH ZMIAN
W POSZCZEGÓLNYCH
OBSZARACH WSPÓŁPRACY
BIZNESOWEJ**

**WSPARCIE SEKTORA
PUBLICZNEGO
BAZUJĄCE NA
„LEGACY IMPACT”**

**ZWIĘKSZENIE CAŁOROCZNYCH
PRZYCHODÓW POPRZEZ**

- **E-COMMERCE**
- **DOSTARCZANIE WARTOŚCI
DLA RÓŻNYCH SEGMENTÓW
ODBIORCÓW**
- **DYWERSYFIKACJĘ RYNKÓW
I ROZWIJANIE DODATKOWYCH
ŹRÓDEŁ**

CUSTOMISATION – FORMALNE I NIEFORMALNE KONSORCJA

Aby stworzyć ofertę dopasowaną do indywidualnych potrzeb i oczekiwań naszych klientów i partnerów biznesowych, tworzymy konsorcja formalne i nieformalne, oparte na jak najszerszej współpracy dostawców z naszego miasta i regionu. Bazując na metodzie dynamicznego pakietowania, przedstawimy uczestnikom wydarzeń w Krakowie aktualne promocje na noclegi, transfery, wycieczki, lokalne atrakcje, koncerty, spektakle, bilety do muzeów czy bilety komunikacji miejskiej.

Każdy uczestnik kongresu czy eventu w dowolnym momencie będzie mógł dokonać wyboru i zakupu usług i produktów naszych lokalnych dostawców w atrakcyjnych cenach. Dzięki tej ofercie zaplanuje i zrealizuje spersonalizowany pobyt w Krakowie, spotka wyjątkowych ludzi, skosztuje lokalnych przysmaków, zrelaksuje się na wieczornym koncercie czy pozna historię miasta i jego mieszkańców.

W 2020 roku obchodziliśmy 50. rocznicę Dnia Ziemi. Pandemia COVID-19 to dla nas znak, aby odbudować przemysł spotkań i stworzyć „Nowe Jutro” zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju, pod hasłami:

“Build Back Better – legacy – inclusivity – sustainability – relationship – zero waste”.



DZIEDZICTWO – POZYTYWNY WPŁYW

Legacy czy positive impact w przemyśle spotkań odnoszą się do misji organizacji odpowiedzialnej za wydarzenie i wizji destynacji, w której je organizujemy. „Impactu” nie postrzegamy wyłącznie w kontekście wpływu ekonomicznego wydarzenia, ale szerzej: jako efekty organizacji eventu czy spotkania zmieniające świat oraz destynację, w której realizowany jest dany projekt, przekształcające podejście decydentów, a także inspirujące lokalne społeczności w niemal każdej dziedzinie ludzkiej działalności.

Termin legacy to dosłownie „pozostałość po wydarzeniach z przeszłości”, a więc dziedzictwo, które pozostaje w mieście, ale też ślad, jaki miejsce wydarzenia odciska na nim samym. Jest to więc wzajemne oddziaływanie na siebie wydarzenia i miasta.

W Krakowie kilka lat temu rozpoczęliśmy myślenie o kongresach w kategoriach „dziedzictwa”, przyjmując, że nie muszą być one epizodem w życiu miasta, mając potencjał, by wpływać na lokalną społeczność. Świadomość ta zmieniła również rozumienie samego kongresu – z wydarzenia zamkniętego dla grupy specjalistów staje się on potencjalnie „otwarty dla miasta”, przynosząc korzyści dla rozmaitych jego użytkowników. Nowa perspektywa pomaga nam tłumaczyć, dlaczego wydarzenia są lub mogą być tak ważne dla miasta i dlaczego warto je pozyskiwać. Doskonałym przykładem jest **Aleja Kongresowa**.



LEGACY IMPACT

Wsparcie sektora publicznego ma bazować na zwiększeniu legacy impact, czyli wzajemnego oddziaływania kongresu i miasta. Partnerami w projektowaniu efektów wydarzenia są zatem m.in.: organizator wraz z lokalnym komitetem organizacyjnym, stowarzyszenie branżowe, przedstawiciele nauki – komitety naukowe i badawcze, ambasadorzy kongresów, przedstawiciele biznesu, sponsorzy, mecenasi, lokalna społeczność, studenci, mieszkańcy, a w końcu przedstawiciele polityki i lokalnego samorządu.

– Krakow Convention Bureau jako jednostka sektora publicznego oraz partner KRAKÓW NETWORK realizuje ten postulat, od kilku lat inspirując organizatorów do włączania wydarzeń w tkankę miasta oraz wiążąc wsparcie dla kongresu z korzyściami, jakie może on przynieść lokalnej społeczności. Przykładamy wagę do korzyści dla mieszkańców miasta z organizacji konferencji w Krakowie, dając możliwość kreatywnego podejścia do tej kwestii, uzależnionego za każdym razem od tematyki wydarzenia i zaangażowanych partnerów – podkreśla Małgorzata Przygórska-Skowron, kierownik Kraków Convention Bureau.



Potencjalne korzyści, jakie wiążą się z byciem gospodarzem kongresu, a więc obszary dziedzictwa, to m.in.:

- dostęp do najnowszej wiedzy i wymiana doświadczeń,
- organizacja otwartych sesji i warsztatów tematycznych dla lokalnej społeczności,
- współpraca między przedstawicielami biznesu i nauki,
- otwarcie nowych kierunków studiów, poszukiwanie rozwiązań naukowych odpowiadających na problemy współczesności,
- poprawa usług medycznych i opieki zdrowotnej, promocja profilaktyki zdrowotnej,
- bezpłatne badania dla mieszkańców w wyznaczonych, często mobilnych punktach,
- zwiększona świadomość społeczna i ekologiczna,
- stosowanie proekologicznych rozwiązań, wdrażanie zasad gospodarki o obiegu zamkniętym, angażowanie partnerów biznesowych w akcje CSR,
- nawiązane partnerstwa biznesowe,
- zwiększanie szans na pozyskanie inwestorów dla miasta.

CASE STUDIES

- Światowy Kongres Organizacji Miast Światowego Dziedzictwa OWHC 2019:
 - utworzono stanowisko Pełnomocnika Prezydenta Miasta Krakowa ds. Kultury,
 - zainaugurowano Okrągłe Stoły ds. Dziedzictwa,
 - uhonorowano Prezydenta Miasta Krakowa tytułem Prezydenta OWHC,
 - rozpoczęto kampanię społeczną w mediach społecznościowych #KrakowHeritage.
- Międzynarodowa konferencja stowarzyszenia MPI: European Meetings and Events Conference – EMEC 2015:
 - przeprowadzono akcję CSR polegającą na wyposażeniu Domu Dziecka w Krakowie.
- Europejski Kongres Lekarzy Rodzinnych WONCA Europe 2018:
 - zorganizowano bieg wokół Plant w celu promocji zdrowego trybu życia.
- Międzynarodowy Kongres Polskiej Rady Resuscytacji 2013:
 - zainstalowano defibrylatory w przestrzeni miasta,
 - przeprowadzono szkolenia z obsługi defibrylatorów.

- Krajowe i międzynarodowe kongresy:
 - zorganizowano liczne otwarte sesje dla mieszkańców i studentów,
 - zwiększono świadomość ekologiczną i technologiczną.

INCLUSIVITY

Niepełnosprawność umysłowa czy ruchowa może skutecznie utrudniać dostęp do oferty eventowej. Dostępność nie oznacza tylko ułatwień architektonicznych dla osób poruszających się na wózkach inwalidzkich. Problem dostępności zaczyna się od pierwszej informacji o wydarzeniu.

Wydarzenia powinny być organizowane w sposób inkluzywny, czyli niewykluczający w szczególności ze względu na pochodzenie etniczne, kolor skóry, wiek, płeć, niepełnosprawność, orientację seksualną czy wyznanie. Pojęcie inclusivity należy rozpatrywać w szerszym kontekście, pamiętając również m.in. o osobach ze specjalnymi dietami wynikającymi z potrzeb zdrowotnych, a także światopoglądowych.

Podczas wydarzeń stacjonarnych konieczne jest uwzględnienie potrzeb osób z niepełnosprawnością ruchu, również tą czasową, kobiet w ciąży, osób starszych, w tym dostępności miejsca pod kątem architektonicznym i strategicznych obszarów, takich jak: podjazd, parking, wejście do budynku, miejsca na widowni, miejsca na scenie, toalety. Osoby z niepełnosprawnością słuchu docenią zapewnienie tłumaczenia dla głuchych, a osoby słabosłyszące pętlę indukcyjną, natomiast dla osób z niepełnosprawnością wzroku pomocne będą: opis przestrzeni, dojścia do parkingu i najbliższych przystanków komunikacji miejskiej, zapewnienie asysty.

Powinniśmy projektować uniwersalnie i zapobiegać wykluczeniu cyfrowemu, dlatego rekomendujemy dostosowanie stron internetowych do potrzeb osób niesłyszących i słabowidzących poprzez zapewnienie napisów w wersji polskiej i angielskiej, audiodeskrypcję lub wstęp z opisem materiału multimedialnego, z uwzględnieniem strony wizualnej oraz odpowiednie ustawienie kontrastu kolorystycznego między tłem a tekstem, a także umożliwienie wybrania rozmiaru czcionki.

SUSTAINABILITY

Dbłość o zrównoważony rozwój destynacji jest również niezwykle istotna. Przemysł spotkań powinien rozwijać się w sposób odpowiedzialny, a ta odpowiedzialność ta powinna być równomiernie współdzielona pomiędzy organizatorów i gospodarzy. Zrównoważony rozwój rozumiemy jako troskę o środowisko naturalne, najbliższe otoczenie, otwartość i tolerancję. Koncepcja Zero Waste rozwija się aktualnie między innymi poprzez organizację tzw. green meetings, czyli ekologicznych spotkań.

Według Światowej Organizacji Turystycznej zrównoważona turystyka powinna w optymalny sposób wykorzystywać zasoby przyrodnicze, respektować odrębność społeczno-kulturową obszarów recepcyjnych oraz zapewniać korzyści ekonomiczne i społeczne wszystkim podmiotom zaangażowanym w jej rozwój. Jest to proces ciągły, wymagający monitoringu efektów.

Zgodnie z Polityką Zrównoważonej Turystyki Krakowa na lata 2021-2028 chcemy wprowadzać zrównoważone rozwiązania, które umożliwiają zachowanie harmonii w mieście. Turystyka przenikająca do różnych sfer funkcjonowania naszego miasta jest niezmiernie ważna w procesie partycypacji społecznej oraz budowania sieci partnerstw. Projekt KRAKÓW NETWORK tworzy platformę do współpracy, dzielenia się doświadczeniem, rozwijaniem kompetencji dla członków grupy, ale także otwiera się na mieszkańców miasta, wsłuchując się w ich potrzeby i zachęcając do uczestnictwa w prospołecznej działalności.

Organizacja i realizacja wydarzeń powinna się odbywać w trosce o środowisko naturalne, szczególnie poprzez ograniczenie zużycia energii, papieru, segregację śmieci oraz rezygnację z zastosowania jednorazowych opakowań plastikowych, w zgodzie z uchwałą kierunkową Rady Miasta Krakowa z 2019 roku odnośnie realizacji akcji „**Kraków bez plastiku**”.

Ekologiczny catering w biodegradowalnych opakowaniach, akcje przeciwdziałające marnowaniu jedzenia, takie jak Foodsharing czy Bank Żywności, a także koncepty slow life & work-life balance mogą być z powodzeniem ujęte w planie realizacji wydarzeń. Wisienką na torcie stanowią **akcje z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu** realizowane przez współpracowników i partnerów biznesowych, akcje charytatywne angażujące uczestników wydarzeń, a także projekty społeczne włączające udział lokalnej społeczności i zamiejscowych gości.

ZAANGAŻOWANIE I WARTOŚCI DLA UCZESTNIKÓW

- potrzeby członków organizacji i uczestników wydarzeń są priorytetowe,
- wydarzenia twarzą w twarz to nie jedyny kanał, który angażuje uczestników i generuje przychody,
- potrzebne są nowe narzędzia oparte na danych w celu zoptymalizowania nauczania online i mierzenia zaangażowania uczestników,
- trzeba zwrócić uwagę na trzy główne obszary zainteresowania młodszych pokoleń, jakimi są: różnorodność, zrównoważony rozwój i technologia.

Podobnie jak inne destynacje również Kraków buduje swój wizerunek wokół wybranych specjalizacji, którymi są: nowe technologie, IT, gospodarka, ekologia, produkcja żywności oraz medycyna i przemysł farmaceutyczny. Wierzimy, że miasta i regiony, kierujące się filozofią smart, w naturalny sposób będą pozyskiwać te kongresy i konferencje, których zakres tematyczny

będzie koherentny z obszarami rozwojowymi, określonymi w ich strategicznych dokumentach definiujących perspektywę rozwoju. Wydarzenia konferencyjne i kongresowe będą dla nich okazją do usieciowienia środowiska biznesowego, nauki i organizacji pozarządowych, a dla samych ośrodków akademickich powinny być sposobnością do ich umiędzynarodowienia poprzez zaangażowanie w międzynarodowych sieciach współpracy.

UTRZYMANIE UWAGI UCZESTNIKÓW

Lekcje gotowania online z dostarczaniem półproduktów przed lekcją do klienta, a może utrzymanie kontaktu poprzez kreatywne formy spotkań, takie jak wirtualna przerwa kawowa, podczas której kurier przekaże uczestnikowi wydarzenia ciepły napój i ciastko?

W naszych rozważaniach poruszaliśmy oczywiście kwestię efektywnego projektowania spotkań online, aby sprostać oczekiwaniom uczestników, utrzymać uwagę i stymulować ich aktywność. Postrzegamy tu ogromną rolę ekspertów od projektowania angażujących doświadczeń wirtualnych, stawiających na dwustronną komunikację. Dzięki chatom live, quizom, ankietom czy aplikacjom przeznaczonym do rozmów w czasie rzeczywistym pomiędzy uczestnikami wirtualnego wydarzenia, a przede wszystkim interaktywnym prezentacjom, nasze wydarzenia wywołują pozytywne emocje, interakcję i ułatwiają integrację w wirtualnym środowisku.

Pożądane są zwłaszcza rozwiązania attendee experience management. Jeszcze przed rozpoczęciem wydarzenia możemy dostarczyć uczestnikom wartości, chociażby w postaci współtworzenia razem z nami jego programu. Natomiast po wydarzeniu dajemy uczestnikom dostęp do nagrań VOD, jak w przypadku nowej platformy PLAY KRAKÓW – pierwszej miejskiej platformy VOD, której operatorem jest KBF, a organizatorom raporty pełne wiarygodnych danych.



OD SŁUCHACZY DO AKTYWNYCH UCZESTNIKÓW

Tłumaczenia zdalne poszerzają krąg uczestników o osoby nie znające języków obcych.

Zapewnienie zdalnego tłumaczenia symultanicznego (tzw. RSI – remote simultaneous interpreting) w formie dodatkowej funkcjonalności na platformie cyfrowej, nakładki do platformy lub innych rozwiązań hub tłumaczeniowych:

- zwiększa zaangażowanie, zapewniając:
 - pełne i lepsze zrozumienie treści, co poprawia koncentrację słuchaczy i aktywizuje uczestników do robienia notatek, zadawania pytań podczas sesji Q&A, komentowania i włączania się w dyskusję,
 - większe korzyści dla sponsorów i partnerów – dobre rozumienie treści, to uważniejsze słuchanie i zapamiętywanie np. cech i przeznaczenia produktów lub usług,

- poprawia doświadczenia uczestników w zakresie:
 - dostępności treści,
 - wygody przez treści we własnym lub w lepiej znanym języku,
 - swobody wypowiedzi we własnym lub dobrze znanym języku,
 - możliwości zapewnienia języków rzadkich: większa pula uczestników i prelegentów,
- poszerza zasięg wydarzenia i dochodów organizatora, dzięki dodaniu tłumaczenia lub poszerzeniu puli języków tłumaczenia.

DIGITALIZACJA I WYDARZENIA HYBRYDOWE

- destynacje i obiekty ewoluują jako globalne platformy wymiany wiedzy,
- celem wydarzeń hybrydowych jest: zwiększenie zasięgu i przychodów przy jednoczesnym podtrzymaniu frekwencji spotkań twarzą w twarz,
- istnieje potrzeba zaangażowania nowych zasobów ludzkich posiadających umiejętności cyfrowe,
- organizacje muszą wdrożyć cyfrową kulturę organizacyjną, aby w przyszłości móc zbilansować swoje finanse.

Przejście z onsite do online jest nie tylko koniecznością wynikającą z ograniczeń prawnych dotyczących liczebności publiczności, ale także postępu technologicznego. Jest to przyszłość przemysłu spotkań, co stanowi wyzwanie dla operatorów obiektów, które są zmuszone do niezwłocznej zmiany dotychczasowej strategii. Największym profitem w tej sytuacji jest natomiast możliwość dotarcia ze swoją ofertą i treściami do znacznie szerszego grona odbiorców poprzez ich transmitowanie.

W kontekście zwiększania zasięgów w czasie obowiązywania ograniczeń kluczowa jest gotowość na współpracę pomiędzy obiektami w celu realizacji lokalnych wydarzeń hubowych. Inspirację w tym zakresie może stanowić **Deklaracja Woli Współpracy** zawarta w 2018 roku przez: Międzynarodowe Centrum Targowo-Kongresowe EXPO Kraków, Centrum Kongresowe ICE Kraków i TAURON Arenę Kraków.

– W ramach kwartalnych spotkań KRAKÓW NETWORK zaplanowaliśmy kolejne działania polegające na wypracowaniu uzgodnionych metod i strategii do konwersji spotkań online w spotkania hybrydowe oraz ustaleniu standardów wydarzeń „wielomiejskowych” (z ang. atomic), co pozwoli na organizację spotkań w kilku miejscach jednocześnie dla nielicznej grupy osób z zachowaniem wymaganego dystansu społecznego – informuje prof. dr hab. Krzysztof Borodako z Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie.

Platformy do realizacji wydarzeń wirtualnych i hybrydowych oraz studia nagrań z profesjonalnym sprzętem audiowizualnym, wzbogaconym o AR i VR zapewniają wysokiej jakości realizację w umiarkowanych cenach.



– W poszukiwaniu optymalnych rozwiązań warto weryfikować nowości. Korzystanie z innowacyjnych, dedykowanych platform do zdalnego tłumaczenia ustnego współpracujących z innymi systemami pozwala na tłumaczenie symultaniczne w czasie rzeczywistym na więcej niż jeden język, rejestrację ścieżki tłumaczenia i możliwość późniejszego dogrania tłumaczenia do treści – wymienia Agnieszka Nowińska, prezes Polskiego Stowarzyszenia Tłumaczy Konferencyjnych PSTK.



POSTCOVIDOWE INNOWACJE

W ramach spotkań grupy Kraków Future Lab KRAKÓW NETWORK – będącej platformą nawiązania kontaktu, wymiany doświadczeń i współpracy między lokalnym środowiskiem startupów a branżą przemysłu spotkań – podjęliśmy próbę zdefiniowania nowych standardów i wartości we współpracy, w celu promowania Krakowa jako miasta kreatywnego w zakresie innowacji i nowych technologii.

– Poznaliśmy rozwiązania technologiczne, które mogą pomóc kontrolować sposób rozprzestrzeniania się wirusa, z potencjałem do wdrożenia w trakcie wydarzeń platformy do usprawniania zarządzania eventami, rezerwacji miejsc, spotkań online czy teambuildingu. Krakowskie środowisko startupów stanowi kreatywną i technologiczną wizytówkę miasta. Profesjonaliści przemysłu spotkań powinni na bieżąco śledzić nowe usługi i produkty stworzone przez lokalnych wynalazców, korzystać z nich i promować globalnie – zaznacza Julien Hallier, dyrektor generalny Destination Poland.



W 2021 roku będziemy kontynuować rozmowy na temat implementacji nowych rozwiązań technologicznych na rynku MICE, zaangażowania startupów w rozwój innowacji postcovidowych dla szeroko pojętej branży przemysłu spotkań oraz pandemii COVID-19 jako akceleratorze innowacji dla podmiotów działających w branży przemysłu spotkań.

Najlepiej sprawdzają się narzędzia wielofunkcyjne. Przykładowo kioski do samodzielnej rejestracji umożliwiają dokonanie rejestracji i wydrukowanie identyfikatora samodzielnie przez uczestnika wydarzenia, usprawnia proces rejestracji i eliminuje kontakt fizyczny z personelem, mogą jednocześnie służyć jako nośniki informacji czy materiałów promocyjnych, a także przeglądarki e-posterów.

PERSPEKTYWY DLA STARTUPÓW

W odpowiedzi na pilną potrzebę wdrażania rozwiązań zwiększających bezpieczeństwo sanitarno-epidemiologiczne wydarzeń ponad stu wystawców zaprezentowało swoje usługi na nowych Targach **ANTYCOVID EXPO** zorganizowanych przez firmę Targi w Krakowie. Szybka reakcja na niespodziewaną sytuację pozwoliła na prezentację szerokiej gamy produktów: odkażających, medycznych i zabezpieczających wydarzenia.



W raporcie „**Kraków jest gotów! Strategia miasta odpornego na pandemię**” czytamy o wzmożonym popycie na technologie, które okazują się być przydatne w kryzysie epidemiologicznym oraz błyskawicznej zmianie strategii i linii produktowych startupów w kierunku zupełnie nowych potrzeb. Są to zarówno rozwiązania med-techowe, np. opaski telemedyczne, jak i związane ze wsparciem marketingu i sprzedaży w sieci. Przykładowo producent inteligentnych mebli miejskich **Seedia** aktualnie oferuje bezdotykowe dozowniki płynu dezynfekcyjnego.



– Nowe produkty i usługi powstały w tempie, które jest nieosiągalne dla wielu dojrzałych firm, a to pozwala naszym startupom wziąć udział w zawodach, które do niedawna były poza ich zasięgiem. Dynamiczny, kryzysowy rynek dla sprawnej firmy oznacza też możliwość uruchomienia ekspresowej, pilotażowej sprzedaży i zdobycie wiarygodności szybciej, niż mogą to osiągnąć firmy działające wolniej – podkreśla Wojciech Przybylski, prezes Krakowskiego Parku Technologicznego.



Ciekawym przykładem innowacji w branży jest również **Meetlify Projekt** – aplikacja przeznaczona do wykrywania bliskości pomiędzy użytkownikami lub grupami. Krakowski startup działający od 2019 roku w obliczu wybuchu pandemii oraz zamrożenia rynku MICE przedstawił technologię, która umożliwia bezpieczny udział w wydarzeniu, wspiera zachowanie dystansu społecznego pomiędzy użytkownikami oraz ułatwia im odnajdywanie innych użytkowników lub miejsc, a także oferuje wsparcie w zarządzaniu bezpieczeństwem sanitarnym wydarzenia, umożliwiając nadzór nad ruchem użytkowników i zajętością obiektu w czasie rzeczywistym oraz statystyki i analitykę wydarzenia w ujęciu chwilowym i historycznym. Wszystko to dzięki wykrywaniu bliskości pomiędzy użytkownikami wyłącznie w oparciu o używane przez nich smartfony, niezależnie od zainstalowanego na nich systemu operacyjnego.



WYDARZENIA HYBRYDOWE

W ciągu kilku miesięcy po wprowadzeniu pierwszych ograniczeń w organizowaniu wydarzeń członkowie **KRAKÓW NETWORK** udostępnili kilka autorskich platform i obiektów przystosowanych do organizacji wydarzeń online. Obecnie w Krakowie funkcjonuje kilkanaście studiów nagrań, również tych wykorzystujących wielkopowierzchniowe ekrany i rozszerzoną rzeczywistość (VR, AR, MR oraz XR).

Obiekty te dają również możliwość organizacji wydarzeń z udziałem publiczności nawet do kilkuset osób, z zachowaniem obowiązujących zasad bezpieczeństwa i reżimu sanitarnego. W ramach naszej inicjatywy partnerskie podmioty mają możliwość wzajemnego przesyłania obrazu, dzięki czemu wiele przestrzeni studyjnych może obsługiwać jedno wydarzenie, a tym samym liczba osób uczestniczących w wydarzeniu hybrydowym może wzrosnąć do kilku tysięcy.

Sygnatariusze Protokołu **KRAKÓW NETWORK** odpowiedzialni za realizację wydarzeń online gwarantują pełne wsparcie na etapie wyboru rozwiązań, a także zapewniamy pełną transparentność na etapie wyceniania i elastyczność w procesie przygotowania ofert.

Według danych pozyskanych przez Krakow Convention Bureau w 2020 roku gościliśmy w Krakowie:

- wydarzenia hybrydowe ogółem: 147; w tym krajowych: 120, zagranicznych: 27;
- wydarzenia wirtualne ogółem: 960; w tym krajowych: 713, zagranicznych: 247;
- wydarzenia stacjonarne (powyżej 10 osób) ogółem: 812; w tym krajowych: 571, zagranicznych: 241.

Do tej pory w wydarzeniach realizowanych hybrydowo przeważały konferencje medyczne, dla klientów korporacyjnych, gastronomiczne, branży beauty i edukacyjne.

Członkowie KRAKÓW NETWORK połączyli siły, tworząc studio nagraniowe dla wydarzeń hybrydowych zlokalizowane w Centrum Kongresowe ICE Kraków, a operowane przez Concept Music Art CMA. Za pomocą najnowszych rozwiązań technologicznych, w tym VR & AR oraz doświadczeniu w profesjonalnym montażu i wizualizacji nagrań powstała przestrzeń łącząca prestiż, elegancję i zaawansowane możliwości technologiczne do realizacji streamingu wybranego wydarzenia, maksymalizując możliwość dotarcia do jak największej liczby odbiorców za pośrednictwem edukacyjnej i rozrywkowej przestrzeni internetowej.

Z kolei w EXPO Kraków dzięki zastosowanym na etapie budowy rozwiązaniom IT, technologii Fortinet i łączom światłowodowym możliwa jest realizacja niemal dowolnego wydarzenia hybrydowego lub online, z uwagi na różnorodność dostępnych pomieszczeń – od wysokich hal pozwalających na stworzenie największego studia telewizyjnego w regionie, po całkiem niewielkie pokoje spotkań, które dają możliwość projektowania studia telewizyjnego w zależności od potrzeb i budżetu, którym dysponuje klient.

PROFESJONALNE PLATFORMY

Platformy online mogą być przygotowane w dowolnym języku, włącznie z tłumaczeniem symultanicznym i tłumaczem języka migowego, gwarantują najnowocześniejsze rozwiązania techniczne i wsparcie dla rozdzielczości 4K, transmisji 360 czy rozwiązań VR. Dają możliwość pełnego zarządzania treścią i zależnie od wymagań tworzenia wirtualnych stref wydarzeń, scen Live, stref expo i stref partnerskich. W pełni wspierają rozwiązania networkingu i bezpośrednio komunikacji między użytkownikami oraz ich wirtualnej integracji, zapewniając najwyższy poziom bezpieczeństwa podpartego niezbędnymi certyfikatami. Mogą być również przygotowane zgodnie z obowiązującymi wytycznymi w zakresie równości szans i niedyskryminacji WCAG2.1.

Rozwój platform skupia się na wydarzeniach, gdzie kluczowy jest transfer wiedzy, komunikacja i networking, a więc na kongresach, konferencjach, prezentacjach oraz targach. Organizatorzy dzięki platformie oraz doświadczonemu zespołowi, bezpiecznie i skutecznie przeprowadzą wydarzenie w sieci niezależnie, czy jest ono w pełni wirtualne czy hybrydowe.

W obliczu nowych wyzwań dotyczących organizacji wydarzenia dla grup odbiorców o zupełnie różnych potrzebach – przebywających w obiekcie i łączących się zdalnie oraz organizacji dwóch osobnych eventów, które łączy jeden контент, powstają nowe aplikacje i platformy. Omówiliśmy wybrane propozycje, aby zbadać ich możliwości. Wśród nich znalazły się platformy: Meetings Application, WydarzeniaOnline.pl, freexon.pl oraz Platforma E-learningowa.

Profesjonalne platformy i aplikacje do realizacji wydarzeń hybrydowych zapewniają:

- szeroką gamę innowacyjnych funkcji zaprojektowanych w celu przyciągnięcia uwagi i zaangażowania uczestników,
- możliwość stworzenia własnej domeny i branding,
- responsywność na urządzeniach mobilnych,
- dostępność w polskiej i angielskiej wersji językowej,
- brak konieczności instalacji,
- urozmaicone systemy rejestracji,
- transmisję video na żywo lub VOD z wielu miejsc,
- czat na żywo, ankiety, opcję Q&A,
- agendę wydarzenia z biografiami i abstraktami prelegentów,
- możliwość dodania dodatkowych podstron,
- VOD i webinaria z plikami do pobrania i aktywnymi hiperłączami,
- strefy expo z wirtualnymi stoiskami i wystawy,
- podstrony z partnerami, sponsorami, prelegentami, z dowolną konfiguracją treści,
- uprawnienia i grupy użytkowników z różnym dostępem do określonych pokoi i funkcji,
- networking i interakcje, business matching – umawiane spotkania 1 na 1,
- narzędzia wspierające sprzedaż,
- monitoring efektów – generowanie raportów o aktywności użytkowników,
- doradztwo w zakresie analizy potrzeb, doboru odpowiednich rozwiązań,
- wsparcie dla tłumaczenia symultanicznego,
- wspomagający zespół techniczny,
- bezpieczeństwo potwierdzone przez niezależne firmy audytujące,
- pełną zgodność z zasadami RODO.

W dzisiejszych czasach destynacje i obiekty ewoluują jako globalne platformy wymiany wiedzy.

W turystyce biznesowej siłą konkretnej lokalizacji jest komplementarna oferta, jaką proponować mogą dobrze znający wzajemne możliwości, współpracujący ze sobą profesjonaliści wszystkich sektorów rynku MICE.

Właśnie tak działają przedstawiciele podmiotów zrzeszonych w projekcie **KRAKÓW NETWORK**.



Patronat honorowy:



Główny partner medialny:

Patroni:



Członkowie sygnujący Protokół KRAKÓW NETWORK:



Twórcy Protokołu **KRAKÓW NETWORK**:

Izabela Błaszczak – KBF, ICE Kraków, nadzór nad realizacją projektu

Paula Fanderowska – Centrum Kongresowe ICE Kraków, pomysłodawca i lider projektu

Weronika Wirtel – Centrum Kongresowe ICE Kraków, autor i koordynator projektu

Agnieszka Faracik-Leśniak – DMC Poland, lider grupy DMC

Julien Hallier – Destination Poland, lider grupy Kraków Future Lab

Anna Jędrocha – Symposium Cracoviense, lider grupy PCO

Magdalena Młynarczyk – Radisson Blu Hotel Krakow & Park Inn by Radisson Krakow, lider grupy hotelowej

Krzysztof Paradowski – CMA, lider grupy eventowej

Anna Wodziańska – Stara Zajezdnia Kraków by DeSilva – lider grupy gastronomicznej

Michał Zalewski – KBF, lider grupy PR

Marcin Andrukowicz – Meeting Art

Piotr Baran – Puro Hotel

Paweł Bączek – JAN-POL DMC Poland

Prof. dr hab. Jadwiga Berbeka – Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

Prof. dr hab. Krzysztof Borodako – Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

Katarzyna Chmura – Sheraton Grand Krakow

Joanna Chwastek-Pluta – Mercure Kraków Fabryczna City & Conference Center

Marcin Cieślikowski – Masters Catering

Jacek Florek – KBF

Paulina Garczarczyk – Q Hotel

Anna Gasińska – Hotel Wawel Queen

Agnieszka Grzesiak – Biuro Kongresów JORDAN

Elżbieta Jagłowska – Sekcja ds. konferencji Centrum

Promocji i Komunikacji UJ

Prof. dr hab. Marian Jaskuła – Uniwersytet Jagielloński

Mateusz Jaworski – eventX

Krzysztof Jędrocha – Hotel Wyspiański

Jarosław Kruk – MICEART DMC

Natalia Kulec-Greń – Kraków Convention Bureau

Anna Leszczyńska – Hula Events

Katarzyna Marciszyn – Targi w Krakowie, EXPO Kraków

Monika Nahirny – Małopolska Organizacja Turystyczna

Agnieszka Nowińska – Polskie Stowarzyszenie Tłumaczy Konferencyjnych PSTK

Izabela Osiadły – KBF

Joanna Ostrowska – Hotel Kossak

Tomasz Piórkowski – Vienna House Andel's Cracow

Izabela Postolska – Hotel Kossak

Małgorzata Przygórska-Skowron – Krakow Convention Bureau

Prof. dr hab. Tomasz Rachwał – Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie

Katarzyna Rokicka – Mazurkas Congress Management

Dorota Smagur – Hilton Garden Inn Krakow

Anna Stefańczyk – RT Hotels SA

Paula Świąch-Wałaszek – KBF

Ewa Woch – Targi w Krakowie, EXPO Kraków

Piotr Wilczek – Grupa A05

Maciej Wójcik – TARIFA Corporate events

Barbara Zając – KBF

Członkowie sygnujący Protokół KRAKÓW NETWORK:

Ad Innovations Agnieszka Dąbrowska
Arena Kraków S.A.
Akademia Górniczo-Hutnicza im. Stanisława Staszica w Krakowie
Akademia Wychowania Fizycznego im. Bronisława Czecha w Krakowie
CULINARY GLOBAL CONCEPT Sp. z o.o., sp.k.
Maylane Polska Sp. z o.o.
APPLINK Sp. z o.o.
Meta Sp. z o.o.
ARTUR TRAVEL Sp. z o.o. , sp. k.
Aspire POLAND
B&B Hotel Kraków Centrum
Baroque Food&Style
Aplikacja Turystyczna BeautifulPoland
BikeU Sp. z o.o.
Blu Experience Sp. z o.o.
Cracow Royal Center Sp. z o.o.
Brill AV Media Sp. z o.o.
Business Service GALOP
Catalyst Poland Sp. z o.o.
Centrum Business in Małopolska
Centrum Kongresowe ICE Kraków
PM Management Sp. z o.o., sp.k.
CITY Sp. z o.o., sp.k.
Concept Music Art Sp. z o.o.
Uniwersytet Jagielloński Collegium Medicum
Destination Poland Sp. z o.o., sp.k.
Discover Cracow Wordine Sp. z o.o., sp.k.
DMC Poland Sp. z o.o.
Dylczyk Business Art.
Best Western Efekt Express Kraków Hotel
Ernest Mirosław Ernesto Travel
Eskadra Agencja Reklamowa
Estimote Polska
event-factory s.c K. Koper, S. Godula
EventX sp. z o.o.
Międzynarodowe Centrum Targowo-Kongresowe EXPO Kraków
Folwark Zalesie
Forum s.c.
Forum Wydarzeń sp.j.
FSWO Sp. z o.o.
Fundacja dla Akademii Górniczo-Hutniczej im. Stanisława Staszica w Krakowie
Fundacja Gospodarki i Administracji Publicznej (Fundacja GAP)
Gościnna Chata
Grupa A-05 Sp. z o.o.
Litex Zakład Produkcyjno-Handlowy Stanisław Litwin
Developers World Grzegorz Duda
Hard Rock Cafe Kraków
Gemo Sp. z o.o. operator hotelu Holiday Inn
Krakow City Centre
Premier Kraków Hotel ****
Best Western Plus Kraków Old Town Hotel RT Hotels S.A.
Hotel Galicja Wieliczka
Garden Square Hotel
Hotel Golden Tulip Krakow Kazimierz
Hotel Golden Tulip Krakow City Center
Grand Ascot Hotel ****
DoubleTree by Hilton Krakow Hotel & Convention Center
Hilton Garden Inn Kraków
Hilton Garden Inn Krakow Airport
Hotel Indigo Krakow- Old Town
Osti-Hotele Zbigniew Ostachowski Kossak Hotel

Hotel Mercure Kraków Stare Miasto
Hotel Metropolo Krakow by Golden Tulip
Niebieski Art Hotel
Hotel Novotel Krakow Centrum ****
Hotel Novotel Kraków City West ****
Park Inn by Radisson Krakow
Hotel Puro
PURO Hotel Kraków Kazimierz
PURO Hotel Kraków Stare Miasto
Q Hotel Kraków
Q Plus Hotel Kraków
Qubus Hotel Management Sp. z o.o.
Radisson Blu Hotel Krakow
Amicus Sp. z o.o.
Sheraton Grand Krakow
grupa Likus Hotele i Restauracje Hotel Stary
Hotel Swing Sp. z o.o.
Unicus Dobry Hotel Sp. z o.o., sp.k.
Vienna House Andel's Cracow
Vienna House Easy Cracow
Hotel Queen sp. z o.o.
Wilga S.C. Małgorzata i Zbigniew Wcisło
Hotel Witek sp. z o.o.
ZR Hotele sp. z o.o.
MORE&BETTER sp. z o.o.
Instytut Fizyki Jądrowej im. Henryka Niewodniczańskiego Polskiej Akademii Nauk
Instytut Kultury Willa Decjusza
Agencja Turystyczno-Handlowa Intercrac sp. z o.o.
Metropolis Design Hotel Sp. z o.o., s.k.a.
JAN-POL DMC Poland
JAN-POL S.A.
Jordan Group Jacek Legendziewicz
Konrad Kozioł Organization
Cafe Sukiennice sp. z o.o.
Kinnarps Polska sp. z o.o.
Kopalnia Soli „Wieliczka” S.A.
Krakowska Organizacja Turystyczna sp. z o.o.
Krakowska Szkoła Biznesu Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie
Krakowski Park Technologiczny sp. z o.o.
KBF
Międzynarodowy Port Lotniczy im. Jana Pawła II Kraków - Balice Sp. z o.o.
Krakow Convention Bureau
Lastrada Catering Sp. z o.o.
Krzysztof Ślusarczyk Liberandum Ratownictwo Medyczne
Grupa Manta sp. z o.o., sp. k.
Louvre Hotels Group
Main Square Hospitality Group
Małopolska Organizacja Turystyczna
Manifold sp. z o.o.
Masters Catering sp. z o.o.
Mazurkas Travel Biuro Podróży Sp. z o.o.
UTC Tour Operator sp. z o.o.
Meetlify Sp. z o.o.
Mercure Krakow Fabryczna City & Conference Center
Metropolis Design Hotel Sp. z o.o. , s.k.a.
MICEART sp. z o.o.
Medycyna Praktyczna sp. z o.o.
Fundacja Wspierająca #OMGKRK
Gastro Group Kwaśniewski i Wspólnicy sp.j.
Piloci Studio sp. z o.o.
Pimiento Rynek Główny Marcin Seweryn, Łukasz Przybylski sp.j.
PIX Agency Jakub Żak

Poland Convention Bureau
Politechnika Krakowska im. Tadeusza Kościuszki
Polska Organizacja Turystyczna
Polskie Stowarzyszenie Tłumaczy Konferencyjnych
Promenada Jacek Ubik, Jerzy Ubik sp. j.
Beáta Zubáká Services
Kogel Mogel MSHG sp. z o.o.
Restoinvest sp. z o.o.
KRAKODERO s.c.
Jacek Łódziński Restauracja Pod Aniołami
grupa Likus Hotele i Restauracje
Szara Gęś MSHG sp. z o.o.
grupa Likus Hotele i Restauracje
Spółka Bonus Management sp. z o.o., sp.k.
RT Hotels s.a.
UTC Tour Operator Sp. z o.o.
SEEDIa Sp. z o.o.
Service Congress Center Sp. z o.o., Sp. k
Simply Poland DMC Sp. z o.o.
Smart Schedules sp. z o.o.
Instytut Kościuszki
Stowarzyszenie Międzynarodowe Triennale Grafiki w Krakowie
Stowarzyszenie Willa Decjusza
Symposium Cracoviense Sp z o.o.
Szkoła Sommelierów Sp. z o.o.
Tarifa Sp. z o.o.
Target Service Radosław J. Fronc sp.j.
Targi w Krakowie Sp.z o.o.
Agencja Rozwoju Miasta S.A.
TBC Project Sp. z o.o.
The Big Thing S.C. M. Kiwer, P. Kordyś
MICE & MORE MEDIA GROUP
TPO Pastuszek Sp. z o.o. Sp. k.
Traficar Sp. z o.o.
Transportive
Turystyka FORUM
Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie
Uniwersytet Jagielloński w Krakowie
Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego
Urząd Miasta Krakowa
Visualsupport Michał Płóciennik
F.H.U Bożena Czynciel
Winnica Srebrna Góra Sp. z o.o.
Winnice Francji Sp. z o.o.
Wyższa Szkoła Turystyki i Ekologii
Zamek Królewski na Wawelu – Państwowe Zbiory Sztuki
Fundacja Zamek Królewski w Niepołomicach
Zarząd Infrastruktury Sportowej w Krakowie
Zarząd Zieleni Miejskiej
Studio fotograficzne w Krakowie – Bartek i Tomek Dziedzic
Zen Sp. z o.o.
Z-Factor Sp. z o.o., s.k.