



Kraków miastem innowacji! Rusza kampania „Kraków. Meet the innovation”

2022-09-05

Ponad 500 firm technologicznych, prawie 50 tysięcy pracowników IT i 9 tysięcy studentów kierunków informatycznych – to tylko niektóre z liczb, które potwierdzają, że Kraków jest jednym z najszybciej rozwijających się ośrodków innowacji w Europie. Wizerunek miasta przyjaznego biznesowi będzie kreować kampania przygotowana przez Kraków5020 – miejską spółkę działającą w modelu DMO (Destination Management Organisation), której celem jest budowanie wizerunku i promocja miasta we współpracy z podmiotami z różnych branż.

Co świadczy o unikatowości krakowskiego ekosystemu innowacji? Na dobry klimat do rozwoju start-upów i powstawania konkurencyjnych na arenie międzynarodowej biznesów składa się kilka czynników. - *Wysokiej klasy uniwersytety i uczelnie, lokalna społeczność wspierana przez organizacje sieciujące, rozbudowana infrastruktura centrów biznesowych, utalentowana, młoda kadra i wysoko wykwalifikowani specjaliści – to wszystko sprawia, że nasze miasto jest nie tylko prężnie działającym ośrodkiem turystyki wypoczynkowej, ale też miejscem o dużej sile przyciągania biznesu* – mówi Izabela Błaszczyk, prezeska Kraków5020. - *Będziemy wykorzystywać ten potencjał, kreować wizerunek nowoczesnego miasta łącząc podmioty z wielu branż i pokazywać inwestorom i startupowcom, że warto tutaj rozwijać swój biznes.*

Ma to swoje odzwierciedlenie w rankingach. Magazyn Forbes uznał Kraków za najbardziej przyjazne biznesowi miasto w Polsce, a w ogólnoświatowym rankingu Super Miast według Tholons Global Innovation Index stolica Małopolski uplasowała się na 20. pozycji.

ZOBACZ SPOT

W kampanii „Kraków. Meet the innovation” opowiadają o krakowskiej branży ci, którzy znają ją od podszewki – założyciele start-upów i specjaliści innowacyjnych firm, m.in. Anna Weber, założycielka platformy z wartościową muzyką dla dzieci Pomelody, Szymon Brylski z serwisu z ofertami dla wielbicieli podróży Bidroom, czy Liza Khlopkova, współzałożycielka start-upu VRpartments. Akcja będzie również widoczna w samym centrum Krakowa. Turyści i mieszkańcy z nośników zlokalizowanych na Plantach dowiedzą się, dlaczego Kraków należy do najbardziej innowacyjnych miast w Europie. Dane wykorzystane w kampanii pochodzą z raportu o krakowskich start-upach przygotowanego przez Fundację #OMGKRK.

O tym, że stolica Małopolski jest nie tylko popularnym kierunkiem turystycznym, ale też istotnym punktem na biznesowej mapie świata, można dowiedzieć się też z cyklu filmów Stories|50–20 zrealizowanego przez Kraków5020 na portalu [LinkedIn](#) i [YouTube](#). Każdego z bohaterów cyklu Kraków urzekł, choć każdego czym innym. Filmy pokazują, jak różnorodne jest środowisko krakowskich ekspatów – nie tylko narodowościowo, ale także w kontekście zawodowych kwalifikacji i zainteresowań.

Kampania „Kraków. Meet the innovation” jest zgodna z rekomendacjami programu strategicznego promocji miasta Krakowa na lata 2016-2022. Dokument zwraca uwagę na konieczność wykreowania "drugiego filaru" wizerunkowego dla miasta, polegającego na budowaniu nowoczesnych skojarzeń oraz godzeniu historii i dziedzictwa z nowoczesnością. Program rekomenduje też promocję biznesowej specjalizacji miasta z uwzględnieniem sektorów gospodarki opartych na wiedzy, innowacyjności i nowych technologiach.



**Magiczny
Kraków**

Organizatorem kampanii jest Kraków5020, miejska spółka działająca w modelu DMO (Destination Management Organisation), budująca wizerunek miasta we współpracy z podmiotami z różnych branż. Jej misją jest promocja miasta jako atrakcyjnej destynacji turystycznej i biznesowej.

Partnerem kampanii jest Fundacja #OMGKRK wspierająca lokalną branżę startup-ów i innowacyjnych biznesów.