



Kraków wspiera branżę turystyczną

2020-06-04

Obecna sytuacja, związana z epidemią przekłada się na całą gospodarkę, w tym także na sytuację w branży turystycznej i aktualnie trudno jeszcze oceniać skalę możliwych skutków. Badacze i eksperci prognozują kilka możliwych scenariuszy dla krakowskiej turystyki, która jest ważną gałęzią gospodarki miasta.

Chociaż w poprzednich latach Kraków był chętnie odwiedzany przez turystów z całego świata, to trzeba pamiętać, że zdecydowanie przeważającą grupę osób goszczących w stolicy Małopolski od lat stanowią turyści krajowi. Kraków robi wiele, by zainteresowanie miastem nie tylko utrzymać, ale też zintensyfikować.

W artykule Zbigniewa Bartusia „Czarny scenariusz dla Krakowa: tysiące firm przetrwa kryzys, ale zostanie bez klientów. Rząd im nie pomoże. Lepsze wieści dla Podhala” opublikowanym w „Dzienniku Polskim” (wydanie: 30 maja br.) pojawia się wiele odniesień do stwierdzeń Krzysztofa Mazura, wiceministra rozwoju, który na przykładzie Krakowa zapowiadał przygotowywaną przez rząd tarczę samorządową i miastom z mocno rozbudowaną branżą turystyczną oraz osobom, które czerpią dochody z turystyki radził, by „przemyślały swój model biznesowy” i zastanowiły się nad przebranżowieniem.

Pochodzący z Krakowa minister uznał, że stolica Małopolski ma o wiele większy problem niż wiele polskich miast, bo rozwój oparła w ostatnich latach na turystyce; stwierdził: „W dodatku wśród 13 mln osób odwiedzających co roku nasze miasto, większość stanowili cudzoziemcy. Dziś nawet najbardziej optymistyczne scenariusze odmrażania turystyki zakładają, że turyści zagraniczni szybko nie wrócą”. Stwierdzenia te nie są jednak zgodne z faktami.

Największą liczbę gości odwiedzających Kraków od lat stanowią turyści krajowi

Trudno jeszcze oszacować skalę skutków epidemii dla turystyki i gospodarki Krakowa, Polski czy wręcz świata, nie sposób jednak nie zwrócić uwagi na liczby.

– Z badań prowadzonych co roku przez Małopolską Organizację Turystyczną (MOT) na zlecenie Urzędu Miasta Krakowa i publikowanych w Biuletynie Informacji Publicznej, jak również na stronach internetowych miasta oraz MOT, wyraźnie wynika, że zdecydowaną większość osób goszczących w Krakowie stanowili odwiedzający krajowi – podkreśla dr Krzysztof Borkowski, ekspert w dziedzinie turystyki, koordynujący realizowane co roku badania ruchu turystycznego w Krakowie i w Małopolsce. Przedstawia dane liczbowe: [zestawienia tabelaryczne \[pdf\]](#)

– W **2019** roku w Krakowie było **76,5% odwiedzających z kraju i 23,5% z zagranicy**, a w latach **2016-2019** było to również średnio **76,5% odwiedzających z kraju i 23,5% z zagranicy**. W 2019 roku w Krakowie gościło **10 150 000 turystów**, czyli podróżnych, którzy nocowali w mieście: **69,95% turystów z kraju i 30,05% z zagranicy**. W latach **2016-2019** było to również średnio **69,65% turystów z kraju i 30,05% z zagranicy**.



**Magiczny
Kraków**

Co więcej, w **2019** roku, jak wskazuje dr Krzysztof Borkowski, w Krakowie było **14 050 000 odwiedzających**, czyli wszystkich podróżnych, którzy gościli w mieście. – Tak więc cytowana w artykule wartość 13 milionów turystów nie jest nawet uśrednieniem publikowanych danych, chyba że jest to średnia z ostatnich czterech lat: 2016-2019 – podsumowuje.

Badacz odnosi się także do przytoczonych w artykule słów ministra o braku możliwości wpływu rządu na wynikające ze strachu decyzje wyjazdowe turystów zagranicznych, co firmom utrzymującym się z turystyki grozi pozostaniem bez klientów przez najbliższe miesiące czy lata.

– Mamy możliwość wpływu. Działania te opisuje projekt Proxenos Cracoviensis, gwarantujący turystom opiekę socjalną na wypadek zdarzeń wymagających w uzasadnionych sytuacjach udzielenia pozarodzinnej pomocy instytucjonalnej gościom miasta (czyli zdeklarowanym turystom). Podobny lub identyczny program ożywiający polską turystykę przyjazdową bez większych problemów można zastosować jako rozwiązanie ogólnopolskie, wykorzystując już istniejące w Polsce mobilne aplikacje „antycovidowe” – podpowiada ekspert i odsyła do badań naukowych dostępnych także [tutaj](#).

Różne formy wsparcia dla krakowskiej branży turystycznej

Warto przy okazji zwrócić uwagę na skalę działań miasta skoncentrowanych na ożywieniu lokalnej gospodarki i turystyki. Kraków jest miastem wyjątkowo atrakcyjnym turystycznie i, nie zapominając o rozwoju innych dziedzin gospodarki, władze miasta mają świadomość, że wiele firm i osób żyje w Krakowie właśnie z turystyki. Pomoc instytucjonalna w tym obszarze jest teraz niezbędna dla zachowania wielu miejsc pracy, stąd liczne inicjatywy zmierzające do odbudowy przyjazdów turystycznych i wsparcia działalności krakowskich przedsiębiorców.

Rozpoczęła się ogólnopolska kampania „[Kraków.Nieodkryty](#)” realizowana we współpracy z Małopolską Organizacją Turystyczną. W największych miastach w Polsce – w Trójmieście, Wrocławiu, Poznaniu, Łodzi, Szczecinie i Warszawie, pojawią się wielkoformatowe reklamy zapraszające do Krakowa. Miasto będzie widoczne także w topowych programach telewizyjnych, spotach reklamowych i w lifestylowych czasopismach kobiecych, zintensyfikuje też obecność w internecie (spoty na YouTube, relacje na Instagramie i Facebooku). A każdy, kto zdecyduje się przyjechać na minimum jedną noc pod Wawel i zatrzymać się w jednym z krakowskich hoteli, zyska Kartę Turysty. Razem z nią może liczyć na rabaty w restauracjach, hotelach i innych podmiotach, które przystąpiły do tego programu.

Inny przykład działań wspierających turystykę i gospodarkę to program „Szyte na miarę” - skierowany do organizatorów turystyki i kongresów, mający na celu przedstawienie potencjału Krakowa jako miasta idealnego na organizację kongresów i konferencji oraz turystycznych odwiedzin. Warto także wymienić projekt „Magiczna kultura”, który ma na celu poszerzenie komercjalizacji i zwiększenie dostępności obiektów kultury. Współpraca z obiektami kultury będzie stanowić wkład do pakietów rabatowych skierowanych dla turystów krajowych.

Kraków przystąpił również do akcji „City will wait”. Początkowo pod hasłem #KrakowWillWait, miasto zachęcało turystów do odwiedzin po zniesieniu ograniczeń w podróżowaniu promując Kraków w mediach społecznościowych na rynkach krajowych i zagranicznych. W związku z sukcesywnym



**Magiczny
Kraków**

otwieraniem atrakcji turystycznych, hasło zmienione zostało na #KrakówIsReady. Celem akcji jest podtrzymanie zainteresowania ofertą turystyczną miasta.

Kampania „Bądź Turystą w swoim mieście”, skierowana w głównej mierze do lokalnej społeczności, od kilku tygodni pomaga pobudzać lokalną gospodarkę i włączyć mieszkańców Krakowa w proces przywracania miastu miana turystycznej stolicy Polski. Inicjatywie towarzyszą liczne działania komunikacyjne i promocyjne.

Osobną grupę stanowią inicjatywy skoncentrowane budowaniu poczucia turystycznej wspólnoty krakowskiej. Wpisujący się w ten zakres program „Mam szczęście mieszkać tam, dokąd inni mogą przyjechać tylko na chwilę” adresowany jest do przedsiębiorców turystycznych i mieszkańców. Ma na celu ukazać rolę turystyki w życiu miasta i stać się platformą wymiany poglądów na temat zrównowżenia krakowskiej turystyki po epidemii.

Trzeba też podkreślić, że miasto proponuje różne formy wsparcia, będące w kompetencjach samorządu, oferowane mieszkańcom i przedsiębiorcom z terenu Krakowa, których sytuacja finansowa uległa pogorszeniu w związku z negatywnymi skutkami epidemii. Warto tu wskazać na program „**Pauza**” skierowany do krakowskich przedsiębiorców, również turystycznych.