



Jakość, autentyczność i równowaga! Forum Turystyki wyznaczyło nowe kierunki dla Krakowa

2025-12-19

Podczas tegorocznego wydarzenia, eksperci, przedstawiciele branży turystycznej i mieszkańcy rozmawiali o łączeniu rekordowych statystyk odwiedzin w Krakowie z komfortem życia mieszkańców. Jednym z kluczowych wątków Forum Turystyki była kwestia wiarygodności przekazu. Paneliści zgodnie stwierdzili, że w dobie cyfrowej turystyki, największą wartością miasta jest jego autentyczność.

- Chcemy, by turysta czuł się w Krakowie jak najlepiej, zależy nam na autentyczności miasta i komforcie mieszkańców - mówił prezydent Aleksander Miszański, otwierając tegoroczne Forum Turystyki w Międzynarodowym Centrum Kultury w Krakowie.

Forum Turystyki 2025 stało się przestrzenią rozmowy o tym, jak dziś myśleć o Krakowie jako kierunku podróży: odpowiedzialnie, w oparciu o dane, ale też z wycuciem lokalnej tożsamości. W centrum uwagi znalazły się jakość, autentyczność i równowaga między potrzebami odwiedzających a komfortem mieszkańców.

Dane wskazują kierunek rozwoju

Miasto konsekwentnie buduje model zrównoważonej turystyki, co pokazało wystąpienie Natalii Kulec-Greń, dyrektor Wydziału ds. Turystyki. Przedstawiła ona obraz Krakowa oparty na konkretnych analizach: zmienia się nie tylko liczba odwiedzających, ale także ich profil i sposób korzystania z miasta.

Szczególną rolę odgrywają tu badania - zarówno cykliczne analizy ruchu turystycznego, jak i pogłębione studia relacji mieszkańców z turystami czy funkcjonowania gospodarki nocy. Przykłady takich analiz, m.in. dotyczących Jarmarku Bożonarodzeniowego i Cracovia Maratonu, pozwoliły zestawić opinie z rzeczywistymi danymi. Miasto zapowiada też kolejne badania impaktowe, które pokażą ekonomiczne znaczenie turystyki i branży spotkań dla krakowskiej gospodarki.

Dane pozyskiwane z aplikacji mobilnych potwierdzają wzrost liczby odwiedzających w okresie styczeń-październik 2025 roku, przy jednoczesnym bardziej równomiernym rozłożeniu ruchu turystycznego w porównaniu do ubiegłego roku. Wciąż dominują goście krajowi oraz turyści z Niemiec, Wielkiej Brytanii i USA, a coraz większą aktywność wykazują również odwiedzający z Czech, Słowacji, Zjednoczonych Emiratów Arabskich. Ważnym wątkiem wystąpienia dyrektor Natalii Kulec-Greń była współpraca - z mieszkańcami, przedsiębiorcami i branżą turystyczną - oraz projekty realizowane ze środków zewnętrznych, takie jak SCT HUB czy *Tourism in Balance*. Równolegle Kraków umacnia swoją pozycję w międzynarodowych rankingach zrównoważonego rozwoju (m.in. awans na 53 miejsce w *GDS Index*) i rozwija kampanię „Respect Kraków”, skierowaną zarówno do gości zagranicznych, jak i krajowych.



Produkty turystyczne przyciągają także mieszkańców

O tym, jak Kraków prezentuje się turystom, mówiła Beata Wilk-Woderska z Referatu Marketingu Turystycznego Wydziału ds. Turystyki. Wyłonił się tu obraz intensywnej, często niewidocznej na pierwszy rzut oka pracy: ponad 500 projektów zrealizowanych w ciągu roku, ścisła współpraca z NGO, stowarzyszeniami branżowymi i miejskimi jednostkami, rozwój produktów turystycznych i bogatej oferty wydawniczej w 18 językach. Nowe questy miejskie, krakowski szlak kulinarny, Dni Twierdzy Kraków, Smoczy Szlak czy Szlak Krakowianek coraz częściej przyciągają nie tylko turystów, ale i samych mieszkańców. Zapowiedziano także zwiększenie wsparcia dla organizacji pozarządowych oraz nowe konkursy, w tym projekt „City Helpers” w ramach „Respect Kraków”.

Spojrzenie w przyszłość przyniósł projekt SCT HUB, o którym opowiedziała Agata Bisping z Krakowskiego Biura Festiwalowego. Jego ideą jest praktyczne testowanie rozwiązań – Kraków pełni tu rolę „*living lab*”, w którym dane, technologia i sztuczna inteligencja mają pomagać w podejmowaniu lepszych decyzji. Wypracowany model zrównoważonej turystyki ma w przyszłości stać się punktem odniesienia dla innych miast historycznych w Europie. Projekt SCT HUB jest realizowany w ścisłym partnerstwie z Krakowskim Biurem Festiwalowym, *Krakow Tourism Alliance*, Uniwersytetem Jagiellońskim, Agencją Rozwoju Miasta Krakowa oraz Fundacją *Polish Heritage*, a jego liderem jest Kraków. W projekcie uczestniczą także miasta transferowe: Braga, Wenecja i Alba Iulia.

Potencjał Krakowa w segmencie *quiet luxury*

O międzynarodowej perspektywie mówiła Nina Kowalewska-Motlik – ekspertka ds. brandingu i marketingu narodowego – wskazując na potencjał Krakowa w segmencie tzw. *quiet luxury*. To oferta skierowana do świadomych, wymagających podróżnych, poszukujących autentyczności, kultury i jakości zamiast masowej rozrywki. Podkreśliła, że choć Polska wciąż nie posiada silnej, jednoznacznej marki narodowej, Kraków jest rozpoznawalny globalnie i postrzegany jako destynacja o wyjątkowym dziedzictwie i silnej tożsamości. Zdaniem ekspertki Kraków ma naturalne predyspozycje, by rozwijać ofertę premium bez kosztownych inwestycji – stawiając na jakość usług, lokalność i unikatowe doświadczenia.

Autentyczność siłą miasta

Te wątki wybrzmiały również podczas debaty „Od hejnału do hasztagu – jak mówić o Krakowie po krakowsku”. Jej uczestnicy zgodnie podkreślali, że największą siłą miasta jest autentyczność. Kraków to nie tylko zabytki, ale ludzie, atmosfera i codzienność. Mówiono o roli mieszkańców jako naturalnych ambasadorów miasta, o znaczeniu kulinariów jako elementu marki oraz o potrzebie komunikacji, która łączy tradycję z nowoczesnymi narzędziami. Zrównoważona turystyka to taka, w której komfort życia krakowian idzie w parze z atrakcyjnością oferty dla gości. W rozmowie udział wzięli: aktor Mateusz Janicki, ekspertka kulinarna Anna Starmach, Tomasz Janowski ze Stowarzyszenia Lepszy Kraków, ekspertka ds. brandingu Nina Kowalewska-Motlik oraz dyrektor Departamentu Marki Kraków Daniel Wiśniowski.

Forum było także okazją do uhonorowania najlepszych inicjatyw w branży. Wręczono prestiżowe nagrody „Odys” – wyróżnienia przyznawane od 1995 roku za jakość i innowacyjność w turystyce



**Magiczny
Kraków**

Krakowa i Małopolski – w tym Złote Odysy Kapituły.

Nagrody otrzymali:

- Centrum Edukacji Lotniczej Kraków Airport
- Małopolskie Centrum Nauki Cogiteon
- Gamescape Sp. z o. o.
- Stowarzyszenie Przewodników Turystycznych w Krakowie
- Koło Grodzkie PTTK Kraków im. Ludomira Sawickiego
- Malediva Cafe Bar (wyróżnienie)
- GOJUMP MEGAPARK (wyróżnienie)

Złotymi Odysami Kapituły nagrodzono:

- Redyk w Szczawnicy – Miasto i Gmina Szczawnica
- Nosalowy Dwór Resort & SPA
- Hotel Szczawnica Park Resort & Spa
- Fundacja Muzeum Dominikanów w Krakowie (wyróżnienie)
- Stowarzyszenie Adventure (wyróżnienie)

Wydarzenie potwierdziło, że kierunek obrany przez Kraków jest spójny i konsekwentny. Turystyka przyszłości ma tu opierać się na jakości, odpowiedzialności i szacunku dla lokalnej społeczności. To model, który nie tylko przyciąga coraz bardziej świadomych gości, ale także wzmacnia pozycję miasta jako miejsca inspirującego do uważnego, zrównoważonego podróżowania.