



„Czwórka z plusem” - wysoka ocena dla Krakowa za organizację ŚDM

2016-12-07

Rok 2016 był wyjątkowy dla turystyki religijnej w naszym mieście dzięki odbywającym się w Krakowie Świątowych Dniach Młodzieży, które niewątpliwie wywarły wpływ na wiele sfer funkcjonowania miasta, także branży turystycznej. We wtorek, 6 grudnia w Centrum Kongresowym ICE specjaliści z branży spotkali się, aby omówić wstępne wyniki badań ruchu turystycznego w czasie ŚDM i porozmawiać o rozwoju turystyki religijnej w Krakowie.

- Można powiedzieć, że decyzja o organizacji ŚDM w Krakowie była wypadkową znaczenia naszego miasta dla religii, zabiegów polskiego Kościoła oraz wielokrotnie sprawdzonej sprawności organizacyjnej miasta. Z perspektywy kilku miesięcy można stwierdzić, że była też wykorzystaną wizerunkową szansą, dzięki której Kraków zyskał nowe, globalne oblicze. Do wizerunku miasta zabytków, dziedzictwa, kultury, wielkich wydarzeń, doszło też oblicze miasta religii, o walorach i sile oddziaływania podobnej do Lourdes, czy Fatimy. Być może z dzisiejszej perspektywy takie stwierdzenie wygląda trochę na wyrost, ale za dwa, trzy, pięć lat powinno być już w pełni uprawnione i potwierdzone przyjazdami kolejnych tysięcy turystów religijnych. Miasto będzie turystykę religijną monitorować i wspierać jej rozwój, uznając za bardzo ważne uzupełnienie całościowej oferty turystycznej Krakowa – powiedział Andrzej Kulig, Zastępca Prezydenta ds. Polityki Społecznej, Kultury i Promocji Miasta otwierając konferencję „Turystyka religijna w produkcie turystycznym Krakowa”.

Z badań przeprowadzonych przez Małopolską Organizację Turystyczną wynika, że Kraków w opinii uczestników Świątowych Dni Młodzieży uzyskał „ocenę dobry z plusem” - w skali 1-5 wynik 4,21.

Ogółem, aż 55% badanych uczestników ŚDM było w Krakowie po raz pierwszy (82% uczestników zagranicznych i 11% mieszkających w Polsce). 45% Polaków i 20% uczestników z zagranicy było przedtem w Krakowie już kilka razy. Wśród organizatorów przyjazdu na ŚDM na pierwszym miejscu wymieniona została parafia (48% zarówno wśród obcokrajowców jak i Polaków), w następnej kolejności: przyjazd samodzielny (ogółem 18%) oraz organizowany przez stowarzyszenia religijne (16%). Wśród organizatorów przyjazdu badani wymienili także harcerstwo i Skautów Europy.

Badani pielgrzymi o Świątowych Dniach Młodzieży dowiadywali się z parafii (Kościoła) – 62%, od znajomych (35%), z duszpasterstwa (26%) z Internetu i social media (odpowiednio 22 i 23%). Z kolei o Krakowie badani pielgrzymi dowiadywali się przede wszystkim ze szkoły (24%), Internetu (22%), od znajomych i rodziny (po 19%), oraz z Kościoła (12%).

Najwięcej pielgrzymów nocowało w szkołach (23%), w następnej kolejności skorzystali z gościny u mieszkańców Krakowa (19%), spali na polu namiotowym (9%) oraz w innych obiektach (7%). Jeśli chodzi o sposób przyjazdu do Krakowa, najwięcej pielgrzymów zagranicznych przyjechało autobusem (53%), z kolei wśród Polaków najpopularniejsze były pociągi (51%).

Jak wynika z badań, zagraniczni pielgrzymi postanowili zostać w Krakowie dłużej niż pielgrzymi z Polski – 25% Polaków zatrzymało się w Krakowie na 7 nocy, a turystów zagranicznych – 26%. Z kolei na 6 nocy zostało w Krakowie 16% pielgrzymów z Polski i 22% pielgrzymów zagranicznych.



Wśród głównych motywów przyjazdu do Krakowa na ŚDM znalazły się: spotkanie z papieżem (32% Polaków i 29% obcokrajowców), w następnej kolejności znalazły się rozwój duchowy i pielgrzymka.

Poza celem głównym, jakim było uczestnictwo w spotkaniach z papieżem i młodzieżą z całego świata ankietowani wymienili także zabytki (ogółem 52%), wypoczynek (31%) i udział w imprezach kulturalnych (23%) a także spotkania ze znajomymi i turystyka aktywna (po 10%).

Wśród korzyści, jakie odnieśli uczestnicy ŚDM wymieniają korzyści duchowe (79%), społeczne (60%), korzyści poznawcze (35%) i emocjonalne (44%).

Ankietowani stwierdzili, że gospodarze spełnili ich oczekiwania: „na pewno tak” odpowiedziało ogółem 34% badanych, „raczej tak” 48%.

Aż 49% uczestników krajowych i 24% pielgrzymów zagranicznych zadeklarowało że na pewno wróci do Krakowa, „raczej tak” zadeklarowało odpowiednio 35 i 41% ankietowanych.

Wśród zagranicznych pielgrzymów najwięcej przyjechało do Krakowa Francuzów (16,8%), Włochów (15,7%), Niemców (8,2%), obywateli USA (7,1%) oraz Hiszpanów (6,4%) i Portugalczyków (5%).

Warto zaznaczyć, że wg wstępnych szacunków uczestnicy Światowych Dni Młodzieży wydali w Krakowie ok. 500 mln zł. Kolejne ok. 145 mln zł wydali na rzecz krakowskich podmiotów przed przyjazdem do miasta. Najwięcej przed przyjazdem do Krakowa wydali Brazylijczycy (589 zł na osobę) i Amerykanie (515 zł). Natomiast podczas pobytu w Krakowie 884 zł/os. wydali Kolumbijczycy, w następnej kolejności Amerykanie (815 zł), Brytyjczycy (715 zł), Irlandczycy (671 zł) i Brazylijczycy (670 zł). Pielgrzymi najczęściej wydawali pieniądze na zakupy (159 zł) i gastronomię 156 zł)

Pełny raport opracowany będzie z uwzględnieniem tła ruchu turystycznego w latach 2012-2016 przez Poszerzony Międzyuczelniany Zespół Ekspertów MOT d.s. badania opinii uczestników Światowych Dni Młodzieży Kraków 2016 pod kierownictwem dra Krzysztofa Borkowskiego z AWF w Krakowie.

Ekwiwalent reklamowy podczas ŚDM:

- Media polskie (AVE) - 67 mln zł
- Media zagraniczne (AVE) - ok. 500 - 550 mln zł
- Media społecznościowe - wg badań KO ŚDM 90% uczestników ŚDM to aktywni użytkownicy Facebooka. Oznacza to miliony postów, udostępnionych zdjęć, dziesiątki milionów polubień.
- 30-40 tysięcy tweetów #SDM, #WYD dziennie (badania IBM)

Z badań Instytutu Monitorowania Mediów wynika, że od poniedziałku, 25 lipca do niedzieli 31 lipca Kraków w kontekście wydarzeń Światowych Dni Młodzieży pojawił się w ponad 5,5 tys. materiałach prasowych.