



Mijają dwa lata od wizyty papieża Franciszka w Krakowie

2018-08-01

W dniach 27-31 lipca 2016 r. w Polsce przebywał papież Franciszek. Była to jego pierwsza pielgrzymka do naszego kraju oraz pierwsza wizyta w państwach Europy Środkowo-Wschodniej. Miała jednak szczególny charakter, gdyż powodem przyjazdu Franciszka do Polski były Światowe Dni Młodzieży. Były one dla Polaków ważnym wydarzeniem i przeżyciem duchowym, ale również przyczyniły się do wzrostu wielkości przyjazdowego ruchu turystycznego, zarówno w kategorii gości odwiedzających nasze miasto, jak i wśród turystów do niego przybywających.

W roku 2016, w którym odbywały się Światowe Dni Młodzieży, zanotowano 20,9 % wzrostu, osiągając poziom 8 500 000 turystów i 12 150 000 gości przybyłych do Krakowa. W roku 2017 wskaźniki te kształtowały się (analogicznie) na poziomie: 12 900 000 gości i 9 100 000 turystów.

Przytaczając dane zawarte w opracowaniu zleconym przez Małopolską Organizację Turystyczną pt. „Ekonomiczny wpływ Światowych Dni Młodzieży w 2016 roku na gospodarkę miasta”, wymiar ŚDM w całej gospodarce Krakowa szacowany jest na poziomie 4,85 %, a wartość PKB wytworzonego w tym okresie w związku z ŚDM wynosi 1,35 % całego PKB.

Do inwestycji, powstałych z myślą o ŚDM lub przez ŚDM przyspieszonych możemy zaliczyć:

1. Połączenie drogowe Gminy Miejskiej Kraków ze strefą przemysłową Wieliczka - Niepołomice
2. Remonty nawierzchni dróg, m.in.: ul. Mirowskiej i ul. Jasnogórskiej; ul. Meissnera, ul. Pasternik, ul. Wiślickiej
3. Rozbudowa ulicy Wróbelna na odcinku od ul. Śliwiaka do skrzyżowania ul. Rącznej i Łutnia
4. Budowa dwóch pochylni dla osób niepełnosprawnych w przejściu podziemnym pod ul. Zakopiańską
5. Wymiana elementów konstrukcyjnych torowiska tramwajowego w ul. Kościuszki w zakresie łuków torowych przy ul. Włóczków oraz na ul. Flisackiej
6. Budowa mostu Miłosierdzia na Wildze
7. Montaż dwóch platform schodowych dla osób niepełnosprawnych w szaletach miejskich, na ul. Rakowickiej i Siennej
8. Posadowienie trzech toalet: Cichy Kącik - Chodowieckiego; Starowiślna - Dietla; Młynówka Królewska

Organizacja w Krakowie Światowych Dni Młodzieży została wykorzystana w realizowanych działaniach promocyjnych, przykładowo podczas prezentacji przygotowywanych dla spotkań światowej branży turystycznej: Międzynarodowego Workshopu Turystyki Religijnej w Fatimie (700 uczestników, głównie biura podróży) oraz podczas targów turystycznych, w których Kraków uczestniczy i wydarzeń organizowanych przez miasto. Tematyka ta jest istotna podczas przygotowywania podróży studyjnych.

W celu podtrzymania efektu zainteresowania Krakowem jaki osiągnięto podczas Światowych Dni Młodzieży przeprowadzono ponad trzymiesięczną kampanię promocyjną pt. „Experience



**Magiczny
Kraków**

Kraków Again” - z kulminacją w rocznicę ŚDM, której główne założenia marketingowe dotyczyły wykorzystania siły mediów społecznościowych poprzez realizację akcji polegającej na odnalezieniu szóstki pielgrzymów z Włoch i Hiszpanii, którzy gościli w Krakowie podczas ŚDM oraz zaproszenie ich do Krakowa, dokładnie w pierwszą rocznicę organizacji ŚDM. Ich pobyt był szeroko relacjonowany na „Krakow Experience”, oficjalnym turystycznym profilu społecznościowym Miasta. Podczas realizacji „Experience Kraków Again” opublikowano ponad 100 postów na serwisach: Facebook, Instagram, Twitter i YouTube oraz zanotowano ponad 8 milionów odsłon. Z kampanią zapoznało się 4,3 miliona użytkowników mediów społecznościowych z całego świata, w tym prawie 1,5 miliona osób z grupy docelowej - młodych Włochów i Hiszpanów. Kampania osiągnęła bardzo wysoki wskaźnik efektywności marketingowej, koszt dotarcia do pojedynczego odbiorcy wyniósł zaledwie 5 groszy.

Posiadane przez miasto zasoby związane z turystyką religijną, są stałym elementem naszej kultury. Zarówno architektura sakralna, jak i obrzędy są bardzo atrakcyjne dla turystów zagranicznych, którzy chętnie uwzględniają je w programach swoich pobytów w Krakowie.