



Integracja kultury i przemysłów kreatywnych z gospodarką turystyczną

2021-09-06

Wydarzenia kulturalne mają zdolność zmieniania miast. Kreują atmosferę międzykulturowego kontaktu, budują markę miasta, są ważną inwestycją w kapitał symboliczny i kulturowy mieszkańców. Wiele festiwali organizowanych w przestrzeniach historycznych staje się istotną częścią niematerialnego dziedzictwa miast, przyczyniając się do fizycznej i symbolicznej transformacji miasta. Motywacja przyjazdów turystycznych wykracza więc poza klasyczne zasoby dziedzictwa materialnego. Miasto potrzebuje sprawnego ekosystemu festiwali i kilku cyklicznych wydarzeń, w tym wystaw, o zasięgu międzynarodowym budujących trwale markę Krakowa, które powinny mieć znaczący udział w tworzeniu oferty turystycznej. Z punktu widzenia budowania strategii dla międzynarodowej marki krakowskich festiwali konieczne jest stworzenie spójnej platformy z wykorzystaniem cyfrowych narzędzi komercjalizacji oferty instytucji kultury. Interesariusze powinni wypracować także narzędzia służące trwałemu włączeniu oferty kulturalnej i przemysłów kreatywnych w komercjalizację prowadzoną przez tradycyjnych organizatorów turystyki oraz samodzielnie poprzez systemy rezerwacyjne.

Jakie działania rekomendujemy?

- Koncentracja i komercjalizacja unikalnych wydarzeń (o prestiżowej randze krajowej i międzynarodowej).
- Angażowanie przemysłów kreatywnych i usług pozaturystycznych .
- Wypracowanie formuły zintegrowanego centrum zarządzania dziedzictwem kulturowym