

 **Kraków**



Miasta Historyczne 3.0

Mieszkańcy

a odwiedzający

– w poszukiwaniu jakości i komfortu

HC

Miasto
Historyczne 3.0

Mam szczęście mieszkać tam,
dokąd inni mogą przyjechać tylko na chwilę...



WYDAWCA:

Urząd Miasta Krakowa

REDAKCJA:

Bartłomiej Walas (koordynator projektu)

Magdalena Kachniewska

Adam Mikołajczyk

Piotr Zmyślony

OPRACOWANIE GRAFICZNE

na podstawie layoutu Agencji ADream:

Artur Brożonowicz, frontart@frontart.eu

DRUK

Drukarnia Pasaż, Kraków

Wydanie I, Kraków, Czerwiec 2018

Publikacja sfinansowana ze środków Miasta Krakowa.



**Miasta
Historyczne 3.0**

Szanowni Państwo,

W 1978 roku zabytkowe centrum Krakowa znalazło się wśród pierwszych miejsc wpisanych na Listę Światowego Dziedzictwa Kulturalnego i Naturalnego UNESCO. Fakt ten potwierdził pozycję krakowskiego dziedzictwa w dorobku ludzkości i wzmocnił markę Krakowa.

Rosnąca liczba turystów w miastach historycznych Europy i świata zrodziła konieczność zrównoważenia potrzeb i aspiracji mieszkańców oraz odwiedzających, a także stworzenia nowoczesnej oferty turystycznej.

Dlatego Kraków zainicjował projekt „Miasta Historyczne 3.0”, będący platformą wymiany wiedzy i dobrych praktyk dla przedstawicieli władz miast, lokalnych przedsiębiorców i mieszkańców, sprzyjającą identyfikowaniu wspólnych rozwiązań z zakresu zarządzania miastem w obszarze gospodarki turystycznej.

Pierwszym etapem była konferencja, która odbyła się w Krakowie w Centrum Kongresowym ICE, w dniach 1–2 marca 2018 r. Spotkanie, które zgromadziło ponad 200 uczestników, w tym gości z 19 krajów, poświęcone było relacjom mieszkańców i odwiedzających. Biorąc pod uwagę perspektywę rozwoju miast oraz relacje obu grup, uczestnicy zastanawiali się nad potencjalnymi narzędziami poprawy jakości życia w miastach, których dziedzictwo kulturowe jest główną wartością. Wiele zidentyfikowanych problemów i zjawisk nie znalazło ostatecznego rozwiązania, co tym bardziej potwierdza konieczność kontynuowania dialogu w ramach projektu.

Wagę tematyki doceniły zarówno Światowa Organizacja Turystyki (UNWTO), jak i Organizacja Miast Światowego Dziedzictwa (OWHC) udzielając wydarzeniu swoich patronatów. Warto podkreślić, że problematyka turystyki w miastach historycznych będzie także tematem 15. Światowego Kongresu Organizacji Miast Światowego Dziedzictwa (OWHC), który odbędzie się w Krakowie w 2019 roku.

Dziękuję serdecznie wszystkim panelistom oraz uczestnikom nie tylko za udział w konferencji, ale przede wszystkim za inspiracje do dalszych debat. W niniejszej broszurze prezentujemy szereg wniosków, które będziemy analizować i wdrażać w kolejnych etapach projektu „Miasta Historyczne 3.0”. Serdecznie zachęcam miasta do dalszego udziału w projekcie.

Jacek Majchrowski
Prezydent Miasta Krakowa



Miasta
Historyczne 3.0

Konferencja Miasta Historyczne 3.0

Kraków – serce polskiej turystyki

Dawna siedziba polskich królów i stolica kraju jest dziś ważną europejską metropolią i z całą pewnością najbardziej rozpoznawalnym, turystycznym miastem kraju. Krakowskie Stare Miasto jest wyjątkową skarbnicą dzieł sztuki i zabytków reprezentujących niemal wszystkie style architektoniczne, od średniowiecza po współczesność. Co prawda sercem miasta od setek lat pozostaje Rynek Główny, ale coraz liczniej przyciągają mieszkańców i odwiedzających zarówno Kazimierz, Podgórze i Nowa Huta. To tętniące życiem miasto z niezliczoną ilością klimatycznych kawiarni, restauracji, pubów, klubów, wielowiekowym dziedzictwem kultury materialnej i duchowej, w którym... „złote nuty spadają na Rynek i dokoła muzyki jest w bród...”¹.

W 2000 roku Kraków został wybrany Europejską Stolicą Kultury, a w 2013 roku otrzymał

tytuł Miasta Literatury UNESCO. Co roku odbywa się tutaj prawie 100 festiwali i innych wydarzeń kulturalnych o renomie międzynarodowej. To także miasto nowoczesnych muzeów, w którym odwiedzający mogą osobiście zetknąć się z historią.

Po drugiej stronie tradycji i historii można umieścić liczne siedziby korporacji międzynarodowych, swoiste zagłębienie przemysłów kreatywnych, czy ponad 42 tysiące obcokrajowców, którzy wybrali Kraków jako miejsce pracy, studiów i życia.

Gdy dołożyć do tego ciągle poszerzającą się siatkę połączeń lotniczych (102 w marcu 2018 roku), prognozowany w 2036 roku ruch pasażerski Kraków Airport na poziomie 12 mln pasażerów (przy 5 mln z początkiem 2018 roku) to rozwój miasta wydaje się dynamiczny.



W 2017 r. liczba odwiedzających Kraków wyniosła 12,9 mln osób, w tym 3,05 mln z zagranicy. Turyści będący w Krakowie wydali podczas pobytu 5,48 mld złotych, a udział turystyki w PKB Krakowa wyniósł ponad 8 proc².

Nie ulega wątpliwości, że takie miejskie inwestycje jak centrum kongresowe ICE czy hala widowiskowo-sportowa TAURON Arena w sposób znaczny poszerzyły możliwości recepcyjne miasta dla przemysłu spotkań oraz wydarzeń sportowo-muzycznych.

W roku 2016 odnotowano 5255 spotkań i wydarzeń. Jest to o ponad 33% więcej w porównaniu do 2014. Co ważne, zwiększyła się liczba uczestników wydarzeń międzynarodowych.

Miasto oferuje turystom zróżnicowaną bazę noclegową, w tym cieszące się nieustającą

popularnością wyjątkowe hotele butikowe. W mieście funkcjonują 152 hotele z ponad 10,2 tysiącami pokoi.

Reputację Krakowa budują także przyznawane wyróżnienia, wśród których można wymienić: Meetings Star Award 2015 – pierwsze miejsce w kategorii Convention Centers dla Centrum Kongresowego ICE, czterokrotnie prestiżowa nagroda „Zoover – The Best European City Trip”, tytuł „Top 10 Large European Cities of the Future – Business Friendliness” i tytuł Europejskiej Stolicy Kultury Gastronomicznej 2019, przyznawany przez Europejską Akademię Gastronomiczną.

Dodatkowo branżowy wskaźnik satysfakcji i lojalności wobec miasta – Net Promoter Score (NPS) plasujący się na poziomie 79,1 proc., wskazuje, że Kraków zbudował silną markę turystyczną.

¹ fragment piosenki grupy Pod Budą *Nie przenieście nam stolicy do Krakowa*

² Borkowski K., (red. naukowa), *Ruch turystyczny w Krakowie w 2017 roku*, Małopolska Organizacja Turystyczna, grudzień 2017



Miasta
Historyczne 3.0

Konferencja Miasta Historyczne 3.0

...o projekcie MIASTA HISTORYCZNE 3.0

Użyty w tytule symbol 3.0 oznacza nowe podejście do przedsiębiorczości i komunikacji z konsumentem. Odzwierciedla koncentrację na wartościach i nowych sposobach myślenia o produktach, rynkach i klientach oraz budowaniu reputacji. Jest wynikiem modelu tzw. gospodarki doświadczeń (*exponomy*), w którym produktem staje się samo doświadczenie, wymagające umiejętnego zarządzania.

Dzięki wielowiekowemu dziedzictwu oraz wyrazistej ofercie turystycznej miasta historyczne wzmacniają tożsamość mieszkańców, integrują gospodarki regionów oraz budują marki krajów. Powstaje w nich większość innowacji, a potencjał ekonomiczny bywa nawet większy niż gospodarki niektórych krajów. Jednakże coraz intensywniejszy ruch turystyczny stawia szereg wyzwań, w tym w zakresie budowy zrównoważonych koncepcji rozwoju, jakości życia czy komunikacji marketingowej

z wykorzystaniem nowych technologii. Zgodnie z podejściem Komisji Europejskiej „Miasta europejskie powinny być lokalizacjami, gdzie odbywa się zaawansowany postęp społeczny i środowiskowy, przy jednoczesnym utrzymaniu atrakcyjności ekonomicznej i wzroście gospodarczym opartym na zintegrowanym podejściu uwzględniającym wszystkie aspekty wzrostu zrównoważonego”.

Odczuwalny szczególnie przez mieszkańców nadmiar gości, gentryfikacja turystyczna dzielnic, funkcjonowanie komunikacji publicznej oraz nowe formy działalności gospodarczej z zakresu gospodarki współdzielenia stają się powszechnym wyzwaniem dla miast historycznych.

Powstaje więc potrzeba wypracowania narzędzi zarządzania miastem pod kątem gospodarki turystycznej. Fundamentalna jest tu współpraca administracji publicznej, mieszkań-



ców, organizacji pozarządowych, samorządów gospodarczych i przedsiębiorców zgodnie z koncepcją *good governance* oraz wzajemne zrozumienie mieszkańców i odwiedzających.

Ten kontekst legł u podstaw projektu MIASTA HISTORYCZNE 3.0, którego naczelnym celem jest współpraca i dyskusja nad problemami, doświadczeniami, rozwiązaniami stosowanymi w miastach historycznych, przy uwzględnieniu różnych uwarunkowań oraz poszukiwanie wspólnych narzędzi obserwacji ruchu turystycznego. Dlatego też Kraków, metropolia o wielowiekowym dziedzictwie historycznym, zaproponował innym miastom tematyczne debaty w cyklu dwuletnim oraz ściślejszą, stałą współpracę w tym zakresie.

W roku 2018 konferencja inauguracyjna projektu została poświęcona relacjom mieszkańców i odwiedzających, oraz poszukiwaniu

odpowiedzi na pytanie o możliwości pogodzenia aspektów, takich jak czerpanie przez turystę korzyści z pobytu według własnego uznania z poczuciem komfortu i odpowiednią jakością życia mieszkańców. Współczesny turysta staje się bowiem tymczasowym mieszkańcem...



Wyzwania turystyki w miastach historycznych

Dotychczasowe, sektorowe strategie rozwoju miast ustępują tworzeniu jednej, spójnej wizji artykułującej długoterminowe korzyści wszystkich zainteresowanych stron: odwiedzających, mieszkańców, inwestorów i lokalnych przedsiębiorców. Zintegrowana polityka miejska na poziomie Unii Europejskiej została już określona w Karcie Lipskiej¹. Systemy zarządzania muszą być dynamiczne, wykorzystujące kapitał ludzki, dostosowywane do zmieniających się okoliczności, w tym związane z przekazywaniem uprawnień mieszkańcom. Turystyka, szczególnie w miastach historycznych, staje się niezwykle silnym narzędziem budowania kapitału marki miasta, ale nie stanowi wyłącznie celu rozwojowego samego w sobie. Jest ona bowiem nośnikiem reputacji, wywołując doświadczenia czy emocje.

Ulegając ciągłemu procesowi transformacji zarówno po stronie popytu jak i podaży, turystyka wymaga niezwyklej elastyczności w poszu-

kiwaniu rozwiązań zrównoważonego rozwoju, uwzględniającego mnogość oraz zróżnicowanie interesariuszy oraz ich punktów widzenia. Nowe modele biznesowe, zjawisko turystyfikacji czyli nadmiaru turystów (*overtourism*), wywołują konflikty na tle konkurencyjności czy napięcia społeczne opisane już przed laty. Stąd też uważa się, że zarządzanie strategiczne miastem musi zachować względną równowagę pomiędzy korzyściami z dochodów a ewentualnymi stratami wynikającymi z konfliktów.

Identyfikując problemy współczesnego miasta historycznego związane z turystyką, można je podzielić co najmniej na dwa, przenikające się obszary zagadnień: relacje odwiedzających i mieszkańców oraz rozwój przedsiębiorczości lokalnej i zarządzanie przestrzenią. Opis wielu zjawisk przyjmuje formę pytań, gdyż możliwe narzędzia ich rozwiązań są różnorodne lub pozostają jeszcze bez odpowiedzi.

¹ dokument przyjęty w Lipsku, w maju 2007, z okazji nieformalnego spotkania ministrów z państw Unii Europejskiej w sprawie rozwoju miast i ich spójności terytorialnej.



Relacje odwiedzających i mieszkańców

Zapewnienie zarówno wysokiej jakości życia mieszkańców, jak też jednocześnie wysokiej jakości pobytu odwiedzających to nadrzędny cel lokalnych strategii zrównoważonego rozwoju. Zacierają się granice między mieszkańcami a odwiedzającymi w wykorzystaniu usług czasu wolnego, a poczucie lokalności (*localhood*) zaczyna stanowić centralną oś koncepcji strategicznego rozwoju. Ta właśnie lokalność już obecnie a i w przyszłości będzie najbardziej poszukiwaną wartością zarówno przez mieszkańców jak i przyjezdnych.

Jednym z nieuchronnych kierunków rozwoju usług turystycznych jest partycypacja mieszkańców w tworzeniu zindywidualizowanych ofert dla odwiedzających oraz członków lokalnej społeczności, w tym z wykorzystaniem przemy-

słów kreatywnych. Oferty takie powinny również zachęcać przyjezdnych do odwiedzenia innych miejsc niż tylko historyczne strefy miasta (dyspersja). Rosnąca rola nowych technologii w koncepcji miast inteligentnych (*smart city*) adresowana jest również do odwiedzających, aby między innymi analizować ich doświadczenia konsumenckie (*customer experience*). Czy jednak nie budzi ona poczucia wykluczenia wśród części mieszkańców? Nie wszyscy korzystają lub chcą korzystać z nowych technologii, a także pragną zachować prywatność swoich zachowań. Wreszcie jak i co powiedzieć przyjezdnym, aby ich postępowania były akceptowane społecznie i kulturowo?



Miasta
Historyczne 3.0

Konferencja Miasta Historyczne 3.0

Rozwój przedsiębiorczości i zarządzanie przestrzenią

Dotychczasowy model przedsiębiorczości ulega radykalnej zmianie zarówno poprzez ekspansję platform w systemie sieci równorzędnej (*peer-to-peer*), globalne korporacje transnarodowe czy przedsiębiorczość pracowników kontraktowych (*gig economy*). Nie ulega wątpliwości, że fragmentaryczność gospodarki turystycznej powoduje rozproszenie odpowiedzialności i kompetencji. W jakim kierunku powinien zatem ewoluować współczesny model zarządzania turystyką w mieście prowadzony przez tzw. Destination Management Organisation? Być może ich działalność koncentrować się ma na aktywizacji przedsiębiorczości lokalnej, włączaniu (*enabling*) mieszkańców w budowanie doświadczeń miejsca docelowego, a nie na bezpośredniej komercjalizacji czy ocenie efektywności opartej o wskaźniki, takie jak chociażby wykorzystanie bazy noclegowej.

Nowe modele biznesowe zaczynają stawiać naprzeciw siebie klasyczną gastronomię z rozwiązaniami *street food* i „posiłków u mieszkańca”, hotele z wynajmem apartamentów w formule P2P, transport publiczny z formułą „dowóz pod drzwi” (*door to door*), certyfikowane przewodnictwo turystyczne z usługami *free walking*. Nie jest także odległym rozwój sprzedaży usług za pomocą kryptowalut w formule *blockchain*. Problemem jest nie tyle poszerzenie komercjalizacji lecz konkurowanie na nierównych prawach, szczególnie podatkowych i związanych z wymaganym standardem.

Różnorodność motywów przyjazdów turystów do miast, ich behawioralne segmentacje, przekładają się na sposób zagospodarowywania i użytkowania przestrzeni miejskiej, posiadającej, obok strefy historycznej



i kulturowej, przestrzeń handlową, rozrywkową (w tym związaną z gospodarką nocną – *night-time economy*). Każda ze stref stawia inne wymagania użytkownikom, jak i usługodawcom. Czy i jak można to zjawisko regulować? Czy zatem organizacja przestrzeni miasta jest zadaniem wyłącznie dla samorządu lokalnego, czy też wszystkich beneficjentów w poczuciu współodpowiedzialności?

Obserwowana zmiana funkcji historycznych dzielnic z mieszkaniowej na usługową, zwana gentryfikacją turystyczną, prowokuje problemy nie tylko społeczne. Jak bowiem chronić dziedzictwo przed chaotyczną zabudową nazywaną często disneylandyzacją oraz prawa mieszkańców do użytkowania tej przestrzeni? Należy

jednak pamiętać, że turystyka może się stać także powodem korzystnej rewitalizacji fragmentów dzielnic. Czy mają być wyznaczone granice komercjalizacji przestrzeni publicznej, w tym obiektów sakralnych?

Poszukiwaniem rozwiązań na postawione pytania zajęły się podczas konferencji panele tematyczne bowiem...

Miasto, które nie jest dobre dla mieszkańców, nie jest dobre dla turystów.

Opracował
dr Bartłomiej Walas
Koordynator projektu



Miasta
Historyczne 3.0

Konferencja Miasta Historyczne 3.0

Program Konferencji

Mieszkańcy a odwiedzający

– w poszukiwaniu jakości i komfortu

- Termin:** 1–2 marca 2018 roku
- Miejsce:** Centrum Kongresowe ICE Kraków
- Grupy docelowe:** samorzady miast, NGO, DMO, samorząd gospodarczy, przedsiębiorcy

Program Konferencji

🕒 1 marca 2018 r.

- 10.00–10.10 Jacek Majchrowski – Prezydent Miasta Krakowa
- 10.10–10.20 Elżbieta Bieńkowska – Komisarz UE ds. rynku wewnętrznego, przemysłu, przedsiębiorczości i MŚP
- 10.20–10.35 Denis Ricard – Sekretarz Generalny Organizacji Miast Światowego Dziedzictwa (OWHC)
- 10.35–11.00 Bartłomiej Walas – wyzwania turystyki w miastach historycznych
- 11.30–13.30 panel: **MIASTO 24 GODZINY**
studium przypadku wprowadzające: **AMSTERDAM**, Mirik Milan
- 14.30–16.30 panel: **DOBRE ŻYCIE VS. ATRAKCYJNA DESTYNACJA?**
studium przypadku wprowadzające: **EDYNBURG**, John Donnelly
- 16.30 zakończenie pierwszego dnia konferencji

🕒 2 marca 2018 r.

- 08.30–10.30 wycieczka tematyczna po Krakowie
- 11.00–13.00 panel: **DLA KOGO SMART CITY?**
studium przypadku wprowadzające: **BREGENCJA**, Christoph Thoma
- 13.00–13.30 podpisanie listu intencyjnego dotyczącego współpracy miast historycznych
- 13.30–14.00 podsumowanie konferencji: Andrzej Kulig – Zastępca Prezydenta Miasta Krakowa



Miasto 24 Godziny



Moderator:

dr hab. **Piotr Zmyślony**,
profesor
Uniwersytetu Ekonomicznego,
Poznań, Polska



Studium przypadku: Amsterdam

Mirik Milan,
burmistrz nocny, Amsterdam,
Królestwo Niderlandów

PANELIŚCI



Iva Carević Peković
dyrektor Instytutu
Odrodzenia Dubrownika
CHORWACJA



Mara Manente
dyrektor Międzynarodowego
Centrum Badań Ekonomicznej
Turystyki Ciset,
Uniwersytet Ca' Foscari
WŁOCHY



Christophe Vidal
prezes Stowarzyszenia
Toulouse Nocturne, Tuluza
FRANCJA



Jan Mazurczak
prezes Poznańskiej
Organizacji Turystycznej
POLSKA



Aleksander Miszański
współwłaściciel Smart
Hotels@Hostels,
Krakowska Izba Turystyki
POLSKA



dr Robert Pawłusiński
Uniwersytet Jagielloński,
Kraków
POLSKA



**dr hab. Armin Mikos
von Rohrscheidt**
profesor Gnieźnieńskiej
Szkoły Wyższej
POLSKA

Przedmiotem dyskusji panelistów były następujące problemy: organizacja podaży w miastach historycznych, dostosowanie miejskiej infrastruktury skierowanej do odwiedzających, adaptacja do globalnych procesów gospodarczych, komercjalizacja (w tym gospodarka współdzielenia – *sharing economy* i pracownicy kontaktowi – *gig economy*) oraz gospodarka nocna (*nighttime economy*). Analizie poddano proces gentryfikacji turystycznej. Poszukiwano odpowiedzi na pytanie o podział obowiązków tym zakresie i rolę współczesnych DMO (Destination Management Organisation).

- ⊕ gentryfikacja miast historycznych i problemy społeczne rewitalizacji turystycznej,
- ⊕ *sharing economy* i *gig economy* – poszerzenie komercjalizacji, czy konkurencja na nierównych prawach? Partner czy przeciwnik?
- ⊕ *night economy* – czy i jak regulować?
- ⊕ czy są granice komercjalizacji przestrzeni publicznej?
- ⊕ kto kto powinien się zajmować organizacją podaży usług dla odwiedzających w miastach historycznych? Przedsiębiorcy: razem czy osobno? Jaka jest rola współczesnych Destination Management Organisation (DMO)?



Miasta
Historyczne 3.0

Konferencja Miasta Historyczne 3.0

Wprowadzenie

W miastach historycznych narasta problem niekontrolowanego i niezrównoważonego rozwoju turystyki. Oferta turystyczna oparta jest na dziedzictwie kulturowym, a więc zasobie, którego wartość marketingowa jest uzależniona od jego ochrony i zabezpieczenia przed degradacją, wywoływaną przez wzmożony ruch turystyczny. Ten paradoks zarządzania turystyką w miastach historycznych nabiera dodatkowego znaczenia w kontekście zmian podaży turystycznej wywołanej globalizacją. Gęstą sieć hoteli oraz pensjonatów w historycznej tkance miast dopełniły w ostatnich latach hostele oraz apartamenty korzystające z internetowych platform dystrybucji typu *peer-to-peer*. Długookresowym skutkiem turystyfikacji miast historycznych jest ich gentryfikacja mieszkaniowa i handlowa, w efekcie której następuje stopniowy odpływ dotychczasowych mieszkańców, wypychanych w sensie ekonomicznym i społecznym z atrakcyjnych dzielnic historycznych. Proces ten wywołuje konflikty na linii mieszkańcy – turyści. W Wenecji, Barcelonie, Dubrowniku, Lizbonie czy Amsterdamie mieszkańcy organizują demonstracje uliczne, happeningi i blokady dróg transportowych. Pojawia się zatem pytanie, jaka powinna być rola Destination Management Organisation (DMO) w warunkach nadmiernego rozwoju turystyki. Czy współczesne DMO czują się na siłach, aby podjąć podjąć wyzwanie i zmierzyć się z tym problemem i jakie działania podejmują lub powinny podjąć, aby wspierać możliwie niekonfliktowy rozwój turystyki?

W kontekście powyższych problemów należy rozpatrywać problematykę gospodarki nocy (*nighttime economy*), która w coraz większym zakresie obejmuje miasta historyczne. Rozwój nocnej działalności kulturalno-rozrywkowej, gastronomicznej, handlowej, rekreacyjnej i branż towarzyszących – mimo ich dużej atrakcyjności turystycznej – generuje i skupia konflikty wynikające z rozbieżności interesów miasta nocnego z miastem dziennym, które w nocy śpi i chce odpocząć. Gospodarka nocy obwarowana jest zatem dużą liczbą przepisów zakazujących i nakazujących pewne działania, zaczynając od ciszy nocnej, a kończąc na egzekwowaniu czasu pracy. Ponadto nie jest ona spójna i silna kapitałowo, często podejmowana jest przez pasjonatów, artystów i ludzi kreatywnych, którzy tworzą klimat miasta. Biorąc to pod uwagę, w ostatnich latach w wielu miastach powołano nocnych burmistrzów (*night mayors*), zadaniem których jest zarówno wsparcie nocnych branż, jak i łagodzenie negatywnych skutków ich działalności. W tym kontekście pojawia się pytanie: czy i w jakim zakresie miasta historyczne potrzebują nocnych burmistrzów? W jaki sposób wzmacniają oni mieszkańców w procesie rozwoju turystyki w miastach historycznych? Jakie doświadczenia, narzędzia działania oraz kompetencje może dostarczyć DMO instytucja burmistrza nocy? Dyskusję na te tematy poprzedziło studium przypadku Amsterdamu, koncentrujące się na koordynacji gospodarki nocy, przedstawione przez Mirika Milana, nocnego burmistrza miasta.



Dyskusja

Dyskusja została podzielona na dwie części. W pierwszej dominowała problematyka wyzwań stojących przed miastami turystycznymi wobec zjawiska tzw. przerostu turystyki (*overtourism*), drugą zdominowała problematyka wpływu gospodarki nocy na turystykę. Na początku debaty zaistniała potrzeba określenia definicji miasta historycznego. R. Pawlusiński stwierdził, że w najszerszym pojęciu jest to miasto powstałe i funkcjonujące przed erą nowoczesności (modernizmu), zatem możemy je postrzegać nie tylko w kategoriach odrębnej jednostki, ale także w kategoriach historycznej dzielnicy otoczonej nowoczesnością. Nie bez znaczenia jest kontekst marketingowy, wykorzystujący zasoby historyczne do tworzenia ofert skierowanych do różnych grup odbiorców, przede wszystkim turystów, narażając te zasoby na niebezpieczeństwo komercjalizacji oraz wywołując dyskusję o prawie do miasta z perspektywy poszczególnych grup odbiorców. A. Mikos von Rohrscheidt zwrócił uwagę na współistnienie na rynku turystycznym różnych typów miast historycznych: wielkich miast-palimpsestów, miast jednego tematu, miast jednego człowieka i małych miast historycznych. Wszystkie one muszą wypracować swój system zarządzania rozwojem turystyki.

Do kontekstu marketingowego nawiązała M. Manente, relacjonując obraz obecnego stanu rozwoju turystyki w Wenecji. Największym problemem miasta jest to, że jego marka przeraża markę najbardziej popularnych atrakcji w nim zlokalizowanych i stanowiących rdzeń produktu turystycznego. Badania przeprowadzone przez Centrum Badań Ekonomiki Turystyki CISET wykazały, że odwiedzających przyciąga głównie plac Św. Marka (81%), Pałac Dożów (76%), natomiast inne atrakcje znacznie mniejszą liczbę osób (od 31% do 42%). W efekcie tysiące osób zwiedza Wenecję w taki sam, pobieżny sposób, w jaki serfują w internecie, zadowolając się ogólnym wrażeniem z pobytu. Kosztów społecznych i ekonomicznych nie można uznać za banalne. Należą do nich: zanieczyszczenie miasta i degradacja fizyczna obiektów historycznych, wzrost cen dóbr konsumpcyjnych oraz czynszów, wyparcie pobytów turystów zainteresowanych dziedzictwem miasta przez masowe przyjazdy odwiedzających jednodniowych, a także kongestia przestrzenna oraz czasowa ruchu turystycznego (70% wszystkich wizyt to jednodniowa, a dokładniej czterogodzinna koncentracja na kilku wybranych atrakcjach).



Miasta
Historyczne 3.0

Konferencja Miasta Historyczne 3.0



I. Carević Petković podkreślała problem niedostosowania historycznej zabudowy i infrastruktury technicznej miast historycznych do ich intensywnego wykorzystania przez zbyt dużą liczbę odwiedzających mających coraz wyższe wymagania. Na codzienność historycznej dzielnicy Dubrownika składają się takie elementy, jak zatykanie się kanałów ściekowych, awarie transformatorów i stacji napięć, niskie ciśnienie wody w kranach, nieustanne remonty mieszkań, nadmierna ilość śmieci, zapadanie się nawierzchni ulic oraz podwyższona temperatura powietrza skutkiem korzystania z systemu klimatyzacji. Istotne są także konsekwencje społeczne. Koszt życia w starym mieście jest wyższy o 30% w stosunku do innych dzielnic. Problemem jest uprzywilejowana pozycja turystów w stosunku do stałych mieszkańców, przejawiająca się w pobłażliwości policji, braku prawnego określenia funkcji nieruchomości, swobody w przebudowie wnętrza budynków czy łatwości handlu historycznymi kamienicami.

Obie dyskusantki wskazywały na negatywną rolę operatorów statków pasażerskich. Wielkie wycieczkowce dostarczają codziennie od 7 do 8 tys. kilkugodzinnych odwiedzających. Zamiast korzyści ekonomicznych generują zatłoczenie, zanieczyszczenie oraz hałas. Długotrwałym efektem nadmiernego rozwoju turystyki jest odpływ mieszkańców i starzejąca się ich struk-

tura demograficzna. Stare miasto w Wenecji zamieszkuje 54 tys. osób, czyli 120 tys. mniej niż w latach 50. Średniorocznie ubywa tysięcy mieszkańców. W Dubrowniku ich liczba całkowita wynosi 1,5 tys., przy czym 30% z nich jest w wieku powyżej 65 lat.

Biorąc pod uwagę skalę problemów towarzyszących rozwojowi turystyki w obu miastach, zaskoczeniem dla pozostałych dyskusantów była informacja, że nie funkcjonują w nich DMO, które mogłyby skonfrontować interesy podmiotów oferujących usługi turystom z potrzebami mieszkańców oraz mogących stanowić ośrodki działań na rzecz łagodzenia skutków przerostu turystyki.

Istotnym elementem debaty była próba odpowiedzi na pytanie **czy europejskie miasta powinny wypracować wspólną politykę wobec platform peer-to-peer w zakresie usług zakwaterowania czy transportu**. P. Zmysłony przedstawił wachlarz form regulowania ich działalności, obejmujący grzywny za oferowanie apartamentów bez licencji (Barcelona), podatek turystyczny (Paryż, Nowy Jork), ograniczenie czasu wynajmu (Amsterdam, Paryż), ograniczenie przestrzeni wynajmu (Berlin), atakzewypracowywanie przepisów dotyczących udostępniania danych statystycznych urzędowi miast. W tym kontekście paneliści podkreślali



zróznicowanie miast historycznych pod względem rozwoju oferty noclegowej i rynku gospodarki współdzielenia oraz problemów, które z nich wynikają. Jednocześnie stwierdzili, że **propozycja takiej wspólnej polityki byłaby interesującą opcją dla miast**. Wszyscy zgodzili się ponadto, że **Airbnb i inne platformy internetowe uzupełniają ofertę jakościową oraz przestrzenną usług noclegowych miast oraz wzmacniają przedsiębiorczość mieszkańców**. Niezwykle trudno zatem wyznaczyć wspólną politykę miejską wobec tego typu usług, jednak **należy dbać o ich jakość**. A. Mikos von Rohrscheidt zaproponował, **rozwiązanie wprowadzające klasy ograniczeń w zależności od dotychczasowego rozwoju bazy noclegowej**. Miasta, w których usługi *peer-to-peer* domykają lukę na rynku usług noclegowych, „włączałyby” odpowiednio wyższe normy i bardziej restrykcyjne regulacje. A. Miszalski wskazał na brak w Polsce podatkowych regulacji prawnych wobec apartamentów.

Dyskusja dotycząca szans i zagrożeń rozwoju i regulacji gospodarki nocy zdominowana była przez przykłady Amsterdamu oraz Tuluzy. M. Milan podkreślał, że **gospodarka nocy wpisana jest w DNA każdego miasta**. Noc należy traktować jako czas spotkań ludzi o wysokim poziomie kreatywności i talentu. Wsparcie gospodarki nocy nie może być ukierunkowa-

ne na sprzyjanie hedonistycznym postawom i prostym rozrywkom, ale **zwiększaniu możliwości rozwoju branż kreatywnych**. W Amsterdamie wprowadzono licencje na prowadzenie 24-godzinnej działalności klubom muzycznym w ściśle określonej przestrzeni poza centrum, przy czym egzekwuje się wymóg prowadzenia przez nie różnorodnej działalności kulturalno-rozrywkowej (centrum debat, przestrzenie wystawiennicze, inkubator kulturalny, działalność gastronomiczna itp.). Na ulicach pojawili się **nocni wolontariusze (square hosts)**, którzy zwracają uwagę zbyt głośnym i agresywnym osobom. Stworzono trzyletnią strategię wsparcia festiwali i wydarzeń kulturalnych, na potrzeby której wprowadzono system monitorowania przestrzeni muzycznej dostępnej w mieście. Efektem tych działań jest spadek o 25% wypadków agresji oraz spadek o 30% niedogodności zgłaszanych w nocy przez mieszkańców.

Ch. Vidal stwierdził, że **ustanowienie i funkcjonowanie instytucji burmistrza nocnego pozwala na identyfikację słabości dotychczasowej polityki miast w odniesieniu do gospodarki nocy, nastawionej najczęściej na wprowadzanie ograniczeń i zakazów, nie patrząc na ich długotrwałe efekty**. W Tuluzie rozpoczęto opracowywanie zintegrowanej polityki dotyczącej: **nocnego transportu publicznego, wsparcia usług gastronomicznych, oświetlenia budynków,**



dłuższego czasu otwarcia muzeów, ochrony praw pracowników pracujących na nocnych zmianach, a także nocnego telefonu alarmowego. Wszystkie działania powinny jednak być poprzedzone odpowiednimi badaniami stanu obecnego oraz prognozami skutków wdrożenia odpowiednich rozwiązań. Dlatego w Tuluzie opracowano „Białą księgę gospodarki nocy” zawierającą opis stanu podaży usług nocnych oraz wyniki badań mieszkańców dotyczące oczekiwań w zakresie rozwoju usług kulturalnych, transportowych, zdrowotnych, bezpieczeństwa i innych.

Paneliści zwracali uwagę na strukturę organizacyjną oraz genezę powstania instytucji nocnych burmistrzów. W Amsterdamie M. Milan stoi na czele organizacji pozarządowej współfinansowanej przez przedsiębiorstwa oraz władze miasta, zatrudniającej 20 osób oraz posiadającej zarząd oraz radę doradczą. Podstawą funkcjonowania instytucji, zarządzanej przez Ch. Vidala, jest także współdziałanie podmiotów tworzących gospodarkę nocy w ramach stowarzyszenia Toulouse Nocturne. Z jednej strony obaj nocni burmistrzowie są ambasadorami usługodawców, których działalność od-

bywa się w porach wieczornych i nocnych oraz promotorami nocnego życia miast, a z drugiej strony współpracują z władzami lokalnymi na rzecz możliwie harmonijnego i zrównoważonego życia nocnego. Ich zadaniem jest zarówno wsparcie gospodarki nocy, jak i łagodzenie jej negatywnych skutków. Działalność burmistrzów jest kadencyjna, na podstawie wyboru przez sektor gospodarki nocy i przy aprobacie władz miasta. W tym kontekście P. Zmyślony zauważył podobieństwa w strukturze organizacyjnej nocnych burmistrzów i DMO, ale też zwrócił uwagę na inny cel ich powołania. Pierwotną funkcją działalności DMO jest promocja oferty turystycznej miasta oraz wzrost ilościowy i jakościowy funkcji turystycznej, natomiast nocni burmistrzowie zostali powołani w celu minimalizacji uciążliwości i problemów, które oferta turystyczna wywołuje po zmroku i które są proporcjonalne do jej rozwoju. Można ich zatem porównać do „nocnych DMO” mających w sercach dążenie do zrównoważonego rozwoju miasta.

W sytuacji problemów rozwoju gospodarki turystycznej, jakich doświadczają Dubrownik i Wenecja, trudno mówić o jakimkolwiek przyzwalaniu na rozwój gospodarki



nocy, która jest w tych miastach utożsamiana z konfliktami. Jest to także trudne technicznie. W Wenecji po zmroku nie ma oświetlenia ulicznego, a o godzinie 23:00 zamykane są puby i restauracje. W Dubrowniku budynki nie mają piwnic, a nocne życie dopuszczone jest tylko poza murami starego miasta.

Zdaniem Ch. Vidala to, w czym mogą pomóc turystyce doświadczenia gospodarki nocy, zawiera się w planowaniu strategicznym uwzględniającym interesy wszystkich interesariuszy, także tych, którzy w bezpośredni sposób nie partycypują w korzyściach z rozwoju danej działalności – nocnej i/lub turystycznej. W tym przypadku od samego początku należy uwzględniać takie aspekty jak zapewnienie bezpieczeństwa, przewidywanie negatywnych skutków obecnych działań, zapewnienie godnych warunków pracy. M. Milan podkreślał, że zrównoważony rozwój gospodarki nocy jest niezwykle istotny dla młodych mieszkańców miast historycznych, którzy powinni mieć zapewnioną odpowiednią jakość czasu wolnego, by mogli być przekonani o słuszności decyzji wiązania swojej przyszłości z tymi miastami. J. Mazurczak zwrócił uwagę na rolę dobrego rozwoju gospodarki nocy we wspieraniu rozwoju funkcji akademickiej miast.

A. Miszański stwierdził, że wprowadzenie instytucji burmistrza nocy nie może odbywać się bez odpowiedniej kampanii informacyjnej, aby nie wywołać niepotrzebnych, jednoznacznie negatywnych skojarzeń, z jakimi wiąże się ta nazwa. W Krakowie pojawiają się obecnie sygnały, że tak intensywny rozwój turystyki, zwłaszcza nocnej, bywa przez mieszkańców odbierany jako uciążliwy. Wynika z tego, że istnieje pole do działania dla instytucji, która byłaby w stanie w racjonalny sposób rozwiązywać lub minimalizować problemy rozwojowe. J. Mazurczak zauważył, że DMO są instytucjami „pierwszego kontaktu”, w których

w naturalny sposób skupiają się problemy funkcjonowania gospodarki nocy, natomiast turystyka jest pierwszą sferą, przez pryzmat której uwidaczniają się problemy życia mieszkańców w miastach wyjątkowo atrakcyjnych turystycznie. Przedstawiciele polskich miast stwierdzili, że ważne jest, aby regulacja gospodarki nocy, w tym zasady prowadzenia klubów nocnych, zachowania klubowiczów, sprzedaży alkoholu, parkowania i inne aspekty, była wsparta dobrym jakościowo prawem. W Polsce można mówić bowiem o potrzebie ucywilizowania i ograniczania gospodarki nocy, a nie jej koordynacji i wsparciu.

Zdaniem A. Mikos von Rohrscheidta oraz J. Mazurczaka jednym z elementów, które w pozytywny sposób łączą gospodarkę nocy z gospodarką turystyczną, są wieczorne wydarzenia. A. Mikos von Rohrscheidt tłumaczył, że są to imprezy, które rozpoczynają się późnym popołudniem lub nawet wieczorem i trwają do późnej pory nocnej. Są nimi między innymi wielkie i regularnie (nawet codziennie) organizowane widowiska typu światło i dźwięk przy ważniejszych zabytkach (Avignon, Gizeh, Strassburg, Malbork) i także bardziej kameralne formy, jak spacer tematyczny z przewodnikiem mające własną atmosferę, wieczorne gry miejskie, rozbudowane kolacje kulturalne, koncerty tematyczne, wieczory legend, spotkania filmowe lub zorganizowane gry towarzyskie.

R. Pawlusiński zauważył, że zmienił się sposób zwiedzania i życia w miastach historycznych, dlatego rozwój nocnej oferty jest wymuszony przez współczesnych turystów, ale także nowych mieszkańców. Należy zauważyć nie tylko wzrost mody na hedonistyczny styl życia, ale także chociażby zmianę modelu „rekreacji” nocnej – wcześniej wiele z wydarzeń miało miejsce w prywatnych mieszkaniach, dzisiaj się od tego odchodzi. W zamian poszukuje się oferty nocnej w przestrzeni miasta.

Wnioski i rekomendacje

- gospodarka nocy i gospodarka turystyczna charakteryzują się podobną rozproszoną i rozdrobnioną strukturą. Dopełniają się wzajemnie jako dwie strony oferty wolnego czasu w mieście – dziennej i nocnej. Wymagają także zintegrowanego podejścia do planowania i zarządzania opartego na ponadbranżowym i ponadsektorowym konsensusie.
- we współczesnym trendzie turystyfikacji życia mieszkańców oraz poszukiwania lokalności przez turystów, integracja funkcji turystycznej oraz funkcji nocnej miasta jest nieunikniona. Podstawą wszelkich działań powinien być ciągły monitoring ich ewolucji i negatywnych symptomów ich rozwoju.
- harmonijne i zintegrowane zarządzanie gospodarką nocy to młoda koncepcja rozwoju miast. Uczestnicy konferencji w większości przyznali, że idea funkcjonowania nocnych burmistrzów, oparta na współpracy wszystkich zainteresowanych na rzecz identyfikacji i minimalizacji kosztów społecznych oraz wskazywania dobrych stron życia miasta i tym samym zamieniania problemów w atuty, warta jest przeszczepienia na grunt turystyczny. Istotne jest jednak podejście projakościowe zarówno w odniesieniu do gospodarki turystycznej, jak i gospodarki nocy. W tym kontekście kluczem jest różnorodność działalności i funkcji zarówno w skali działań poszczególnych podmiotów, jak i oferty całego miasta.
- przez wiele lat koncepcja zrównoważonego rozwoju była traktowana jako zbiór mniej lub bardziej abstrakcyjnych, a jednocześnie atrakcyjnych haseł, które należy wpisać do strategii rozwojowych miast, aby zapewnić przychylność mieszkańców, instytucji finansujących projekty rozwojowe oraz władz ponadlokalnych i międzynarodowych. Sprzyjały temu ogólnikowe i dość enigmatycznie sformułowane zasady dotyczące wprowadzenia tych haseł w życie. Trudności występowały na etapie faktycznej realizacji postulatów. Realne konflikty powstające na gruncie wieloletnich zaniedbań planistycznych, nierozwiązanych kwestii spornych oraz wpływie globalizacji, wywołały potrzebę zmiany paradygmatu zarządzania rozwojem turystyki.
- konkretne, negatywne doświadczenia wskazują, że koncepcja zarządzania konfliktem jest bardziej użyteczna w osiąganiu celów zrównoważonego rozwoju turystyki w miastach historycznych. Rozwiązywanie konfliktów wymaga działalności mediatora mającego autorytet, wiarygodność w oczach partnerów, umiejętność wczesnego i dogłębnego rozpoznania problemu, wiedzę ekspercką oraz odpowiednią strukturę organizacyjną i uprawnienia formalno-prawne. W tym kontekście instytucja burmistrza nocy odświeża, wzmacnia i uzupełnia działalność DMO, czyli instytucji odpowiedzialnych za zarządzania turystyką w miastach europejskich. Nie jest zatem zasadne pytanie, czy miastom historycznym potrzebne jest skoordynowane podejście do rozwoju gospodarki nocy. Zamiast tego należy zapytać, jak szybko rozpowszechni się instytucja nocnych burmistrzów i kiedy nastąpi partnerstwo gospodarki turystycznej z nocną aktywnością miasta.

Opracował:
dr hab. Piotr Zmyślony, profesor UEP

Dobre życie vs. atrakcyjna destynacja?



Moderator:

Adam Mikołajczyk, prezes Fundacji Best Place – Europejski Instytut Marketingu Miejsc, Warszawa, Polska



Studium przypadku: Edynburg

John Donnelly, dyrektor naczelny Marketing Edinburgh, Szkocja

PANELIŚCI



Carlo Francini
koordynator naukowy
Stowarzyszenia
Światowego Dziedzictwa
UNESCO we Włoszech

WŁOCHY



Petr Slepicka
dyrektor zarządzający
Prague City Tourism

REPUBLIKA CZESKA



dr Pekka Sauri
Uniwersytet Helsiński,
wiceburmistrz Helsinek
w latach 2003–2017

FINLANDIA



Magdalena Piasecka
wiceprezydent
miasta Wrocławia

POLSKA



**dr Ewelina Szczep-
Pietkiewicz**
Szkoła Główna Handlowa,
Warszawa

POLSKA



Krzysztof Jędrocha
prezes Polish Prestige
Hotels&Resorts

POLSKA



Wprowadzenie

Panel dotyczył identyfikacji zjawisk popytu turystycznego i poszukiwania odpowiedzi na takie tezy i pytania jak:

- ⊕ czy odwiedzający to tymczasowy mieszkaniec?
- ⊕ jaki aktywizować mieszkańców w przedsiębiorczość na rzecz odwiedzających?
- ⊕ konflikty pomiędzy potrzebami mieszkańców a rozwojem turystyki,
- ⊕ dlaczego mieszkańcy uciekają ze stref turystycznych?
- ⊕ jak oceniać jakość życia i komfort pobytu w miastach historycznych?
- ⊕ czy są granice adaptacji przestrzeni miejskiej dla przyjezdnych?

Pod dyskusję panelistów poddano dość prowokacyjne pytanie – czy miasto historyczne jako atrakcyjna destynacja turystyczna może być jednocześnie miejscem dobrej jakości życia? Skąd taka perspektywa rozważań? Spróbujmy to wyjaśnić. Na pierwszy rzut oka rozwój turystyki w miastach ma bardzo dobre perspektywy, bowiem globalny rynek turystyczny będzie bowiem nadal rosnąć, szczególnie w segmencie *city break*. Przewiduje się, że będzie on przewyższał globalną gospodarkę w ciągu następnej dekady, zwiększając się średnio o około 4% rocznie. Głównymi beneficjentami będą miasta, w tym historyczne oraz te postrzegane jako najbardziej atrakcyjne turystycznie, które już dzisiaj przyjmują najwięcej odwiedzających. Według WTM London 2017 Edition są

nimi: Hong Kong, Bangkok, Londyn, Singapur, Macau, Dubaj, Paryż, Nowy Jork, Shenzen, Kuala Lumpur. Euromonitor International szacuje wzrost przyjazdów turystycznych do tych miast do 2025 roku o minimum kilka procent rocznie, a w niektórych przypadkach liczba turystów zostanie praktycznie podwojona. W Europie, poza Paryżem i Londynem, najczęściej odwiedzane są: Rzym, Istambuł, Praga, Barcelona, Mediolan, Amsterdam, Antalya i Wiedeń¹.

Wpływ sektora usług turystycznych na tworzenie miejsc pracy powoduje, że prawie każde miasto zamierza zwiększać liczbę przyjazdów, wdrażając stosowne strategie rozwoju. Publiczne środki finansowe najczęściej przeznaczają się na marketing, ale kładąc nacisk głównie na zwiększenie wielkość ruchu turystycznego.

¹ 10 Largest Cities in Europe for Inbound Arrivals, 2016, Euromonitor International.



Stąd też miejsca te stają się często ofiarami własnego sukcesu. Koncentracja turystów, powoduje liczne problemy jak przeludnienie, nadmierną eksploatację usług i infrastruktury publicznej, homogenizację kulturową, a w konsekwencji rosnące niezadowolenie mieszkańców. Problemem jest również nierówna dystrybucja dochodów, gdyż często zaledwie 5-10% pieniędzy, które wydają turyści, pozostaje w miejscach, które odwiedzają. Te nowe, negatywne zjawiska obniżają jakość (i wartość) doświadczeń zarówno odwiedzających jak i mieszkańców. Apogeum zostało osiągnięte w 2017 roku, kiedy zaczęto obserwować pozornie nowy kryzys, nazwany *overtourismem*. Mimo, że zaskoczył on wielu **jest po prostu nową nazwą problemu, który istniał już od lat**. Obok przekazów medialnych w wielu miejscach odbyły się protesty lokalnej

społeczności twierdzącej, że turystyka przynosi więcej szkód niż pożytku (m.in. w Barcelonie, Berlinie i San Sebastian) lub nastąpiła ingerencja lokalnych władz w różnych formach (m.in. w Amsterdamie, Seulu, Cinque Terre i na Islandii). Równocześnie sami turyści narzekali na rozczarowujące doświadczenia wakacyjne z powodu przeludnienia, długich kolejek i braku lokalnego klimatu miejsca. Czy jednak takie drastyczne postawy nie stają się *turysmfobią*?

Ekspertki wskazują na **kilka przyczyn** takiego stanu rzeczy. Do najważniejszych zaliczają:

- brak zrozumienia i świadomości zarządzających destynacjami turystycznymi, że turystyka, poza całym spektrum pozytywnych efektów, może także generować negatywne skutki, zwłaszcza dla lokalnej społeczności,



- nieskuteczne planowanie rozwoju turystyki,
- wzrost klasy średniej na świecie,
- rozwój nowych rynków (np. chiński),
- spadek kosztów podróży (tanie linie lotnicze, tanie noclegi, tanie taksówki itd.),
- ograniczenie liczby pośredników w łańcuchu dostaw (dezintermediacja) oraz rozwój platform P2P (*peer-to-peer*) jak na przykład AirBnB, ułatwiających tanie podróżowanie.

Przy nowych wyzwaniach powstaje pytanie o jakość życia i znaczenie tego wskaźnika? Odpowiedzi na tak postawione pytanie próbują udzielić różnego rodzaju specjalistyczne rankingi miast. Wyróżnić można zautomatyzowany **wskaźnik jakości życia (*Quality of Life Index*)**, który szacuje ogólną jakość życia w miastach poprzez zastosowanie empirycznej formuły uwzględniającej **osiem indeksów szczegółowych: siła nabywcza, zanieczyszczenia, stosunek ceny nieruchomości do dochodów, koszty utrzymania, bezpieczeństwo, opieka zdrowotna, czas dojazdów do pracy oraz indeks klimatyczny**. W ten sposób, na bieżąco, prowadzone są obliczenia i prezentowane najlep-

sze do życia miasta. Według stanu na marzec 2018 roku w pierwszej dziesiątce na świecie znajdują się takie miasta jak: Canberra, Raleigh, Wellington, Eindhoven, Zurych, Brisbane, Ottawa, San Diego, Luksemburg oraz Adelajda.

Innym przykładem jest **Ality of Living Rankings**, opracowany przez firmę Mercer, który analizuje 450 miast na całym świecie, biorąc pod uwagę wiele cech cząstkowych, pozwalających na ocenę jakości życia. Wśród nich są takie jak: środowisko polityczne i społeczne, otoczenie gospodarcze, środowisko społeczno-kulturowe, usługi publiczne i transport oraz infrastruktura rekreacyjna. Dość szybko dojdziemy do wniosku, że większość wskaźników jest także ważnych z punktu widzenia odwiedzających i turystów.

Czy zatem racji nie miał ten, kto powiedział, **że odwiedzający (turysta) jest tymczasowym mieszkańcem**? Czy inwestując w jakość życia mieszkańców możemy jednocześnie budować atrakcyjność turystyczną? Czy to jest ta perspektywa, która może pogodzić rozwój turystyki i poprawę jakości życia w mieście? Na te i inne pytania próbowali odpowiedzieć członkowie panelu.

Dyskusja

Punktem wyjścia do dyskusji było **studium przypadku Edynburga**, które zaprezentował J. Donelly. To miasto historyczne, z obiektami na liście UNESCO oraz markowymi festiwalami, zaczęło bowiem borykać się z problemem *overtourismu*.

Po inspirującym wprowadzeniu paneliści przeszli do analizy tezy o konflikcie pomiędzy potrzebami odwiedzających i mieszkańców oraz metodach przeciwdziałania.

Zdaniem **M. Piaseckiej**, we Wrocławiu nie widać takiego zjawiska i miasto robi wszystko, by się ten problem nie pojawił. Główną bronią w batalii o dobrą jakość życia, a przy okazji pozytywne doświadczenia odwiedzających, mają być, prowadzone zakrojone na szeroką skalę, kon-

sultacje społeczne oraz badania marketingowe i badania jakości życia. Mają one pomóc w monitorowaniu relacji odwiedzający – mieszkańiec i w razie potrzeby ułatwić odpowiednią reakcję na pojawiające się symptomy konfliktu. Panelistka uważa, że dzięki temu mieszkańcy będą współtworzyć odpowiednie rozwiązania i tym samym strzec dobrej jakości życia w mieście.

P. Slepicka przytoczył z kolei nieco inne doświadczenia stolicy Czech. W Pradze już od jakiegoś czasu pojawiały się konflikty na linii odwiedzający – mieszkańcy. Jednym z ognisk zapalnych konfliktu były wszechobecne *segway'e*. Problem musiał zostać rozwiązany poprzez wprowadzenie zakazu używania tego rodzaju środka transportu podczas wycieczek na terenie starego miasta.



J. Donelly omawiając przypadek Edynburga, przytoczył fakt, że w cyklicznym badaniu mieszkańcy twierdzili, że są usatysfakcjonowani jakością życia w mieście (95% badanych) oraz uważają, że festiwale przyczyniają się bardziej do poprawy jakości życia, niż jego pogorszenia (76% badanych), to jednak zarządzający, dostrzegając **pierwsze symptomy negatywnych skutków nadmiernego ruchu turystycznego** (zwłaszcza w miesiącach letnich), szybko zdecydowali się na opracowanie specjalnej strategii zarządzania turystyką w mieście. Przyczynkiem był raport dotyczący miejskich festiwali, który analizował, jak interesariusze mogą współpracować, aby poprawić doświadczenia odwiedzających i mieszkańców. W szczególności raport koncentrował się na wpływie krótkoterminowego najmu mieszkań, możliwościach wzmocnienia transportu publicznego w czasie trwania festiwali oraz usługach związanych z odpadami, które są plagą miasta. Głównym wyznacznikiem działań strategii była idea trójkąta „ducha miasta w równowadze”, czyli balansu pomiędzy mieszkańcami, przyjezdnymi oraz biznesem. Za najważniejsze zadania strategiczne uznano: wyznaczenie docelowej kwoty pieniędzy wydawanych przez turystów vs.

przyrost liczby turystów, koncentrację na turystach indywidualnych oraz specjalne działania wobec grup zorganizowanych, poszerzenie wachlarza oferty oraz promocja poza sezonem, jak również inwestycje w zasoby ludzkie poprzez szkolenie kadr.

C. Francini przedstawił założenia „planu zarządzania historycznym centrum Florencji”, który pełni rolę narzędzia polityki miejskiej w tym zakresie. Wśród głównych zadań, na których oparty jest plan działania, znajduje się **zarządzanie systemem turystycznym miasta**, którego wiodącym instrumentem jest Karta Florencji (The Florence Card). Projekt został pomyślany tak, aby oferować zintegrowany system usług kulturalnych, który umożliwi zwiedzenie 72 muzeów, zabytków kultury, willi i ogrodów historycznych, cieszących się priorytetowym dostępem. Karta jest ważna 72 godziny i kosztuje 72,00 €. Karta Firenze „Plus” to dodatkowa przepustka do bezpłatnych usług transportowych i produktów oferowanych przez lokalne podmioty gospodarcze. Obie te karty odniosły ogromny sukces, mierzony nie tylko wielkością sprzedaży, ale przede wszystkim przyczyniły się do **zwiększenia liczby wizyt**



w mniej znanych florenckich atrakcjach. Obecnie analizowane są kolejne narzędzia zarządzania turystyką, takie jak „studium obciążania centrum historycznego Florencji”. Biorąc pod uwagę presję ruchu turystycznego, **konieczne jest przeprowadzenie badania określającego „pojemność” historycznego centrum Florencji i maksymalną liczbę turystów obsługiwanych w tym miejscu.** Zostaną wprowadzane pilotażowo **alternatywne trasy turystyczne** w celu zmniejszenia zatłoczenia ścisłego centrum i redystrybucji przepływów turystycznych w przestrzeni i czasie. **K. Jędrocha** zwrócił uwagę, że jednym z rozwiązań, które sprawdza się w Krakowie jest przeniesienie punktu ciężkości z turystyki grupowej na turystykę biznesową (*meeting industry*), która w znacznie mniejszym stopniu ingeruje w tkankę miasta. Chwalił także regulacje wprowadzone m.in. przez Florencję właśnie w zakresie ochrony lokalnego handlu i rzemiosła oraz kontroli nad sprzedawanymi towarami. Regulacje te definiują również funk-

cję „biznesu historycznego” i zapewniają szczególną ochronę przedsiębiorczości charakterystycznej dla lokalnej tradycji. Wskazywał, że poza nakazami i zakazami, dobrym narzędziem może być, wzorem Paryża, wprowadzenie biletów na wybrane atrakcje zakładających ograniczenie czasowe.

J. Donelly wskazał na możliwe do zastosowania rozwiązania marketingowe. Do najważniejszych zaliczył odpowiednią **segmentację, wybór grup docelowych, pozycjonowanie oraz zasadną w niektórych przypadkach strategię cen wysokich.** Ostatecznym narzędziem może być de-marketing, nakierowany na zniechęcenie do danego miejsca, choć żadne miasto jeszcze się na to nie zdecydowało. **E. Szczep-Pietkiewicz** przytoczyła przykładowe **wskazniki służące pomiarowi jakości życia w mieście,** które konsumują potrzeby turystów i miasta w zakresie rozwoju i promocji turystycznej.

Wnioski i rekomendacje:

- zmiana obowiązującego w turystyce paradygmatu – więcej turystów niekoniecznie znaczy lepiej. Dobra turystyka, jakościowa turystyka, to znaczy lepsza turystyka,
- zarządzający oraz branża turystyczna powinni znieść praktykę ustalania celów związanych z turystyką wyłącznie na podstawie liczby przyjazdów. Są one złym miernikiem zarządzania turystyką. Wydatki turystów powiązane z satysfakcją odwiedzających i mieszkańców to przykłady połączonych wskaźników sukcesu turystycznego miejsca,
- rozwojowi turystyki powinny przyświecać dwie naczelną zasady – zrównoważenie oraz konkurencyjność,
- umiejętna, pogłębiona segmentacja, a co za tym idzie, promocja oparta o cechy behawioralne oraz nacisk na rozwój turystyki biznesowej i indywidualnej mogą być antidotum dla turystyki masowej,
- miasta powinny różnymi narzędziami zachęcać do dłuższych pobytów kosztem ich częstotliwości,
- zainteresowani interesariusze powinni współpracować – tworzyć sieci współpracy i ciała doradcze, które pomagają samorządowi i przemysłowi turystycznemu wypracowywać zakres akceptowalnych zmian. Potrzebne jest także nowatorskie myślenie władz miejskich i liderów biznesu, którzy wspólnie powinni pracować nad zarządzaniem rosnącą liczbą odwiedzających, reakcją na zmieniające się oczekiwania oraz kształtowaniem doświadczeń turystycznych. Wykorzystanie partnerstwa sektorów prywatnego i publicznego, umożliwi lokalnym społecznościom ochronę zasobów turystycznych i stwarza możliwości rozwoju dla przedsiębiorstw sektora prywatnego i organizacji pozarządowych w całym łańcuchu wartości.
- szansą rozwiązania konfliktów upatruje się także w podniesieniu rangi i tworzeniu mody na turystykę zrównoważoną (*sustainable tourism*). Jest ona obecnie na dobrej drodze, aby wejść do głównego nurtu turystycznego, ponieważ pozwala niwelować negatywne skutki turystyki i poprawiać jakość życia, a także chronić miejsca i zapewniać odwiedzającym autentyczne doświadczenia. Zrównoważone praktyki wydają się kluczowe w zarządzaniu równowagą między korzyściami i kosztami rozwoju turystyki. Rok 2017 ogłoszono Międzynarodowym Rokiem Zrównoważonej Turystyki, w celu zwalczania problemów *overtourismu* i promowania zrównoważonych zasad współpracy w branży turystycznej. Pomimo ambitnych celów całej idei, przed upowszechnieniem zasad turystyki zrównoważonej jeszcze długa droga. Badania przeprowadzone wśród turystów z Wielkiej Brytanii w 2017 r. wykazały, że jedynie 17% badanych przed kolejną wakacyjną wyprawą zamierza sprawdzić, jak turystyka oddziałuje w miejscu docelowym na lokalną społeczność. Jedynie 15% z badanych zastanawia się czy mieszkańcy miejsca docelowego korzystają z rozwoju turystyki a prawie połowa badanych nie zamierzała brać pod uwagę takich aspektów przed udaniem się w podróż turystyczną.
- wiele problemów można rozwiązać poprzez wykorzystanie zasad gospodarki o obiegu zamkniętym (cyrkularnym), odpowiednie planowanie rozwoju turystyki i uproszczenie regulacji prawnych. Konieczny jest także stały pomiar (monitoring) wpływu ekonomicznego, środowiskowego i społecznego turystyki. Dopiero wtedy, kiedy turystyka będzie planowana i realizowana z uwzględnieniem potrzeb lokalnej społeczności, będzie mogła ona w pełni zrealizować swój potencjał jako nieoceniony katalizator dobrobytu gospodarczego, społecznego i środowiskowego.

Opracował:
Adam Mikołajczyk
prezes Fundacji Best Place

Dla kogo smart city?



Moderator:

dr hab. **Magdalena Kachniewska**,
profesor Szkoły Głównej Handlowej
Warszawa, Polska



Studium przypadku: Bregencja

Christoph Thoma,
menedżer kultury,
CULTURELAB e.U.,
Bregencja, Austria

PANELIŚCI



Chris Murray
dyrektor Core Cities UK
WIELKA BRYTANIA



dr hab. **Magdalena Florek**
profesor Uniwersytetu
Ekonomicznego, Poznań
POLSKA



Paweł Gogołek
menedżer projektów
kulturalnych, QRTag,
Poznań
POLSKA



Piotr Grzelak
wiceprezydent miasta
GDAŃSK
POLSKA



Julien Hallier
dyrektor
Destination Poland,
Krakowska Izba Turystyki
POLSKA

Panel poświęcony roli nowych technologii w koncepcji funkcjonowania miast historycznych. Na ile służyć mają mieszkańcom a na ile odwiedzającym? Czy koncepcja inteligentnego zarządzania miastem, uwzględniająca wielowymiarową (społeczno-kulturową, technologiczną, gospodarczą) zmianę przestrzeni miejskiej, wytrzyma próbę czasu?

- ⊕ nowoczesne technologie mają pomagać, nie wykluczać!
- ⊕ w jakich obszarach mobilność dla mieszkańców i przyjezdnych?
- ⊕ rozwiązania technologiczne – pomoc czy inwigilacja?
- ⊕ czy najnowocześniejsze rozwiązania technologiczne wprowadzane zgodnie z koncepcją smart city nie kłócą się z atmosferą miast historycznych?
- ⊕ technologie, jako nowoczesne źródło nowych modeli biznesowych i pomiaru atrakcyjności lokalizacji,
- ⊕ nowe formy upełnomocnienia (empowerment) oraz partycypacji lokalnej w zarządzaniu turystyką.



Miasta
Historyczne 3.0

Konferencja Miasta Historyczne 3.0

Wprowadzenie

Dyskusja dotyczyła kilku wiodących wątków. Po pierwsze paneliści mieli podjąć próbę zdefiniowania miasta inteligentnego i wskazać ewentualne powiązania między koncepcją *smart city* a dynamicznym rozwojem nowych technologii. Jeżeli uznamy, że miasta inteligentne powinny korzystać z wiedzy i doświadczeń wszystkich mieszkańców, to wyłania się kolejne pytanie: o wsparcie procesu partycypacji obywatelskiej i pozyskiwania kreatywności tłumów (*crowdsourcing*).

Z powyższego zagadnienia wyłania się wątek szans i zagrożeń pojawiających się na styku inteligentnego rozwoju miast i kwestii bezpieczeństwa (w wymiarze fizycznym, cyfrowym, społecznym) oraz zagadnienie wykorzystania analiz wielkich nieustrukturyzowanych zbiorów danych (tzw. *big data*) w zarządzaniu miastem i jego podmiotami. Ważnym zagadnieniem w tym kontekście okazuje się kwestia ochrony i prawa do wykorzystywania danych osobo-

wych pozyskiwanych z różnorodnych systemów informatycznych (np. monitoringu miejskiego, systemu GPS, danych transakcyjnych i telefonii komórkowej).

Nowe technologie to także narzędzie rozwiązywania potencjalnych konfliktów między potrzebami mieszkańców i masowym ruchem turystycznym, a zarazem ważny czynnik nasilający ruch turystyczny i pogłębiający możliwy rozdział międzypokoleniowy. Na tym tle wyłoniono problem tzw. „wykluczenia cyfrowego” i pytanie o to, w jaki sposób należy rozwijać miasta inteligentne, jeśli chcemy zapewnić równy dostęp wszystkich jego mieszkańców i odwiedzających do informacji, rozwiązań funkcjonalnych lub określonego standardu usług.

Wprowadzeniu do dyskusji służyło **studium przypadku Bregencji**, które przedstawił Christoph Thoma z CULTURELAB.



Dyskusja

Zgodnie z sugestią **M. Florek**, paneliści próbowali uzgodnić sposób rozumienia pojęcia miasta inteligentnego (*smart city*). Na potrzeby dyskusji przyjęto, że miasto inteligentne to takie miasto, które wykorzystuje technologie informatyczne i komunikacyjne (ICT) w celu zwiększenia wydajności infrastruktury miejskiej oraz podniesienia świadomości mieszkańców poprzez:

- inwestycje w kapitał ludzki i społeczny,
- rozwój infrastruktury komunikacyjnej,
- promowanie trwałego rozwoju gospodarczego i wysokiej jakości życia na gruncie partycypacji obywatelskiej.

Z tak rozumianej definicji nie wynika wprost konieczność powiązania koncepcji *smart city* ze stosowaniem nowych technologii. Jednocześnie prawie wszyscy byli w stanie wskazać przejawy tego związku w praktyce funkcjonowania swoich miast. Jak zauważył **Ch. Murray**, pojęcia „miasto inteligentne” i ICT są ze sobą **trwale i nierozzerwalnie związane**, jednak prawie każdy z uczestników dyskusji wskazywał na takie elementy funkcjonowania współczesnych miast, które pokazują, że prawidłowe realizowanie funkcji miejskich (w tym zapewnienie bezpieczeństwa, powszechnego dostępu do

usług, sprawnego obiegu informacji itd.) byłoby niezmiernie trudne bez wsparcia technologicznego, zważywszy na dynamikę rozwoju miast oraz rosnące oczekiwania ich mieszkańców. **M. Kachniewska** akcentowała pozornie oczywiste i bardzo **praktyczne zagadnienia dotyczące czasowych zmian w transporcie**, które w większości polskich miast komunikowane są mieszkańcom na portalach urzędów lub wydziałów transportu, podczas gdy większość mieszkańców oczekuje, że tego typu informacja będzie trafiała bezpośrednio na ich skrzynki mailowe lub ekrany smartfonów. Tego typu oczekiwania obejmują coraz szersze rzesze społeczeństwa i coraz większy zakres informacji, a szczególnie rozpowszechnione są wśród młodych mieszkańców miast, czyli pokolenia „urodzonego w sieci” (*digital native*) oraz turystów. W celu zapewnienia sobie dodatkowego poczucia bezpieczeństwa i nieustannego dostępu do informacji, chętnie sięgają po nowe technologie i niezwykle sprawnie z nich korzystają.

Ch. Thoma zwracał uwagę na fakt, że **inteligentne miasto to przede wszystkim system relacji międzyludzkich, które nie zawsze idą w parze z technologiami**. Te ostatnie mogą prowadzić do technicyzacji relacji oraz ich spłykania,



co nie sprzyja tworzeniu kapitału społecznego ani partycypacji obywatelskiej. Jednocześnie jednak **paneliści poszukiwali rozwiązań informatycznych, które dostarczają narzędzi większego upelnomocnienia mieszkańców** (platformy i fora dyskusyjne, możliwości zwoływania i organizowania wydarzeń, otwarte przestrzenie informatyczne z repozytorium dokumentów i danych dotyczących funkcjonowania miasta i życia mieszkańców itp.). Wskazywano, że ekosystem informatyczny obejmujący dane z różnych źródeł pozwala tworzyć chociażby inteligentne sieci elektroenergetyczne, inteligentne systemy transportowe, programy zdalnego monitorowania zdrowia osób starszych i chronicznie chorych oraz systemy powszechnej edukacji *on-line*.

P. Grzelak, wskazywał, że **poprawa jakości życia w mieście zaczyna się od wyłonienia priorytetów, które nie zawsze i nie dla wszystkich są jednoznaczne**. Punktem wyjścia może być transport i komunikacja publiczna (w coraz bardziej zatłoczonych miastach należy dążyć do ograniczania korzystania z samochodów prywatnych i zastępować je komunikacją zbiorową, co przyczyni się do rozładowania korków i zmniejszenia emisji dwutlenku węgla). Ekspertki podkreślają duże znaczenie zbiórki odpadów,



która wpływa na wzrost odzyskiwania surowców, a przez to – na ochronę środowiska naturalnego. Jeszcze inni wskazują na konieczność zapewnienia bezpieczeństwa publicznego czy optymalizacji zarządzania energią w mieście. Na liście zagadnień znajdują się również takie problemy, jak analizy widoczności reklam, zarządzanie miejską zielenią czy kwestia prawidłowego obiegu powietrza. Każde z nich ma bezpośrednie przełożenie na jakość życia mieszkańców, ale zarazem informacje o ich stylu. Kwestie te wskazują, w jakim kierunku powinny iść zmiany w zarządzaniu miastem i jakie kwestie powinny zyskać status priorytetu.

Uczestnicy panelu zaznaczali w swoich wypowiedziach, że każda nowa platforma i każdy nowy system monitoringu (miejskiego, finansowego, transportowego) oznacza **gwałtowny przyrost liczby danych na temat mieszkańców i turystów** oraz ich aktywności w przestrzeni rzeczywistej i wirtualnej miasta. To z kolei prowadzi do sytuacji, w której **coraz więcej wiadomo o zbiorowościach ludzkich oraz pojedynczych osobach**. Fakt ten **nasila poczucie zagrożenia cyfrowego** (ograniczanie prywatności, ryzyko ataków hakerskich na zasoby danych, konieczność zapewnienia bezpieczeństwa danych itp.). Spostrzeżenie to wywołało dyskusję



na temat relatywnie **niskiej świadomości obywateli w zakresie ochrony danych osobowych i własnej prywatności**. **P. Gogołek** podkreślił, że udostępnianie ogromnych zasobów danych na swój temat jest nieuchronnym (choć nie zawsze uświadomionym) skutkiem korzystania z usług bankowych, transportowych, czy telefonicznych. Złudzenie, że w dzisiejszych czasach można zachować prywatność, skłania wiele osób do rezygnacji z usług portali społecznościowych i aplikacji mobilnych, jednak te same osoby nie zdają sobie sprawy, że **każdy ich ruch w przestrzeni miejskiej rejestrowany jest przez różnorodne urządzenia** (telefony komórkowe – także te wyłączone, bankomaty, terminale kart płatniczych, czytniki biletów miesięcznych i kart miejskich itd.). Te **zbiory danych, poddane stosownej analizie, mogłyby służyć podniesieniu jakości życia mieszkańców**. **M. Kachniewska** podawała przykłady miast, które dzięki takim zasobom danych są w stanie podejmować działania na rzecz:

- bezpieczeństwa ruchu drogowego (Moskwa),
- optymalizacji transportu miejskiego i zarządzania parkingami (Taipei),
- ochrony zieleni miejskiej (Nowy Jork),
- zarządzania odpadami (Los Angeles),
- przewidywania epidemii chorób (Tokio),
- walki z zagrożeniem pożarowym (Londyn i Nowy Jork),
- prognozowania i sterowania ruchem turystycznym (Paryż),
- bezpieczeństwa imprez masowych (na bazie rejestracji przemieszczania się telefonów komórkowych) – rozwiązania wdrażane np. przez T-mobile.

Ch. Murray wskazywał na rozwiązania technologiczne pozwalające organizować cafeterie obywatelskie (forma sięgania do kapitału społecz-

nego i pozyskiwania aktywności obywatelskiej), a **P. Gogołek** podał przykłady stosowania *big data* w celu lepszego zarządzania rozwojem turystyki (np. projekty w tym zakresie, których realizacja planowana jest w Warszawie)

Mało oswojone pojęcie *big data* wywołuje jednak nieuchronnie pytanie o bezpieczeństwo cyfrowe (np. bezpieczeństwo transakcji i przesyłania danych) oraz **wyznaczenie granicy między inwigilacją a monitoringiem, między ewidentnym naruszeniem prywatności a praktyczną możliwością przewidywania ludzkich potrzeb i oczekiwań**.

Na pytanie o to, jaką część swojej prywatności paneliści gotowi byłiby udostępnić miastu, najczęściej padała odpowiedź, że zależne byłoby to od przyrostu liczby i jakości usług, jakie dysponent danych byłby w stanie zaproponować w zamian za dane osobowe.

P. Gogołek podał przykład map Google, z których korzystamy chętnie, udostępniając swoją prywatność w zamian za dostarczanie aktualnych danych o korkach i dogodnych połączeniach transportowych (oszczędność czasu) oraz poczucie bezpieczeństwa w obcym otoczeniu.

Bezpieczeństwo danych nie było jedynym wymiarem bezpieczeństwa, o jakim dyskutowano w kontekście nowych technologii. Nawet bezpieczeństwo fizyczne (poruszania się po mieście, ograniczenia ryzyka napadów i kradzieży, braku kolizji drogowych) może i powinno być wspierane przez systemy monitoringu i odpowiednie aplikacje. **W sensie mentalnym równie ważne będzie poczucie samodzielności mieszkańców i turystów w nieznanym lub źle oznakowanym miejscu**, kwestia płynnej komunikacji, pokonywania barier językowych czy dostęp do informacji o infrastrukturze



transportowej, turystycznej, wydarzeniach kulturalnych itd. Większość tych zagadnień dotyczy w równej mierze stałych mieszkańców, jak i przyjezdnych, co ponownie każe zwrócić uwagę na fakt, że podnoszenie jakości rozwiązań funkcjonalnych miasta, poprzez wpływ na jakość życia jego mieszkańców, automatycznie wspiera też komfort turystów oraz ich satysfakcję z pobytu w mieście.

Paneliści rozważali wspólnie, **jakie strumienie danych można i należy wykorzystywać w procesie tworzenia lub zarządzania miastem inteligentnym**. Mogą one bowiem oznaczać zasoby danych gromadzone przez różnorodne instytucje publiczne i prywatne (te zasoby zwiększają się co rok o 35–50%), w szczególności instytucje finansowe. M. Kachniewska wskazała, że jeśli by analizować transakcje kartami płatniczymi, to można precyzyjnie określić, jaka część osób przebywających w danej chwili w mieście, odwiedza je w celach turystycznych, a nawet określić strukturę i wielkość wpływów z tytułu ich odwiedzin. Jeśli te zbiory danych uzupełnić o analizę komunikatów publikowanych na portalach społecznościowych oraz zapytania kierowane do wyszukiwarek in-

ternetowych z użyciem nazwy danego miasta, to decydenci uzyskaliby niezwykle interesujący jego obraz (w tym zakres niedostatków oraz przewag konkurencyjnych).

Członkowie panelu **wskazywali na kilka barier w prawidłowym stosowaniu wielkich zbiorów danych jako narzędzia zarządzania**. Po pierwsze akcentowali trudność w dostępie do znakomitej części tych zbiorów ze względu na fakt, że pozostają one częściowo w rękach instytucji prywatnych. Po drugie **obawy budzi wykorzystanie danych osobowych przez instytucje publiczne**, z reguły bardzo pieczołowicie rozliczane z prawidłowości zarządzania danymi osobowymi. Po trzecie analiza tak wielkich zbiorów danych wymaga ogromnych nakładów finansowych. W przypadku instytucji publicznych, które nie mogą wykorzystać tych danych w celu osiągania zysków (komercjalizacja danych), decyzja o takich wydatkach byłaby zapewne bardzo trudna. **Niemalą barierą wydaje się też konieczność przekonania mieszkańców do udostępnienia części swojej prywatności w zamian za dodatkowe usługi** (np. informacja, zwiększenie bezpieczeństwa, załatwianie spraw urzędowych on-line).

W większości miast słabo dostrzegany jest potencjał tych zasobów w kontekście poprawy jakości życia, aktywizacji gospodarczej mieszkańców, tworzenia nowych modeli biznesowych itp. Tymczasem największe możliwości poprawy jakości życia w mieście wynikać będą właśnie z analiz *big data*, ponieważ one właśnie dostarczają najpełniejszego obrazu życia mieszkańców, poszukiwanych przez nich usług, powodów do niezadowolenia czy sposobów spędzania czasu. Żadna ankieta ani badanie opinii społecznej nie dostarcza tak obszernej informacji o całości populacji mieszkańców i turystów.



W toku dyskusji wyłoniono też kwestię przeciwdziałania konfliktowi między potrzebami stałych mieszkańców a oczekiwaniami masowego ruchu turystycznego, którego negatywne następstwa w wielu miastach przekraczają poziom uzyskiwanych korzyści. Tu także **pewne nadzieje można wiązać z nowymi technologiami, które pozwalają sterować przepływem ludności, rozwiązywać problemy spiętrzenia ruchu drogowego, dostępności miejsc parkingowych, dystrybucji usług, dokonywania rezerwacji i zakupu biletów, urzędowej obsługi turystów i mieszkańców** itd.

Kwestia konfliktu między turystyką a potrzebami stałych mieszkańców doprowadziła z kolei do dyskusji nad zagadnieniem **możliwej partycypacji lokalnej w zarządzaniu turystyką**. W Polsce na razie dość skromnie prezentuje się dorobek jakiegokolwiek formy upełnomocnienia mieszkańców – ale formuła budżetu partycypacyjnego powoli przebija się do wyobraźni lokalnych społeczności. Naturalnym powołaniem miasta inteligentnego powinno być przyspieszenie tego procesu przy wykorzystaniu odpowiednich narzędzi. **Ch. Murray i Ch. Thomas** wskazywali, że w Europie Zachodniej funkcjonują już takie rozwiązania, jak debaty w ratuszu, warsztaty z udziałem mieszkańców, powszechne są badania opinii społecznej, spotkania konsultacyjne czy kawiarnie obywatelskie. W Polsce to spektrum narzędzi jeszcze się dobrze nie rozwinęło i wielu włodarzy miast uważa, że utworzenie strony www urzędu albo blogosfera, zdołają wypełnić tę pustkę. Niestety **partycypacja obywatelska nie stanowi jeszcze trwałej cechy społeczności mieszkańców miast i nawet najlepsze rozwiązania technologiczne nie zastąpią elementarnej potrzeby przygotowania mieszkańców do podejmowa-**

nia odpowiedzialności za własne otoczenie i społeczność. Brakuje tak nawyków, jak i narzędzi ułatwiających dwustronną komunikację administracji ze społecznością mieszkańców.

W kontekście dyskusji o rozwoju turystyki zgłaszano też wątpliwość, czy usilne promowanie wizerunku miasta inteligentnego, mocno osadzonego w realiach ICT nie będzie tworzyło niekorzystnego kontrastu z perspektywy promocji zasobów historycznych i wizerunku miasta kultywującego tradycje. Wydaje się jednak, że turyści – jako grupa szczególnie chętnie sięgająca po nowe technologie – raczej docenią wszelkie udogodnienia w tym obszarze.

Ryzyko konfliktów między mieszkańcami a turystami, to tylko jeden z problemów wynikających z zatłoczenia miast. Konieczność znalezienia jakiegoś sposobu, aby mieszkańcom żyło się wygodnie, jest jednym z najpilniejszych wyzwań XXI w. Głosy panelistów wskazują, że **smart city powinno stanowić efekt takiego zarządzania miastem, które zapewnia:**

- powszechny dostęp do informacji (o mieście, planach rozwoju, wydarzeniach, zmianach w funkcjonowaniu miasta itp.),
- sprawną komunikację,
- efektywne działanie służb miejskich oraz sprawne załatwianie spraw w urzędach i instytucjach miejskich,
- korzystne warunki do inwestowania w mieście,
- dbałość o stan środowiska,
- bezpieczeństwo mieszkańców,
- różnorodne możliwości spędzania wolnego czasu (wydarzenia kulturalne, imprezy sportowe),
- aktywny udział mieszkańców w ulepszaniu miasta poprzez współpracę z administracją.



Miasta
Historyczne 3.0

Konferencja Miasta Historyczne 3.0

Wnioski i rekomendacje:

- samorząd terytorialny, decydując się na kształtowanie inteligentnego miasta, musi wykazać się determinacją i konsekwencją w działaniu ze względu na niezwykle złożoność tego procesu. Najważniejszym elementem takiej ewolucji jest **przygotowanie mieszkańców**, rozwój ich świadomości, który w przyszłości pozwoli im w pełni korzystać z zasobów tworzonego dla nich miejsca do życia. Aktywność mieszkańców na etapie tworzenia miasta inteligentnego jest warunkiem powodzenia całego procesu, ponieważ *smart city* ma być odpowiedzią na ich oczekiwania i marzenia. Aktywność i akceptacja dla całego procesu jest także warunkiem zgodnego z prawem uporządkowania zasobów aktualnych (i aktualizowanych) danych, które będą wykorzystywane przez administrację i jednocześnie zostaną udostępnione mieszkańcom (np. w celu załatwiania spraw urzędowych, lepszego korzystania z funkcji miasta, pełniejszego uczestnictwa w jego życiu). Usprawnienia i ułatwienia dla mieszkańców w ramach rozwoju inteligentnego miasta (takich jak systemy karty miejskiej, inteligentne systemy transportowe czy parkingowe) nieodzownie łączą się z koniecznością codziennego pozyskiwania i przetwarzania ogromnych ilości danych wykorzystywanych przez różne instytucje, organizacje i przez samych mieszkańców.
- wyłania się problem tzw. **wykluczenia technologicznego osób**, które mniej pewnie i mniej chętnie poruszają się w świecie cyfrowym lub mają ograniczone możliwości dostępu do niego. Dotyczy to w szczególności osób starszych i mniej zamożnych, oraz osób słabo wykształconych, które nie są świadome swojego prawa do kształtowania przestrzeni miejskiej i nie potrafią wykorzystać przeznaczonych do tego narzędzi (choćby głosowanie budżetów partycypacyjnych). Wyzwaniem dla władarzy miast staje się zatem zapewnienie, **aby koncepcja smart city faktycznie służyła ogółowi mieszkańców i odwiedzających miasto**, nie powodując ryzyka spotęgowania wykluczenia technologicznego (a tym samym społecznego lub ekonomicznego). Dane i technologia nie mogą być wykorzystywane wyłącznie przez urzędy, organizacje czy instytucje działające w mieście. Muszą być także udostępniane mieszkańcom, którzy dzięki temu będą włączani w życie miasta. Tworzenie rozwiązań, jakich oczekują i jakie podpowiadają mieszkańcy, wpływa na rozwój demokratyzacji życia. Dostępne dane i lepsza informacja na temat przestrzeni, w której żyjemy, większa współpraca i komunikacja między ludźmi, służą trwałemu rozwojowi, w którym kwestie społeczne, gospodarcze i ekologiczne traktowane są z jednakową uwagą. Wyzwaniem dla samorządów miejskich jest wykształcenie społeczeństwa obywatelskiego, które będzie w stanie generować innowacyjne rozwiązania i aktywnie uczestniczyć w lepszym zarządzaniu miastem.

Opracowała:
dr hab. Magdalena Kachniewska, prof. SGH



List intencyjny w sprawie współpracy miast uczestniczących w projekcie Miasta Historyczne 3.0

Reprezentanci miast deklarują wolę współpracy, której celem jest wymiana doświadczeń, dobrych praktyk, poszukiwanie podobnych lub wspólnych rozwiązań prawno-finansowych, zarządzania miastem pod kątem organizacji turystyki i życia mieszkańców, komunikacji marketingowej oraz zagospodarowania przestrzennego.

Rekomendowanymi formami współpracy są:

- wspólne ustalanie tematyki kolejnych konferencji „Miasta Historyczne 3.0”, z których najbliższa odbędzie się w Krakowie w 2020 roku,

- transfer wiedzy w zakresie praktykowanych przez miasta rozwiązań prawnych i organizacyjno-finansowych w obszarze zarządzania turystyką,
- wypracowanie metodologii częściowo wspólnych badań zjawisk turystycznych w obszarze stanowiącym zainteresowanie wszystkich stron, głównie dla celów porównywalności wyników,
- dzielenie się treściami oraz artykułami powiązanych z tematyką projektu, które publikowane będą na platformie www.historicalcity.eu zarządzanej przez miasto Kraków.



Miasta
Historyczne 3.0

Konferencja Miasta Historyczne 3.0



List intencyjny podpisali przedstawiciele następujących miast:

- Edynburg (Szkocja), Budapeszt (Węgry), Veliko Tarnowo (Bułgaria), Lwów (Ukraina), Tbilisi (Gruzja) oraz miasta polskie: Poznań, Kraków, Zamość, Gdańsk, Wrocław, Tarnów, Toruń.

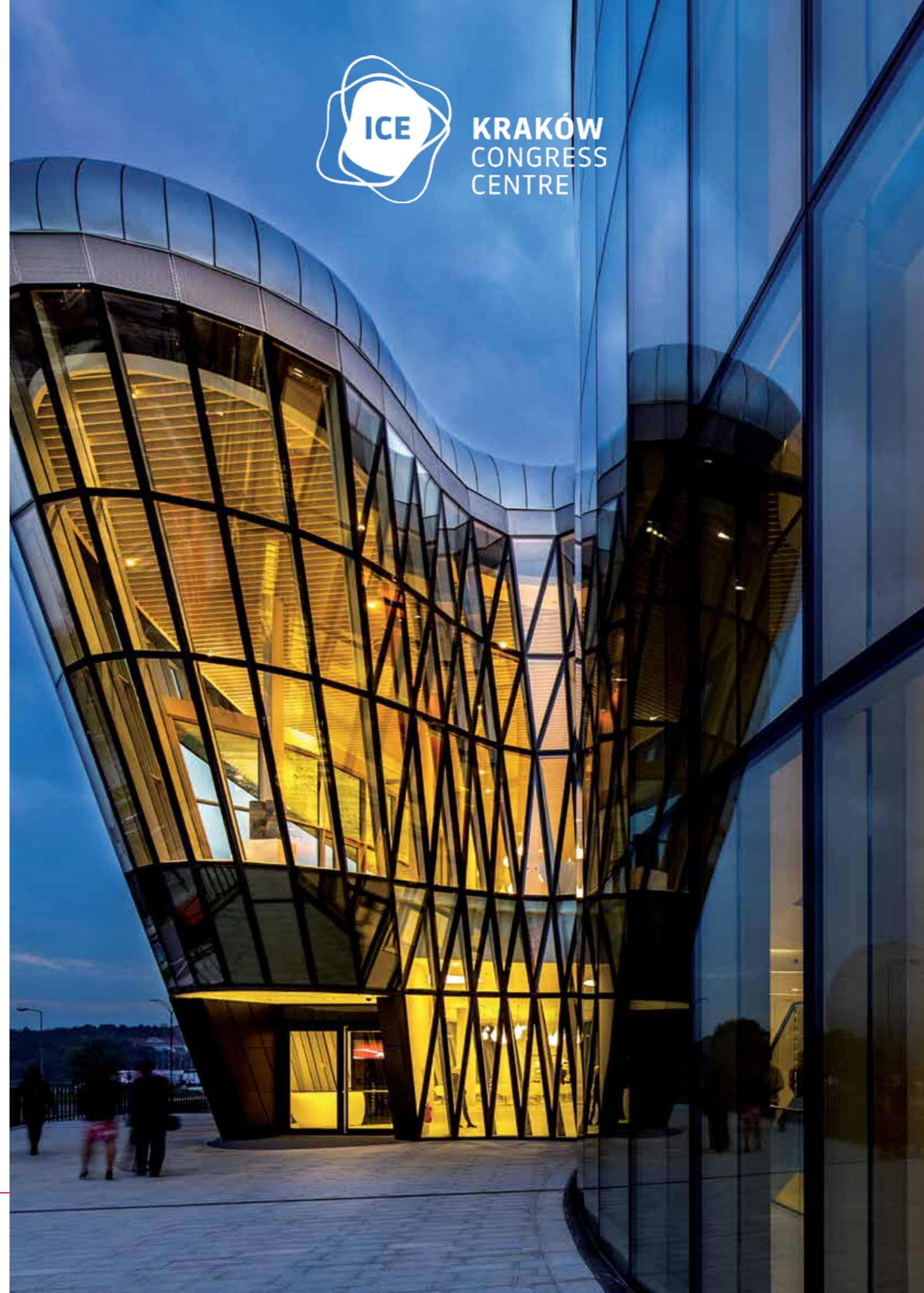
Co dalej?

Zebrane podczas konferencji studia przypadków, zinwentaryzowane problemy i przyszłe wyzwania praktycznie rozpoczynają projekt Miasta Historyczne 3.0., jako otwartą platformę współpracy miast, których misją jest zrównoważony rozwój. Dyskusja wykazała, że w wielu obszarach rozwiązania są uzależnione od lokalnych uwarunkowań ale istnieją także takie, co do których miasta mogą przyjmować

jednolite, wspólne instrumenty. Dedykowany portal www.historicalcity.eu już jest forum wymiany poglądów, informacji oraz wdrożonych rozwiązań strategicznych i operacyjnych. Co-roczenie miasta, ustalając harmonogram prac, zorganizują warsztaty poświęcone pilnym, wybranych, wspólnym problemom. Serdecznie zapraszamy zainteresowane miasta do udziału w projekcie.



KRAKÓW
CONGRESS
CENTRE



Urząd Miasta Krakowa
WYDZIAŁ PROMOCJI I TURYSTYKI

31-004 Kraków,
pl. Wszystkich Świętych 3-4
tel. +48 12 616 60 77,
hc@um.krakow.pl

www.historicalcity.eu

ISBN: 978-83-65529-92-3

Konferencja w ramach projektu Miasta Historyczne 3.0 „Mieszkańcy a odwiedzający – w poszukiwaniu jakości i komfortu” odbyła się w dniach 1–2 marca 2018 r. w Krakowie.

Współorganizatorzy:



Patronat:



Partnerzy:

