

MIASTA HISTORYCZNE W POSZUKIWANIU TURYSTY PREMIUM

W dniu 11 marca br. w Centrum Kongresowym ICE Kraków odbyła się druga edycja międzynarodowej konferencji w ramach projektu Miasta Historyczne 3.0 *W poszukiwaniu turysty premium*. Konferencja, pierwotnie zaplanowana na dwa dni, została skrócona w związku z podejmowanymi w całym kraju środkami prewencyjnymi, zapobiegającymi rozprzestrzenianiu się koronawirusa SARS-CoV-2. Modyfikacja programu pozwoliła na wydłużenie obrad o jeden panel tematyczny.

Zaprezentowane panele obejmowały następującą tematykę:

Panel I: ZARZĄDZANIE DOŚWIADCZENIEM TURYSTY

Panel II: MIASTO FESTIWALI CZY MIASTO FESTIWALOWE?

Panel IV: PLENEROWE WYDARZENIA SPORTOWE. DLA KOGO SĄ NAPRAWDĘ?

Gośćmi specjalnymi konferencji byli: J.E. Leslie Scanlon, Ambasador Kanady w RP, Andrzej Gut-Mostowy, Sekretarz Stanu w Ministerstwie Rozwoju, Prezes Polskiej Organizacji Turystycznej, Robert Andrzejczyk oraz prof. dr hab. Jerzy Hausner.

Konferencja odbyła się w szczególnym czasie, co podkreśliła Prezydent Anna Korfel-Jasińska otwierając wydarzenie. Sekretarz Stanu, Andrzej Gut-Mostowy, również odniósł się do bieżącej sytuacji zapowiadając przygotowanie pakietu wsparcia. Padły ważne i budujące słowa o integracji branży turystycznej.

W prezentacjach wprowadzających do paneli oraz w studiach przypadków, swoimi spostrzeżeniami podzielili się wybitni eksperci i autorytety z Polski, Niemiec, Kanady, Szkocji, Włoch, Ukrainy, Belgii, USA.

„Kluczem do wprowadzania produktu turystycznego premium jest zrozumienie zachowań i preferencji odwiedzających, bowiem to przeżyte doświadczenie podczas podróży i pobytu decyduje o traktowaniu produktu w kategorii premium, pozwalającej na pobieranie wyższej ceny” - mówi dr Bartłomiej Walas z Wydziału ds. Turystyki UMK.

Podkreślano również, jak ważne są dane, które dostarczają nam osoby podróżujące i jakie wnioski możemy i powinniśmy z nich wyciągać.

„Rewolucja informatyczna, z którą mamy obecnie do czynienia, polega na integracji spersonalizowanych danych konsumentów z globalnymi bazami big data w celu zaoferowania elastycznej podróży turystycznej zarządzanej przez turystów w czasie rzeczywistym. W tym nowym świecie DMO muszą po raz kolejny dostosować nie tylko swoją rolę i funkcję, ale także zdobyć nowe umiejętności (interpretacja danych ilościowych i wyciąganie wniosków na

podstawie wielu źródeł danych) oraz wchodzić w partnerstwa z nowymi aktorami rynku turystycznego (aplikacje turystyczne, platformy streamingowe czy stowarzyszenia mieszkańców) – uważa prof. dr hab. Piotr Zmysłony z Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu.

W dyskusji podkreślano rolę wydarzeń kulturalnych w budowaniu oferty premium. którą trafnie podsumował Robert Piaskowski, pełnomocnik Prezydenta Krakowa ds. Kultury *"Festiwale mają niebywałą zdolność zmieniania miast. Kreują atmosferę międzykulturowego kontaktu, budują markę miasta, są ważną inwestycją w kapitał symboliczny i kulturowy mieszkańców, a miasta są najbardziej atrakcyjne wówczas, kiedy nadchodzi w nich festiwalowy czas, kiedy jego społeczność gromadzi się i doświadcza rytuałów społecznych, bierze udział w wydarzeniach kulturalnych, kiedy kontekstem dla nich jest przestrzeń miasta".*

Intensywny i dynamiczny dzień konferencji przyniósł wiele ciekawych informacji i cennych dyskusji, które były żywo komentowane i kontynuowane przez 170 uczestników w kuluarach jeszcze po zakończeniu wystąpień. Panele i zaprezentowane studia przypadków z Dubrownika czy Motrealu uwzględniały różnorodne uwarunkowania zarządzania turystyką celem poszukiwania wspólnych narzędzi zrównoważonego rozwoju. Podkreślano również, jak ważni są mieszkańcy miast.

"Prawo do miasta polega przede wszystkim na tym, że o rozwoju miasta decyduje potencjał twórczy jego stałych mieszkańców. To oni realnie wpływają na to jak miasto funkcjonuje" - podkreśla prof. dr hab. Jerzy Hausner z Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie.

Serdecznie dziękujemy wszystkim przybyłym przedstawicielom samorządów terytorialnych, organizacji pozarządowych, branży turystycznej, jak i tym, którzy mimo wyrażenia chęci jednak nie mogli być z nami tego dnia.

Zwieńczeniem konferencji była kolacja w pięknych i artystycznych wnętrzach Galerii Sztuki Polskiej XIX w. w Sukiennicach. W otoczeniu sztuki organizatorzy podziękowali przybyłym gościom i zaprosili na kolejną edycję konferencji.

Rezultaty konferencji zostaną opublikowane w specjalnym wydawnictwie, obejmując również problematykę turystyki kongresowej, która miała być przedmiotem dyskusji panelowej.

Projekt Miasta Historyczne 3.0 został zainicjowany i jest prowadzony przez Miasto Kraków. Łącznie uczestniczy w nim 15 miast polskich i europejskich. Jego naczelnym celem jest wymiana wiedzy, dyskusja nad problemami, doświadczeniami, rozwiązaniami

stosowanymi w miastach historycznych w aspekcie rozwoju turystyki dla poszukiwania wspólnych narzędzi zrównoważonego rozwoju. Współczesny, ruch turystyczny stawia szereg wyzwań mających na celu pogodzenie jakości życia mieszkańców z atrakcyjnością dla odwiedzających.

Patronem konferencji była Organizacja Miast Światowego Dziedzictwa a partnerami Ambasada Kanady, Stowarzyszenie Konferencje i Kongresy w Polsce, Małopolska Organizacja Turystyczna oraz Krakowska Izba Turystyki. Wśród partnerów medialnych znaleźli się MICE Poland, Wiadomości Turystyczne, Wasza Turystyka, Kraków.pl, Lovekraków.pl, Radio Kraków, TVP3 Kraków, Gazeta Wyborcza.

Aktualna sytuacja na całym świecie odbija się w sposób dramatyczny na turystyce, co nie oznacza, że podjęta na konferencji tematyka traci na aktualności.