

Kraków zaprasza i kształtuje postawy odwiedzających

2023-10-25

Miasto świętuje 45-lecie wpisu na listę Światowego Dziedzictwa UNESCO i zaprasza do odwiedzin, jednocześnie komunikując zasady obowiązujące w mieście. Nad ich przestrzeganiem już po raz trzeci czuwali *City Helpers*. W ciągu ponad dwóch miesięcy pracy, miejscy pomocnicy podjęli prawie 13 tys. działań zarówno informacyjnych, jak i interwencyjnych.

Turystyka niezaprzeczalnie pozostaje istotnym sektorem gospodarki Krakowa – miasta, które dzięki swemu bogatemu dziedzictwu i gościnności od lat uznawane jest za markę turystyczną o międzynarodowej renomie. Niezmiennie cieszy dynamiczny wzrost ruchu turystycznego, zauważalny od początku tegorocznych wakacji. Tylko w czerwcu liczba turystów zagranicznych odwiedzających Kraków wzrosła o 24,5 proc. w stosunku do zeszłego roku, w lipcu wzrost ten wyniósł aż 150,1 proc., a w kolejnym miesiącu 144,7 proc. Optymistycznie prezentują się też statystyki dotyczące turystów krajowych. W czerwcu, lipcu i sierpniu zanotowano wzrost odpowiednio o 36,8 proc., 28,1 proc. i 41,8 proc. To sprawia, że historyczne centrum Krakowa ponownie tętni życiem niemal przez całą dobę.

Wyraźne ożywienie w sektorze niesie za sobą wiele pozytywnych efektów, ale jest też przyczyną niepożądanych zjawisk, z konsekwencjami których mierzą się przede wszystkim mieszkańcy Starego Miasta i Kazimierza. Mowa tutaj o najbardziej odczuwalnych nocą, negatywnych zachowaniach odwiedzających, ale niestety również mieszkańców Krakowa i okolic. Miasto, starając się znaleźć równowagę pomiędzy potrzebami gości i mieszkańców realizuje program „Respect Kraków”.

Miasto przyjazne turystyce

W 2019 r. Kraków przystąpił do projektu *Tourism Friendly Cities* (Miasta Przyjazne Turystyce). Wymiana doświadczeń pomiędzy miastami uczestniczącymi w projekcie niewątpliwie pozwoliła poznać w szerszym kontekście zagadnienia związane z turystyką w miastach historycznych oraz wyzwania związane odbudową zrównoważonej turystyki po pandemii COVID-19. Wśród miast uczestniczących w projekcie znalazły się między innymi Wenecja, Dubrownik, Genua i Cáceres. Wzrost ruchu turystycznego na świecie, który obserwowany jest w ostatnich miesiącach pokazuje, że działania na rzecz zrównoważonej turystyki stały się oczywistością. Przykładem jest Wenecja, której zabytkowe centrum zostało kilka tygodni temu wskazane przez UNESCO jako obiekt rekomendowany do wpisania na listę zagrożonych zabytków. Miasto od lat szuka sposobu na poradzenie sobie z koncentracją ruchu turystycznego w historycznej części. Z podobnymi problemami mierzy się Dubrownik. Wspominał o tym burmistrz chorwackiego miasta podczas udziału we wrześniowych obchodach 45-lecia wpisu Krakowa na listę Światowego Dziedzictwa UNESCO. Dubrownik jest organizatorem akcji „Respect the City”, która jest jednym ze strategicznych działań służących zrównoważonej turystyce w mieście.

Inicjatywa „Respect Kraków” została podjęta po raz pierwszy w 2019 roku, kiedy ruch turystyczny w Krakowie osiągnął największe rozmiary. Realizowany program wpisuje się w rekomendacje „Polityki zrównoważonej turystyki Krakowa na lata 2021–2028”, której podstawą jest wzajemne zrozumienie potrzeb oraz współpraca pomiędzy interesariuszami rynku turystycznego. Mowa tutaj przede



**Magiczny
Kraków**

wszystkim o mieszkańcach, turystach i przedsiębiorcach, których potrzeby nierzadko różne, są równie ważne, ale których realizacja wymaga wzajemnych kompromisów w poczuciu wspólnie wyznawanych wartości. Kraków zaprasza do odwiedzin, zachęca do odkrywania miasta UNESCO, bezpiecznego i przyjaznego odwiedzającym, słynącego z bogatej oferty turystycznej. Jednocześnie zwraca uwagę na uniwersalne zasady, takie jak potrzeba zachowania ciszy nocnej, dbania o porządek, noszenia ubrań w przestrzeni miasta, zakaz spożywania alkoholu w miejscach publicznych, rozsądne korzystanie z hulajnóg i rowerów oraz szeroko rozumiane zachowania proekologiczne.

Od czerwca do połowy września prowadzona była internetowa kampania informacyjno-promocyjna. Przygotowane animacje i grafiki wyświetlone zostały łącznie ponad 6,9 mln razy, docierając przede wszystkim do użytkowników mediów społecznościowych oraz osób korzystających z najpopularniejszych serwisów podróżniczych. Celem kampanii było budowanie wizerunku Krakowa, jako miasta przyjaznego i otwartego, a jednocześnie zachęcającego do respektowania zasad. Warto podkreślić, że materiały zapraszające do Krakowa kierowane były głównie za granicę, gdzie zobaczyło je blisko 450 tys. unikatowych użytkowników mediów społecznościowych. Ponad 600 tys. unikatowych odbiorców przebywających w stolicy Małopolski miało okazję zapoznać się z grafikami i animacjami, które przede wszystkim zwracały uwagę na zasady panujące w mieście.

Uzupełnieniem kampanii internetowej były komunikaty wyświetlane na ekranach LCD w hali odbioru bagażu krakowskiego lotniska. Zaraz po wylądowaniu goście witani byli w Krakowie – mieście, które tymczasowo stało się ich domem. Dlatego dla wspólnego bezpieczeństwa i komfortu zachęceni byli do określonych postaw i zachowań. W Krakowie grafiki prezentowane były także na miejskich nośnikach: digital citylightach, automatach Krakowskiej Karty Miejskiej, BUS TV. Dopełnieniem kampanii były specjalnie przygotowane ulotki oraz plakaty zachęcające do przestrzegania ciszy nocnej.

City Helpers

Ambasadorami programu „Respect Kraków” na ulicach miasta byli *City Helpers* – miejscy pomocnicy, którzy dbali o funkcjonowanie zabytkowego centrum Krakowa od 16 czerwca do końca sierpnia. Tegoroczny projekt realizowany był po raz trzeci, w oparciu o doświadczenia z poprzednich edycji wprowadzono kilka zmian. Z myślą o mieszkańcach i ich potrzebach, czas pracy *City Helpers* wydłużono do 1 w nocy, zaś liczba patroli odpowiadała potrzebom związanym z rosnącym w okresie wakacji ruchem turystycznym. Projekt cieszy się także wsparciem krakowskich przedsiębiorców.

– My, przedsiębiorcy jesteśmy żywo zainteresowani każdą inicjatywą, która prowadzi do rozwoju turystyki w Krakowie, ulepsza obsługę turystów, przez to wzajemne relacje stają się bardziej cywilizowane. Dlatego postrzegamy projekt *City Helpers* jako bardzo dobrą inicjatywę” – wspomniał Mariusz Fiba, przewodniczący sekcji gastronomików Krakowskiej Kongregacji Kupieckiej podczas briefingu otwierającego tegoroczną edycję projektu.

W ciągu ponad dwóch miesięcy pracy, miejscy pomocnicy podjęli prawie 13 tys. działań. Odnotowano 956 spraw dotyczących zakłócania porządku, w tym 75 to wspólne interwencje ze strażą miejską, która udostępniła na potrzeby projektu specjalny numer telefonu oraz wcześniej przeszkoliła zespół



**Magiczny
Kraków**

City Helpers. Odnotowane incydenty dotyczyły przede wszystkim niedozwolonych w przestrzeni publicznej zachowań oraz zakłócania ciszy nocnej. *City Helpers* udzielili także pomocy 587 osobom. Dzięki szkoleniom przeprowadzonym przez fundację „Ratuj Życie” byli przygotowani aby przeprowadzić akcję przy użyciu defibrylatora. Wiedza dotycząca funkcjonowania parków kulturowych Stare Miasto oraz Kazimierz ze Stradomiem pozwoliła miejskim pomocnikom zatroszczyć się o historyczne centrum Krakowa. W czasie swojej pracy dbali o przestrzeganie zasad parków kulturowych – kontrolowali liczbę i rozmieszczenie reklam w postaci tzw. potykaczy oraz monitorowali zabronione działania. W sumie podjęli 3492 aktywności w tym zakresie. Odwiedzający Kraków goście zwracali się do *City Helpers* z licznymi pytaniami, które dotyczyły atrakcji w mieście, w tym odbywających się wydarzeń i festiwali. Odwiedzający miasto zwracali się również z prośbami o polecenie lokalnych restauracji i rekomendacje dotyczące specjałów krakowskiej kuchni. Sporo pytań dotyczyło także komunikacji miejskiej oraz siatki połączeń w Krakowie. W gorące, wakacyjne dni liczna rzesza odwiedzających prosiła o polecenie terenów zielonych i kąpielisk. W sumie *City Helpers* zanotowali 7855 działań związanych z udzielaniem informacji.

Program Respect Kraków realizowany jest przez Wydział ds. Turystyki Urzędu Miasta Krakowa, operatorem projektu *City Helpers* jest Krakowskie Forum Kultury. Obejrzyj animacje przygotowane na potrzeby kampanii internetowej „Respect Kraków”: [**Come to Kraków #respectkrakow**](#), [**Come to Kraków 2 #respectkrakow**](#).