Rynek turystyczny Krakowa w 2021 r.

2022-01-09

Zamknięte hotele, odwołane targi, ograniczony ruch na lotniskach poważnie odbiły się na ruchu turystycznym w Krakowie. Pandemia zmieniła rynek i spowodowała, że miasto musiało wdrożyć nową strategię zarządzania turystyką, dzięki której do Krakowa znowu zaczną przyjeżdżać goście. Co się udało? Nad czym należy jeszcze popracować? Jak dla branży turystycznej zamknął się rok?

Tradycyjnie już, jak co roku, na początku grudnia odbyło się Forum Turystyki, podczas którego zaprezentowano dane i prognozy wielkości ruchu turystycznego w 2021 r. wraz z charakterystyką odwiedzającego Kraków. Cieszy fakt, że ruch turystyczny w Krakowie w 2021 roku wzrósł o 20 proc. względem roku poprzedniego. Miasto odwiedziło łącznie 11,3 mln osób, wydając ogółem 5,5 mld zł. W związku z trwającą pandemią i ograniczeniami w podróżowaniu w skali globalnej są to głównie goście krajowi (10,4 mln osób). Zespół ekspertów prognozuje, że do końca 2021 roku do Krakowa przyjedzie 915 tys. gości zagranicznych, głównie z Wielkiej Brytanii, Niemiec i Francji.

„Polityka zrównoważonej turystyki Krakowa”

W marcu Rada Miasta Krakowa przyjęła dokument „Polityka zrównoważonej turystyki Krakowa na lata 2021–2028”, który zawiera rekomendacje w zakresie zarządzania turystyką w mieście po zapaści spowodowanej COVID-19.

– Odbudowujemy ruch turystyczny w duchu harmonijnego współistnienia mieszkańców – przedsiębiorców – odwiedzających. Stawiamy na pełną współpracę z przedstawicielami środowiska, w atmosferze dialogu i partnerstwa, z poszanowaniem wszystkich grup interesariuszy. Podejmowane przez nas działania mają umacniać markę Krakowa jako miasta historycznego, które dba o swoje unikatowe dziedzictwo kulturowe i środowisko naturalne – podkreśla Elżbieta Kantor, dyrektor Wydziału ds. Turystyki Urzędu Miasta Krakowa.

Efektem realizacji strategii zrównoważonej turystyki była organizacja ponad 50 narad z reprezentantami poszczególnych sektorów gospodarki turystycznej miasta oraz cyklu spotkań „Kierunek: Miasto dla Wszystkich”. Podczas prac grup wykonawczych powstało ponad 900 pomysłów na projekty wpisujące się w rekomendacje „Polityki…”. Na początku przyszłego roku rozpoczną się prace nad konkretnymi rozwiązaniami. W planach jest powstanie w Krakowie Lokalnej Organizacji Turystycznej jako struktury pozwalającej na skuteczną realizację działań.

61. Kongres ICCA w Krakowie

Ogromnym sukcesem Krakowa w 2021 r. jest pozyskanie 61. Kongresu ICCA (Międzynarodowe stowarzyszenie profesjonalistów branży turystyki biznesowej – MICE). To jedno z najważniejszych wydarzeń turystyki biznesowej na świecie, które nie tylko zgromadzi w naszym mieście około tysiąca najbardziej doświadczonych specjalistów w zakresie organizowania międzynarodowych konferencji i kongresów, ale także przyczyni się do rozwoju i konsolidacji lokalnego i krajowego środowiska związanego z MICE. Będzie również doskonałą okazją do promocji Krakowa i naszego kraju. Proces wyboru miasta-gospodarza był wieloetapowy i szczegółowy, trwał od wiosny 2020 r., a opracowanie i złożenie oferty miasta w czasach tzw. new reality było ogromnym wyzwaniem.

„Małopolska – cel podróży”

Wydział ds. Turystyki UMK wspólnie z Samorządem Województwa Małopolskiego i Małopolską Organizacją Turystyczną realizuje projekt dotyczący promocji turystycznej Krakowa i Małopolski na wybranych rynkach zagranicznych. Jego celem jest przywrócenie ruchu turystycznego do stanu sprzed epidemii poprzez prowadzenie kampanii promocyjno-informacyjnych w internecie i mediach społecznościowych. Budżet projektu pochodzi z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Małopolskiego i wynosi 16 mln zł. Realizacja części projektu dotyczącej promocji turystyki biznesowej leży po stronie Kraków Convention Bureau.

City Helpers na ulicach Krakowa

W tegoroczne wakacje miasto uruchomiło pilotażowy projekt *City Helpers*. Na ulicach Krakowa specjalnie przeszkoleni miejscy pomocnicy udzielali informacji turystycznej i jednocześnie przypominali o zasadach obowiązujących w naszym mieście. Działania spotkały się z dużą aprobatą zarówno mieszkańców, jak i odwiedzających, a akcja odbiła się szerokim echem w mediach.

Nowe szlaki na mapie Krakowa

Rok 2021 był przełomowy dla Twierdzy Kraków. W Wydziale ds. Turystyki zaczęła powstawać zintegrowana koncepcja budowy nowego produktu turystycznego w oparciu o cenny zespół historyczno-krajobrazowy (forty) wybudowany przez siły zbrojne Cesarstwa Austrii oraz Austro-Węgier na przełomie XIX i XX wieku. Efekty działań będą widoczne w kolejnych latach.

Miasto Kraków wraz z partnerami zainaugurowało też projekt „Krakowianki”. Jego celem jest prezentowanie sylwetek kobiet związanych z Krakowem, które poprzez swoją działalność uczestniczyły i nadal uczestniczą w jego rozwoju. Urząd Miasta Krakowa, wspólnie z Centralnym Ośrodkiem Turystyki Górskiej PTTK, opracowuje pierwszy miejski historyczny szlak turystyczny.

Promocja w mediach

Wydział ds. Turystyki wraz z Wydziałem Komunikacji Społecznej i Małopolską Organizacją Turystyczną w tym roku zaangażował się w realizację kampanii promocyjnej „A Ty? Co widzisz w Krakowie?”. Zrealizowano wiele działań marketingowych, ukazały się artykuły prasowe, reklamy w portalach podróżniczych oraz w internecie.

Porządkowanie turystycznego najmu krótkoterminowego

Od kilku lat Kraków, zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa, prowadzi ewidencję obiektów niekategoryzowanych, w których świadczone są usługi noclegowe dla turystów, zwane popularnie turystycznym najmem krótkoterminowym. W 2021 r. udostępniono aplikację Krakowskie Obiekty Noclegowe (eKON), zawierającą wykaz obiektów z możliwością ich wyszukiwania, co stanowi ważne źródło informacji dla osób chcących skorzystać z legalnie działających miejsc noclegowych. Aktualnie w ewidencji znajduje się 1755 obiektów (około 29 tysięcy miejsc noclegowych). Dla porównania, w Krakowie jest prawie 200 obiektów

kategoryzowanych z ponad 22 tys. miejsc noclegowych. Turystyczny najem krótkoterminowy ma duże znaczenie w sektorze turystyki. Z uwagi na jego istotny wpływ na życie w miastach europejskich istnieje konieczność uregulowania go na poziomie unijnym (aktualizacja dyrektywy o e-handlu). W związku z tym Kraków przystąpił do sojuszu 22 miast europejskich, które borykają się ze skutkami gwałtownego rozwoju turystycznego najmu krótkoterminowego. W ramach współpracy będzie dzielił się swoimi praktykami i doświadczeniem, co posłuży wypracowaniu wspólnego stanowiska sojuszu w kontekście planowanych zmian legislacyjnych już na poziomie UE.

Podjęte w tym roku działania służą odbudowie ruchu turystycznego w Krakowie, a doświadczenie ostatnich miesięcy pozwala wysnuć optymistyczne wnioski, że rynek turystyczny Krakowa odradza się bardzo świadomie, a dobra współpraca pomiędzy jego interesariuszami przynosi oczekiwane efekty.