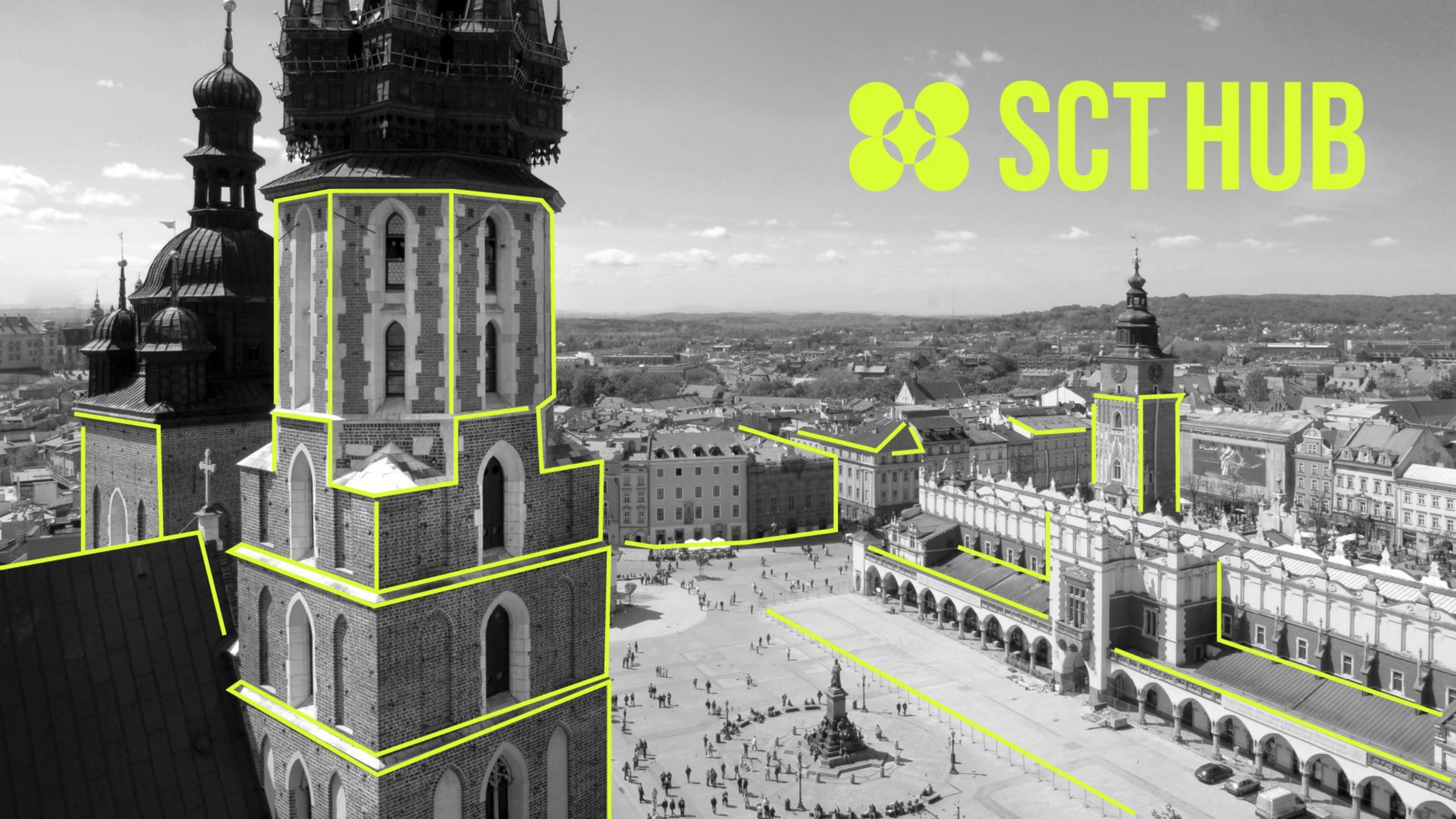
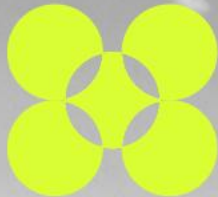




The image is a black and white aerial photograph of a historic city square. On the left, a large, multi-tiered brick church tower with arched windows and a dark, domed roof is the central focus. Yellow lines are drawn over the tower, highlighting its various levels and architectural details. To the right of the tower, a wide, open square is visible, with a central monument or statue. Surrounding the square are various historic buildings, including a long, multi-story building with a series of arches on the right. Another church tower is visible in the background on the right. The sky is clear with some light clouds. In the top right corner, the text 'SCT HUB' is written in a bold, yellow, sans-serif font, preceded by a yellow logo consisting of four overlapping circles.

 **SCT HUB**

European Urban Initiative



Codesign the Future of sustainable cultural tourism



Co-funded by
the European Union

BENEFICJENT



PARTNERZY



Agencja Rozwoju
Miasta Krakowa



UNIWERSYTET
JAGIELLOŃSKI
W KRAKOWIE



CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Agenda na Rzecz Zrównoważonego Rozwoju 2030

[Rezolucja Zgromadzenia Ogólnego ONZ, 2015]



ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ W TURYSTYCE KULTURALNEJ

to proces, w którym konsekwencje zachowań turystów, modeli biznesowych lokalnych usługodawców i działań organizatorów wydarzeń nie powodują strat lub trudnych do odwrócenia zmian w pojemności ekologicznej, przestrzeni oraz w stosunkach społecznych i gospodarczych miasta historycznego.

„Rozwój, który gwarantuje zaspokojenie potrzeb obecnych pokoleń, nie zagrażając zdolności przyszłych pokoleń do zaspokajania własnych potrzeb.”

[Komisja Brundtland. 1987. Nasza wspólna przyszłość. Raport Światowej Komisji ds. Środowiska i Rozwoju, Dokument Zgromadzenia Ogólnego ONZ]





Współodpowiedzialność: aktywne zaangażowanie i partnerski dialog wszystkich interesariuszy: władz miasta, lokalnych przedsiębiorców, organizacji pozarządowych, mieszkańców oraz samych turystów

Równowaga i jakość życia: harmonia między interesami różnych grup oraz priorytetyzacja jakości życia stałych mieszkańców. Dobrostan lokalnej społeczności jest warunkiem koniecznym dla tworzenia wartościowej i autentycznej oferty turystycznej.

kbk: **otk**

Kraków
Tourism
Alliance.

**SYMPATYCZNY
LUNAPARK
KRAKÓW**



ZRÓWNOWAŻONA TURYSTYKA KULTURALNA

to podejście do podróżowania, które łączy eksplorację dziedzictwa kulturowego z troską o jego ochronę i dobrostan lokalnych społeczności. Oznacza to, że turyści nie tylko odwiedzają zabytki, muzea czy wydarzenia kulturalne, ale też robią to w sposób, który minimalizuje negatywny wpływ na środowisko i lokalną kulturę, angażując się w lokalne zwyczaje, wspierając lokalne przedsiębiorstwa oraz wybierając zrównoważone środki transportu. Kluczowe zasady obejmują ochronę środowiska, wsparcie lokalnej gospodarki i świadome zachowania turystów.

Kluczowe zasady zrównoważonej turystyki kulturalnej:

- 1.Ochrona dziedzictwa** – dbałość o to, by zabytki i tradycje przetrwały dla przyszłych pokoleń.
- 2.Szacunek dla społeczności lokalnych** – wspieranie autentycznych doświadczeń i interakcji z mieszkańcami.
- 3.Zrównoważona gospodarka** – preferowanie lokalnych produktów, usług i rzemiosła.
- 4.Minimalizowanie wpływu na środowisko** – ograniczanie nadmiernego ruchu turystycznego, dbanie o czystość i ekologię.
- 5.Edukacja i świadomość** – podróżowanie z otwartością na naukę o historii, kulturze i problemach odwiedzanych miejsc.

ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ

Podejście do zagadnienia w projekcie

TRENDRESEARCH

Badanie poświęcone trendom wokół celów zrównoważonego rozwoju i turystyki kulturalnej.

GDZIE JEST PRZYSZŁOŚĆ?

WARSZTATY PARTYCYPACYJNE

Spotkania z mieszkańcami, przedstawicielami branży turystycznej, sektora kultury i z uczestnikami festiwali organizowanych przez KBF. Łącznie 5 spotkań podsumowanych w formie raportu. Dodatkowo zmapowano punkty styku między sektorem turystyki i kultury.

DESK RESEARCH

Poddano analizie dokumenty strategiczne, raporty i ewaluacje, badania opinii mieszkańców, materiały komunikacyjne, dokumentacje organizacyjną, publikacje naukowe i branżowe, materiały wizualne i archiwalne (zgromadzono 121 – po selekcji wybrano do analizy końcowej 33).

TO GDZIE TA PRZYSZŁOŚĆ?

 **Projekt SCT HUB –
trendresearch w pigułce.**

- **ODWAGA DO EKSPERYMENTOWANIA W MIEŚCIE HISTORYCZNYM ORAZ BUDOWANIA MIĘDZYSEKTOROWYCH PARTNERSTW**
- **MIASTO JAKO LIVING LAB**
- **WSPÓŁPRACA PRZY PROJEKOTWANIU I TESTOWANIU**
- **DANE, AI I PARTYCYPACJA**
- **RÓWNOWAŻENIE DOŚWIADCZEŃ TURYSTY Z DOBROSTANEM MIESZKAŃCÓW I MIASTA**
- **PROJEKTOWANIE Z UWZGLĘDNIENIEM POTRZEB PRZYSZŁYCH POKOLEŃ**

CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU A TURYSTYKA KULTURALNA

Trendresearch



Spojrzenie na przyszłość turystyki kulturalnej przez pryzmat **filozofii 6D** – sześciu kierunków, które wyznaczają nowe drogi w tym obszarze – łącznie **35 trendów** w kierunkach:

1. **DOŚWIADCZENIE** – od turystyki “must-see” ku głębokiemu uczestnictwu i sensownym przeżyciom
2. **DOBROSTAN** – włączenie troski o regenerację podróżujących społeczności
3. **DROGA** – nowe sposoby, w jaki się przemieszczamy i kształtujemy rytm podróży
4. **DZIKOŚĆ** – predefiniowana relacja z naturą, oparta na szacunku i współistnieniu
5. **DZIEDZICTWO** – ochrona i współtworzenie zrównoważonych kulturowych zasobów
6. **DIALOG** – budowanie mostów między turystą a mieszkańcem



Kierunek: Doświadczenie – podróżować: wolniej, głębiej, świadomiej

Wybrane trendy



Trend 01: Purposeful Journey (Podróż z Celem) SDG 3/11/12

Wyraźne przesunięcie od biernego zwiedzania w stronę podróży, które niosą wartość zarówno dla podróżującego, jak i dla odwiedzanego miejsca. „wow”. To zmiana podejścia: zamiast zbierania atrakcji celowe działania, zamiast bywania - bycie, zamiast konsumpcji głęboka obecność, relacja. Paradygmat: 3E excitement, entertainment, education.



Trend 02: Tour de table (Wokół Stołu) SDG 3/8/11/12

Wspólne posiłki stają się jednym z najsilniejszych trendów w turystyce kulinarnej, przekształcając jedzenie w autentyczne doświadczenie kulturowe. To odejście od luksusowych restauracji na rzecz formatów, które łączą, edukują i wspierają lokalne społeczności.



Trend 04: Sustaina-fest movement (Zrównoważone festiwale) SDG 11/13/17

Boom na turystykę festiwalową i podróże wokół wydarzeń kulturalnych. Pojawiają się nowe schematy działania organizatorów: od reagujących na wyzwania klimatyczne rozwiązań technicznych po regeneracyjne formaty wydarzeń, które dają oddech „zmęczonym” miastom, mieszkańcom, turystom.

PYTANIA WHAT IF? DO NAMYSŁU:

A co jeśli każde doświadczenie turystyczne stawałoby się szansą na pozytywną zmianę dla odwiedzających i dla odwiedzanych miejsc?

A co jeśli podróżujący przestaliby kolekcjonować miejsca, a zaczęli budować relacje? Jak moglibyśmy tworzyć doświadczenia, w których najcenniejszą „pamiątką” staje się więź – z mieszkańcami, kulturą, instytucją?

A co by było, gdyby każda nawet krótka podróż wzmacniała lokalną gospodarkę?

Jak moglibyśmy zachęcać turystów do wyboru lokalnych usług i zakupów, które realnie budują dobrobyt i odporność społeczności?

Kierunek: Dobrostan – podróżować: zdrowiej, ciszej, spokojniej

Wybrane trendy



**Trend 06:
Creative Health
(Kreatywne Zdrowie)
SDG 3/10/17**

Rośnie rola kultury jako kluczowego elementu polityki zdrowotnej. Kontakt ze sztuką jest uznawany za narzędzie redukcji stresu i wspierania zdrowia psychicznego. Podróże, które prowadzą nie tylko do galerii, ale do głębszego kontaktu ze sobą, z historią i z innymi.



**Trend 07:
Quietcation
(Ciche Wakacje)
SDG 3/11/13**

Odpowiedź na ciągły hałas i nadmiar bodźców, rośnie zapotrzebowanie na ciszę, wytchnienie, odłączenie i turystykę regeneracyjną. Cisza staje się nowym luksusem i cennym zasobem turystycznym. Quietcation to impuls do projektowania ciszy w codzienności.



**Trend 10:
Soloscaping
(Projektowanie indywidualnej
podróży)
SDG 3/11/12**

Samotność staje się nową formą wypoczynku. To świadomy wybór przestrzeni na oddech, refleksji i głębokiego kontaktu z samym sobą. W świecie przebodźcowania samotna podróż staje się współczesnym rytuałem przejścia, który daje wolność, uważność i poczucie sprawczości.

KIERUNEK: DOBROSTAN

PYTANIA WHAT IF? DO NAMYSŁU:

A co jeśli podróże stałyby się formą profilaktyki zdrowotnej, a współpraca między sektorami kultury i ochrony zdrowia nowym standardem?

A co jeśli cisza, ciemność i spokój byłyby najcenniejszymi atrakcjami turystycznymi? Jak rozwijać infrastrukturę i narracje wokół doświadczeń, które nie opierają się na hasle „więcej”, ale „głębiej”?

A co jeśli muzea stałyby się nowymi błękitnymi strefami? Jak projektować instytucje kultury, aby wspierały długowieczność, relacje społeczne i poczucie sensu?

Kierunek: Droga – podróżować: w inne kierunki, pociągiem, pieszo

Wybrane trendy



Trend 12:
Rail Renaissance
(Renesans Kolei)
SDG 9 /13

Zmiana kultury podróżowania – od „flight shame” (wstyd z powodu latania) do „train pride” (duma z podróżowania pociągiem). W odpowiedzi na ten trend rośnie popularność luksusowych składów, nocnych połączeń i malowniczych tras, przekształcając samą drogę w event kulturalny i główną atrakcję.



Trend 14:
Alt Mobility
(Alternatywna Mobilność)
SDG 11/13

Przyjazne, spowolnione formy przemieszczania się, takie jak walkability (łatwość chodzenia pieszo), cyclebility (łatwość poruszania się rowerem) i pedestrianization (deptaki). Mobilność staje się częścią doświadczenia miejsca, pozwalając na życie w rytmie sąsiedzkim.



Trend 16:
Dispersed Tourism
(Turystyka Rozproszona)
SDG 11/17

Model polegający na dywersyfikacji ruchu turystycznego poza najbardziej oblegane atrakcje i kierunki. Trend ten jest silnie widoczny wśród młodszych generacji, które celowo wybierają offbeat destinations, dążąc do autentyczności i unikalnych przeżyć.

KIERUNEK: DROGA

otk

PYTANIA WHAT IF? DO NAMYSŁU:

Co jeśli podróż byłaby równie ważna jak cel, a sama trasa stałaby się kluczowym elementem doświadczenia turystycznego?

CO JEŚLI?

Co jeśli miasta planowałyby mobilność dla wszystkich, nie tylko ludzi?

Jak moglibyśmy tworzyć szlaki i infrastrukturę z myślą o dzikich zwierzętach, zapylaczach, drobnych zwierzętach?

Co jeśli każdy wybór transportowy byłby jednocześnie aktem zaangażowania społecznego i ekologicznego? Czy możemy wprowadzać systemy „turystycznych śladów”, które mierzą, nagradzają zrównoważone wybory w obszarze poruszania się?

Kierunek: Dzikość – podróżować: dziko, regeneratywnie, naturalniej

Wybrane trendy



Trend 18: Regenerative Travel (Podróż Regeneracyjna) SDG 12/13/14/15/17

Nowa era podróży, które przywracają równowagę planecie i ludziom. Podróżni nie zadowolają się już eko-certyfikatami, lecz chcą zostawiać odwiedzane miejsca w lepszym stanie, niż je zastali.



Trend 19: City as National Park (Miasto jako Park Narodowy) SDG 11/13/15

Innowacyjne podejście, które traktuje całe miasto jak park narodowy, w którym troszczy się o każdy fragment zieleni, dziką roślinność przy torach czy trawnik między kamienicami.



Trend 22: Blue-Green City (Niebiesko-Zielone Miasto) SDG 3/6/9/11/12/13

Koncepcja polegająca na budowaniu miejskiej odporności (rezyliencji), zwłaszcza w kontekście zmian klimatu i zagrożenia powodziowego, poprzez integrację infrastruktury błękitnej (woda, rzeki) i zielonej (parki, zieleń). Przykłady to renaturyzacja rzek (odkopywanie spod betonu), budowa pływających parków i ogrodów deszczowych.

KIERUNEK: DZIKOŚĆ

otk

PYTANIA WHAT IF? DO NAMYSŁU:

A co jeśli w podróżach mierzylibyśmy nie ślad węglowy, lecz ślad regeneracyjny? Co by się zmieniło, gdyby turyści stali się współopiekunami miejsc, a nie tylko ich gośćmi?

A co jeśli to rośliny i rzeki projektowałyby miasto? Jak wyglądałaby oferta kulturalna i turystyczna, gdyby była tworzona z perspektywy natury?

A co jeśli instytucje kultury stałyby się aktywnymi strażnikami bioróżnorodności? Jakie sojusze mogłyby powstać, aby wspólnie chronić naturę w mieście?

Kierunek: Dziedzictwo – podróżować: kulturalniej, bliżej korzeni

Wybrane trendy



Trend 25: Decarbonizing culture (Dekarbonizacja Kultury) SDG 10 /18 /19

Głęboka transformacja sektora kultury w stronę dekarbonizacji, recyklingu i gospodarki obiegu zamkniętego. Kultura staje się narzędziem edukacji i ekologicznej przemiany, a natura uznawana jest za współtwórcę. Instytucje odchodzą od finansowania przez firmy paliwowe i poszukują rozwiązań technologicznych obniżających ślad węglowy.



Trend 26: Participatory culture (Kultura Partycypacyjna) SDG 3/10/11

Sektor kultury przechodzi na projektowanie partycypacyjne, w którym wydarzenia i wystawy są tworzone wspólnie z publicznością, a nie tylko dla niej. Instytucje budują kapitał społeczny poprzez dzielenie się sprawczością i inwestowanie w długofalowe zaangażowanie.



Trend 30: Back to Heritage (Powrót do Dziedzictwa) SDG 3/8/13/17

W niepewnej rzeczywistości rośnie poszukiwanie zakorzenienia w przeszłości, co manifestuje się powrotem do korzeni, eksploracją lokalnego dziedzictwa i mądrości poprzednich pokoleń. W turystyce rośnie zainteresowanie rdzennymi kulturami świata, które mogą być drogowskazem w sprawach zrównoważonego rozwoju.

KIERUNEK: DZIEDZICTWO

PYTANIA WHAT IF? DO NAMYSŁU:



A co jeśli odwiedzający i odwiedzani działaliby wspólnie jako kuratorzy kultury i ambasadorzy dziedzictwa?

A co jeśli to instytucje kultury wyznaczałyby kierunek zielonej transformacji? Jak uruchomić wyobraźnię, by tworzyć innowacje zmniejszające emisje i wzmacniające więź z planetą?

A co jeśli lokalna pamięć, mądrość i opowieści stałyby się fundamentem turystyki opartej na relacjach i szacunku? Jak projektować spotkania turystów z nosicielami tradycji, by wspierać kulturowe dziedzictwo?

Kierunek: Dialog – podróżować: razem, wspólnie, lokalniej

Wybrane trendy



Trend 32: Community-Based Tourism (Turystyka Oparta na Społeczności) SDG 8/10/17

Lokalne społeczności stają się nie tylko gospodarzami, ale także współtwórcami i głównymi beneficjentami oferty turystycznej, a dochody pozostają w regionie. Mieszkańcy projektują narrację o swojej kulturze, dzięki czemu turystyka staje się narzędziem budowania lokalnej dumy i wzmacniania wspólnotowych więzi.



Trend 33: Tourident (Turysta-Mieszkaniec) SDG 12/17

Zacierają się granice między byciem turystą a mieszkańcem, prowadząc do powstania hybrydowej tożsamości gościa, który chce aktywnie uczestniczyć w życiu lokalnej społeczności. To trend, który rośnie wraz z popularyzacją participatory tourism, w którym turysta jest zachęcany do podejmowania pozytywnych dla miejsca i środowiska aktywności.



Trend 35: Cities welcome all (Miasto inkluzywne) SDG 5/10/16

W centrum dzisiejszej inkluzywności w turystyce znajduje się dążenie do tego, by każdy odwiedzający niezależnie od wieku, tożsamości, neurotypowości czy pochodzenia kulturowego mógł czuć się mile widziany, bezpieczny i sprawczo obecny w tkance miasta.

KIERUNEK: DIALOG

PYTANIA WHAT IF? DO NAMYSŁU:

**A co jeśli każda podróż
zaczynałaby się od pytania: „jak
mogę zostawić to miejsce lepszym,
niż je zastałem/am?”**

Czy możliwe jest przejście od turystyki opartej na konsumpcji
do turystyki opartej na współodpowiedzialności?

A co jeśli przewodnik turystyczny zostałby napisany przez społeczność
zamiast przez instytucję? Jak zmieniłby się sposób postrzegania miasta
i jego „atrakcji”, gdyby narrację oddać mieszkańcom?

**No właśnie!
Jak i co?**

 **Praktyczne wnioski
po pierwszym roku projektu.**



PRIORYTETY DLA INNOWACYJNYCH ROZWIĄZAŃ Z ZAKRESU ZRÓWNOWAŻONEJ TURYSTYKI KULTURALNEJ



Co-funded by
the European Union

KLUCZOWE WYZWANIA DLA KRAKOWA

Wyzwania wybrane przez grupę reprezentantów sektora turystyki sektora kultury dla prac w roku 2026.

Z listy 8 kluczowych wyzwań dla Krakowa, które zidentyfikowano w wyniku badań prowadzonych w 2025 roku grupa reprezentantów sektora turystyki i sektora kultury wybrała, a następnie nadała priorytety dla najważniejszych obszarów, które w 2026 roku staną się polem do poszukiwania rozwiązań dla oferty kulturalno-turystycznej miasta – dla wydarzeń kulturalnych, współpracy międzysektorowej czy też branży turystycznej.



European Urban Initiative



Co-funded by
the European Union

BENEFICJENT



PARTNERZY

