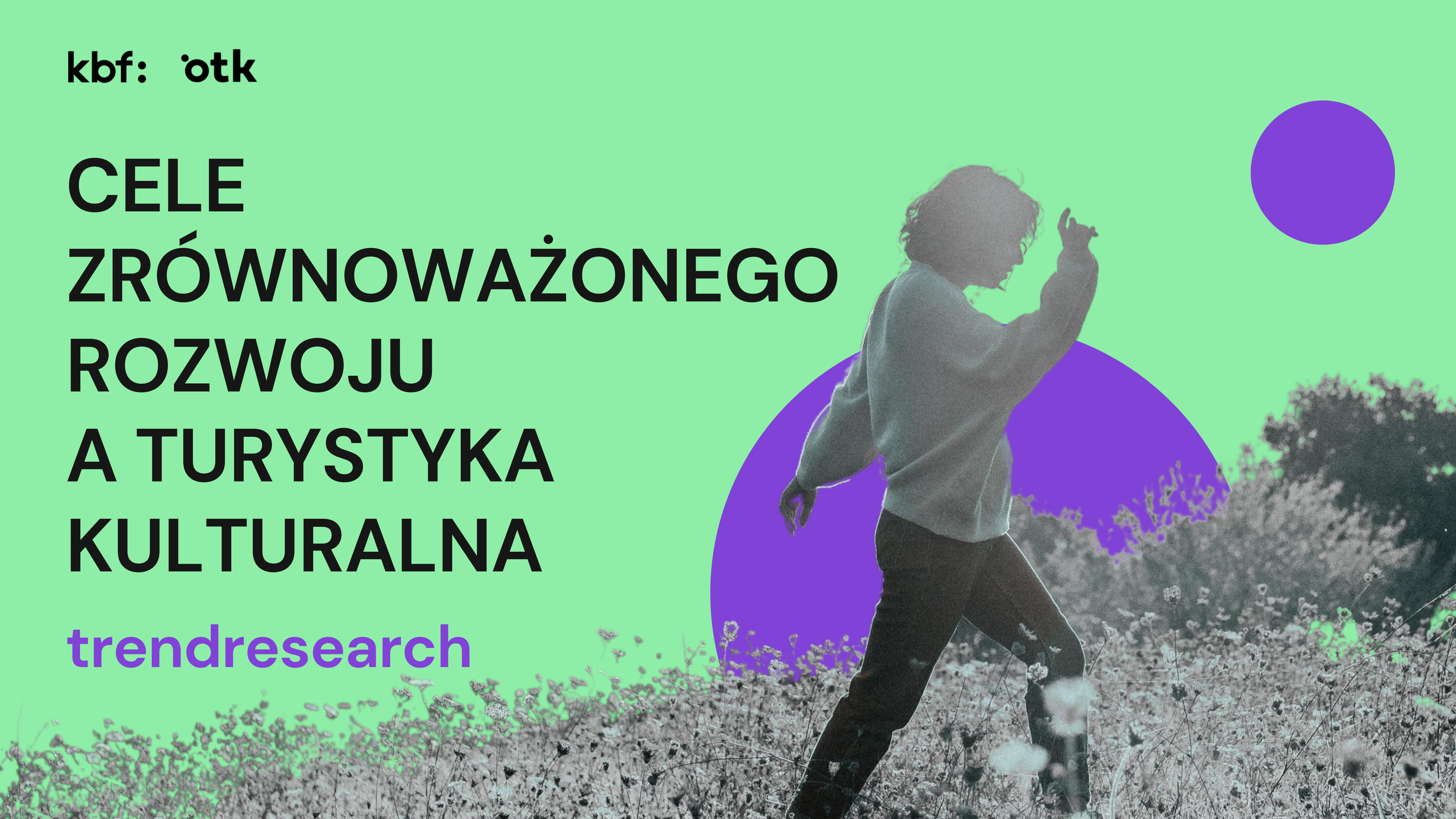


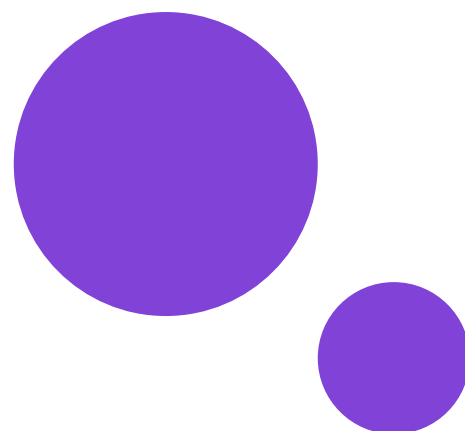
kbf: dotk

CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU A TURYSTYKA KULTURALNA

trendresearch



CO ZAWIERA RAPORT?



Raport jest przeglądem kluczowych trendów, nurtów i otoczenia trendowego wokół tematu celów zrównoważonego rozwoju i turystyki kulturalnej.

W analizie zaproponowano podejście identyfikacji kluczowych przekierowań, sygnałów oraz nowych ekonomii i polityk systemowych, które mają wpływ na realizowanie celów SDG i samo SDG w kontekście miast obciążonych dużym ruchem turystycznym. Analiza uwzględniają także znaczenie zrównoważonego rozwoju w prowadzeniu działań kulturalnych w tym tzw. turystykę kulturalną.

Na tej podstawie udało się wyodrębnić 6 klastrów trendowych i zestawienie 36 głównych trendów wraz z powiązanimi manifestacjami oraz benchmarkami, które opisują szerszą perspektywę zachodzących zmian.

Każda z poszczególnych części raportu poświęcona danemu klastrowi trendów została skonstruowana według tego samego schematu:

Kierunek

Opisuje dany klaster trendowy i szerszą perspektywę zachodzącej zmiany

Punkt orientacyjny

Wskazuje główny benchmark, który w pełni realizuje założenia danego kierunku

Ścieżki: Trendy, manifestacje i case study

Część opisująca poszczególny trend wraz z manifestacjami, czyli zjawiskami i sygnałami, które wskazują na zmianę oraz case studies, czyli przykładami realizacji trendów w działaniu

Na obrzeżach

Opisuje zjawisko, którego nie możemy jeszcze nazwać trendem, ale które jako słaby sygnał zmiany wskazuje na nowe behawiory lub niestandardowe rozwiązania

Dalej: Rekomendacje i What if?

Część poświęcona refleksji nad rozwojem i wykorzystaniem trendu w organizacji czy planowaniu działań wraz z pytaniami What if?

JAK POWSTAŁ RAPORT?

METODOLOGIA

1. ZBIERANIE SYGNAŁÓW I DANYCH

Desk research, field research, horizon scanning

Analizowaliśmy szeroki wachlarz źródeł: raporty branżowe, publikacje naukowe, media, trendbooki, dane z mediów społecznościowych, polityk publicznych, startupów oraz bezpośrednie obserwacje terenowe. Zbieraliśmy sygnały zmian i nowe praktyki z różnych dziedzin i regionów.

2. KLASYFIKACJA I GRUPOWANIE SYGNAŁÓW

Identyfikacja słabych sygnałów, clustering

Zebrane sygnały zostały uporządkowane i pogrupowane w klastry czyli wzory i powtarzające się zjawiska. W tym etapie stosowaliśmy m.in. analizę czynników zmian i przekierowań, aby wyodrębnić najbardziej znaczące ścieżki rozwoju.

3. ANALIZA WZORCÓW I WYKRYWANIE TRENDÓW

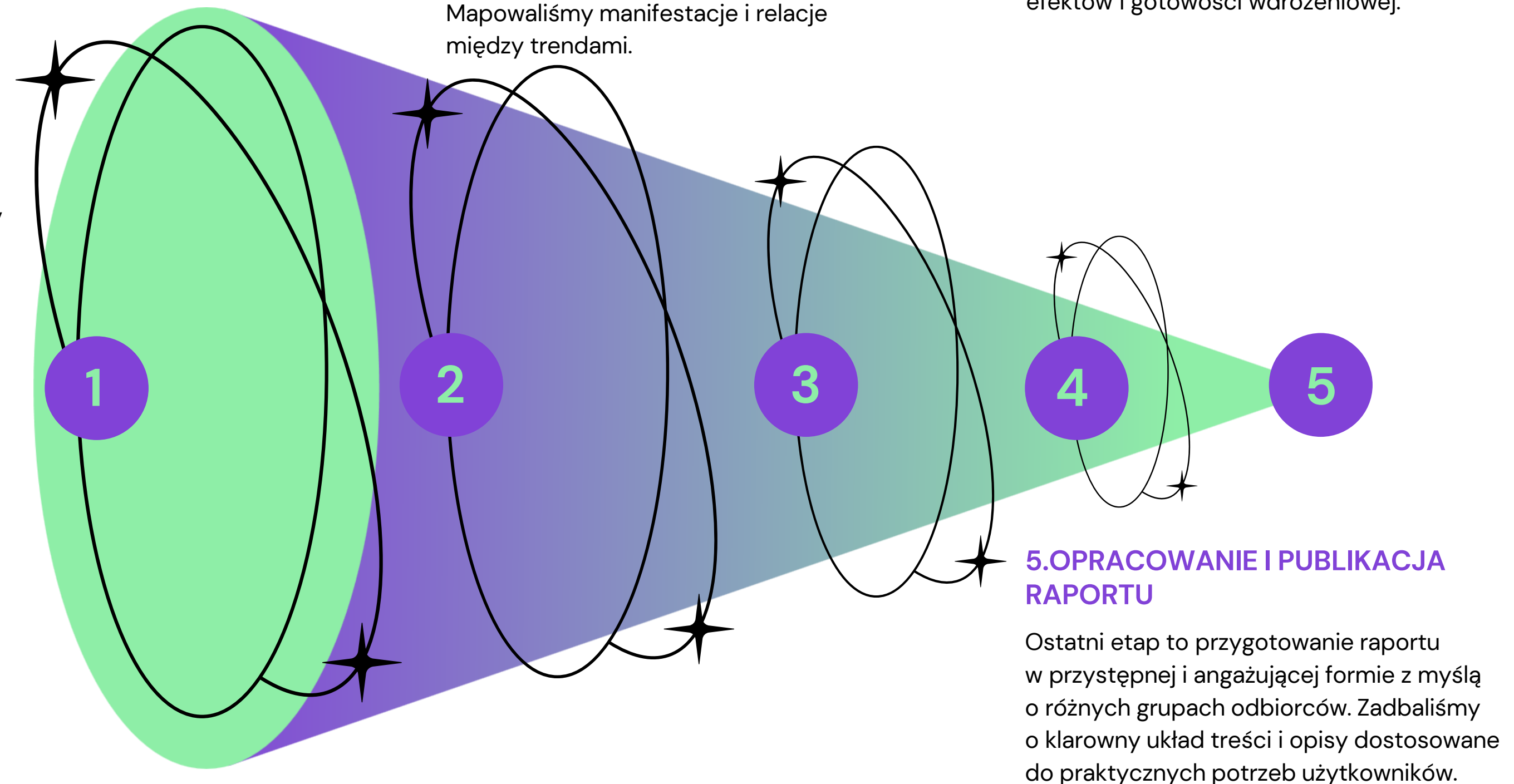
Pattern & trend detection

Analizowaliśmy, jak poszczególne sygnały łączą się w spójne trendy. Szukaliśmy sprzeczności i napięć wskazujących na punkty przełomowe, nowe praktyki lub zmiany postaw. Mapowaliśmy manifestacje i relacje między trendami.

4. PRIORYTYZACJA TRENDÓW

Refinement & prioritization

Spośród wyodrębnionych trendów selekcjonowaliśmy te najbardziej aktualne, istotnej potencjalnie wpływowo. Ocenialiśmy je pod kątem znaczenia dla branży rynku instytucji, możliwych efektów i gotowości wdrożeniowej.



SPIS TREŚCI

1 NOWE DROGI

Wprowadzenie
Kluczowe przekierowania
Nowe ekonomie
Visitor economy
Portret nowego turysty
Mapa trendów

2 KIERUNEK DOŚWIADCZENIE

Punkt orientacyjny
01 Purposeful journey
02 Tour de table
03 Rethinking 24hour City
04 Sustaina-Fest movement
05 Savecation
Na obrzeżach
Rekomendacje / What if?

3 KIERUNEK DOBROSTAN

Punkt orientacyjny
06 Creative health
07 Quietcation
08 Noctourism
09 Sleepcation
10 Soloscaping
11 Longevity travel
Na obrzeżach
Rekomendacje / What if?

4 KIERUNEK DROGA

Punkt orientacyjny
12 Rail renaissance
13 Conscious Air travel
14 Alt mobility
15 Smart diversification
16 Dispersed tourism
17 Coolcation
Na obrzeżach
Rekomendacje / What if?

5 KIERUNEK DZIKOŚĆ

Punkt orientacyjny
18 Regenerative travel
19 City as National Park
20 Renewable Run
21 Eco-Cultural tourism
22 Blue-Green City
23 Compassionate travel
24 Urban Re-use
Na obrzeżach
Rekomendacje / What if?

6 KIERUNEK DZIEDZICTWO

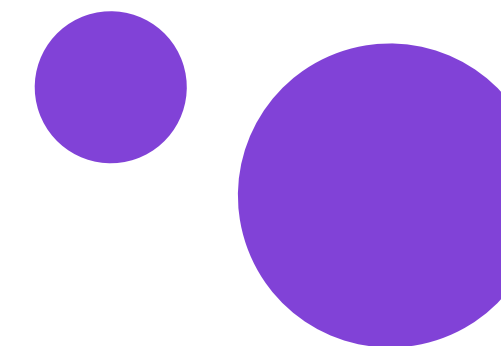
Punkt orientacyjny
25 Decarbonizing culture
26 Participatory culture
27 Cultural placemaking
28 Accessible culture
29 Back to heritage
30 Paperback-packers
Na obrzeżach
Rekomendacje / What if?

7 KIERUNEK DIALOG

Punkt orientacyjny
31 Community-based Tourism
32 Tourident
33 Do no harm marketing
34 Cities welcome All
35 Social health
Na obrzeżach
Rekomendacje / What if?

8 O RAPORCIE

Metodologia
Źródła
Słowniczek metod



WPROWADZENIE



NOWE DROGI

JAK ROZWIJAĆ
TURYSTYKĘ, KTÓRA
WZMACNIA, NIE NISZCZY?
KTÓRA WNOSI PODOBNĄ
WARTOŚĆ DLA LUDZI,
MIEJSC I MIESZKAŃCÓW?
JAKIE NOWE DROGI MOGĄ
POMÓC NAM TAM
DOTRZEĆ?

NOWE DROGI

JAK PODRÓŻOWAĆ INACZEJ?

Turystyka kulturalna staje dziś na rozdrożu. Z jednej strony mamy ogromną potrzebę eksploracji, kontaktu z dziedzictwem i wymiany międzykulturowej. Z drugiej palące wyzwania: zmiany klimatu, presja społeczna i środowiskowa, potrzeba nowego, bardziej świadomego modelu podróżowania. Coraz więcej miejsc i organizacji pyta: jak rozwijać turystykę, która wzmacnia, nie niszczy? Która wnosi wartość jednocześnie dla turystów, miejsc i mieszkańców?

Odpowiedź rodzi się w dialogu z Celami Zrównoważonego Rozwoju, które stają się ramą dla nowego myślenia o podróżowaniu i doświadczeniu kultury. To nie tylko kwestia ograniczania emisji CO₂ czy ochrony przyrody, ale szerszy zwrot ku odpowiedzialności społecznej, jakości relacji i autentycznej transformacji.

Dlatego proponujemy dziś spojrzeć na przyszłość turystyki kulturalnej przez pryzmat **filozofii 6D – sześciu kierunków, które wyznaczają nowe drogi w tym obszarze:**

- Doświadczenie – od turystyki “must-see” ku głębokiemu uczestnictwu i sensownym przeżyciom
- Dobrostan – włączenie troski o regenerację podróżujących społeczności
- Droga – nowe sposoby, w jaki się przemieszczamy i kształtujemy rytm podróży
- Dzikość – predefiniowana relacja z naturą, oparta na szacunku i współistnieniu
- Dziedzictwo – ochrona i współtworzenie zrównoważonych kulturowych zasobów
- Dialog – budowanie mostów między turystą a mieszkańcem

W tym raporcie przyglądamy się trendom i praktykom, które odpowiadają na te wyzwania. Wskazujemy nowe ścieżki dla turystyki kulturalnej i sposoby podróżowania inaczej – takie, które nie tylko dają doświadczenie, ale też zostawiają wartościowy ślad.

KIERUNKI 6D:

- DOŚWIADCZENIE
- DOBROSTAN
- DROGA
- DZIKOŚĆ
- DZIEDZICTWO
- DIALOG

MAPA TRENDÓW



KLUCZOWE PRZEKIEROWANIA

PRZEKIEROWANIA, KTÓRE WYZNACZAJĄ
NOWE OSIE ROZWOJU, PRZEKSZTAŁCAJĄC
DOTYCHCZASOWE MODELE MYŚLENIA,
DZIAŁANIA I PROJEKTOWANIE
DOŚWIADCZEŃ W TURYSTYCE

sight-seeing → **life-seeing**

głębsze zanurzenie, doświadczanie autentycznego, codziennego życia „gdzie indziej”, a z drugiej strony „po prostu bycie”, czysty vibe

fomo → **romo (relief of missing out)** → **jomo**

„przegapienie” jako wentyl bezpieczeństwa, najpierw ulga z wyrwania się z przytłaczającej i pełnej napięć rzeczywistości, potem radość z odpuszczania

dopamine society → **low-stimulation society**

spokojniejszy, bardziej uważny tryb życia i podróżowania, zamiast nadmiaru bodźców i natychmiastowej gratyfikacji

hyper optimization → **good growth**

zrównoważony, jakościowy rozwój, z dbałością o środowisko, społeczności i długofalowe korzyści

self-care → **collective care**

nie tyle przejście od indywidualnej troski do troski o wspólnotę, co troska o siebie poprzez wspólnotowość i solidarność (w efekcie wyższy dobrostan całej społeczności)

płynne granice między turystą a mieszkańcem

→ **tourident (tourist + resident)**

nowa, hybrydowa tożsamość łącząca obie role, większa integracja, współtworzenie i odpowiedzialność wobec miejsca

WPROWADZENIE EKONOMIE



NOWE EKONOMIE I
„WALUTY”, KTÓRE MAJĄ
NAWIĘKSZY WPŁYW NA
KSZTAŁTOWANIE SIĘ
DZISIEJSZYCH TRENDÓW W
ZRÓWNOWAŻONEJ
TURYSTYCE KULTURALNEJ

VISITOR ECONOMY

Waluta: obecność

Turystyka staje się częścią lokalnego ekosystemu powiązaną z jakością życia mieszkańców, holistycznym rozwojem i odpowiedzialnym korzystaniem z zasobów. Visitor economy przesuwa punkt ciężkości z liczby odwiedzających na wartość, jaką niesie ich obecność. Kluczowe staje się integrowanie doświadczenia turysty z kulturą miejsca i dobrostanem tych, którzy współtworzą je na co dzień.

Przekierowanie:

Zamiast myśleć o turystyce jako o sektorze obsługi gości, coraz częściej postrzegamy ją przez pryzmat współodpowiedzialności. W tym nowym paradygmacie odwiedzający nie są tylko odbiorcami, ale uczestnikami lokalnych procesów. Miasto staje się przestrzenią partycypacji, w której spojrzenia z zewnątrz i od wewnątrz wspólnie kształtują zrównoważony model bycia razem.

Co miasto może zrobić dla odwiedzających?

→ Co odwiedzający mogą zrobić dla miasta?

CIRCULAR ECONOMY

Waluta: długowieczność

Gospodarka obiegu zamkniętego proponuje system, w którym materiały, idee i produkty jak najdłużej krążą w obiegu. Projektujemy tak, by minimalizować ilość odpadów i maksymalizować szanse na od-zysk. Naprawiamy, odnawiamy, przetwarzamy. Wzorem natury, w której nie istnieje pojęcie odpadu, tworzymy kulturę regeneracji.

Przekierowanie:

Cyrkularność wykracza poza wąsko rozumiany recykling. To zmiana całego modelu produkcji i konsumpcji, pomyślana tak aby przywracać równowagę zarówno ludziom jak i planecie. W kulturze i turystyce oznacza to przejście od eksploatacji do regeneracji miejsc, zasobów czy relacji. Rośnie otwartość na doświadczenia, które czerpią z lokalnej kultury i natury, jednocześnie wspierając ich odnowę.

Jak budować kulturę podróżowania, która zostawia więcej wartości niż emisji?

EKONOMIE WSPIERAJĄCE

SHARING ECONOMY

Waluta: zaufanie

W świecie przesytu i nadmiaru pojawia się alternatywa dla kultury posiadania jakim są modele oparte na dostępie, a nie własności. Wspólne użytkowanie, wypożyczanie, redystrybucja lub barter zmieniają sposób, w jaki podróżujemy, mieszkamy i doświadczamy świata. W centrum tej zmiany coraz częściej stoją relacje. Dążymy do tego, aby wymiana odbywała się między osobami lub społecznościami, jej pośrednikiem rzadziej były korporacyjne platformy, a fundamentem stało się zaufanie.

Przekierowanie:

Sharing economy, choć wyrosła z idei dzielenia się i budowania wspólnot, z czasem uległa komercjalizacji. Wiele platform przekształciło się w pełnoprawne modele biznesowe, prowokując pytania o etykę współdzielenia takie jak "kto naprawdę korzysta, a kto ponosi koszty?". Dziś zauważamy potrzebę powrotu do pierwotnych wartości takich jak lokalność, wzajemność, zrównoważone korzystanie z zasobów, także w turystyce i kulturze.

Czy miasto może stać się platformą współdzielenia – równie dostępną dla turystów, jak i mieszkańców?

„GOOD ENOUGH” ECONOMY

Waluta: użyteczność

Wobec stagnacji gospodarczej, inflacji i rosnących nierówności pojawia się nowy model – ekonomia „wystarczająco dobrze”. Konsumpcyjne FOMO ustępuje w nim miejsca pragmatyzmowi, zakupowe impulsy poprzedzone są intencją, a posiadanie przeradza się w dostęp. Przywracamy wartość pojęciu użyteczności i ostrożniej balansujemy między potrzebami a pragnieniami.

Przekierowanie:

„Underconsumption” czyli ograniczanie konsumpcji, rzutuje także na to, jak podróżujemy i uczestniczymy w kulturze na przykład wybierając staycation zamiast vacation. Źródło tej zmiany wyływa z potrzeby adaptacji do nowej rzeczywistości ekonomicznej, ale zasila je także rosnąca świadomość ekologiczna. To właśnie ona może sprawić, że tymczasowa strategia przetrwania przekształci się w trwałą, zrównoważoną postawę.

Jak uczynić umiar nową aspiracją, a nie koniecznością?

EXPERIENCE ECONOMY

Waluta: pamięć

Wkraczamy w nową ekonomię, w której wartość tkwi nie w posiadaniu, a w przeżywaniu. Doznania, emocje i atmosfera liczą się tu bardziej niż dobra materialne. Odbiorcy, zwłaszcza z młodszych pokoleń, inwestują w doświadczenia. Szczególnie takie, które są unikalne, immersyjne i starannie zaprojektowane, aby oddziaływały na zmysły i zapadały w pamięć.

Przekierowanie:

W kulturze i turystyce dostrzegamy zwrot ku sensorycznemu doświadczeniu świata. Od sight-seeing do life-seeing, od biernej obserwacji do głębszego zanurzenia w lokalną codzienność. Zejście z utartych szlaków na rzecz celebracji mikro-zachwyków i bliższego kontaktu z miejscową kulturą to nie tylko szansa na bardziej autentyczne przeżycia, ale też sposób na odciążenie turystyczne i odpowiedzialne wsparcie społeczności.

Jak tworzyć doświadczenia z korzyścią dla lokalnych społeczności, a nie ich kosztem?

CREATORS ECONOMY

Waluta: zaangażowanie

W gospodarce twórców to jednostki a nie marki czy instytucje kształtują trendy i narracje. Internetowi twórcy stają się kuratorami estetyk, arbitrami opinii, agentami zmiany i cyfrowymi przewodnikami po świecie. Ich autentyczne relacje z odbiorcami przekładają się na realne działania takie jak wybory konsumenckie, kierunki podróży, styl życia, sposób doświadczania kultury.

Przekierowanie:

Obserwujemy załężki de-influencingu i przeniesienie zaufania w stronę twórców niszowych, zakorzenionych w konkretnym kontekście i (sub)kulturze. W świecie, w którym cyfrowe rekomendacje potrafią w ciągu doby przekształcić nieznany zakątek globu w wiralową destynację, rośnie potrzeba odpowiedzialnych narracji. Takich, które wzmocnią lokalne głosy, nie przekraczając cienkiej granicy między promocją a dewastacją.

Jak zapewnić platformę tym, którzy są częścią miejsca – a nie jego chwilowymi obserwatorami?

ATTENTION ECONOMY

Waluta: uwaga

To model, w którym najcenniejszym zasobem nie są dane ani pieniądze, lecz nasza uwaga. Platformy, marki i media konkurują o każdą jej sekundę, zamieniając ją w klik, zasięg, konwersję. Efektem jest przebodźcowujący strumień treści, które konsumujemy w coraz większym tempie i coraz mniejszym skupieniu.

Przekierowanie:

Rośnie sprzeciw wobec monetyzacji najkrótszych przebłyków naszej uwagi. Coraz silniej odczuwamy potrzebę powrotu do koncentracji, świadomego bycia "tu i teraz". Dla oferty turystycznej i kulturalnej to szansa, aby wesprzeć renesans skupienia. Tylko on pozwoli przejść od roztargnionego „konsumowania” miejsc do ich świadomego doświadczania z uważnością i szacunkiem dla lokalnego kontekstu.

Jak projektować kulturę, która wspiera odzyskiwanie uwagi, a nie jej rozpraszenie?

VISITOR ECONOMY

OD PYTANIA „CO MIASTO MOŻE ZROBIĆ DLA TURYSTÓW?” DO „CO TURYSŒCI MOGĄ ZROBIĆ DLA MIASTA?” – VISITOR ECONOMY JAKO PRZYSTANEK DOCELOWY TRANSFORMACJI TURYSTYKI KULTURALNEJ?

Transformacja turystyki w miastach kultury coraz wyraźniej zmierza w stronę modelu, który nie traktuje odwiedzających jako źródła presji, lecz jako potencjalnych sojuszników w budowaniu wspólnej jakości życia. Koncepcja visitor economy rozwijana między innymi w Wiedniu, Barcelonie czy Amsterdamie przesuwa punkt ciężkości z maksymalizacji korzyści ekonomicznych na szersze, systemowe rozumienie wartości społecznej, kulturowej i środowiskowej.

Nie chodzi już o to, jak przyciągnąć więcej turystów, lecz jak ich obecność może wspierać długofalowe cele miasta i jego mieszkańców.

Wiedeń, który traktuje jakość życia jako najważniejszy zasób także dla odwiedzających, od lat prowadzi politykę harmonizacji interesów między turystyką a codziennym życiem miasta. [W ramach długofalowej strategii „Shaping Vienna”](#), pokazuje, że turystyka nie musi być osobnym sektorem, lecz może być włączona w szersze cele rozwojowe miasta takie jak jakość życia, zrównoważony rozwój czy spójność społeczna.

Kluczem staje się harmonizacja interesów: zamiast szukać kompromisu między turystami a mieszkańcami, miasto tworzy przestrzeń współkorzystania i współodpowiedzialności.

Badania i raporty OECD podkreślają, że odporność i zrównoważony rozwój miast to już nie tylko ekologia, ale przede wszystkim integracja społeczna i kulturowa. W publikacji [„Building strong and resilient tourism destinations”](#) OECD wskazuje, że nowoczesna turystyka powinna wspierać lokalne społeczności i podnosić jakość życia mieszkańców. [Z kolei UNWTO \(United Nations World Tourism Organization\)](#) wzywa do strategii, które traktują **turystykę jako narzędzie realizacji celów miejskich, nie tylko generowania PKB**. Visitor economy to celna odpowiedź na wyzwania overtourismu i dojrzała forma turystyki kulturalnej, w której korzyści są współdzielone, a obecność odwiedzających zostaje strategicznie powiązana z aspiracjami mieszkańców. To docelowy przystanek, w którym turystyka rzeczywiście staje się częścią zrównoważonej wizji miast

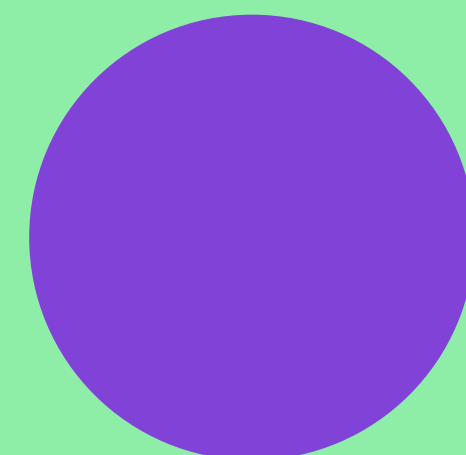
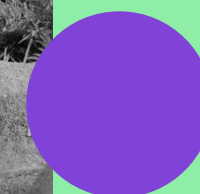
WPROWADZENIE



TRENDY



TRENDY

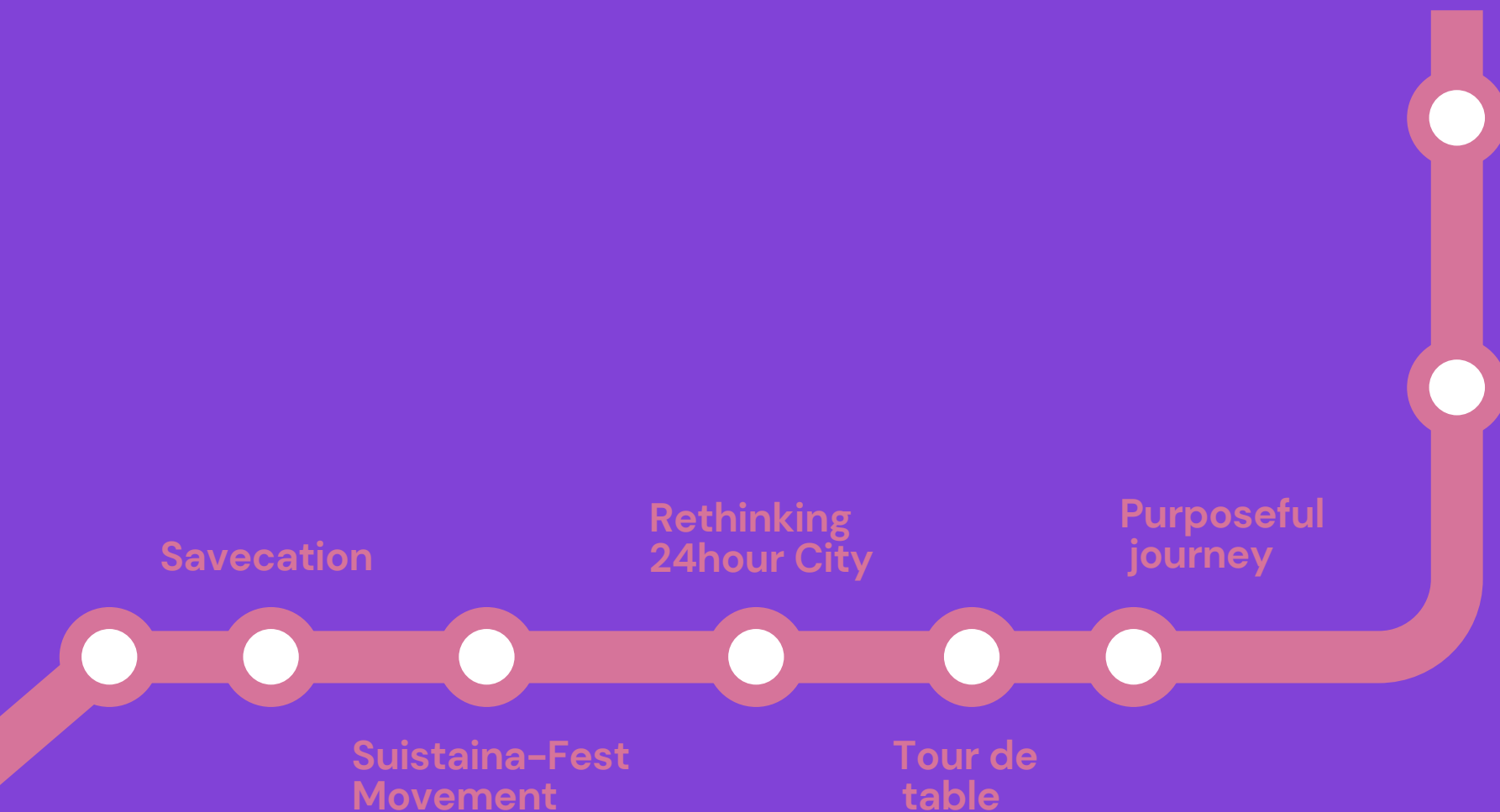


kierunek



DOŚWIADCZENIE

KIERUNEK: DOŚWIADCZENIE

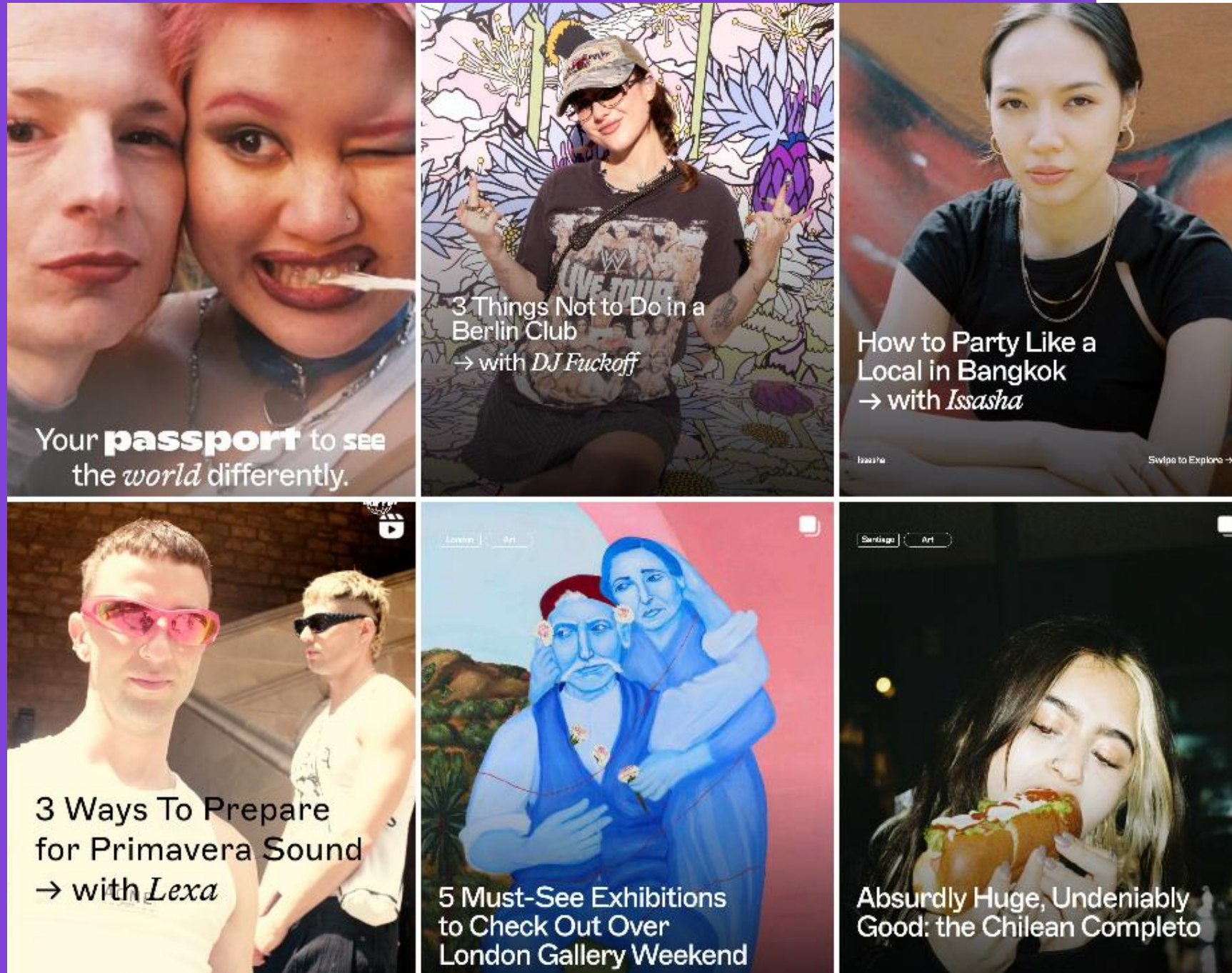


**podróżować:
wolniej, głębiej, świadomiej**

W erze przesytu i zmęczenia konsumpcją, rośnie potrzeba podróży, które nasycają, a nie eksploatują i to zarówno turystę, miejsca jak i mieszkańca. Ekonomia doświadczeń w turystyce wchodzi w nowy etap: mniej o selfie, więcej o sensie.

Podróżujący szukają innych doświadczeń niż dotychczas. Rośnie pragnienie bliskości, autentyczności, regeneracji, wspólnego przeżywania i realnego wpływu na odwiedzane miejsca. Zamiast masowego tłoku – mikrokoncerty w naturze. Zamiast „bucket list” – prosty obiad przy wspólnym stole. Zamiast szybkiej konsumpcji – odpowiedzialny budżet podróżnika.

Nowe podróże w tej filozofii mają być bardziej celowe, świadome i wrażliwe na ograniczone zasoby świata i wspólnot. Przekierowanie na zrównoważone doświadczenia to dziś jedna z ważniejszych dróg dla innowacji w turystyce kulturalnej.



TRIPPIN

Trippin [to niezależna platforma](#), która pokazuje, jak może wyglądać nowy model podróżowania oparty na świadomych, pogłębionych doświadczeniach kulturowych. Serwis łączy społeczność twórców, lokalnych przewodników i podróżników wokół idei podróżowania, które jest zarówno eksploracją, jak i aktem odpowiedzialności wobec odwiedzanych miejsc.

Zaczynając jako grupa na Facebooku, Trippin przekształciło się w jedną z najbardziej wpływowych społeczności młodych podróżnych, mapującej podziemne sceny, lokalne kultury i twórcze środowiska na całym świecie. Kluczowym elementem jest tu oddanie głosu mieszkańcom: przewodniki, podcasty, filmy i teksty tworzone są we współpracy z osobami, które dane miejsce współtworzą na co dzień. Dzięki temu Trippin buduje alternatywną narrację o podróżowaniu stawiającą na lokalne doświadczenia, kreatywność i różnorodność oraz świadomość wpływu turystyki na ludzi i środowisko.

Trippin m.in. dzięki [Travel Tool](#) wprost deklaruje misję wspierania podróży, które pomagają użytkownikom stać się bardziej świadomymi turystami, zdolnymi do refleksji nad wpływem, jaki wywierają na odwiedzane miejsca. To model systemowego podejścia do doświadczenia podróży: nie tylko co zobaczyć, ale jak to przeżyć i co z tego wynieść oraz jak podróżować w sposób bardziej zrównoważony dla siebie i przyszłych pokoleń.

punkt orientacyjny



01 PURPOSEFUL JOURNEY

RESPONSIBLE CONSUMPTION SDG 3/11/12

Współczesna turystyka wchodzi w nowy etap. Model 3S (sun, sand, sea) przez dekady dominujący w strategiach promocji i wyobrażeniach o idealnym wypoczynku ustępuje miejsca nowemu **paradygmatowi: 3E – excitement, entertainment, education**. Wraz z indywidualizacją podróżowania i zmianą motywacji turystów, model oparty na bardziej celowych podróżach zyskuje na popularności – 63% ankietowanych przez Design Hotels jest skłonnych zainwestować więcej pieniędzy w transformacyjne lub niezwykle doświadczenia podróżnicze.

Choć turystyka doświadczeń (experience travel) nie jest już nowinką, bo funkcjonujemy w pełni w ekonomii doświadczeń, to nie chodzi już tylko o mocny efekt „wow”. To zmiana podejścia: zamiast zbierania atrakcji – celowe działania, zamiast „bywania” – bycie, zamiast konsumpcji – głęboka obecność, relacja, wsparcie. W podróży szukamy autentycznych, wartościowych doświadczeń, które będą niosły wartość nie tylko dla nas samych, ale także dla miejsc, które odwiedzamy. **Witamy w epoce turystyki celowej.**



01 PURPOSEFUL JOURNEY

Motywacje w ramach trendu Purposeful Journey są wielowarstwowe. Dla jednych podróż to eskapizm i poszukiwanie intensywnych emocji, które wyrwą z rutyny i dostarczą silnych bodźców. Dla innych jest to powrót do siebie, eksploracja codzienności w trybie slow, uważność i sensoryczne doświadczanie świata poprzez kontakt z naturą, rzemiosłem i lokalnym rytmem życia. Rosnąca indywidualizacja społeczna oraz potrzeba autoekspresji wzmacniają z kolei personalizację w podróżach. Dziś najbardziej pożądane są doświadczenia niszowe, unikalne i kuratorowane z myślą o konkretnym odbiorcy. Intymność i brak anonimowości stają się nowymi wskaźnikami wartości wyjazdu. Równolegle, w świecie zalanym powtarzalnymi treściami, coraz więcej podróżnych świadomie ucieka od mainstreamu.

To napędza potrzebę oryginalnych wyborów i nietypowych preferencji, od immersyjnych spacerów po nieoczywistych dzielnicach po eksperymentalne doświadczenia kulinarne. Kluczowe staje się także budowanie relacji. W erze atomizacji i dominacji relacji cyfrowych podróż jest sposobem na pogłębianie więzi i tworzenie realnych wspólnot offline. Rozwija się turystyka oparta na mikrospołecznościach i subkulturowych grupach pasjonatów.

Nowe formaty, takie jak subtractive travel, immersive experiences czy insider travel, stają się manifestacją tej zmiany. Podróż staje się subtelną interakcją, a nie konsumpcją. Nawet giganci tacy jak Airbnb redefiniują swoje oferty, oferując kuratorowane doświadczenia, warsztaty i spotkania z lokalnymi twórcami.



01 manifestacje

Fot. Instagram Ru Kotryna



Subtractive travel

Wśród świadomych podróżnych popularniejsze staje się podejście Subtractive Travel, czyli podróżowanie przez odejmowanie, oparte na świadomym redukowaniu np. rzeczy, planów, oczekiwań. Postawa ta zakłada, że im mniej „przywozimy” do podróży, tym bardziej pozwalamy, by doświadczenie miejsca rzeczywiście nas poruszyło i ukształtowało. Podróż z mniejszym bagażem, mniejszym scenariuszem, mniejszymi oczekiwaniami pozwala na większą uważność na detale codzienności takie jak światło na kamieniach, spojrzenia przechodniów, ciszę. Kluczowe jest tu „zrzucanie warstw”, by dotrzeć do tego co autentyczne, nie tylko w miejscu, ale też w sobie. Subtractive Travel wpisuje się w szerszy trend slow travel i mindful travel, zachęcając do redukcji konsumpcyjnego podejścia do podróży na rzecz głębszego, bardziej zrównoważonego kontaktu z miejscem i jego kulturą.

Nostalgia travel

Nostalgia Travel odzwierciedla tęsknotę powrotu do prostszych czasów w turystyce. Coraz więcej osób pragnie odtwarzać wakacje z młodości, odwiedzać miejsca związane z ważnymi wspomnieniami czy wracać do estetyki minionych dekad. Wzrasta m.in. popularność wyjazdów rodzinnych do dawnych ośrodków wakacyjnych – wg danych Crystal Ski Holidays w Wielkiej Brytanii 60% osób próbuje [odtworzyć swoje ulubione wakacje z dzieciństwa dla swoich dzieci](#). W USA rośnie popularność letnich obozów dla dorosłych (np. Club Getaway), oferujących dorosłym klimat dziecięcych wakacyjnych rytuałów. W Polsce także pojawiają się [kolonie dla dorosłych](#), umożliwiające ponowne przeżycie wspólnotowego, beztroskiego wakacyjnego czasu. To forma podróży nie tylko do miejsc, ale i do emocji z przeszłości.



Fot. Festiwal Myśli Abstrakcyjnej

01 manifestacje



Insider experiences

W dobie przesycenia turystyki masowej i „instagramowych” atrakcji wielu podróżnych poszukuje autentycznych, niszowych doświadczeń, które pozwalają im wejść w rolę insidera, a nie tylko obserwatora. Trend *Insider Travel* to odwrót od utartych szlaków i popularnych „top 10 miejsc” na rzecz poznawania lokalnego życia, kultury i społeczności, często z pomocą lokalnych przewodników, twórców i mieszkańców. Przykładem tego podejścia jest inicjatywa [Get to Know Copenhagen with Local Experts](#), w której podróżujący mogą skorzystać z wiedzy i pasji mieszkańców: architektów, kucharzy, artystów czy aktywistów miejskich. Zamiast standardowej wycieczki otrzymują możliwość poznania miasta oczami ludzi, którzy je współtworzą.

Insider, nie turysta

European Culture Academy (ECA) uruchomiła program „[Venice Biennale Revealed: BEHIND the SCENES experience](#)”, który ma umożliwić pełne zanurzenie się w Biennale Architektury w Wenecji od kulis „[jako prawdziwy insider, nie jedynie turysta](#)”. Uczestnicy mają dostęp do prywatnych wizyt, spotkań z artystami i kuratorami oraz ekskluzywnych przestrzeni Biennale, omijając tłumy i kolejki. To intensywne doświadczenie edukacyjne łączy praktyczną wiedzę o organizacji wydarzeń artystycznych z możliwością nawiązania kontaktów i obiecuje głębokie doświadczenie unikalnej atmosfery Biennale

A promotional banner for the Venice Biennale Revealed: Behind the Scenes experience. The background is dark green with a torn paper effect at the bottom showing a cityscape. The text is in gold and white. On the right side, there are details about the event: DATES, MULTIPLE DATES (with a dropdown arrow), WHERE VENICE, and PRICE 1970€. A gold button with the text "SIGN UP" is at the bottom right.

VENICE BIENNALE
REVEALED: BEHIND
the SCENES experience

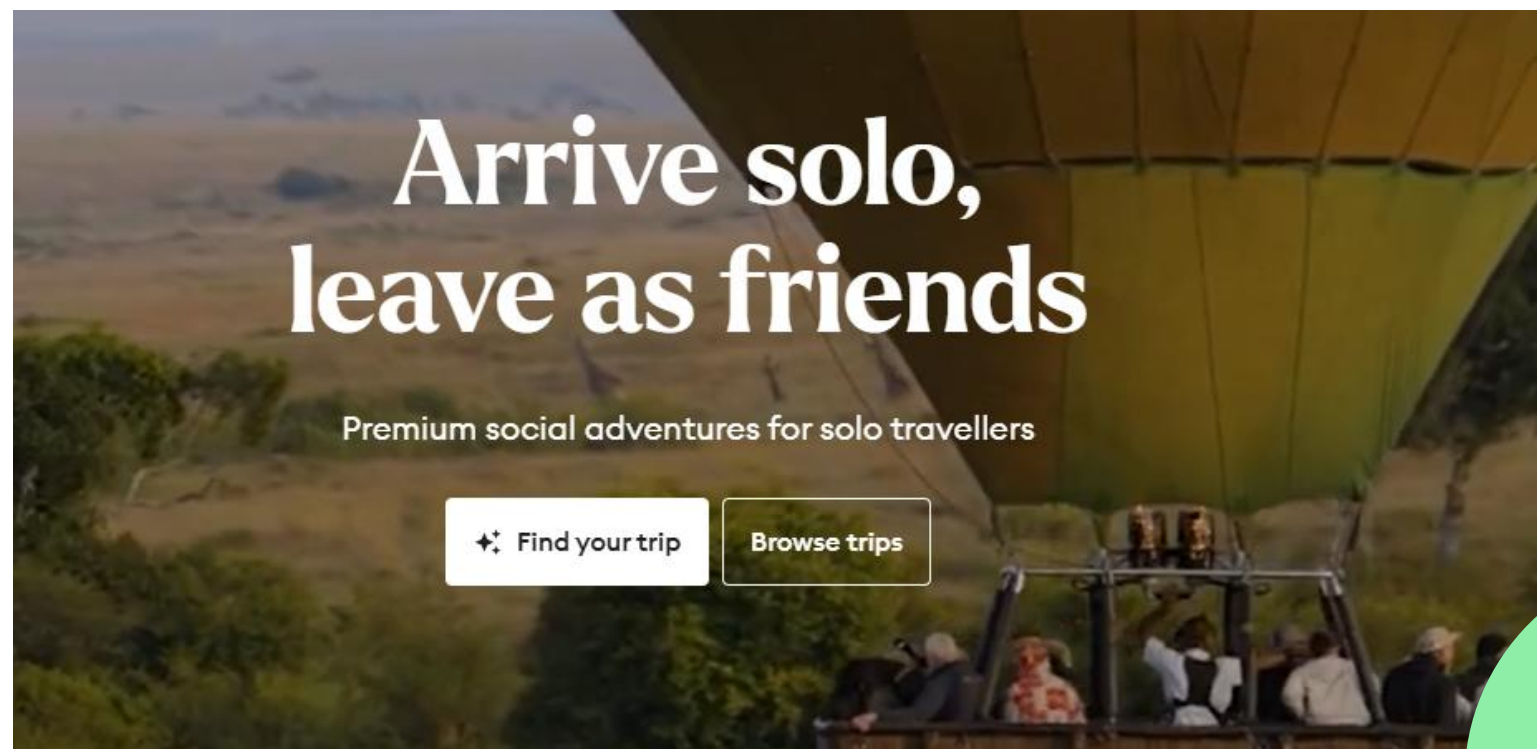
DATES
MULTIPLE DATES ↓

WHERE
VENICE

PRICE
1970€

SIGN UP

01 manifestacje



Fot. Flash Pack

Immersive experience

Milan Design Week 2025 pokazał swoją nową twarz: showroomsy i instalacje przesiąknięte były [atmosferą immersyjnego teatru, oferując odwiedzającym nie tylko oglądanie, ale i aktywne zanurzenie w treści](#), jak podczas formatu performance-meets-exhibit przygotowanego przez markę Cassina wraz z duetem Formafantasma. Na dużych festiwalach częściej powstają intymne, narracyjne przestrzenie, które angażują zmysły, emocje, uwagę. Przystarzałe modele wystawy zastępowane są złożonymi, osobistymi i wielowątkowymi doświadczeniami. Takie podejście wpisuje się w szerszy nurt *immersive cultural experience*, w którym festiwal przestaje być tylko dekoracją i staje się miejscem autentycznego spotkania, refleksji i zaangażowania.

Tribe travel

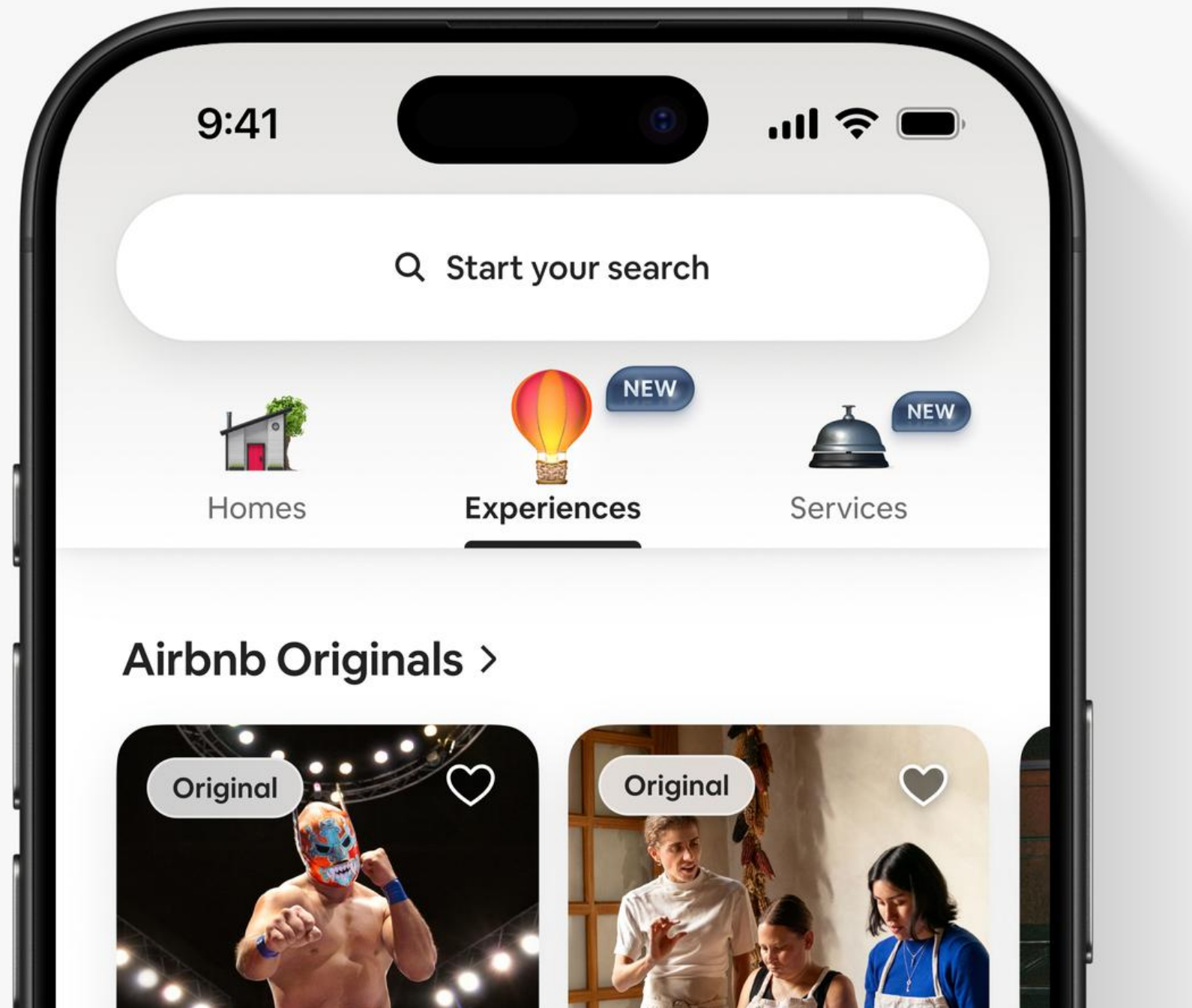
W czasach rosnącej samotności, zwłaszcza wśród młodszych pokoleń, podróże coraz częściej stają się narzędziem budowania więzi i wspólnotowych doświadczeń. Trend *Tribe Travel* to poszukiwanie nie tylko nowych miejsc, ale przede wszystkim poczucia przynależności i doświadczeń opartych na relacjach. Podróże w grupach przyjaciół, „rodzin z wyboru” czy w spontanicznych wspólnotach sprawdzają się także w kontekście wyjazdów opartych o wspólne hobby lub niszowe zainteresowania. Kiełkuje chociażby format Trip Collectives, czyli podróżowanie grup, które koordynują wyjazdy, ale zachowują indywidualne rezerwacje i elastyczność. Zjawisko to wzmocniają także wyspecjalizowane oferty touroperatorów np. [Flash Pack](#) organizuje przygody dla solo podróżników w wieku 30–40 lat, podczas których większość uczestników nawiązuje trwałe przyjaźnie.



Fot. Formafantasma

01 case study

Fot. mat. prasowe Airbnb



GLOBAL

Airbnb Experiences

W odpowiedzi na zmieniające się oczekiwania podróżnych oraz rosnącą krytykę masowej turystyki opartej na krótkoterminowym najmie, Airbnb przechodzi obecnie strategiczne przesunięcie. Z platformy do szybkiej rezerwacji mieszkań chce stać się ekosystemem personalizowanych, pogłębionych doświadczeń podróżniczych. Nowa wersja aplikacji zaprezentowana w maju 2025, [kładzie nacisk na moduły Airbnb Experiences i Airbnb Services](#), stawia lokalne, autentyczne doświadczenia w centrum całej podróży. Zamiast „jednego kliknięcia” do mieszkania, użytkownik może dziś planować pełną ścieżkę pobytu. Od warsztatów kulinarnych i wizyt u rzemieślników przez dedykowane [spacery z mieszkańcami](#) po lokalne usługi (np. szef kuchni, wellness, artystyczne zajęcia). W tle pozostaje kontekst rosnących napięć wokół overtourismu napędzanego usługami takimi jak Airbnb, np. decyzja władz Hiszpanii o zablokowaniu ponad [65 tys. ofert serwisu](#) w 2025 roku. W nowej strategii firmy doświadczenia i usługi mają być nie tylko nowym modelem monetyzacji, ale też narzędziem rewitalizacji relacji między platformą a lokalnymi społecznościami.

02 TOUR DE TABLE

SUSTAINABLE FOOD

SDG 3/8/11/12

Długie stoły, wspólne gotowanie i dzielenie się posiłkami przestają być nostalgicznym wspomnieniem, a stają się najgorętszym trendem w turystyce kulinarnej. Tour de table to transformacja, która przekształca sposób, w jaki podróżni doświadczają miejsca przez wspólne jedzenie. Po zakwaterowaniu, doświadczenia kulinarne są następnym najwyższym priorytetem w budżecie podróży na 2025 rok, ale to nie restauracje z gwiazdkami Michelin przyciągają największą uwagę.

To kolektywne kluby kolacyjne w Los Angeles, duńskie fællesspisning w Kopenhadze czy heimablíðni na Wyspach Owczych, gdzie autentyczność budowana jest przez wspólnotę i lokalne przysmaki, a nie cennik. Młodszy podróżni porzucają hierarchię „wysokiej” i „niskiej” gastronomii na rzecz doświadczeń, które łączą, edukują i wspierają lokalne społeczności. **Jedzenie staje się platformą społeczną**, miejscem, gdzie turyści i mieszkańcy spotykają się przy jednym stole, tworząc nową jakość turystyki opartej na relacjach.



02 TOUR DE TABLE

Fenomen Tour de table to odpowiedź na kryzys samotności w zurbanizowanym świecie i rosnące zapotrzebowanie na autentyczne doświadczenia międzykulturowe. Globalny rynek turystyki kulinarnej ma osiągnąć [1796,5 miliarda dolarów do 2027 roku przy wzroście 17,4%](#), ale to nie luksusowe restauracje napędzają ten boom. Uwaga przesuwa się od spektakularnych, ekskluzywnych dań **ku formatom bardziej inkluzywnym i regeneratywnym**. Coraz większą rolę odgrywa personalizacja i poszukiwanie autentyczności. Młodsze pokolenia nie chcą tylko odwiedzać restauracji z listy „top 10”, chcą współtworzyć doświadczenie, uczestniczyć w procesie, poznawać ludzi stojących za potrawami.

Stąd rosnąca popularność klubów śniadaniowych, kolacyjnych czy ukrytych spotkań przy stole w formule pop-up. Jedzenie coraz częściej staje się również narzędziem edukacji i promocji wartości zrównoważonego rozwoju. Przykładem może być zrównoważona eno- czy gastroturystyka, gdzie wizyta w winnicy lub na farmie to nie tylko degustacja, ale także poznanie działań na rzecz regeneracji środowiska.

W duchu Tour de Table gastronomia przestaje być domeną spektakularnych doznań. Zamiast tego staje się językiem wspólnoty, narzędziem budowania lokalnych relacji i **formą świadomego wsparcia** dla miejscowej gospodarki.



02 manifestacje

Fot. Instagram Dirt Girls Collective



Turyści i mieszkańcy przy stole

[Fællesspisning](#), czyli wspólne posiłki przy długich stołach, to duńska tradycja sięgająca XIX wieku, która dziś przeżywa renesans w miastach takich jak [Kopenhaga](#). Wspólne gotowanie i jedzenie sprzyja budowaniu więzi społecznych i przeciwdziała samotności w zurbanizowanym społeczeństwie. Plus: jest dostępne finansowo. „Hotspotem” jest [Folkehuset Absalon](#), dawny kościół w dzielnicy Vesterbro, przekształcony w centrum społecznościowe. Codziennie o 18:00 około 200 osób, mieszkańców i turystów, spotyka się tam na kolacji w domowym stylu. Menu zmienia się codziennie, a dania przygotowywane są z lokalnych składników. Uczestnicy wspólnie nakładają jedzenie i sprzątają po posiłku, co sprzyja integracji.

Regeneratywne kluby kolacyjne

[Impact-driven supper clubs](#) – Dirt Girls Collective z Los Angeles organizuje **sezonowe kolacje społecznościowe**, które łączą kuchnię roślinną z edukacją o zrównoważonym rolnictwie i zaangażowaniem lokalnym. Spotkania odbywają się m.in. w ogrodach miejskich i obejmują czterodaniowe posiłki z produktów pochodzących od lokalnych rolników. Oprócz wspólnego stołu uczestnicy biorą udział w warsztatach z kompostowania, dzikiego zbieractwa czy niemarnowania żywności. Dochód wspiera lokalnych producentów i inicjatywy społeczne, a kolejne kroki kolektywu to rozwój regeneratywnego rolnictwa i dystrybucji żywności.



Fot. Instagram Absalon Cph

02 manifestacje



Nowa jakość enoturystyki

W obszarze turystyki kulinarnej rośnie znaczenie enoturystyki opartej na wartościach zrównoważonego rozwoju. Jednym z wiodących przykładów jest inicjatywa [The Porto Protocol](#), ruch na rzecz przeciwdziałania zmianom klimatycznym i promowania odpowiedzialnego winiarstwa. Oprócz wdrażania zrównoważonych praktyk w samym winiarstwie organizacja inspirowa także nowe podejście do doświadczeń turystycznych w regionach winiarskich, które stają się platformą edukacyjną i społeczną. Goście nie tylko degustują wina, ale poznają konkretne działania producentów na rzecz środowiska – wizyty w winnicach coraz częściej obejmują elementy storytellingu o odpowiedzialnej uprawie, warsztaty związane z regeneratywnym rolnictwem czy wspólne działania z lokalnymi organizacjami.

Pomagaj jedząc, integruj się gotując

[Saluhall Ingka Group w San Francisco](#) nie jest zwykłą halą gastronomiczną. Siadając przy stoliku, goście aktywnie wspierają nowo powstałe firmy w regionie Zatoki San Francisco. Znajduje się tu nie tylko pięć restauracji prowadzonych przez mniejszości etniczne, ale także szkoła gotowania, w której szefowie kuchni z lokalnych instytucji prowadzą zajęcia dla gości w każdym wieku, wykorzystując sezonowe produkty pochodzące z całej zatoki i reprezentując różne tradycje kulinarne. Doświadczenie jest niedrogi i natychmiastowo zapewnia odwiedzającym poczucie przynależności do miejsca, a mieszkańcom pozwala poznać techniki gotowania spoza ich kręgu kulturowego.



02 case study

Fot. Visit Faroe Island



WYSPY OWCZE

Domowa gościnność

[Heimablídni](#) czyli w języku farerskim „domowa gościnność” – to forma turystyki wspólnotowej, która pozwala podróżnym doświadczyć autentycznego życia na Wyspach Owczych. Mieszkańcy, często rolnicy lub rybacy, zapraszają gości do swoich domów na wspólny posiłek, przygotowany z lokalnych, sezonowych produktów. To okazja do spróbowania tradycyjnych potraw i posłuchania historii o farerskiej kulturze, ale też sposób na wspieranie lokalnej gospodarki i wzmacnianie społeczności.

03 RETHINKING 24-HOUR CITY

NEW ECONOMIC GROWTH

SDG 8/11

Nieodzownym doświadczeniem turystycznym pozostają nocne atrakcje. Ale filozofia „24 hour city” mocno się zmienia. Jeszcze niedawno utożsamiana głównie z życiem klubowym, barami i nocnym hedonizmem, dziś zyskuje bardziej przemyślaną formę. **Zrównoważona gospodarka nocy** redefiniuje czas po zmroku, stawiając w centrum potrzeby mieszkańców, dobrostan i nowe formy kultury nocnej. Miasto nocne przestaje być domeną wyłącznie turystów. Wzrost temperatur, nowe rytmy pracy i stylu życia sprawiają, że coraz więcej aktywności miejskich, od wellnessu po kulturę, przenosi się na godziny „po zmroku”.

Jednocześnie miasta coraz chętniej same świadomie budują wielowymiarowe, zrównoważone doświadczenia nocne, tym bardziej, że stają się one **cennym zasobem kulturowym** np. UNESCO uznało w 2024 [berlińską scenę](#) klubową za niematerialne dziedzictwo kultury. Nowa ekonomia nocy wymaga nowych mediatorów i strategii – miasta częściej inwestują w specjalne instytucje, które koordynują politykę nocną, promując rozproszone programowanie kulturalne, chroniąc prawo do snu mieszkańców i dbając o minimalizowanie konfliktów.



03 manifestacje

Fot. nachtburgemeester amsterdam



Akademickie bary

W chińskich miastach takich jak Szanghaj, Pekin i Nankin rośnie popularność tzw. [SciBars/academic bars](#), miejsc, które łączą swobodną atmosferę baru z dyskusjami, wykładami i warsztatami. To przestrzenie, w których życie nocne spotyka się z intelektualną wymianą w nieformalnej, otwartej i egalitarnej formule. SciBars przyciągają młodych profesjonalistów, naukowców i osoby ciekawe świata, które debatuje m.in. o sztucznej inteligencji, zmianach klimatycznych czy filozofii Wschodu. Zjawisko jest odpowiedzią na rosnącą potrzebę głębszych i bardziej znaczących form spotkań, [intelektualnej stymulacji i budowania kapitału społecznego](#).

Nocni burmistrzowie

Europejskie miasta powołują funkcję [nocnego burmistrza](#). Swojego przedstawiciela rozwoju miasta po zmroku mają już Amsterdam, Tuluza, Florencja, Praga, a w Polsce – Kraków i Sosnowiec. W Krakowie stoi on na czele powołanej w 2024 roku Komisji Zrównoważonej Gospodarki Nocy, której celem jest ochrona dziedzictwa kulturowego Krakowa i kształtowanie dobrych relacji pomiędzy mieszkańcami, przedsiębiorcami i odwiedzającymi miasto.



Fot. mat. prasowe Xiaohongshu

03 manifestacje

Fot. Four Seasons Hotels & Resorts

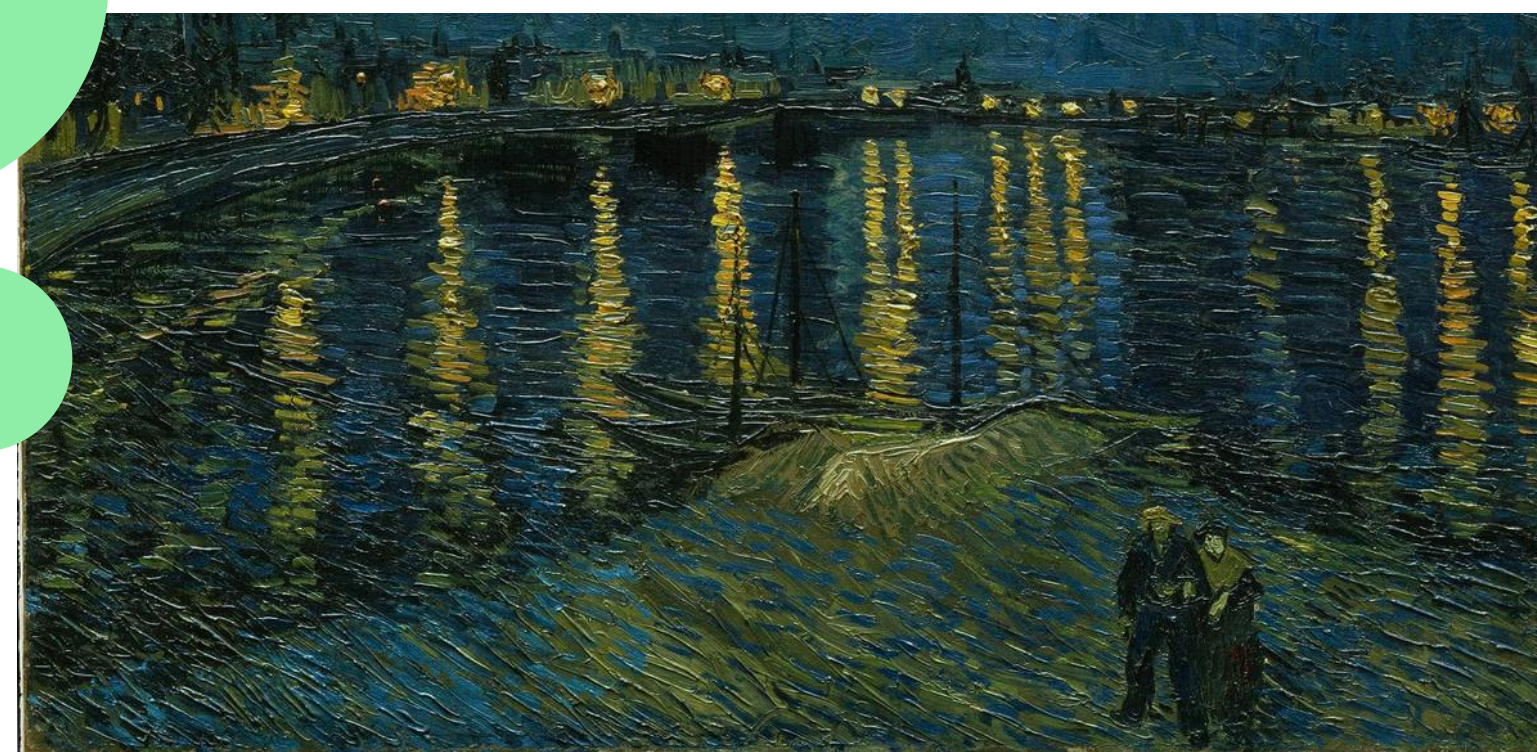


Hotelowe Nighttime wellness

Zmieniające się warunki klimatyczne, szczególnie wzrost temperatur oraz nowe nawyki pracy i styl życia sprawiają, że noc staje się nową areną aktywności także w branży hotelowej. Pojawiają się nocne spa, warsztaty, nocna joga – atrakcyjne dla tych, którzy chcą uniknąć upału, znaleźć chłód i aktywność po zmroku. Tak kształtuje się nowy wymiar nocnej ekonomii, wykraczający daleko poza dotychczasowe bary i życie klubowe. W Four Seasons Resort Bali turystom proponuje się m.in. nocne sesje jogi „full moon” w otoczeniu natury oraz specjalne Night Spa Rituals, dostępne po zmroku, kiedy temperatura sprzyja relaksowi. „Nighttime wellness” staje się jednym ze scenariuszy rozwoju branży adaptującej się do zmian klimatu.

24-godzinna wystawa

Instytucje kultury coraz śmielej sięgają po format 24-godzinnych wydarzeń. Wyraźnym przykładem jest spektakularne wydarzenie w londyńskiej National Gallery: wystawa „Van Gogh: Poets and Lovers” została otwarta w styczniu 2025 non-stop od piątku do soboty rano, co miało miejsce tylko po raz drugi w 200-letniej historii galerii. To koncept, który podkreśla nową definicję dostępu do kultury – nocna atmosfera stworzyła bardziej intymne, uważne i „święte” doświadczenie sztuki, wolne od dziennych spraw i tłumów. Frekwencja potwierdza sukces: wystawa okazała się najbardziej popularną płatną ekspozycją galerii (ponad 334 tys. odwiedzin), a większość biletów na nocne godziny została wyprzedana w ciągu jednego dnia.



03 case study

Fot. Stedelijk Museum Amsterdam



AMSTERDAM

Instytut nocnej kultury

Po ponad dziesięciu latach przygotowań Amsterdam otwiera nowy typ instytucji kulturalnej, poświęcony wyłącznie kulturze nocnej: [Institute for NightCulture](#). Jak piszą twórcy: „Podczas gdy muzea i galerie mają długą historię zakorzenioną w kulturze dnia, noc pozostaje niemal nietknięta na poziomie instytucjonalnym”. Misją tego pierwszego tego typu na świecie instytutu jest prezentowanie, produkowanie i dokumentowanie progresywnej i inkluzywnej kultury na przecięciu nocnego życia i sztuki współczesnej. Inauguracja odbyła się w 2024 roku [we współpracy z Stedelijk](#), muzeum sztuki współczesnej, znanego z odkrywania nowych artystów i wspierania innowacyjnych inicjatyw.

04 SUSTAINA-FEST MOVEMENT

REGENERATIVE & GREEN EVENTS SDG 11/13/17

Boom na turystykę festiwalową i podróże wokół wydarzeń masowych lub kulturalnych fenomenów – od koncertów globalnych gwiazd po stadionowe safari i set-jetting (wyjazd do lokacji filmowych) – trwa. 53% podróżnych rezerwuje wyjazdy inspirowane filmami lub serialami, a rekordowe 48% młodych turystów buduje wakacje wokół festiwalu i koncertów. **Jednak to intensywne zjawisko zaczyna generować nowe wyzwania:** emisje, presję na infrastrukturę, ślad węglowy artystów i widzów. W odpowiedzi rodzi się trend Sustaina-Fest Movement, czyli poszukiwanie bardziej zrównoważonych modeli turystyki eventowej.

Miasta, organizatorzy i publiczność inaczej podchodzi do tego, czym jest nowoczesny festiwal albo kulturalne wydarzenie i podróż wokół niego. Testowane są nowe schematy działania: od reagujących na wyzwania klimatyczne rozwiązań technicznych po regeneracyjne formaty wydarzeń, **które dają oddech** „zmęczonym” miastom, mieszkańcom czy nawet samym event-turystom.



04 SUSTAINA-FEST MOVEMENT

Sustaina-Fest Movement to trend, który spaja trzy dynamiczne zjawiska: wzrost turystyki festiwalowej i eventowej (i rosnące trendy: Gig Tripping, Stadium Safaris, Set-Jetting), nowe wymagania publiczności wobec jakości i wartości doświadczeń oraz presję na bardziej zrównoważone podejście do organizacji wydarzeń.

Paradise City Festival w Belgii zasila wydarzenie w 66% z OZE i podaje w 100% wege menu, Shambhala Festival w Kanadzie dostosował daty i infrastrukturę do nowych ryzyk klimatycznych, a DGTL Amsterdam działa jako żywe laboratorium cyrkularnych innowacji. Coraz więcej festiwali testuje systemy kompensacji emisji artystów, urban farming, a nawet recycling... moczu.

Jednocześnie **rośnie świadomość samej branży eventowej.** Inicjatywy takie jak Vision for Sustainable Events czy Greener Future rozwijają zrównoważone standardy i kompetencje dla całego sektora. Popularne, odbywające się od lat wydarzenia redefiniują też swój format. Projekty takie jak Another Week na Milan Design Week manifestują **nową wrażliwość:** zmęczenie miast nadmiarem eventów i potrzebę budowania regeneratywnego rytmu miejskiego życia. Odpowiedzią bywają mikroeventy i nowe formy kameralnej kultury, które pokazują, że mniej i bliżej może znaczyć paradoksalnie więcej. Coraz częściej pada pytanie – jak podróżować wokół wydarzeń, by robić to odpowiedzialnie, w zgodzie z mieszkańcami i klimatem?



04 manifestacje

Fot. Zuza Krajewska, mat. Enklawa

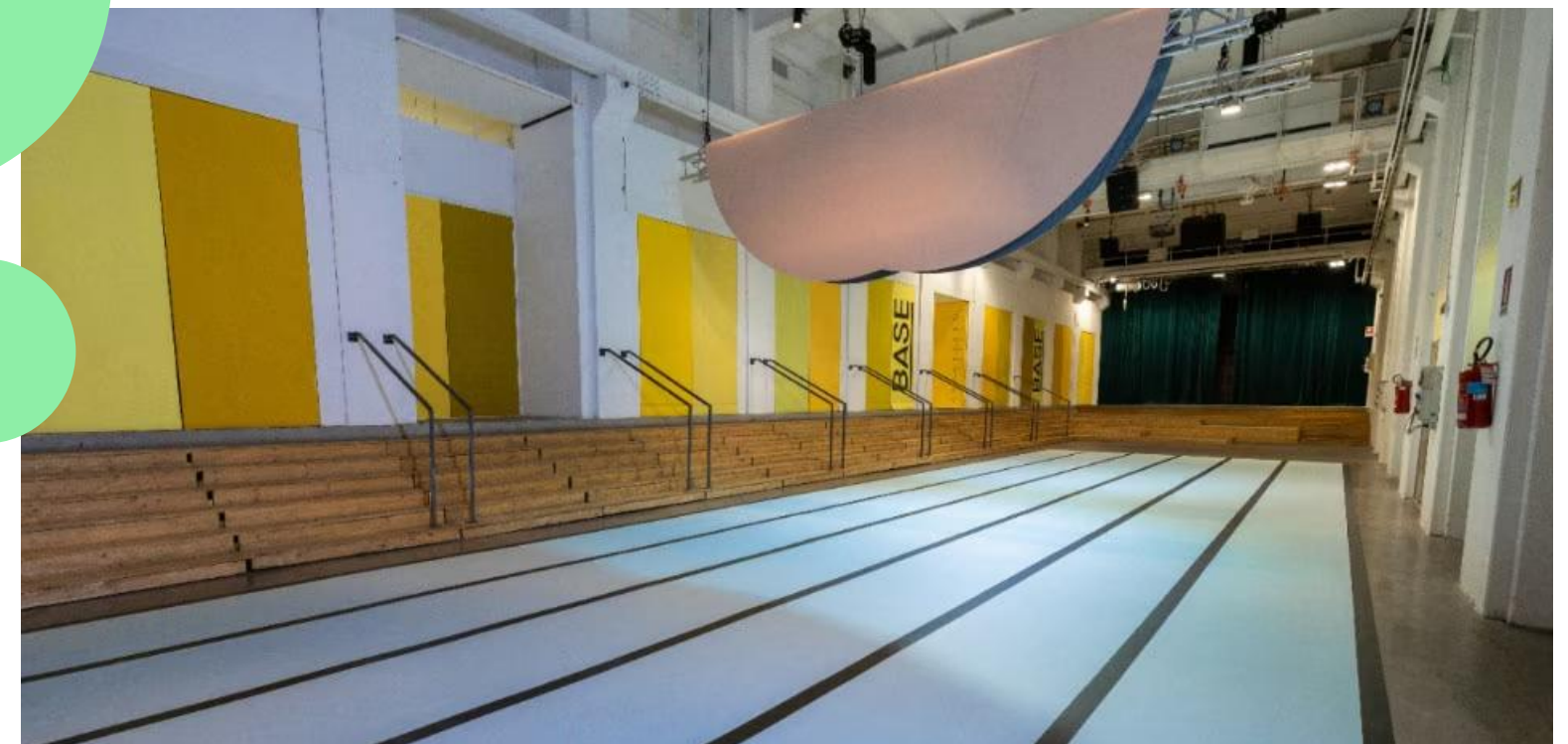


Mikrokoncert na ogródku działkowym

W odpowiedzi na przesyt masowych wydarzeń i rosnącą potrzebę bardziej intymnych, bezpośrednich doświadczeń, kultura na nowo odkrywa mikroskalę i kameralność. Dobrym przykładem jest cykl Enklawa, zainaugurowany przez Sobla, który zagrał sekretny koncert na ogródkach działkowych. Kameralne wydarzenie celowo oderwane od wielkich scen i infrastruktury, postawiło na kontakt artysty z publicznością, naturalne otoczenie i doświadczenie „bez spiny”. Mikrokoncerty wpisują się w szerszy trend kameralizacji kultury: kultura staje się bliższa, bardziej dostępna, osadzona w codziennych, ludzkich kontekstach, a w tym przypadku także poza kontekstem miejskiego zgiełku.

Another Week

W ramach refleksji nad przeciążeniem miast i mieszkańców przez intensywny kalendarz wydarzeń, na Milan Design Week 2025 pojawiła się [wystawa „Another Week”](#). Zrealizowana w BASE Milano, eksplorowała napięcie między kulturą kreatywną a wyczerpaniem miasta, w którym, jak zauważają kuratorzy, „zawsze trwa jakiś week”. Czasowe festiwale, targi i wystawy są dziś istotną częścią turystyki miejskiej, ale ich nagromadzenie zaczyna generować pytania o wpływ na codzienne życie mieszkańców, przeciążenie infrastruktury i klimatyczną równowagę. „Another Week” stawia prowokacyjne pytanie: czy da się tworzyć wydarzenia, które nie eksploatują, ale regenerują miasto? Zamiast jeszcze jednej ekspozycji produktowej przygotowano przestrzeń – ramę do refleksji o zmęczeniu i czasie wolnym, elementach rzadko obecnych w intensywnym rytmie miejskich festiwali.



Fot. BASE Milano

04 manifestacje

Fot. mat.promocyjne Paradise city



Festiwalowa rezyliencja

Festiwal [Shambhala](#) w Kolumbii Brytyjskiej (Kanada) [dostosowuje się do zmieniającego się klimatu](#) i rosnącego zagrożenia pożarami. Po analizie pogodowej ostatnich lat przeniesiono festiwalu z sierpnia na lipiec (mniejsze ryzyko pożarów). Dla zwiększenia bezpieczeństwa i odporności wprowadzono: system nawadniania wokół farmy, dostęp do wody pitnej, strefę przeciwpożarową, drogę ewakuacyjną i dodatkowe wejście. Ulepszono też komunikację – działa aplikacja z aktualizacjami, naklejki z numerami alarmowymi, codzienne odprawy oraz system SMS-ów dla gości. Festiwal zachowuje elastyczność w planowaniu, żeby budować odporność na zmiany.

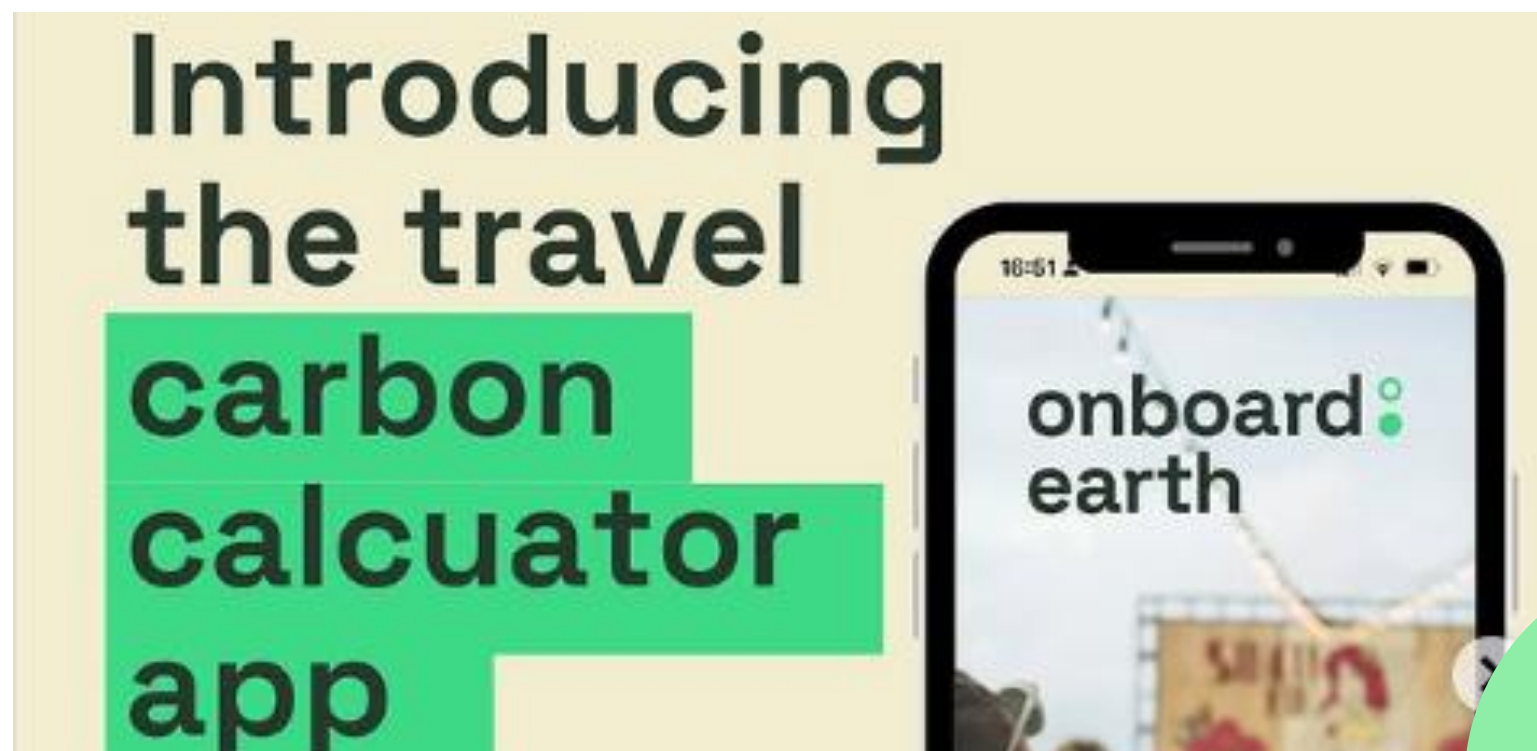
Kolektywny raj?

Perk w Belgii organizuje jeden z najbardziej zrównoważonych festiwali muzycznych na świecie (Paradise City) – w 2024 roku aż 66% energii wydarzenia pochodziło z OZE, a wszystkie serwowane posiłki były wegetariańskie lub wegańskie, co mocno obniżyło ślad węglowy całości. Festiwalowy Green Plan opiera się na trzech filarach: dbanie o siedem kluczowych obszarów (od transportu, przez jedzenie i energię, po wodę i relacje z lokalną społecznością), analiza danych środowiskowych i aktywne budowanie świadomości uczestników. Festiwal działa na „energii kolektywnego tańca”, w myśl hasła: „Miej otwarty umysł. Nie odrzucaj tego, co nieznanne. Nigdy nie zapominaj o życzliwości. Uwierz – to jest raj.”



Fot. mat.promocyjne Shambala

04 manifestacje



Festiwalowy carpooling

W 2024 roku [festiwal Electric Castle](#) w Rumunii zainicjował kampanię promującą carpooling, oferując bezpłatny parking dla w pełni obsadzonych samochodów i nagrody dla uczestników. W rezultacie 30 000 osób wzięło udział w kampanii, a 6 000 w pełni obsadzonych samochodów przybyło na teren festiwalu. Dodatkowo, festiwal rozpoczął trzyletni program zalesiania obszaru kempingowego, sadząc ponad 2 000 drzew z planowanymi kolejnymi 8 000 nasadzeń. Wszedł także w partnerstwo z przedsiębiorstwem społecznym [OilRight](#), które przetworzyło niemal tonę zużytego oleju spożywczego z festiwalowej strefy gastro na ekologiczne świece.

Niskoemisyjne podróże dla branży

Organizacja [onboard:earth](#) stworzyła [Travel Carbon Calculator](#) – darmową aplikację dla profesjonalistów branży eventowej, artystów i ekip technicznych, którzy chcą mierzyć i redukować ślad węglowy związany z podróżami na wydarzenia. Powstała we współpracy z Digitwell Solutions w odpowiedzi na potrzeby freelancerów i artystów koncertowych, którzy chcieli działać bardziej odpowiedzialnie wobec środowiska. Aplikacja umożliwia m.in. porównywanie tras pod kątem emisji i wybór opcji o najniższym śladzie węglowym czy wsparcie projektów regeneracyjnych poprzez offset węglowy (programy Trees+ i Energy Revolution).



04 manifestacje

Fot. Canva



Zrównoważony set-jetting

Aktor Idris Elba planuje budowę „Zollywood”, studiów filmowych w Tanzanii i w Ghanie oraz eko-miasta na wyspie Sherbro w Sierra Leone. Oba projekty mają rozwijać afrykański przemysł filmowy, wspierać lokalną społeczność i zrównoważoną turystykę, przyciągając filmowców i podróżników zainteresowanych „setcations”/ „set jetting” – trendem, który dynamicznie rośnie w Afryce dzięki takim produkcjom jak Mad Max: Fury Road, The Lion King czy Black Panther.

Zielony czerwony dywan

Największe europejskie festiwale filmowe wprowadzają ekologiczne alternatywy na czerwony dywan i to dosłownie! W Cannes [trzykrotnie zmniejszono częstotliwość wymiany czerwonego dywanu](#), co pozwala zaoszczędzić prawie 1400 kg materiału na każdą edycję. Zużyty dywan wykorzystywany jest ponownie w scenografiach, dekoracjach na ceremoniach czy do tworzenia upcyklingowych przedmiotów. Na Berlinale 2025 [Objet Carpet](#) dostarczył czerwony dywan, który nadaje się w pełni do recyklingu bez utraty jakości. Do jego produkcji wykorzystuje się przędzę z recyklingowanych sieci rybackich i odpadów przemysłowych, a lżejsza konstrukcja ogranicza emisje CO₂ w transporcie.



Fot. mat. promocyjne Objet Carpet

04 case study

Fot. mat.promocyjne AGF



GLOBAL

A Greener Future

[A Greener Future \(AGF\)](#) to organizacja non-profit zrzeszająca ekspertów w dziedzinie zrównoważonego rozwoju wydarzeń. Tworzy standardy dla branży eventowej, oferując certyfikację, szkolenia i strategię Net Zero dla festiwalu, wydarzeń sportowych, kulturalnych i rozrywkowych. Dzięki audytom energetycznym, analizom śladu węglowego, ocenom wpływu na bioróżnorodności, diagnozom zrównoważonego rozwoju, analizom cyklu życia i innowacyjnym narzędziom AGF wspiera organizatorów w realnej transformacji. Stoi m.in. za przełomowym koncertem [Massive Attack „Act 1.5”](#) – jednym z najbardziej ekologicznych wydarzeń tej skali. AGF wyróżnia też najlepsze praktyki – [przyznając nagrody](#) takie jak Greener Innovations Award, Circular Festival Award czy Greener Power Award, które promują pionierskie rozwiązania dla przyszłości branży.

04 case study

Fot. mat.promocyjne DGTL



DGTL DOCUMENTARY ROAD TO CIRCULARITY



AMSTERDAM

Żywe Fest-laboratorium

Festiwal muzyczny [DGTL Amsterdam](#) działa jako „żywe laboratorium” dla [zrównoważonych innowacji](#), testując nowe rozwiązania i dzieląc się wiedzą z branżą. Od 2022 roku jest w pełni cyrkularnym wydarzeniem, w 2024 roku wyprodukował krótkometrażowy dokument „[ROAD TO CIRCULARITY](#)”, prezentujący dotychczasowe wysiłki. Aktualnie wspólnie z Innofest DGTL testuje inteligentne kosze na śmieci, które automatycznie rozpoznają i segregują odpady, zwiększając efektywność recyklingu. Dodatkowo, mobilne roboty zachęcają uczestników do oddawania puszek, co zwiększa zaangażowanie. We współpracy z partnerem LV Energy DGTL bada możliwość pozyskiwania energii z fal dźwiękowych generowanych podczas festiwalu. Współpraca z SkyNRG pozwala z kolei na kompensację całego zużycia paliw kopalnych przez loty artystów za pomocą Sustainable Aviation Fuel (SAF) – paliwa lotniczego pochodzącego z odnawialnych źródeł. Testowany jest także cyrkularny łańcuch wykorzystania moczu – na terenie festiwalu zainstalowano specjalnie oznakowane pisuary zbierające mocz. Zebrany mocz jest odpowiednio oczyszczany, a zawarte w nim składniki odżywcze przetwarzane na kompost lub naturalne nawozy. Festiwal dba także o Urban farming i rozwija inicjatywy związane z rolnictwem miejskim, które pozwalają na produkcję świeżej, lokalnej żywności blisko miejsca wydarzenia.

05 SAVECATION

RESPONSIBLE CONSUMPTION SDG 8/12

W erze wysokich kosztów życia, globalnych napięć gospodarczych i coraz ważniejszego czynnika ekonomicznego zmierzamy z podróżowaniem **w kierunku sztuki rozsądnego wyboru**. Trend savecation stawia w centrum świadome gospodarowanie budżetem podróży i odpowiedzialne wydawanie w odwiedzanych miejscach. Przekłada się także na rosnącą popularność oszczędnych formatów podróżniczych doświadczeń. Zamiast dalekich eskapad krótkie microstays, na które docieramy samochodem lub pociągiem. W miejsce egzotycznych wypraw za Ocean – powrót staycation, czyli wakacji „na miejscu”, w swoim mieście lub regionie. Aż 46% Amerykanów nie planuje w tym roku żadnych wyjazdów wakacyjnych.

Istotniejsze staje się także odpowiedzialne wydawanie w destynacjach podróżniczych oraz wspieranie lokalnych usług, kupowanie bezpośrednio od rzemieślników, unikanie „wycieku ekonomicznego”, który w niektórych krajach sięga 70%. Savecation to dziś więcej niż oszczędność, to także **wybór, który pomaga budować lokalną odporność i kapitał społeczny**.



05 manifestacje



Fot. Canva

... do staycation

Drugim silnym nurtem jest powrót do staycation – wakacji spędzanych blisko domu, często we własnym regionie. To zjawisko wzmacnia się dziś pod wpływem rosnących kosztów podróży zagranicznych i biletów lotniczych, realnej potrzeby oszczędzania, a także coraz większej świadomości ekologicznej (i związanej z nią chęci ograniczenia śladu węglowego). [Aż 46% Amerykanów deklaruje, że w tym roku nie planuje żadnych wyjazdów](#), rośnie więc oferta pod ten tryb podróży – coraz popularniejsze stają się noclegi w lokalnych hotelach oferujących spersonalizowane pakiety staycation czy city breaks „u siebie” czyli pobyt w hotelu we własnym mieście połączony z eksploracją jego mniej znanych atrakcji.

Od microstays...

W warunkach rosnących kosztów życia, napiętych grafików i potrzeby równowagi pracy z odpoczynkiem, coraz więcej osób sięga po krótkie, intensywne formy wypoczynku tzw. microstay lub microbreaks. Wg Google Trends, wyszukiwania haseł typu „best short vacations” wzrosły w 2025 r. o 100% rok do roku. Rośnie też popularność lokalnych wyjazdów samochodowych do 100–300 km, pobytów w butikowych hotelach na 1–2 noce, krótkich wypadów wellness oraz tzw. city hoppingu, czyli krótkich przystanków w kilku miastach w czasie jednego wyjazdu. Microstay staje się także bardziej zrównoważoną alternatywą dla krótkich lotów (szczególnie w opcji city-hopping, która zachęca do wykorzystania np. europejskiej siatki połączeń pociągami), co ma niewątpliwie aspekt proekologiczny.



Fot. Loradu, Canva

05 case study

Fot. Trippin



GLOBAL

Spend where it matters

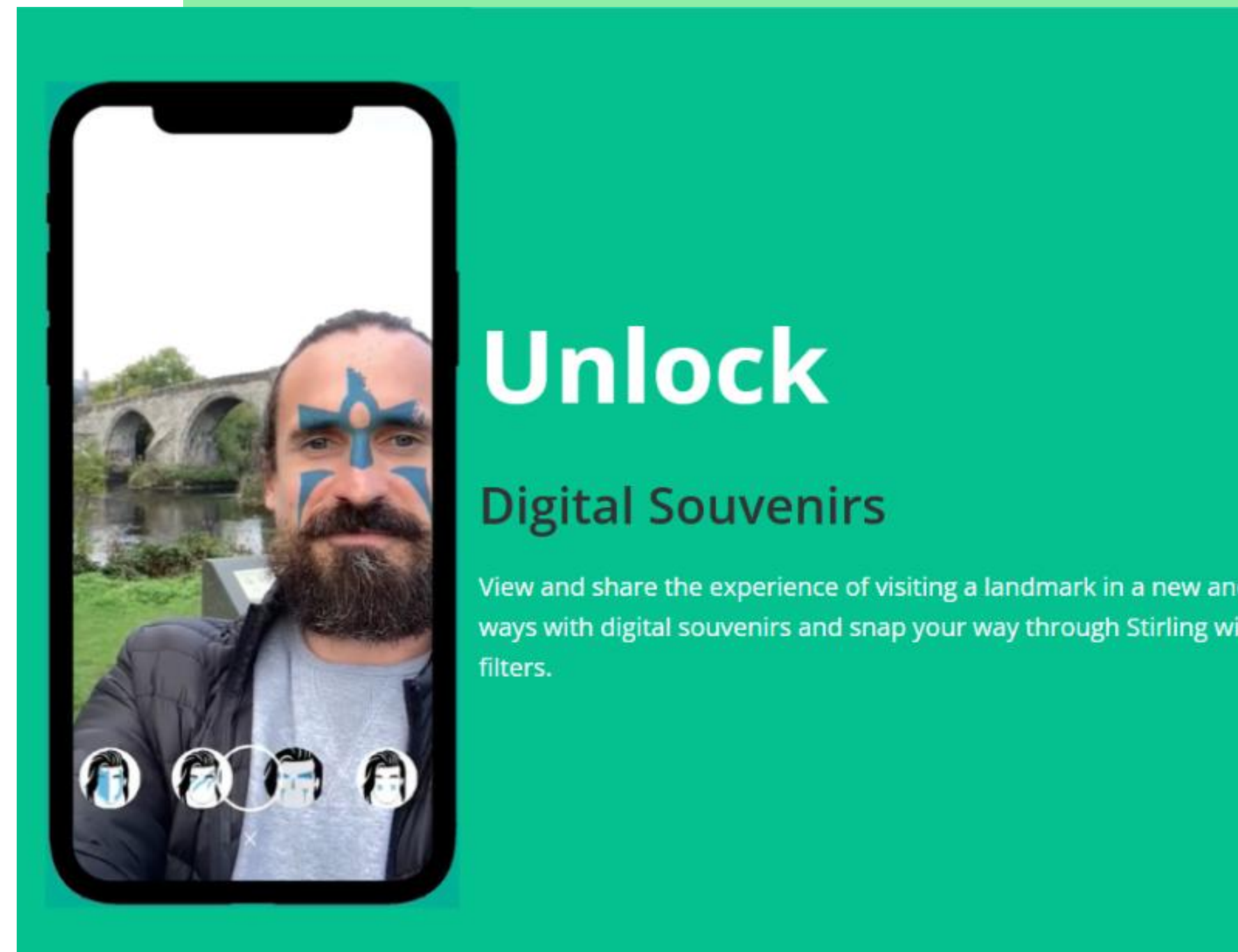
W myśleniu o zrównoważonej turystyce coraz wyraźniej przebija się wątek odpowiedzialnego wydawania pieniędzy podczas podróżowania, nie tylko w kontekście ekologii, ale również wpływu ekonomicznego podróży. Platforma [Trippin przygotowała serię przewodników dla świadomych podróżnych](#), która pokazuje jak decyzje finansowe mogą realnie wspierać lub szkodzić lokalnym społecznościom. W wielu destynacjach ekonomiczne wypływy (economic leakage) powodują, że nawet 70% przychodów z turystyki trafia poza lokalny rynek zasilając np. zagraniczne korporacje. Aby przeciwdziałać temu zjawisku, rośnie znaczenie intencjonalnego wydawania: wybierania lokalnie prowadzonych miejsc noclegowych, kupowania autentycznych, lokalnie wytwarzanych produktów zamiast importowanych pamiątek, korzystania z usług lokalnych przewodników i wspierania przedsiębiorstw działających w duchu gospodarki cyrkularnej. Świadome wydawanie obejmuje też bardziej etyczne podejście do negocjacji cen (haggling), odpowiedzialny wybór atrakcji przyrodniczych i korzystanie z turystyki opartej na wspólnotowych inicjatywach.

MEANINGFUL SOUVENIRS

Współczesne podróże to coraz częściej nie pogoń za gadżetami, lecz **poszukiwanie pamiątek z prawdziwą wartością emocjonalną, kulturową lub symboliczną**. Meaningful souvenirs wpisują się w szersze zjawisko, w którym przeżycia i autentyczne doświadczenia stają się ważniejsze niż materialne dobra ([już w 2016 r. 78%](#) millenialsów deklarowało, że wolą inwestować w wartościowe przeżycia niż rzeczy). W tym duchu rośnie zainteresowanie lokalnymi produktami z historią, także spożywczymi – wg badań, już 39% podróżnych regularnie odwiedza lokalne sklepy spożywcze, a 44% kupuje towary niedostępne w swoim kraju.

Bardziej zrównoważone pamiątki to także digital souvenirs. Koreańska wyspa Jeju wydaje karty turystyczne NFT i udostępnia opcje „proof of visit”, aby przyciągnąć turystów z pokolenia Z, a szkocki Stirling w ramach miasta rozszerzonego posiada opcję odblokowania nakładek AR jako [cyfrowych pamiątek](#). Odpowiedzią na poszukiwanie nowych form pamiątek są też interwencje artystyczne np. artystka [Macarena Ruiz-Tagle stworzyła kolekcję pocztówek](#) idealnych na podróż w dobie kryzysu klimatycznego. Z kolei indyjski resort The Leela przetwarza [zużyte kwiaty ozdobne na nietoksyczne kadzidła](#), wykorzystując technologię Flowercycling i zasady gospodarki obiegu zamkniętego oraz zatrudniając do produkcji kobiety z marginalizowanych środowisk.

KIERUNEK: DOŚWIADCZENIE



na obrzeżach

PROJEKTUJ DOŚWIADCZENIA OPARTE NA WARTOŚCIACH I RELACJI

Wzmacniaj ofertę turystyki kulturalnej, która daje przestrzeń na autentyczny kontakt z miejscem i wspólnotą. Twórz programy i narracje wykraczające poza „odwiedzenie atrakcji”, a pozwalające na realizację odpowiedzialnych lub społecznych celów. Zamiast promować wszystko dla wszystkich, otwórz się na kuratorowane doświadczenia odpowiadające na nowe potrzeby: autentyczność, intymność, wspólnotowość i osobisty sens podróży.

ZRÓWNOWAŻ KULTURĘ 24H I WYDARZENIA MASOWE / FESTIWALOWE

Projektuj przestrzenie i wydarzenia tak, by równoważyć potrzeby turystów i mieszkańców. Rozwijaj narzędzia do nocnego programowania kultury, zdecentralizowanej i „zielonej” logistyki festiwalowej i bardziej inkluzywnych, kameralnych, świadomych form uczestnictwa.

PRACUJ NA STYKU PARTNERSTWA I EKONOMII

Wzmacniaj lokalne ekosystemy: wspieraj twórców, rzemieślników i mikroprzedsiębiorców jako partnerów oferty turystycznej. Zachęcaj turystów do odpowiedzialnej konsumpcji i wspieraj inicjatywy przeciwdziałające „wyciekowi ekonomicznemu”.

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?

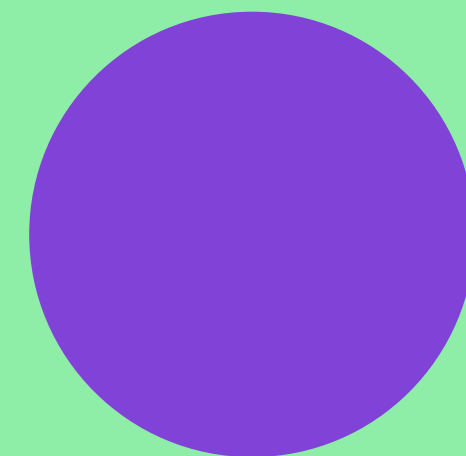
A co by było, gdyby każda nawet krótka podróż wzmacniała lokalną gospodarkę?

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

TRENDY



Fot. Mariam
Antadze



kierunek



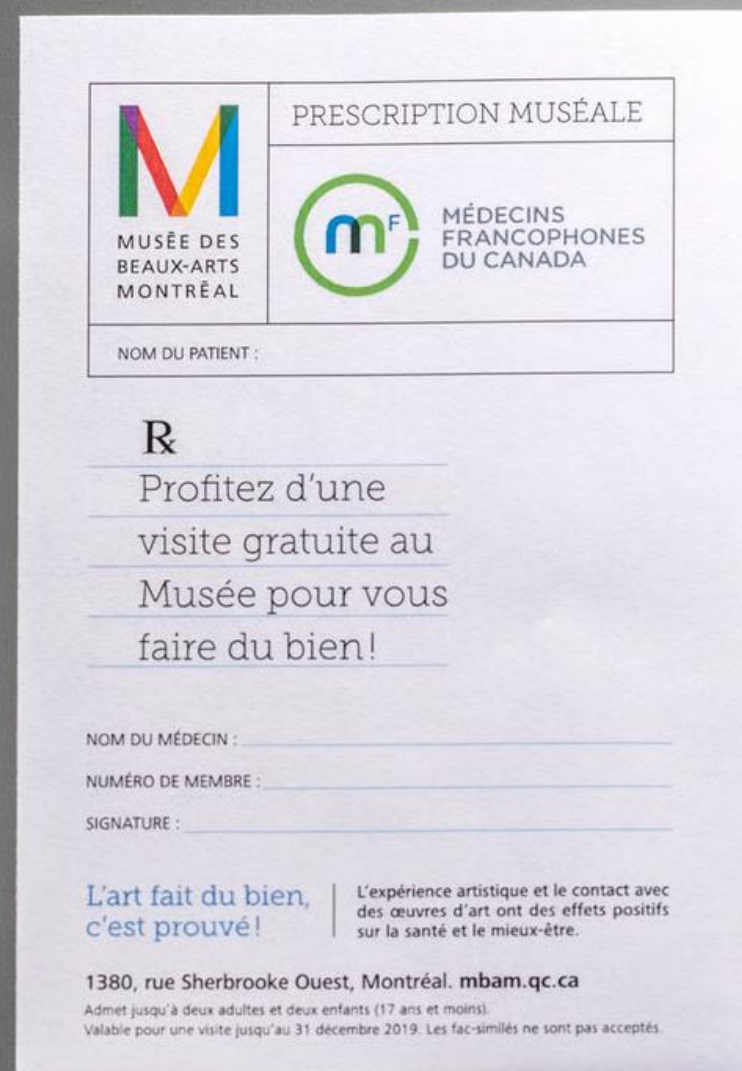
DOBROSTAN



**podróżować:
zdrowiej, ciszej, spokojniej**

Zwrot ku dobrostanowi zmienia sposób, w jaki podróżujemy. Częściej dziś wyjeżdżamy nie (tylko) po wytchnienie, ale po uleczenie: ciała, umysłu, relacji z naturą i z samym sobą.

W postpandemicznej erze na nowo doceniamy wartość zdrowia i coraz lepiej rozumiemy, że jest ono nierozdzielnie związane ze zdrowiem Planety. Szukamy więc podróży, które pozwalają na świadomy detoks od zanieczyszczeń współczesnego świata, takich jak smog, hałas, sztuczne światło. Wybieramy ciszę zamiast zgiełku i blask gwiazd zamiast niebieskiej poświaty ekranów. Odkrywamy terapeutyczną moc sztuki, a od karnetu na atrakcje wolimy receptę na długowieczność.



MONTREAL

Sztuka na receptę

Montreal wytyczył nową ścieżkę w myśleniu o dobrostanie, łącząc go ze sztuką. Miasto jest prekursorem nurtu social prescribing i jako pierwsze na świecie wprowadziło możliwość przepisywania wizyt w muzeum na receptę. Od 2018 roku kanadyjscy lekarze mogą kierować pacjentów na bezpłatne odwiedziny w [Musée des beaux-arts de Montréal](#), jako formę wsparcia psychicznego i fizycznego. Zamiast tabletki dostają oni kontakt ze sztuką, przestrzeń na oddech, regenerację i wzmacnianie więzi z bliskimi w bezpiecznym, inspirującym otoczeniu.

Jak podkreślają twórcy: „Uzupełniając konwencjonalne leczenie, te bezprecedensowe recepty pozwolą pacjentom w towarzystwie rodziny lub opiekunów czerpać zdrowotne korzyści ze sztuki podczas bezpłatnej wizyty w muzeum.” Dziś program działa także online, oferując cyfrowe recepty na zdigitalizowane zbiory i inspiruje miasta na pozostałych kontynentach.

06 CREATIVE HEALTH

WELLBEING THROUGH CULTURE SDG 3/10/17

Sztuka wspiera dobrostan, redukuje stres, obniża ciśnienie krwi i łagodzi ból, co potwierdzają m.in. badania i wytyczne WHO z 2019 r. Obcowanie z nią w muzeum, galerii czy lokalnej pracowni pomaga także przełamać samotność i budować poczucie więzi. **Coraz więcej miast uznaje udział w kulturze i twórczych aktywnościach za podstawowy składnik zdrowia społecznego.** Tak rozwija się trend Creative Health, w ramach którego sztuka coraz częściej staje się elementem miejskich polityk zdrowotnych, a także narzędziem kolektywnego leczenia traum, odzyskiwania dziedzictwa i budowania wspólnoty.

Na znaczeniu zyskują pionierskie rozwiązania: muzealne recepty, medytacyjne galerie, partnerstwa artystyczno-medyczne. Szlak przetarł Montreal, gdzie po raz pierwszy w 2018 r. lekarze zaczęli **przepisywać wizyty w muzeum na receptę**. Dziś podobne programy rozwijają się w Lille, Brukseli czy Neuchâtel, gdzie kultura wspiera leczenie, integrację i zdrowe relacje. Według World Cities Culture Forum, [kontakt z dziedzictwem może zwiększyć poczucie dobrostanu aż o 93%](#), a odkrycie lokalnego pomnika czy spacer po historycznym parku może być równie wspierające jak sesja terapeutyczna.



06 CREATIVE HEALTH

Creative Health to także przestrzeń dla nowych zawodów i formatów, które zmieniają reguły attention economy. W Manchester Art Gallery działa „Room to Breathe”, przestrzeń skupienia i uważności, odpowiadająca na zmęczenie bodźcami. To część kampanii „Mindful Museum”, zainicjowanej przez Louise Thompson, ekspertkę ds. zdrowia i dobrostanu w muzeach. Jej działalność sygnalizuje pojawianie się **nowych, interdyscyplinarnych ról w muzealnictwie i turystyce kulturalnej**. Instytucje są już nie tylko kuratorami sztuki, ale i kuratorami troski.

Od Singapuru po Oslo, od galerii zapewniających nastolatkom „zestawy emocjonalnej pierwszej pomocy” po chóry dla osób z demencją, kultura buduje dziś bardziej wspierające, regeneracyjne środowisko.

Globalne inicjatywy, takie jak Jameel Arts & Health Lab, budują mosty między **sztuką a systemem ochrony zdrowia**. Artyści i kuratorzy dbają o dobrostan społeczności razem z lekarzami i twórcami polityk miejskich. Creative Health to coraz szybciej rosnąca nisza, ale także zapowiedź głębszej zmiany, polegającej na redefinicji roli kultury w życiu społecznym i politykach zdrowia publicznego.

To również nowy kierunek dla turystyki, takiej która jest bardziej empatyczna, oparta na relacjach, uważności i (arte)terapeutycznym doświadczaniu sztuki. Nadchodzi czas podróży, które prowadzą nie tylko do galerii, ale do głębszego kontaktu ze sobą, z historią i z innymi.



06 manifestacje

Fot. „Understanding Creative Health in London”

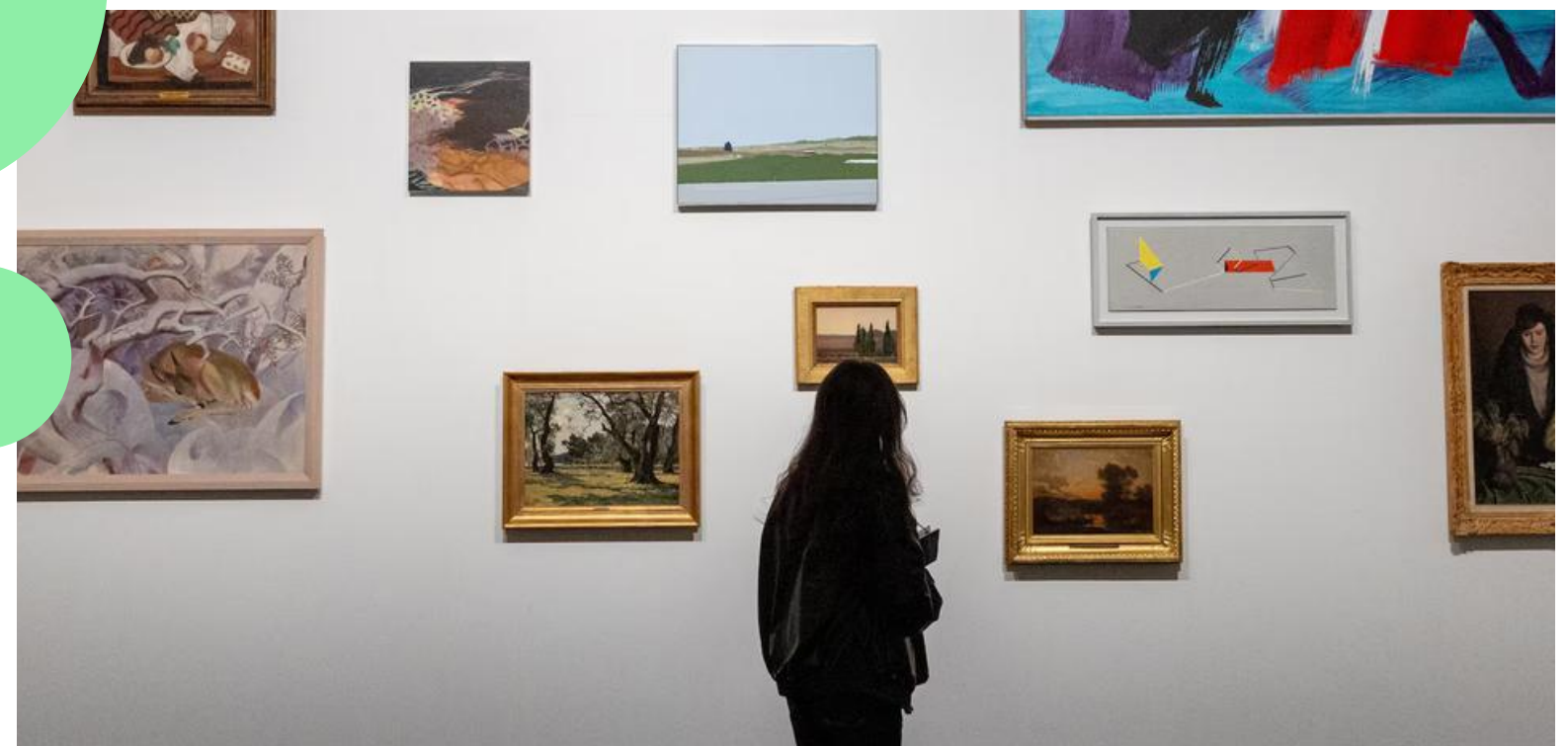


Dawkowanie: jeden obraz dziennie

W Europie rośnie popularność recept muzealnych, wzorowanych na kanadyjskim pionierze. W szwajcarskim Neuchâtel od 2025 roku lekarze mogą przepisywać pacjentom darmowe wizyty w jednym z czterech lokalnych muzeów, w tym w ogrodzie botanicznym. W ciągu pierwszego miesiąca wydano już 350 takich recept. We francuskim Lille pacjenci szpitala uniwersyteckiego korzystają z muzeoterapii w Palais des Beaux Arts, która wspiera ich powrót do zdrowia w ramach programu Therapeutic Patient Education. Z kolei Bruksela stawia na przeciwdziałanie samotności, jedna recepta umożliwia tam wizytę z trzema osobami towarzyszącymi, budując więzi i wspólnotę twórczych doświadczeń.

Zdrowa kultura metropolii

London bada, jak integracja sektorów sztuki i zdrowia wspiera dobrostan mieszkańców. Na zlecenie Greater London Authority dr Rebecca Gordon-Nesbitt (specjalistka w obszarze Creative Health) i organizacja London Arts and Health opracowały raport „[Understanding Creative Health in London](#)”, mapujący współpracę instytucji kultury i zdrowia. Ta relacja ma w Wielkiej Brytanii głębokie, sięgające XVIII wieku korzenie, a dziś rozwija się m.in. poprzez kulturowe recepty społeczne. Według raportu Creative Health realnie wpływa na poprawę jakości życia i redukcję nierówności zdrowotnych w stolicy. To także kierunkowskaz dla nowego modelu miejskiej turystyki opartej na udziale w twórczych działaniach prozdrowotnych, od medytacyjnych tras w muzeach po terapeutyczne spacerunki w parkach.



Fot. mat. promocyjne Art and History Museum in Neuchatel

06 manifestacje

Fot. mat. promocyjne
National Gallery Singapore



Muzeum jako kurator troski

National Gallery Singapore rozwija program Art x Wellness, który łączy sztukę ze wsparciem zdrowia psychicznego i dobrostanu. W ramach [The Care Collection](#) – kuratorskiego wyboru dzieł wokół tematów takich jak rezyliencja, nadzieja, odwaga, połączenie/odłączenie, rozwój czy samoakceptacja – odwiedzający mogą znaleźć przestrzeń refleksji i ulgę od codziennego stresu. Kolekcja powstała z myślą o pracownikach ochrony zdrowia, ale jest dostępna dla wszystkich. Z kolei [Strength Through Art \(stART\)](#) to cykl spotkań dla młodzieży, który poprzez kontakt ze sztuką pomaga rozwijać emocjonalną odporność, uważność i kreatywność jako formę samoopieki tzw. emocjonalnej pierwszej pomocy (emotional first aid kit).

Sztuka dla odzyskania uważności

W Manchester Art Gallery powstał Room to Breathe czyli cicha przestrzeń z zaledwie trzema obrazami, zaprojektowana z myślą o zatrzymaniu się i głębokim kontakcie ze sztuką. Odwiedzający są zachęceni, by spędzić nawet 15 minut z jednym wybranym dziełem, wspierani przez prowadzoną medytację. To ruch na rzecz zdrowia psychicznego i odpowiedź na kryzys uwagi w świecie, w którym nasz attention span jest walutą. [Room to Breathe](#) jest częścią kampanii Mindful Museum, zainicjowanej przez [Louise Thompson](#), ekspertkę ds. zdrowia i dobrostanu w muzeach, której działalność sygnalizuje pojawianie się nowych, interdyscyplinarnych ról w sektorze turystyki kulturalnej.



Fot. mat. promocyjne
Manchester Art Gallery

06 manifestacje

Fot. Anette Øvreid



Twórcze interwencje zdrowotne

W latach 2024–2026 Oslo realizuje pilotażowy projekt [Dementia Choir](#), innowacyjną formę terapii muzyką, prowadzoną przez gminę we współpracy z Norwegian School of Music (NMH). Chóry dla osób z demencją to nie tylko wsparcie emocjonalne i poprawa jakości życia, ale też sposób na budowanie wspólnoty w drugiej połowie życia. Obecnie w Oslo żyje ok. 100 tys. osób z demencją, a liczba ta ma się podwoić w ciągu 20 lat. Śpiew staje się tu narzędziem aktywizacji, integracji i wzbogacenia życia kulturalnego miasta, ponieważ uczestnicy regularnie występują publicznie. Dla odwiedzających Oslo to szansa na doświadczenie lokalnej kultury w jej empatycznym, inkluzywnym wymiarze.

Plenerowy szpital dla duszy

[Hospital for the Soul](#) to lustrzana instalacja artystyczna w parku Casilda Iturrizar w Bilbao, stworzona przez Yazmany'ego Arboledę i mieszkańców miasta. Przestrzeń wokół magnolii zaprasza do refleksji nad relacją z naturą i leczenia pokoleniowej traumy po wojnie domowej w Hiszpanii. Projekt powstał w ramach globalnego wydarzenia The Well-Being Project, łączącego sztukę i zmianę społeczną. To przykład nowego myślenia o przestrzeniach publicznych jako o miejscach nie tylko rekreacji, ale także wspólnotowego uzdrawiania i budowania emocjonalnej odporności społeczności. Sztuka staje się tu katalizatorem rozmowy, pamięci i regeneracji, zarówno osobistej, jak i zbiorowej.



Fot. mat. promocyjne The Well-Being Project

06 case study

Fot. mat. promocyjne Jameel Arts & Health Lab



GLOBAL

Laboratorium sztuki i zdrowia

[Jameel Arts & Health Lab](#) to globalna inicjatywa rozwijana przez organizacje naukowe i kulturalne przy wsparciu Światowej Organizacji Zdrowia, której celem jest mierzalna poprawa zdrowia i dobrostanu poprzez sztukę. Lab łączy badania, działania artystyczne i kampanie społeczne, by integrować sztukę z systemami zdrowia publicznego i klinicznego. Jednym z kluczowych projektów jest festiwal Healing Arts – tygodniowy program z sympozjami, pokazami, warsztatami i pilotażowymi interwencjami artystycznymi, wspierający wdrażanie kreatywnych polityk zdrowotnych i realne podnoszenie well-beingu poprzez działania twórcze. W 2024 roku festiwale odbyły się m.in. w Dublinie, Bazylei i Nowym Jorku. W 2025 roku zadebiutuje edycja azjatycka w [Singapurze](#) oraz kolejne europejskie, m.in. w Barcelonie.

07 QUIETCATION

SOUND(LESS) HEALING

SDG 3/11/13

W świecie pełnym fizycznego i cyfrowego zgiełku, **cisza staje się luksusem, a czasem także lekarstwem**. Quietcation, czyli wakacje w ciszy, to rosnący trend odpowiadający na przebodźcowanie, zanieczyszczenie hałasem i potrzebę sensorycznego detoksu. Według Pinterest, [zainteresowanie „cichymi miejscami” wzrosło o 50%, a „spokojnymi przestrzeniami” o 42%](#). Podróżujący w stronę ciszy mają dziś coraz więcej opcji – kąpiele leśne, ciche sanktuaria, koncerty dźwięków natury, a nawet tzw. „no-talking cafes”, czyli kawiarnie bez rozmów. Powstają inicjatywy takie jak Quiet Parks International, które wyznaczają dzikie i miejskie strefy ciszy, tworząc fundamenty nowej turystyki regeneracyjnej.

Quietcation to także impuls do **projektowania ciszy w codzienności**. Miasta testują „szepcące asfalty”, zielone ekrany akustyczne i fontanny maskujące dźwięk. Rozwiązania technologiczne i naturalne coraz częściej łączą się, tworząc mikroprzestrzenie wyciszenia, zarówno dla ludzi, jak i innych istot. Hałas to dziś drugi, po smogu, czynnik środowiskowy zagrażający zdrowiu ludzi i planety, dlatego [UE planuje zmniejszyć jego poziom o 30% do 2030 roku](#).



07 manifestacje

Fot. Robert Lindström



Ścieżki ciszy w mieście

W odpowiedzi na rosnące natężenie ruchu turystycznego i potrzebę troski o dobrostan mieszkańców, Helsinki stworzyły unikalny miejski szlak „[Sounds of Silence](#)” zapraszający do odkrywania spokojniejszych zakątków miasta. Trasa prowadzi przez miejsca oferujące naturalną lub świadomie zaprojektowaną ciszę: od parków i wybrzeży, przez muzea i bibliotekę, po mniej oczywiste przestrzenie kultury, jak kaplica ciszy Kamppi. Każdy punkt na mapie oferuje inny rodzaj dźwiękowego doświadczenia. Szlak pomaga rozproszyć tłum zwiedzających poza główne atrakcje, a jednocześnie promuje nowy sposób poznawania miasta oparty na zmysłach, kontemplacji i głębszym połączeniu z otoczeniem.

Fontanny kontra hałas

Antwerpia instaluje [wyciszające fontanny](#) w parku Brilschanspark, aby złagodzić hałas uliczny. Zaprojektowane przez badaczy z Ghent University i artystyczny kolektyw Aifoon, którego twórcza praktyka oscyluje wokół zmysłu słuchu, generują kojące tło akustyczne, które ma chronić mieszkańców przed hałasem pobliskiej autostrady. W ramach pilotażu testowane były różne konfiguracje dźwiękowe, a lokalna społeczność mogła ocenić, które z nich działają najskuteczniej. Inicjatywa jest częścią miejskiej strategii Antwerpii na lata 2025–2029, stawiającej na innowacje poprawiające dobrostan także poprzez bardziej świadome projektowanie krajobrazu dźwiękowego. Korzystają na tym i lokalsi, i turyści.



Fot. atv

07 manifestacje

Fot. mat. promocyjne Silent Living



Pobyty w sanktuarium ciszy

[Silent Living](#) to portugalski projekt łączący sieć domów gościnnych z regeneracyjną farmą Herdade no Tempo w Alentejo oparty na idei ciszy jako narzędzia głębokiej regeneracji. Architektura kompleksu czerpie z lokalnego dziedzictwa, przefiltrowanego przez nowoczesny minimalizm, tworząc przestrzeń do uważności, odpoczynku i odłączenia się od nadmiaru bodźców. Farma działa w zgodzie z zasadami rolnictwa regeneracyjnego, wspierając bioróżnorodność, sekwestrację węgla i retencję wody. Pobyt oferuje ciszę, kontemplację i integrację z naturalnym rytmem życia.

Komunikacja w trybie cichym

W Japonii od kilku lat rośnie popularność tzw. „[silent cafés](#)” – kawiarni bez rozmów i muzyki, oferujących wytchnienie od miejskiego hałasu. Otwarta w 2024 roku [Shojo](#) w Osace idzie o krok dalej: cisza służy tu nie tylko odpoczynkowi, ale i tworzeniu przestrzeni wolnej od barier dla niesłyszącego personelu. W Shojo dozwolona jest wyłącznie komunikacja za pomocą języka migowego, pisma i gestów. Klienci mogą dzięki temu odkrywać nowe, kreatywne sposoby porozumiewania się, doświadczyć świata z perspektyw osoby z niepełnosprawnością słuchową i praktykować uważność. Dla turystów wizyta w Shojo to także szansa na doświadczenie ciszy jako elementu kultury, która w Japonii postrzegana jest jako pełnoprawna forma wyrazu i społecznego szacunku.



Fot. mat. promocyjne Shojo

07 manifestacje

Fot. mat. promocyjne LIFE SILENT

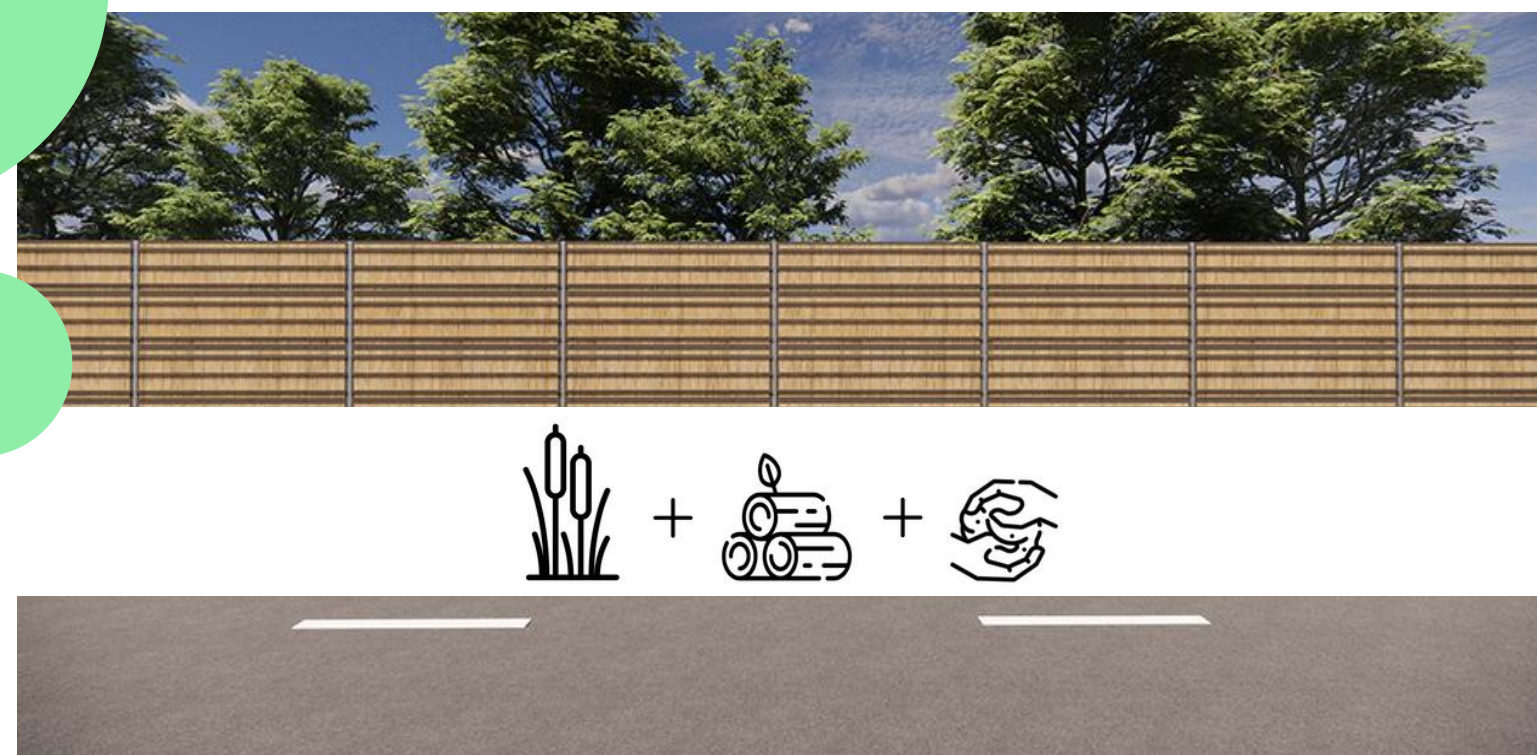


Mobilność wkracza na cichsze tory

Włochy startują z [LIFE SILENT](#), nowatorskim programem wspieranym przez Unię Europejską, którego celem jest wyciszenie hałasu drogowego i kolejowego w duchu zrównoważonego rozwoju. W ramach projektu testowane będą innowacyjne nawierzchnie z recyklingu m.in. z tektury i zużytych opon, które pochłaniają dźwięk bez szkody dla planety. Pilotaż rusza w rzymskim obszarze Muratella, zamieszkanym przez ponad 150 tys. osób i przecinanym przez ruchliwą linię kolejową prowadzącą na lotnisko Fiumicino. Redukcja emisji hałasu to przede wszystkim ulga dla mieszkańców, ale też spokojniejsze i bardziej komfortowe warunki podróży dla tysięcy turystów każdego dnia.

Bariera dla dźwięków = dom dla owadów

Austriacki startup REEDuce opracował pierwszy na świecie system [ekologicznych ekranów akustycznych](#) wykonanych z trzciny, drewna i gliny. Wykorzystuje lokalnie pozyskiwaną, szybko rosnącą trzcinę – materiał lekki i łatwo odnawialny. Bariery nie tylko redukują hałas, ale także pochłaniają więcej CO₂, niż emitują podczas produkcji. Wiążą pyły zawieszane, poprawiając jakość powietrza. A przy tym wspierają dobrostan człowieka i natury, bo przestrzenie między łodygami trzciny tworzą naturalne siedliska dla owadów, takich jak dzikie pszczoły.



Fot. mat. promocyjne REEDuce

07 case study

[Fot. mat. promocyjne Quiet Parks International](#)



ŚWIAT

Misja ochrony ciszy

Quiet Parks International (QPI) to międzynarodowa organizacja non-profit, która dba o ochronę naturalnej ciszy jako zasobu niezbędnego dla zdrowia ludzi, dobrostanu zwierząt i równowagi ekosystemów. Założona przez ekologa akustycznego Gordona Hemptona, QPI certyfikuje miejsca wolne od hałasu antropogenicznego – od dzikich rezerwatów po miejskie parki i szlaki turystyczne. Pierwszym na świecie „Wilderness Quiet Park” został ekwadorski Zabalo River, a tytuł pierwszego „Urban Quiet Park” otrzymał Yangmingshan National Park w Tajpej. QPI wyznaczając „strefy ciszy”, promuje nowe formy turystyki regeneracyjnej takie jak kąpiele leśne, dźwiękowe spacerzy czy ciche pobyty, które przyciągają podróżnych poszukujących głębszego kontaktu z naturą i samym sobą.

08 NOCTOURISM

WELL-BEING AFTER
DARK

SDG 3/11/13

W świecie zanieczyszczonym światłem, w którym ponad 80% populacji nie widzi już naturalnego nocnego nieba, **prawdziwa ciemność staje się czymś wyjątkowo poszukiwanym.**

Pragnienie doświadczenia głębokiej nocy, widoku gwiazd i nieskażonej sztucznym oświetleniem natury napędza nowy, zrównoważony trend: nocną turystykę.

Badania Euronews wskazują, że 43% podróżników aktywnie poszukuje miejsc z naturalnie ciemnym niebem. W odpowiedzi na to zapotrzebowanie rośnie infrastruktura – tylko w 2024 roku powstało [25 nowych Międzynarodowych Miejsc Ciemnego Nieba](#). Równocześnie spektakularne zjawiska astronomiczne, jak przewidywane na 2027 rok zaćmienie Słońca, sprawiają, że astroturystyka ewoluje z niszowej pasji w świadomy ruch podróżniczy, a na mapach turystycznych pojawiają się innowacyjne, ekologiczne oferty, takie jak plenerowe „gwiazdne łóżka” w Kenii czy astrowioski w Namibii. Nocna turystyka, otwierając dostęp do tego, co pierwotne i nieskażone, nie tylko buduje dobrostan, ale staje się także coraz częściej inspiracją do aktywizmu na rzecz ochrony ciemności.



08 manifestacje

Fot. Joey Hamilton/Travel Oregon



Astro-sanktuarium

[Oregon Outback Dark Sky Sanctuary](#) to największy na świecie rezerwat ciemnego nieba – 2,5 mln akrów niemal nietkniętej nocnej przestrzeni. Ten pustynny region w południowym Oregonie stał się symbolem rosnącego trendu turystyki nocnej, łączącej doświadczenie natury z ochroną środowiska. Goście rozbijają namioty pod rozgwieżdżonym niebem, biorą udział w „stargazing parties” i eksplorują teren po zmroku. To ucieczka od świateł miast, ale także od cyfrowego zgiełku – na miejscu nie działa zasięg, a podstawą orientacji staje się analogowa mapa. W tej astronomicznej scenerii lokalne społeczności i organizacje prowadzą działania edukacyjne, a turyści i mieszkańcy doświadczają kontemplacyjnych przeżyć w bezpośrednim kontakcie z kosmosem.

Noce gwiazdnych opowieści

Polski festiwal kultury alternatywnej Slot Art organizuje [Noc Gwiazdnych Opowieści](#) – plenerowe wydarzenie łączące słuchowisko, muzykę na żywo i obserwację nieba. W duchu dawnych tradycji uczestnicy zasiądą wspólnie, by przy dźwiękach akordeonu wsłuchiwać się w baśnie, mity i historie inspirowane ziemią i kosmosem. Spotkanie poprowadzą teatrologi, artyści i badacze folkloru słowiańskiego. Wydarzenie odwołuje się do pierwotnej roli nocy jako przestrzeni refleksji, przekazywania mądrości i budowania więzi. To pomost między tradycją ustnych przekazów a współczesną potrzebą wspólnotowego doświadczania kultury i głębokiego kontaktu z naturą.



Fot. Kevin Wolf

08 case study

[Fot. mat. promocyjne Dark Sky](#)



ŚWIAT

Parki ciemnego nieba

[DarkSky International](#) to globalna organizacja non-profit, która chroni nocne niebo przed zanieczyszczeniem światłem. Edukuje, prowadzi certyfikację obszarów ciemnego nieba i współpracuje z samorządami przy tworzeniu odpowiednich regulacji, promując bardziej świadome oświetlenie i projektowanie przestrzeni. Celem jest przywracanie zdrowej ciemności wszędzie tam, gdzie jest ona dobrem wspólnym. Inicjatywa zyskuje coraz większe znaczenie także w kontekście astroturystyki. Opracowała m.in. zasady odpowiedzialnego korzystania z tej formy podróży, które mają chronić nocne środowisko i wspierać lokalne społeczności.

09 SLEEPICATION

PRIORITIZING REST

SDG 3/11

Jako „społeczeństwo zmęczenia” w świecie hustle culture, potrzebujemy głębokiego odpoczynku. Aż 85% Amerykanów deklaruje, że w ciągu ostatniego roku czuli się pozbawieni snu, a 55% rozważa w 2025 roku rezerwację sleepcation, czyli wakacji, których głównym celem jest **regeneracja przez sen**.

To trend, który jest z natury zrównoważony: promuje zwolnienie tempa, świadome odłączanie się od bodźców i troskę o zdrowie. Hotele i kurorty tworzą warunki sprzyjające nocnemu wyciszeniu. Pojawiają się nowe role, jak „**konsjerż snu**”, a pobyty są projektowane wokół rytmów okołodobowych i naturalnego światła.

Sleepcation rozwija się w dwóch kierunkach. Z jednej strony w stronę technologii, jak w kapsułowym hotelu 9 Hours w Tokio, oferującym precyzyjną analizę snu. Z drugiej – w stronę natury, poprzez sanatoria snu położone wśród dzikiej przyrody, kąpiele leśne i praktyki uważności. Na horyzoncie widać już kolejną fazę tego trendu, czyli pogłębianie doświadczeń sennych. Przykładem są [Dream Portraits](#), doświadczenia, które pozwalają tworzyć sztukę... podczas snu.



09 manifestacje

Fot. mat. promocyjne The Reef House



Zrównoważona oaza snu

Australijski The Reef House Adults Retreat oferuje holistyczny program [Sleep Easy](#), wspierający zdrowe nawyki snu i długofalowy dobrostan. Goście uczestniczą w zajęciach jogi i medytacji, a do dyspozycji mają menu poduszek, przewodnik Sleep Support Guide stworzony pod okiem badaczki i terapeutki snu Sabine Christelli oraz aplikację Sleep Easy Guest Portal z filmami, blogami, muzyką i autorską playlistą do wykorzystania zarówno podczas pobytu jak i po nim. Całość odbywa się w kameralnym ośrodku tylko dla dorosłych działającym w duchu zrównoważonego rozwoju z fokusem na lokalność, redukcję emisji, ograniczenie plastiku i szacunek dla przyrody oraz rdzennych właścicieli ziemi.

Świadome śnienie w VR

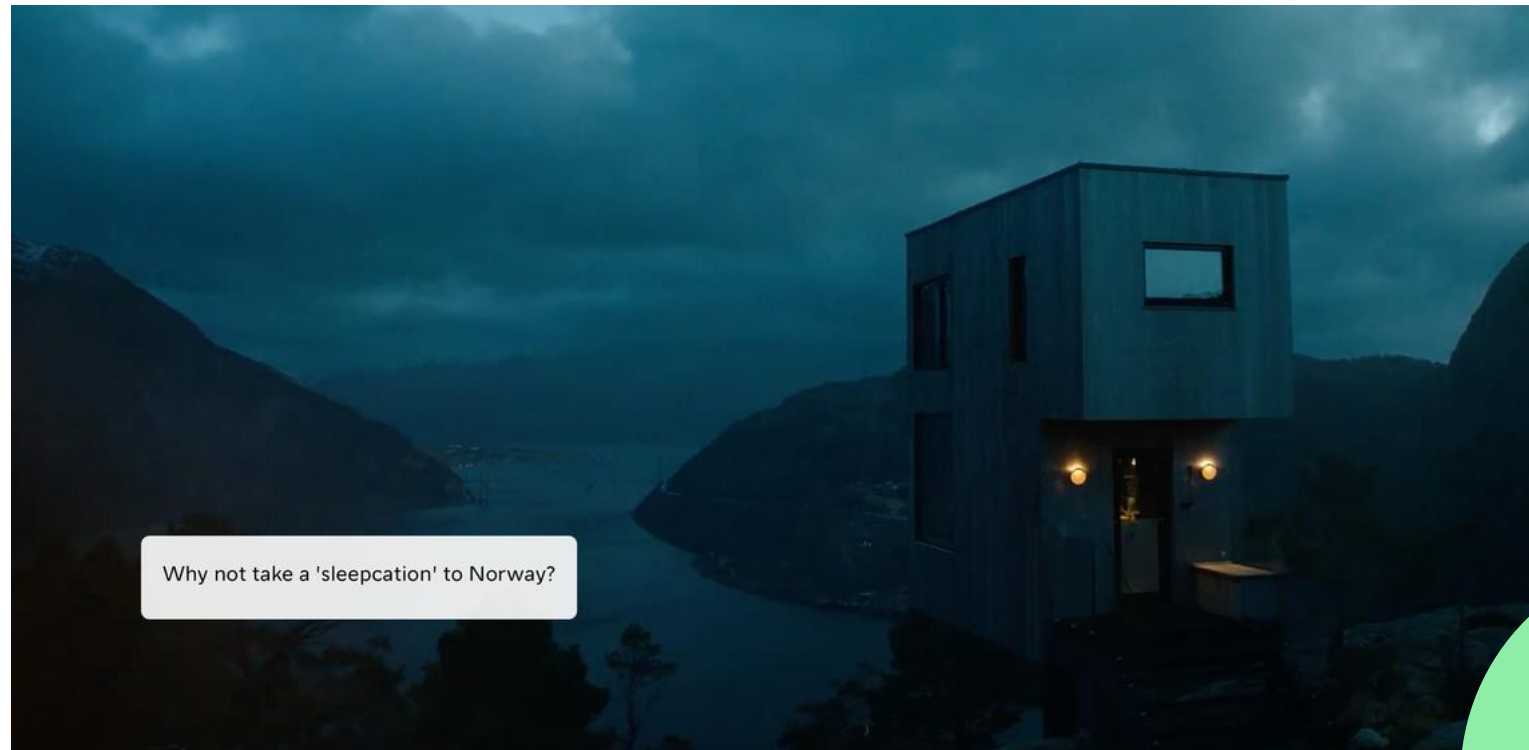
Hotel Kimpton Fitzroy London, posiadający eko-certyfikat Green Key, wprowadził doświadczenie „[Room to Dream](#)”, zaprojektowane we współpracy z ekspertem od świadomego śnienia Charliem Morleyem oraz artystą AI Samem Potterem. Gościom ułatwia się wejście w stan hipnagogiczny między jawą a snem w specjalnie przygotowanym pokoju wypełnionym zapachem lawendy i wyposażonym w gogle VR z wirtualną kotłowską. Mają oni także do dyspozycji dziennik snów, przewodnik po świadomym śnieniu i indywidualnie dobrane akcesoria. Na zakończenie otrzymują spersonalizowaną wizualizację swojego snu w formie cyfrowej pamiętki. Hotel podkreśla, że praktyka świadomego śnienia może wspierać zdrowie psychiczne, dobrostan, uważność i głębszy kontakt ze sobą.



Fot. mat. promocyjne Room to dream

09 manifestacje

Fot. mat. promocyjne Visit Norway

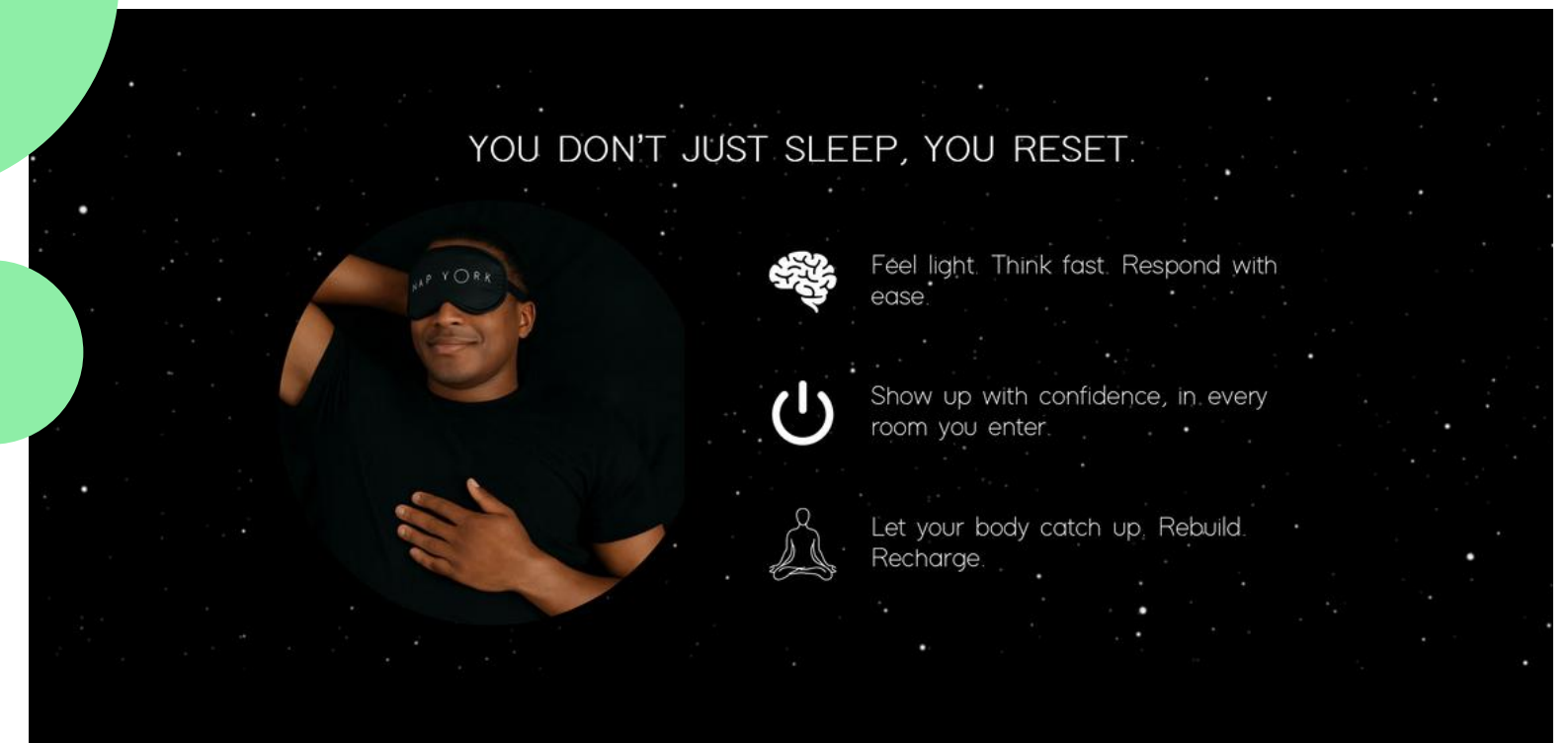


Nap York: drzemka w centrum NY

Rośnie popularność napcation, czyli wakacji z czasem na drzemki a wraz z nimi mikrotrend na hotele day-use, oferujące przestrzeń do krótkiej regeneracji w ciągu dnia. Jednym z pionierów jest nowojorski [Nap York](#), kapsułowy, zrównoważony hotel tuż przy Central Parku. Stworzony z myślą o zmęczonych miejskim zgiełkiem freelancerach, podróżnikach, „tech bros” i wszystkich, którzy potrzebują chwili wytchnienia, zapewnia prywatne, wyciszone kapsuły zaprojektowane z naturalnych materiałów, z oświetleniem i wentylacją wspierającymi zdrowy rytm okołodobowy i głęboki relaks. Wśród opcji do wyboru są: 30-minutowa drzemka, kilka godzin odpoczynku lub pełna noc snu. Nap York to mikroschronienie w sercu miasta, które ułatwia odpoczywania w ciągu dnia.

Noce w nordyckiej naturze

Norwegia promuje się jako [idealna destynacja na „senne wakacje”](#), podkreślając, że otoczenie ciszy i natury to najlepsze warunki na głęboką regenerację. Poza klasycznymi opcjami, jak domki z sauną czy gospodarstwa agroturystyczne, kraj oferuje bardziej immersyjne przeżycia. Noclegi w odizolowanych latarniach morskich, położonych na skalistych wybrzeżach, pozwalają zasypiać przy szumie fal i odgłosach sztormu. Jak pokazują badania, dźwięki wody redukuje stres i wspomagają sen, szczególnie gdy doświadczają się ich z bezpiecznej, ciepłej przestrzeni. Inną norweską propozycją jest przyjazd podczas nocy polarnej. Naturalna ciemność sprzyja wyciszeniu bez „rozpraszenia” światłem słonecznym, ułatwia zasypianie i pomaga przywrócić zdrowy rytm dobowy.



Fot. mat. promocyjne Nap York

09 case study

Fot. mat.promocyjne Timeshifter



GLOBAL

Aplikacja kontra jet lag

Turystyka snu niesie za sobą rozwój technologii wspomagających zrównoważone zarządzanie czasem aktywności i odpoczynku w podróży. Na tym tle wyróżnia się aplikacja [Timeshifter](#) jako osadzone w neurobiologii narzędzie wspierające walkę z jet lagiem. Opracowana przy współpracy z ekspertami NASA i naukowcami Harvard Medical School, oferuje spersonalizowane harmonogramy oparte na chronotypie użytkownika, trasie podróży i rytmie dnia. Dzięki precyzyjnym wskazówkom: kiedy wystawiać się na światło, spać, unikać ekranów czy przyjmować melatoninę, Timeshifter pomaga podróżującym szybciej zaadaptować się do nowej strefy czasowej, dbając o zachowanie zdrowego rytmu okołodobowego i minimalizując objawy zmęczenia. Aplikacja wspomaga świadome planowanie odpoczynku, ograniczając negatywne skutki przemieszczania się. To rozwiązanie, które pozwala podróżującym zarówno prywatnie, jak i zawodowo lepiej się regenerować i ograniczać dług energetyczny związany z mobilnością.

10 SOLOSCAPING

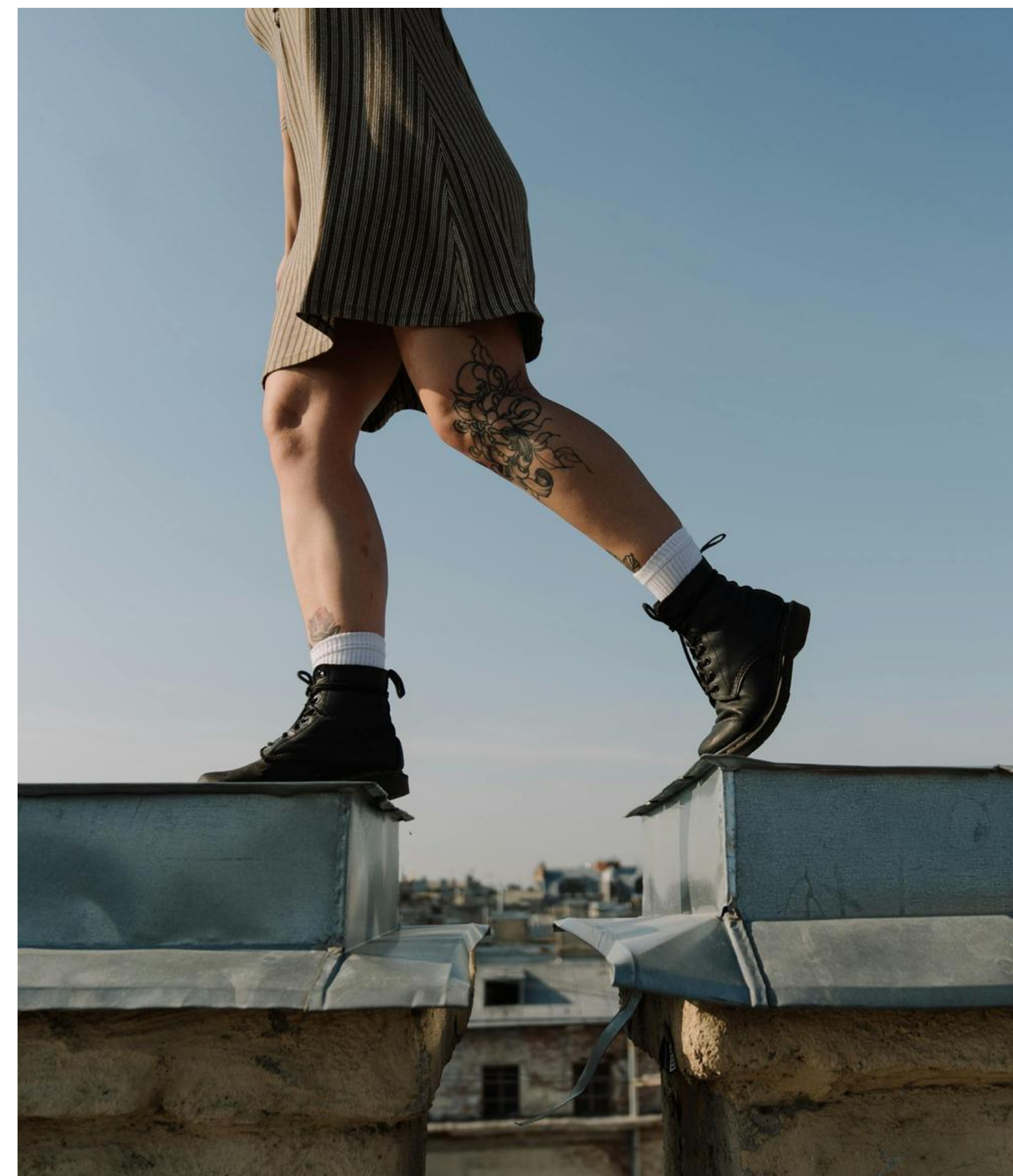
TRANSFORMATIVE SOLITUDE

SDG 3/11/12

Samotność staje się nową formą wypoczynku. To świadomy wybór przestrzeni na oddech, refleksji i głębokiego kontaktu z samym sobą. Aż 63% przedstawicieli Gen Z i 59% millenialsów deklaruje, że chętnie wybraliby się na wakacje w pojedynkę.

To nie chwilowa moda, lecz kulturowa zmiana. W świecie przebudźcowania **samotna podróż staje się współczesnym rytuałem przejścia**, intymnym doświadczeniem, które daje wolność, uważność i poczucie sprawczości. Coraz częściej solocation łączy potrzebę niezależności z intencją życia w zgodzie z naturą: [rośnie popularność ekologicznych „gap year”](#), a hasło „sabbaticals” (roczny urlop) osiągnęło [status „breakout”](#) w Google w 2024 roku.

W odpowiedzi powstaje cały ekosystem: od usług i ofert szytych na miarę podróżników solo ([wartość tego rynku ma przekroczyć 1,5 biliona dolarów do 2033 roku](#)), aż po tzw. **solitude-friendly design**, który zapewnia odosobnienie bez poczucia izolacji. Podróżnych przyciągają dawne szlaki pielgrzymów i nowe azyle samotności, jak minimalistyczne suity Folly Collection pośrodku pustyni Mojave, zaprojektowane z myślą o odłączeniu się od świata i powrocie do siebie.



10 manifestacje

Fot. mat. promocyjne Sabbatical



Solo odyseja

Coraz więcej osób decyduje się na sabbatical, dłuższy, świadomy urlop, który nie tylko daje oddech od codzienności, ale służy też głębokiej przemianie. Na tę potrzebę odpowiada m.in. agencja [Sabbatical Travel](#), tworząc transformacyjne podróże zgodnie z hasłem „Journey inward, travel outward”. Każdy wyjazd opiera się na przemyślanym procesie i jasno określonym celu, takim jak antidotum na wypalenie czy rytuał przejścia. Podejście agencji jest zakorzenione w [badaniach Harvardu](#), które potwierdzają, że dobrze zaplanowany sabbatical poprawia dobrostan psychiczny, kreatywność i jakość życia. Wszystko odbywa się w duchu zrównoważonej turystyki, we współpracy z lokalnymi partnerami i z szacunkiem dla planety.

Zgub się, żeby się odnaleźć

[Get Lost](#) to program agencji Black Tomato, stworzony dla tych, którzy są gotowi naprawdę się zgubić. Uczestnik wybiera konkretny klimat np. arktyczne pustkowia, mongolskie stepy czy marokańskie góry oraz poziom wyzwania, ale destynacja pozostaje tajemnicą aż do dnia wyjazdu. Na miejscu otrzymuje jedynie kompas i rozpoczyna pełne zanurzenie w nieznanym, samodzielnie (choć ze wsparciem koordynatora w tle) szukając drogi do celu. To podróż zaprojektowana jako transformujące doświadczenie i świadome wystawienie się na ciszę, fizyczne wyzwanie i mentalny reset. Osobista przemiana idzie tu w parze z troską o świat, ponieważ Black Tomato współpracuje z lokalnymi społecznościami, minimalizuje ślad węglowy i reinwestuje w miejsca, w których działa.



Fot. mat. promocyjne Black Tomato

10 manifestacje

Fot. mat. promocyjne Canopy & Stars



Osobiste sanktuarium

Brytyjska platforma [Canopy & Stars](#) oferuje zrównoważone miejsca idealne na samotny reset. do wyboru m.in. minimalistyczne chatki na szkockich wrzosowiskach, glampingowe namioty z widokiem na walijskie doliny czy odosobnione domki w środku angielskich lasów. Każde z nich to starannie wybrane doświadczenie, łączące ciszę i komfort z bliskością dzikiej natury. Wakacje w takiej samotni to nie tylko krok w stronę własnego dobrostanu, ale także wsparcie zrównoważonej turystyki. Platforma, będąca certyfikowanym B Corpem i współwłasnością pracowników, działa w duchu odpowiedzialności społecznej, ogranicza działalność w regionach dotkniętych nadmiarem turystów i dąży do neutralności węglowej do 2030 roku.

Przedział jednoosobowy

VIA Rail, kanadyjski przewoźnik narodowy, wprowadza w swoich pociągach opcję [Cabin for One](#). To ukłon w stronę solo podróżników: prywatna, cicha kabina z łóżkiem i panoramicznym oknem do podziwiania zmieniających się krajobrazów. Flagowa trasa prowadzi z Toronto do Vancouver, trwa cztery dni i obejmuje ponad 4 000 km przez lasy, prerie i góry. To podróż, która sama w sobie staje się celem – powolna, refleksyjna i zrównoważona alternatywa dla szybkiego transportu, dająca czas na kontakt z samym sobą.



Fot. mat. promocyjne Canadian Train Vacation

10 case study

Fot. mat.promocyjne Kumano Tourism Bureau



JAPONIA

Szlaki ciszy dla współczesnych pielgrzymów

Wobec sensorycznego przebudźcowania i permanentnego pośpiechu coraz więcej solo podróżników wybiera wędrowkę szlakami antycznych pielgrzymek. To osoby poszukujące niekoniecznie duchowego oświecenia, lecz głębszego kontaktu ze sobą, naturą i lokalną kulturą. Kieruje nimi potrzeba ciszy, fizycznego wyzwania i wewnętrznego resetu. Granica między pielgrzymką a „epickim spacerem” zaciera się, a wiele krajów promuje nowe trasy piesze jako antidotum na przeludnione atrakcje turystyczne.

W tym kontekście uwagę przyciągają japońskie szlaki: Kumano Kodo na Półwyspie Kii oraz Shikoku 88. Kumano Kodo to sieć tras wiodących przez góry, lasy i świątynie. Najbardziej cichy i introspektywny jest odcinek Iseji, znany jako „droga pokory” dawniej wybierany przez pielgrzymów pragnących w milczeniu przygotować się do spotkania ze świętością. Dziś oferuje głęboki spokój, samotność i rytm, który sprzyja wyciszeniu. Shikoku 88, choć bardziej rozciągnięta w czasie, oferuje podobne doświadczenia na trasie wokół 88 świątyń rozsianych po całej wyspie Shikoku. To zjawisko staje się alternatywą dla stacjonarnych ośrodków wellness, oferując budowanie dobrostanu w ruchu i doświadczeniu drogi.

10 case study

Fot. mat.promocyjne Folly Mojave



ŚWIAT

Solitude-friendly design

Rosnący trend podróży solo coraz wyraźniej odbija się w designie i architekturze i zachęca do projektowania przestrzeni z myślą o osobach poszukujących ciszy, prywatności i odosobnienia, ale bez poczucia izolacji. Już w 2024 roku New York Times [opisywał](#) rosnącą popularność tzw. solitude-friendly design. Przykłady? Na lotnisku w San Francisco powstała [strefa tylko dla solo podróżników](#), oddzielona roślinnością, z widokiem na niebo, sprzyjająca wyciszeniu. Hilton uwzględnia potrzeby takich osób już na etapie projektowania, zwłaszcza w przestrzeniach restauracyjnych. Oznacza to m.in. niestandardowe liczby miejsc przy barze czy większą różnorodność układów stolików – 39% podróżujących solo [deklaruje](#), że elastyczne opcje siedzenia poprawiają komfort podróży. Z kolei Folly Collection tworzy off-gridowe azyle ciszy jak [Folly Mojave](#), położone pośród pustynnego krajobrazu, z trzema minimalistycznymi suitami pod rozgwieżdżonym niebem.

11

LONGEVITY TRAVEL

FOR LONG & HEALTHY LIFE

SDG 3/11/12

Moda na długowieczność zmienia nasze pojęcie dobrostanu w podróży. Chętniej szukamy **rewitalizujących wyjazdów**, które wzmocnią nas fizycznie i emocjonalnie, pozwalając czerpać pełnię z życia na każdym jego etapie. Holistyczne ośrodki długowieczności stają się dziś sanatoriami nowej ery dla tych, którzy pragną głębokiej regeneracji. A longevity travel to jeden z najszybciej rozwijających się segmentów turystyki wellness, której [wartość do końca 2025 roku ma sięgnąć 1,3 biliona dolarów](#).

W obliczu globalnych zmian demograficznych i rosnącej grupy „silversów”, szczególną uwagę zwracamy na tzw. **blue zones** – miejsca, gdzie ludzie żyją najdłużej i najpełniej. Coraz więcej podróżnych udaje się do nich w poszukiwaniu inspiracji płynącej z prostych rytuałów: ruchu, diety, natury i wspólnoty. Dziś wiemy już, że prawdziwe źródło długowieczności leży także w relacjach, a najtrwalsze uzdrowienie przychodzi w bliskości z innymi. Nowe oblicze Longevity travel odzwierciedla ten zwrot w myśleniu. **Już nie „żyj dłużej”, ale „żyj lepiej”**. Zdrowiej. Wolniej. W towarzystwie.



11 manifestacje

Fot. mat. promocyjne Nantipa



Wellness na niebiesko...

Hotel Nantipa na kostarykańskim półwyspie Nicoya organizuje program [Blue Wellness](#), który łączy koncepcje stref długowieczności (Blue Zones) z teorią „Blue Mind”, podkreślającą dobroczynny wpływ wody na samopoczucie. Program bazuje na dwóch filarach dobrostanu: poczuciu wspólnoty oraz terapeutycznym działaniu wody. Goście zapraszani są do pogłębiania relacji z bliskimi, lokalną społecznością i przyrodą. Spotkania z rodzinami z Nicoyi i wspólne posiłki w tradycyjnych jadłodajniach pozwalają doświadczyć lokalnej kultury i stylu życia. Nantipa zachęca także do udziału w inicjatywach na rzecz ochrony środowiska wodnego, podkreślając, jak kluczowe dla dobrostanu ludzi są czyste i zdrowe ekosystemy. Wniosek? Długowieczność tkwi nie tyle w zindywidualizowanych praktykach, co w sieci głębokich powiązań z innymi.

...czy na dziko?

Kanadyjski Nimmo Bay wspiera długowieczność w duchu rewildingu. Jego pakiet [Wellness Within the Wild](#) łączy głęboki relaks, pracę z ciałem i kontakt z dziką przyrodą Kolumbii Brytyjskiej. Program oparty jest na sensorycznym doświadczaniu natury, m.in. poprzez leśne medytacje i kąpiele w deszczu, oraz indywidualnie dobranych rytuałach. Pakiet odzwierciedla szersze zjawisko łączenia regeneracji ze świadomością ekologiczną, bo ośrodek od lat działa w duchu zrównoważonego rozwoju. 85% energii czerpie z własnej elektrowni wodnej, budynki unoszą się na wodzie lub stoją na palach, aby zminimalizować ingerencję w ekosystem, a materiały budowlane pozyskiwane są lokalnie i z dbałością o środowisko.



Fot. mat. promocyjne Nimmo Bay

Fot. mat.promocyjne Blue Zones



ŚWIAT

Blue Zone Retreats

Organizacja [Blue Zones](#) od ponad 20 lat bada społeczności o najwyższej długości i jakości życia, identyfikując czynniki sprzyjające zdrowiu, szczęściu i długowieczności. Na podstawie tej wiedzy opracowała [dziewięć prostych praktyk](#), które promują dobrostan na poziomie jednostki, społeczności i środowiska. Działania organizacji obejmują zarówno badania i eksplorację, jak i transformację miast, w ramach których Blue Zones wspiera tworzenie przestrzeni sprzyjających zdrowemu stylowi życia oraz zmiany w systemach żywnościowych, politykach publicznych i strukturze społecznej.

Coraz częściej zasady Blue Zones pojawiają się też w turystyce. Kluczową postacią tego nurtu jest Céline Vadam, ekspertka ds. retreatów Blue Zones i zrównoważonego hotelarstwa. Współpracuje z kurortami, wprowadzając do ich oferty programy oparte na naukowo potwierdzonych praktykach długowieczności. Przykład: w 2024 roku hotel Halekulani Okinawa w Japonii rozpoczął trzyletnie partnerstwo z Blue Zones. [Inauguracyjny program](#) obejmował m.in. roślinne warsztaty kulinarne z lokalnym „warzywnym sommelierem”, poranne medytacje na łodzi i zajęcia z ceramiki. Miało to dać gościom praktyczne narzędzia do wdrażania zdrowych nawyków na co dzień oraz po powrocie.



TASMANIA

Podróż po czyste powietrze

Sezony smogowe stają się nową normą w wielu popularnych miastach turystycznych jak New Delhi czy Hanoi, a jakość powietrza coraz częściej wpływa na decyzje podróżnych. Zimowe miesiące dotąd uznawane w Azji za wysoki sezon, zamieniają się w okresy „toksycznej mgły”, gdy chłodne powietrze zatrzymuje zanieczyszczenia przy ziemi. Winne są pożary, emisje przemysłowe, ale też tradycyjne praktyki kulturowe. W efekcie turyści szukają nowych, zdrowszych kierunków, a kraje zmuszone są przemyśleć swoje strategie. Tasmania już to zrobiła. W 2023 roku ruszyła z [rozwijaną do dziś](#) kampanią „[Come Down for Air](#)”, która promuje nie atrakcje, a czysty, głęboki oddech. To zaproszenie do odpoczynku i regeneracji w jednym z miejsc o najczystszym powietrzu na świecie. W obliczu zmian klimatycznych takie podejście zyskuje na wartości, zarówno jako troska o zdrowie, jak i jako nowa forma odpowiedzialnej turystyki.

REST AS RESISTANCE

[The Nap Ministry](#) to amerykańska organizacja badająca „wyzwalającą moc odpoczynku i drzemki”. Jej kluczowa praktyka Rest is Resistance łączy sztukę performansu, instalacje site-specific i działania społecznościowe, aby tworzyć bezpieczne przestrzenie publiczne, w których ludzie mogą wspólnie odpoczywać.

Organizacja prowadzi immersyjne warsztaty i przeprowadza performansy artystyczne, traktując odpoczynek jako radykalne narzędzie zbiorowego uzdrawiania. Postuluje uznanie chronicznego braku snu za kwestię sprawiedliwości społecznej i rasowej, a sam odpoczynek za akt oporu.



Fot. [Charlie Watts](#)

PROJEKTUJ TURYSTYKĘ JAKO PRZESTRZEŃ REGENERACJI

Twórz oferty, w których celem nie jest intensyfikacja wrażeń, lecz odbudowa zasobów emocjonalnych, psychicznych i fizycznych. Kuratoruj programy oparte na cyklach natury i zdrowym rytmie okołodobowym, priorytetyzujące sen, ciszę, uważność oraz kontakt ze sztuką i naturą. Współpracuj z ekspertami – od lekarzy po artystów – by tworzyć regenerujące doświadczenia, które służą zarówno podróżnym, jak i środowisku.

WZMACNIAJ ZDROWIE PRZEZ KULTURĘ

Traktuj kulturę jak narzędzie zdrowia publicznego wspierające odporność psychiczną, poczucie sensu i integrację społeczną. Projektuj działania w duchu Creative Health takie jak programy arteterapeutyczne, kreatywne interwencje i spotkania ze sztuką, które odciążają układ nerwowy. Czerp z filozofii blue zones, by tworzyć oferty kulturalne i turystyczne wspierające długowieczność łączące relacje, kontakt z naturą, lokalną kuchnię, sztukę i rytuały codzienności.

TWÓRZ SOJUSZE NA RZEC ZRÓWNOWAŻONEGO DOBROSTANU

Buduj międzysektorowe partnerstwa między kulturą, ochroną zdrowia, turystyką i samorządami. Łącz siły na rzecz wspólnych celów, takich jak redukcja przebodźcowania, poprawa jakości życia i poziomu zdrowia lokalnych mieszkańców. Rozwijaj zintegrowane programy wspierające dobrostan ludzi i miejsc, które równoważą potrzeby wspólnot i ekosystemów.

KIERUNEK: DOBROSTAN

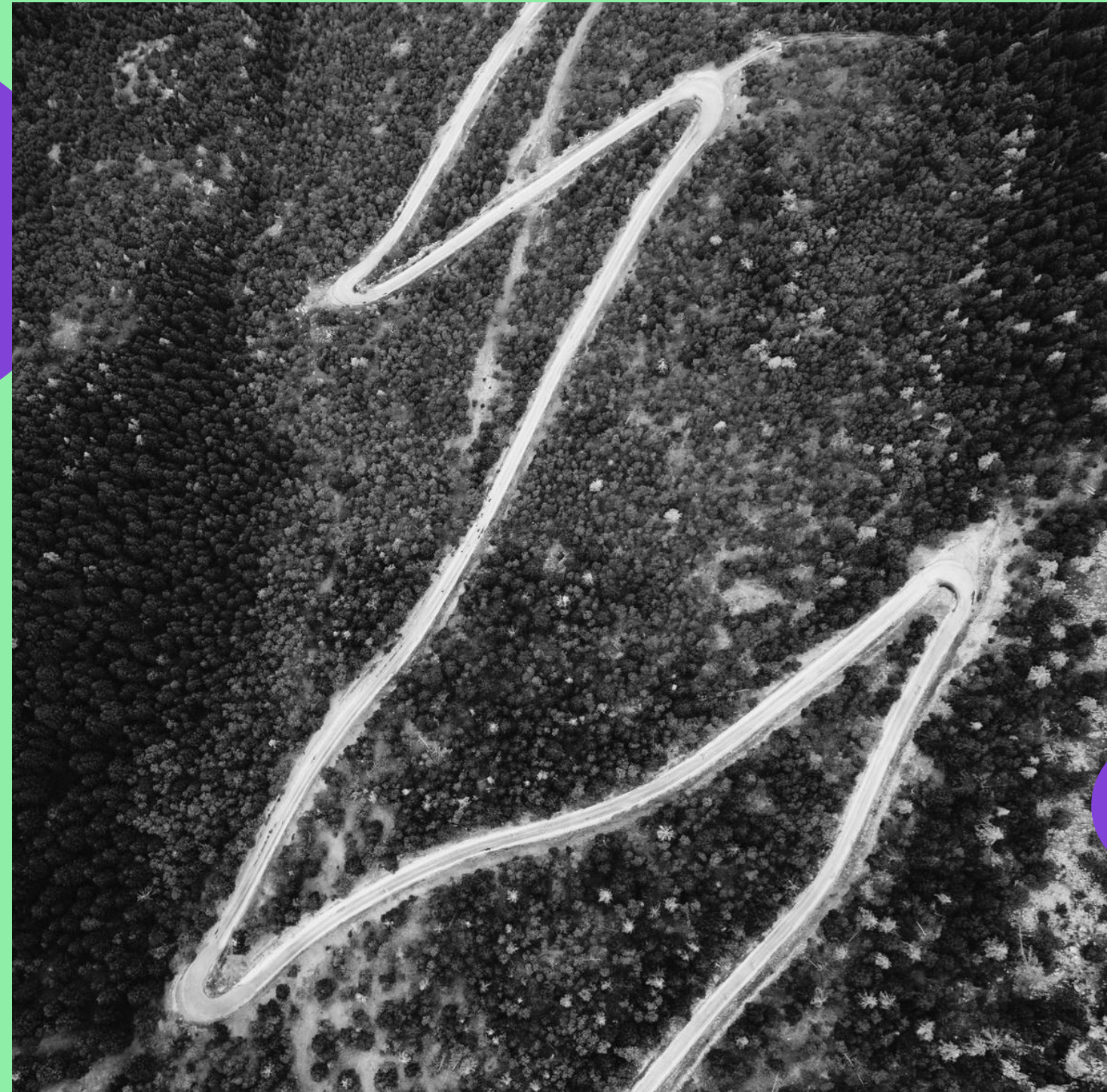
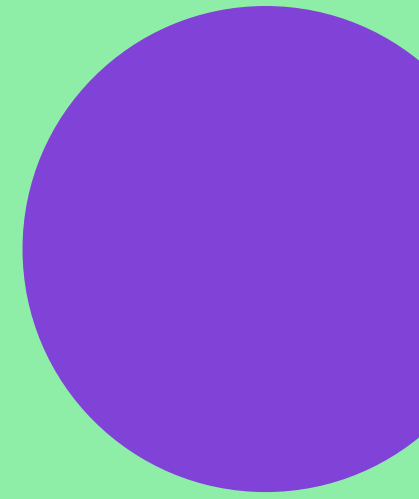
PYTANIA WHAT IF? DO NAMYSŁU:

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”?

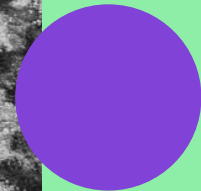
A co jeśli muzea stałyby się nowymi błękitnymi strefami? Jak projektować instytucje kultury, aby wspierały długowieczność, relacje społeczne i poczucie sensu?

TRENDY



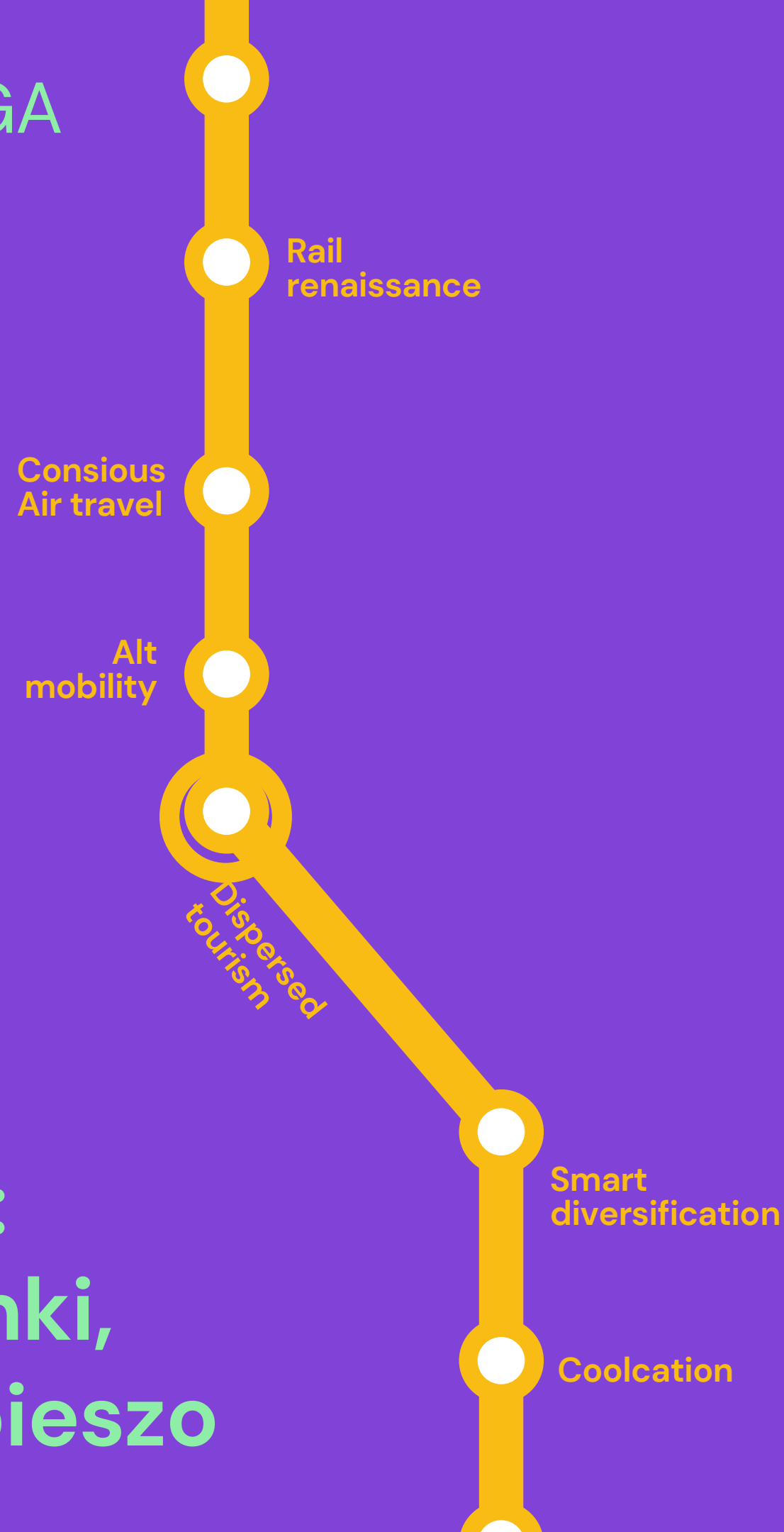
Fot. Ahmet Yüksek

kierunek



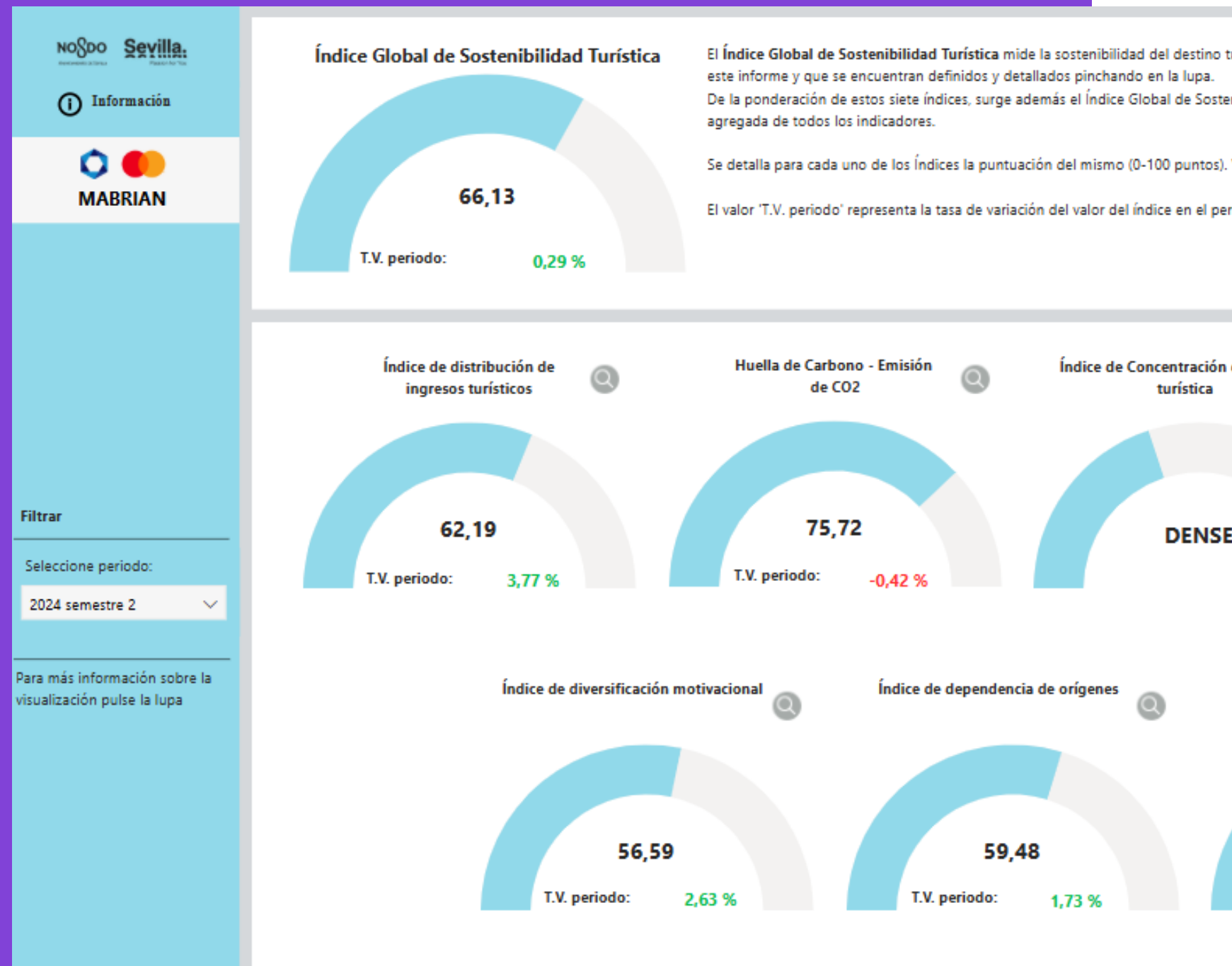
DROGA

KIERUNEK: DROGA



Przecieramy nowe szlaki dla mobilności turystycznej. Zmienia się nie tylko to, gdzie podróżujemy, ale także to w jaki sposób docieramy do naszych celów. W obliczu wyzwań klimatycznych, przeciążonej infrastruktury i zmieniających się oczekiwań podróżnych, mobilność w branży turystycznej przechodzi transformację.

Renesans kolei, rozwój mikromobilności, rosnąca popularność „slow travel” czy przemyślane strategie dywersyfikacji kierunków – obserwujemy, że sama droga zaczyna być traktowana inaczej. Jednocześnie miasta i regiony zaczynają świadomie zarządzać ruchem turystycznym, szukając rozwiązań dla overtourismu i wdrażając zasady odpowiedzialnego transportu. Nasze wybory transportowe czy wybory mniej popularnych kierunków stają się częścią doświadczenia i deklaracją nowych podróżniczych wartości.



SEVILLA

AI driven tourism

Sewilla wykorzystuje AI i zarządzanie danymi jako kluczowe narzędzie w dążeniu do zrównoważonego rozwoju turystyki. Wspiera w ten sposób m.in. zarządzanie przepływami turystycznymi – dzięki platformie [D/AI Destinations](#) miasto analizuje dane dotyczące popularności i nastrojów w różnych dzielnicach, co pozwala na dywersyfikację turystyki i odciążenie najczęściej odwiedzanych miejsc.

Stolica Andaluzji inwestuje także w kompleksowo monitorowanie aktywności turystycznej: przykładowo [Seville Tourism Intelligence System \(SIT\)](#) zbiera i analizuje dane z różnych źródeł, umożliwiając lepsze planowanie i podejmowanie decyzji w zakresie turystyki. Rozwijana jest także edukacja i współpraca – w ramach partnerstwa z Microsoft i Founderz, ponad 450 000 pracowników sektora turystycznego w Andaluzji otrzymało [bezpłatne szkolenia z zakresu odpowiedzialnej AI](#), co wspiera zrównoważony rozwój regionu.

punkt orientacyjny



12 RAIL RENAISSANCE

CARBON REDUCTION

SDG 9 /13

Podróże pociągiem przeżywają prawdziwy renesans i reprezentują zmianę w kulturze podróżowania – od "flight shame" do "train pride". **Kolej znacznie redukuje emisje węgla, ale jej prawdziwa moc leży w przekształceniu podróży w rytuał mindfulness** jako bardziej slow i bardziej świadomy sposób przemieszczania się. Z jednej strony troska o klimat, a z drugiej potrzeba doświadczania samej drogi, sprawiają, że coraz większą popularnością cieszą się nocne połączenia, luksusowe składy i malownicze trasy.

[30% wzrost przychodów w branży kolejowej pokazuje, że to nie niszowy trend, ale znaczący shift](#), na który odpowiada branża.

Luksusowe pociągi jak Britannic Explorer czy Orient Express tworzą "hotele na kółkach" i przekształcają podróż w event kulturalny, **gdzie sama droga staje się główną atrakcją**. Z kolei European Sleeper buduje nocną sieć między metropoliami, odpowiadając na potrzeby generacji "24-hour cities". W ten sposób kolej łączy nieoczekiwanie nostalgię z nowoczesnością. Dzięki inwestycjom w infrastrukturę i niskiej emisji CO₂ staje się symbolem nowej kultury podróżowania: alternatywnej, uważnej i przyjaznej planecie.



12 manifestacje

Fot. mat. promocyjne Belmonde



Kolejowe odkrywanie poza szlakiem

Renesans kolejowych podróży odradza także mniej uczęszczane i nieoczywiste kolejowe szlaki. Intrepid Travel wprowadza nową, 11-dniową trasę "[Trans-Mongolian Railway Adventure](#)", rozpoczynającą się w Pekinie i prowadzącą przez stepy Parku Narodowego Khustai, wydmy pustyni Gobi oraz duchowe miejsca Sainshand, kończącą się w Ułan Bator. Podróż łączy przejazdy pociągami z noclegami w hotelach i tradycyjnych mongolskich gerach, oferując uczestnikom autentyczne doświadczenie kultury i przyrody Mongolii. Trwa także moda na odkrywanie najbardziej spektakularnych i [widokowych tras kolejowych w Europie](#), jak np. 18-godzinna trasa z Sztokholmu do Narviku w Norwegii czy malowniczy przejazd Ekspresem Bernina z Chur w Szwajcarii do Turynu we Włoszech.

Nowa odsłona Orient Express

Branża luksusowych podróży wprowadza nowoczesną odsłonę dawnego uroku wolnego podróżowania. Belmond, należący do LVMH lider w segmencie ekskluzywnych podróży, zapowiada na lipiec 2025 debiut [Britannic Explorer](#), pierwszego luksusowego pociągu sypialnego w Anglii i Walii. Projekt celebrytuje brytyjską tradycję kolejową i pozwala odkrywać kraj na nowo w designerskim, ale jednocześnie bardziej zrównoważonym i niespiesznym stylu zwiedzania. Latem 2025 powraca także kultowy Orient Express jako projekt La Dolce Vita realizowany we Włoszech we współpracy z Accor, Trenitalia i Arsenale. Nowoczesny pociąg, inspirowany stylem lat 60. i 70., łączy włoski styl życia i lokalne wzornictwo od Dimorestudio, oferując pasażerom niezapomniane doświadczenie podróży przez malownicze regiony Italii.



Fot. mat. promocyjne Intrepid

12 manifestacje

Fot. mat. promocyjne European Sleeper



Nocą po Europie

Na tory Europy wjeżdża [European Sleeper](#), nowa inicjatywa w europejskim transporcie kolejowym, oferująca nocne połączenia między kluczowymi miastami kontynentu m.in. Brukselą, Amsterdamem, Berlinem, Pragą, Wenecją. Projekt oprócz środowiskowego komponentu, wpisuje się także w trend „24 hour cities” i rozwijającą się kulturę nocy, oferując komfortowe nocne przejazdy między europejskimi metropoliami. Stawia również na zrównoważoną mobilność dzięki opcji Bike & Rail – w przystępnej cenie można przewieźć rower, co umożliwia ekologiczne, intermodalne podróże po Europie

Stacja kolejowa z drukarki

Japonia, która od dawna jest liderem w rozwijaniu kolejowych innowacji, drukuje [pierwsze na świecie stacje kolejowe w 3D](#), łącząc dziedzictwo kulturowe ze zrównoważoną i niskokosztową technologią, aby zwiększyć dostępność komunikacyjną bardziej oddalonych obszarów. W regionie Kansai powstała przełomowa stacja Hatsushima – wykonana z prefabrykowanych elementów przez firmę Serendix została zamontowana w zaledwie sześć godzin. Projekt, choć nowoczesny, subtelnie odwołuje się do lokalnej kultury – zdobią go płaskorzeźby przedstawiające mandarynki i ryby, charakterystyczne dla regionu Arida. Inicjatywa stanowi odpowiedź na problem przedłużających się prac budowlanych na kolei, oferując szybkie, odporne na trzęsienia ziemi i tanie rozwiązanie dla rozwoju wiejskiej infrastruktury transportowej.



fot. mat. prasowe Serendix

12 case study

fot. mat. promocyjne Tefaf



GLOBAL

Turysto, przyjedź pociągiem

TEFAF (Europejskie Targi Sztuk Pięknych), wiodące światowe targi sztuki i antyków, wspólnie z Gallery Climate Coalition [zachęcają odwiedzających do przyjeżdżania pociągiem](#). Na tegoroczną edycję uruchomiono nowy „[Three country Train](#)”, który kursował dwa razy na godzinę między Maastricht, Heerlen i Akwizgranem oraz raz na godzinę między Liège a Maastricht. Zapewniał on lepsze połączenia z pociągami z Antwerpii, Paryża, Brukseli i Londynu, a także z Kolonii, Frankfurtu i Düsseldorfu. Podobne zachęty w postaci specjalnych nagród dla odwiedzających [przybywających do Kopenhagi pociągiem](#) wprowadził od tego roku flagowy projekt stolicy Danii – The Copen Pay.

13 CONSCIOUS AIR TRAVEL

DECARBONIZING FLIGHT TRAVEL SDG 3/9/13

W dobie “flight-shaming” bezpieczne przewiezienie klientów pomiędzy lotniskami to już zdecydowanie za mało – potrzebne są nowe działania i innowacje wokół rynku lotniczego. Podróże powietrzne wchodzą więc w nową fazę bardziej świadomego i odpowiedzialnego latania bez przerzucania kosztów dekarbonizacji na pasażerów i pozorowanych działań ocierających się o greenwashing. Największe nadzieje związane są z zrównoważonym paliwem lotniczym (SAF) i innowacyjnymi technologiami wokół ich produkcji.

Sukcesy na tym polu mogłyby zbliżyć branżę do systemowej rewolucji i redukcji emisji CO₂ o kilkadziesiąt procent. Regulacje ReFuelEU Aviation wprowadzają więc mandaty SAF: od 2% w 2025 do 70% w 2050, a linie lotnicze jak Finnair podwajają dobrowolne zakupy SAF lub jak KLM testują biopaliwowe połączenia transatlantyckie. Równolegle rewolucja wellness aviation wprowadza zrównoważony i przyjazny dobrostanowi design do kabin oparty na imitującym rytm dobowy oświetleniu, aromatach adaptogennych i mindfulness zones. Połączenie zaawansowanych technologii z human-centric design tworzy nowe doświadczenie latania i kieruje wspólne wysiłki na przebudowę całej branży.



13 manifestacje

Fot. mat. promocyjne British Airways



Sustainable Aviation Fuel

Międzynarodowe Stowarzyszenie Transportu Lotniczego (IATA) prognozuje, że produkcja zrównoważonego paliwa lotniczego (SAF) [podwoi się w 2025 roku, osiągając 2 miliony ton](#). Jednakże, mimo tego wzrostu, SAF będzie stanowić zaledwie 0,7% całkowitego zużycia paliwa w lotnictwie, co podkreśla potrzebę dalszych inwestycji i rozwoju technologii. Odpowiedzią mogą być [inwestycje dużych linii lotniczych](#) takich jak British Airways czy United Airlines np. w innowacyjne technologie, takie jak produkcja SAF z wykorzystaniem fotosyntezy przemysłowej oraz rozwój samolotów o zmniejszonym zużyciu paliwa. United Airlines planuje również zwiększyć wykorzystanie SAF w swoich operacjach na całym świecie.

Wellbeing na pokładzie

Coroczne nagrody Crystal Cabin Awards pokazują nowe podejście do dobrostanu podczas podróży lotniczych. Wśród laureatów nagrody w 2024 roku znalazły się Qantas i Diehl Aviation, która koncentruje się na potwierdzonych naukowo innowacjach w dziedzinie zdrowia, takich jak oświetlenie na pokładzie zoptymalizowane pod kątem rytmu dobowego oraz specjalna przestrzeń do rozciągania się i aktywności fizycznej. [Strefa ta ma na celu poprawę komfortu pasażerów](#) australijskiego narodowego przewoźnika podczas bardzo długich lotów np. z Sydney do Londynu.



Fot. mat. promocyjne Qantas

13 case study

Fot. mat.promocyjne Any Wear



JAPONIA

Podróżowanie bez bagażu

W 2023 roku Japan Airlines, we współpracy z Sumitomo Corporation, uruchomiły pilotażową usługę „[Any Wear, Anywhere](#)”, dzięki której turyści i osoby podróżujące służbowo mogą wypożyczyć ubrania na czas pobytu w Japonii. Zamiast pakować walizkę, wystarczy zarezerwować garderobę online, a zostanie ona dostarczona bezpośrednio do miejsca zakwaterowania. Wszystkie ubrania pochodzą z nadwyżek produkcyjnych i zbiorów używanej odzieży, co wspiera gospodarkę cyrkularną. Mniej bagażu oznacza też lżejsze samoloty i mniejszy ślad węglowy czyli realny krok w stronę bardziej zrównoważonej turystyki. Po udanym pilotażu, program został wprowadzony na stałe. Trwa właśnie kolejna runda rezerwacji na okres od maja do sierpnia.

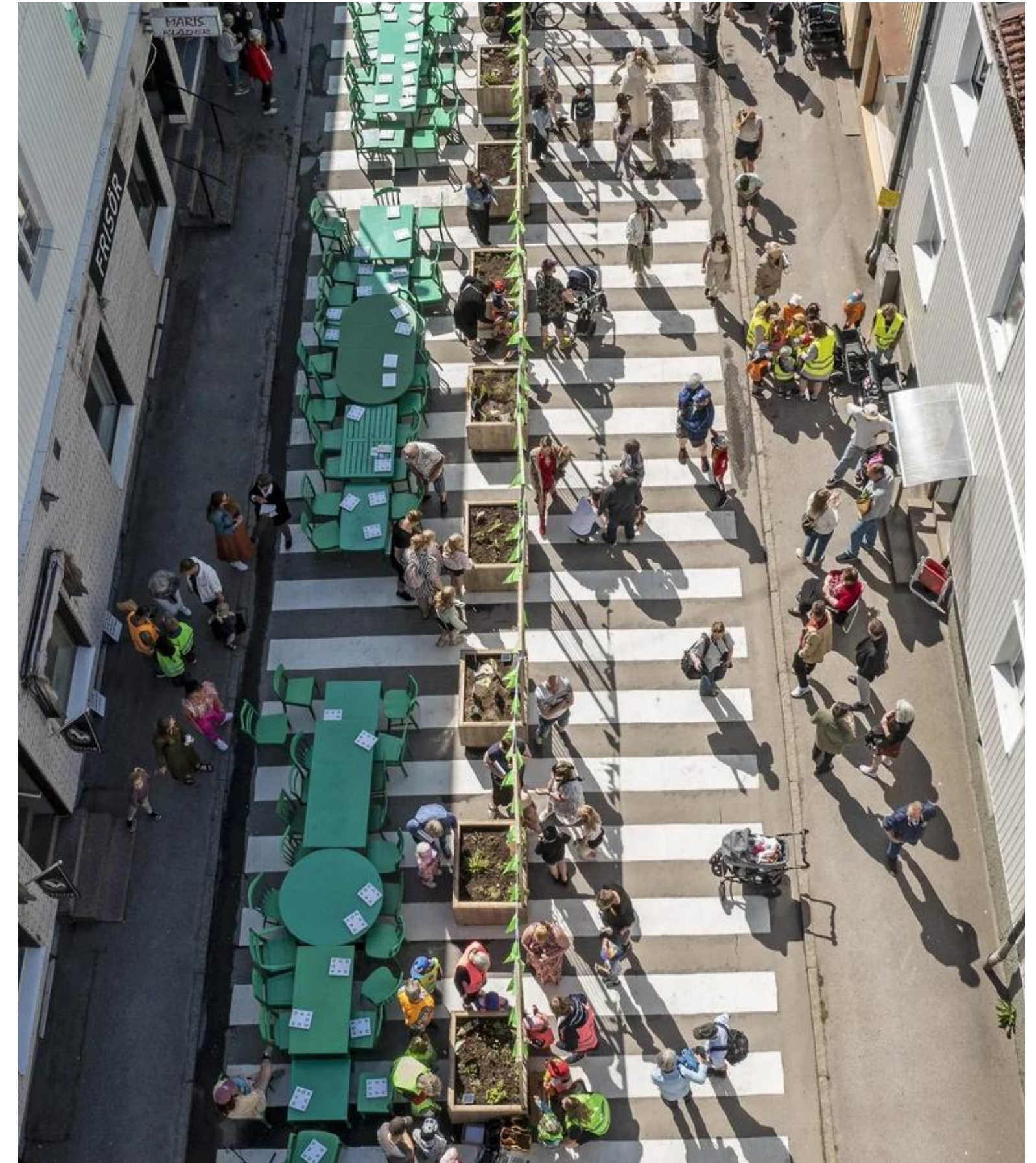
14 ALT MOBILITY

LOW-CARBON MOBILITY

SDG 11/13

Mobilność w mieście staje się dziś częścią doświadczenia miejsca, a nie tylko funkcją transportową. Turyści coraz bardziej oczekują, że będą mogli odczuwać miasto w skali ludzkiej, a nie tylko „przeskakiwać” pomiędzy jego poszczególnymi punktami. Alt Mobility to trend oparty na przyjaznych, spowolnionych formach przemieszczania się, które nie tylko chronią klimat, ale mogą stać się częścią oferty turystycznej.

Zjawiska takie jak **walkability**, **cyclebility**, **pedestrianization** czy **1-minute city** to nie tylko polityki urbanistyczne nastawione na mobilność niskich emisji, ale i magnesy dla współczesnych podróżnych. A Ci chętniej wybierają miasta i dzielnice, które można odkrywać pieszo lub rowerem, w rytmie sąsiedzkiego życia, z łatwym dostępem do zieleni czy instytucji kultury. Alt mobility to także to także nowe podejście do planowania turystyki czy miejskiego transportu, które pomaga testować rozpraszanie ruchu turystycznego czy pomysły takie jak wykorzystanie metra jako ekologicznego kuriera albo trasy rowerowej jako głównego wayfandingu imprezy kulturalnej.



14 manifestacje

Fot. mat. promocyjne Nudgd

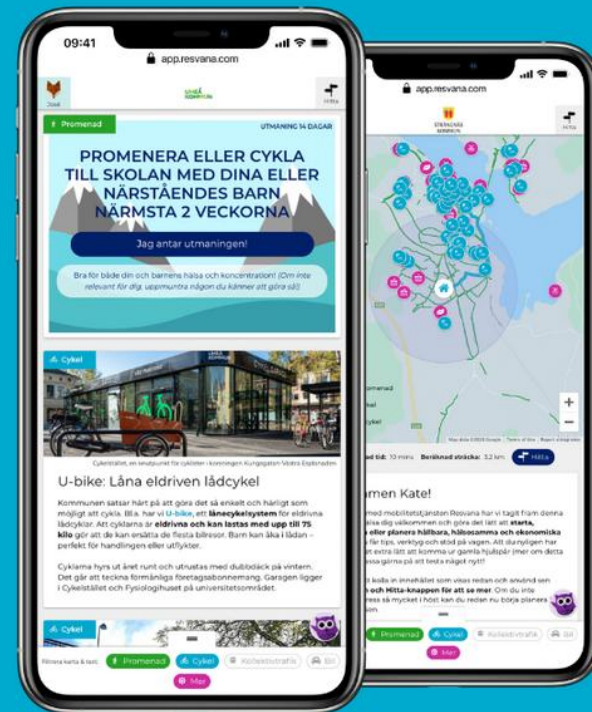
LASTING BEHAVIOR CHANGE WITH DIGITAL NUDGING

Empower your employees, residents, customers, and communities to effortlessly adopt sustainable habits through targeted digital nudges.

Our digital behavioral change platform offers:

- ✓ **Effortless Automation:** Deliver timely and cost-effective nudges.
- ✓ **Clear Impact:** Track measurable results over time.
- ✓ **Personalized Engagement:** Connect directly with your audience via their mobile devices.

Smart Nudges, our innovative digital behavioral change platform is designed to simplify sustainable travel decisions. We understand that taking the first step toward sustainable travel can be challenging. That's why **Smart Nudges** provides personalized, friendly nudges that inspire and motivate your users toward

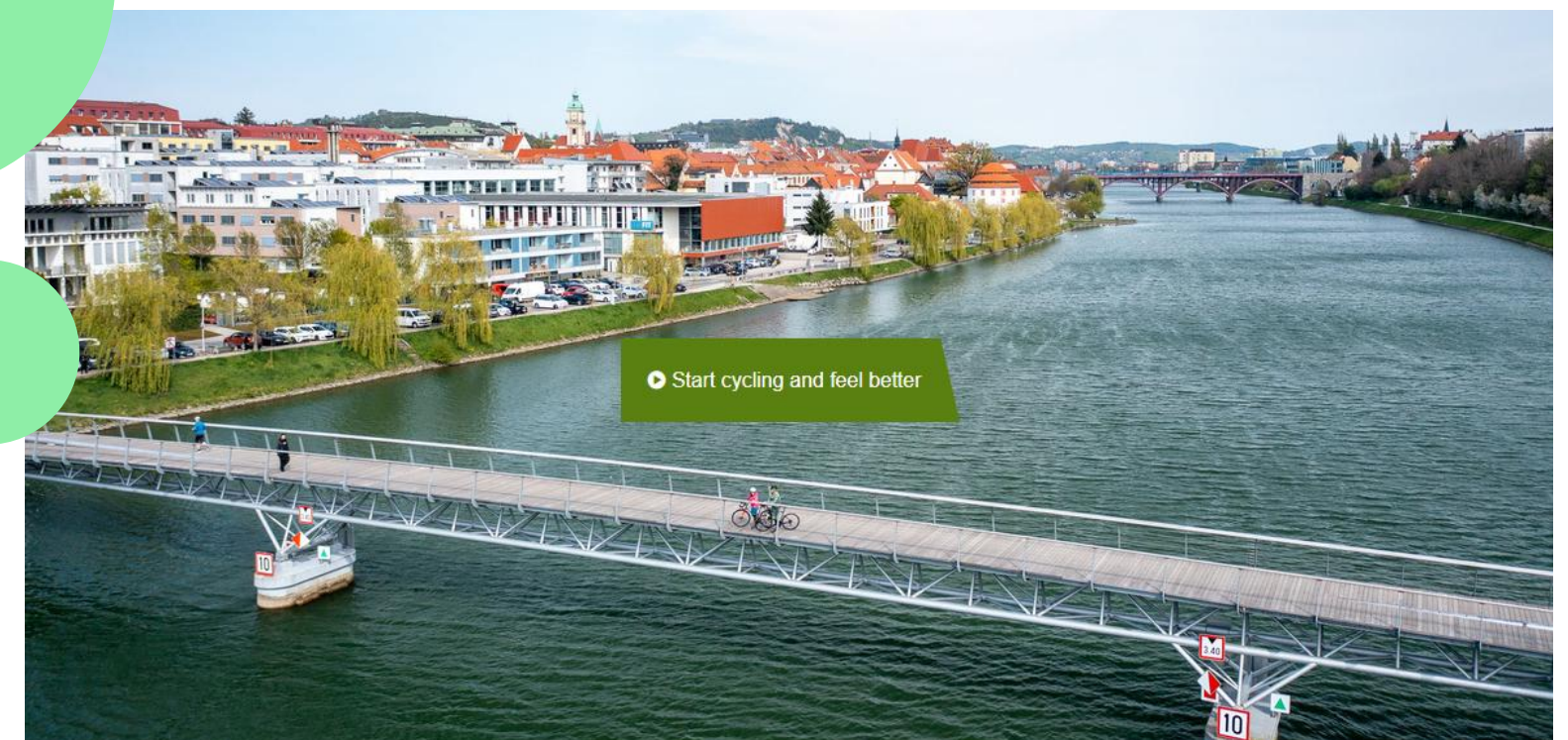


Nowy turystyczny hit? Bikepacking

Słowenia promuje [zrównoważoną turystykę rowerową](#). W ramach rządowego programu Slovenia Green – pierwszego na świecie kompleksowego systemu certyfikacji zrównoważonej turystyki wdrożonego na poziomie krajowym – rozwija tematyczne „zielone szlaki turystyczne”. To trasy rowerowe, które prowadzą przez najbardziej ekologiczne i odpowiedzialne społecznie miejsca w kraju. Wśród nich: Slovenia Green Gourmet Route (szlak lokalnej kuchni i zrównoważonej enoturystyki), Slovenia Green (trasa dla aktywnych, łącząca rower, kulturę i wellness), [Bike Slovenia Green](#) (pierwsza na świecie trasa rowerowa obejmująca wyłącznie certyfikowane, zrównoważone destynacje).

Cyclability i projektowanie behawioralne

Wenecja poczyniła znaczące inwestycje w zrównoważoną infrastrukturę transportową, w tym rozwój 180-kilometrowej sieci ścieżek rowerowych. Jednak pomimo tych wysiłków miasto nadal stoi przed kluczowym wyzwaniem: infrastruktura pozostaje w dużej mierze niewykorzystana. Aby temu zaradzić, [startup Nudgd chce wykorzystać projektowanie behawioralne](#), czyli połączenie wiedzy behawioralnej i innowacji cyfrowych, aby dostarczać turystom i mieszkańcom spersonalizowane wskazówki zachęcające do korzystania z istniejącej infrastruktury i innych zrównoważonych opcji transportu. Nudgd promuje także podejście poszerzania kompetencji organizacji miejskich o stanowiska [Chief Behavioral Officer](#).



Fot. mat. promocyjne Slovenia Green

14 manifestacje

Fot. materiały Banne Hopper



Sąsiedzki MikroUber

W Amsterdamie od kilku lat działa [Banne Hopper](#). To oddolna inicjatywa mieszkańców dzielnicy De Banne, którzy w odpowiedzi na braki w lokalnej komunikacji stworzyli własny, zrównoważony system transportu. Mały elektryczny pojazd kursuje po ścieżkach rowerowych i chodnikach, dowożąc mieszkańców do lekarza, sklepu czy na sąsiedzkie spotkania. Dziś Banne Hooper działa jako fundacja finansowana przez miasto, pobliski szpital i spółdzielnię, ale nadal jest w pełni prowadzona i obsługiwana przez mieszkańców zgłaszających się jako wolontariusze do roli kierowców, dyspozytorów czy koordynatorów. Efekt? Mikromobilność miejska, która wzmacnia lokalne więzi i odpowiada na realne potrzeby społeczności.

Metro jako ekologiczny kurier

Madryt rozwija program zrównoważonej miejskiej logistyki. We wrześniu 2024 ruszył pilotaż projektu „[The last mile](#)”, w ramach którego testowano metro jako środek transportu dla przesyłek. Celem jest ograniczenie ruchu samochodów dostawczych, zmniejszenie korków i emisji spalin. W pierwszej fazie, we współpracy z GLS Spain przewieziono 26 000 paczek na trasie linii 12, obsługującej miejscowości podmadryckie. W drugiej fazie z CITYlogin dostarczono 7000 paczek do centrum miasta, skąd odbierali je kurierzy na ekologicznych pojazdach i umieszczali w specjalnych punktach odbioru. Teraz nowo powołana Agencja Logistyczna Regionu Madrytu rozwija projekt publicznego system dystrybucji, a [miasto współpracuje z Delhi](#), aby wdrożyć tam pilot „The last mile”.

Madrid:

Piloting a sustainable last-mile delivery system



Fot. EU Cluster Collaboration

14 case study

fot. mat. promocyjne ArkDes



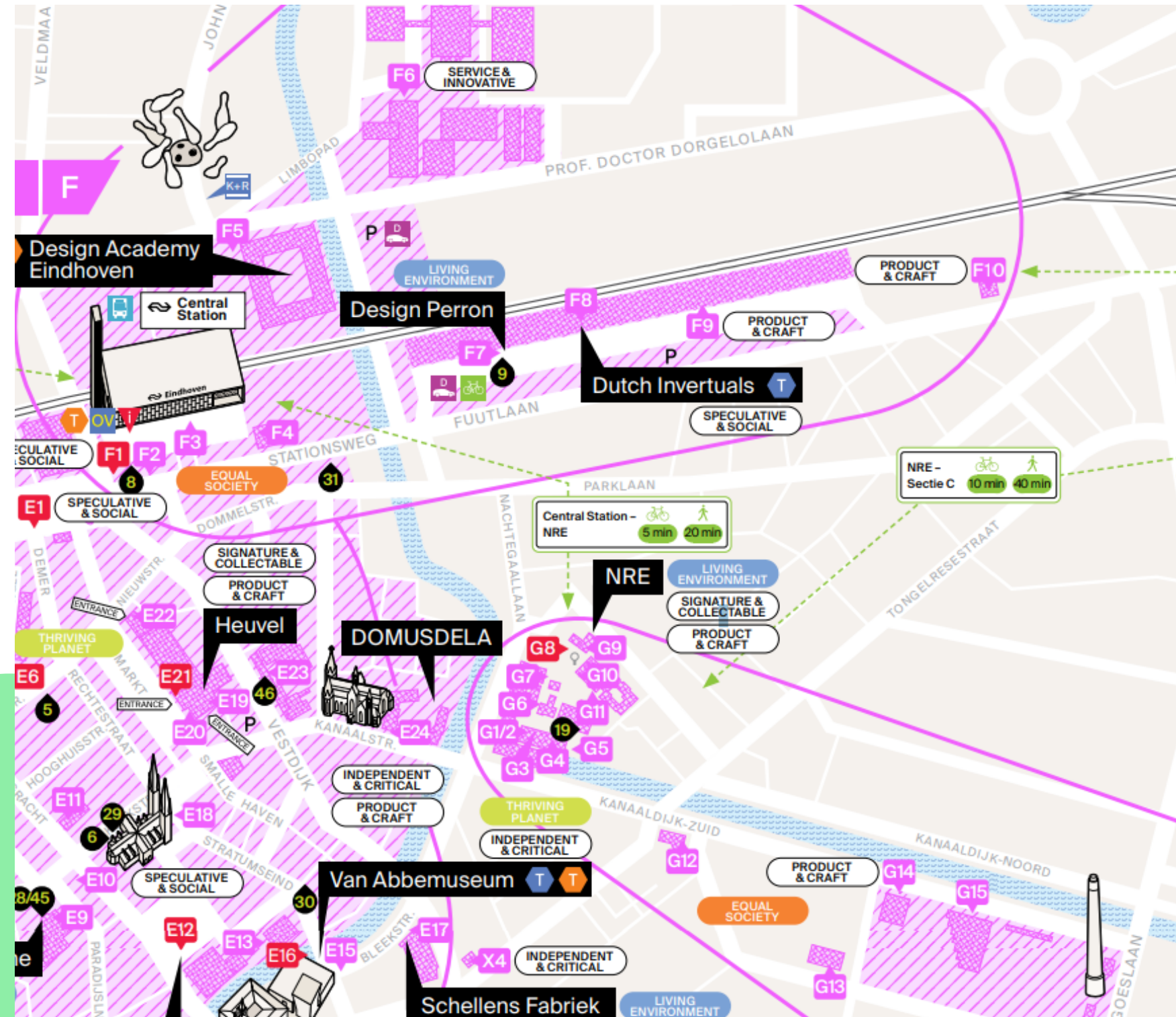
SZWECJA

Ulica kluczem do kultury miasta

[Street Moves](#) to szwedzka inicjatywa muzeum designu ArkDes i agencji innowacji Innova, która zmienia ulice w zdrowe, zrównoważone i tętniące życiem przestrzenie. Do 2030 roku projekt ma objąć całą Szwecję. Opiera się na podejściu site-specific i lokalnych działaniach, bowiem to mieszkańcy, projektanci i samorządy wspólnie tworzą rozwiązania dopasowane do konkretnych ulic. Efektem są m.in. modułowe meble uliczne, które wspierają sąsiedzką integrację i aktywne korzystanie z przestrzeni publicznej. Całość wpisuje się w szwedzka koncepcję [1 minute city](#). Jak mówią autorzy projektu: „Infrastruktura ulicy jest kluczem do kultury miasta”.

14 case study

Fot. DDW map



EINDHOVEN

Festiwalowy cycle route

Dutch Design Week w Eindhoven od dawna redefiniuje doświadczenie festiwalowego przemieszczania się. Program "[Hidden Gems Cycle Route](#)" to kuratorskie trasy rowerowe prowadzące przez studia designerskie, gdzie twórcy osobiście opowiadają o swoich pracach. Dodatkowo festiwalowa nawigacja koncentruje się na poleceniu rowerowego i pieszego transportu pomiędzy poszczególnymi częściami miasta i festiwalu, proponując konkretne trasy i określając czas potrzebny na ich przebycie. Festiwal prowadzi także dedykowane wypożyczalnie rowerów podczas trwania imprezy. Model DDW pokazuje, jak festiwale mogą wykorzystać slow mobility, czyniąc z niej wyróżnik i dodatkową wartość dla gości.

15 SMART DIVERSIFICATION

BALANCED TOURISM FLOWS

SDG 9/11/17

W wielu regionach i miastach dojście do krytycznego punktu w ilości odwiedzających wymusza przeprojektowanie polityk turystycznych i transportowych tak, by zachować balans między zrównoważonym rozwojem a atrakcyjnością turystyczną. **Coraz częściej w tym celu wykorzystywana jest technologia**, także z nowymi możliwościami jakie niesie sztuczna inteligencja i tzw. "data-driven tourism".

Miasta coraz śmielej wdrażają inteligentne zarządzanie ruchem i zachowaniami turystów. Z pomocą AI i analizy big data przewidują zatłoczenie atrakcji, przekierowują turystów, promują alternatywne destynacje, optymalizują zasoby. To już nie tylko "smart tourism", ale holistyczne podejście obejmujące również rekomendacje personalizowane do potrzeb odwiedzających i mieszkańców czy automatyzacja procesów w hotelach instytucjach, która może zmniejszyć zużycie zasobów i zwiększyć efektywność energetyczną. Trend sygnalizuje przejście od kryzysowego zarządzania overtourismem **do predykcyjnych ekosystemów turystycznych**.



15 manifestacje

Fot. Okimeguri



AI Urban Flow

W ramach finansowanego przez UE [projektu AMIGOS](#) naukowcy wykorzystują AI i analizę danych, by usprawnić poruszanie się po miastach, czyniąc je bezpieczniejszymi i bardziej przyjaznymi środowisku. W Las Rozas pod Madrytem kamery AI śledzą ruch pieszy i uliczny, by lepiej planować przestrzeń miejską. W Kopenhadze projekt ELABORATOR analizuje dane z inteligentnych kamer, by zrozumieć, jak dochodzi do wypadków lub jak ich uniknąć. Z kolei w Issy-les-Moulineaux pod Paryżem system dynamicznych znaków sterowany przez AI reguluje ruch pieszych i rowerzystów.

Cyfrowe “mapy komfortu”

Gwave, centrum informacji i lokalny inkubator na Okinawie, stworzył [Okimeguri](#), [interaktywną mapę turystyczną](#), która wykorzystuje AI do prognozowania zatłoczenia popularnych miejsc na wyspie. Na podstawie danych historycznych i prognozy pogody narzędzie przewiduje natężenie ruchu w wybranym dniu i godzinie, pomagając turystom unikać tłumów i podnosić komfort także dla mieszkańców. Podobne rozwiązanie testuje Hokkaido, gdzie góra Hakodate znana z panoramicznych widoków, stanęła w obliczu wyzwań związanych z przepełnieniem tarasu widokowego na szczycie. W styczniu 2025 r. miasto Hakodate wdrożyło [system wizualizacji zatorów](#), aby rozwiązać ten problem.

Let's co-create green, safe, and inclusive mobility solutions!

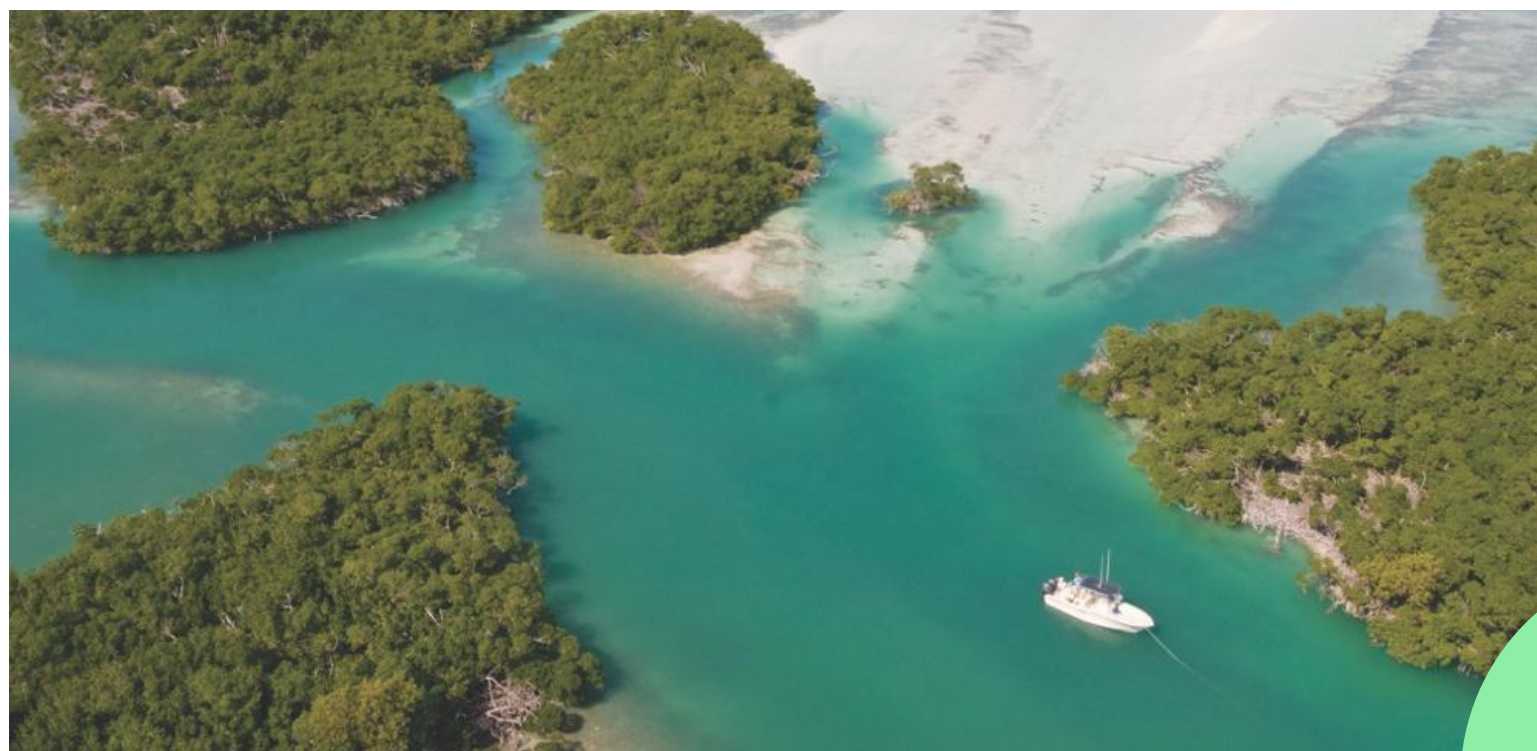
Join us to co-create and scale sustainable urban mobility solutions, tested in 5 cities, 10 urban areas, and replicated in 5 twin cities!

EXPLORE AMIGOS

Fo. Amigos Project

01 manifestacje

Fot. Andy Newman, Florida Keys News



Zgłoś miejski problem

Bangkok rozwija platformę [Traffy Fondue](#), która umożliwia zgłaszanie problemów miejskich (np. nielegalnych wysypisk czy awarii) za pośrednictwem aplikacji LINE lub strony internetowej. Początkowo dostępna tylko dla mieszkańców, od 2024 roku platforma działa także [w wersji angielskiej](#), aby uwzględnić potrzeby turystów i zagranicznych rezydentów. System wykorzystuje AI do automatycznego klasyfikowania zgłoszeń i przekazywania ich do odpowiednich służb, co zwiększa zaangażowanie społeczności i poprawia efektywność zarządzania miastem. Całość realizowana jest w ramach strategii „A livable city for all”.

Gamifikacja destynacji

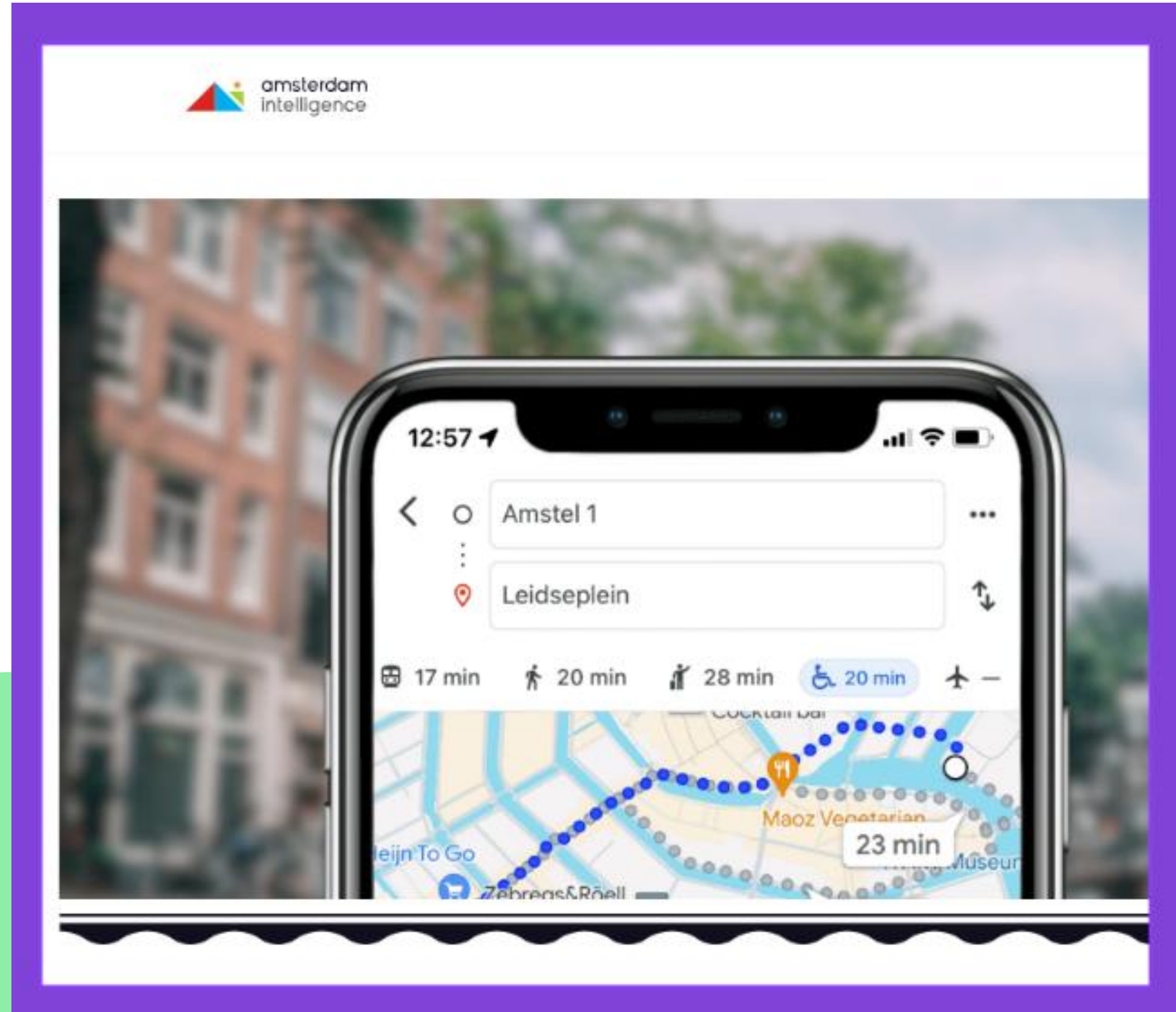
Cyfrowy dostępny na urządzenia mobilne pass [Florida Keys Eco-Experience Trail](#) zachęca turystów do odwiedzenia 55 atrakcji przyrodniczych na całym archipelagu. Zameldowanie się w dowolnym z nich daje punkty, które zarejestrowani użytkownicy mogą gromadzić i wymieniać na nagrody związane z miejscem docelowym, Oferowane są również zniżki i dodatkowe korzyści w płatnych atrakcjach. Program nie tylko promuje ekologiczne atrakcje regionu, ale także gamifikuje zwiedzanie i próbuje rozłożyć turystów na całym 125-milowym archipelagu od Key Largo do Key West.



Fot. mat. promocyjne Traffy Fondue

15 case study

ot. Amsterdam Intelligence



AMSTERDAM

AI do turystów i mieszkańców

W Amsterdamie zespół data scientists, badaczy i specjalistów stworzył projekt [Amsterdam Intelligence](#), w ramach którego rozwija etyczne, otwarte i skalowalne rozwiązania oparte na AI dla mieszkańców i odwiedzających. Pomysły obejmują m.in. systemy planowania tras dla osób z ograniczoną mobilnością, analiza miejskich dokumentów z wykorzystaniem dużych modeli językowych czy trójwymiarowe modele miasta generowane na podstawie chmur punktów 3D. Inicjatywa stawia na przejrzystość, inkluzywność i ochronę prywatności, wspierając ambicję Amsterdamu, by być wolnym, dostępnym i w pełni zrównoważonym miastem.

15 case study

fot. City of Adelaide



**OUR ADELAIDE.
OUR FUTURE.**
City Plan – Adelaide 2036

ADELAIDE

Cyfrowe dane w procesie projektowania przyszłości

Adelaide, działając w interdyscyplinarnym partnerstwie z Arup, Aboriginal Urban Development i URPS, opracowało [Plan Miasta 2036](#) oparty o tzw. Urban Design Framework, bazujący na smart intelligence, wykorzystaniu danych, zaangażowaniu społeczności i projektowaniu urbanistycznym. Przyszłościowym celem miasta jest podwojenie liczby mieszkańców przy jednoczesnym zwiększeniu dostępności, ochłodzeniu przestrzeni miejskich i rozwoju zieleni i infrastruktury. Wszystko z uwzględnieniem potrzeb rdzennych społeczności, mieszkańców oraz odwiedzających. Kluczowym narzędziem wykorzystywanym w planowaniu jest **City of Adelaide Digital Explorer (CoADE)** – platforma cyfrowa łącząca ponad 400 warstw danych w wizualizacje 2D i 3D, umożliwiającą monitorowanie miasta w czasie rzeczywistym. Dzięki temu planowanie jest elastyczne, a decyzje podejmowane są na podstawie aktualnych, mierzalnych wskaźników takich jak indeks zielonej infrastruktury, dostępność transportu publicznego czy jakość życia.

16 DISPERSED TOURISM

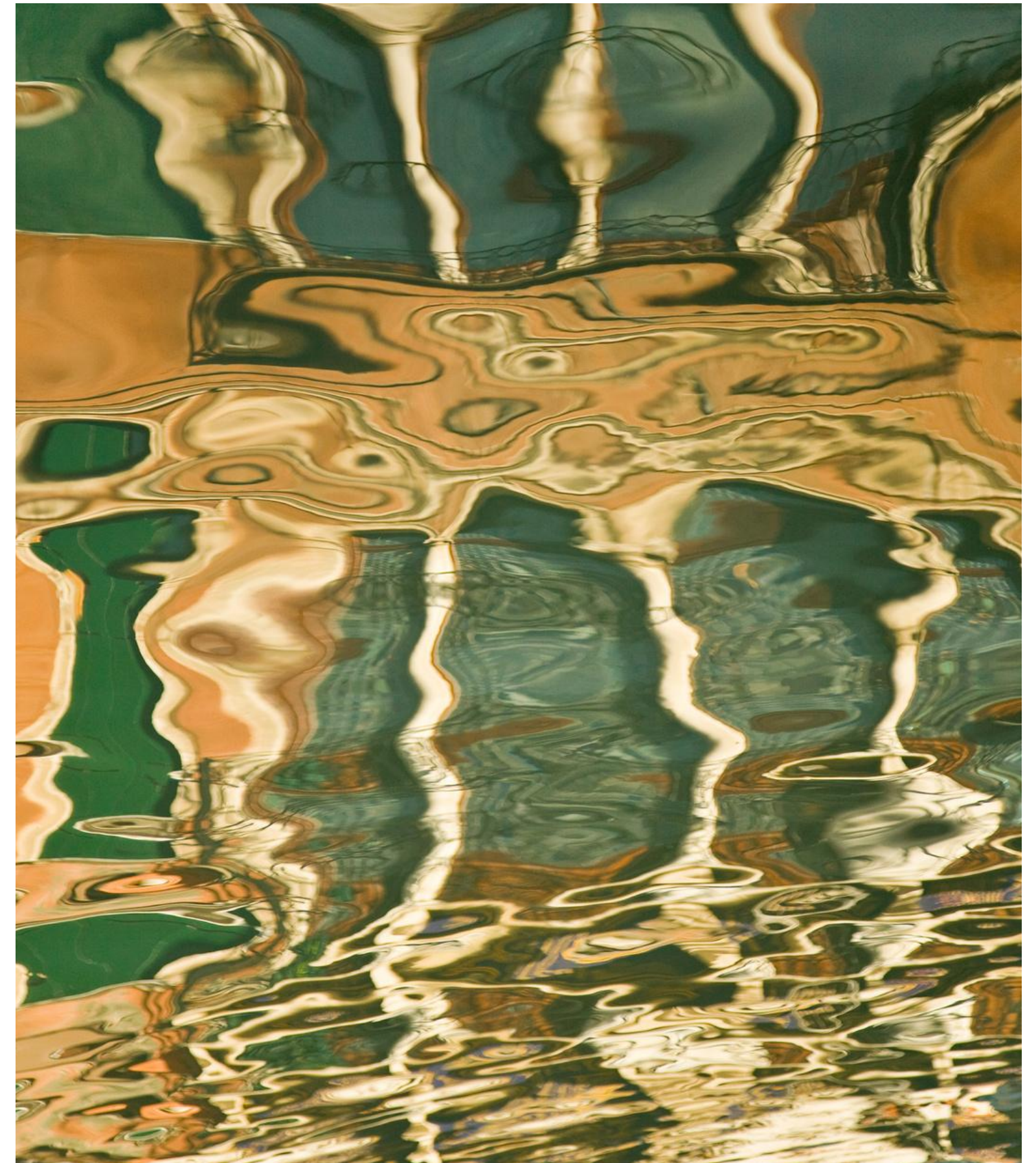
BEYOND OVERTOURISM

SDG 11/17

Najbardziej znane destynacje turystyczne na świecie wdrażają restrykcyjne środki w celu zarządzania przepływem turystów. **Początkowo była to reakcja na overtourism**, ale trend ten przyspieszył z powodu wpływu zmian klimatycznych i pilnej potrzeby ochrony dziedzictwa naturalnego i kulturowego. W odpowiedzi na przeciążenie obleganych atrakcji rozwija się model Dispersed Tourism, który charakteryzuje się dywersyfikacją ruchu turystycznego przez miasta czy instytucje, ale także samych podróżników.

Miasta takie jak Porto czy Barcelona tworzą strategie dywersyfikacji oferty np. poprzez wspieranie mikrodestynacji czy nowych dzielnic kultury. Powstają też nowe strategie reagujące na wyzwanie overtourismu – **często tworzone w partnerstwie z lokalnymi aktywistami czy pod wpływem sugestii lub wręcz ostrych protestów mieszkańców**.

Wdrażane są rozwiązania takie jak usuwanie tras do kluczowych zabytków z map, limitowanie liczby wjazdów, opłaty za pobyt w mieście czy kampanie przekierowujące ruch na mniej znane atrakcje.



16 DISPERSED TOURISM

Kluczowym nośnikiem tego trendu staje się też **fenomen destination dupes**, czyli poszukiwanie alternatywnych, autentycznych miejsc o podobnej atrakcyjności, ale bez tłumów i wysokich cen. Odkrywanie ukrytych cudów i destynacji staje się domeną szczególnie młodszych generacji – 68% młodych podróżnych priorytetowo traktuje odkrywanie nowych miejsc nad odwiedzanie znanych. Zmęczeni obrazami „z Instagrama” i masowością turystyki, celowo wybierają offbeat destinations. Napędza ich pragnienie świeżości i unikalnych doświadczeń.

Gwatemala, Albania czy Wilno stają się popularnymi zamiennikami dla Como, Grecji czy Amsterdamu. Przekształca to geografie turystyki w bardziej zrównoważonym kierunku.

Mniej popularne do tej pory destynacje zyskują możliwość przyciągania nowych turystów, oferując autentyczne doświadczenia poza utartymi szlakami, a „zmęczone” overtourismem miejsca mogą liczyć na chwilę „wytchnienia”, podczas gdy podróżni odkrywają ukryte perły jeszcze niezmienione przez masową turystykę.



16 manifestacje

fot. Smart tourism Porto

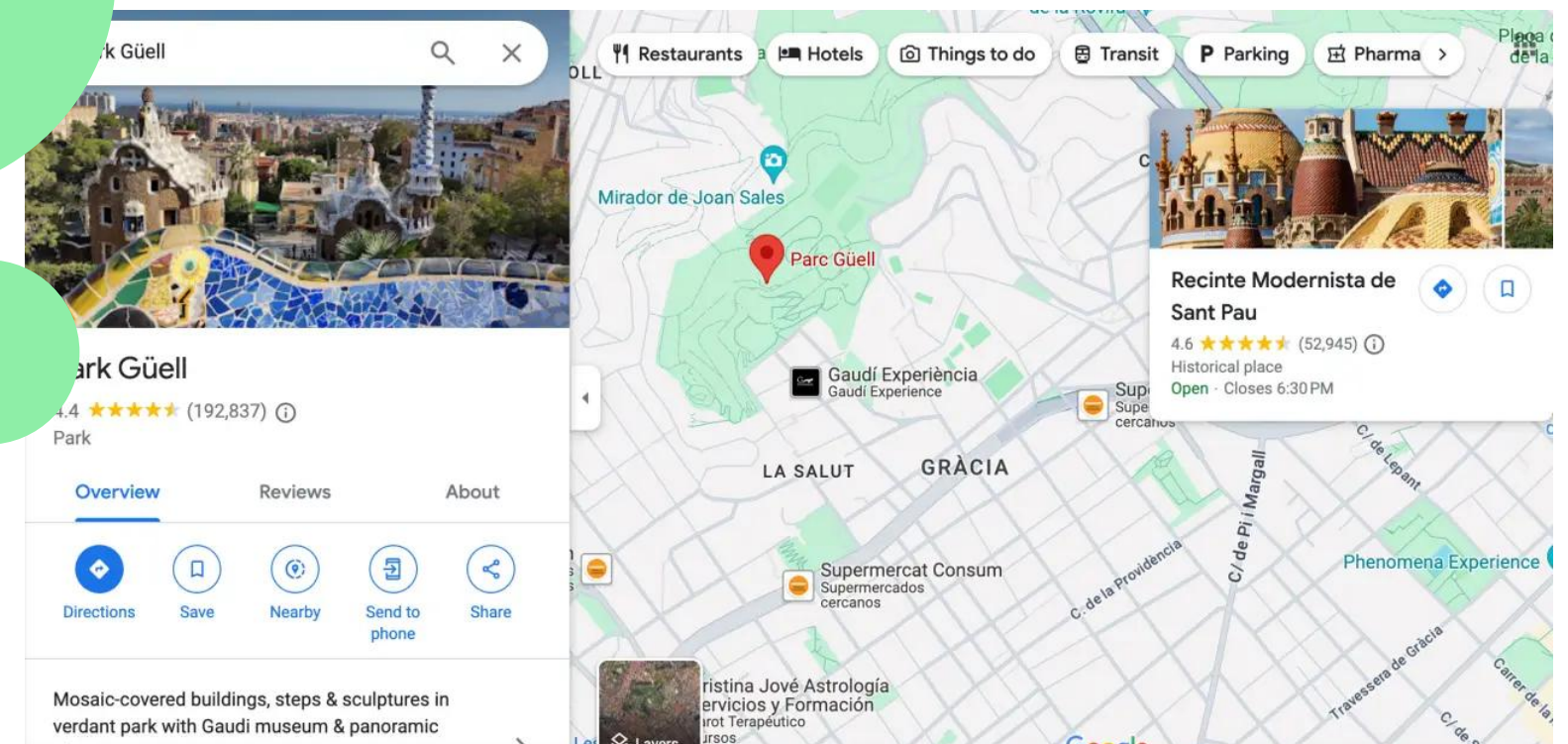


Trasa usunięta z map

W reakcji na dramatyczny wzrost liczby turystów przemierzających dzielnicę La Salut i zmieniających autobus 116 w wyjątkowo zatłoczony „turystyczny shuttle” w kierunku Parku Güell, [władze Barcelony podjęły niestandardowy krok: usunięto tę trasę z Google Maps i Apple Maps](#). Autobus, którego przede wszystkim używali seniorzy i mieszkańcy stał się nieosiągalny dla lokalnej społeczności, ale po usunięciu go z aplikacji sytuacja diametralnie się poprawiła. Lokalne organizacje traktują ten pomysł jako prosty, lecz skuteczny sposób przywrócenia równowagi w przestrzeni miejskiej

Mikrodestynacje w Porto

Porto stawia na świadomą decentralizację ruchu turystycznego. Nowa strategia została oparta na koncepcji ośmiu turystycznych kwartałów, które przekształcają lokalne dzielnice w "mikrodestynacje" – unikalne, autentyczne obszary, które wzmacniają własną tożsamość i oferują alternatywne doświadczenia poza głównymi szlakami turystycznymi. Oparta na badaniach terytorialnych i szerokiej współpracy z lokalnymi interesariuszami inicjatywa wpisuje się w wizję zrównoważonej przyszłości Porto. Celem jest nie tylko zmniejszenie presji na najbardziej oblegane części miasta, lecz także wspieranie równomiernego rozwoju społecznego, gospodarczego i środowiskowego w całym regionie.



Fot. Google Maps

16 manifestacje

Kateryna Mashkevych, Canva



Kampania AI w duchu anti-tourism

Mieszkańcy Soller na Majorce uruchomili w social mediach oddolną i aktywistyczną kampanię „[Welcome to Sollerland](#)”, wykorzystując obrazy generowane przez AI do ukazania negatywnych skutków masowej turystyki. Akcja ma na celu zwiększenie świadomości wśród turystów i wywarcie presji na władze w sprawie wprowadzenia regulacji ograniczających overtourism.

Destination dupes

Trend Destination Dupes to nowy sposób myślenia o podróżach, który polega na wybieraniu mniej znanych, ale równie atrakcyjnych alternatyw dla popularnych turystycznych hotspotów. Napędzany szczególnie przez młode pokolenia, łączy poszukiwanie autentycznych doświadczeń z chęcią uniknięcia tłumów, niższych kosztów oraz bardziej zrównoważonego podejścia do turystyki. W Europie oznacza to np. rosnącą popularność miast takich jak Wilno, Bukareszt czy Tirana, które zyskują na znaczeniu kosztem przepięknych Barcelony, Wenecji czy Amsterdamu. Rządy i organizacje turystyczne świadomie wspierają ten trend np. Francja przeznaczyła 1 mln euro na kampanię promującą mniej uczęszczane regiony, by rozładować presję na oblegane miejsca.



Fot, Welcome to Sollerland

16 case study

fot. Ajuntament de Barcelona



BARCELONA

Presja mieszkańców

W lecie 2024 fala protestów przeciwko turystyce masowej przetoczyła się przez Barcelonę. Manifestanci spryskiwali turystów wodą, organizowali okupacje restauracji i skandowali „Tourists go home”, sprzeciwiając się „turystykizacji miasta” i podnoszenia cen czynszów. Naciski na władze miasta zaowocowały szeregiem nowych rozwiązań. Rada Miasta uruchomiła m.in. zaawansowany system czujników ruchu pieszych, monitorując tłumy w popularnych obszarach, a także wprowadziła obowiązek elektronicznego biletowania w najczęściej odwiedzanych atrakcjach, co umożliwiło lepszą kontrolę liczby odwiedzających.

Miasto zawiązało także organizację dla biznesu w obszarze zrównoważonej turystyki ([Turisme Sostenible Barcelona](#)) i tworzy plan zarządzania strategicznego ([Barcelona City Council](#)) ze strategią geograficznej dywersyfikacji oferty turystycznej obejmującą m.in. stworzenie miejskiego laboratorium sztuki w Nou Barris, mającego na celu promowanie sztuk wizualnych i wspieranie tworzenia start-upów w okolicy.

16 case study

Fot. Canva



WENECJA

Pionier walki z overtourismem

Wenecja walczy z turystyczną presją na wielu frontach, a coraz bardziej odważne [regulacje stają się wzorcem dla miast borykających się z przeciążeniem turystycznym](#). W 2024 r. wprowadzono opłatę w wysokości 5 € za wjazd „na jeden dzień” do historycznego centrum, obejmując 29 dni letnich szczytów, w 2025 r. wydłużono okres do 54 dni i podwojono opłatę dla rezerwujących last minute, co przyniosło pierwsze 2,4 mln € środków na ochronę dziedzictwa. Liczebność grup wycieczkowych ograniczono do maksymalnie 25 osób, a przewodnikom zabroniono używać nagłośnienia. Wszystko po to, by przywrócić mieszkańcom ciszę i przestrzeń w najbardziej zatłoczonych częściach miasta. Dodatkowo d 2021 r. duże wycieczkowce powyżej określonego tonażu muszą zawijać do portów poza historycznym centrum, by chronić wrażliwy ekosystem laguny. Mimo tych działań, krytycy zwracają uwagę, że liczby turystów niemal się nie obniżyły, a egzekwowanie ograniczeń bywa wybiórcze, co prowadzi do argumentów, że potrzebne są bardziej holistyczne podejścia, jak blokowanie ofert krótkoterminowych wynajmów i edukacja turystyczna .

16 case study

[Fot. screen Guardian .co.uk](https://www.theguardian.com)

Inside the No Space for Bezos movement: 'One man rents a city for three days? That's obscene'



WENECJA

Miasto (nie) do wynajęcia

W czerwcu 2025 roku ślub Jeffa Bezosa i Lauren Sánchez zorganizowany w Wenecji stał się symbolem napięć między luksusową turystyką a prawem mieszkańców do miasta. Oprawa ceremonii sparaliżowała część Wenecji – zamknięto ulice, wstrzymano ruch wodny, a bezpieczeństwa pilnowały setki funkcjonariuszy. W odpowiedzi aktywiści zrzeszeni m.in. w grupie „No Space for Bezos” i z gigantycznymi transparentami z hasłami „Jeśli możesz wynająć Wenecję na swój ślub, to możesz zapłacić więcej podatków” rozwiniętymi m.in. na placu św. Marka, domagali się skuteczniejszej reakcji lokalnych władz na komercjalizację przestrzeni publicznych. Pod presją społeczną para pierwotnie planująca ceremonię w zabytkowej Scuola Grande della Misericordia zdecydowała się przenieść wydarzenie do Arsenale poza centrum Wenecji. W efekcie protestów w mieście rozpoczęto też rozmowy na temat wprowadzenia jasnych zasad organizacji prywatnych uroczystości w zabytkowych lokalizacjach. Manifestacja stała się przykładem, jak mieszkańcy mobilizują się, by przeciwstawić się overtourismowi i domagać się sprawiedliwego dostępu do wspólnych przestrzeni.

16 case study

Fot. Hinar Minar



PARYŻ

Muzeum a hiperturystyka kulturalna

Instytucje kultury coraz wyraźniej zabierają głos w sprawie overtourismu. W czerwcu 2025 roku Luwr, najczęściej odwiedzane muzeum świata, został [zamknięty z powodu spontanicznego strajku personelu](#). Pracownicy alarmowali, że są przeciążeni: w 2024 roku muzeum odwiedziło 8,7 miliona osób, czyli ponad dwa razy więcej, niż przewidywano przy jego projektowaniu. Sama sala z Moną Lisą przyciąga codziennie nawet 20 tysięcy gości. Mimo dziennego limitu 30 tys. odwiedzających, zespół zmagają się z tłokiem, upałem potęgowanym przez szklaną piramidę, brakiem miejsc odpoczynku i zbyt małą liczbą pracowników. [Ogłoszona przez prezydenta Francji rewitalizacja „Louvre New Renaissance”](#), zakładająca m.in. nowe wejście od strony Sekwany, osobną przestrzeń dla Mony Lisy i modernizację infrastruktury, ma to zmienić, ale zakończenie prac przewidziano dopiero na 2031 rok. To wyraźny sygnał: w dobie masowej turystyki instytucje kultury muszą dbać nie tylko o dziedzictwo, ale także o tych, którzy je udostępniają.

17 COOLCATION

ESCAPING THE HEAT

SDG 13/15

Najbardziej "modny" trend w dywersyfikacji kierunków? To Coolcation, czyli "ochłodzenie" podróży jako odpowiedź na kryzys klimatyczny i przegrzane lato. Rosnące fale upałów w tradycyjnych destynacjach południowych sprawiły, że **turyści coraz chętniej wybierają chłodniejsze kierunki**: Skandynawię, kraje bałtyckie, Alaskę, Kanadę, Arktykę. Wyszukiwania hasła „cooler holidays” wzrosły o 300% rok do roku, a destynacje takie jak Alaska, Artkyka i regiony nordyckie notują wzrost zainteresowania odpowiednio o 22%, 235% i 40%.

To nie tylko ucieczka przed upałem, ale świadomy wybór komfortowego klimatu, aktywności w naturze i dbałości o środowisko. Zarówno turystyka wellness, jak i cyfrowi nomadzi czy miłośnicy outdooru znajdują tu atrakcyjne warunki przez cały rok. Długie dni północnego lata, unikalne krajobrazy i lokalna kultura sprawiają, że chłodne wakacje stają się synonimem jakości i różnorodności wyjazdów. **Jednak szybki wzrost popularności stawia wyzwania**: potrzebne są strategie ochrony zasobów i infrastruktury przed natłokiem odwiedzających oraz zapobieganie nowemu overtourismowi. Destynacje północne zmuszone są już dziś planować zrównoważenie między wzrostem ruchu a ochroną środowiska i lokalnych społeczności.



17 manifestacje

fot. Visit Scotland

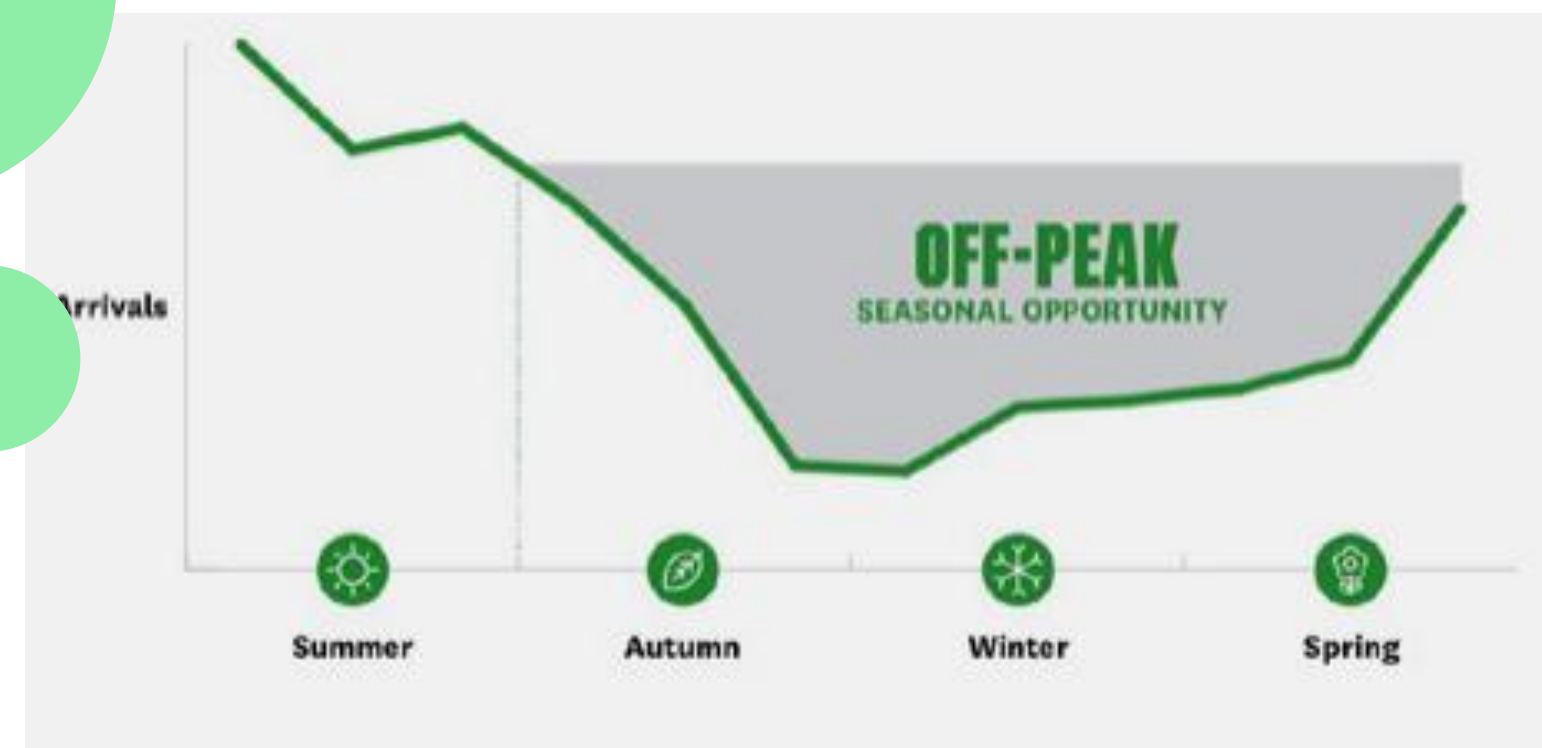


“Cool” kierunki

Odpowiadając na potrzebę “chłodniejszego odpoczynku” zarówno biura podróży, jak i północne DMO (Destination Management Organizations), czyli organizacje zarządzające i promujące rozwój turystyki w regionach, coraz częściej stawiają na nowe narracje marketingowe i produkty, które zachęcają do podróży w bardziej “cool” kierunkach: północnych, górskich lub wyspiarskich. Przykład? TUI UK wprowadziło linię Coolcation Collection, promującą letnie wyjazdy do Norwegii, Alp czy Szkocji. Z kolei VisitScotland prowadzi kampanię [“Scotland for Summer”](#), pozycjonując chłodne szkockie krajobrazy jako atrakcyjną alternatywę dla przegrzanych plaż południa Europy.

Turystyka Off-peak i Trans-seasonal

Zjawisko trans-seasonal redefiniuje sezonowość w turystyce, promując podróże poza tradycyjnym wysokim sezonem. W obliczu coraz częstszych fal upałów i overtourismu, destynacje świadomie rozwijają ofertę całoroczną, zachęcając do wizyt wiosną, jesienią czy zimą. Podróże poza szczytem sezonu pomagają chronić odwiedzane miejsca i dają zupełnie nowe jakościowe doświadczenia. Portugalskie Algarve i Madera zapraszają na słoneczne zimowe miesiące w ramach programu Winter Sun, a [Nowa Zelandia](#) celowo rozwija ofertę dla gości off-peak, by odciążyc infrastrukturę i społeczności lokalne w najbardziej obleganych porach roku.



Fot. Tourism New Zealand

17 case study

Fot. Den Belitsky, Canva



LOFOTY

Zielona północna wyspa

Lofoty dołączyły do unijnej inicjatywy Tourism Transition Pathway i przyjęły plan „[Lofoten the Green Islands 2030](#)”. Celem jest przekształcenie archipelagu w niskoemisyjny region zasilany energią odnawialną, poprzez konkretne cele i działania w sześciu obszarach m.in. redukcję emisji z turystyki o 60% do 2030 roku i wprowadzenie budżetów klimatycznych w 60% firm turystycznych już do końca 2023 roku.

KIERUNEK: DROGA

ANTY KAMPANIA?

„Nie przyjeżdżaj do Oslo” to turystyczna kampania promocyjna, która działa odwrotnie. W czerwcu 2024 roku Visit Oslo zaprezentowało odważny, przewrotny spot. Mieszkaniec Oslo Halfdan ironicznie krytykuje w nim swoje miasto i twierdzi, że jest za małe, zbyt dostępne, czyste i spokojne. „Nie przyjechałbym tutaj, szczerze mówiąc” – zaczyna wideo, które błyskawicznie stało się wiralowe i uzyskało 15 mln wyświetleń w kilka dni. To przekaz, który zamiast banalnej promocji stawia pytanie: Dokąd chcemy się udać? Co właściwie chcemy przeżyć? Tłumy czy przestrzeń?

Kampania działa niczym filtr, nie zachęca mas, ale przyciąga ciekawych świata, dla których liczy się jakość i inność. W erze overtourismu, takie podejście trafia w sedno i pokazuje, że świadomi podróżnicy wybierają miejsca, które muszą odkryć sami, a nie tylko je „odhaczyć”. Oslo to spokój, dostępność, kameralność, czyli to co być może odrzuca turysta masowy, ale co dla innych staje się wartością. Kampania Oslo pokazuje, że temat mobilności nie kończy się na transporcie. Istnieje „droga komunikacji”, sposób opowiadania o miejscu i zachęta do refleksji nad tym, jak chcemy o nim mówić. Być może zamiast walczyć o rosnące liczby w turystyce proponować inną drogę i kierunek?



fot. visit Oslo

na obrzeżach

PROMUJ ALTERNATYWNE ŚRODKI TRANSPORTU I MOBILNOŚĆ „NA MIARĘ MIEJSCA”

Zainwestuj w infrastrukturę wspierającą piesze, rowerowe i kolejowe formy przemieszczania się. Dobre doświadczenie podróży zaczyna się na trasie, promuj więc „slow travel” i świadome wybory transportowe.

PROMUJ DYWERSYFIKACJĘ KIERUNKÓW

Dane i technologie (AI, analiza social mediów, czujniki ruchu) mogą wspierać nie tylko kontrolę przepływów, ale i inteligentne przekierowywanie turystów do mniej uczęszczanych lokalizacji zarówno w ramach miasta, jak i całego regionu. Promuj alternatywne trasy, nieoczywiste dzielnice, ukryte atrakcje czy „destination dupes”, które rozkładają turystyczną obecność w czasie i przestrzeni. Taka strategia zwiększa komfort odwiedzających, zmniejsza presję na środowisko i umożliwia realne włączenie peryferyjnych społeczności w korzyści płynące z turystyki.

REAGUJ ELASTYCZNIE NA ZMIENIAJĄCY SIĘ KLIMAT

Rosnące temperatury zmieniają mapę podróży i preferowane kierunki. Inwestuj w rozwój oferty w chłodniejszych porach roku i w mniej eksploatowanych lokalizacjach. Wykorzystaj ten moment, by równoważyć sezonowość i promować komfort klimatyczny jako wartość.

KIERUNEK: DROGA

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?

TRENDY

kierunek



DZIKOŚĆ



Fot. Israel Luvhimbi

KIERUNEK: DZIKOŚĆ

podróżować:
dziko,
regeneratywnie,
naturalniej



Niezależnie od tego, czy wybieramy się w długą podróż, weekendowy citybreak czy zostajemy w domu na staycation – coraz większą rolę odgrywa dla nas kontakt z naturą. Przyroda staje się nie tylko celem podróży, ale i filtrem, przez który chcemy poznawać świat i inne kultury.

Redefiniujemy dziś pojęcie „dzikości”. Nie oznacza ono już wyłącznie odległych rezerwatów i nietkniętych krajobrazów, to także natura obecna tuż obok nas: nieujarzmiona, współistniejąca, codzienna. Przystajemy postrzegać ją jedynie jako kojące tło, ale częściej chcemy ją chronić, współtworzyć i regenerować. Wybieramy formy podróży, które angażują nas w odbudowę ekosystemów i budują poczucie odpowiedzialności. Dzięki przyrodzie szukamy także w miastach. Rośnie popularność tzw. czwartej przyrody, spontanicznie odradzającej się zieleni, a miejsce przystrzyżonych trawników zajmują łąki kwietne i kieszonkowe lasy. Zapraszamy naturę do współprojektowania urbanistycznej przyszłości, zmierzając w stronę „żywych budynków”. Dzięki technologii z kolei potrafimy lepiej wsłuchiwać się w rytm Planety, rozumieć jej sygnały i odpowiadać na nie z większą uważnością.



FREIBURG

Laboratorium zielonego miasta

Freiburg to miasto uniwersyteckie z ponad 900-letnią historią i jeden z najbardziej zrównoważonych i przyjaznych do życia ośrodków miejskich w Europie. Co roku odwiedza je około 2 miliony turystów oraz setki urbanistów i planistów turystyki, którzy chcą zobaczyć, jak w praktyce tworzyć miasto atrakcyjne zarówno do życia, jak i dla odwiedzających. Wyróżniki Freiburga jako "zielonego laboratorium" to m.in.:

- Miasto rowerów – blisko 30% codziennych podróży odbywa się tu na rowerze. Freiburg ma setki kilometrów ścieżek i centrum niemal wolne od samochodów
- Ekologiczne osiedla – dzielnica Vauban to ikona zrównoważonego planowania: domy pasywne, ograniczony ruch aut, wspólnoty mieszkaniowe i energia z OZE
- Zielona energia – Freiburg nazwany „[solarną stolicą Europy](#)” już od lat 80. inwestuje w energię słoneczną i efektywność energetyczną
- Nauka jako motor innowacji – uniwersytet i instytuty badawcze (jak Fraunhofer) czynią z miasta ośrodek badań nad zrównoważonym rozwojem i technologiami środowiskowymi
- Zrównoważona turystyka – oprócz turystów Freiburg przyciąga ekspertów na wizyty studyjne, konferencje i warsztaty o przyszłości miast
- 40 lat partycypacji społecznej – aktywność mieszkańców, lokalnych inicjatyw i ruchów ekologicznych umożliwiła wprowadzenie wielu rozwiązań (jak zielone dachy czy ograniczenia dla aut) na długo przed innymi europejskimi miastami



18 REGENERATIVE TRAVEL

CLIMATE-POSITIVE STAYS SDG 12/13/14/15/17

Rozpoczyna się nowa ery podróży, które **przywracają równowagę jednocześnie ludziom i planecie.**

Wraz ze wzrostem świadomości ekologicznej i społecznej, coraz więcej turystów dostrzega, że świat potrzebuje aktywnej troski, nie tylko chwilowej uwagi. Nadal chcą przebywać w malowniczych destynacjach, ale chcą też zostawiać je w lepszym stanie, niż je zastali. Nie zadowolają się już samymi eko-certyfikatami czy powierzchowną troską o środowisko, ale szukają wartościowych doświadczeń, które naprawdę wspierają odbudowę przyrody, pielęgnują tradycje i wzmacniają lokalne społeczności. **Regeneracyjne podróże** odpowiadają na tę potrzebę, angażując zarówno odwiedzających jak i branżę turystyczną w praktyki odnowy.

Nadchodzi więc zmiana podróżniczego paradygmatu:
z eksploatacji ku regeneracji, z ekonomii ku ekosystemom, z obserwacji ku partycypacji



18 REGENERATIVE TRAVEL

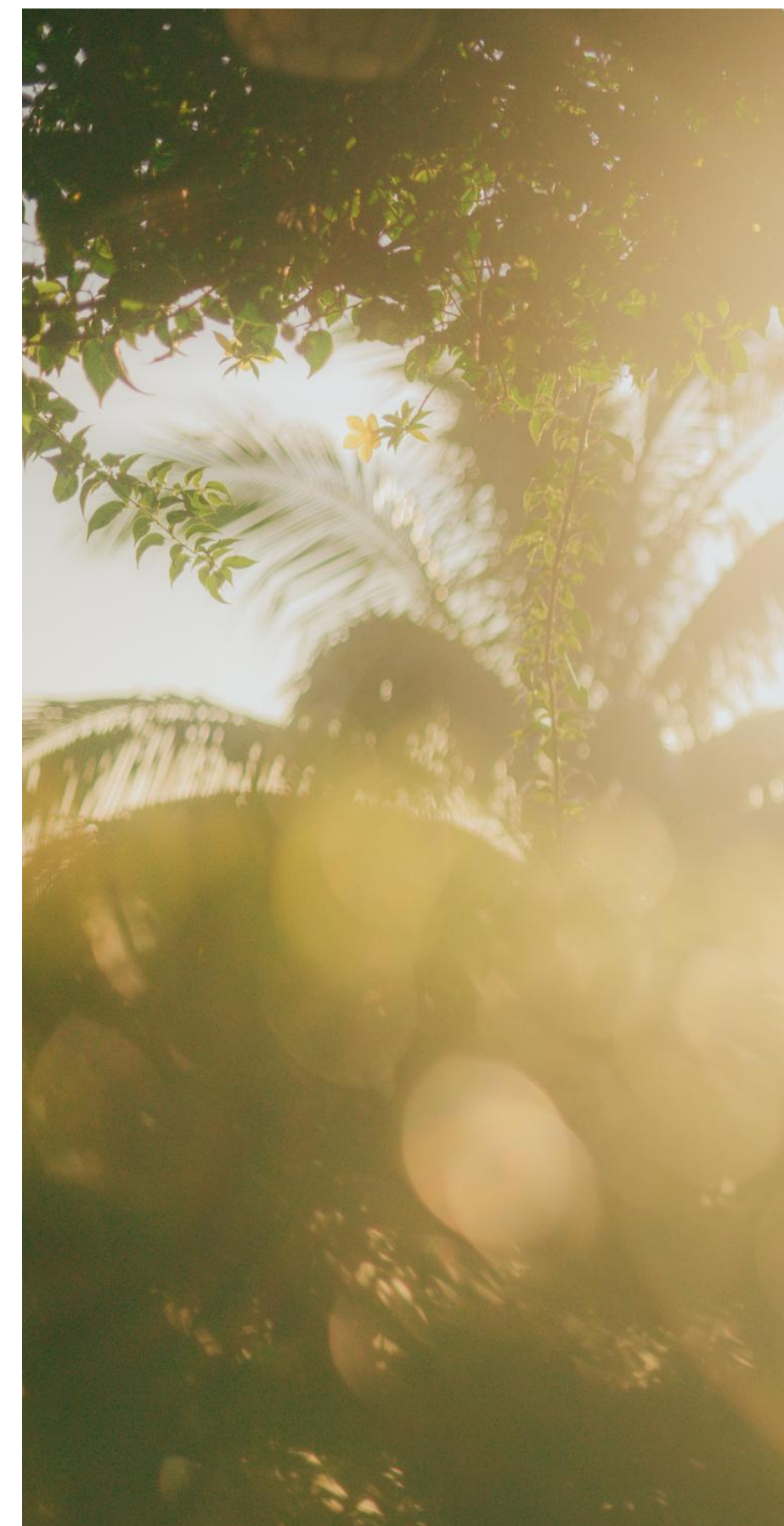
W centrum regeneracyjnych podróży znajduje się relacja. Podróżny nie jest już obserwatorem, ale **staje się współtwórcą i współopiekunem miejsca**. W Kenii, Brazylii, RPA, na Malediwach czy w Europie coraz częściej goście nie tylko wypoczywają, ale sadzą drzewa, oczyszczają wybrzeża, uczą się rzemiosła, chronią dziką faunę.

Ten kierunek zyskuje też instytucjonalne wsparcie. [Glasgow Declaration on Climate Action in Tourism](#) z 2021 roku wzywa do redukcji emisji o 50% do 2030 roku i osiągnięcia neutralności klimatycznej do 2050. Niektóre destynacje, jak Queenstown w Nowej Zelandii, już zaczynają przekształcać turystykę w regeneracyjną. Turyści odwiedzający ten region składają też „[Obietnicę Tiaki](#)”, zobowiązanie do dbania o ziemię, morze, ludzi i

lokalną kulturę. To symboliczny gest, który odzwierciedla głębszą zmianę świadomości i pogląd, że podróż to odpowiedzialność.

Kluczową rolę odgrywa tu współpraca samorządów, społeczności, biznesu i organizacji ekologicznych. Dzięki niej możliwe jest inwestowanie w zrównoważoną infrastrukturę, dzielenie się wiedzą i budowanie kompetencji. Tak działa Regenerative Travel, globalna inicjatywa, która łączy praktyków i tworzy [mapę drogową dla zielonej turystyki przyszłości](#). Ten nurt to również odpowiedź na potrzeby emocjonalne.

Regeneracja to nie tylko ekologia, ale też dobrostan, która daje przestrzeń na spowolnienie, głęboką obecność, kontakt z naturą i wspólnotą. To szansa na osobistą przemianę i realne działanie.



18 manifestacje

Fot. mat. promocyjne Segera Retreat



Regeneracja na sawannie

Kenijski ośrodek [Segera Retreat](#) inaczej podchodzi do safari, przekształcając je z biernego podziwiania przyrody w aktywne uczestnictwo w odbudowie ekosystemu i wspieraniu lokalnych społeczności. Jego model opiera się na zasadzie 4C: Conservation, Community, Culture, Commerce (ochrona, społeczność, kultura, handel). Każdy pobyt wspiera lokalne projekty, takie jak akademie dla kobiet-rangerek, spółdzielnie rękodzielnicze czy zalesianie. Goście mogą wziąć udział w sadzeniu drzew, zbieraniu dzikiego miodu tradycyjnymi metodami i przygotowywaniu posiłków z lokalnych składników. Wszystko to odbywa się przy wsparciu [ZEITZ foundation](#), działającej w Kenii na rzecz holistycznej ochrony natury i dziedzictwa kulturowego.

AI na ratunek zwierzętom

Rezerwat Kwandwe w RPA prowadzi [program ochrony nosorożców](#), w którym goście mogą aktywnie uczestniczyć. Zwierzęta są monitorowane za pomocą telemetrycznych obroży zasilanych energią słoneczną, dronów z kamerami termowizyjnymi i AI analizującej ich zachowanie. Obroże uczą się indywidualnych wzorców ruchu każdego nosorożca i wykrywają nieprawidłowości takie jak stres czy zagrożenie. W razie alarmu system automatycznie informuje strażników, którzy mogą szybko zareagować, wykorzystując drony do oceny sytuacji. Podczas interwencji towarzyszą im turyści, którzy uczą się działań ochronnych w praktyce. Dzięki technologii opieka nad populacją nosorożców idzie w parze z immersyjną edukacją ekologiczną.



Fot. mat. promocyjne Kwandwe

18 manifestacje



Cel: turystyka bez emisji

Queenstown w Nowej Zelandii postawiło sobie za cel, aby do 2030 roku stać się pierwszą destynacją na Ziemi z [całkowicie zeroemisyjną gospodarką turystyczną](#). Ambitny projekt zakłada szeroką transformację miasta, które przez dekady [polegało na paliwach kopalnych](#) w stronę regeneracyjności. Impulsem do zmian była pandemia, która ujawniła skutki nadmiernego ruchu turystycznego takie jak degradacja środowiska i przeciążenie infrastruktury. W odpowiedzi lokalna społeczność, władze i Maorysi (Kāi Tahu) wspólnie opracowali nową wizję turystyki, która ma przynieść korzyści mieszkańcom, środowisku i gospodarce. Inicjatywy obejmują m.in. elektryczne łodzie, hotele z własnymi ogrodami warzywnymi, ograniczanie odpadów, zachęcanie gości do dłuższych pobytów oraz autentyczne doświadczenia kulturowe.

Projekt: odnowa człowieka i natury

[Ibiti Project](#) to innowacyjna inicjatywa społeczno-środowiskowa w sercu brazylijskiego Minas Gerais. Prowadzi działania regeneracyjne na 6000 hektarach zdegradowanych terenów, przywracając rodzime gatunki roślin i odbudowując bioróżnorodność. Turyści mogą doświadczyć bliskiego kontaktu z unikalnymi ekosystemami i aktywnie uczestniczyć w procesie odnowy przyrody, sadząc drzewa, poznając tradycyjne metody ochrony środowiska, wspierając lokalne zrównoważone biznesy czy biorąc udział w warsztatach o naturalnych cyklach życia. Ważną częścią doświadczenia są także opowieści lokalnej społeczności. Projekt ma być nie tylko wsparciem dla Planety, ale również szansą na osobistą regenerację w harmonii z naturą.



18 manifestacje

Fot. mat. promocyjne Squamish Adventure Centre



Sprzątanie na powierzchni ziemi...

Aby utrzymać czystość na szlakach i kempingach, kanadyjska organizacja Tourism Squamish uruchomiła akcję [Red Bag Program](#). Ambasadorzy przy popularnych trasach rozdają czerwone worki na śmieci i zachęcają turystów do ich używania, zarówno na własne odpady, jak i te znalezione po drodze. W zamian za oddany worek w punkcie informacji turystycznej podróżni otrzymują żeton, który mogą wymienić w lokalnych sklepikach na darmową kawę, piwo lub lody. Program promuje dbałość o środowisko i wspiera lokalną społeczność, a jego celem jest m.in. zachęcenie turystów do odwiedzania i wspierania okolicznych biznesów.

...i pod powierzchnią wody

Hotel Six Senses Laamu na Malediwach angażuje turystów w aktywną ochronę oceanu i odbudowę raf koralowych, współpracując z [Maldives Underwater Initiative \(MUI\)](#). Goście mogą brać udział w sadzeniu koralowców, ich mikrofragmentacji, podwodnym sprzątaniu oraz edukacyjnych nurkowaniach z biologami morskimi. Takie działania nie tylko przyspieszają regenerację raf, ale też pozwalają lepiej zrozumieć ich złożony ekosystem, co ma zainspirować gości do dalszego działania na rzecz oceanów już po powrocie do domu. W 2024 roku wypuszczono prawie 3 miliony larw koralowych na rafę przy ośrodku, a z okazji tegorocznego Dnia Zero Waste goście usunęli z oceanu 15 kg odpadów.



Fot. Harper Altschul

18 case study

Fot. materiały promocyjne Regenerative Travel



GLOBAL

Kompedium zrównoważonej turystyki

Regenerative Travel, amerykańska organizacja turystyki regeneratywnej, wydała raport „[Regenerative Solutions for transforming travel](#)”, który podsumowuje wnioski i strategie wypracowane podczas pierwszego wirtualnego sympozjum w listopadzie 2024 roku. Przez dwa dni pionierzy branży – hotelarze, operatorzy podróży, liderzy lokalnych społeczności eksperci ds. zrównoważonego rozwoju – wspólnie szukali odpowiedzi na pytanie, jak przejść od turystyki zrównoważonej do prawdziwie regeneracyjnej. Raport porządkuje ich ustalenia w 12 kluczowych obszarach (m.in. partnerstwa z samorządami, odpowiedzialny łańcuch dostaw, edukacja turystów, redukcja odpadów poprzez kuchnię i permakulturę) i łączy je w konkretne rekomendacje. To mapa drogowa dla regeneratywnej turystyki przyszłości.

18 case study

Fot. materiały promocyjne SUGi



GLOBAL

Miejskie lasy kieszonkowe

W miastach Europy, Azji i Ameryki rozwija się trend kolektywnego sadzenia lasów kieszonkowych. Ochotnicy spośród mieszkańców, turystów i aktywistów zbierają się, by wspólnie tworzyć miejskie oazy bioróżnorodności. Lasy często powstają w nieoczekiwanych miejscach: między kamienicami, na zapomnianych działkach, w wąskich przesmykach. Drzewa sadi się metodą japońskiego botanika Akiry Miyawakiego – bardzo gęsto, aby konkurowały ze sobą o światło, co pobudza je do szybkiego wzrostu i szybkiego zazielenienia tkanki miejskiej. Tego typu inicjatywy realizuje m.in. organizacja non-profit [SUGi](#), a kieszonkowe lasy rosną już w Londynie, Bejrucie, Mexico City czy Kapsztadzie. Korzyści (za [Imagine5](#)) to fakt, że las kieszonkowy o powierzchni 200 m² wychwytuje 250 kg CO₂ rocznie – tyle samo, ile generuje podróż samochodem z Amsterdamu do Barcelony. W ciągu pierwszych trzech lat las kieszonkowy może przyciągnąć ponad 500 gatunków roślin i zwierząt, a upalny dzień gleba w takim lesie bywa nawet o 20°C chłodniejsza niż asfaltowa ulica, co realnie łagodzi stres cieplny w mieście.

18 case study

Fot. materiały promocyjne Fair Trip



GLOBAL

Aplikacje dobrego wpływu

W erze świadomego podróżowania rośnie potrzeba narzędzi, które ułatwiają podejmowanie lepszych decyzji dla planety i lokalnych społeczności. Powstaje coraz więcej aplikacji, które aktywizują do działania. Wśród nich:

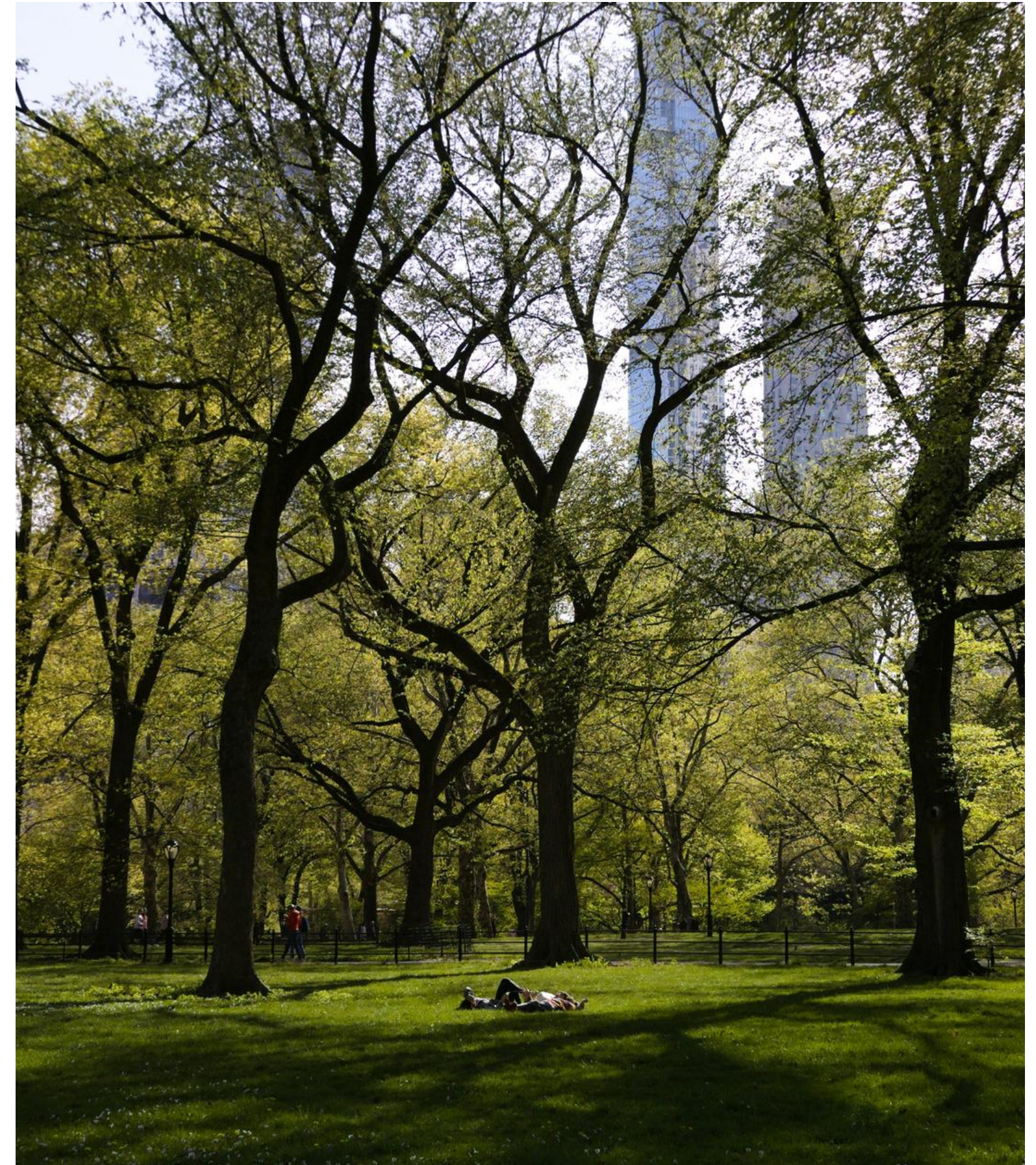
- [Fair Trip](#) to przewodnik po etycznych podróżach – pomaga odkrywać lokalne, zrównoważone miejsca na całym świecie, wspierając tych, którzy naprawdę tworzą wartość w danym regionie
- [Go Good](#) wspiera uważnych podróżników – prowadzi przez autentyczne, zrównoważone miejsca wybrane we współpracy z lokalnymi społecznościami i inspirowane, by zostawiać po sobie tylko dobry ślad
- [AWorld](#) to oficjalna aplikacja kampanii Act Now ONZ, wspierająca realizację Celów Zrównoważonego Rozwoju – pomaga mierzyć ślad węglowy, uczy eko-nawyków i motywuje do codziennych działań, które mają realny wpływ

19 CITY AS NATIONAL PARK

NEW URBAN GREENERY SDG 11/13/15

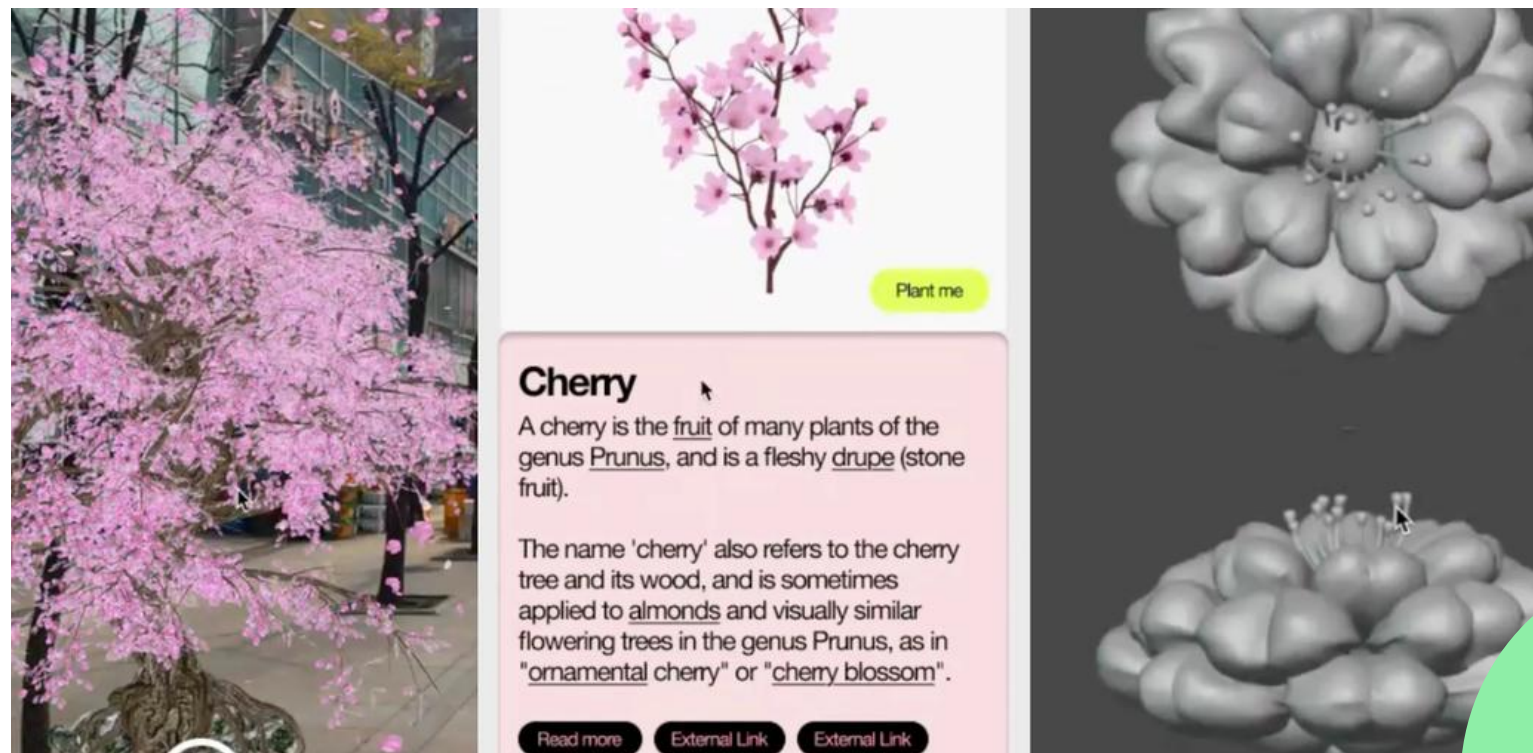
City as National Park to nowe podejście, które traktuje **całe miasto jak park narodowy** – z troską o każdy fragment zieleni, dziką roślinność przy torach, drzewo przy parkingu czy trawnik między kamienicami. Chodzi nie tylko o rewitalizację dużych parków, ale o codzienną ochronę miejskiej przyrody jako wspólnego dobra, które zasługuje na uwagę, opiekę i świadome projektowanie.

[Aż 70% mieszkańców Warszawy deklaruje gotowość na mniejszą liczbę parkingów w imię większej liczby drzew.](#) Bo zieleń leczy – zwłaszcza tych, którzy mają jej najmniej. Badania pokazują, że kontakt z przyrodą poprawia zdrowie psychiczne i obniża poziom stresu, szczególnie u osób o niższym statusie społeczno-ekonomicznym. **Zieleń staje się więc jednym z najbardziej inkluzywnych narzędzi troski o dobrostan w miastach.** Trend zasilają innowacyjne technologie, które umożliwiają **kontakt z przyrodą w niedostępny wcześniej sposób** – drzewa „mówią”, gleba wysyła sygnały, a miejska przyroda staje się interaktywnym ekosystemem, który możemy nie tylko podziwiać, ale i współtworzyć. Stąd już tylko krok do rewildingu miasta.



19 manifestacje

Fot. mat. promocyjne Glitch



Zobacz życie wewnątrz pnia

W londyńskim Kew Gardens debiutuje pierwsza plenerowa instalacja cyfrowa – „Of the Oak” stworzona przez kolektyw Marshmallow Laser Feast. Instalacja nspirowana ponad 200-letnim dębem Lucombe i przetwarzająca dane naukowe na elementy wizualne ukazuje niewidzialne życie drzewa: przepływ wody, wymianę gazową i sieć zależności ekologicznych. Projekt łączy sztukę, naukę i technologię, by pokazać jak głęboko jesteśmy powiązani z naturą. Artyści wykorzystali technologię Ground Penetrating Radar, która na co dzień jest używana przez botaników w Kew Gardens do oceny kondycji roślin i monitorowania żywej kolekcji ogrodu (w tym ponad 11 000 drzew). Instalacji towarzyszą plenerowe medytacje, które pomagają zszynchronizować rytm oddechu z rytmem drzew.

Posadź drzewo w AR

Brytyjska organizacja National Trust we współpracy z Nowadays On Earth i Pitch Studios stworzyła platformę [Glitch](#). To rozwiązanie w rozszerzonej rzeczywistości (AR), które pozwala londyńczykom „zazieleniać” miejskie ulice, sadząc wirtualne drzewa kwitnące. Glitch łączy AI, uczenie maszynowe i skanowanie LIDAR, by umożliwić użytkownikom wizualizację pięciu rodzimych dla Wielkiej Brytanii gatunków drzew: wiśni, śliwy, tarniny, jabłoni i głogu. Dzięki przewodnikowi w formie „cyberrobaka” użytkownicy odpowiadają na pytania o swoją okolicę, a następnie umieszczają wirtualne drzewa w miejscach, które ich zdaniem wymagają odświeżenia. Projekt ma na celu zbliżenie młodszych i bardziej zróżnicowanych grup mieszkańców do natury poprzez angażujące, cyfrowe doświadczenie edukacyjne.



Fot. Sandra Ciampone

19 manifestacje

Fot. mat. promocyjne Avenade



Postłuchaj głosu drzew

[Avenade Intelligent Garden](#) to eksperymentalny ogród zaprojektowany przez Toma Maseya we współpracy z Microsoftem i Avenade. Dwanaście drzew wyposażono w czujniki mierzące wilgotność gleby, jakość powietrza i inne parametry środowiskowe. Dane trafiają do systemu AI, który tłumaczy je na zrozumiałe komunikaty – dzięki funkcji „Tree Talk” można nawet prowadzić proste „rozmowy” z roślinami. Podczas wystawy drzewa narzekały na suszę, bo wiosna w Wielkiej Brytanii jest najsuchsza od 70 lat. Opowiadały też o owocowaniu i swoich dawnych zastosowaniach. Celem projektu jest wzbudzenie empatii wobec środowiska i zwiększenie świadomości na temat roli drzew w miastach.

Dotknij ziemi

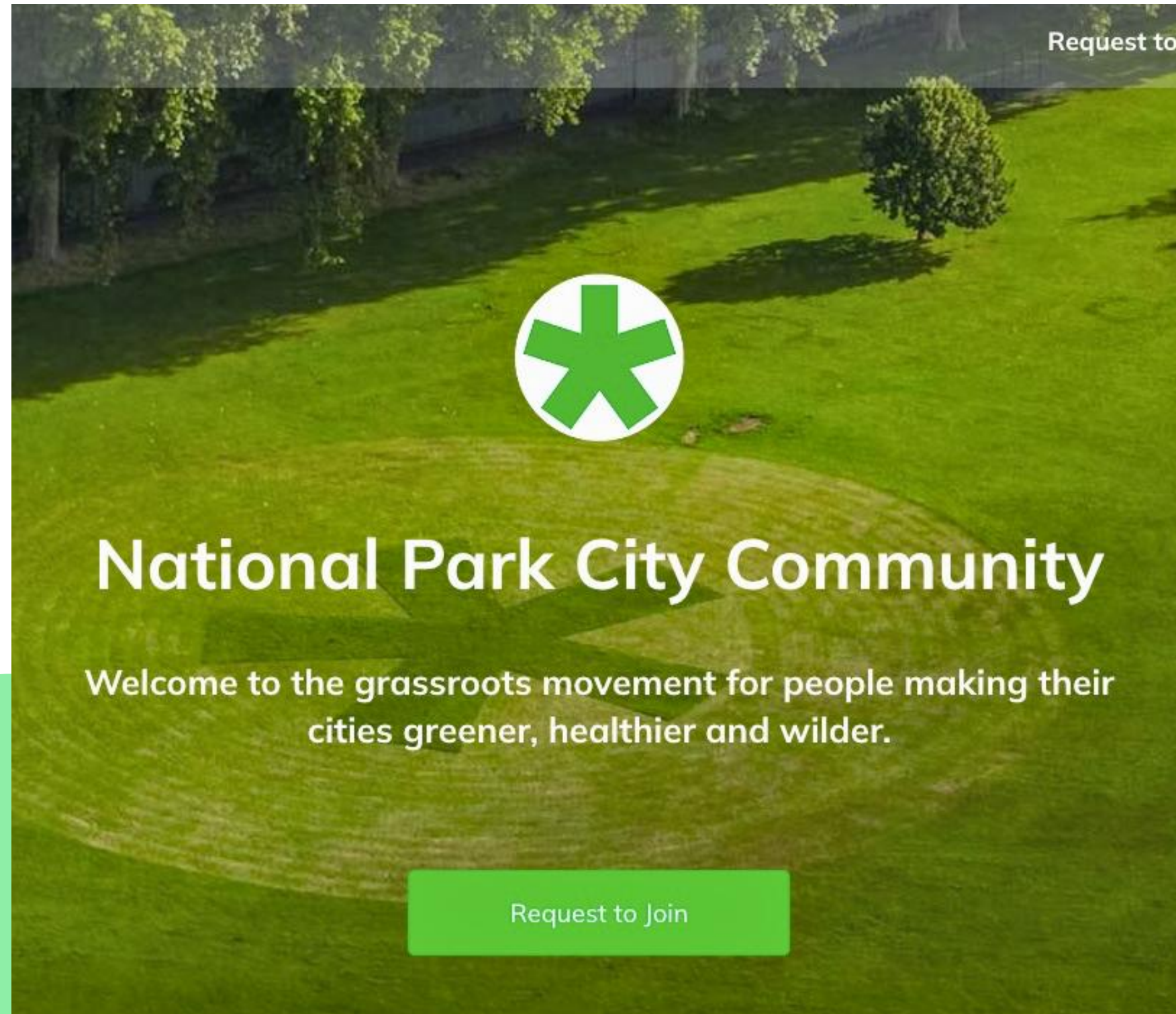
Jak doświadczyć głębokiej immersji w naturę? Najlepiej boso. W niemieckim Dornstetten działa [Barfusspark](#) przeznaczony do eksplorowania bez butów (barefoot) i doświadczania przyrody przez bodźce sensoryczne. Na trasie o długości 2,4 km można poczuć pod stopami drewno, kamienie, korę, trawę, glinę i wodę oraz różnorodne wrażenia takie jak ciepło – chłód, suchość – wilgoć. W parku odbywają się także wydarzenia pogłębiające kontakt z przyrodą przez zmysły m.in. medytacyjne wędrówki z ćwiczeniami oddechowymi, spacery szlakiem ziół leczniczych, spotkania o zmroku czy pikniki w bieli w konwencji Dîner en blanc.



Fot. Lorryn Smit

19 case study

Fot. mat. promocyjne National Park City Foundation



GLOBAL

Miasto jako park narodowy

[National Park City Foundation](#) to organizacja charytatywna, która zainicjowała nowy sposób myślenia o miastach jako parkach narodowych. Wspiera metropolie w stawianiu się bardziej zielonymi, dzikimi i zdrowymi miejscami do życia. Tym, którym się udaje przyznaje status National Park City. Pierwszym wyróżnionym miastem został w 2019 roku Londyn, torując drogę kolejnym np. Glasgow, Adelaide, Cardiff, a ostatnio także holenderskiej Bredzie.

Fundacja działa jak katalizator miejskiej zmiany. Łączy mieszkańców, samorządy i lokalne organizacje, wspiera oddolne inicjatywy, prowadzi działania edukacyjne i organizuje akcje, które aktywizują i przywracają życie miejskiej przyrodzie. Jej podejście opiera się na kulturze pytania „What if?\": Co jeśli każdy miałby dostęp do zdrowych terenów zielonych? Co jeśli nasze ulice byłyby 10 razy bardziej zielone? Co jeśli w miastach było więcej ptaków niż samochodów?

19 case study

Fot. Nature Manifesto



PARYŻ

Manifest (zagrożonej) natury

Podczas konferencji klimatycznej ONZ w Paryżu w 2024 roku Björk wraz z artystą wizualnym Alephem i kompozytorem Robinem Meierem zaprezentowali „[Nature Manifesto](#)” – dźwiękową instalację opartą na AI, odtwarzającą odgłosy wymarłych lub zagrożonych wyginięciem gatunków zwierząt. Projekt miał premierę w Centre Pompidou podczas forum „Biodiversity: Which culture for which future?” i był oddaniem głosu cichej przyrodzie, tworząc „dźwiękowy most” między człowiekiem a naturą. Wizja artystów odrzuca postapokaliptyczne scenariusze przyszłości na rzecz ery „postoptymizmu” i nowej wrażliwości, która pozwoli nie tylko chronić to, co jeszcze istnieje, ale też otworzyć się na głęboką koegzystencję z fauną i florą.

20 RENEWABLE run

GREEN RESILIENCY

SDG 7/9/11/13

Energia przyszłości jest lokalna, odnawialna i wspólna. W dobie napięć geopolitycznych i niepokoju klimatycznego, miasta i regiony intensyfikują działania na rzecz samowystarczalności energetycznej. Destynacje turystyczne szukają sposobów na zrównoważenie rosnącego zapotrzebowania z możliwościami lokalnych zasobów, a mieszkańcy coraz częściej sięgają po rozwiązania DIY jak domowe mikroelektrownie, których [udział w ciągu dekady wzrósł z 9% do 18%](#).

Transformacja nie dotyczy już tylko technologii, obejmuje też nowy model uczestnictwa. W Wielkiej Brytanii rosną inicjatywy typu „[community energy](#)”, które pozwalają mieszkańcom zarówno korzystać z zielonej energii, jak i współdecydować o jej produkcji oraz reinwestować zyski w lokalne potrzeby. Coraz wyraźniej widać, że **energia odnawialna to także energia społeczna**.

Według Światowego Forum Ekonomicznego ponad [połowa światowego PKB zależy wprost od natury](#). Dlatego transformacja energetyczna staje się fundamentem gospodarki przyszłości. Nie tylko po to, by zasilać świat, ale by go zabezpieczać ekologicznie, ekonomicznie i społecznie.



20 manifestacje



Miasto solarnych balkonów

Berlin przeżywa boom na balkonowe instalacje fotowoltaiczne. Wszystko zaczęło się od inwazji Rosji na Ukrainę i związanej z nią potrzeby zwiększenia niezależności energetycznej. W odpowiedzi na rosnące zainteresowanie rozwiązaniami DIY, niemiecki rząd uprościł w zeszłym roku procedury dotyczące zezwoleń i rejestracji. W stolicy powstał start-up [We Do Solar](#), oferujący zestawy lekkich, łatwych w montażu paneli, które można przypiąć do balustrady klasycznego balkonu. Firma podkreśla, że jej misją jest zapewnienie każdemu równego dostępu do energii i wylicza, że system działający z pełną mocą może obniżyć rachunki za prąd nawet o 25%. Szacuje się, że w dziś Berlinie działa już milion takich solarnych balkonów – symbolu miejskiej mikrotransformacji energetycznej.

Wyspa zielonej energii

El Hierro przechodzi do historii jako pierwsza [wyspa zasilana wyłącznie energią odnawialną](#). Ta najmniejsza z Wysp Kanaryjskich od 2014 roku czerpie energię z wiatru i wody, a już w 2015 roku po raz pierwszy przez kilka godzin działała w 100% na OZE. Dziś taki tryb to codzienność – bez emisji CO₂, bez importu paliw, za to z realnymi oszczędnościami dla mieszkańców. Wyspa, wpisana na listę rezerwatów biosfery i geoparków UNESCO, to ekologiczny sukces także dzięki lokalnej społeczności, która angażuje się w ochronę przyrody. El Hierro łączy energetyczną samowystarczalność z troską o unikalny, wulkaniczny krajobraz, przyciągając uwagę zarówno turystów, jak i twórców polityk klimatycznych.



20 manifestacje

Fot. mat. promocyjne EvoPhase

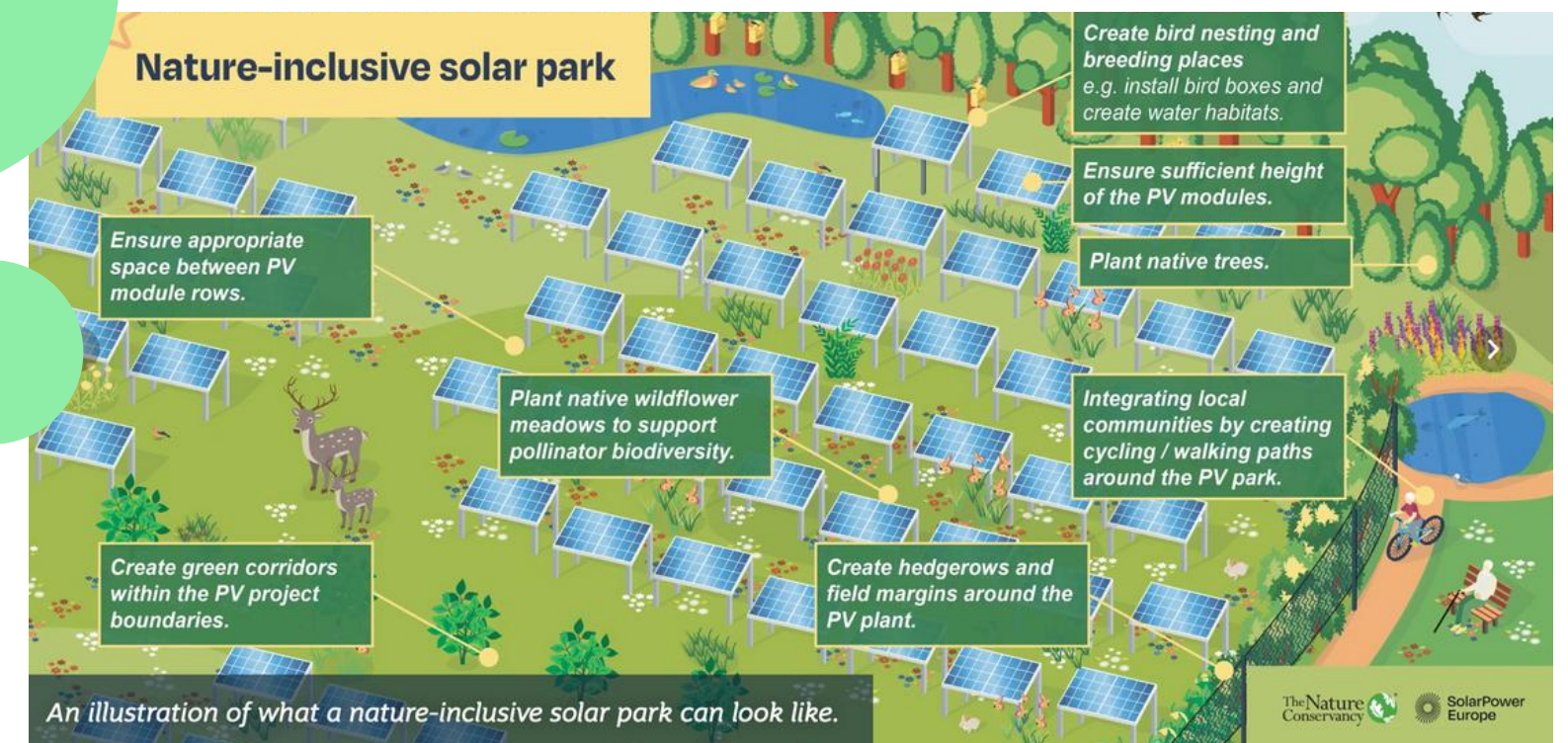


Obiekt: turbina, projekt: AI

EvoPhase, firma specjalizująca się w zrównoważonych optymalizacjach AI dla przemysłu, we współpracy z producentem struktur inżynierskich Kwik Fab, stworzyła Birmingham Blade, [pierwszą miejską turbinę wiatrową zaprojektowaną przez AI](#). Dostosowana do lokalnych warunków miejskich, działa efektywnie już przy średniej dla Birmingham prędkości wiatru 3,6 m/s – to znacznie mniej niż wymagane przez większość turbin 10 m/s. Symulacje pokazują, że może być nawet siedem razy bardziej wydajna od tradycyjnych rozwiązań w środowisku miejskim. Jej organiczna forma przypomina rzeźbę kinetyczną, łącząc funkcjonalność z estetyką i wpisując się w nową wizję zrównoważonego miasta przyszłości.

Park solarny otwarty na naturę

Metabolic, organizacja projektująca rozwiązania dla zrównoważonej gospodarki, we współpracy z The Nature Conservancy i SolarPower Europe opracowała [koncepcję farm fotowoltaicznych](#), które wspierają różnorodność biologiczną i zapewniają zielone szlaki spacerowe. Projekt zakłada, że tereny pod instalacje PV nie są wyłączone z przyrody, a między panelami można posadzić rodzime kwiaty, stworzyć miejsca lęgowe dla ptaków i wytyczyć zielone korytarze, obrzeża zaś obsadzić drzewami dającymi schronienie zwierzętom. Koncepcja uwzględnia też odpowiednią wysokość i rozmieszczenie paneli, by umożliwić rozwój roślinności pod ich powierzchnią. Całość dopełniają ścieżki piesze i rowerowe, które integrują instalacje z życiem lokalnej społeczności.



Fot. mat. promocyjne Metabolic

20 case study

Fot. mat. promocyjne Green Mountain Power



USA

W stronę samowystarczalnych miast

W USA rośnie trend tworzenia niezależnych energetycznie ośrodków miejskich, często z oddolnej inicjatywy mieszkańców. Przykładem jest Ann Arbor w stanie Michigan, gdzie lokalna społeczność powołała „zrównoważone przedsiębiorstwo energetyczne” ([Sustainable Energy Utility](#)), system oparty na energii słonecznej, geotermii, mikrosieciach i magazynach energii. Mieszkańcy mogą samodzielnie wytwarzać, sprzedawać lub dokupować czystą energię, niezależnie od dotychczasowych dostawców.

Z kolei w South Burlington w stanie Vermont firma Green Mountain Power, certyfikowany B Corp, prowadzi projekt [Zero Outages Initiative](#), mający na celu eliminację przerw w dostawach prądu. W ramach pilotażu 155 domów wyposażono w mikrosieci, sieć dystrybucyjną i magazyny energii, by mogły dzielić się nią w razie awarii. Projekt opiera się na analizie danych klimatycznych, społecznych i infrastrukturalnych, a jego założeniem jest zapewnienie niezawodnej, odnawialnej energii bez podnoszenia rachunków dla mieszkańców.

20 case study

[Fot. mat. promocyjne Co-operative Party](#)



WIELKA BRYTANIA

Energia społecznościowa

W Wielkiej Brytanii rozwija się ruch „community energy”, inicjatyw, które oddają energię w ręce społeczności. Lokalne farmy wiatrowe i panele słoneczne stają się wspólną własnością mieszkańców, a zyski z ich działania zasilają lokalne projekty: od edukacji po zieloną infrastrukturę.

Model rozwijany przez [Co-operative Party](#) łączy odnawialne źródła z poczuciem sprawczości i sprawiedliwości, nie tylko energetycznej, ale i społecznej. Community Energy to także narzędzie przeciwdziałania kryzysowi kosztów życia, wzmacniania demokracji i budowania lokalnej odporności. Zgodnie z planami Partii Pracy, [do 2030 roku w lokalne projekty energetyczne ma zostać zainwestowane 3,3 miliarda funtów](#).

Wizja? Zdecentralizowana energia, która nie tylko zasila domy, ale też odbudowuje wspólnoty.

21 ECO-CULTURAL TOURISM

NATURE AS A CLASSROOM SDG 3/11/13/17

Światy kultury i ekologii przenikają się w nowym trendzie podróżniczym, który łączy poznawanie lokalnej kultury z immersyjnym doświadczaniem natury. W tym nurcie rozwija się koncepcja „**nature as a classrom**” czyli eksplorowanie miejscowej kultury i natury poprzez bezpośrednie doświadczenia w plenerze. Popularność zyskują praktyki takie jak wspólne **zbieranie rodzimych ziół czy dzikich grzybów** pod okiem lokalnych przewodników, a następnie przetwarzanie ich zgodnie z tradycyjnymi recepturami. Takie doświadczenia organizują już Estonia czy Bhutan.

Równolegle, instytucje kulturalne ewoluują, stając się **oazami bioróżnorodności** promującymi dobrostan człowieka przez kontakt z naturą. Obiekty takie jak ogrody muzealne w Montrealu czy zielony dach biblioteki w Warszawie wytyczają nowe szlaki kultury, która wzmacnia lokalny ekosystem.



21 manifestacje

Fot. mat. promocyjne Bhutan
Mushroom Tours



Grzybobranie w Himalajach

W Bhutanie rusza [Bhutan Mushroom Tours](#), fotograficzna wyprawa szlakiem lokalnych grzybów po dziewiczych lasach wschodnich Himalajów. Podczas tego immersyjnego doświadczenia uczestnicy poznają kultywowane od pokoleń metody zbierania grzybów, wezmą udział w festiwalu Matsutake w Genekha, skosztują unikalnych gatunków dzikich grzybów i będą rozwijać umiejętności fotografii makro. Program obejmuje warsztaty fotograficzne, nocne spacer z lampami UV i gotowanie na świeżym powietrzu. Wszystko to pod okiem lokalnych przewodników i przepuszczone przez filtr bhutańskiej kultury i tradycji.

Japońska kultura zero-waste

W Kamikatsu, pierwszej w Japonii wiosce zero waste, działa edukacyjny projekt [INOW](#), który łączy odwiedzających z całego świata z lokalną społecznością, oferując immersyjne programy, warsztaty i doświadczenia związane z życiem w duchu zero waste. Wśród nich: segregacja odpadów na 45 kategorii i zrównoważone praktyki zakorzenione w lokalnej mądrości i tradycyjnym rzemiośle. Programy trwają od kilku godzin do kilkunastu dni i pozwalają uczestnikom dogłębnie zrozumieć filozofię „mottainai” („nie marnuj”) oraz nawiązać autentyczne relacje z mieszkańcami. INOW zachęca do refleksji nad konsumpcją i relacją człowieka z naturą, jednocześnie wspierając rozwój lokalnej gospodarki.



Fot. Florentyna Leow

21 manifestacje

Fot. MMFA, Julie Ciot



Muzeum dla kwiatów, rzeźb i pszczół

Montreal Museum of Fine Arts (MMFA) i Jardin Botanique przeprowadziły [metamorfozę swoich ogrodów](#) obejmującą nasadzenie ponad 8 000 roślin wspierających miejską bioróżnorodność i zapylanie. Nowy krajobraz łączy pięć pawilonów muzealnych i eksponuje kolekcję rzeźb w przestrzeni publicznej, tworząc plenerową scenę artystyczną i zieloną strefę relaksu w sercu Montrealu dla mieszkańców i turystów. Nasadzenia, obejmujące ponad 45 rodzimych gatunków, wzmacniają lokalny ekosystem – od roślin ozdobnych po gatunki charakterystyczne dla lasów Mount Royal. Projekt poprawia jakość siedlisk, wspiera lokalną faunę (m.in. pszczoły Agapostemon) i ogranicza ślad środowiskowy muzeum, zgodnie z celami zrównoważonego rozwoju. W realizacji wykorzystano modułowe meble i materiały budowlane z odzysku.

Naturalne trzecie miejsce

W Niterói w stanie Rio de Janeiro powstaje innowacyjne [Eco-Museum i Orla Piratininga Park](#). Ten nowy ekologiczny kompleks z ogrodami filtrującymi, przestrzeniami społecznymi i muzeum zbudowanym z lokalnego drewna cumaru to największa w Ameryce Łacińskiej inicjatywa fitoremediacyjna, czyli oparta na naturalnym oczyszczaniu środowiska z pomocą roślin. Rewitalizuje lagunę Piratininga i promuje bioróżnorodność, zapraszając mieszkańców i turystów do bliskiego kontaktu z przyrodą. Budynek muzeum służy także jako publiczne forum. Projekt łączy architekturę z naturą i edukację z relaksem, tworząc scenariusz zrównoważonego rozwoju dla regionu oceanicznego.



Fot. mat. promocyjne KAAAN Architecten

21 case study

Fot. materiały promocyjne IT.A.CÀ



WŁOCHY

Festiwal odpowiedzialnej turystyki

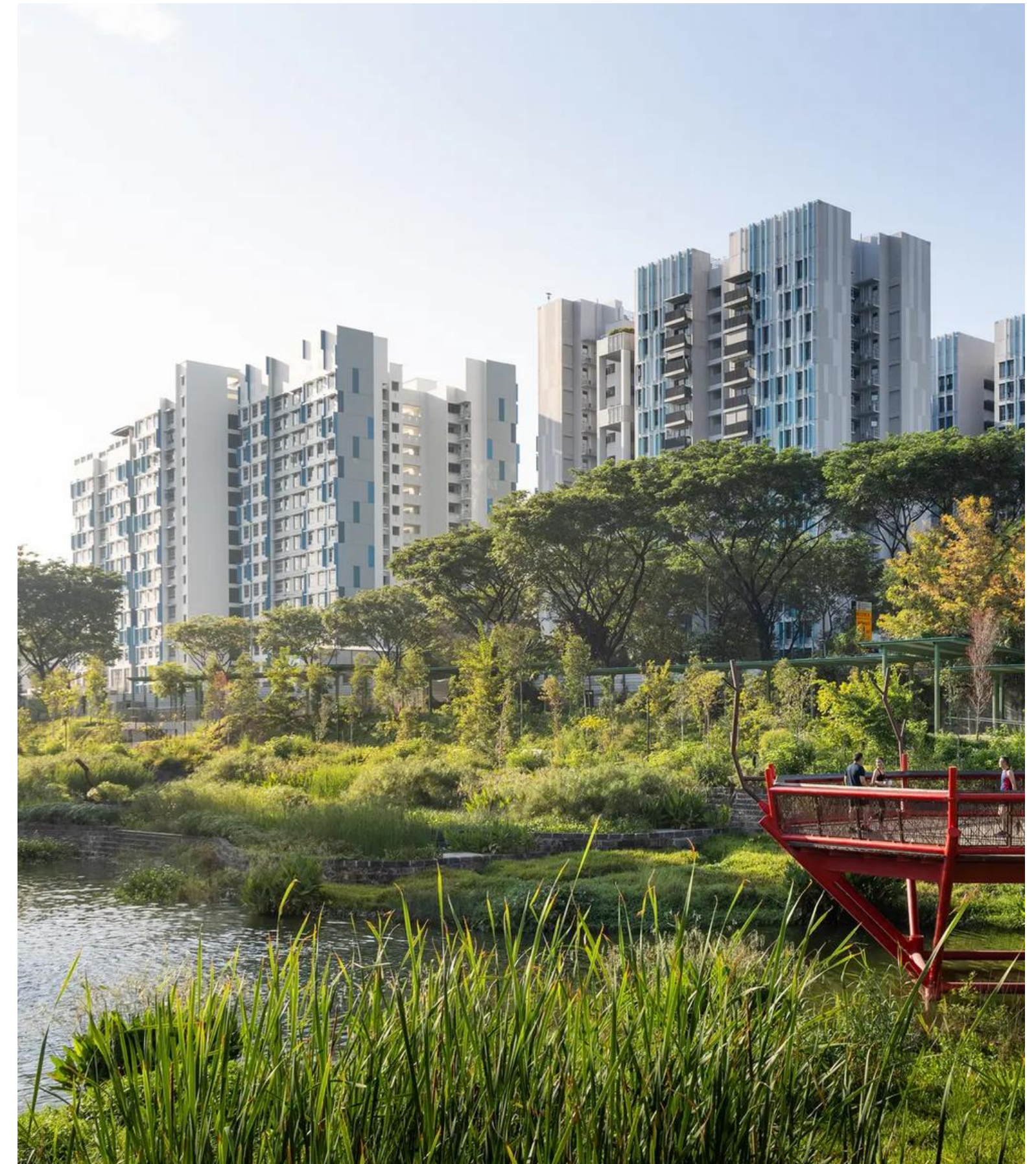
We Włoszech od 18 lat odbywa się [IT.A.CÀ Migranti e Viaggiatori](#) (Migranci i Podróżnicy) – coroczny festiwal zrównoważonej turystyki, który łączy lokalne inicjatywy z 20 miejsc w 11 regionach, takich jak Marche, Umbria, Lazio czy Sycylia. W programie m.in. trekkingi, wyprawy rowerowe, warsztaty kulinarne, miejskie spacery, koncerty i unikalne „lunche 0 km”, podczas których na talerze uczestników trafiają organiczne produkty uprawiane lub produkowane nie dalej niż 100 km od stołu. Celem festiwalu jest promowanie odpowiedzialnego podróżowania, które szanuje dziedzictwo naturalne i kulturowe, wspiera lokalne gospodarki i integruje odwiedzających z mieszkańcami. Tegoroczne motto – „Custodire il Futuro” (Chronić przyszłość) zachęca do refleksji nad wpływem naszych wyborów podróżniczych na przyszłość naszą i Planety.

22 BLUE-GREEN CITY

WATER FEAT. PLANTS SDG 3/6/9/11/12/13

Przyszłość urbanistyki leży w błękitach i zieleni czyli w wodzie i roślinach, które razem tworzą inteligentny, regeneracyjny system życia w mieście. Blue-green infrastructure to nowa **narracja o mieście jako organizmie, który uczy się współpracować z naturą**, zamiast ją ujarzmić.

Trend ten sięga korzeniami do koncepcji Blue-Green Cities, [opisanej po raz pierwszy w 2013 roku](#) przez zespół badaczy z University of Nottingham. Zakłada ona, że obok roślin to właśnie woda powinna być podstawą budowania bardziej zrównoważonych, bioróżnorodnych i odpornych na zmiany klimatu miast. Dziś ta wizja nabiera tempa, a projektanci, urbaniści i aktywiści przywracają rzekom naturalny bieg, miastom kąpieliska, a architekturze – **fokus na zasoby wodne**. Powstają pływające osiedla i ogrody deszczowe, rozwijają się technologie żywych budynków i miejskie systemy akwaponiczne, które łączą uprawę roślin z hodowlą wodnych organizmów w zamkniętym obiegu. Wszystko to wspiera **dobrostan mieszkańców i turystów** oraz ich harmonijną koegzystencję z naturą.



22 BLUE-GREEN CITY

W błękitno-zielonym mieście woda zmienia swoją rangę i z żywiołu, który trzeba ujarzmić, staje się sprzymierzeńcem w budowaniu miejskiej odporności. Wśród najczęściej testowanych w tym duchu praktyk miejskich możemy znaleźć:

Renaturyzacja rzek, łącznie z odkopywaniem ich spod ziemi i betonu – przywraca miastom ich naturalne krwiobiegi, oczyszczając powietrze i tworząc nowe tereny miejskiej rekreacji.

Aqua-tecture, czyli architektura zorientowana na wodę, projektowana jest tak, by mądrze zarządzać zasobami wodnymi i wspierać cały miejski ekosystem w adaptacji do zmian klimatu.

Renesans miejskich kąpielisk, szczególnie tych naturalnych, przekształca tereny wodne w przestrzeń codziennego wypoczynku, dostępne dla mieszkańców i wolne od sztucznych substancji oczyszczających.

Akwaponika łączy uprawę warzyw, ziół i owoców z hodowlą ryb w zamkniętym obiegu, tworząc wydajny i zrównoważony model lokalnej produkcji żywności w sercu miasta.

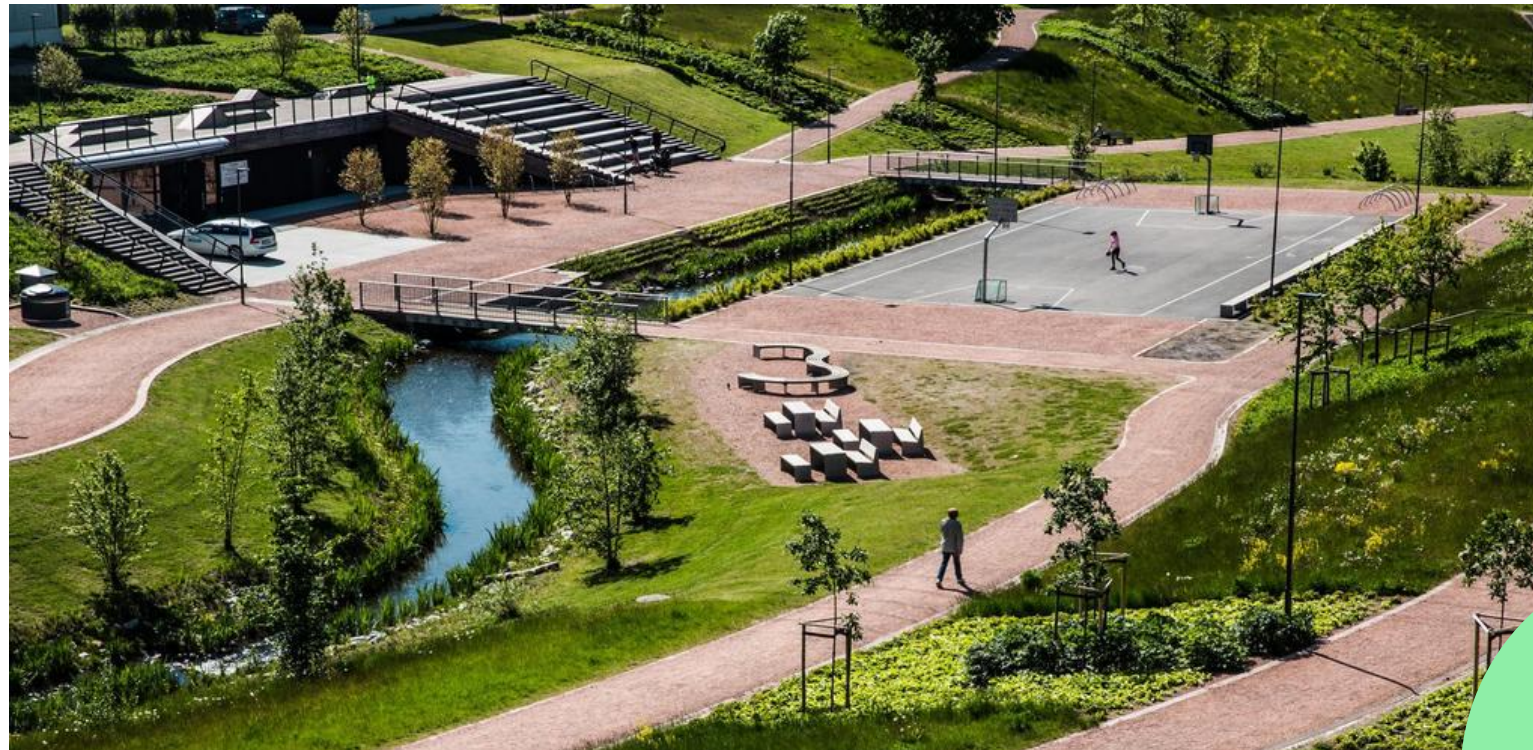
Błękitno-zielona infrastruktura przeciwpowodziowa przybiera formę pływających parków, ogrodów deszczowych i kieszonkowych. To mikrointerwencje, które zwiększają chłonność miasta, ograniczając ryzyko powodzi i wspierając bioróżnorodność.

W obliczu rosnącego stresu wodnego w miastach, trend Blue-Green Cities pozwala tworzyć bardziej odporne, zdrowe i inkluzywne modele życia oraz turystyki.



22 manifestacje

Fot. Camilla Jenssen



Pływające osiedle

Dawny port towarowy w Rotterdamie może wkrótce zmienić się w największą w Europie pływającą społeczność mieszkaniową. Duńskie studio [MAST](#) zaprojektowało osiedle ponad 100 apartamentów unoszących się na wodzie jako odpowiedź na rosnący kryzys mieszkaniowy w Holandii i ograniczoną dostępność gruntów. Koncepcja wykorzystuje wodę jako integralny element miejskiej infrastruktury. Modułowe budynki mają być prefabrykowane i transportowane na miejsce, aby zminimalizować ingerencję w środowisko. Całość dopełnią pływające trzcinowiska o powierzchni 900 m², które poprawią jakość wody i stworzą siedliska dla dzikich zwierząt. Nowa dzielnica będzie dostępna drogą lądową (pieszo i rowerami) i wodną.

Rzeki zamiast dróg

W Oslo władze miejskie, grupy sąsiedzkie oraz mieszkańcy i aktywiści zrzeszeni w [Forum Rzek Oslo](#) pracują wspólnie nad renaturyzacją potoków, łącznie z odkopywaniem ich spod ziemi. Dzięki ich wysiłkom po niemal 100 latach podziemnej egzystencji na powierzchni miasta znów popłynął strumyk Hovinbekken. Jego pierwszy odcinek został odsłonięty dekadę temu w Bjerkedalen Park, a kolejny w 2023 roku w Klosterenga Park. Cały proces odbył się partycypacyjnie, na „bezemisijnym placu budowy” – wszelkie prace przeprowadzane były z użyciem maszyn napędzanych zieloną energią. W ten sposób powstały przestrzenie rekreacyjne, które jednocześnie służą jako punkty retencji wód opadowych. A Oslo realizuje kolejne projekty w myśl hasła „rzeki zamiast dróg”.



Fot. MAST

22 manifestacje

Fot. mat. promocyjne ecoLogicStudio



Pikoplanktonika = design + sinice

Na tegorocznym Biennale Architektury w Wenecji kanadyjski kolektyw architektów, naukowców, artystów i edukatorów The Living Room Collective zaprezentował wystawę „[Picoplanktonics](#)”, która ukazuje potencjał współpracy ludzi z organizmami wodnymi w obliczu trwającego kryzysu klimatycznego. To instalacja złożona z drukowanych w 3D struktur zawierających żywe sinice zdolne do pochłaniania dwutlenku węgla (pobierają go z powietrza poprzez fotosyntezę i biocementację, a następnie zamieniają go w minerały). Projekt bada nasze możliwości współdziałania z żywą naturą poprzez współtworzenie przestrzeni, które regenerują planetę, zamiast ją eksploatować. Przyszłe zastosowania mogą obejmować m.in. fasady budynków.

Architektura z alg i ziół

Londyńskie studio [ecoLogicStudio](#) rozwija biotechnologie żywych budynków, projektując innowacyjne przestrzenie dla „miast bio-świadomych”. Jednym z przykładów jest AirBubble – pierwszy na świecie biotechnologiczny plac zabaw zintegrowany z algami oczyszczającymi powietrze, który pojawił się m.in. w Warszawie. W szwajcarskim Nyonie powstała natomiast wersja AirBubble Restorative Space, ogrodu zdrowia łączącego algi z roślinami leczniczymi. Oba projekty wykorzystują technologię Photo.Synthetica, wprowadzając fotosyntezę do miejskiego środowiska i tworząc mikroklimat sprzyjający regeneracji, relaksowi i integracji.



Fot. Valentina Mori

22 manifestacje

Fot. mat. promocyjne AquaFarma

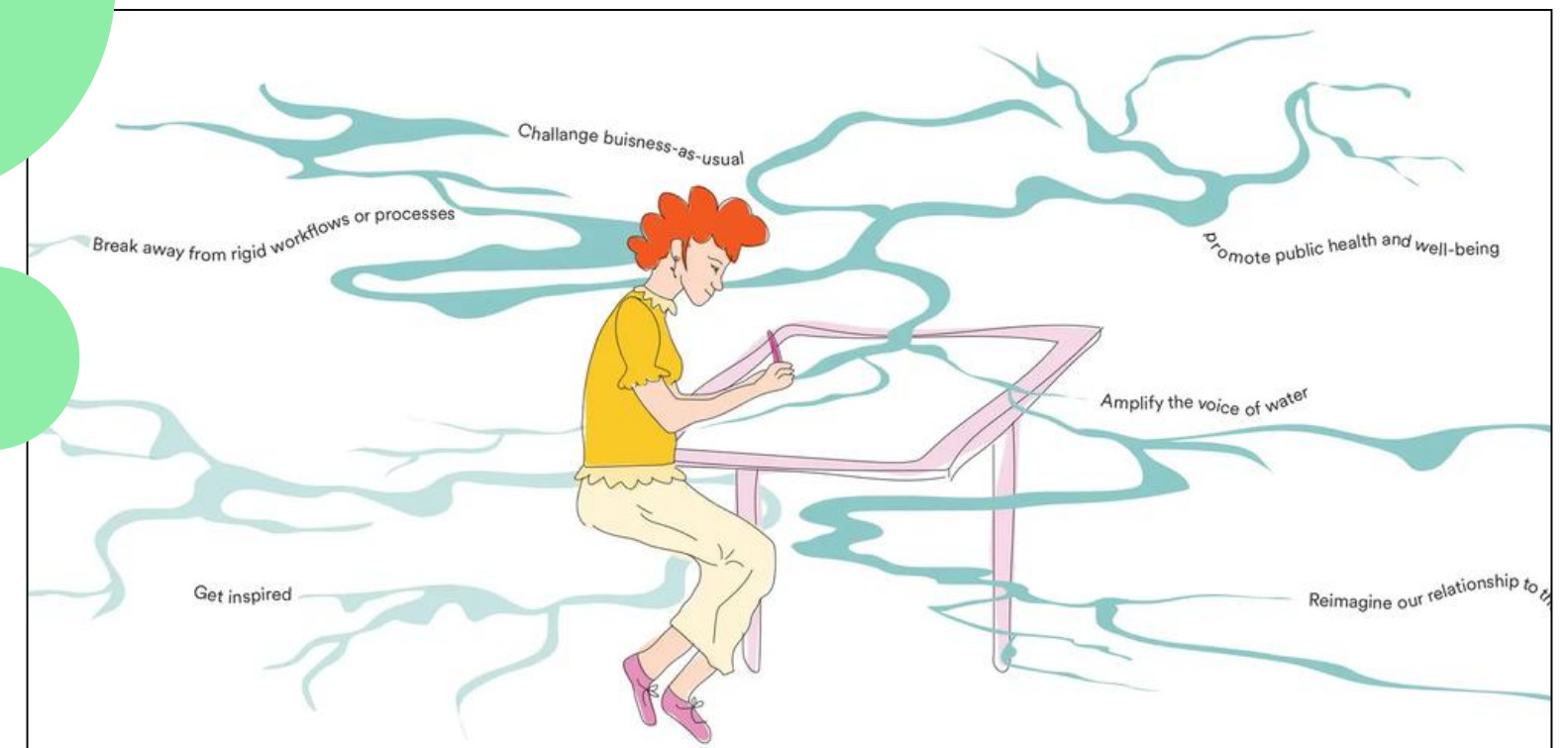


Miejski warzywnik na wodzie

Członkowie wrocławskiego instytutu badawczego Water Science and Technology Institute – H2O SciTech we współpracy z partnerami z polsko-norweskiego projektu USAGE otworzyli we Wrocławiu [pierwszą w Polsce farmę akwaponiczną](#), która produkuje zdrową, odżywczą żywność bez nawozów sztucznych oraz w sposób niemal bezodpadowy. Pomaga też zadbać o miejskie zasoby wodne – zużywa o 90% mniej wody niż konwencjonalne rolnictwo i wspiera retencję poprzez gromadzenie opadów w zielonym dachu. Aktualnie AquaFarma hoduje raki czerwonoszczypcowe oraz kilka gatunków warzyw i ziół takie jak lokalne buraki liściowe, rukiew wodną czy azjatyckie mizunę i trawę cytrynową. Po kilkunastu miesiącach działania we Wrocławiu, od końca 2024 roku operuje w Żorach.

Projektowanie z nurtem wody

Duńskie studio zrównoważonej architektury Henning Larsen i organizacja Ramboll Water opracowały przewodnik „[Designing as Water: a new paradigm](#)”, który proponuje nowe podejście do projektowania w erze kryzysu wodnego. Do 2050 roku połowa ludzkości będzie żyć w regionach dotkniętych deficytem wody, a już dziś 90% katastrof naturalnych ma z nią związek. Publikacja zachęca, by wodę postrzegać nie jako zagrożenie, lecz jako nauczyciela i interesariusza w procesie projektowym. Wytyczne bazują na pięciu zasadach: połączenie, reaktywność, transparentność, ewolucja i kreatywność, oferując narzędzia do tworzenia miast odpornych i zintegrowanych z naturalnymi cyklami wodnymi.



Fot. mat. promocyjne Henning Larsen

22 case study

Fot. materiały promocyjne Benidorm



BENIDORM

Więcej turystów, mniej zużycia wody

Benidorm, ogłoszony European Green Pioneer of Smart Tourism 2025, wdraża system [zrównoważonego zarządzania wodą](#), który łączy technologię i gospodarkę cyrkularną, a jego efektywność sięga 95% i to przy nieustannie rosnącej liczbie turystów. Miasto skutecznie kontroluje pobór i dystrybucję wody z pomocą inteligentnych czujników i algorytmów, a także zamyka cykl jej użycia. 36% oczyszczonej wody wraca do obiegu: nawadnia miejskie ogrody, wspiera rolnictwo i zasila flotę pojazdów z biogazu. Ponadto, dzięki centrum innowacji Dinapsis Operation & Lab miasto prognozuje zagrożenia związane z pęknięciami rur, zapobiega wyciekom wody i zarządza presją sezonową. Efekt to redukcja o 700% szczytowego zapotrzebowania na wodę w sezonie turystycznym.

23 COMPASSIONATE TRAVEL

PLANT-BASED
= EMPATHY-BASED

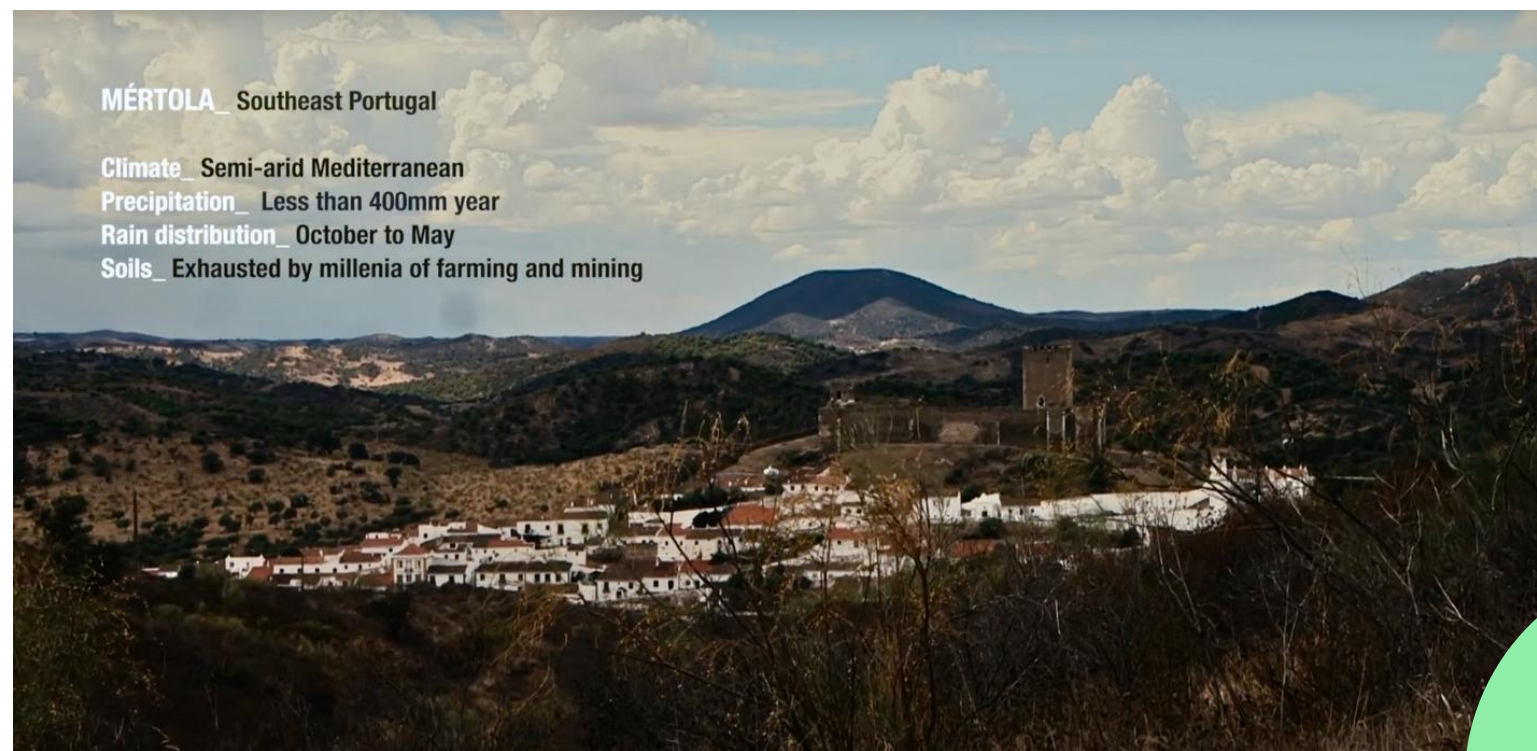
SDG 3/12/13/15

Przyszłość zrównoważonej turystyki jest wegańska i nie chodzi tu wyłącznie o to, co na talerzu. Compassionate Travel to nowy wymiar podróżowania, w którym **kompasem staje się empatia wobec wszystkich istot żywych**. Sama dostępność roślinnych opcji kulinarnych już nie wystarcza, coraz więcej podróżujących szuka holistycznych doświadczeń w zgodzie ze swoimi wartościami. To wpływa na każdy element podróży – od środka transportu po zakwaterowanie. Popularność zyskują wegańskie rejsy i noclegi z kuchniami wolnymi od produktów odzwierzęcych. Ważne staje się też nawiązywanie **relacji opartych na trosce i współodczuwaniu** m.in. poprzez naukę tradycji kulinarnych u rdzennych społeczności czy wspieranie lokalnych producentów i inicjatyw regeneracyjnych takich jak permakultury oraz handel cruelty-free.

Rynek żywności roślinnej, [dziś wart ponad 22 miliardy dolarów, ma do 2034 roku przekroczyć 55 miliardów](#). Ten zwrot jest napędzany przede wszystkim przez młode pokolenia. Gen Z i Millennials częściej rezygnują z produktów odzwierzęcych, a ich oczekiwania i potrzeby kształtują nową turystykę – odpowiedzialną i empatyczną.



23 manifestacje



Roślinna agroturystyka

[Terra Sintrópica](#) to portugalska inicjatywa z Mértoli, która łączy agroekologię, turystykę regeneracyjną i kuchnię roślinną. Działając w jednym z najbardziej narażonych na pustynnienie regionów Europy, projekt realizuje koncepcję „regeneracji przez użytkowanie”, przekształcając krajobraz w „Laboratorium Przyszłości”. Prowadzone są tu działania na rzecz regeneracji gleb i lasów, uprawiane lokalne rośliny oraz promowana odpowiedzialna produkcja i konsumpcja. Testowane są też nowe rozwiązania rolnicze dla półpustynnego klimatu, a całość opiera się na kuchni roślinnej i edukacji kulinarno-ekologicznej, wspierającej zdrowie ludzi i planety. Mieszkańcy i goście mogą wziąć udział w aktywnym zwiedzaniu lub dłuższym wolontariacie.

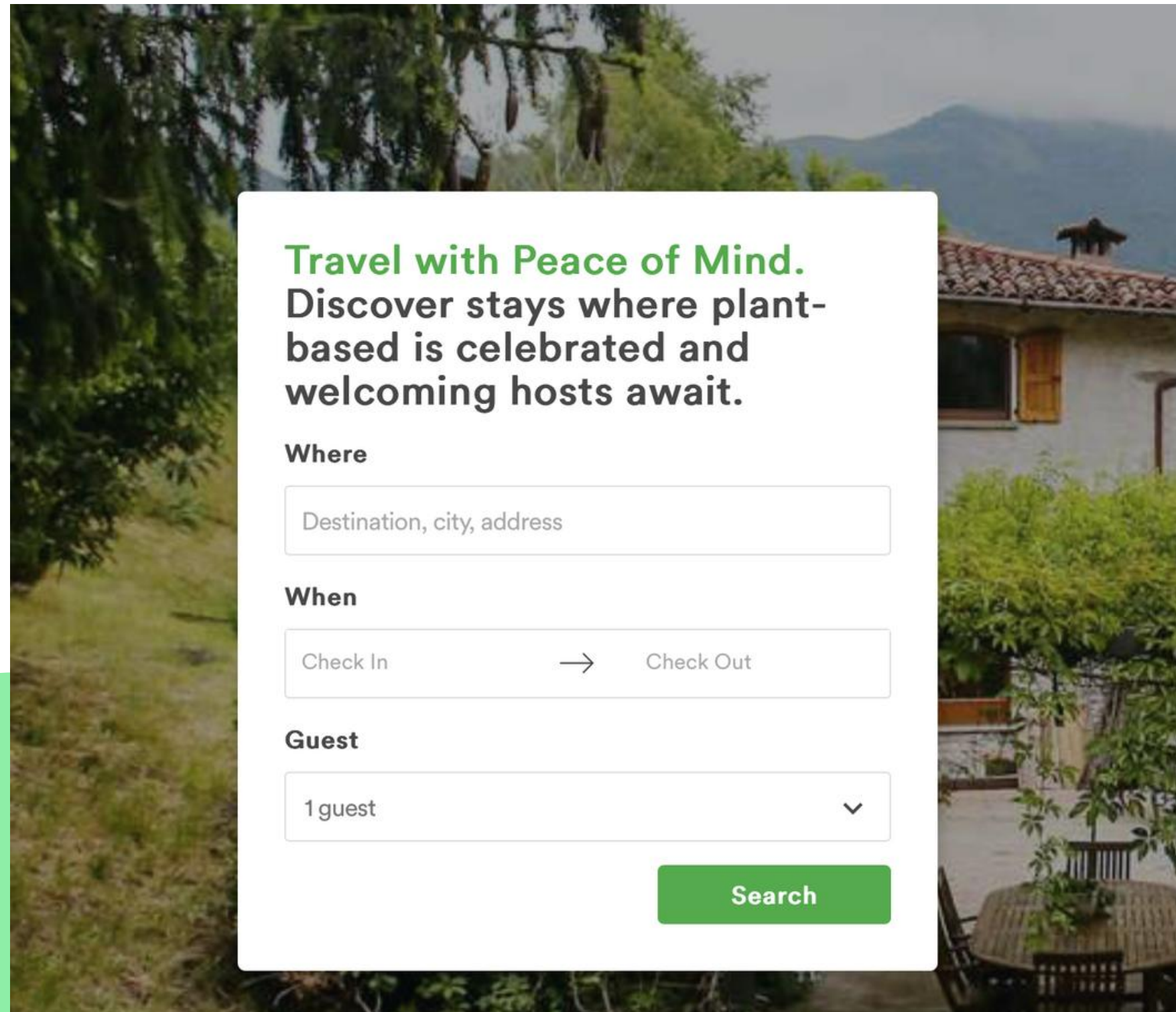
Weganie na morzu

[Vegan Cruises](#) organizuje kameralne, luksusowe i w pełni wegańskie rejsy po wodnych szlakach Europy, Amazonii i Azji. Podróże odbywają się na niewielkich statkach z niskoemisyjnymi silnikami, na pokładzie serwowane są wyłącznie roślinne posiłki, a program rejsów łączy odkrywanie lokalnych kultur z warsztatami i wydarzeniami promującymi wegańskie wartości. Celem jest „eksplorowanie świata z sercem pełnym współczucia”. Linia wdraża zrównoważone rozwiązania – od ograniczenia plastiku jednorazowego użytku, przez dokowanie na prąd sieciowy, po zaawansowane systemy oczyszczania ścieków, filtrowania spalin i odzysku ciepła.



23 case study

Fot. materiały promocyjne Vegvisits



Travel with Peace of Mind.
Discover stays where plant-based is celebrated and welcoming hosts await.

Where

When

 →

Guest

 ▾

Search

GLOBAL

Wegańskie Airbnb

[Vegvisits](#) to platforma noclegowa stworzona z myślą o wegańskich i wegetariańskich podróżnikach oraz wszystkich zainteresowanych roślinnym stylem życia, działająca w ponad 80 krajach. Oferuje zakwaterowanie u gospodarzy, którzy prowadzą domy bez produktów odzwierzęcych. Wśród dostępnych opcji są miejskie apartamenty, wiejskie gospodarstwa i sanktuaria dla zwierząt. W każdej z nich goście mogą korzystać z w pełni roślinnej kuchni, dzielić się posiłkami, doświadczeniami i wiedzą o lokalnych eko-atrakcjach. Wszystkie oferty są weryfikowane, a platforma opiera się na zasadzie wzajemnego zaufania i wspierania osób i firm, które podzielają wartości environment-first i cruelty-free.

23 case study

Fot. materiały promocyjne Ahimsa



INDIE

Biuro roślinnych podróży

W Indiach działa [Ahimsa Travel Club](#), klub podróżniczy organizujący wegańskie wycieczki i retreaty w zrównoważonych destynacjach. Ich uczestnicy poznają lokalne kultury, społeczności, przyrodę i kuchnię, próbując wyłącznie roślinnych potraw. Wyjazdy są oparte na empatii, ekologii i odpowiedzialności społecznej, a ich filarami są szacunek dla zwierząt i natury, priorytet dla rdzennych, roślinnych potraw, wsparcie małych, wegańskich biznesów oraz promowanie fair trade i lokalnych twórców. Ahimsa Travel Club organizuje również programy wolontariatu w Indiach. Sama nazwa klubu pochodzi z sanskrytu i oznacza „niekrzywdzenie” lub „nieszkodzenie” – to etyczna zasada życia w harmonii ze światem, bez przemocy wobec ludzi, zwierząt i środowiska.

24 URBAN RE-USE

CIRCULAR CITIES

SDG 7/8/11/12

Rekonwersja to przyszłość miast, które chcą budować zrównoważoną tożsamość z szacunkiem dla tego, co już istnieje. Ten rosnący trend w projektowaniu polega na adaptacji budynków, które utraciły swoje pierwotne funkcje i rewitalizacji opuszczonych obszarów miejskich. Zamiast burzyć, odzyskujemy. Opuszczone dworce stają się centrami kultury, a nieczynne estakady jak ikoniczny [High Line w Nowym Jorku](#), zmieniają się w zielone arterie miasta.

Rekonwersja to część szerszego nurtu **urban reuse (miejskiego recyklingu)**, który obejmuje także **urban mining (miejskie górnictwo)**, czyli **odzyskiwanie materiałów, konstrukcji, a nawet energii z istniejącej tkanki miejskiej**. Kierunek wyznaczył Paryż, gdzie tysiące krzesełek na Igrzyska Olimpijskie 2024 powstało z tworzywa odzyskanego z ulicznych koszy na śmieci. Takie podejście ogranicza zużycie surowców, emisję CO₂ i ilość odpadów, a jednocześnie pozwala chronić dziedzictwo kulturowe i historie wpisane w miejski krajobraz. Rekonwersja wspiera klimat i przywraca miastu **wartościowe przestrzenie dla społeczności** na kulturę, sztukę, edukację i relacje. Przeszłość staje się tu dosłownie budulcem przyszłości.



24 manifestacje



Domy z odzysku dla mieszkańców...

W paryskiej dzielnicy Vitry-sur-Seine powstaje [Recygénie](#), pierwsze na świecie osiedle z recyklingu. To kompleks cyrkularnych budynków mieszkaniowych, który w 100% powstał z materiałów pochodzących z rozbiórki bloków stojących na tym terenie wcześniej. Wszystkie elementy, od konstrukcji po wykończenia, zostały ponownie przetworzone, przetestowane i dostosowane do aktualnych norm. Pomysłodawcą i realizatorem jest Seqens, francuska firma zajmująca się rozwojem budownictwa społecznego. Projekt ogranicza emisję CO₂ i ślad środowiskowy, ale też promuje lokalne łańcuchy dostaw i nowe standardy zrównoważonego budownictwa społecznego.

...i turystów

[Iron Creek Bay Farm Stay](#) w tasmańskim Sorell łączy niskoemisyjne zakwaterowanie dla turystów z aktywnie działającą farmą. Punktem wyjścia dla architektów z pracowni [Misho+Associates](#) była świadoma adaptacja istniejącej zabudowy. Główny budynek został przekształcony w recepcję, dawna szopa do strzyżenia owiec stała się przytulnym salonem dla gości, a obiekt, który wcześniej służył jako sortownia ostryg, teraz pełni funkcję pomieszczenia gospodarczego. Nowe pawilony zostały zbudowane z lokalnego drewna i podniesione na palach, aby chronić lokalny system hydrologiczny, a ich elewacje wykonano z przetworzonych odpadów tartacznych. Całość łączy poszanowanie dla lokalnej historii z nowoczesnym, zrównoważonym designem.



24 manifestacje

Fot. mat. promocyjne Scali
di Porta Romana

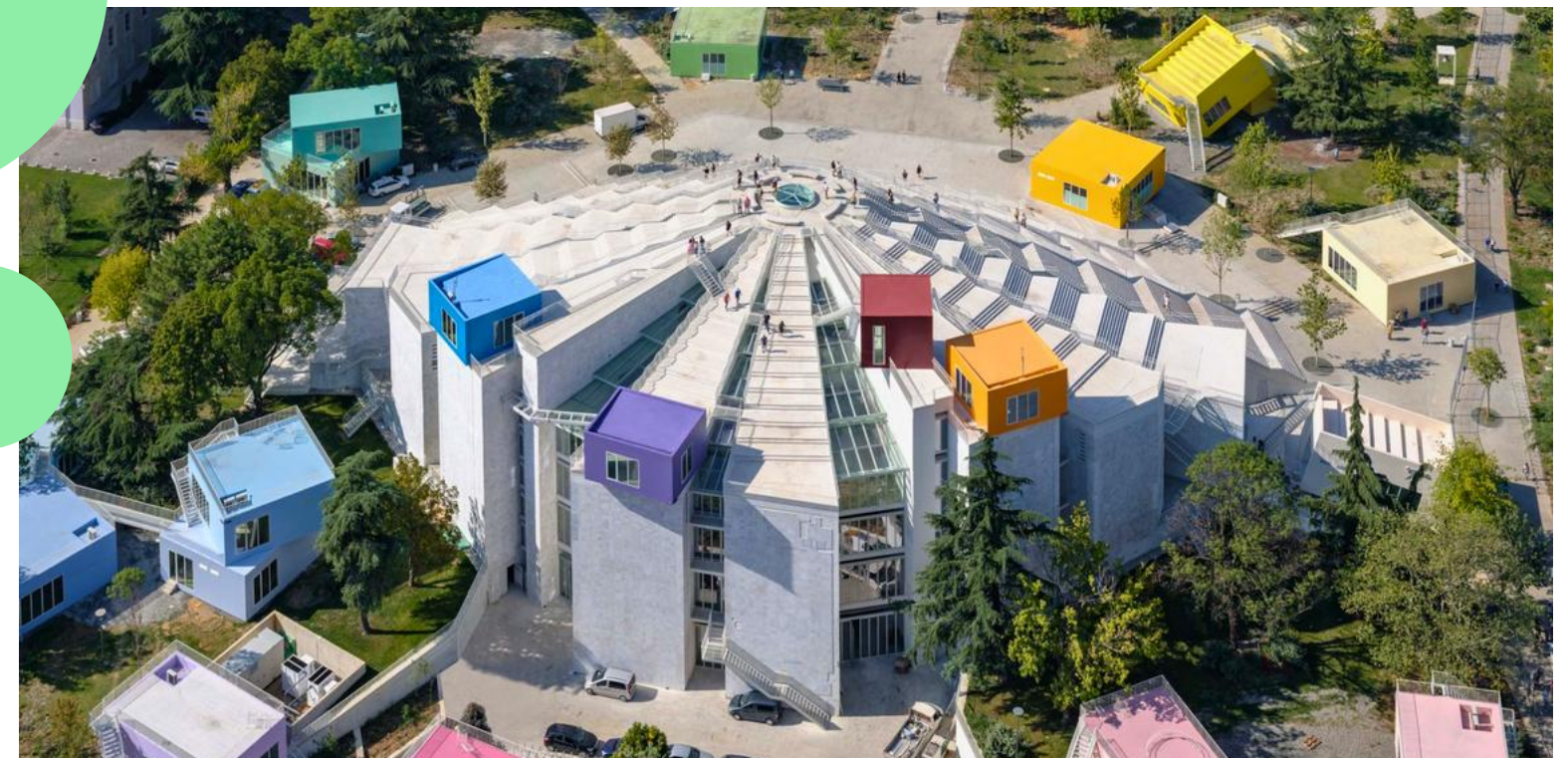


Z nieczynnych stacji w zielone osiedle

W Mediolanie trwa przekształcanie dawnego terenu kolejowego Scalo Romana w zieloną, w pełni zrównoważoną i wielofunkcyjną dzielnicę [Parco Romana](#). To część największego planu regeneracji miejskiej we Włoszech, obejmującego siedem nieczynnych stacji. Projekt zakłada m.in. centralny park, sieć tras pieszo-rowerowych, strefy usługowe, zawieszony las (dla wyciszenia hałasu), a także Wioskę Olimpijską na 2026 rok, która później stanie się akademikiem. Parco Romana ma na nowo połączyć fragmenty miasta oddzielone przez dekady przemysłową infrastrukturą kolejową i zintegrować społeczność z naturą.

Z muzeum dyktatora w kulturalny hub

Nad albańską Tiraną góruje Piramida – niegdyś muzeum ku czci komunistycznego dyktatora Envera Hodży, dziś [nowoczesne centrum kultury](#). Zamiast burzyć betonowy gmach, zdecydowano się go przekształcić i radykalnie zmienić jego symbolikę. Wewnątrz i wokół budynku rozmieszczono kolorowe moduły, które mieszczą kawiarnie, pracownie, biura start-upów i inkubatory. Odbywają się tam warsztaty, festiwale i bezpłatne zajęcia z nowych technologii dla albańskiej młodzieży. Na pochyłych elewacjach dodano schody, dzięki którym mieszkańcy mogą dziś dostawnie przejść się po dawnym pomniku władzy. Za projekt odpowiada holenderskie studio MVRDV.



Fot. mat. promocyjne MVRDV

24 manifestacje

Fot. mat. promocyjne Le Pavé



Miasto jako kopalnia materiałów

Paryż udowadnia, że przyszłość wielkich wydarzeń sportowych i kulturalnych może opierać się na miejskim górnictwie. Przygotowując się do Igrzysk Olimpijskich 2024, zamiast korzystać z nowych surowców, sięgnął po tworzywo z własnych ulic. Aż 11 tysięcy krzesełek dla kibiców zostało wykonanych z plastiku odzyskanego z miejskich koszy na śmieci. Za proces odpowiadały lokalne firmy: B Corp [Lemon Tri](#), specjalizująca się w recyklingu oraz opracowująca ekomateriały budowlane [Le Pavé](#). „Wydobycie” i produkcja odbyły się w dzielnicy Seine-Saint-Denis, czyli dokładnie tam, gdzie materiał wrócił do obiegu i zyskał nowe życie w Olimpijskim Centrum Wodnym i Arenie Porte de la Chapelle.

Mobilny warsztat recyklingu

W ramach [YouRban](#), inicjatywy Nowego Europejskiego Bauhausu, powstaje miejski warsztat recyklingu na kółkach. Podczas pilotażu ciężarówka wyposażona w mobilną stację produkcyjną będzie jeździć po ulicach Mediolanu i Barcelony, zapraszając społeczność do wspólnego przetwarzania miejskich odpadów na nowe, zrównoważone przedmioty. Projekt skupia się przede wszystkim na recyklingu wzmocnionych polimerów, materiałów wszechobecnych w tkance miejskiej, m.in. w konstrukcjach mostów, plastikowych krzesłach, wnętrzach samochodów. Celem jest opracowanie innowacyjnego systemu miejskiego recyklingu, który będzie współtworzony przez mieszkańców, artystów, projektantów, rzemieślników i lokalne fabryki.

**End-of-life
materials
to be
reused**

Fot. mat. promocyjne YouRban

24 case study

Fot. materiały promocyjne DAC



DANIA

Muzeum = repozytorium recyklingu

W Danish Architecture Center (DAC) w Kopenhadze otwarto wystawę „Recycle!”, poświęconą recyklingowi jako odpowiedzi na kryzys klimatyczny. Ekspozycja prezentuje innowacyjne podejście do architektury oparte na ponownym wykorzystaniu materiałów. Wśród projektów znajdują się Thoravej 29 – budynek w Kopenhadze, w którym podczas modernizacji ponownie wykorzystano 95% oryginalnych materiałów, m.in. betonowe płyty podłogowe przerobione na schody czy TRÆ w Aarhus – najwyższy drewniany budynek w Danii, którego fasada powstała z recyklingowanych łopat turbin wiatrowych, blach falistych i starych skrzynek pocztowych. Wystawa nie tylko dokumentuje, ale i realizuje zasady gospodarki o obiegu zamkniętym. Wszystkie materiały są skatalogowane dla śledzenia i ponownego wykorzystania, elementy wyposażenia pochodzą z wcześniejszych instalacji DAC, a przedmioty takie jak materace, podesty i tablice zostaną poddane recyklingowi. Z kolei instalacja z poprzedniej wystawy „Water is Coming” została zaadaptowana na aktualną strefę odpoczynku.

KIERUNEK: DZIKOŚĆ

ZIELONA WALUTA

Miasta i regiony zaczynają wdrażać innowacyjne systemy walut cyfrowych lub społecznościowych, które promują zrównoważony rozwój, turystykę, kulturę i ochronę środowiska. Bhutan jest pionierem nurtu green crypto – jako pierwszy kraj na świecie wprowadził [ogólnokrajowy system płatności kryptowalutowych w turystyce](#). Turyści mogą teraz opłacać niemal wszystkie koszty podróży od lotów, wiz i opłaty Sustainable Development Fee, po noclegi, transport lokalny, bilety do zabytków i codzienne zakupy za pomocą ponad 100 kryptowalut. System działa dzięki współpracy z Binance Pay i DK Bankiem, umożliwiając bezpieczne, szybkie i bezgotówkowe transakcje. Inicjatywa wspiera miejscowe firmy i wykorzystuje czystą energię wodną Bhutanu.

Kryptowaluty (choć także kontrowersyjne klimatycznie) mają potencjał w zrównoważonej turystyce, umożliwiając bowiem bezpośrednie płatności do miejscowych rzemieślników czy przewodników, wzmacniając lokalne gospodarki oraz wspierają włączenie finansowe osób bez dostępu do tradycyjnych banków.



Fot. [Charlie Watts](#)

na obrzeżach

PRZESTAW TURYSTYKĘ Z TRYBU KONSUMPCJI NA TRYB REGENERACJI

Twórz oferty, które realnie przyczyniają się do odnowy lokalnych ekosystemów, społeczności i gospodarek. Angażuj turystów w działania pozytywne: sadzenie drzew, rewilding miasta, odbudowę siedlisk, permakulturę czy wspieranie lokalnych inicjatyw, twórców i mikroprzedsiębiorców. Projektuj systemowo w partnerstwie z mieszkańcami, organizacjami ekologicznymi, samorządami i liderami kultury, by budować długofalowy wpływ.

PROJEKTUJ KULTURĘ W DIALOGU Z NATURĄ

Włącz temat relacji z naturą w programy instytucji kultury. Kuratoruj wystawy, programy edukacyjne i rezydencje artystyczne, które eksplorują miejską przyrodę i bioróżnorodność. Promuj rewilding jako działanie kulturotwórcze, a nie tylko środowiskowe. Wspieraj tworzenie zielonej infrastruktury kulturalnej: muzealnych ogrodów społecznościowych, plenerowych galerii, ekologicznych ścieżek sensorycznych. Wspieraj narracje, które odchodzą od fokusu na człowieka w stronę współistnienia i międzygatunkowej empatii.

OŻYWIAJ PRZESTRZENIE I ODNAWIAJ ZASOBY

Stawiaj na rekultywację i przekształcanie istniejącej infrastruktury w przestrzenie wspólnotowe, zrównoważone i otwarte na przyrodę. Wykorzystuj potencjał nieczynnych obiektów, by tworzyć hybrydowe miejsca spotkań z kulturą i przyrodą. Wspieraj przechodzenie na odnawialne źródła energii, nawet w mikroskali np. tworząc kieszonkowe parki solarne.

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?

TRENDY

kierunek



Fot. Moises Gonzales

DZIEDZICTWO

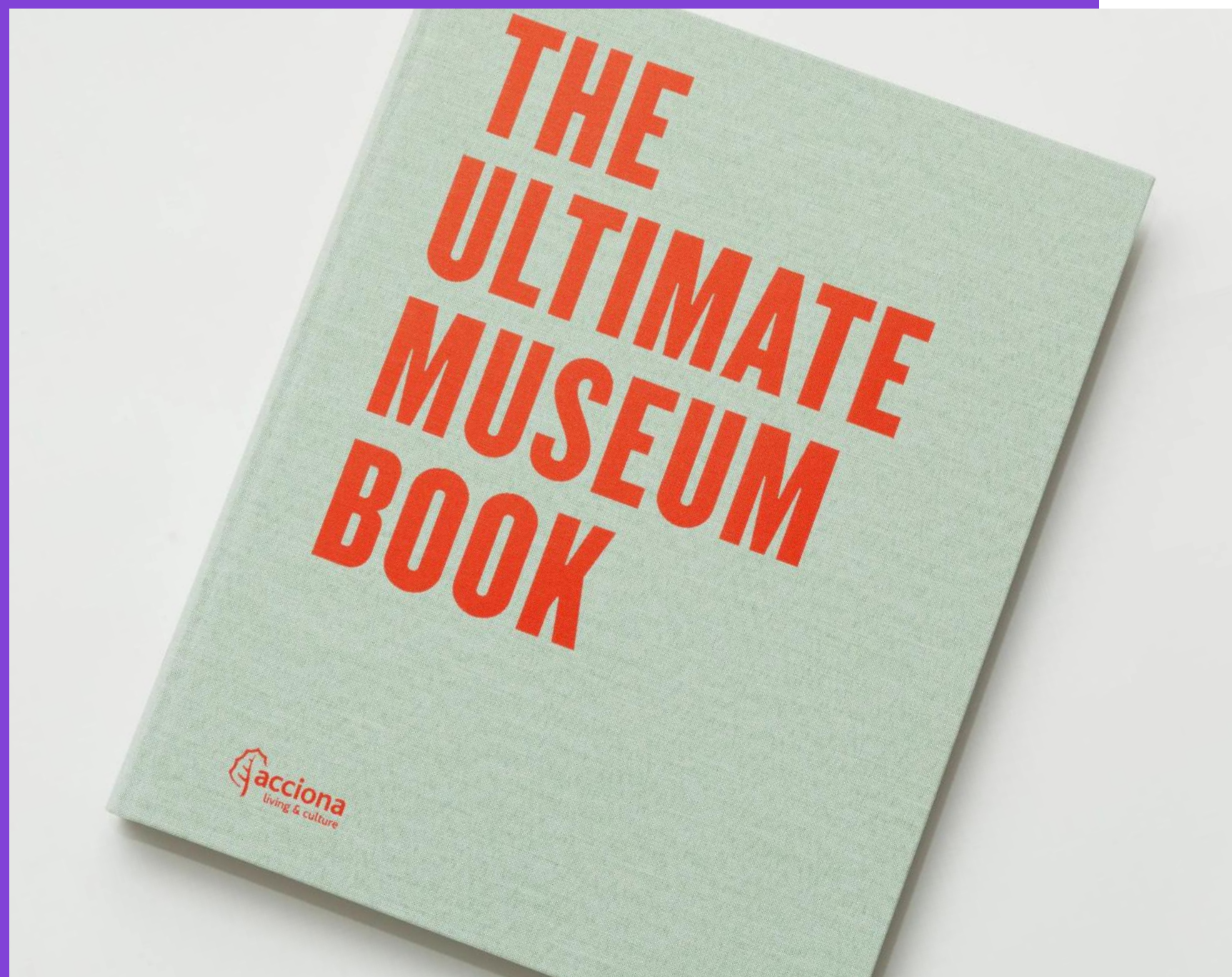
KIERUNEK: DZIEDZICTWO



podróżować:
kulturalniej, bliżej korzeni

Mieszkańcy stają się kuratorami kultury, a rdzenne społeczności przewodnikami po zrównoważonym życiu. AI wspiera ochronę dziedzictwa, a muzea stają się laboratoriami zielonej zmiany. W świecie kultury obserwujemy głęboką transformację w stronę partycypacji, inkluzywności i dekarbonizacji.

Coraz częściej chcemy współtworzyć miejskie życie kulturalne, wpływać na program wydarzeń, ale też przekształcać nieużytki w poświęcone kulturze przestrzenie wspólne. W podróży i na co dzień szukamy zakorzenienia, odkrywając lokalne historie i zapomniane tradycje. Folkowa botanika, ludowa mądrość, rdzenne filozofie stają się dla nas drogowskazem w niepewnym świecie. Tworzymy międzykulturowe, międzypokoleniowe, międzydziedzinowe sieci współpracy, które przekuwają kreatywność w innowacje na rzecz klimatu i wspólnoty.



MADRYT

Przewodnik dla muzeów przyszłości

Madrycka agencja ACCIONA Living & Culture, pionier w tworzeniu nowoczesnych formatów muzealnych łączących technologię, storytelling i zrównoważony rozwój, wydała publikację podsumowującą badania przeprowadzone w ponad 150 instytucjach muzealnych na całym świecie. [The Ultimate Museum Book](#) prezentuje konkretne inicjatywy, które mają realny wpływ społeczny lub środowiskowy takie jak redukcji śladu węglowego, działania na rzecz włączenia społecznego i współpracy z lokalnymi społecznościami.

To kreatywny przewodnik po dobrych praktykach dla muzeów. Znajdą one tutaj wskazówki, takie jak wykorzystywanie materiałów o niskiej emisji, tworzenie zielonych dachów, działania cyrkularne, naturalne systemy chłodzenia, dostępność i programy partycypacyjne. Całość zawiera inspirujące know-how i stanowi otwarte zaproszenie do działania na rzecz bardziej zrównoważonego sektora kultury.

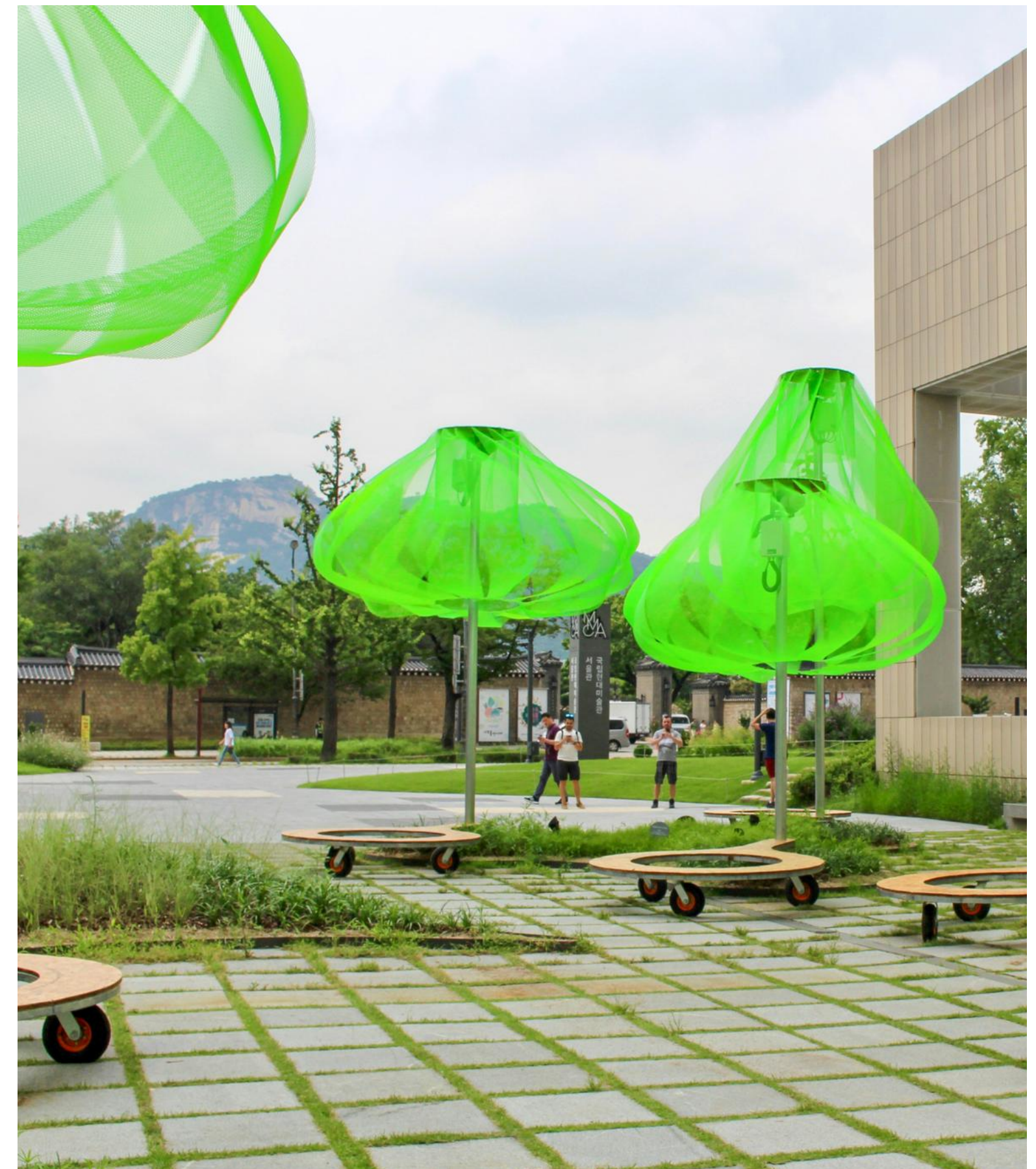
25 DECARBONIZING CULTURE

CULTURE FOR CLIMATE

SDG 10 /18 /19

Świat kultury coraz odważniej odpowiada na kryzys klimatyczny. Instytucje kulturalne pogłębiają świadomość ekologiczną wśród odbiorców i budują nową wrażliwość wobec planety, ale również inicjują kreatywne rozwiązania redukujące emisje w galeriach, muzeach, na deskach teatrów i w przestrzeni miejskiej. **Zielona transformacja w kulturze osadza się coraz mocniej.**

Dziś ślad węglowy globalnego sektora sztuki i kultury sięga [70 mln ton CO₂ rocznie](#), co odpowiada całkowitym emisjom niektórych krajów europejskich takich jak Austria czy Grecja. Aż 74% tych emisji generują podróże publiczności, pragnącej zobaczyć głośną wystawę czy wziąć udział w corocznych „świętach” sztuki i designu. Odpowiedzią na te wyzwania są nowe sieci i sojusze takie jak [Gallery Climate Coalition](#), która zrzesza już 1500 instytucji w ponad 50 krajach. Od kalkulatorów emisji, przez zrównoważone wytyczne dla organizacji targów i wystaw, po nowe modele produkcji – tworzy narzędzia, które mają **pomóc światowi sztuki obniżyć emisje o co najmniej 50% do 2030 roku**. Nadchodzi więc nowa era zielonych standardów w kulturze.



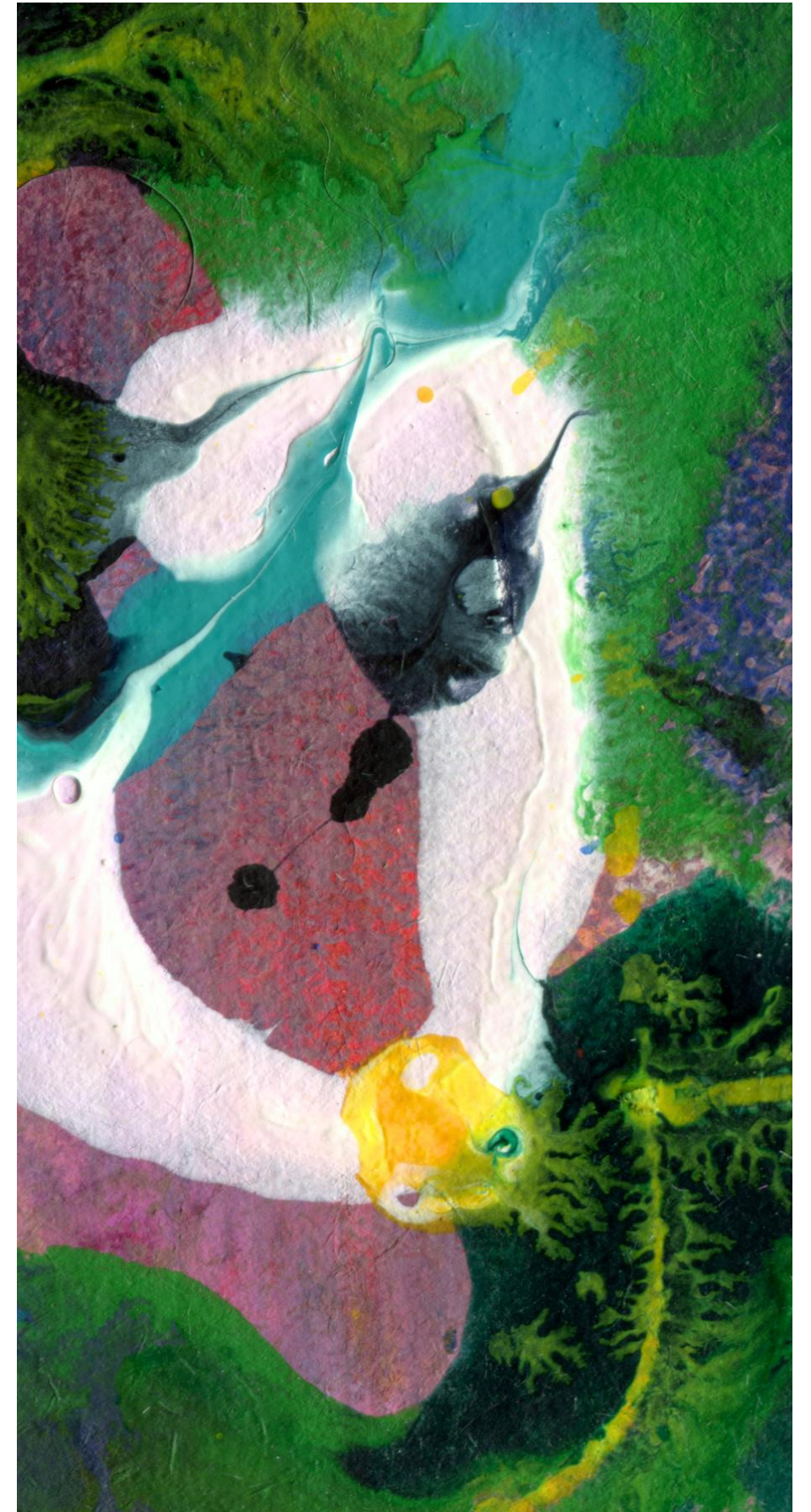
25 DECARBONIZING CULTURE

Zmienia się także krajobraz finansowania. Pod wpływem presji społecznej i kampanii środowiskowych, kolejne instytucje kultury z Tate, Southbank Centre i National Theatre na czele rezygnują z przyjmowania wsparcia od firm paliwowych. Inicjatywy takie jak [Art Not Oil Coalition](#) tworzą nowe standardy etyczne.

Równolegle pojawiają się cyfrowe rozwiązania: platforma [Vortic](#) umożliwia organizowanie wystaw w VR, zachęcając do tego, by **sztuka podróżowała bez przemieszczania się** (wirtualne formaty są o 96% mniej emisyjne niż tradycyjne). Na Expo 2025 pawilony Holandii i Niemiec testują zamknięty obieg zasobów. Dzięki cyfrowym paszportom każdy element ich ekspozycji będzie mógł zyskać drugie życie.

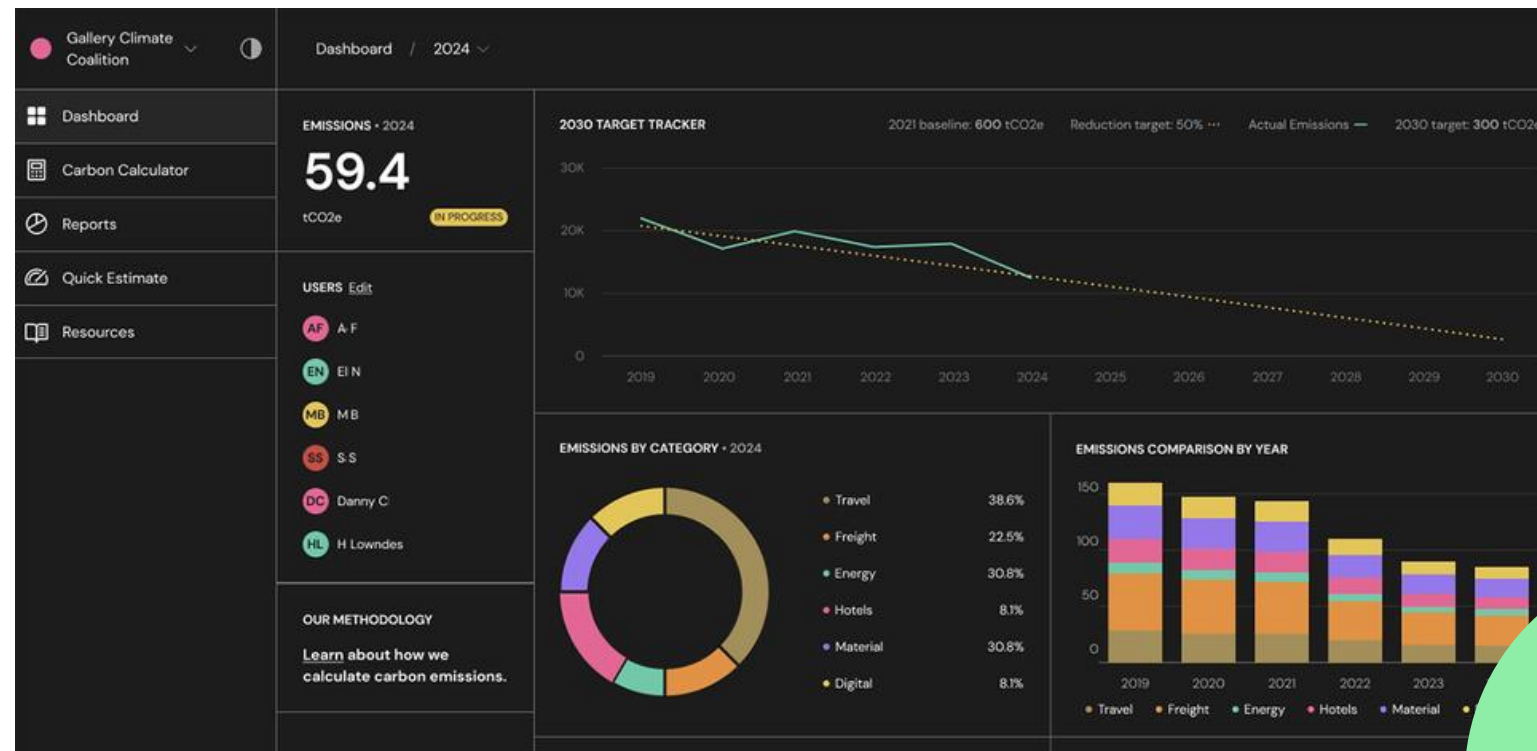
Zmiana obejmuje wszystkie dziedziny kultury: od zerowaste'owych teatrów po studia rzemiosła zasilane słońcem.

Nowa **zrównoważona kultura „dekarbonizuje” również naszą wyobraźnię**, pobudzając nowy język, nowe emocje i nową odpowiedzialność. Projekty takie jak [Sounds Right](#), realizowane przez Museum for the United Nations, uznają naturę za współtwórcę. Dzięki niemu dźwięki przyrody stają się utworami, a tantiemy z ich odtworzeń trafiają na cele środowiskowe. Sztuka nie jest tu jedynie symboliczną inspiracją, ale staje się narzędziem edukacji i ekologicznej przemiany. Tworzy opowieść o świecie, który może być bardziej empatyczny, regeneratywny i odpowiedzialny.



01 manifestacje

Fot. mat. promocyjne GCC



Wystawy z cyfrowym paszportem

Pawilony Holandii i Niemiec na Expo 2025 w Osace wykorzystują cyfrowe technologie, aby zamknąć obieg zasobów w międzynarodowych projektach wystawienniczych. Holenderski pawilon „Common Ground” i niemiecki „Wa! Germany” są zintegrowane z platformą [Madaster](#), wirtualnym rejestrem materiałów i produktów dedykowanym ekologicznemu budownictwu. Każdy element konstrukcji posiada cyfrowy paszport z pełnymi informacjami o wymiarach, wadze i składzie materiałowym, co pozwala na optymalne zaplanowanie ponownego wykorzystania tych materiałów po zakończeniu EXPO. To nowa droga dla tworzenia cyrkularnych wystaw.

Jaki jest ślad węglowy sztuki?

[Gallery Climate Coalition \(GCC\)](#) to międzynarodowa organizacja non-profit, która wspiera galerie, instytucje, kolekcjonerów i artystów w redukcji emisji gazów cieplarnianych i budowaniu bardziej odpowiedzialnego środowiska sztuki. W ramach swoich działań GCC udostępnia narzędzia i wytyczne, w tym [GCC Carbon Calculator](#), który właśnie został rozszerzony. Oprócz emisji związanych z lotami służbowymi, zużyciem energii i transportem dzieł sztuki, nowe sekcje narzędzia obejmują m.in. emisje z tworzenia dzieł, projektowania wystaw, użytkowania sprzętów biurowych, podróży pracowników i odwiedzających, emisji cyfrowych oraz użycia czynników chłodniczych.



Fot. mat. promocyjne NL Netherlands

01 manifestacje



Teatralny pop-up zero waste

[Greenhouse Theatre](#) to pierwsza w Wielkiej Brytanii profesjonalna scena teatralna działająca w modelu zero waste. Spektakle tworzone są z organicznych, w pełni recyklingowanych materiałów, a każdy element od scenografii po bilety jest zaprojektowany tak, by by nie generować odpadów. Widzowie oglądają przedstawienia w kameralnej, ekologicznej przestrzeni, która podkreśla bliskość z naturą i sztuką, sprzyjając budowaniu empatii i podnoszeniu świadomości ekologicznej. Po kilku latach działalności w stałej lokalizacji teatr działa dziś jako pop-up i poszukuje nowego, długoterminowego miejsca, aby dalej rozwijać swoją „radycznie zrównoważoną” sztukę.

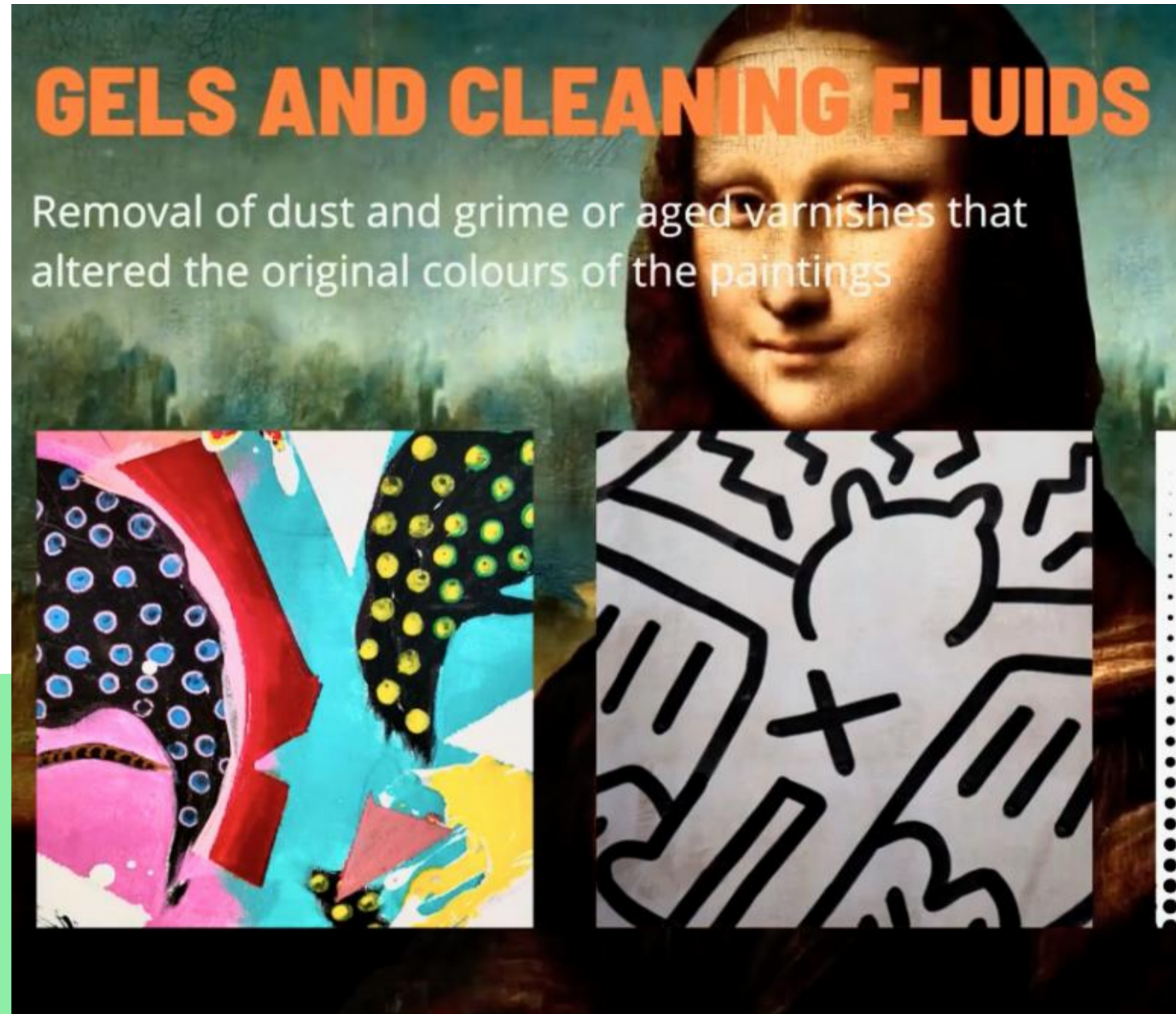
Zielona transformacja rzemiosła

Stourbridge Glass Museum w Anglii stworzyło pierwsze w Europie [klimatycznie neutralne studio szkła](#). W ramach transformacji tradycyjnego rzemiosła zainstalowano elektryczne piece zasilane energią słoneczną, optymalizatory napięcia i oświetlenie LED. Procesowi towarzyszy wystawa Greener Glass, prezentująca prace wykonane we współpracy z artystami i lokalną społecznością z materiałów odpadowych m.in. przetopionych szyb samochodowych i recyklingowanego szkła. Działania muzeum mają na celu zmniejszenie wpływu przemysłu szklarskiego na środowisko, tłumacząc tradycyjne rzemiosło na język współczesnego zrównoważonego projektowania.



25 case study

[Fot. mat. promocyjne GREENART](#)



EUROPA

Ekologiczna konserwacja

[GREENART](#) to finansowany przez Unię Europejską projekt, który opracowuje zrównoważone, przyjazne dla planety, pozyskiwane ze źródeł odnawialnych lub recyklingu materiały do konserwacji dziedzictwa kulturowego. Inicjatywa nie tylko chroni zasoby kultury, ale też zwiększa ich dostępność dla obywateli. Dzięki specjalnej aplikacji będą oni mogli aktywnie uczestniczyć w procesie odnowy dziedzictwa. Projekt promuje inkluzywność, wzmacnia tożsamość społeczności i poprawia jakość wspólnych przestrzeni. Wiedza i narzędzia wypracowane w Greenart trafiają w wolnym dostępie do badaczy, konserwatorów i branży, wspierając zrównoważony rozwój kultury.

25 case study

Fot. mat. promocyjne STAGES



SZWAJCARIA

Teatr ekodramatyczny

Théâtre Vidy-Lausanne w szwajcarskiej Lozannie od lat wyznacza kierunki dla zrównoważonego rozwoju w świecie sztuk performatywnych. W ramach inicjatywy [Sustainable Theater?](#) teatr eksperymentuje z nowymi formami działania, zarówno pod względem repertuaru jak i codziennego funkcjonowania instytucji, szukając sposobów na połączenie sztuki, odpowiedzialności środowiskowej i społecznej zmiany. Z tej inicjatywy narodził się międzynarodowy projekt [STAGES](#) (Sustainable Theatre Alliance for a Green Environmental Shift), który zrzesza czołowe europejskie teatry i festiwale. Wspólnie pracują one nad tym, jak tworzyć teatr bardziej świadomy klimatycznie, zmieniać produkcję spektakli i modele zarządzania.

26 PARTICIPATORY CULTURE

SOCIETY AS CURATOR

SDG 3/10/11

W czasach nowych oczekiwań społecznych i cyfrowej łączności, sektor kultury coraz śmielej sięga po projektowanie partycypacyjne. To podejście, w którym wystawy, instalacje czy festiwale **nie są już tworzone dla publiczności, lecz wspólnie z nią**. Instytucje takie jak Museum of Broken Relationships czy MCA Chicago zapraszają odbiorców do współkuratorowania kolekcji i programu, stawiając na dialog i współodpowiedzialność. Efekt to głębsze zaangażowanie i bogatsza, bardziej różnorodna oferta, która rzeczywiście rezonuje z potrzebami społeczności.

To rosnący nurt – podczas tegorocznego SXSW w Londynie mówiło się już o „[ekonomii partycypacji](#)” jako modelu, w którym społeczności współtworzą wartość, mają realny wpływ i czerpią z tego konkretne korzyści. Z kolei [Global Leaders Institute for Arts Innovation](#) podkreśla, że partycypacja to nie tylko wartość społeczna i kulturowa, ale też **strategia odporności finansowej**. Budując trwałe więzi z odbiorcami, instytucje kultury zyskują lojalność, wyższą frekwencję i stabilniejsze przychody, a tym samym bardziej zrównoważony sposób działania.



26 manifestacje

Fot. mat. promocyjne MCA



Ratusz przejęty przez artystów

Rada miejska [Inner West Sydney](#) przekształciła siedem zabytkowych ratuszy w bezpłatne przestrzenie dla sztuki i kultury. Służą one teraz jako sceny, przestrzenie wystawiennicze i sale prób dostępne bez opłat. Dzięki inwestycji 800 tys. dolarów w nagłośnienie, sprzęt AV oraz studia nagraniowe i performatywne, te wcześniej niedostępne miejsca stały się przyjazne dla profesjonalnych i społecznych inicjatyw artystycznych. Ponadto, w ramach projektu działa „art concierge”, który pomaga dobrać odpowiednią przestrzeń i zaplanować działania. Jak mówi burmistrz: „To ważna inwestycja w lokalną scenę artystyczną i sektor kreatywny, która realnie zwiększy możliwości zarówno profesjonalnych, jak i oddolnych inicjatyw w zakresie prób, występów i docierania do nowej publiczności.”

Curiosity Community

Muzeum Sztuki Współczesnej w Chicago prowadzi [MCA Commons](#), czyli bezpłatną, otwartą przestrzeń do rozmów, twórczości i współpracy. Zlokalizowana na drugim piętrze muzeum, służy jako miejsce spotkań lokalnych społeczności, artystów i odwiedzających. Programy takie jak „Commons Artist Projects” czy wydarzenia oddolne wzmacniają lokalne głosy i budują poczucie współodpowiedzialności za instytucję. MCA Commons w centrum doświadczenia muzealnego stawia artystyczną i obywatelską wymianę, wspierając formalny i nieformalny dialog, kreatywność i codzienne zaangażowanie publiczności w życie instytucji.



Fot. Darcy Byrne

26 manifestacje

Fot. mat. promocyjne Comune Milano



Murale partycypacyjne

Mediolan buduje lokalną tożsamość przez street art. W ramach projektu [„Un nome in ogni quartiere”](#) („A name in every neighborhood”) w 88 dzielnicach miasta powstały wielkoformatowe murale, każdy z nazwą swojej lokalizacji. Wszystkie zostały zaprojektowane przez artystów we współpracy z mieszkańcami na podstawie rozmów prowadzonych w szkołach, bibliotekach i ośrodkach sąsiedzkich. Dzięki temu prace odzwierciedlają tożsamość mediolańskich mikrospołeczności. Projekt miał także na celu zwiększenie widoczności kobiet w street artcie – zaproszono głównie muralistki, ilustratorki i twórczynie wizualne. Za inicjatywą stoi agencja YesMilano oraz muzeum etno-antropologiczne MUDEC, w ramach programu [Arte Pubblica](#).

Festiwal opinii

[Arvamusfestival](#) (Festiwal Opinii) to otwarte, partycypacyjne wydarzenie odbywające się co roku w estońskim Paide. Jego celem jest wspieranie kultury dialogu, aktywności społecznej i współtworzenia rozwiązań poprzez publiczne debaty i warsztaty. Festiwal opiera się na Konwencji Dyskusji z Szacunkiem, która promuje uważne słuchanie, szacunek wobec rozmówców i skupienie na ideach, a nie osobach. Fundamentem wydarzenia jest udział społeczności, ponieważ to uczestnicy i organizacje zgłaszają tematy debat (społeczeństwo, polityka, kultura, zrównoważony rozwój) i aktywnie współtworzą program. T



Fot. Jürgen Randma

26 case study

Fot. mat. promocyjne Museum of Broken Relationships



GLOBAL

Muzeum Zerwanych Relacji

[Museum of Broken Relationships](#) to nietypowa instytucja kultury z siedzibą w Zagrzebiu i filią w Chiang Mai, która gromadzi pamiątki po zakończonych relacjach, takie jak listy, zdjęcia, codzienne przedmioty. Każdy eksponat opatrzony jest osobistą historią, tworząc poruszającą, uniwersalną opowieść o ludzkich więziach, stracie i uzdrawianiu. Muzeum funkcjonuje dzięki globalnemu crowdsourcingowi – ludzie z całego świata przekazują swoje przedmioty i historie, stając się współkuratorami kolekcji. Instytucja angażuje społeczność także przez akcje partycypacyjne, takie jak wspólne tworzenie emocjonalnych mixtape'ów. Choć muzeum nie ma wpisanej ekologii w swoje DNA, wpisuje się w koncepcję zrównoważonego podejścia do przedmiotów. Rzeczy, których właściciele nie chcą już przechowywać ze względów emocjonalnych, zyskują drugie życie jako obiekty sztuki i refleksji.

27 case study

Fot. mat. promocyjne Dokk1



AARHUS

Partycypacja między regałami

[Dokk1](#) w Aarhus to nowoczesna, hybrydowa biblioteka i centrum kultury, które zostało zaprojektowane razem z mieszkańcami. Za jego powstaniem stoi szeroko zakrojony proces partycypacyjny, obejmujący setki warsztatów, spotkań i sesji prototypowania, w których uczestniczyli lokalni użytkownicy, partnerzy i instytucje. Efektem jest elastyczna, wielofunkcyjna przestrzeń publiczna skoncentrowana nie tylko na książkach, lecz na ludziach. Dokk1 działa jak otwarty system, promuje współodpowiedzialność, demokrację i aktywne uczestnictwo. Użytkownicy mają wpływ na to, jak przestrzeń działa i się rozwija. To również punkt startowy dla nowych mieszkańców miasta oferujący wsparcie osobom z zagranicy i wydarzenia integracyjne. Tak wyglądają trzecie miejsca przyszłości – otwarte, adaptacyjne i oparte na relacjach.

28 CULTURAL PLACEMAKING

NEW URBAN IDENTITY SDG 11/12/17

Cultural placemaking zmienia sposób w jaki myślimy o przestrzeniach publicznych. To trend dynamicznego **ożywiania ich poprzez kulturę, sztukę i storytelling** we współpracy z lokalną społecznością, a nie obok niej. Eksperci, jak Ngaire Woods z Oxford University, ostrzegają, że brak otwartych, inkluzywnych przestrzeni w mieście pogłębia kryzys samotności, zwłaszcza wśród młodych. Placemaking odpowiada na to wyzwanie i tworzy miejsca, które zapraszają do bycia razem, doświadczania, współtworzenia. Jak w londyńskim [Wembley Park](#), przekształconym w sieć „kulturalnych sąsiedztw” z pracowniami dla artystów, galeriami i wydarzeniami tworzonymi z myślą o mieszkańcach i przyjezdnych.

W turystyce to może być prawdziwy gamechanger. Zamiast odtwórczych atrakcji powstaje lokalny „vibe”. Zamiast biernego zwiedzania – współudział. Placemaking buduje unikalność miejsca, eksponuje dziedzictwo i wydłuża sezon dzięki wydarzeniom czasowym. Otwiera też drzwi do **turystyki partycypacyjnej**, w ramach których podróżni mogą aktywnie włączać się w lokalne działania, ramię w ramię z mieszkańcami i artystami.



28 manifestacje

Fot. mat. promocyjne Yinka Ilori



Miejskie afirmacje

Londyńska agencja cultural placemakingu [New Public](#) przekształca przestrzenie miejskie w demokratyczne galerie sztuki, silnie osadzone w lokalnej tożsamości. Jedną z niedawnych prac jest instalacja „[Good Things Come to Those Who Wait](#)” stworzona wspólnie z brytyjsko-nigeryjskim artystą Yinką Ilori na Piccadilly Circus. Na 23-stopniowych, kolorowych postumentach stanęły dwie rzeźby Pegaza, symbolu nadziei i wytrwałości, otoczone afirmacjami, które zachęcały przechodniów do sięgania po marzenia. Projekt angażował lokalną społeczność m.in. przez warsztaty plastyczne. Wybrana lokalizacja nawiązuje do historii fontanny na Piccadilly, która była niegdyś darmowym źródłem wody dla londyńczyków. Teraz ma być źródłem inspiracji i integracji.

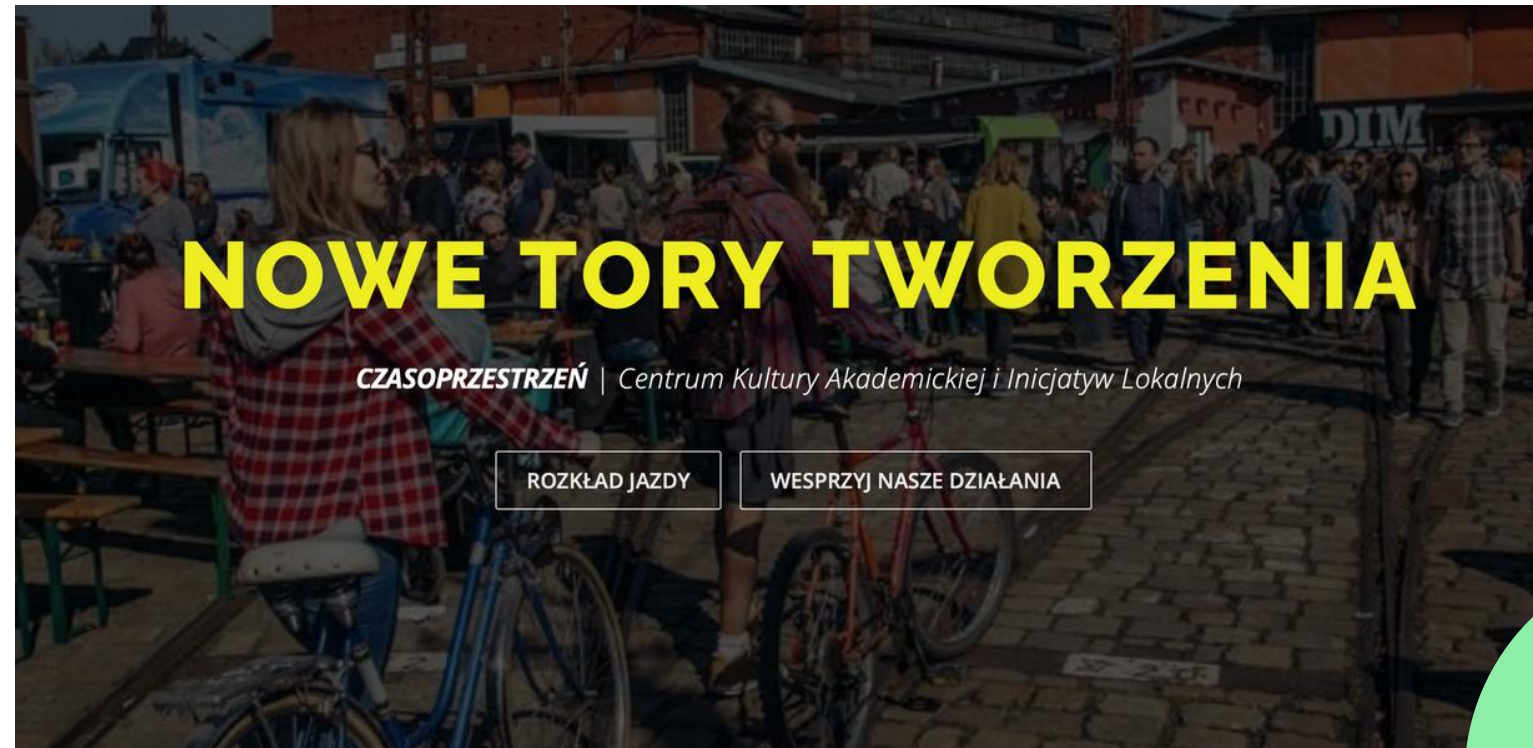
Ulice dla zmiany

Słowacki Trenčín, przygotowując się do roli Europejskiej Stolicy Kultury 2026, wykorzystuje [placemaking jako narzędzie społecznej aktywizacji](#) i kulturalnej transformacji miasta. Przykładem jest tymczasowe przekształcenie ulicy Palackého w pełną instalację artystycznych przestrzeni przyjazną pieszym, która sprzyja spotkaniom i codziennej integracji, pozwalając na nowe sposoby korzystania z centrum. Za kulisami zmian działa Instytut Partycypacji, miejski think-and-do-tank, który angażuje mieszkańców w procesy współdecydowania i rozwijanie innowacyjnych inicjatyw.



Fot. mat. promocyjne Trenčín 2026

28 manifestacje



Nowa kultura starej zajezdni

We Wrocławiu, w industrialnych murach dawnej zajezdni tramwajowej działa [Czasoprzestrzeń](#) – Centrum Kultury Akademickiej i Inicjatyw Lokalnych. To efekt miejskiej rewitalizacji przez kulturę. Prowadzone przez fundację Tratwa przy wsparciu gminy, Centrum wyznacza „nowe tory tworzenia i myślenia”. Na 2 hektarach znajduje się przestrzeń kulturalna i społeczna z trzema salami, klubem muzycznym, ogrodem społecznym, kawiarnią, pracownią renowacji mebli i ciemnią fotograficzną. Czasoprzestrzeń integruje różnorodne środowiska: artystów, aktywistów, organizacje społeczne i mieszkańców, oferując koncerty, festiwale, warsztaty i wydarzenia edukacyjne. Współpracuje także z biznesem w ramach inicjatyw ESG. To ważny punkt alternatywnej kultury i lokalnej aktywności, stymulujący kreatywność i współpracę.

Miejski call for artists

Puste biura coraz częściej zmieniają się w przestrzenie dla kultury. W odpowiedzi na postpandemiczne pustostany w centrum miasta, Boston i Downtown Business Alliance ogłosiły [otwarty nabór](#) pomysłów na kreatywne wykorzystanie wolnych lokali. Miasto chce oddać je w ręce artystów i twórców, tworząc dostępne, tętniące życiem miejsca, które przyciągną mieszkańców i turystów, wspierając lokalną gospodarkę i scenę artystyczną. Jak podkreśla burmistrz Michelle Wu, to część większego planu, w którym kultura ma stać się siłą napędową miejskiej transformacji.



28 case study

Fot. mat. promocyjne Inclusive City



EUROPA

Przepis na inkluzywne miasto

Inclusive City, unijna agencja promująca placemaking zgodny z celami zrównoważonego rozwoju, opracowała przewodnik „[Inclusive Placemaking Inspirational Cookbook](#)”. To inspirujące narzędzie dla projektantów, urbanistów i changemakerów, którzy chcą tworzyć miasta dostępne dla wszystkich w duchu troski i współodpowiedzialności. Publikacja zawiera studia przypadków, strategie działania i ćwiczenia do refleksji. Wśród nich:

- Ladder of Citizen Participation – drabina zaangażowania, która pomaga przełożyć partycypację na realne działania
- Temporary Playground – kreatywne, tymczasowe place zabaw, które aktywizują lokalne społeczności (dzieci i dorosłych) bez wielkiej infrastruktury
- Mapping: Micro-stories of Care – mapowanie doświadczeń osób zaangażowanych w opiekę w miejskich instytucjach, poprzez wspólne spacerunki i warsztaty

Całość opiera się na wartościach takich jak zaufanie, solidarność i wzmacnianie głosu tych, którzy często są pomijani. „Cookbook” zachęca do przeformułowania tradycyjnych ról i hierarchii w projektowaniu miast na rzecz procesów, które budują prawdziwe więzi, sieci i poczucie przynależności.

28 case study

Fot. mat. promocyjne Quintain



ANGLIA

Transformacja przez kulturę

Wembley Park to przykład udanej, 5-letniej rewitalizacji dotąd niedocenianej, kojarzonej głównie z dużymi eventami londyńskiej dzielnicy w tętniącą życiem strefę mieszkalno-kulturalną. Zrealizowany przez Futurecity i Quintain projekt [został oparty na koncepcji cultural placemakingu](#), włączając kulturę w proces zmiany tkanki miejskiej. W ramach budowania nowej tożsamości teren został podzielony na sześć unikalnych „kulturalnych sąsiedztw”, każde z własnym charakterem i programami takimi jak immersyjne przedstawienia Punchdrunk Enrichment czy otwarta galeria Wembley Park Art Trail. Powstało także 26 przystępnych cenowo pracowni artystycznych oraz liczne festiwale i koncerty, integrujące mieszkańców i turystów. Dzięki współpracy i połączeniu celów artystycznych z modelem Build to Rent, Wembley Park stał się inkluzywną przestrzenią miejską, w której kultura napędza zrównoważony rozwój. 82% osób uważa dziś, że jest to miejsce przyjazne i otwarte.

29 ACCESSIBLE CULTURE

DIVERSITY 2.0

SDG 3/10

Stale zmienia się **paradygmat dostępności w kulturze** – z myślenia o barierach fizycznych przesuwamy się w stronę bardziej zniuansowanej, sensorycznej i neuroinkluzywnej perspektywy. Kultura dostępna to dziś taka, która odpowiada na zróżnicowane potrzeby percepcyjne i style odbioru. Muzea otwierają się na ciche poranki, teatry pozwalają neuroatypowym widzom swobodnie się poruszać i mówić podczas spektakli, a technologia wnosi nowe narzędzia odbioru dla osób z dysfunkcjami – od gogli VR po urządzenia haptyczne. Rośnie wrażliwość społeczna, a wraz z nią tworzy się kultura, w której każdy może uczestniczyć na własnych zasadach.

Równoległe **zmieniają się same kanały dostępu do kultury**.

W odpowiedzi na ograniczenia platform społecznościowych, instytucje coraz częściej inwestują w niezależne formy komunikacji jak aplikacje, newslettery czy społeczności na WhatsAppie. South London Theater [stworzył własną grupę na WhatsAppie](#) działającą jak dawny internetowy message board, bez algorytmów, bezpośrednio i lokalnie. To zwrot ku wartościom takim jak więź ze społecznością i „czysty” przekaz.



29 manifestacje

Fot. SeventyFour

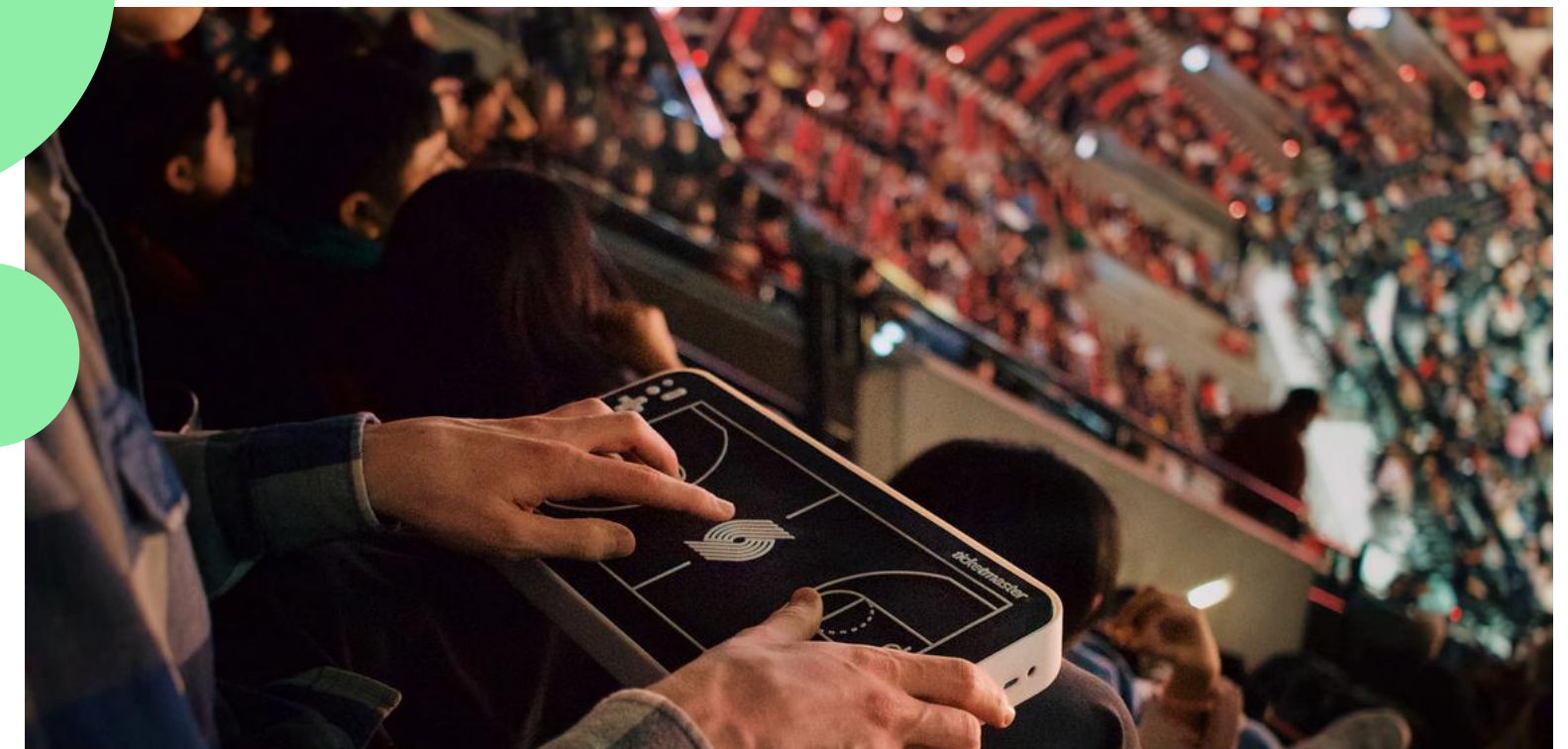


Zobacz mecz przez dotyk

Świat sportu wykorzystuje nowe technologie, aby zwiększyć dostępność meczów na żywo dla osób z dysfunkcją wzroku. Na stadionie Selhurst Park w Londynie klub footballowy [Crystal Palace](#) wprowadził zestawy gogli GiveVision, które przesyłają obraz z meczu w czasie rzeczywistym bezpośrednio do funkcjonującej części siatkówki oka użytkownika, umożliwiając śledzenie rozgrywki z dowolnego miejsca na trybunach. Drużyna koszykarska [Trail Blazers we współpracy z Ticketmaster](#) jako pierwsza na świecie udostępniła na wszystkich meczach u siebie haptyczne urządzenia OneCourt, które pozwalają śledzić przebieg gry poprzez dotykowe sygnały.

Doświadczaj sztuki w swoim tempie

Świat sztuki zaczyna uwzględniać indywidualne potrzeby percepcyjne. Innovation Hub przy brytyjskim University for the Creative Arts realizuje projekt [Timeless / An Exploration of „Crip Time”](#) we współpracy z artystką Cathy Mager i teatrem The Space. Inicjatywa bada, jak można przekształcić fizyczne instalacje artystyczne w wirtualne, dostępne doświadczenia z wykorzystaniem technologii VR/XR. Celem projektu jest tworzenie inkluzywnych, immersyjnych dzieł cyfrowych, które umożliwią elastyczne formy odbioru, dostosowane do różnych sposobów doświadczania czasu. Inspiracją jest koncepcja Crip Time, która uwzględnia odmienną percepcję czasu i rytm funkcjonowania osób z niepełnosprawnościami i neuroatypowych.



Fot. mat. promocyjne Portland Trail Blazers

29 case study

Fot. mat. promocyjne Philadelphia Museum of Art



FILADELFIA

Kultura dostępna sensorycznie

Filadelfia wyznacza kierunek w budowaniu inklywności i dostępności sensorycznej w kulturze. Lokalne instytucje oferują programy tworzone z myślą o osobach w spektrum autyzmu i z nadwrażliwościami sensorycznymi. Philadelphia Museum of Art organizuje [Sensory-Friendly Mornings](#) – spokojne poranki w wybranych galeriach z obniżonym poziomem dźwięków, strefami wyciszenia, słuchawkami wygłuszającymi i wsparciem wolontariuszy. Please Touch Museum prowadzi serię [Play Without Boundaries](#), podczas której muzeum jest zamknięte dla ogółu i dostosowane sensorycznie – z przygaszonym światłem i przyciszonymi dźwiękami, by umożliwić dzieciom neuroatypowym swobodne poznawanie przestrzeni. Philadelphia Ballet prezentuje [spektakle sensorycznie przyjazne](#), podczas których widzowie mogą swobodnie się poruszać i rozmawiać, korzystać ze stref ciszy, fidgetów i materiałów przygotowujących do wizyty. To nowe myślenie o dostępności na poziomie zmysłów i percepcji.

29 case study

Fot. mat. promocyjne SLT



LONDYN

Teatr na WhatsAppie

W obliczu kryzysu zaufania do dużych platform społecznościowych, instytucje kultury rozwijają własne kanały komunikacji z publicznością. To sposób, by ominąć ograniczenia algorytmów i zapewnić przestrzeń głębszego, bardziej bezpośredniego kontaktu opartego na wartościach, a nie zasięgach. Przykładem jest South London Theatre, który stworzył [własną społeczność na WhatsAppie](#). Działa ona jak cyfrowa tablica ogłoszeń inspirowana duchem dawnych forów internetowych sprzed ery mediów społecznościowych. Grupy tematyczne skupiają wokół siebie wolontariuszy, widzów i członków zespołu, a główna oś komunikacji służy ważnym ogłoszeniom i wymianie informacji. Zasady grupy uwzględniają m.in. życzliwość, wzajemny szacunek i wspólną odpowiedzialność. WhatsApp staje się tu narzędziem budowania codziennego kontaktu w kameralnym, intencjonalnym środowisku.

30 BACK TO HERITAGE

ROOT REVIVAL

SDG 3/8/13/17

W obliczu złożonej, niepewnej i płynnej rzeczywistości coraz częściej szukamy kotwicy w przeszłości. Wracamy do korzeni, eksplorujemy lokalne dziedzictwo i wsłuchujemy się w mądrość poprzednich pokoleń. Ten trend znajduje odzwierciedlenie również w turystyce, gdzie **rośnie zainteresowanie rdzennymi kulturami świata**. Pragniemy poznawać narracje spoza głównego nurtu zachodniej kultury i czerpać inspiracje z wielowiekowych praktyk. W odpowiedzi powstają np. inicjatywy takie jak [Indigenous Tourism Association of Canada](#), które promuje autentyczne doświadczenia oferowane przez społeczności Pierwszych Narodów, Inuitów i Metysów w duchu zrównoważonego rozwoju.

Back to heritage to także nowy sposób myślenia o przyszłości planety. Rdzenne społeczności choć stanowią zaledwie 5% globalnej populacji zamieszkują obszary, na których koncentruje się aż 80% bioróżnorodności Ziemi. Coraz uważniej przyglądamy się ich praktykom i wiedzy, aby lepiej zrozumieć naturę i skuteczniej o nią dbać. Światowe uniwersytety, jak [hawajski KCHS](#) włączają już do programu kursy oparte na „ancestral knowledge”, wspierające wspólnotowe działania wobec zmian klimatu. Takim uniwersytetem w praktyce mogą stać się dziś podróże.



30 manifestacje

Fot. mat. promocyjne HeritageWatch.AI



AI w służbie ochrony dziedzictwa

Nowa niezależna organizacja non-profit [HeritageWatch.AI](#) będzie wykorzystywać sztuczną inteligencję do ochrony dziedzictwa kulturowego przed klęskami żywiołowymi, konfliktami i kryzysami środowiskowymi. Zainaugurowana 10 lutego w paryskim Ministerstwie Kultury podczas szczytu Artificial Intelligence Action, powstała z inicjatywy czterech partnerów: Aliph, Iconem, Microsoft i Planet Labs PBC. Projekt połączy zdjęcia satelitarne (Planet), modelowanie 3D (Iconem) i możliwości obliczeniowe AI for Good (Microsoft), aby w czasie rzeczywistym dostarczać eksperckie dane o stanie zagrożonych obiektów.

Szlakiem rdzennych przewodników

[100% Finke River Culture & Adventure](#) to należąca do rdzennych mieszkańców firma turystyczna z Centralnej Australii. Oferuje pięciodniowe piesze wędrówki po legendarnym szlaku Larapinta, łącząc przygodę z głębokim zanurzeniem w kulturę Aborygenów. To turystyka oparta na szacunku do ludzi, do natury i do historii. Uczestnicy poznają lokalne tradycje, kuchnię i historie rdzennych mieszkańców, nocując w ekologicznych obozach zasilanych energią słoneczną. Firma kładzie duży nacisk na zrównoważony rozwój, przyrodniczy i społeczny. Jako największy pracodawca i trener przewodników rdzennych w regionie, wspiera lokalną społeczność i przekazywanie wiedzy między pokoleniami.



Fot. mat. promocyjne 100% Finke River Culture & Adventure

30 manifestacje

Fot. mat. promocyjne GainForest



Immersja w rdzenną kulturę

Nowozelandzkie studio [ARA Journeys](#), założone przez społeczność maoryską, tworzy immersyjne doświadczenia VR i AR, które łączą nowe technologie z rdzennym storytellingiem. Ich projekty ożywiają maoryskie historie i miejsca, wspierając edukację, ochronę przyrody i pozytywne zmiany społeczne. Wszystko to z perspektywy "te ao Māori" – świata widzianego oczami Maorysów. Najnowsza aplikacja AR, "Te ahikā o tuku iho ō Wainuiārua", stworzona ze społecznościami iwi Uenuku, Tamakana i Tamahaki, prowadzi użytkowników przez trzy ścieżki maoryskiej opowieści, odkrywając głęboką genealogię, lokalną historię i mądrość przodków. To narzędzie edukacyjne dla nauczycieli (kaiako) i uczniów (ākonga), zarówno z Nowej Zelandii, jak i spoza niej.

Chatbot przekaze lokalną mądrość

Rdzenna społeczność wioski Inhaã-bé w brazylijskim Manaus rozwija [Tainá](#), spersonalizowany chatbot stworzony we współpracy z organizacją [GainForest](#). Został wytrenowany na bazie nagrań głosowych, zdjęć i filmów dostarczonych przez samych mieszkańców. Tainá opowiada o lokalnych roślinach i zwierzętach, uczy tradycyjnych technik, podtrzymuje zagrożone dialekty i przekazuje ustne historie starszyny. Wszystkie dane przechowywane są lokalnie, a decyzje o ich wykorzystaniu należą do społeczności. To sposób na ochronę kultury w obliczu migracji młodych do miast i przykład, jak nowe technologie mogą wspierać cyfrową suwerenność rdzennych narodów. Dla turystów to szansa na głębsze zrozumienie amazońskiego dziedzictwa.



Fot. mat. promocyjne Te ahikā o tuku iho ō Wainuiārua

30 case study

[Fot. mat. promocyjne Indigenous Tourism Association of Canada](#)



KANADA

Turystyka rdzennych społeczności

W Kanadzie działa [Indigenous Tourism Association of Canada](#), organizacja wspierająca rozwój, promocję i profesjonalizację turystyki rdzennych społeczności. Jej misją jest budowanie autentycznego i samowystarczalnego sektora turystyki Pierwszych Narodów, Inuitów i Metysów poprzez współpracę z partnerami, rządami i operatorami podróży. Kluczowym projektem jest Destination Indigenous, platforma promująca rdzenne doświadczenia turystyczne w całym kraju pod hasłem „We have a story to tell”. Wśród nich: wyprawy z przewodnikami z Pierwszych Narodów, warsztaty rzemiosła, spotkania kulinarne czy udział w ceremoniach i festiwalach. Każde z tych przeżyć odbywa się w duchu zrównoważonego rozwoju, z poszanowaniem kultury i środowiska. Projekt wspiera niezależność ekonomiczną społeczności, ochronę dziedzictwa i edukację międzykulturową.

31 PAPERBACK- PACKERS

READING ON THE ROAD

SDG 3/4

Renesans analogowego czytelnictwa spotyka się dziś z potrzebą uważniejszego podróżowania. Trend Paperback-Packers celebrytuje przyjemność z czytania w drodze. W świecie pełnym scrollowania, braku czasu i trudności z koncentracją dla wielu wakacje to jedyna okazja, by wrócić do książek. 47% dorosłych Brytyjczyków [przyznaje](#), że czyta więcej na urlopie niż w domu, a 54% planuje swoją „holiday read” jeszcze przed wyjazdem.

To zjawisko wykracza poza indywidualną praktykę i odzwierciedla rosnącą potrzebę **budowania wspólnoty wokół pasji**. 74% podróżnych badanych przez Design Hotels [deklaruje](#), że doświadczenia podróżnicze oparte na wspólnych zainteresowaniach pogłębiają poczucie sensu i przynależności. Butikowe strefy czytelnicze na lotniskach, biblioteki społecznościowe, miejskie reading parties i kameralne „książkowe spa” tworzą nową jakość turystyki, łączącej uważność, wypoczynek i literaturę.



31 manifestacje

Fot. mat. promocyjne Ladies Who Lit

A sneak peek at a bookish getaway with Ladies Who Lit



Literackie spa dla kobiet

[Ladies Who Lit](#) to inicjatywa, która łączy kobiety z różnych środowisk poprzez literaturę i świadome podróżowanie. LWL organizuje kameralne retreaty czytelnicze w malowniczych miejscach, takich jak Toskania, Barcelona, Maroko czy Cotswolds. Program obejmuje wspólne czytanie, rozmowy, lokalne aktywności i praktyki wspierające dobrostan. Wszystko w duchu zrównoważonego stylu życia i budowania autentycznych kobiecych relacji. Uczestniczki witane są wspólną kolacją i wymianą książek, a po zakończeniu wyjazdu mogą dołączyć do całorocznego klubu książki „bez presji”, tworząc społeczność czytelniczą opartą na empatii i siostrzeństwie.

Silent Reading Party na eko farmie

Latem na regeneracyjnej Topaz Farm w Oregonie odbywają się [Silent Reading Parties](#), czyli kameralne spotkania oparte na wspólnym czytaniu w ciszy pod rozłożystym, 500-letnim dębem. Wydarzenia, organizowane przez pisarkę i redaktorkę Audrey Van Buskirk, rozpoczynają się krótkim wprowadzeniem na temat literackiego dziedzictwa Oregonu, po czym uczestnicy zanurzają się w lekturze, otoczeni śpiewem ptaków i szumem wiatru (a czasem także dźwiękami ukulele). Wszystko dzieje się na zrównoważonej farmie, co wspiera świadomy kontakt z naturą. Inicjatywa powstała w ramach projektu Frizzlit, który od 2009 roku buduje międzynarodową społeczność wokół klasyków literatury m.in. prowadząc kluby książki.



Fot. mat. promocyjne Topaz Farm

31 manifestacje

Fot. mat. promocyjne CBR Boutique Hotel



Nowy miejski book club

W światowych metropoliach rozpędu nabierają ruchy miejskie, które zamieniają samotne czytanie w społeczne „cool” doświadczenie. Jednym z nich jest [Reading Rhythms](#), „ważna społeczność czytelników”, która organizuje wspólne sesje lektury w ikonicznych miejscach Nowego Jorku, takich jak taras na dachu w Hudson Yards, gdzie ostatnio [zebrało się 350 osób](#). Wystarczy zabrać własną książkę i zająć miejsce na jednym z leżaków. Można tylko czytać, można dyskutować – każdy sam decyduje, czy i w jakim stopniu chce zintegrować się z grupą.

Room service z książkami

W portugalskim [Hästens Sleep Spa: CBR Boutique Hotel](#) spotykają się dwa trendy zrównoważonej turystyki: sleepcation i paperback-packers. Hotel oferuje gościom zaawansowane usługi poprawiające jakość snu, od indywidualnych konsultacji ze specjalistką dr Edie Perry po menu poduszek, a także wyjątkową oprawę literacką. Inspiracją wewnątrz była sąsiadująca barokowa Biblioteka Joanina, a każdy pokój zdobią ręcznie rzeźbione grzbiety książek, których egzemplarze można wypożyczyć w formie room service. Dodatkowo hotel współpracuje z biblioteką i oferuje gościom spersonalizowane, kuratorowane zwiedzanie jej wnętrza.



Fot. mat. promocyjne Hudson Yards

31 case study

Fot. mat. promocyjne Book and Bed Tokyo



JAPONIA

B&B = Book and bed

[Book and Bed Tokyo](#) to kapsułowy hostel w sercu Tokio, który funkcjonuje pod hasłem „księgarnia, w której można przenocować”. Goście mogą zanurzyć się w kolekcji około 4000 książek zgromadzonych w przestronnej czytelni pełnej drewnianych regałów, zacisznych zakamarków i miękkiego światła, które sprzyja wieczornej lekturze. Łóżka są sprytnie wkomponowane w strukturę regałów, tworząc przytulne, półotwarte kapsuły. To przestrzeń zaprojektowana nie tylko do spania, ale przede wszystkim do czytania i nieformalnych rozmów z innymi miłośnikami literatury z całego świata. Book and Bed Tokyo zmienia ideę hostelowego noclegu, stawiając na doświadczenie takie jak spokojne wieczory z książką, powolne poranki i chwilę wyciszenia w centrum tętniącej życiem metropolii.

31 case study

Fot. Sayher Heffernan



KOREA

Kolektywna biblioteka

[Casual Poet Library](#) to społecznościowa biblioteka w Singapurze, gdzie 180 osób dzieli się książkami i ... historiami. Projekt, inspirowany japońskimi bibliotekami współdzielonymi, promuje alternatywny model kultury czytelniczej oparty na zaufaniu, wolontariacie i wspólnocie. To nowe „trzecie miejsce” dla mieszkańców: przestrzeń do czytania, medytacji i wspólnych aktywności, takich jak spotkania literackie czy twórcze warsztaty. W kontekście rosnącego trendu podróży wokół książek, tego typu inicjatywy mają szansę stać się nową niszą dla turystów szukających autentycznych, kameralnych doświadczeń czytelniczych.

RDZENNA INTELIGENCJA

Rdzenna perspektywa staje się coraz bardziej obecna w rozwoju AI. Jason Edward Lewis i Bryan Kamaoli Kuwada, badacze i artyści hawajskiego pochodzenia, założyli [Hawaiian and Indigenous Future Imaginaries Lab \(HIFI Lab\)](#), by wprowadzać rdzenną wrażliwość i wyobraźnię do rozmów o nowych technologiach, w tym sztucznej inteligencji.

Kuwada, profesor Uniwersytetu Hawajskiego, podkreśla, że wyobraźnia to tradycyjna wartość w kulturze hawajskiej, często pomijana we współczesnych technocentrycznych narracjach. HIFI Lab wspiera artystów rdzennych poprzez program stypendialny skupiony na AI. Pierwszą stypendystką została Jocelyn Kapumealani Ng, poruszająca w swojej twórczości tematy społeczne i kulturowe.



Fot. [Lyz Soto i Chloë Callistemon](#)

na obrzeżach

WZMACNIAJ KULTURĘ PRZEZ WSPÓŁTWORZENIE

Otwórz instytucje kultury i działania turystyczne na realny udział społeczności – nie tylko jako odbiorców, ale jako współautorów. Projektuj programy i wydarzenia wspólnie z lokalnymi mieszkańcami, artystami, rzemieślnikami i młodzieżą, tworząc przestrzeń dla ich historii, praktyk i głosów. Wykorzystuj narzędzia partycypacyjne, takie jak warsztaty, konsultacje, mapowanie. Buduj kapitał społeczny i stabilność finansową instytucji przez dzielenie się sprawczością i inwestowanie w długofalowe zaangażowanie.

WDRAŻAJ KULTURĘ NISKOEMISYJNĄ

Zmieniaj sposób działania instytucji, od wystaw po infrastrukturę, w duchu dekarbonizacji i gospodarki obiegu zamkniętego. Stosuj narzędzia pomiaru emisji, optymalizuj transport i zużycie energii, inwestuj w materiały cyrkularne i cyfrowe paszporty zasobów. Angażuj artystów, projektantów, technologów i ekspertów środowiskowych do współtworzenia innowacyjnych rozwiązań.

OPIEKUJ SIĘ DZIEDZICTWEM NIEMATERIALNYM

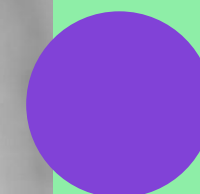
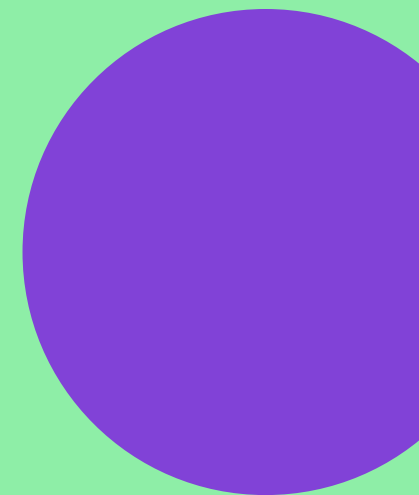
Rozwijaj turystykę opartą na relacji, nie konsumpcji, czerpiąc z lokalnej mądrości, rytuałów i historii. Wspieraj projekty, które dokumentują, archiwizują i przekazują wiedzę społeczności w ich języku i na ich warunkach. Twórz przestrzeń dla wielogłosowości i różnorodnych narracji, w tym rdzennych i niedoreprezentowanych. Buduj współpracę z liderami lokalnych społeczności. Ustal zasady etycznego korzystania z zasobów kulturowych, chroniące je przed uproszczeniem lub komercjalizacją. Projektuj doświadczenia wokół dziedzictwa, które wzmocnią tożsamość lokalnych społeczności i wspierają ich rozwój ekonomiczny.

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?

TRENDY



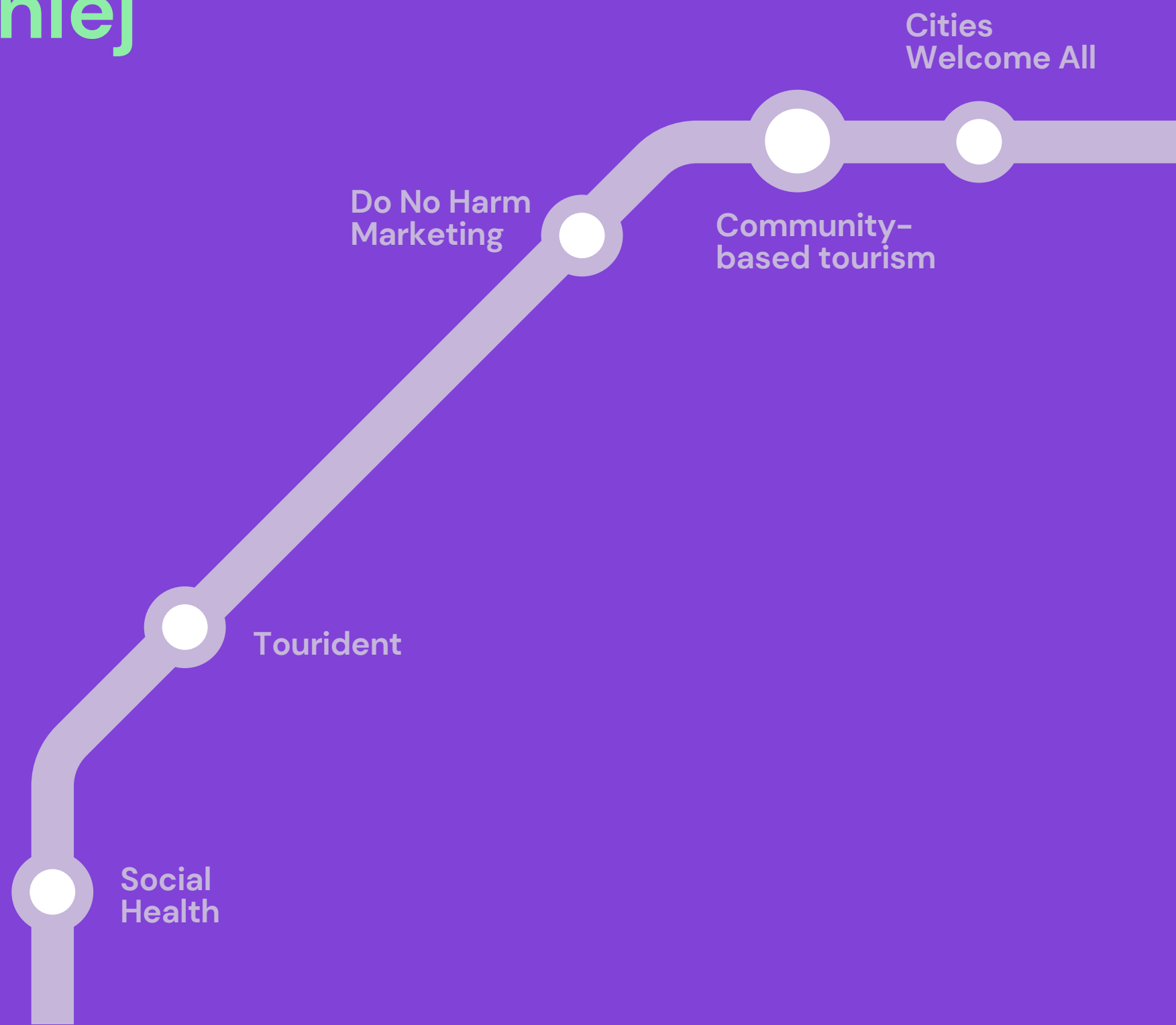
kierunek



DIALOG

KIERUNEK: DIALOG

podróżować: razem, wspólnie, lokalniej



Czy turystyka może stać się relacją? Współczesne podróżowanie coraz wyraźniej opiera się na dialogu rozumianym nie tylko jako rozmowa z mieszkańcami, ale jako wzajemna wymiana, słuchanie, uczenie się i współtworzenie.

Coraz więcej inicjatyw promuje partycypacyjne modele podróżowania. Rozwijają się community-based tourism i turystyka inkluzywna, a zjawiskom tym towarzyszy odpowiedzialny marketing i nowe, hybrydowe tożsamości turysty. Mieszkańcy zyskują głos w projektowaniu lokalnych ofert, a podróżni stają się nie tylko odbiorcami, ale także aktywnymi uczestnikami i sojusznikami miejsc. W centrum tego dialogu znajdują się relacje i odpowiedzialność – za lokalne społeczności, za dziedzictwo i za wspólną przyszłość. Turystyka przestaje być jednostronną wizytą, a staje się krokiem w kierunku współodpowiedzialności.



punkt orientacyjny

GRENLANDIA

All That We Share

Naalakkersuisut – [rząd Grenlandii](#) – ogłosił strategię zrównoważonego rozwoju turystyki na lata 2025–2035 pod hasłem „[Kalaallit Nunaat...And All That We Share](#)”, stawiając na turystykę jako narzędzie budowania długofalowego dobrostanu społecznego. Dokument opiera się na trzech głównych założeniach: współtworzeniu, czyli modelu community-driven tourism, w którym mieszkańcy aktywnie współdecydują o kierunkach rozwoju turystyki w swoich regionach; wartości, czyli przedkładaniu lokalnych korzyści społeczno-gospodarczych nad dążenie do maksymalizacji liczby odwiedzających; oraz na odpowiedzialnym rozwoju, który zakłada ścisłe poszanowanie dla przyrody i kultury. Ochrona ekosystemów i tradycji staje się tu punktem wyjścia do dalszego planowania.

32 COMMUNITY BASED TOURISM

TOURISM AS A PARTNERSHIP

SDG 8/10/17

Współczesna turystyka coraz częściej opiera się na relacjach. Community-Based Tourism (CBT) to model, w którym lokalne społeczności stają się nie tylko gospodarzami, ale **też współtwórcami i współdecydentami w procesie turystycznym**. Zamiast być biernym tłem dla atrakcji, mieszkańcy przejmują rolę decydentów, przewodników, opowiadaczy i kuratorów.

Społecznościowe modele turystyki oznaczają odejście od turystyki wyłącznie „dla turystów”, na rzecz polityk i strategii turystycznych planowanych i wypracowywanych razem z mieszkańcami i dla dobra społeczności. Głos mieszkańców w zarządzaniu turystyką pozwala ograniczać jej negatywny wpływ i lepiej chronić dziedzictwo kulturowe oraz środowisko. Jak wygląda to w praktyce? Mieszkańcy projektują chociażby narrację o swojej kulturze, prowadzą warsztaty, wycieczki, wydarzenia kulinarne czy artystyczne. Dzięki temu turystyka staje się narzędziem budowania lokalnej dumy i **wzmacniania wspólnotowych więzi**. Z perspektywy społeczności CBT oznacza realne korzyści: dochody z turystyki zostają w regionie, wspierając lokalnych przedsiębiorców, rzemieślników, artystów i organizacje społeczne.



32 manifestacje



Fot. FairBnB

We are Community Powered Tourism

We make hospitality a real driver
for local positive change

Spółeczna solidarność w B&B

[Fairbnb](#) to europejska kooperatywa etycznego najmu, która koncentruje się na dobrostanie lokalnych społeczności. Działa jak inne platformy tego typu, ale w duchu solidarności społecznej i "community powered tourism". Gospodarz zarabia, gość płaci standardową cenę, a 50% prowizji trafia na wybrany przez wynajmującego projekt społeczny lub ekologiczny w danym miejscu. Taki model ma przeciwdziałać gentryfikacji, chronić codzienne życie mieszkańców i pobudzać rozwój lokalnych przedsiębiorców. Wobec kryzysu migracyjnego, w 2022 roku Fairbnb opracowało drugą wersję platformy, z której mogą korzystać organizacje non-profit i humanitarne, aby znaleźć gospodarzy gotowych przyjąć uchodźców pod swój dach.

Hybrid hospitality

[The Social Hub](#) to niderlandzki B-Corp, który powstał jako dom studencki, mający wspierać młodych ludzi w świadomym kształtowaniu lepszej przyszłości, a wyewoluował w europejską sieć hybrydowych przestrzeni z pokojami hotelowymi dla turystów, co-livingiem dla podróżujących, coworkingiem dla cyfrowych nomadów i kreatywnym placem zabaw dla przedsiębiorców i mieszkańców. Działa w duchu zrównoważonego rozwoju i z misją integracji różnorodnych grup osób dla zmiany społecznej.



Fo. mat. promocyjne the Social Hub

32 manifestacje

Fot. MarcBruxelle, Canva



Kooperatywy CBT w Nepalu

[Kooperatywy turystyki](#) opartej na społecznościach lokalnych w Nepalu umożliwiają mieszkańcom aktywne uczestnictwo w planowaniu i zarządzaniu turystyką. W wioskach takich jak Sirubari, Ghalegaun czy Barpak, angażują onemieszkańców w różne działania turystyczne, w tym prowadzenie homestayów, organizację warsztatów rzemieślniczych oraz oprowadzanie po lokalnych atrakcjach. Dochody z tych inicjatyw są inwestowane w rozwój społeczności np. w edukację, infrastrukturę czy ochronę środowiska. Kooperatywy wspierane są także przez organizacje takie jak Community Homestay Network poprzez szkolenia z zakresu gościnności, bezpieczeństwa żywności oraz opowiadania historii (storytelling) czy pomoc w promocji i dotarciu do szerszego grona turystów.

Antymafijny spacer

Kiedy mówisz [Sycylia](#), ludzie często myślą – [Ojciec Chrzestny](#). Lokalna społeczność w Palermo pomaga wychodzić poza stereotypy i zaprasza do trzygodzinnej wycieczki pieszej [Addiopizzo](#) po mieście, organizowanej przez oddolny ruch antymafijny o tej samej nazwie. Wspiera on firmy, które odmawiają płacenia pizzo, czyli haraczu wymuszanego przez mafię. Wycieczka obejmuje poruszający mural Wall of Legality przedstawiający ofiary mafii i budynek sądu, w którym opowiadane są historie tych, którzy przeciwstawili się Cosa Nostra.



Fot. Adiopizzotravel

32 case study

Fot. Bordeaux Tourism



AGORA
TOURISME
BORDEAUX

BORDEAUX

Platforma współzarządzania

W 2021 roku Bordeaux Métropole uruchomiło program [„Agora for tourism”](#) – otwartą platformę współzarządzania, która zaprasza mieszkańców, turystów i profesjonalistów do wspólnego kształtowania długofalowej strategii turystyki miejskiej. Założenie projektu to włączenie interesariuszy we wspólną refleksję nad przyszłością turystyki miejskiej i wydarzeń w duchu zrównoważonego rozwoju i pełnej transparentności. Po 10 miesiącach konsultacji powstała [roadmapa do 2026](#), oparta na czterech osiach. Wśród nich: wspieranie transformacji oferty turystycznej Bordeaux w kierunku ekologicznego i zrównoważonego rozwoju, rozwijanie profesjonalnych spotkań i wydarzeń na dużą skalę w celu wsparcia pozytywnej turystyki w obszarze metropolitalnym, predefiniowanie roli mieszkańców w głównych decydentów o roli życia turystycznego i budowanie solidarnej destynacji stworzonej dla wszystkich oraz zarządzanie rozwojem gospodarczym branży turystycznej w sposób zrównoważony

32 case study

Fot. Bordeaux Tourism



KANADA

Destination Dialogues i turystyka narracyjna

Destination Canada od kilku lat prowadzi inicjatywę [Destination Dialogues](#), w ramach której lokalni mieszkańcy mogą angażować się w budowanie bardziej regeneratywnych formuł turystycznych. W zeszłym roku w jej ramach przeprowadzono serię warsztatów i webinarów mających na celu wzmocnienie zdolności lokalnych społeczności do tworzenia angażujących, bardziej zrównoważonych doświadczeń turystycznych oraz ćwiczeniu zdolności storytellingowych. W ramach przybliżania turystyki narracyjnej rozwijano umiejętności mieszkańców w zakresie tworzenia i prezentowania autentycznych historii związanych z ich miejscem zamieszkania, kulturą i tradycjami. Uczestnicy uczyli się, jak identyfikować unikalne cechy swojego regionu i przekładać je na atrakcyjne dla turystów doświadczenia, co przyczynia się do budowania silnej tożsamości lokalnej oraz wspiera zrównoważony rozwój turystyki.

33 TOURIDENT

TOURIST + RESIDENT = TOURIDENT SDG 12/17

Granica między turystą a mieszkańcem zaczyna się zacierać. W epoce mobilności, pracy zdalnej, dłuższych pobytów i hybrydowych form podróżowania, coraz więcej osób wchodzi w rolę touridenta, łącząc jednocześnie perspektywę gościa i członka lokalnej społeczności. To zjawisko ma głębokie konsekwencje dla turystyki kulturalnej. Tourident nie przyjeżdża już tylko „zaliczać atrakcji”, ale szuka współuczestnictwa, relacji, zaangażowania. Chce rozumieć miejsce, współtworzyć jego kulturę, korzystać z infrastruktury razem z mieszkańcami, ale też podczas podróżowania brać odpowiedzialność za swój wpływ.

To trend, który rośnie wraz z **popularyzacją participatory tourism**, w którym turysta jest zachęcany do podejmowania pozytywnych dla miejsca i środowiska aktywności czy sam decyduje o swoim większym wkładzie np. poprzez wolontariat na rzecz odwiedzanych lokalizacji i społeczności. Tourident nie jest przechodniem. To gość, który zostawia coś więcej niż ślad na Instagramie, wnosi wkład we wspólne dobro i staje się częścią lokalnej społeczności.



33 manifestacje

Fot. Visit Faroe Island



Open for Voluntourism

Od kilku lat [Wyspy Owcze realizują program](#) "Closed for Maintenance, Open for Voluntourism", w ramach którego niektóre popularne atrakcje turystyczne są tymczasowo zamykane dla turystów, aby umożliwić ich konserwację i regenerację. W tym czasie wybrane grupy wolontariuszy, zarówno lokalnych mieszkańców, jak i zagranicznych uczestników, pracują nad projektami mającymi na celu utrzymanie i poprawę infrastruktury turystycznej takiej jak szlaki piesze, punkty widokowe czy oznakowanie tras. W zamian za swoją pracę wolontariusze otrzymują zakwaterowanie, wyżywienie oraz możliwość głębszego poznania kultury i społeczności Wysp Owczych. Podobny program wolontaryjny Mālama Hawaii prowadzą od 2020 r. Hawaje.

Projekty Eco-collabs

Pojawia się coraz więcej innowacyjnych inicjatyw crowdsourcingowych wykorzystujących turystów do monitorowania środowiska lub efektów zmian klimatycznych. W ramach programu [„Eye on the Reef”](#) podróżujący po Australii pomagają rządowi australijskiemu monitorować stan Wielkiej Rafy Koralowej poprzez gromadzenie i udostępnianie informacji o organizmach i lokalnym życiu morskim podczas swoich wizyt. Z kolei w brytyjskim [Wytham Woods](#) odwiedzający są zachęceni do zarejestrowania dowolnego gatunku rośliny czy zwierzęcia napotkanego w lesie oraz monitorowania reakcji gatunków grzybów na zmiany klimatyczne za pomocą aplikacji iRecord.



Fot. Eye on the Reef

33 manifestacje

Ethical Guidelines for Sámi Tourism

Fot. Sami Parliament

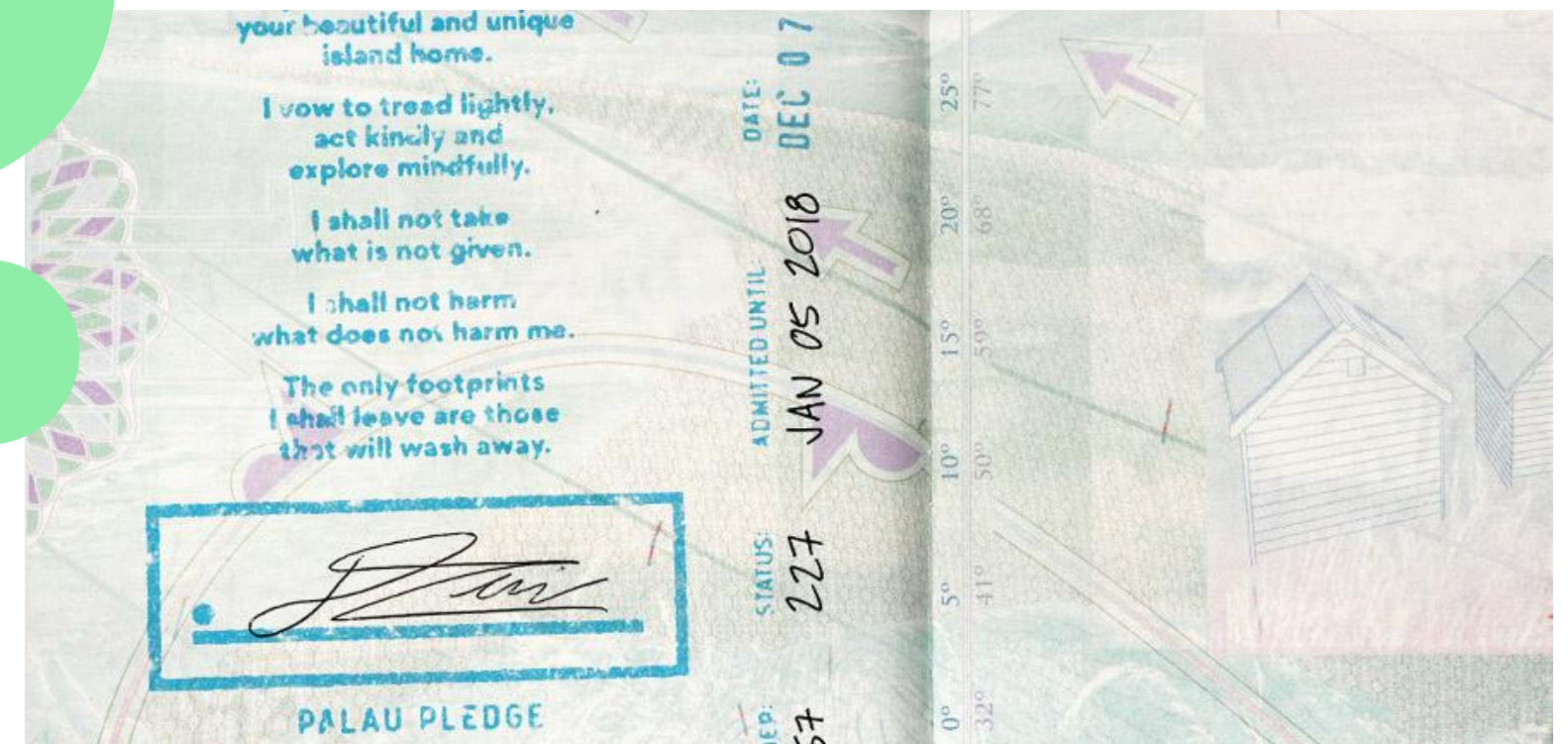


Etyczne przewodniki dla turystów

Turystyka w fińskim regionie [Sápmi dynamicznie rośnie](#), co niesie korzyści ekonomiczne, ale też wiąże się z presją na lokalną przyrodę (a Arktyka ociepla się czterokrotnie szybciej niż reszta świata) i kulturę Sámi. Masowy ruch zakłóca migracje reniferów, zmniejsza dostęp do pastwisk i komercjalizuje elementy kultury rdzennych mieszkańców. Wobec tych zagrożeń Parlament Sámi w Finlandii opracował już w 2018 roku „[Principles for Responsible and Ethically Sustainable Sámi Tourism](#)”, które obejmują m.in. poszanowanie lokalnych praw, wiedzy i zwyczajów, unikanie stereotypów i komercjalizacji kultury, wspieranie autentycznych inicjatyw prowadzonych przez społeczność Sámi, dążenie do tego, by zyski z turystyki pozostawały w regionie.

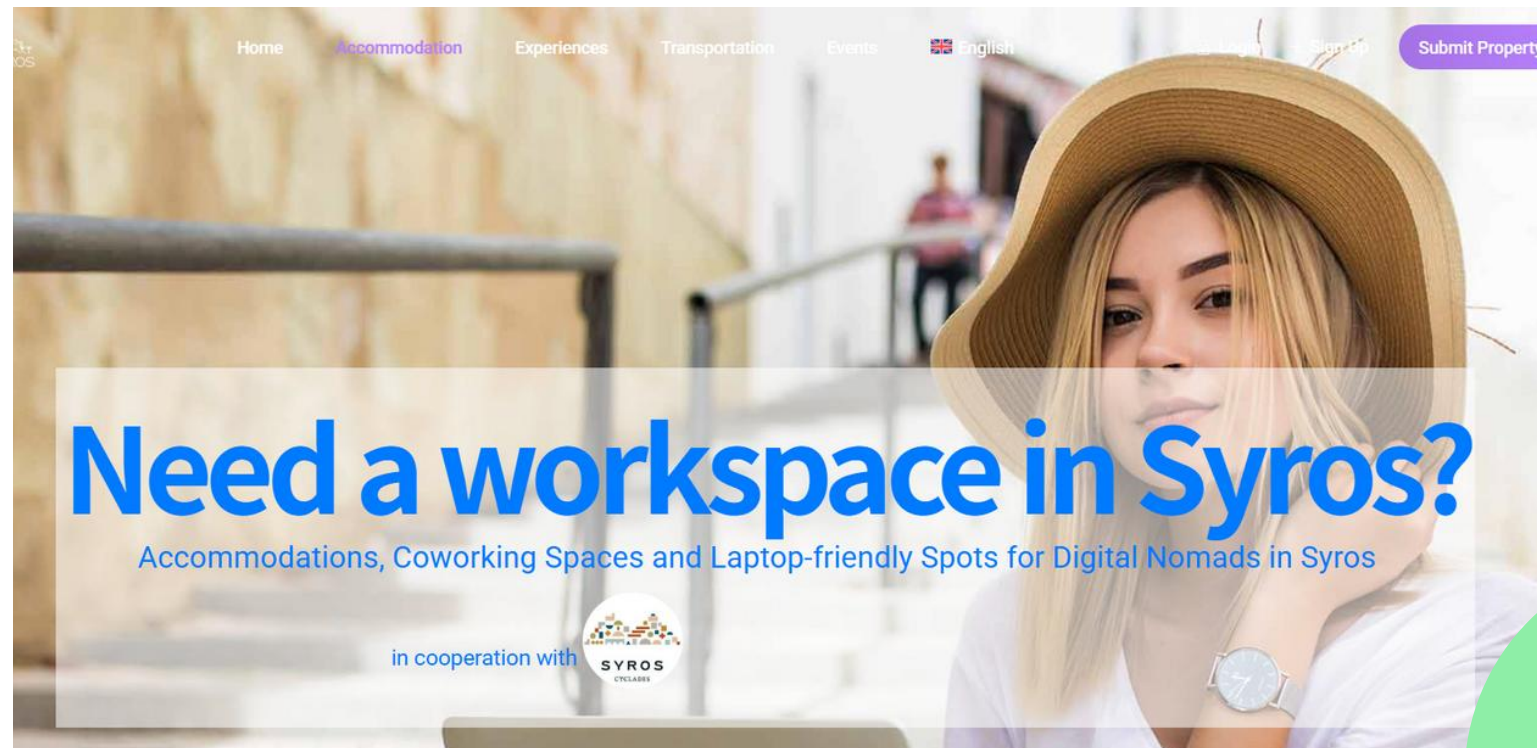
Przysięga w paszporcie

Palau – archipelag w Mikronezji – to pierwszy kraj na świecie, w którym każdy turysta wjeżdżający na wyspy musi podpisać [Palau Pledge](#), przysięgę w paszporcie zobowiązującą do ochrony środowiska i poszanowania lokalnej kultury. To symboliczny, ale formalny akt, który kształtuje oczekiwania wobec odwiedzających już od granicy. Budując na tej filozofii, Palau uruchomiło także program [Olau Palau](#), który przenosi te wartości na poziom działań praktycznych. Turyści zdobywają punkty za prospołeczne i proekologiczne zachowania np. kupowanie kremów bezpiecznych dla raf czy wspieranie zrównoważonych firm, za które otrzymają dostęp do wyjątkowych, zwykle niedostępnych dla innych turystów doświadczeń.



Fot. Palau Pledge

33 manifestacje

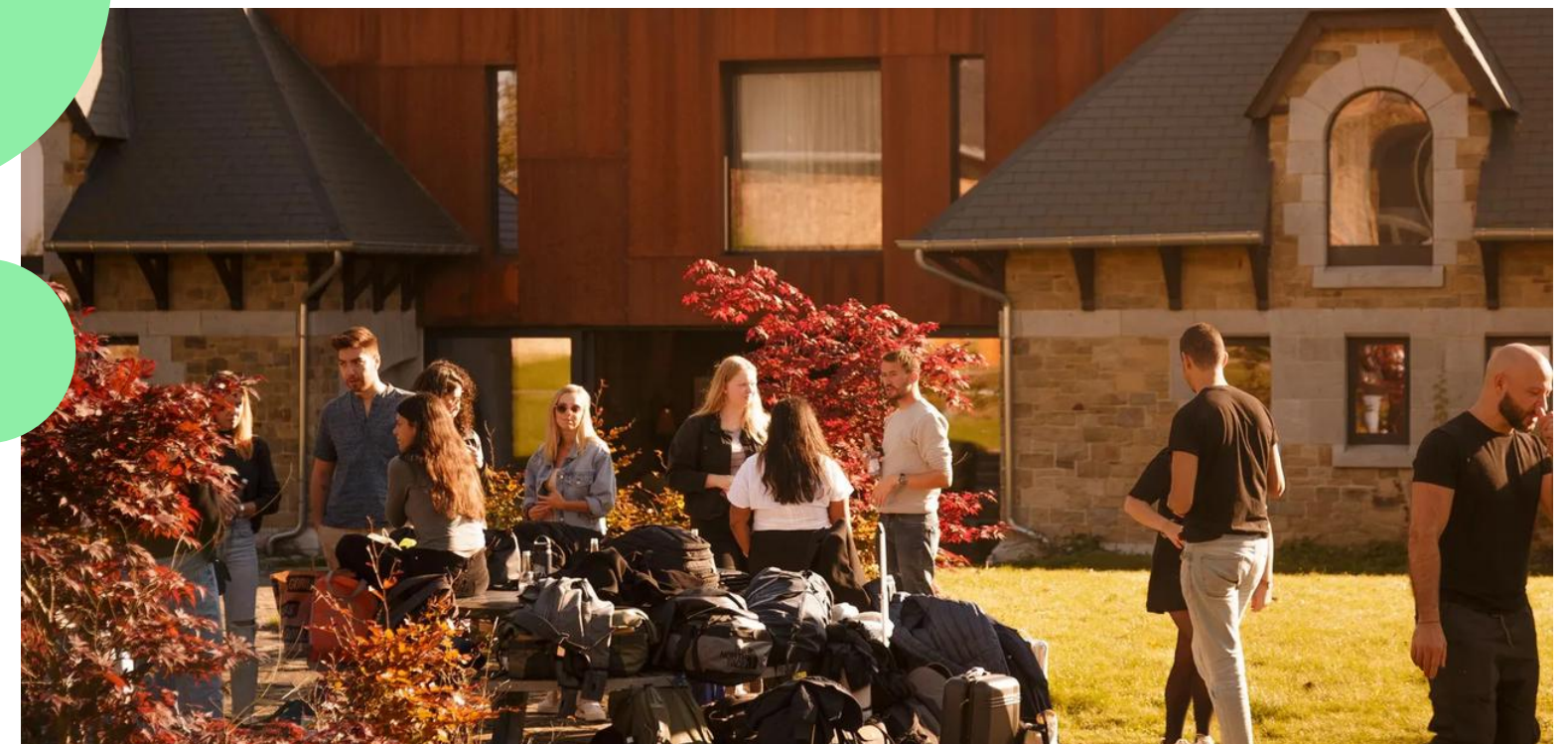


Wspólny adres dla turystów i mieszkańców

Co-living to forma wspólnego zamieszkiwania, która łączy prywatność z dzielonymi przestrzeniami i społecznością. Wywodzący się z miejskiego stylu życia i ekonomii współdzielenia model ten zyskuje dziś nowe znaczenie w kontekście mobilności hybrydowej, pracy zdalnej i dłuższych pobyków. Coraz częściej przyciąga nie tylko freelancerów czy cyfrowych nomadów, ale też osoby podróżujące w poszukiwaniu głębszych doświadczeń kulturowych i społecznych. Takie podejście realizują np. [Colodge, francuska sieć, która otwiera przestrzenie co-livingowe w mniejszych miastach](#) i regionach, wspierając lokalną integrację i rewitalizację społeczności czy [Cohabs, rozwijający się w Europie i USA model wspólnotowego mieszkania](#) z silnym komponentem społecznym, lokalnymi wydarzeniami i zrównoważoną infrastrukturą.

Macrostays i lokalna codzienność

Coraz więcej osób wybiera dłuższe pobyty – na tygodnie, a nawet miesiące, łącząc podróżowanie z pracą zdalną, nauką, a czasem po prostu z potrzebą zmiany otoczenia. Macrostays, powiązane z rozwojem zjawisk takich jak workation i bleisure, przesuwają akcent z turystyki nastawionej na intensywne zwiedzanie w stronę spokojnego, zakorzenionego doświadczenia miejsca. To nie jest już tylko „dłuższy urlop z laptopem”, ale szansa na głębsze zaangażowanie się w lokalną codzienność, korzystanie z infrastruktury jak mieszkańec, nawiązywanie relacji, uczestniczenie w życiu sąsiedzkim. Coraz więcej miast dostrzega potencjał tego trendu, tworząc dedykowane programy dla pracowników zdalnych (jak np. w Reykjavíku, Rijece czy na greckiej wyspie Syros).



33 case study

Fot. Visit Copenhagen



KOPENHAGA

Copenpay

CopenPay to [inicjatywa władz Kopenhagi](#), która nagradza turystów i mieszkańców za podejmowanie działań proekologicznych, takich jak jazda na rowerze, korzystanie z transportu publicznego czy udział w akcjach sprzątania. W zamian uczestnicy otrzymują kredyty, które można wymienić na bezpłatny wstęp do ponad 90 atrakcji kulturalnych i turystycznych, w tym muzeów, zabytków czy wypożyczalni rowerów. Program będzie aktywny od 17 czerwca do 17 sierpnia 2025 roku. W pilotażowej edycji w 2024 roku inicjatywa zwiększyła wykorzystanie rowerów i zebrała znaczne ilości odpadów, ciesząc się 98% aprobatą uczestników.

34 DO NO HARM MARKETING

LOW-IMPACT STORYTELLING SDG 4/16

Organizacje turystyczne zaczynają odrabiać lekcję z własnego wpływu. Coraz więcej destynacji i instytucji dostrzega, że **marketing to nie tylko narzędzie promocji, ale też realny czynnik kształtujący zachowania** turystów i pośrednio wpływający na środowisko oraz życie lokalnych społeczności. Stąd testowanie strategii No Harm Marketing, czyli podejścia, które opiera się na odpowiedzialnym budowaniu narracji o miejscach. Chodzi o to, by unikać komunikatów, które napędzają overtourism, utrwalają fałszywe wyobrażenia lub zachęcają do nieodpowiedzialnych praktyk. Zamiast tego podejmowana jest edukacja turystyczna, która promuje świadome modele podróżowania.

Visit Svalbard świadomie zrezygnowało z obrazów niedźwiedzi polarnych i narracji o „dzikiej, łatwo dostępnej” Arktyce, podkreślając rolę lokalnych przewodników i sezonowość przyrody. Innovation Norway wycofało kampanię promującą friluftsliv po krytyce mieszkańców i branży, obawiających się szkód dla ekosystemów i wzrostu niekontrolowanego ruchu. No Harm Marketing to dziś nie tylko trend komunikacyjny, ale też **nowy wymiar dialogu z turystą**. Współodpowiedzialność zaczyna się od słów i obrazów, które inspirują do uważniejszego, bardziej etycznego podróżowania.



34 manifestacje

Fot. Anja K.J. Nordvålen / visitsvalbard



Bez narracji o dzikiej naturze

Organizacja Visit Svalbard wprowadziła [wytyczne dotyczące odpowiedzialnego marketingu turystycznego](#), których celem jest ochrona delikatnych arktycznych ekosystemów i promowanie świadomego podróżowania. Kluczowe zasady obejmują unikanie narracji gloryfikujących „dziką naturę”, akcentowanie roli lokalnych przewodników, wspieranie odpowiedzialnych zachowań turystycznych, uwzględnianie sezonowości (zachęcanie do odwiedzin poza wrażliwymi okresami lęgowymi i migracyjnymi zwierząt) oraz rezygnację ze zbliżeń na niedźwiedzie polarne w materiałach wizualnych, aby nie tworzyć mylnego obrazu możliwych doświadczeń.

Wycofana kampania

Państwowa agencja rozwoju Innovation Norway [wycofała się z kampanii](#) promującej wśród zagranicznych turystów filozofię friluftsliv, czyli norweski styl życia na łonie natury, oparty na prawie do swobodnego korzystania z przyrody. Kampania spotkała się z [krytyką społeczności i branży turystycznej](#), zwłaszcza na północy i zachodzie kraju. Obawy dotyczyły negatywnych skutków overtourismu m.in. dzikiego biwakowania, presji na wrażliwe ekosystemy i wzrostu liczby interwencji ratunkowych. Innovation Norway zapowiedziało konsultacje i analizę wpływu, by lepiej dostosować działania do potrzeb środowiska i lokalnych mieszkańców.



Fot. Naumoid, Canva

34 case study

Fot. Visit Jackson Hole



**POST THE PHOTO.
TRASH THE LOCATION TAG.**

When you tag a photo with a specific location, the harm of excess traffic follows. Use the generic location "Tag Responsibly, Keep Jackson Hole Wild" in your posts to help preserve the beauty of the wild.

[VISITJACKSONHOLE.COM/SUSTAINABILITY](https://www.visitjacksonhole.com/sustainability)



USA

Taguj odpowiedzialnie

Coraz więcej tzw. Destination Marketing Organisations wdraża praktyki etycznej współpracy z influencerami, kładąc nacisk na minimalizowanie potencjalnych szkód wywołanych promocją turystyki w mediach społecznościowych. Do kluczowych zasad należy m.in. zakaz promowania ryzykownych lub nielegalnych zachowań, obowiązek podawania autentycznych informacji o dostępności atrakcji oraz ograniczenie geotagowania wrażliwych lokalizacji. Przykładem takiego podejścia jest [kampania „Tag Responsibly, Keep Jackson Hole Wild”](#) realizowana przez Jackson Hole – popularny ośrodek górskiej turystyki w Wyoming, który kładzie duży nacisk na [promowanie odpowiedzialnej rekreacji](#) i od 2023 funkcjonuje w ramach Sustainable Destination Management Plan. Kampania nawołuje influencerów i turystów do używania ogólnych geotagów, zamiast precyzyjnych lokalizacji, zwłaszcza przy zdjęciach z dzikich terenów. Dzięki temu unika się gwałtownego wzrostu ruchu w instagramowych “viral spots”, które zagrażają ekosystemom, a nieprzygotowanych turystów narażają na niebezpieczeństwo.

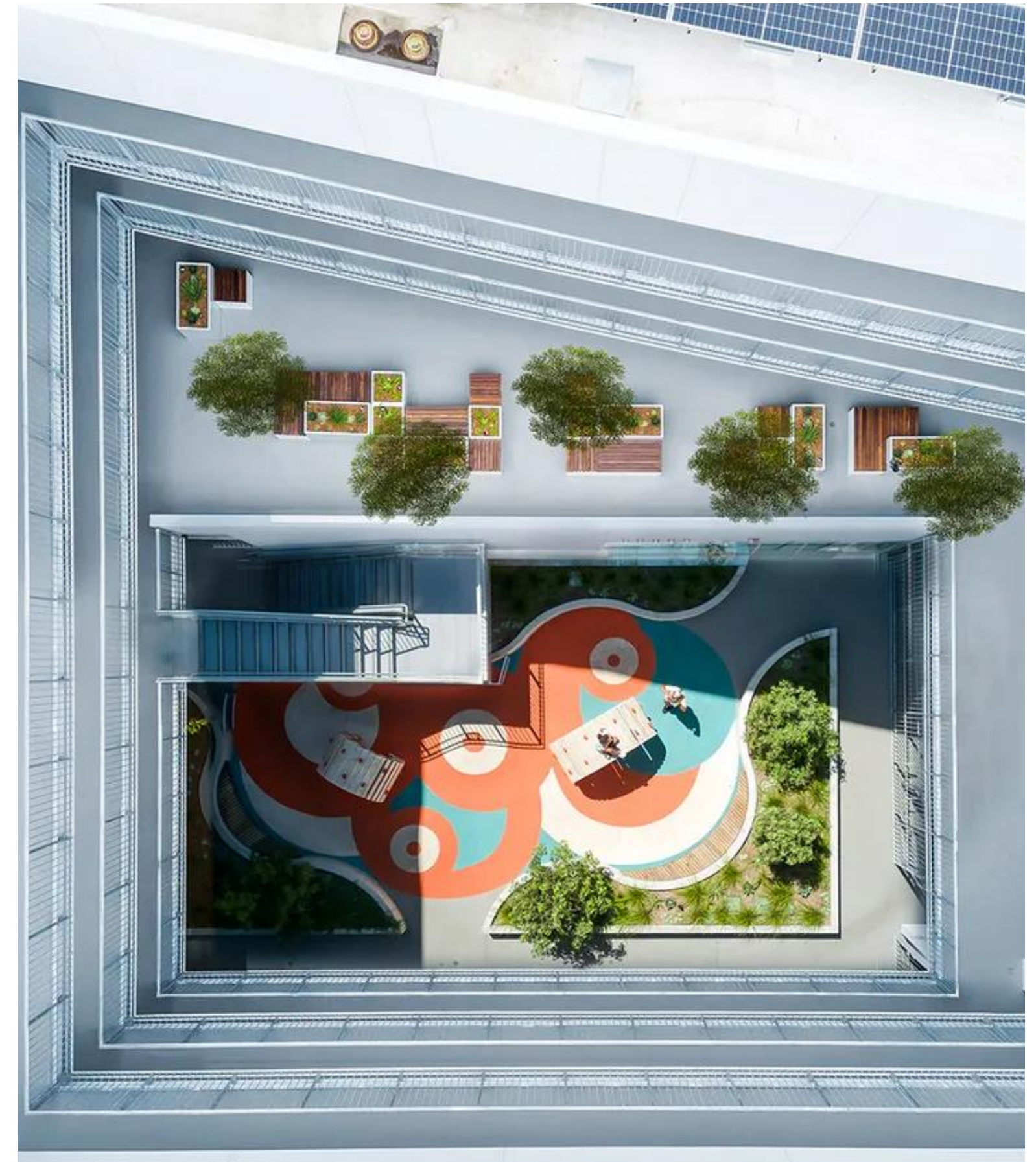
35 CITIES WELCOME ALL

INCLUSION & DIVERSITY

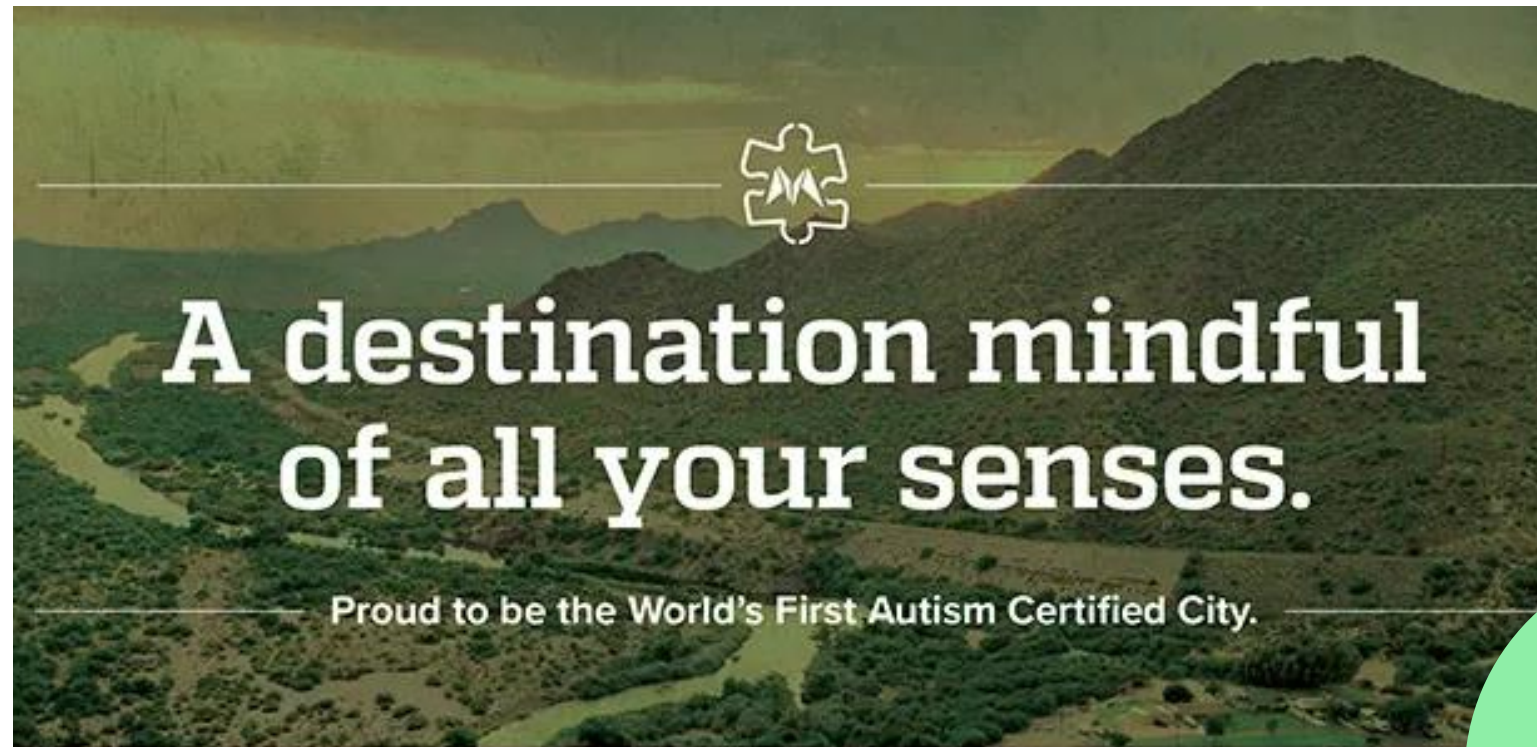
SDG 5/10/16

W centrum dzisiejszej inkluzji 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**. Trend Cities Welcome All rozwija się równoległe z nowymi praktykami urbanistycznymi, projektowaniem inkluzywnych przestrzeni i zmianą w narracjach turystycznych. Coraz więcej miast wdraża rozwiązania wspierające neurodiverse-friendly tourism – od map sensorycznych i cichych godzin w instytucjach kultury, po dostosowane doświadczenia w hotelach i wydarzeniach.

Rośnie także znaczenie turystyki queerowej, doskonałym przykładem jest seria "Host or Travel" stworzona przez Grindr, która prowadzi widzów przez lokalne, nieoczywiste queerowe spoty miejskie. Równoległe miasta inwestują w międzygeneracyjne i rodzinne projektowanie przestrzeni, rozwijając formaty wspólnego spędzania czasu dla różnych grup wiekowych oraz podkreślają różnorodność międzykulturową w ofercie turystycznej, dając głos migrantom, mniejszościom i mniej obecnym narracjom.



35 manifestacje



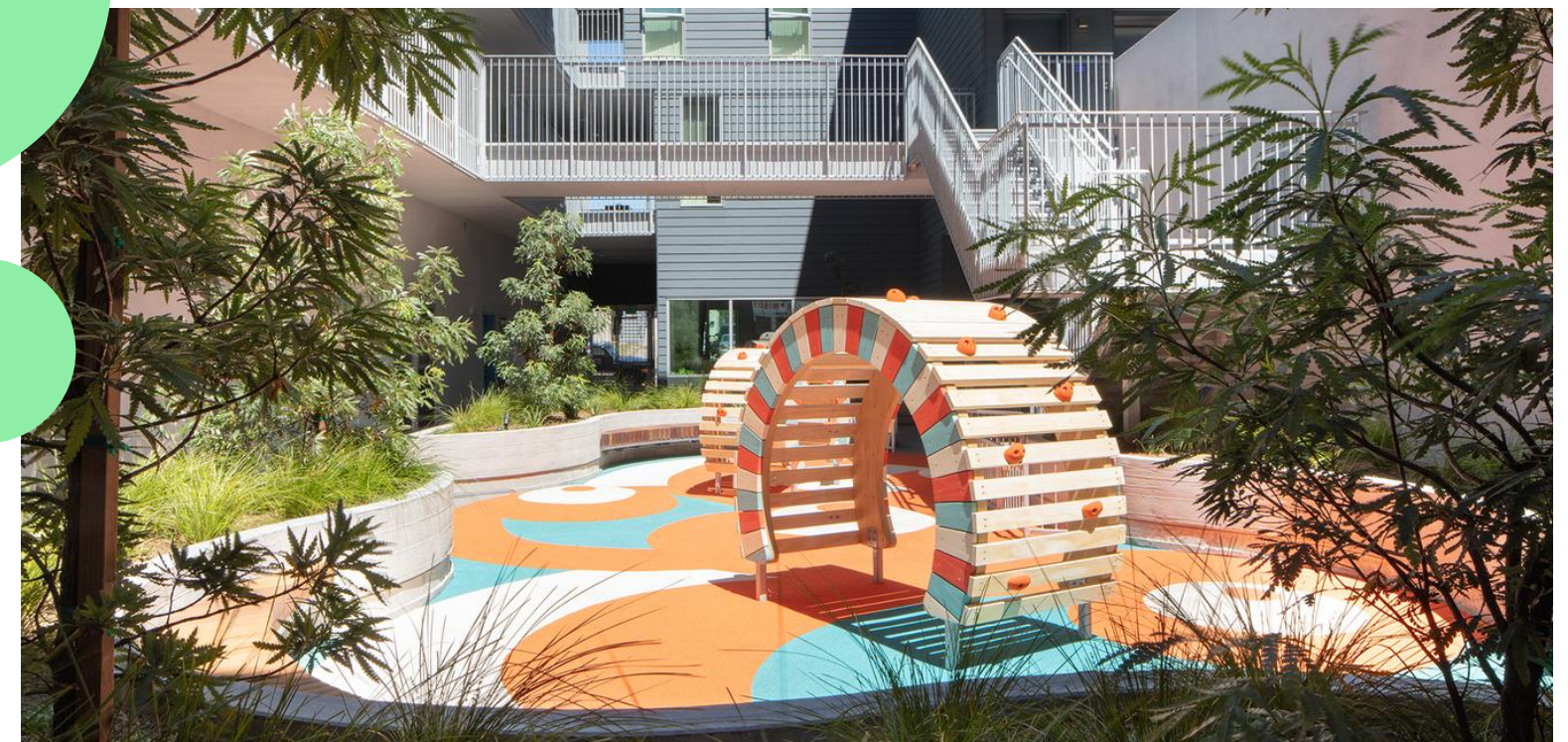
Fot. Visit Mesa

Miasta przyjazne rodzinom

Coraz więcej miast redefiniuje sposób, w jaki kształtuje przestrzeń publiczną i mieszkalną, aby uczynić ją bardziej przyjazną dla rodzin z dziećmi i małych podróżników. Od placów zabaw projektowanych z myślą o użytkownikach w każdym wieku, jak np. Megaswing w Filadelfii, przez immersyjne muzea, które odciągają dzieci od ekranów, po przestrzenie wspólne w budownictwie wielorodzinnym – miasta zaczynają uważniej odpowiadać na potrzeby rodziców i dzieci. Potwierdzeniem wagi tego nurtu jest [Nagroda Pulitzera 2025 dla Alexandry Lange z Bloomberg CityLab](#) za eseje pokazujące, jak urbanistyka może wspierać rozwój dzieci i ulepszać codzienne życie rodzin. Miasta „otwarte na rodziny” nie tylko ułatwiają codzienność mieszkańców, ale też przyciągają odwiedzających poszukujących przyjaznych, inkluzywnych przestrzeni.

Neuro-diversity travel

Amerykańska organizacja [IBCCES](#) szkoli i certyfikuje specjalistów pracujących z osobami w spektrum autyzmu i neuroatypowymi. Przyznaje certyfikat Autism Certified City™ (ACC) miastom, w których różne sektory są przygotowane, by wspierać potrzeby osób z różnicami poznawczymi. Ma to być krok w stronę większej inkluzywności, za którym idą konkretne korzyści takie jak lepsza jakość życia mieszkańców i wzrost podróżujących z często pomijanych grup. Pierwszym na świecie certyfikowanym miastem została [Mesa](#) w Arizonie (w 2019 roku). IBCCES nadaje też certyfikat Certified Autism Destination™ (CAD) miejscom turystycznym, które dbają o komfort osób wrażliwych sensorycznie (np. [Dennos Museum](#))



Fot. Brooks + Scarpa Brunson Terrace

35 manifestacje



Autentyczne queer doświadczenia

„Host or Travel” to seria treści tworzona przez aplikację Grindr, która promuje autentyczne, lokalne doświadczenia turystyczne w queerowych dzielnicach miast na całym świecie. Dostępna na YouTube seria pokazuje podróże do tzw. gayborhoods – dzielnic i miejsc związanych z kulturą LGBTQ+. Format opiera się na nawiązywaniu kontaktów z lokalnymi mieszkańcami i korzystaniu z ich wiedzy o mieście na temat barów i klubów, instytucjach i wydarzeniach kulturalnych, po mniej znane, a znaczące miejsca dla lokalnej sceny LGBTQ+. Celem jest stworzenie przewodników, które umożliwiają turystom bardziej intymne, oparte na relacjach poznanie lokalnych queerowych środowisk, zamiast ograniczania się do typowych atrakcji turystycznych.

Kulturowe dziedzictwo w metrze

Londyn [zmienia nazwy](#) 6 linii metra, aby odzwierciedlały lokalne historie i różnorodne kulturowe dziedzictwo. Nowe nazwy zostały wybrane we współpracy z użytkownikami, interesariuszami, historykami, ekspertami branżowymi i lokalnymi społecznościami. Np. linia Weaver nawiązuje do tradycji tkackich dzielnic takich jak Spitalfields i Hackney, ukształtowanych przez wielokulturowe społeczności migrantów. Linia Suffragette upamiętnia ruch sufrażystek z robotniczego East Endu, a Windrush oddaje hołd pokoleniu osób przybyłych z byłych brytyjskich kolonii na Karaibach i ich wkładowi w tożsamość miasta.



36 SOCIAL HEALTH

TOURISM THAT HEALS

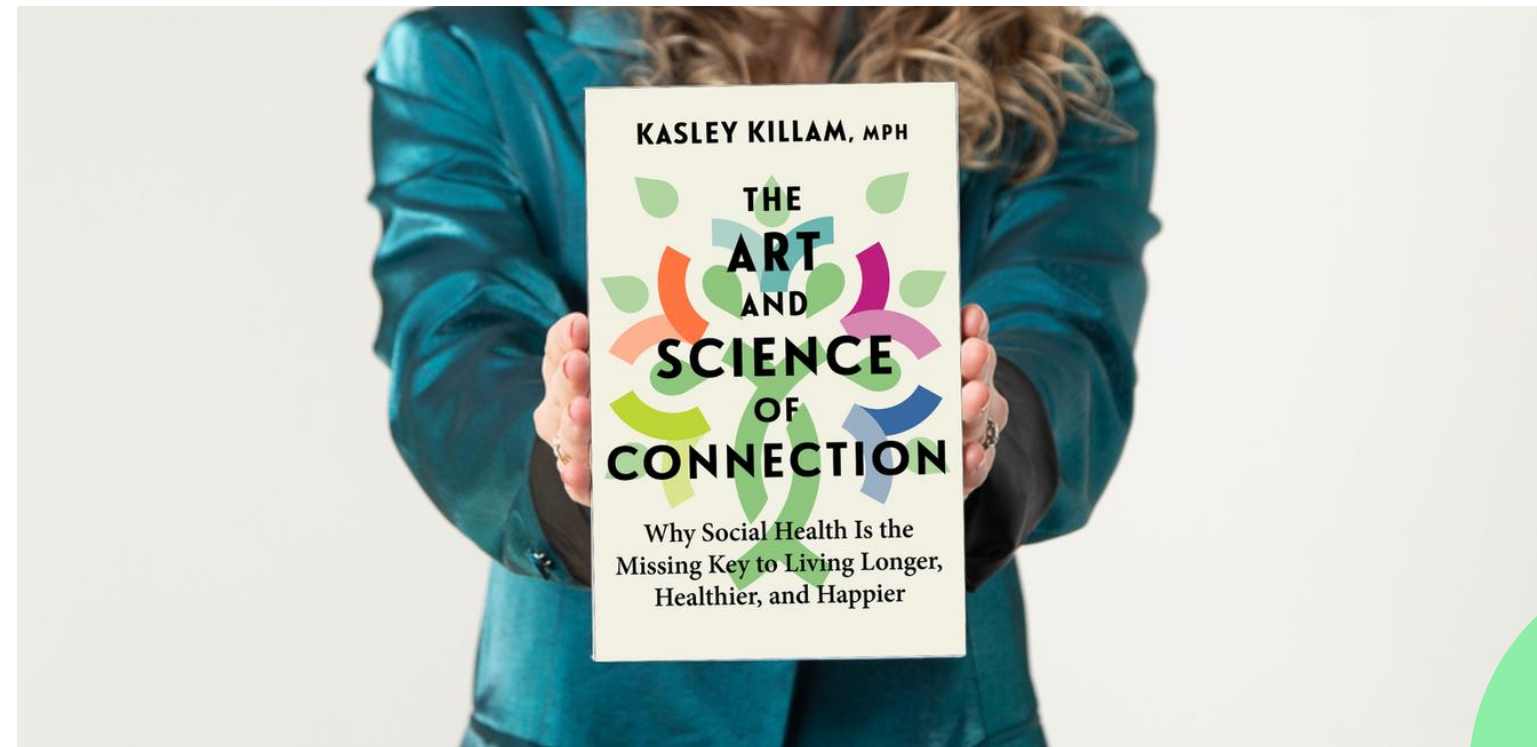
SDG 3/10/16

Współczesna turystyka coraz częściej przyjmuje na siebie nowe zadania. W świecie, w którym samotność i poczucie izolacji przybierają skalę kryzysu zdrowotnego, rośnie potrzeba doświadczeń, które wspierają nie tylko dobrostan psychiczny i fizyczny, ale również społeczny. Kasley Killam, badaczka zdrowia publicznego i autorka książki *The Art and Science of Connection*, opisuje zdrowie społeczne jako trzeci, brakujący filar długiego i jakościowego życia. Jego źródłem jest nie tylko liczba relacji, lecz także poczucie przynależności, widzialności i sprawczości w ramach wspólnoty.

W tym świetle turystyka zyskuje nowe szanse. Może stać się narzędziem odbudowy zaufania społecznego, wzmocnienia tożsamości lokalnej czy wsparcia psychicznego tam, gdzie wcześniej była jedynie formą konsumpcji. Projekty takie jak „Our Stories, Your City” w Edynburgu czy Belfast Stories, współtworzone przez mieszkańców, pokazują, że turystyka może działać jak system opieki społecznej – subtelny, ale skuteczny. Social Health w turystyce to zaproszenie do projektowania doświadczeń, które działają jak katalizator społecznej regeneracji.



35 manifestacje

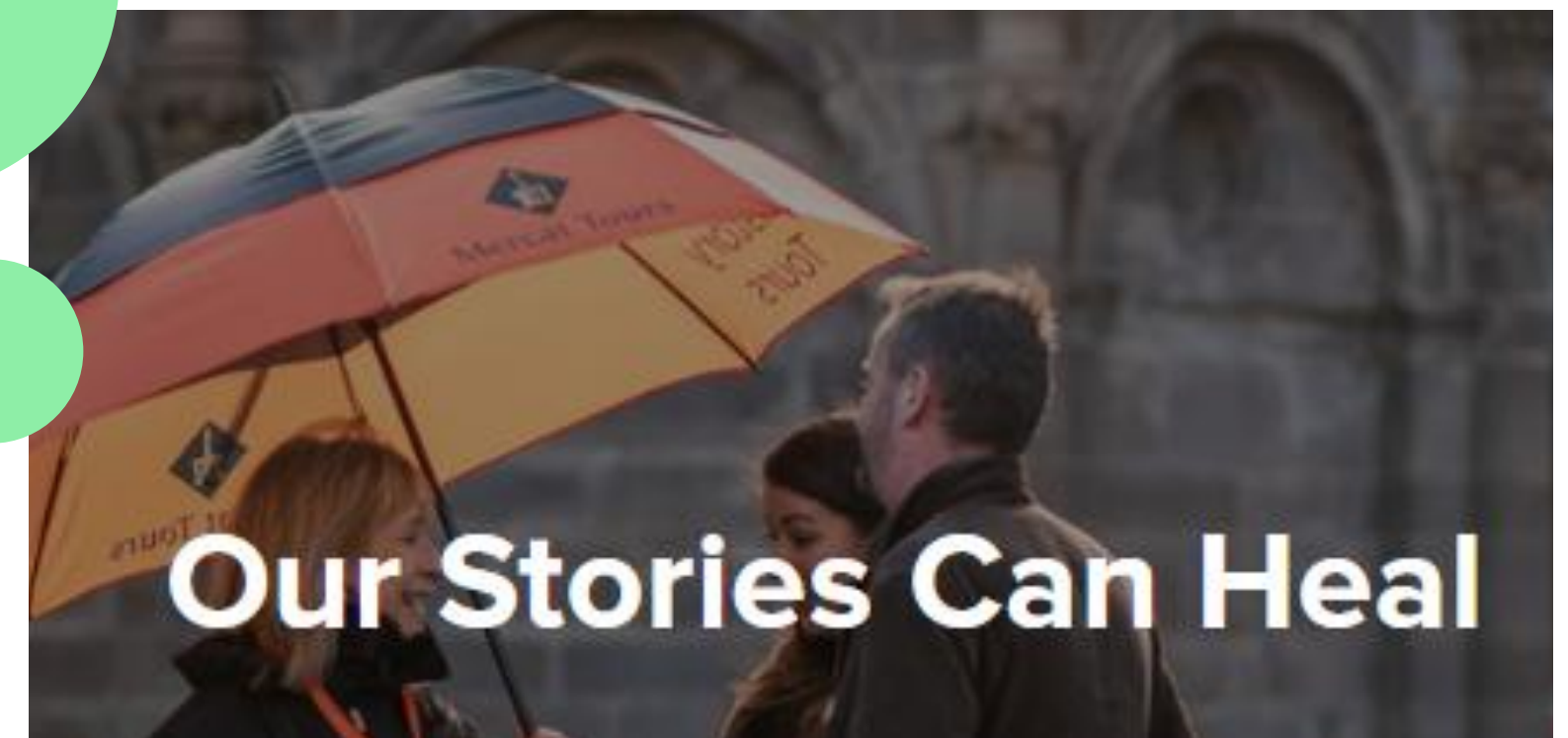


Spółeczna regeneracja poprzez turystykę

W Edynburgu inicjatywa [Mercat Tours „Our Stories, Your City”](#) pokazuje, jak turystyka może realnie wspierać zdrowie społeczne i przeciwdziałać wykluczeniu. Program finansowany z darowizn odwiedzających, umożliwia osobom znajdującym się w trudnej sytuacji materialnej udział w profesjonalnych, pięciogwiazdkowych wycieczkach po mieście. Wykluczeni do tej pory mieszkańcy mają szansę odkrywać historię swojej okolicy, słuchać opowieści tworzonych i przekazywanych przez lokalnych przewodników i odnajdywać w nich swoje miejsce. Taki format wspiera budowanie poczucia przynależności, sprawczości i dumy, ale także wzmacnia relacje społeczne, integruje środowiska. Zatrudnianie lokalnych przewodników i storytellerów czyni z kulturowej turystyki narzędzie społecznej regeneracji.

W kierunku turystyki empatycznej

W książce [“The Art and Science of Connection”](#) Kasley Killam, badaczka zdrowia publicznego, ekspertka ds. więzi społecznych i założycielka Social Health Labs, dowodzi, że brak relacji społecznych wpływa na nasze zdrowie równie silnie jak brak snu czy zła dieta. Opierając się na badaniach naukowych i praktycznych przykładach, autorka proponuje nową definicję dobrostanu, której trzecim filarem obok zdrowia fizycznego i psychicznego jest właśnie social health. Killam nie tylko diagnozuje współczesną epidemię samotności, ale oferuje konkretne strategie budowania więzi na poziomie indywidualnym i systemowym. To manifest nowego podejścia do zdrowia, które może inspirować także sektor turystyki i kultury: pokazuje, że relacje są nie tylko sprawą osobistą, ale też wspólną odpowiedzialnością z potencjałem do projektowania bardziej włączających, empatycznych doświadczeń.



35 case study

Fot. Belfast City

BELFAST STORIES



BELFAST

Belfast Stories

Planowany do otwarcia w 2030 roku [Belfast Stories to flagowy projekt miasta](#), który łączy przestrzeń publiczną, turystyczną, centrum narracji i miejsce spotkań zaprojektowane wspólnie z mieszkańcami. Powstaje jako nowy model projektowania usług turystycznych oparty nie na atrakcjach, lecz na relacjach. Jego sercem mają być osobiste i wspólnotowe opowieści, dzięki którym zarówno odwiedzający, jak i lokalni mieszkańcy mogą nawiązywać więzi i odnajdywać swoje miejsce w trudnej historii miasta. Kluczowe założenia projektu zdefiniowano na podstawie konsultacji społecznych, które wskazały, że Belfast Stories ma być miejscem wspólnego tworzenia („Better together”), otwartym dla wszystkich („Welcoming all”) oraz wspierającym rozwój kreatywnych talentów lokalnych. W tym podejściu opowiadanie i słuchanie staje się formą troski społecznej, która buduje zaufanie, poczucie przynależności i wspiera integrację w przestrzeni otwartej dla wszystkich. Projekt to inspiracja do projektowania usług turystycznych, które realnie wspierają zdrowie społeczne i budują trwałe więzi między społecznością lokalną a odwiedzającymi.

MINI HOSPITALITY

A co jeśli pomyślimy o turystyce jako o polu budowania więzi nie tylko z lokalnymi społecznościami, ale także z "personami nieludzkimi" i istotami, które współtworzą ekosystem odwiedzanych miejsc?

W ramach kampanii i „Bees & Friends” Szwajcaria wprowadziła innowacyjny projekt, którego celem jest właśnie takie poszerzone rozumienie gościnności. Na terenie kraju powstają specjalne "hotele dla pszczoł i ich przyjaciół", niewielkie schronienia dla dzikich owadów zapylających, motyli, jeży czy innych drobnych mieszkańców lokalnych ekosystemów. Są one umieszczane w przestrzeni publicznej i na terenach obiektów turystycznych, od hoteli po atrakcje przyrodnicze, wspierając różnorodność biologiczną i podnosząc świadomość turystów. To symboliczny i praktyczny gest, który pokazuje, że zrównoważony rozwój w turystyce to może być także troska o najmniejsze, często niedostrzegane ogniwa ekosystemu. Dla odwiedzających to z kolei okazja do refleksji wokół relacji człowieka z przyrodą.



Fot. „Bees & Friends”

na obrzeżach

TWÓRZ I WSPIERAJ SPOŁECZNOŚCIOWE MODELE TURYSTYKI

Zaangażowanie lokalnych społeczności w tworzenie oferty turystycznej zwiększa jej autentyczność, ale też redystrybuuje zyski z turystyki i buduje lokalną odporność. Wspieraj oddolne inicjatywy, kooperatywy, turystykę opartą na relacjach (np. z lokalnymi artystami, rzemieślnikami, przewodnikami), a także wprowadzaj konsultacje z mieszkańcami w procesach planowania i promocji oferty turystycznej.

BUDUJ INKLUZYWNĄ PRZESTRZEŃ MIEJSKĄ DLA WSZYSTKICH PODRÓŻNYCH

Zmieniaj miasto w miejsce gościnne nie tylko kulturowo, ale także projektowo. Weź pod uwagę potrzeby różnych grup: rodzin z dziećmi, osób starszych, osób z niepełnosprawnościami czy neuroatypowych. Inwestuj w inkluzywną infrastrukturę turystyczną, komunikację dostępną i działania uwzględniające różnorodność tożsamości i stylów podróżowania, także queerowych czy międzykulturowych.

WDRAŻAJ ZASADY ODPOWIEDZIALNEJ KOMUNIKACJI I MARKETINGU TURYSTYCZNEGO

Promocja kierunków powinna nie tylko przyciągać, ale też edukować. Wzorem Visit Svalbard i Innovation Norway można unikać nadmiernego romantyzowania „dzikości” lub promowania atrakcji bez kontekstu ich wrażliwości. Twórz narracje uwzględniające wpływ turystyki na lokalne społeczności i środowisko. Komunikacja może być narzędziem zmiany, kieruj więc uwagę turystów na bardziej świadome, odpowiedzialne zachowania.

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?

O RAPORCIE

METODOLOGIA I AUTORKA

W pracy nad raportem wykorzystano m.in. metody analizy desk research, analizę źródeł zastanych, horizon scanning obszaru tematycznego, field research, identyfikację słabych sygnałów zmian i czynników zmian oraz ich pogłębioną analizę w celu klastrowania wyłaniających się trendów.

Raport opracowała na zlecenie KBF:

Monika Borycka, TrendRadar, wsparcie researchu: Kinga Ostapińska

O RAPORCIE

ŹRÓDŁA

Raporty:

- 4CF, [The Futures of Museums and Art Institutions by 2050](#)
- Amadeus Insights, [Travel Trends 2025](#)
- Atmosfera, [Re-think, re-use. Architectural reconversion](#)
- Blackbot®, [Trendcipe Book 2025](#)
- Booking, [Travel & Sustainability Report 2025](#)
- British Airways Holiday, [TRAVEL TRENDS REPORT 2025](#)
- Busola Trends, [TURYSTYKA MIEJSKA 2.0 Analiza trendów branżowych w kontekście 2035 roku w poszukiwaniu nowego modelu atrakcyjności](#)
- Data Appeal, [5 Megatrends Reshaping International Tourism in 2025](#)
- Deloitte, [NextGen travellers and destinations](#)
- Design Hotels & SOON Future Studies, [Further Forecast 2025, Further Forecast 2024](#)
- Ellis & The Future of X, [3 trendy wpływające na przyszłość życia i mieszkania w 2024+](#)
- Euronews Travel, [Euronews Travel: Exploring Differently, Travelling Better. Trend Report 2025 Edition](#)
- EXPEDIA, [Unpack 25 The Trends in travel](#)
- Green is Good, [Greenbook 2024. Podróże](#)
- Green is Good, [Greenbook 2025: Mobilność](#)
- Ibis, [How Gen Z/Y Will Travel in 2025](#)
- Lemongrass: [Annual Travel Trend Report 2025](#) (B Corp PR dla branży turystycznej)
- Mintel, [How is sustainability influencing the travel and tourism industry](#)
- Nordic Council of Ministers, [Nordic Food in Future Tourism](#)
- Polska Organizacja Turystyczna, [Raport z wdrożenia standardów turystyki zrównoważonej w województwie małopolskim](#)
- [Think Like Nature in tourism and Business](#)
- Trip.com, [Sustainable Travel Consumer Report 2024](#)
- Urząd Miasta Krakowa, [Miasta Historyczne 3.0 MIASTA PRZYJAZNE TURYSTYCE – w poszukiwaniu nowego modelu atrakcyjności](#)
- World Cities Culture Forum, [World Cities Culture Trends 2025: 10 global trends for culture in cities](#)
- World Economic Forum, [Future of Travel and Tourism: Embracing Sustainable and Inclusive Growth](#)
- World Travel & Tourism Council, [Bridging The Say-Do Gap. How to create an effective sustainability strategy by understanding your customers](#)

O RAPORCIE

ŹRÓDŁA

Artykuły naukowe:

- Mihalic Tanja, [Trends in Sustainable Tourism Paradigm: Resilience and Adaptation](#)
- Ruhanen Lisa, Weiler Betty, Moyle Brent, Moyle Char-Lee, [Trends and Patterns in Sustainable Tourism Research: A 25-Year Bibliometric Analysis](#)
- Sihombing Irene Hanna H., Suastini Ni Made, [SUSTAINABLE CULTURAL TOURISM IN THE ERA OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT](#)
- Wong Chris Chun Keung, Ho Anny, [Recent trends and future outlooks of tourists' sustainable behavior and sustainable development goals](#)

Artykuły:

- Atmos, [True cost of digital nomadism](#)
- Atmos, [Introducing Japan's first zero-waste town](#)
- Atmos, [Supper clubs bring bounty in a time of food scarcity](#)
- AFAR, [These Cities Are Leading the Way in a New Kind of Inclusivity for Travelers](#)
- BBC, [8 ways to travel more sustainably in 2025](#)
- BBC, [How autism-certified destinations are changing travel](#)
- Bloomberg, [eseje Alexandry Lange z serii City Lab](#)
- CN Traveller, [What Does It Actually Mean to Create a 'Sensory Inclusive' City?](#)

- Dr Carlos Martin Rios, EHL, [What is sustainable travel: 10 best practices](#)
- Earth Changers: [Sustainable Travel Trends for 2024 and beyond](#)
- Forbes, [Travel Trends Report 2025: Silent Travel](#)
- LSN Global, [Anti-tourism market](#)
- Observer, [Museums as Medicine? The Growing Trend of Art Prescriptions](#)
- Roadbook, [How to travel better in 2025](#)
- Roadbook, [Can home swapping help solve tourism's housing crisis?](#)
- Roadbook, [Introducing the radical tourism initiatives reshaping how we travel](#)
- Solimar, Haley Brown: [Sustainable Food Tourism: Curating an Identity](#)
- Straits Research, [7 Key Trends Shaping Sustainable Tourism in 2025](#)
- The Guardian, [Take two Van Goghs daily: the growing popularity of museum prescriptions](#)

Strony internetowe:

- [Digital Tourism Think Thank](#)
- [Future of Tourism](#)
- [Global Destination Sustainability Movement](#)
- [Green Destinations](#)
- [Green Deal Circular Festivals](#)
- [Tourism for SDGS](#)

O RAPORCIE

SŁOWNICZEK ZASTSOWANYCH METOD

Analiza desk research i źródeł zastanych:

Skupia się na zbieraniu i analizowaniu dostępnych danych wtórnych, takich jak publikacje naukowe, medialne, raporty branżowe, analizy rynkowe, archiwa i inne dokumenty.

Horizon scanning:

To systematyczne badanie szerokiego zakresu źródeł informacji w celu identyfikacji wczesnych sygnałów zmian w interesującej nas dziedzinie. Horizon scanning jest używany do przewidywania przyszłych trendów, problemów, oraz możliwości, które mogą wpłynąć na obszar badawczy.

Field research:

Obejmuje bezpośrednio i etnograficzne zbieranie danych pierwotnych w terenie poprzez obserwacje, uczestnictwo w wydarzeniach, wywiady czy eksperymenty terenowe.

Identyfikacja słabych sygnałów zmian:

Polega na wykrywaniu subtelnych, często ignorowanych wskazówek, które mogą sygnalizować początki ważnych zmian. Słabe sygnały są zazwyczaj trudne do uchwycenia, ale mogą wskazywać na istotne, nadchodzące kierunki zmian w danym obszarze.

Analiza czynników zmian:

Skupia się na szczegółowym badaniu przyczyn, warunków i megatrendów, które przyczyniają się do zmian w analizowanym obszarze.

Klastrowanie wyłaniających się trendów:

Proces polegający na grupowaniu podobnych obserwacji, sygnałów lub danych, które wspólnie wskazują na nowy lub wzrastający trend.