

Jerzy Wyrzykowski

SPRAWOZDANIE Z MIĘDZYNARODOWEJ KONFERENCJI INTA W MADRYCIE (10–12 LISTOPADA 1999) PT. “TOURISM AND THE CITY: SUSTAINABILITY AND DEVELOPMENT”

LE COMPTE-RENDU D'UNE CONFÉRENCE INTERNATIONALE INTA, 10–12 NOVEMBRE 2000 À MADRID, INTITULÉE “TOURISM AND THE CITY: SUSTAINABILITY AND DEVELOPMENT”

A REPORT FROM THE INTA INTERNATIONAL CONFERENCE IN MADRID (10–12 NOVEMBER 1999) – ‘TOURISM AND THE CITY: SUSTAINABILITY AND DEVELOPMENT’

Głównym organizatorem konferencji była INTA (International Urban Development Association), międzynarodowe stowarzyszenie zajmujące się rozwojem miast zintegrowanym z rozwojem regionów. Zostało założone w 1974 r. przez organizacje publiczne i prywatne, agendy rządowe, przedstawiciele biznesu oraz osoby indywidualne. Stowarzyszenie ma oficjalne powiązania z Radą Ekonomiczną i Społeczną Narodów Zjednoczonych oraz Radą Europejską. Jego siedziba mieści się w Hadze (Nassau Dillenburgstraat 44 NL-2596 AE The Hague Netherlands). Współorganizatorami konferencji byli: Employers' Confederation of Madrid (CEIM), Chamber of Commerce and Industry of Madrid (CEOE) i World Tourism Organization (WTO). Miejscem konferencji było Casino de Madrid i Palacio de Congresos de Madrid. W konferencji uczestniczyło 196 osób z 29 krajów. Polskę reprezentowały cztery osoby: ze Stołecznego Biura Informacji i Promocji Turystycznej, z Instytutu Gospodarki Przestrzennej i Komunalnej w Warszawie, z Instytutu Turystyki w Warszawie i autor sprawozdania.

Program konferencji obejmował dwie sesje plenarne (na początku i na końcu konferencji) oraz sześć sesji sekcyjnych. Ideą przewodnią konferencji był harmonijny rozwój turystyki w mieście, godzący interesy mieszkańców i turystów, przyczyniający się do ochrony dziedzictwa kulturowego oraz rozwoju infrastruktury kulturalnej, rekreacyjnej i sportowej.

W sesjach plenarnych wystąpili: Henry Chabert, Prezydent INTA i Wiceprezydent Lyonu, Juan Mato, Prezydent Madryckiej Izby Handlu i Przemysłu, Jose Maria Alvarez del Manzano, Prezydent Madrytu, Juan Antonio Gomez-Angulo, Wiceprezydent Madrytu, Clive Jones ze Stowarzyszenia Badań Ekonomicznych w San Francisco, Jose Maria Perez Herrero, Przewodniczący Komisji Rozwoju CEIM, Stephano Landi z Departamentu Turystyki w Rzymie,

Michael Gahagan, Wiceprezydent INTA i German Porras, Dyrektor Generalny w hiszpańskim Ministerstwie Handlu i Turystyki.

W wystąpieniach plenarnych podkreślano dynamiczny rozwój turystyki międzynarodowej, szybki wzrost dochodów z turystyki i liczby miejsc pracy w usługach turystycznych oraz zwiększający się udział turystyki miejskiej (*urban tourism*). Ocenia się, że liczba przyjazdów w turystyce międzynarodowej wzrosła z 625 mln w 1998 r. do 1,6 mld w 2020 r. Przychody z turystyki osiągnąć mają wielkość 2 bilionów USD. Zmieni się geografia podróży turystycznych na świecie, spadnie udział Europy na korzyść Azji. Turystyka miejska rozwijać się będzie szybciej niż turystyka ogółem.

Rozwój turystyki powinien być zharmonizowany z ogólnym rozwojem regionów i miast. Rozwój turystyki miejskiej prowadzi do podniesienia ogólnej atrakcyjności miast (m.in. w wyniku rewaloryzacji zespołów i obiektów zabytkowych, rozwoju komunikacji, infrastruktury handlowej, urządzeń kulturalnych i sportowo-rekreacyjnych), przy czym zachowana powinna być pełna harmonia interesów mieszkańców miast i turystów. Dotyczy to aspektów ekonomicznych, społecznych, estetycznych i innych. Konieczne jest wypracowanie wskaźników określających ten „rozwój harmonijny”. Jednym z ważnych jego przejawów, w odniesieniu do turystyki, jest wysoka jakość usług turystycznych i wysoki stopień satysfakcji turystycznej. Satysfakcja turystyczna odwiedzających powinna zostać objęta stałymi badaniami.

Zwrócono uwagę na duże możliwości wykorzystania Internetu w kontaktach z rynkiem turystycznym, w szczególności w zakresie promocji i informacji turystycznej, oraz na ogromny rozwój technologii na potrzeby zarządzania turystyką. Rozwój technologii ułatwia również w dużym stopniu organizację kongresów i konferencji szkoleniowych, stanowiących ważny sektor turystyki miejskiej.

Rozwój turystyki miejskiej znajduje swój wyraz w polityce rozwoju turystyki w Europie i w poszczególnych krajach. Przykładem może być przypisywanie przez Unię Europejską każdego roku innemu miastu statusu kulturalnej stolicy Europy. W roku 2000 zaszczyt taki przypadł wyjątkowo dziewięciu miastom, w tym także spoza Unii Europejskiej. Były to: Avignon, Bergen, Bolonia, Bruksela, Helsinki, Kraków, Praga, Reykjavik i Santiago de Compostella. Ministerstwo Turystyki w Hiszpanii wytypowało 25 miast do szczególnej promocji turystycznej na potrzeby rozwoju turystyki miejskiej. Przedstawiciele władz miejskich Madrytu informowali, że aktualnie miasto odwiedza rocznie 5 mln osób, a wpływ z turystyki miejskiej stanowią 17% ogólnego budżetu miasta. Do Barcelony przyjeżdża rocznie 4 mln gości, którym udziela się 10 mln noclegów. Turystom oferuje się również „pakiety” uwzględniające np. trzy dni pobytu w Madrycie, jeden dzień w Toledo i jeden dzień w Salamance.

Sesje sekcyjne dotyczyły następującej problematyki:

Sekcja A

- określenie, co miasto może zaoferować turystom w zakresie kultury, handlu, rekreacji i rozrywki,
- większe wydarzenia podnoszące atrakcyjność turystyczną i stwarzające możliwości rewaloryzacji miasta,
- infrastruktura miasta na potrzeby rekreacji i imprez sportowych,
- oferta kulturalna jako czynnik przyciągający turystów,
- miasta portowe: ostatnia granica turystyczna?
- rewaloryzacja miast nadmorskich na potrzeby turystyki harmonijnej.

Sekcja B

- określenie, co miasto może zaoferować turystyce biznesowej,
- turystyka biznesowa jako motyw przyjazdu: trendy i przekształcenia sektora,
- równowaga między rozmieszczeniem przestrzennym urządzeń dla turystyki konferencyjnej i potrzebami tego sektora,
- handel, rekreacja i turystyka jako motywacje przyjazdu: czy któraś z nich jest dominującą?
- powrót do turystyki zdrowotnej,
- reakcja przemysłu hotelowego na nowe oczekiwania ze strony turystyki konferencyjnej i biznesowej.

Sekcja C

- zarządzanie i integracja turystycznych produktów,
- od unikatowego produktu turystycznego do sieci możliwości,
- jak pogodzić planowanie urządzeń z oczekiwaniami turystów,
- jakimi typami turystyki jest zainteresowane miasto; jak koordynować wszystkie produkty,
- instrumenty służące koordynacji produktów turystycznych oferowanych przez miasto,
- turystyka rodzinna w mieście.

W referatach sekcji A zaprezentowano szereg przykładów podnoszenia atrakcyjności turystycznej miast (*building capacity* – budowania pojemności). C. Jones (USA) wymienił takie atrakcje w USA i na świecie, jak Walt Disney World, Knott's Berry Farm, Seoul Land (Korea), Tokyo Disneyland, Legoland, Busch Gardens, PIER 39, Sesame Place, Canada's Wonderland, Clarke Quay (Singapore), Sea World, MCA Universal Studios, Mall of America, Ocean Park (Hong Kong), Warner Bros. Movie World, Six Flags, Harborplace, Euro-Disneyland, Urban Slalom, Australia's Wonderland. A. Thorburn (Wielka Brytania), w nawiązaniu do takich przykładów, jak Wieża Eiffla, gabinet figur woskowych Madame Tussauds, Blacpool Illuminations, gmach opery w Sydney, Seattle Skydome, theme parks, przedstawił swoje projekty – pływającego hotelu (Northwich), Curved Space (hotel w Greenwich nawiązujący do kształtu żaglowca), muzeum policji w Londynie, centrum nadmorskiego w Bideford i centrum spor-

tów zimowych, z bardzo śmiałymi rozwiązaniami architektonicznymi. A. Ziegler (USA) na przykładzie Pittsburgha i S. Taylor (Wielka Brytania), na przykładzie Birmingham, zaprezentowali możliwości zmiany *image* przemysłowego miasta i wykreowania w nim atrakcji turystycznych, powiązanych z nowymi inwestycjami oraz organizacją różnych imprez politycznych, kulturalnych i sportowych. W dyskusji podkreślano ponadto wielki wpływ na rozwój miasta i turystyki miejskiej wielkich wydarzeń (*mega events*), takich jak wystawy światowe, olimpiady, mistrzostwa świata itp. Podniesiono również problem obchodów milenijnych, które zdominowały rok 2000.

Rozwój turystyki miejskiej przynosi zwykle wzrost opieki nad dziedzictwem kulturowym oraz działania na rzecz rewaloryzacji zespołów i obiektów zabytkowych. Wiąże się z nim jednak także nadmierny ruch samochodowy w starych, zabytkowych częściach miasta, któremu należy przeciwdziałać m.in. poprzez rozwój innych środków transportu, inną organizację ruchu, w tym także wprowadzenie ograniczeń dla ruchu kołowego. Ograniczeniem dla rozwoju ruchu turystycznego, przede wszystkim w zespołach zabytkowych, może być także przekroczenie jednorazowej pojemności turystycznej obiektów krajoznawczych.

„Budowanie pojemności” miasta (*building capacity*) polega także na rozbudowie infrastruktury turystycznej, w tym urządzeń kulturalnych, sportowych i rekreacyjnych, z których, jak już wspomniano, korzystać mają harmonijnie turyści i mieszkańcy miasta.

Referaty prezentowane w sekcji B podkreślały dynamiczny rozwój różnych form turystyki biznesowej – przyjazdów dla załatwienia biznesu, udziału w kongresach zawodowych i naukowych, konferencjach i kursach szkoleniowych, udziału w imprezach kulturalnych i sportowych. Ilustracją tego zjawiska może być informacja o wzroście liczby konferencji i spotkań (mityngów) organizowanych w Hiszpanii – z 3102 w 1995 r. do 6497 w 1998 r. Liczba uczestników wzrosła w tym okresie z 771 tys. do 1,6 mln. Pociąga to za sobą konieczność rozbudowy portów lotniczych, obiektów kongresowych, hoteli, obiektów kulturalnych i innych. Bardzo ważną sprawą jest utrzymanie wysokiej jakości obsługi kongresów i innych, często bardzo specjalistycznych mityngów. Należy pamiętać o potrzebach rodzin uczestników spotkań, które coraz częściej im towarzyszą, w tym także dzieci. W organizacji i obsłudze turystyki biznesowej niezbędna jest nowoczesna technologia i nowe metody kontaktu z jej uczestnikami.

W referatach i dyskusjach w sekcji C dominowały problemy planowania rozwoju i zarządzania turystyką w mieście. Podkreślono konieczność opracowania strategii rozwojowych, uwzględniających możliwości turystyczne miasta, jego okolicy i regionu, współczesne trendy w turystyce światowej, potrzeby w zakresie nowych miejsc pracy oraz korzystne efekty ekonomiczne dla miasta i jego mieszkańców. Rozwój turystyki powinien harmonijnie wiązać się z rozwojem miasta i całego regionu. W zarządzaniu turystyką należy doprowadzić do lepszej kooperacji między prywatnymi kompaniami a instytucjami publicznymi.

Należy zabezpieczyć wysoki poziom usług turystycznych, dążyć do ukształtowania się przyjaznego, gościnnego stosunku mieszkańców do przyjezdnych, a tym zapewnić wysoki poziom satysfakcji turystycznej.

W podsumowaniu konferencji zapowiedziano, że dyskusja nad problemami rozwoju turystyki w mieście w aspekcie jej harmonijnego rozwoju będzie kontynuowana na konferencji INTA planowanej na listopad 2000 roku.

Prof. dr. hab. Jerzy Wyrzykowski
Instytut Geograficzny
Uniwersytet Wrocławski
pl. Uniwersytecki 1
50-137 Wrocław

Wpłynęło:
15 czerwca 2000 r.