

# Akademia Zrównoważonej Turystyki – Inspiracje i Wiedza

## The Academy of Sustainable Tourism – Inspiration and Knowledge



**AKADEMIA  
ZRÓWNOWAŻONEJ  
TURYSTYKI**



**THE ACADEMY  
OF SUSTAINABLE  
TOURISM**



**NAUKA DLA  
SPOŁECZEŃSTWA**



**Ministerstwo Nauki  
i Szkolnictwa Wyższego**

Projekt dofinansowany ze środków budżetu państwa,  
przyznanych przez Ministra Edukacji i Nauki  
w ramach Programu „Nauka dla Społeczeństwa II”







Projekt Akademia Zrównoważonej Turystyki (AZT) koncentruje się na wspieraniu osób indywidualnych w ich dążeniach do uczestnictwa w turystyce. Ma również na celu wspomaganie przedstawicieli sektora turystycznego, organizacji turystycznych oraz administracji samorządowej w skutecznym ukierunkowywaniu trendów w projektowaniu ofert usług turystycznych.

Dodatkowo, projekt dąży do opracowania mechanizmów wypełniających lukę informacyjną między stroną popytową a podaźową w turystyce. Szczególny nacisk kładzie na propagowanie idei zrównoważonego rozwoju w turystyce.

ISSN 3071-9321



-  **Turystyka okiem naukowców**
-  **Turystyka w liczbach**
-  **Historie z drogi**
-  **Aktualności i wydarzenia**

**Idea zrównoważonej turystyki** (sustainable tourism) rozwijała się równoległe ze strategią zrównoważonego rozwoju. Dokumenty Światowej Konferencji w Rio de Janeiro z 1992 r. określiły turystykę jako sektor gospodarki dysponujący znacznym potencjałem do wprowadzania zasad zrównoważonego rozwoju. Zanim jednak przejdziemy do szczegółowego omówienia tytułowego pojęcia, warto przybliżyć, czym jest sama turystyka. Według Światowej Organizacji Turystyki Narodów Zjednoczonych (United Nations World Tourism Organization, UNWTO) to „ogół czynności osób, które podróżują i przebywają w celach wypoczynkowych, zawodowych lub innych nie dłużej niż rok bez przerwy poza swoim codziennym otoczeniem, z wyłączeniem wyjazdów, w których głównym celem jest aktywność zarobkowa, forma czynnego wypoczynku poza miejscem stałego zamieszkania”. Turystyka stanowi zjawisko społeczno-kulturowe i ekonomiczne o znaczących konsekwencjach gospodarczych, społecznych, kulturowych, a zarazem środowiskowych. Jest to również jedna z najdynamiczniej rozwijających się gałęzi gospodarki na świecie. Współczesna turystyka jako pojęcie opisuje jednocześnie wiele teoretycznie wykluczających się określeń. Jest zjawiskiem globalnym, ale w największym stopniu oddziałuje na społeczności lokalne. Ma wymiar masowy, lecz przyjmuje też charakter niszowy. W preambule Karty Turystyki Zrównoważonej zapisano: „turystyka jako światowe zjawisko dotyczyka najwyższych i najgłębszych aspiracji ludzkich i jest także ważnym elementem rozwoju socjo-ekonomicznego i polityki wielu

krajów”. Nie ulega wątpliwości, że z punktu widzenia społecznego, ale i ekonomicznego, jest i będzie coraz ważniejszym elementem naszego życia, a świadczą o tym chociażby statystyki wielkości ruchu turystycznego, wartości finansowych i inwestycyjnych.

### Czym jest turystyka zrównoważona?

Coraz częściej i w zasadzie powszechnie mówi się o tym, że turystyka wykazuje negatywne oddziaływanie, zwłaszcza na środowisko przyrodnicze, ale także realia społeczno-kulturowe. Z krytyki domi-

nującego w okresie powojennym modelu turystyki masowej, określanej czasami w literaturze mianem turystyki twardej (hard tourism), wyłoniła się nowa koncepcja rozwoju turystyki – koncepcja zrównoważonego rozwoju turystyki. Stanowiła ona właśnie reakcję na ekspansywny rozwój tzw. turystyki masowej (mass tourism) i jej negatywny wpływ na środowisko przyrodnicze i społeczno-kulturowe w regionach recepcyjnych. Początkowo była więc określana mianem „turystyki alternatywnej”, „turystyki łagodnej” oraz „turystyki przyja-

### Turystyka w kontekście koncepcji zrównoważonego rozwoju

<b>Turystyka jako zjawisko psychologiczne</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– udział w ruchu turystycznym jest konsekwencją realizacji potrzeb, które wpływają na motywacje i sposoby podróżowania (potrzeba samorealizacji, rozwoju, edukacji, przynależności, ucieczki od codzienności);</li> <li>– realizacja tego celu (zaspokojenie potrzeb) wiąże się z wartością, doświadczeniem;</li> <li>– przedmiotem analizy jest człowiek</li> </ul>	Społeczno-kulturowy wymiar zrównoważonego rozwoju
<b>Turystyka jako zjawisko społeczne</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– podczas podróży człowiek zmienia otoczenie społeczne, odnajduje się w nowych rolach społecznych, nawiązuje nowe relacje;</li> <li>– może to stanowić środek weryfikowania stereotypów, ale również ich utrwalania;</li> <li>– człowiek wchodzi w relację ze społecznością miejsca docelowego, podlega jej wpływom oraz sam wpływa na nią</li> </ul>	Społeczno-kulturowy wymiar zrównoważonego rozwoju
<b>Turystyka jako zjawisko kulturowe</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– turystyka w tym ujęciu stanowi element współczesnego życia: z dobra (wartości) o charakterze luksusowym ewoluowała do poziomu bardziej oczywistego, niezbędnego, niższego rzędu;</li> <li>– poziom kultury społecznej determinuje cele wyjazdów, motywacje, jak też sposób podróżowania oraz interakcję ze społecznością lokalną;</li> <li>– jest nośnikiem wartości kulturowych i modeli zachowań;</li> <li>– jest elementem kultury, ale też jej nośnikiem</li> </ul>	Społeczno-kulturowy wymiar zrównoważonego rozwoju
<b>Turystyka jako zjawisko przestrzenne</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– tereny docelowe rozwoju turystyki podlegają przekształceniom ze względu na powstającą infrastrukturę (zależnie od poziomu planowania przestrzennego może to być wpływ pozytywny, neutralny lub negatywny);</li> <li>– ruch turystyczny również oddziałuje na przestrzeń przemieszczania się turystów;</li> <li>– korzystanie z przestrzeni turystycznej, zależnie od natężenia ruchu turystycznego i dostępnych środków, może wpływać na środowisko w różnym stopniu</li> </ul>	Przyrodniczy wymiar zrównoważonego rozwoju
<b>Turystyka jako zjawisko ekonomiczne</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– turystyka stanowi dziedzinę gospodarki, sektor generujący znaczące wpływy do GDP w ujęciu globalnym, krajowym i regionalnym (poziom zależny m.in. od stopnia rozwoju funkcji turystycznej, fazy rozwoju turystyki w destynacji);</li> <li>– generuje rozwój infrastruktury, powstawanie nowych usług i produktów, miejsc pracy</li> </ul>	Ekonomiczny wymiar zrównoważonego rozwoju

**Źródło:** A. Królikowska-Tomczak, *Metody wskaźnikowe w zarządzaniu zrównoważonym rozwojem turystyki w aglomeracji miejskiej*, Poznań 2020, s. 28, <https://sin.put.poznan.pl/dissertations/details/d2866> [dostęp:12.01.2022].

znej środowisku” (environmentally sensible tourism). Jak podaje Anna Pawlikowska-Piechotka, termin „turystyka zrównoważona” nie ma jednej, powszechnie akceptowanej definicji. Najczęściej jest ona rozumiana jako „[...] respektowanie wartości kulturowych, społecznych i przyrodniczych obszaru, w którym turyści przebywają, respektowanie i ochrona zasobów naturalnych i kulturowych, szacunek dla tożsamości, tradycji i stylu życia społeczności lokalnych, przy jednoczesnym wykorzystywaniu (przede wszystkim przez społeczność lokalną, w mniejszym stopniu przez inwestorów zewnętrznych) ekonomicznej szansy, jaką niesie turystyka dla rozwoju gospodarczego regionu”. Światowa Organizacja Handlu (World Trade Organization, WTO) definiuje zrównoważony rozwój turystyki jako ten, który przebiega zgodnie z zasadami i formami zarządzania mającymi zastosowanie do wszystkich form turystyki i kierunków wyjazdów, łącznie z turystyką masową i wszelkimi niszowymi segmentami turystyki. Zasady wyznaczające rozwój zrównoważony w turystyce odnoszą się do przyrodniczych, społeczno-kulturowych i ekonomicznych aspektów, między którymi musi być zachowana równowaga dająca gwarancję długookresowego i harmonijnego rozwoju. Według Harry’ego Coccossisa i Apostolosa Parpairisa zrównoważony rozwój w turystyce wyraża się przez: ochronę środowiska przyrodniczego, historyczno-kulturowego i społecznego, a ochrona ta jest rozumiana jako zapobieganie i przeciwdziałanie degradacji, ochrona konserwatorska, przyznanie pierwszeństwa jakości nad ilością oferowanych usług, dążenie do zapewnienia poczucia

**Swisstainable** – zrównoważona turystyka Już pod koniec XIX w. turystyka stała się znaczącym elementem szwajcarskiej gospodarki, czyniąc ten kraj symbolem wysokiej jakości usług turystycznych, w tym bogatej bazy uzdrowiskowej. Branża turystyczna zarazem przynosi ogromne dochody, zarówno od przybyszów zagranicznych, jak i samych Szwajcarów. „I need Swisstainable” to hasło promujące zrównoważoną turystykę w Szwajcarii, ale także dbałość o przyrodę i odpowiedni styl życia. Zwraca się szczególną uwagę na otoczenie i obecność człowieka w środowisku. Szwajcarzy przykładają ogromną wagę do recyklingu, dbania o tereny zalesione, w tym parki o znaczeniu krajowym, stanowiące prawie 15% powierzchni państwa. Strategia wprowadzona w 2021 r. zakłada na początek zdecydowanie większe zaangażowanie szwajcarskich ośrodków turystycznych. W ślad za nią przywołane hasło kierowano do obywateli i realizowano pod jego szyldem kampanię wewnętrzną; w roku 2022 stanowić już będzie część szerszego przekazu do odbiorców zagranicznych. Szwajcarska Organizacja Turystyczna na rok 2023 planuje przeprowadzić ewaluację efektów takiej kampanii; celem działań jest zwiększenie o ok. 10%, w porównaniu z rokiem 2020, świadomości turystów nt. prowadzenia przez Szwajcarię działań z zakresu zrównoważonego rozwoju. Tymczasem wprowadzono etykietę Swisstainable (od *sustainable* – „zrównoważony”), żeby wskazywać i promować wdrażane już trendy – dzięki oznaczeniu podróżujący do Szwajcarii będą mogli łatwo rozpoznać, co sprzyja dbaniu o środowisko. Co istotne, państwo w ramach polityki zrównoważonego rozwoju od lat konsekwentnie i spójnie komunikuje wartości, na których budowana jest marka szwajcarska i wizerunek kraju. Za prowadzenie szwajcarskiej polityki zagranicznej odpowiada Ministerstwo Spraw Zagranicznych (Eidgenössisches Department für Auswärtige Angelegenheiten, EDA). W jego strukturach znajduje się departament odpowiedzialny za promocję kraju, budowę marki oraz prowadzenie dyplomacji publicznej – Präsenz Schweiz. W 2016 r. w strategii komunikacyjnej dla odbiorców zagranicznych znalazło się kilkanaście priorytetowych obszarów, w tym także turystyka.

Rozmowa Adrianna Czupryn i Joanna Lampka w: Szwajcaria liderem zrównoważonej turystyki, Szwajcarskie Biuro Bibliu, 5.06.2021, <https://www.blabliblu.pl/2021/06/05/szwajcaria-liderem-zrównowazonej-turystyki/>

bezpieczeństwa zarówno turystom podczas ich podróży, jak i społecznościom lokalnym podczas pobytu turystów (zob. ramka Swisstainable – zrównoważona turystyka). Poniższa tabela wskazuje na różne koncepcje turystyki w kontekście zrównoważonego rozwoju.

#### **Instytucje międzynarodowe a zrównoważona turystyka**

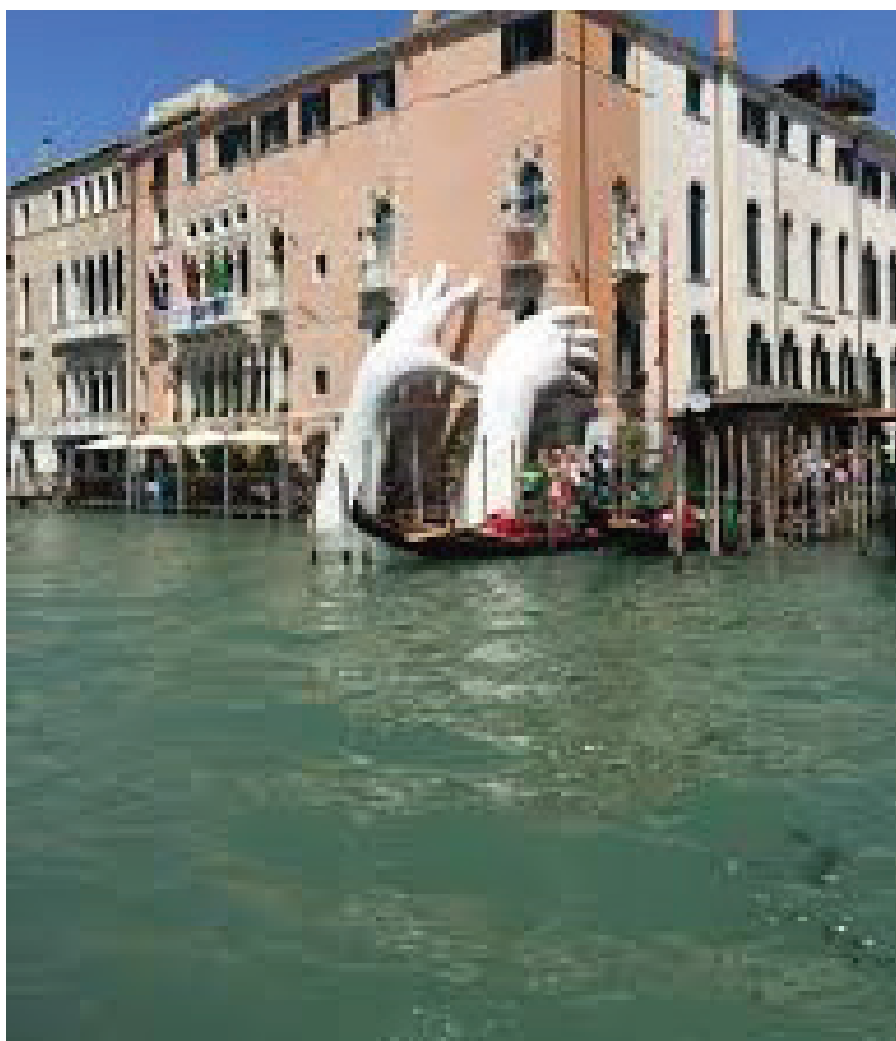
Na upowszechnienie się omawianej idei w turystyce miały wpływ także organizacje i instytucje. Komisja ONZ ds. Zrównoważonego Rozwoju, na siódmej sesji Komisji w 1999 r., wezwała rządy do przyspieszenia rozwoju turystyki zrównoważonej. Szczególny nacisk położono na potrzebę rozwoju polityk, strategii i planów turystyki

zrównoważonej w oparciu o Agendę 21, traktowaną jako wyznacznik dla organizacji, przedstawicieli sektora prywatnego oraz lokalnych społeczności. Podkreślano także potrzebę konsultacji i współpracy ze wszystkimi wymienionymi stronami. Wskazano, że turystyka powinna przede wszystkim promować zdrowy i produktywny styl życia w harmonii z przyrodą, zbliżać do siebie ludzi różnych narodowości, kreować otwartość i tolerancję. Według dokumentu rozwój turystyki ma przyczyniać się do zachowania zasobów przyrody oraz rdzennej kultury społeczności lokalnych. Podniesiono również problem zmniejszenia ilości odpadów oraz oszczędności energii i wody.

Wskazano, że państwa powinny promować politykę otwartego systemu rynkowego w turystyce, wolną wymianę usług turystycznych podporządkowaną strategii ekorozwoju i respektującą międzynarodowe prawo ochrony środowiska.

Kolejną ważną inicjatywą był – ogłoszony w 1999 r. przez Światową Organizację Turystyki – Globalny Kodeks Etyki w Turystyce. Tym samym ustanowiła ona podstawy do rozwoju turystyki zrównoważonej, wskazując, że „wszyscy uczestnicy rozwoju turystyki winni chronić środowisko i zasoby naturalne, by zapewnić znaczny, trwały i zrównoważony rozwój gospodarczy sprawiedliwie zaspokajający potrzeby i aspiracje obecnych oraz przyszłych pokoleń”. W roku 1997 Rada Europy opublikowała dokument Turystyka i środowisko, gdzie model turystyki dla regionu miał charakteryzować się m.in. takimi cechami, jak: proekologiczna infrastruktura turystyczna i łagodne formy wypoczynku, oszczędne gospodarowanie zasobami, proekologiczna gospodarka energetyczna, ekomarketing, proekologiczna gospodarka odpadami, proekologiczna sieć dróg oraz krajobraz kształtowany zgodnie z lokalnym charakterem i tradycjami. Rada Europy zresztą sformułowała swoją definicję zrównoważonej turystyki – to każda forma działalności turystycznej, która szanuje środowisko naturalne, zapewnia długotrwałą ochronę naturalnych i kulturowych zasobów, jest społecznie i ekonomicznie akceptowalna oraz sprawiedliwa. Również inne organizacje międzynarodowe włączyły się w realizację założeń zrównoważonej turystyki; mowa tu o UNESCO, które w 2011 r. rozpoczęło opracowywanie nowego

Zamiarem nietypowej instalacji artysty Lorenzo Quinna Support było zwrócenie uwagi odbiorców na problem zmian klimatu. Dwie ogromne ręce wylaniające się z kanału, niejako szukające ratunku i opierające się na budynkach sąsiadujących z wodą, symbolizują obawę o przyszłość i podkreślają, że wszystko pozostaje w rękach człowieka. Jeżeli odpowiednio nie zadba się o Ziemię, to następne pokolenia nie zobaczą już urokliwych weneckich uliczek (chyba że zanurkują). Quinn chciał poprzez taki środek artystycznego wyrazu przekazać, że zarówno aktywna, jak i bierna postawa w efekcie mają wpływ na obecną i przyszłą kondycję środowiska. Wybór weneckiego kanału na miejsce instalacji również był nieprzypadkowy. Wenecja to jedno z miast, któremu podnoszący się wraz z postępowaniem katastrofy klimatycznej poziom mórz i oceanów zagraża w znacznym stopniu. Ponadto miasto to pozostaje zagrożone przez skutki masowej turystyki: przyjeżdża tam ok. 30 mln turystów rocznie, w szczycie sezonu nawet 130 tys. dziennie, przez co mieszkańcy miasta czują się wyobcowani i niejako pozostawieni sami sobie. Władze miasta nie mają wystarczających środków, aby zaspokoić podstawowe potrzeby mieszkańców. Jakość powietrza w Wenecji jest często gorsza niż w ruchliwych centrach miast. W efekcie w ciągu ostatniego czasu liczba mieszkańców zmniejszyła się o prawie jedną trzecią. Czysze są niebotycznie wysokie, a portale takie jak Airbnb dominują na rynku mieszkaniowym. Coraz więcej historycznych budynków jest przejmowanych przez hotele. Sklepy, bary i restauracje nastawione są niemal wyłącznie na turystów, zapominając o potrzebach weneccjan.



Źródło: AMCC, "Support" de Lorenzo Quinn, Artiste Italien, Flickr, 14.11.2017.

Programu Dziedzictwa Światowego i Zrównoważonej Turystyki. Celem było stworzenie międzynarodowych ram dla współpracy i skoordynowanego osiągnięcia wspólnych oraz trwałych rezultatów związanych z turystyką w obiektach należących do światowego dziedzictwa<sup>10</sup>. Warto również wspomnieć o biznesowym aspekcie zrównoważonej turystyki, a mianowicie projekcie Travelife, który powstał w 2007 r. Obsługiwany jest przez Brytyjskie Stowarzyszenie Biur Podróży (ABTA), ma na celu pomoc hotelom

i innym miejscom zakwaterowania w społecznym i środowiskowym zarządzaniu oraz w komunikowaniu klientom swoich osiągnięć na rzecz zrównoważonego rozwoju. Organizacja oferuje szkolenia i narzędzia do przeprowadzania zmian w zarządzaniu społecznym i środowiskowym, a także w komunikowaniu klientom postępów we wdrażaniu idei zrównoważonego rozwoju. Obecnie w Zrównoważonym Systemie Travelife jest zarejestrowanych 17 tys. miejsc zakwaterowania na całym świecie, a w ponad 500

przypadkach przyznano certyfikaty jakości Travelife. Przedstawiciele sektora turystycznego należące do tej organizacji są przekonani o korzyściach, mających związek z działaniami zgodnymi z zasadami rozwoju zrównoważonego. Wśród nich znajdują się: wzrost zysków, redukcja kosztów, dostęp do środków finansowych (kredyty, inwestorzy), docenianie działań proekologicznych przez pracowników. Takie działania mają również wpływ na wizerunek przedsiębiorstwa i marki oraz podtrzymywanie atrakcyjności turystycznej destynacji. Nie bez znaczenia pozostaje także wpływ organizacji na procesy legislacyjne (opiniowanie lub powstrzymywanie niekorzystnych przepisów).

#### Turystyka zrównoważona a inne jej formy

Warto zwrócić uwagę na fakt, że turystyka zrównoważona jest bardzo często mylona z innymi jej formami, które również mają na celu dbałość o środowisko przyrodnicze, ale nie stanowią jednak jej zamienników. Pierwszym pojęciem w tym zakresie jest ekoturystyka, która dotyczy formy aktywnego i dogłębnego zwiedzania obszarów o wybitnych walorach przyrodniczych lub kulturowych, ale nie niszczy ekosystemów przyrodniczych i odrębności kulturowej lokalnych społeczności oraz dostarcza środków finansowych dla ochrony tych elementów. Jak wskazuje David Weaver, to najczystsza forma podróżowania, ma bowiem na celu ochronę ekosystemów, odrębności kulturowej, wpływa na edukację, ale również dba o społeczności, dostarczając środków na ochronę zasobów. Dalej wyróżnia się turystykę przyrodniczą, która nastawiona jest na wszystkie aktywności związane z zasobami



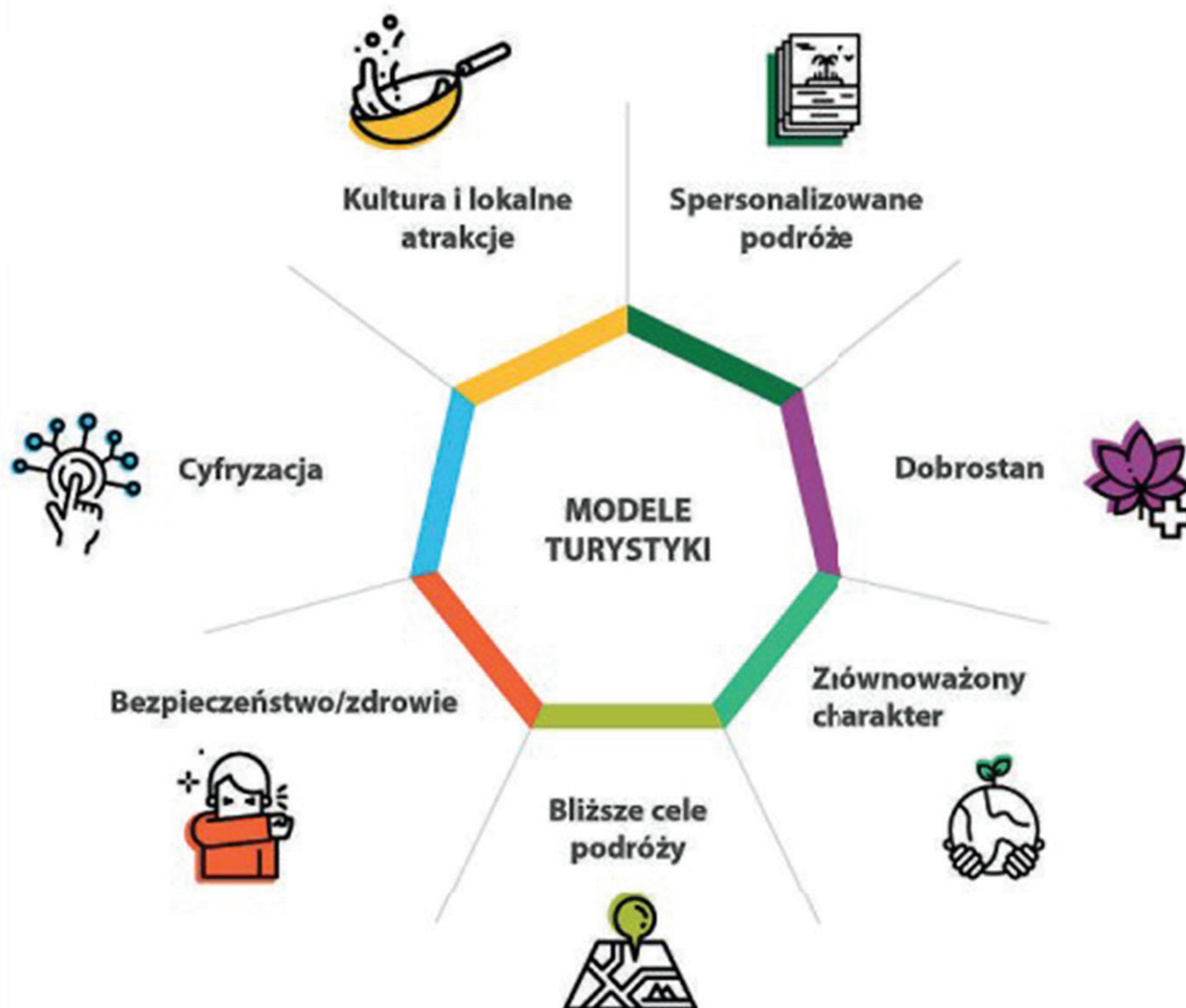
**Źródło:** <https://clubmed.pl/informacje/malediw-y-lista-atoli-i-wysp/>

#### Znikające rajske wyspy

Malediwy, „turystyczny raj”, to małe państwo na Oceanie Indyjskim, które składa się z ok. 1200 wysp, żyje tam ok. 300 tys. mieszkańców. Naukowcy nie mają wątpliwości, że wyspy te znikną wkrótce z powierzchni Ziemi; prognozy wynoszą ok. 50 lat. Przyczyną jest globalne ocieplenie, które powoduje podnoszenie się poziomu oceanu. Z powierzchni Malediwów 80% znajduje się niecały metr nad poziomem morza, a różnica ta stale się zmniejsza. Wyspom zagrażają fale sztormowe i trudne warunki pogodowe. Podnosi się również temperatura. Winą za tę sytuację wypiarze obarczają bogate państwa, które zanieczyszczają środowisko; problem ten jednak nie budzi obaw na samych wyspach – przybywa samochodów, skuterów, produkuje się tony śmieci, a ich segregacja wciąż nie jest prowadzona. Kwestia zanieczyszczeń najbardziej widoczna jest na Thilafushi, wyspie-wysypisku, znajdującej się nieopodal stolicy państwa. Wyspa codziennie powiększa się o metr kwadratowy, a niezabezpieczone toksyny spływają do oceanu, co nie pozostaje bez wpływu na ekosystem. Nadzieję na uratowanie wysp pokłada się w odpowiedniej infrastrukturze, czyli budowie murów morskich. Jest to jednak przedsięwzięcie bardzo kosztowne, władze co roku wydają ok. 10 mln USD na prace związane z ochroną wybrzeża, choć jak szacują, potrzeby są dużo większe. Mimo to jeśli prace te nie zostaną zintensyfikowane, Malediwy mogą znaleźć się pod wodą, a to wywoła kolejne problemy, m.in. migracje, które mogą mieć trudne do przewidzenia skutki.

Rajske wyspy znikają – wstrząsający reportaż Jana Mikruty, Polsat News, 25.12.2016, <https://www.polsatnews.pl/wiadomosc/2016-12-25/rajskie-wyspy-znikaja-wstrzasajacy-reportaz-jana-mikruty/> [dostęp: 3.02.2022].

## Nowe modele turystyki



Źródło: *Wsparcie UE na rzecz turystyki – potrzeba nowej orientacji strategicznej i lepszego podejścia do finansowania*, Europejski Trybunał Obrachunkowy, 2021, s. 21, [https://www.eca.europa.eu/Lists/ECADocuments/SR21\\_27/SR\\_EU-invest-tourism\\_PL.pdf](https://www.eca.europa.eu/Lists/ECADocuments/SR21_27/SR_EU-invest-tourism_PL.pdf) [dostęp: 1.12.2022].

Pandemia COVID-19 wywarła dramatyczny i bezprecedensowy wpływ na sektor turystyki na całym świecie, gwałtownie ograniczając ruch turystyczny, a tym samym dochody przedsiębiorstw związanych z turystyką. W pierwszych trzech kwartałach 2020 r. przyjazdy międzynarodowe do Unii Europejskiej były o 67,5% niższe niż w tym samym okresie roku 2019. Większość ekspertów z organizacji międzynarodowych uważa, że w najbliższym czasie, po uporaniu się z bezpośrednimi skutkami pandemii COVID-19, pojawi się popyt turystyczny przede wszystkim na wakacje krajowe i regionalne oraz krótkie wyjazdy. Co ważniejsze jednak, rozwój unijnego sektora turystyki stoi w obliczu poważnych wyzwań, które są związane w szczególności z jego transformacją ekologiczną, cyfryzacją i integracją nowych technologii, a także konkurencyjnością. Ewoluuje również zachowania turystów. Przyszły popyt w dziedzinie turystyki będzie prawdopodobnie napędzany przez rosnącą świadomość ekologiczną, szersze wykorzystanie usług cyfrowych i nowych technologii, przejście na bardziej spersonalizowane doświadczenia podróżowania, a także przez zapewnienie dobrostanu i lepszej interakcji z lokalnymi społecznościami i kulturą, jak i przez rosnące obawy dotyczące protokołów bezpieczeństwa i zdrowia.

przyrodniczymi; co ciekawe: można ją realizować również w miastach, w bliskim otoczeniu miejsca zamieszkania. Wśród innych form turystyki warto wskazać jeszcze na koncepcję turystyki odpowiedzialnej (responsible), która jest nastawiona na odpowiedzialność za skutki rozwoju turystyki, a także turystyki przyjaznej środowisku (environmental friendly), gdzie nacisk kładzie się nie tylko na środowisko przyrodnicze, ale i społeczno-kulturowe, może być zatem uprawiana również w miastach (zob. ramka Nowe modele turystyki).

### Główne problemy współczesnej turystyki

Nie zrównoważony rozwój turystyki, złe zarządzanie oraz nadmierna koncentracja ruchu turystycznego i baz noclegowych, ale również brak kultury turystycznej i edukacji w tym zakresie, powodują degradację środowiska przyrodniczego. Inne negatywne skutki to zabór ziemi i wody, infrastruktura pochłaniająca wielkie ilości gruntów. Coraz częściej mamy również do czynienia z ubożeniem krajobrazu, zaśmiecaniem regionów turystycznych, powstawaniem miast stricte turystycznych. Niezwykle istotny problem tkwi w zanieczyszczeniu powietrza, w tym emisji szkodliwych związków, ale także zanieczyszczeniu wód i generowaniu ścieków produkowanych przez organizatorów turystyki (hotele, restauracje). Do zniszczeń przyczyniają się też turyści uprawiający narciarstwo zjazdowe czy turystykę pieszą, następuje bowiem zjawisko degradacji gleby czy osuwania się zboczy, niszczenie roślinności lub fragmentacja wywołana zjazdami narciarskimi. Jeśli chodzi o ochronę zwierząt, to niestety również należy wskazać

Program telewizyjny niemieckiej stacji BR Fernsehen Die Kanaren Inseln der Arbeitslosen, przygotowany przez Justina Francisca – podróżnika i przewodnika turystycznego, który wybrał się z kamerą w miejsca, gdzie najbardziej rozbrzmiewają protesty przeciwko masowej turystyce. Ilustruje zjawisko zwane overtourism, polegające na pojawianiu się zbyt wielu gości w jednym miejscu, determinowane przez coraz większy dostęp do tanich połączeń lotniczych, rosnącą popularność publikacji o podróżach, w szczególności tych sponsorowanych, jak też działalność wielkich statków wycieczkowych oraz wynajem turystom prywatnych mieszkań i rosnącą siłę nabywczą społeczeństwa. Film ukazuje Teneryfę nie tylko jako raj turystyczny, ale i miejsce z licznymi problemami. Niemieccy dziennikarze przybliżają problem biedy, w tym dzielnic złożonych z mieszkań socjalnych, bezrobocia wśród młodych ludzi, organizacji kościelnych, które rozdają żywność ubogim. Autor filmu porusza również problem niskich płac w turystyce i pracy ponad siły, co rodzi ogromne problemy zdrowotne mieszkańców, m.in. związane z depresją. Co więcej, przedstawiona forma turystyki przybiera hermetyczną formę zaplanowanych na wycieczkowcach pobytów, turyści często nie wydają pieniędzy w portach, schodzą tam tylko na parę godzin, nie odwiedzają restauracji, co negatywnie wpływa na lokalną gospodarkę. Oglądając film, widz może zadać sobie pytanie: jak to możliwe, że mieszkańcy tak atrakcyjnych obszarów świata borykają się z tak ogromnymi

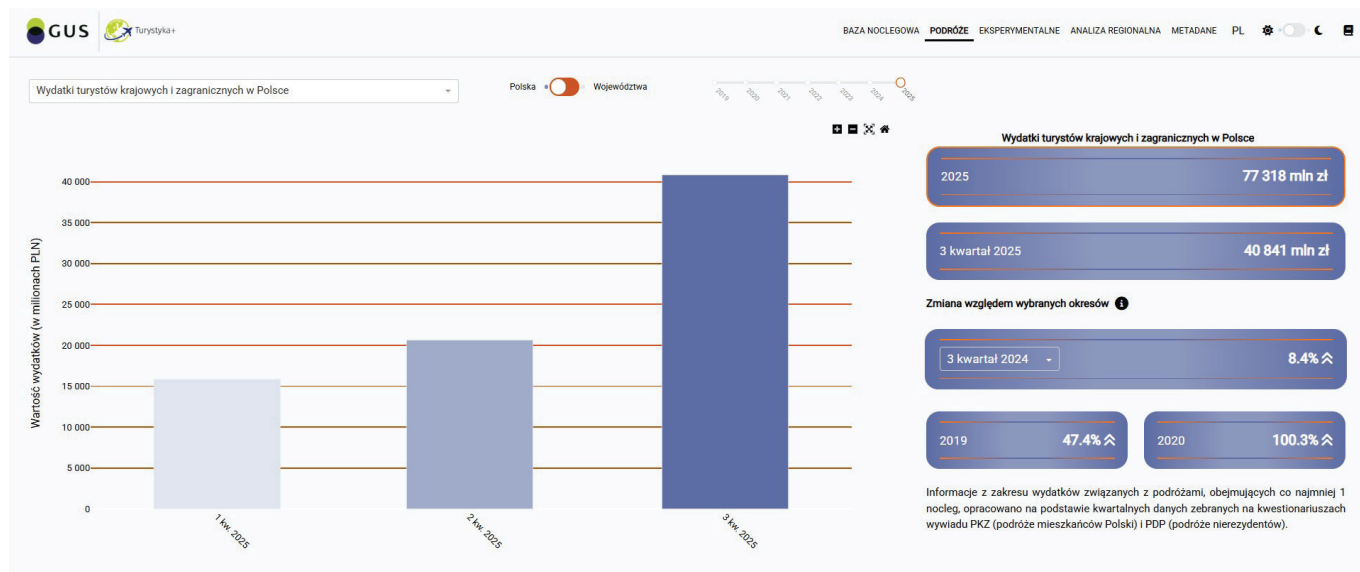
Film *Die Kanaren: Inseln der Arbeitslosen* (Kanary: wyspy bezrobotnych), reż. Justin Francis, z 2018 r.

na negatywne konsekwencje, takie jak wyparcie gatunków rodzimych, płoszenie zwierząt, śmierć pod kołami samochodów (np. w Kanadzie znajdowane są setki niedźwiedzi zabitych przez kierowców nieprzestrzegających przepisów, w Australii ten sam problem dotyczy kangurów). Istotny będzie też negatywny wpływ turystyki na zdrowie społeczeństwa lokalnego przez generowanie nadmiernego hałasu czy wzrost zanieczyszczeń (zob. ramka Instalacja artystyczna Lorenzo Quinna Support w Weneccji). Społeczeństwa bogacą się w stopniu przekraczającym możliwości turystyki. Niestety choć coraz częściej mówi się o wprowadzaniu koncepcji zrównoważonego rozwoju jako szansie na zachowanie harmonijnych relacji między człowiekiem a przyrodą, to jednak istnieje szereg czynników utrudniających jej realizację. Mamy bowiem do czynienia ze zróżnicowaniem skali i rodzajów problemów społeczno-gospodarczych

w regionach recepcji turystycznej, złożonym charakterze zjawisk turystycznych, ale również z brakiem jasno określonego sposobu wdrażania zasad zrównoważonego rozwoju. Bez względu na te problemy turystyka zrównoważona powinna minimalizować negatywny wpływ turystyki na sferę przyrodniczą, gospodarczą i społeczną. Turyści powinni móc korzystać z walorów przyrodniczych w taki sposób, aby nie nastąpiła degradacja i można było je zachować dla kolejnych pokoleń. Podstawowym problemem obrania optymalnej drogi rozwoju turystyki jest wybór takich jej form, które mogą rozwijać się na danym obszarze bez szkody dla jego walorów.

**Autorka:** Ryniejska-Kiełdanicz, M. (2022). Zrównoważona turystyka jako przykład zrównoważonej konsumpcji. W *Wprowadzenie do zrównoważonego rozwoju* (rozdz. 17). HumanDOC. <https://zr.humandoc.pl/wp-content/uploads/2022/10/rozdzial-17.pdf>

Jak informuje Główny Urząd Statystyczny, wydatki turystów krajowych i zagranicznych w Polsce wzrosły w III kwartale 2025 roku o 8,4% w stosunku do tego samego okresu w 2024 roku.



Źródło: <https://turystyka.stat.gov.pl/travels>

Analiza liczby noclegów oraz liczby turystów w obiektach noclegowych powyżej 10 miejsc, także wskazuje na rosnącą tendencję.

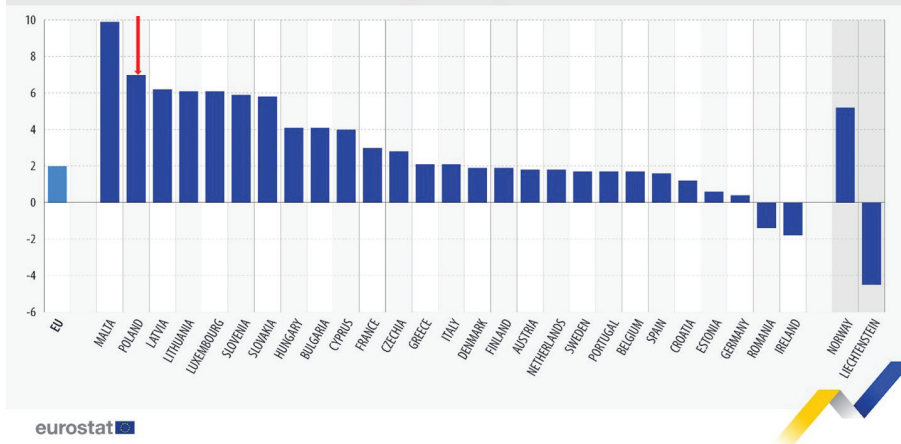


Źródło: <https://turystyka.stat.gov.pl/comparison>

### Polska w czołówce wzrostu turystyki w Unii Europejskiej w 2025 r.

Według najnowszych danych Eurostat w 2025 roku Polska znalazła się w ścisłej czołówce państw Unii Europejskiej pod względem dynamiki wzrostu liczby noclegów. W porównaniu z rokiem poprzednim liczba udzielonych noclegów zwiększyła się o 7 proc., a lepszy rezultat osiągnęła jedynie Malta. W całej Unii Europejskiej w 2025 roku zarejestrowano łącznie 3,08 miliarda noclegów w turystycznych obiektach zakwaterowania. To o 61,5 mln więcej niż rok wcześniej, co oznacza wzrost o 2 proc. Za ten wynik w dużej mierze odpowiadali turyści zagraniczni – liczba noclegów wykupionych przez gości z innych krajów była wyższa o 46,1 mln. W przypadku turystów krajowych przyrost wyniósł 15,4 mln noclegów. Pod względem struktury gości propor-

Szacunki noclegów w obiektach noclegowych dla turystów w 2025 r. w porównaniu z 2024 r. (% zmian)

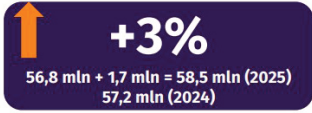


Źródło: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/w/ddn-20260116-1>

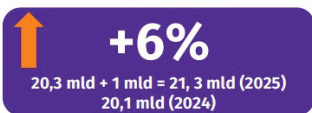
Wstępne wyniki – podróże jednodniowe cudzoziemców do Polski w 2025 r.

Statystyka eksperymentalna

Zmiana liczby **jednodniowych podróży cudzoziemców do Polski** w porównaniu z wynikami badania ankietowego (3,7%)



Zmiana **wydatków** odwiedzających **jednodniowych cudzoziemców w Polsce** w porównaniu z wynikami badania ankietowego (5,1%)



Kraje pochodzenia cudzoziemców jednodniowych odwiedzających Polskę



Źródło: ulotka informacyjna MSiT oraz GUS Inauguracja Obserwatorium Turystyki

Pracujący w wybranych działalnościach turystycznych



Źródło: ulotka informacyjna MSiT oraz GUS Inauguracja Obserwatorium Turystyki

cje były niemal wyrównane – 49 proc. wszystkich noclegów przypadło na turystów zagranicznych, a 51% na podróżnych krajowych. Największą popularnością cieszyły się hotele oraz podobne obiekty, w których zrealizowano 1,9 mld noclegów (63 proc. ogółu). Na drugim miejscu znalazły się domy wakacyjne i obiekty przeznaczone na krótkoterminowy wynajem (743 mln, 24 proc.), a następnie kempingi z wynikiem 413 mln noclegów (13 proc.). W ujęciu krajowym wzrost liczby noclegów odnotowano w niemal wszystkich państwach członkowskich UE. Największą dynamikę zanotowała Malta (10 proc.), następnie Polska (7 proc.) oraz Łotwa (6 proc.). Spadki wystąpiły jedynie w Rumunii (-1 proc.) i Irlandii (-2 proc.).

Źródło:

<https://europeannewsroom.com/eurostat-poland-among-the-leaders-in-tourism-growth-in-the-european-union-in-2025-2>

Sektor turystyczny to znaczący pracodawca

W 2025 r. w działalnościach związanych z turystyką pracowało ok. 637 tys. osób, co stanowiło 4,2% wszystkich pracujących w Polsce. Zatrudnienie koncentrowało się głównie w usługach zakwaterowania i gastronomii, transporcie pasażerskim oraz działalności organizatorów i pośredników turystycznych. Dane wskazują na systematyczny wzrost udziału turystyki w rynku pracy w porównaniu z latami wcześniejszymi.

Źródło:

<https://stat.gov.pl/dla-mediow/informacje-prasowe/moda-na-polske-2025-rok-pod-znakiem-rekordow-w-turystyce,52,1.html>

**W tym numerze, zamiast opowieści z podróży pisanych ręką zaprzyjaźnionych turystów, publikujemy teksty o miejscach, ludziach i inicjatywach, o spełnianiu marzeń i promowaniu regionów.**

### Historia życiem pisana – Lemon Cafe w Szczecinie

*Lemon Cafe* to wyjątkowe miejsce na mapie Szczecina – niewielka kawiarnia z duszą, która od pierwszych dni swojego istnienia przyciąga atmosferą bliskości i ciepła. Jej historia zaczęła się od rodzinnych wspomnień i inspiracji. Inspiracją byli ciocia i wujek właścicielki, którzy od ponad 25 lat prowadzą „Werandę” w Poznaniu. To właśnie od nich nauczyla się, że kawiarnia to nie tylko miejsce sprzedaży kawy i ciast, ale przede wszystkim przestrzeń spotkań, rozmów i tworzenia więzi. Marzenie o własnym lokalu dojrzało powoli, a pierwsze próby – od sezonowej sprzedaży truskawek i malin – były symbolicznym krokiem ku większemu przedsięwzięciu. W końcu narodził się pomysł *Lemon Cafe*, której znakiem rozpoznawczym stała się cytryna – symbol świeżości, energii i optymizmu.

Idealną przestrzenią okazał się fragment zieleni wzdłuż Domków Profesorskich, tuż obok zamku. To miejsce szczególne – właśnie tam wychowała się mama właścicielki, a ona sama spędzała każdą niedzielę u dziadków na obiedzie. Z mieszkaniem tym wiążą się wyjątkowe wspomnienia i niezwykła energia, która – jak podkreśla właścicielka – stała się fundamentem *Lemon Cafe*. Od początku zależało

jej na tym, aby kawiarnia była piękna, klimatyczna i pełna duszy.

Dziś *Lemon Cafe* przyciąga nie tylko aromatem kawy i domowych wypieków, ale także atmosferą otwartości i lokalności. W menu królują produkty regionalne – kawa ze szczecińskiej palarni Qualia, naturalne lody oraz wypieki przygotowywane na miejscu. A wśród nich szczególne miejsce zajmują ciasta i ciasteczka, pieczone z sercem każdego dnia przez ukochaną Teściową Jadwigę – albo, jak uśmiecha się właścicielka, przez „Mamusię właściciela”. To właśnie one budują domową atmosferę miejsca i sprawiają, że goście czują się jak u siebie.

Jednak prawdziwą siłą tego miejsca są ludzie i wydarzenia, które wokół niego powstają. W kawiarni organizowane są koncerty z cyklu „Lemon Classic”, warsztaty twórcze (np. las w słoiku, origami) oraz spotkania z lokalnymi przewodnikami i autorami.

Właściciele myślą także o dalszym rozwoju i wzbogaceniu programu. Wśród planów pojawia się m.in. organizacja wieczorów z legendami szczecińskimi – czytanych i opowiadanych w taki sposób, aby pobudzić wyobraźnię zarówno dzieci, jak i dorosłych. Dzięki temu kawiarnia miałaby stać się miejscem, gdzie lokalne historie i tradycje łączą się z codziennym doświadczeniem mieszkańców i turystów.

*Lemon Cafe* to przykład, jak siła rodzinnych tradycji, pasja i przywiązanie do miasta mogą stworzyć przestrzeń, która na stałe wpisuje się w tkankę miejską. To dowód na to, że małe, lokalne inicjatywy



mogą mieć wielki wpływ – łącząc ludzi, inspirując ich i przyczyniając się do budowania pozytywnego wizerunku miasta.

Plany na przyszłość obejmują dalszy rozwój przestrzeni i oferty, przy jednoczesnym zachowaniu atmosfery miejsca, które powstało z serca i dla ludzi. Opinie gości nie pozostawiają wątpliwości – *Lemon Cafe* to miejsce, do którego chce się wracać, by poczuć szczeciński klimat w najlepszym wydaniu.

Z właścicielką Lemon Cafe  
– Anną Prawdnic-Wondek  
rozmawiała i tekst zredagowała  
dr hab. Elżbieta Roszko-Wójtowicz,  
prof. UŁ



Przedstawiamy zapis rozmowy przeprowadzonej z właścicielem bardzo ciekawego miejsca na mapie Sieradza – kawiarni i nie tylko „Spizarnia”. Piękna inicjatywa, z fantastycznymi planami, która, niestety nie przetrwała próby czasu. W tej chwili „Spizarnia” już nie działa. Publikujemy tę rozmowę, jednak z postulatem, abyśmy



wspierali i promowali podobne inicjatywy, ludzi z wizją i chęcią promowania regionów. Nie bądźmy obojętni na klimatyczne miejsca, które powstają obok nas. Warto poznać takie miejsca, brać udział w proponowanych wydarzeniach i poczuć klimat „miejsz z duszą”.

### **Spizarnia – opowieść o miejscu, które łączy ludzi**

W 2024 roku, w samym centrum Sieradza, przy ul. Kościuszki 4, powstała Spizarnia – kawiarnia i sklep regionalny, które od początku miały być czymś więcej niż tylko miejscem spotkań przy kawie. Ideą było stworzenie przestrzeni zakorzenionej w lokalnej tradycji, otwartej na sztukę i budującej wspólnotę.

Spizarnia mieściła się w zażytkowej kamienicy z historią. W części lokalu dawniej znajdował się przejazd z dużą bramą prowadzącą na podwórze, a zachowane elementy architektoniczne przypominały o wielokulturowym dziedzictwie miasta. Lokalizacja naprzeciwko Biura Wystaw Artystycznych sprzyjała naturalnemu dialogowi ze środowiskiem twórczym.

### **Przestrzeń sztuki i lokalnej tożsamości**

W Spizarni regularnie prezentowano prace lokalnych artystów – m.in. Sylwii Klimczak, Michała Śledzińskiego, Kingi Howard oraz Roberta Rudzkiego. Obecna była także literatura – książki Anieli Wilk oraz poezja Eweliny Tworek budowały kameralny, refleksyjny klimat.

Kawiarnia była również miejscem realizacji projektu „Artystyczny Sieradz” w ramach mikrograntów. Warsztaty i spotkania poświęcone historii oraz symbolicznie miasta pozwalały mieszkańcom rozwijać pasje i odkrywać lokalne dziedzictwo.

### **„Fajni ludzie z regionu”**

Wnętrze Spizarni stało się także miejscem nagrań cyklu „Fajni ludzie z regionu”, prowadzonego przez Klaudię Pawlak. Gośćmi spotkań byli m.in. Marcin Maciejczak, Magdalena Wasyliuk oraz Patrycja Balcerzak.

### **Koncerty i finał świąteczny**

Spizarnia aktywnie włączała się w życie muzyczne miasta. W jej wnętrzach odbywały się kameralne koncerty, podczas których występowali m.in. Agnieszka Pawlak, Marcel Stasiak, Janusz Grochmalski oraz grupa Pawlak Pawlak. W wydarzeniach uczestniczyła również Grupa Estradowa z Sieradzkiego Centrum Kultury, a muzyka często rozbrzmiewała także na ulicy Kościuszki, przyciągając przechodniów.

Szczególnym wydarzeniem był finałowy koncert świąteczny Spizarni, zorganizowany podczas Jarmarku Adwentowego w Sieradzu. Na scenie wystąpili: Agnieszka Pawlak, Marcel Stasiak, Klaudia Pawlak, Kamil Kałuża, Katarzyna Czapska, Grupa Estradowa z SCK oraz chór ze Szkoły Podstawowej nr 10 w Sieradzu. Koncert stał się symbolicznym zwieńczeniem rocznej działalności – łącząc muzykę, lokalną społeczność i świąteczną atmosferę w sercu miasta.

### **Zmiana formuły**

#### **– ciągłość idei**

Po roku intensywnej działalności formuła Spizarni została zawieszona. Pokazuje to, jak wymagające jest dziś prowadzenie niezależnych, niszowych inicjatyw łączących gastronomię z działalnością kulturalną.

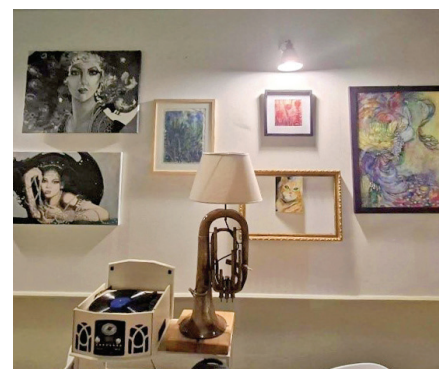
Idea jednak nie znika. Spizarnia przekształca się w stowarzyszenie, którego celem będzie wspieranie i promowanie lokalnych artystów oraz inicjatyw kulturalnych w nowej, bardziej elastycznej formule.

### **Nowy rozdział w tym miejscu**

W lokalu przy ul. Kościuszki 4, działa obecnie kawiarnia La Vie, prowadzona przez nową właścicielkę Judytę Otrębską, która prowadzi również szkołę języka francuskiego dla dzieci w Sieradzu o tożsamej nazwie La Vie. Kawiarnia francuska La Vie inspirowana jest klimatem francuskich kawiarni oraz postacią Antoine Cierplikowskiego – światowej sławy stylisty fryzur urodzonego w Sieradzu. Choć zmieniła się nazwa i koncepcja lokalu, przestrzeń ta nadal pozostaje ważnym punktem na kulturalnej mapie miasta.

La Vie to miejsce, które nadal zrzesza lokalnych artystów. Organizowane są koncerty muzyki francuskiej i polskiej, spotkania z możliwością prywatnego mini recitalu, wystawy, warsztaty, nauka języka francuskiego dla seniorów oraz mini kino francuskie z wykorzystaniem rzutnika. To iście francuska uczta. Dodatkowo w kawiarni istnieje możliwość wynajmu kameralnej klimatycznej salki z otwieraną bramą na wyłączność – to idealne miejsce na prywatne uroczystości czy spotkania biznesowe.

*Relację przygotowała dr hab. Elżbieta Roszko-Wójtowicz, prof. UŁ, podziękowania dla właściciela Spizarni Przemysława Hechłacza oraz Judyty Otrębskiej z La Vie za rozmowę i udostępnienie zdjęć.*



## Nowa inicjatywa Ministerstwa Sportu i Turystyki oraz Głównego Urzędu Statystycznego: Obserwatorium Turystyki

W siedzibie Głównego Urzędu Statystycznego w Warszawie odbyła się konferencja z udziałem sekretarza stanu w Ministerstwie Sportu i Turystyki Ireneusza Rasia oraz prezesa GUS dr. hab. Marka Cierpiał-Wolana. Podczas wydarzenia oficjalnie zainaugurowano działalność Obserwatorium Turystycznego oraz zaprezentowano najnowsze statystyki dotyczące ruchu turystycznego w Polsce w 2025 roku.

Obserwatorium Turystyczne to projekt badawczy o wyjątkowym charakterze w skali Europy. Jego głównym zadaniem jest rozbudowa i unowocześnienie systemu monitorowania rynku turystycznego poprzez rozwój analiz, badań oraz narzędzi informacyjnych wspierających zarówno przedsiębiorców z branży, jak i administrację publiczną. Podczas konferencji podkreślono, że turystyka generuje około 5 proc. polskiego PKB,

dlatego dostęp do wiarygodnych i aktualnych danych statystycznych stanowi fundament skutecznych decyzji inwestycyjnych i strategicznych. Jednym z kluczowych elementów projektu będzie portal Turystyka PLUS. Platforma ma prezentować szerokie spektrum informacji o rynku turystycznym w Polsce w postaci interaktywnych map, wykresów i raportów analitycznych. Użytkownicy znajdą tam dane dotyczące m.in. wykorzystania bazy noclegowej, poziomu wydatków turystów krajowych i zagranicznych oraz celów ich podróży. System umożliwi analizę danych na poziomie województw i powiatów, a w kolejnych etapach informacje mają być aktualizowane w czasie rzeczywistym, co pozwoli na bieżąco śledzić zmiany zachodzące w sektorze. Projekt jest jednym z elementów tzw. „dekalogu turystyki” przedstawionego przez Ireneusza Rasia podczas Kongre-

su Turystyki w Kołobrzegu w 2025 roku. Ważną częścią inicjatywy jest również rozwój badań opartych na sztucznej inteligencji. W 2025 roku uruchomiono konkurs w ramach programu INFOSTRATEG, którego celem jest stworzenie narzędzi do analizy rynku turystycznego z wykorzystaniem danych publicznych i komercyjnych – m.in. z portali rezerwacyjnych, rejestrów administracyjnych, mediów społecznościowych czy trendów wyszukiwania w internecie. Budżet programu wynosi 44 mln zł. Powstanie Obserwatorium Turystycznego jest rezultatem porozumienia zawartego między Ministerstwem Sportu i Turystyki a Głównym Urzędem Statystycznym.

### Źródło:

<https://www.gov.pl/web/sport/rekordowe-wyniki-polskiej-turystyki-w-2025-roku--branza-turystyczna-rosnie-szybciej-niz-polskie-pkb>



Źródło: <https://www.gov.pl/web/sport/rekordowe-wyniki-polskiej-turystyki-w-2025-roku--branza-turystyczna-rosnie-szybciej-niz-polskie-pkb>



## 2025 RÓŻA REGIONÓW

### NAJLEPSZE PROJEKTY PROMUJĄCE POLSKIE PRODUKTY TURYSTYCZNE

#### KAPITUŁA KONKURSU

**Aleksandra Balaż** – Polska Organizacja Turystyczna; **dr Włodzimierz Banasik** – wykładowca akademicki **Alicja Dąbrowska** – wieloletnia dziennikarka i redaktorka „Gazety Wyborczej”; **Szymon Głogowski** – Collegium Da Vinci; Agencja Marketingowa Owil; **dr Ryszard Kajzer** – Akademia Sztuk Pięknych w Warszawie; **Anna Obłozą** – Departament Kultury, Promocji i Turystyki Urzędu Marszałkowskiego Woj. Mazowieckiego; **Violetta Pastwa** – Tour Salon; **Jagoda Walczak** – Redakcja Wiadomości Turystycznych; **dr Elżbieta Wąsowicz-Zaberek** – Szkoła Główna Handlowa w Warszawie.

#### WYNIKI KONKURSU

##### PROJEKT WYDAWNICZY

###### I Miejsce

Urząd Marszałkowski Województwa Podlaskiego – *Seria folderów Podlaskie zasilane naturą*

###### Wyróżnienia

- Samorząd Województwa Mazowieckiego – *Seria map rowerowych*
- Departament Turystyki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego – *Przewodnik turystyczno-kulinarny Małopolska. Zasmakuj w podróży*
- Starostwo Powiatowe w Mińsku Mazowieckim – *Powiat Miński. Kultura. Krajobraz. Ludzie*
- Urząd Miasta Kędzierzyn-Koźle – *Szlakiem Koziolków*

##### DUŻY PROJEKT WYDAWNICZY

###### I Miejsce

Miejska Biblioteka Publiczna w Sokolowie Podlaskim – *Spacerem po ulicach dawnego Sokolowa*

###### Wyróżnienia

- Wydział Promocji Miasta i Turystyki Urzędu Miasta Wrocławia – *80 lat powojennego Wrocławia*
- Urząd Marszałkowski Województwa Opolskiego – *Przewodnik rowerowy po najlepszych trasach Opolszczyzny*
- Geopark Przedgórze Sudeckie (LOT) – *Szlakiem Reinmara z Bielawy*

##### PROJEKT SPECJALNY

###### I Miejsce

Stowarzyszenie Soundsitive Studio – *Seriał słuchowiskowy Kot Mundek na tropie*

###### Wyróżnienia

- Stołeczne Biuro Turystyki – *Konkurs Peretki Warszawy*
- Wielkopolska Organizacja Turystyczna – *PSYjazna Wielkopolska*
- Dolnośląska Organizacja Turystyczna, Opolska Regionalna Organizacja Turystyczna, Královéhradecká krajská centrála cestovního ruchu, Pardubický kraj – *Destinační společnost Východní Čechy, Centrála cestovního ruchu Olomouckého kraje, s.r.o. – Katalog Inspiracyjnych Programów*
- Starostwo Powiatowe w Olsztynie – *Warmiński Dwustój Śledziowy*

##### FILM PROMOCYJNY

###### I Miejsce

Gdańska Organizacja Turystyczna – *Gdańsk autentycznie*

###### Wyróżnienia

- Europejskie Centrum Bajki w Pacanowie – *Witajcie w naszej bajce!*
- Samorząd Województwa Mazowieckiego – *Seria filmów MAZÓW wyprawy po Mazowszu*
- Urząd Marszałkowski Województwa Lubuskiego – *Lubuska turystyka*

##### KAMPANIA PROMOCYJNA

###### I Miejsce

Park Narodowy „Ujście Warty” – *ORNITOVO*

###### Wyróżnienia

- Urząd Miejski w Gnieźnie – *Kampania promocyjna Miasta Gniezno*
- Urząd Marszałkowski Województwa Świętokrzyskiego – *Kampania promująca turystykę kajakową na Ponidziu*
- Urząd Marszałkowski Województwa Dolnośląskiego – *Dolny Śląsk atrakcyjny na lato, atrakcyjny na lata*

##### APLIKACJA

###### I Miejsce

Urząd Miasta Gliwice – Gliwicka Aplikacja Miejskich Aktywności GAMA

###### Wyróżnienia

- Województwo Łódzkie – *LODZKIE360.PL*
- Gmina Władysławowo – *Aplikacja mobilna WłApla*

###### Wyróżnienie Specjalne

Urząd Miejski w Szprotawie – *za promocję walorów turystycznych gminy Szprotawa i Obszaru Turystycznego Borowina*

Źródło: <https://www.wiadomosciturystyczne.pl/menu/subMenu/129,0,129,0,konkursy.html>

## XIV edycja Targów Atrakcje Regionów odbędzie się w dniach 22-24 maja 2026 na terenie w TAURON Park Śląski (Chorzów/Katowice)

**Szeroka prezentacja regionów i silna promocja Polski na kluczowych targach turystyki aktywnej w Europie**

W dniach 13–15 lutego 2026 r. Polska przedstawiła swoją kompleksową ofertę turystyki aktywnej podczas Fiets en Wandelbeurs w Utrecht – największej w Europie imprezie targowej dedykowanej turystyce rowerowej i pieszej. Wydarzenie co roku przyciąga dziesiątki tysięcy miłośników aktywnego spędzania czasu.

Działania promocyjne zostały zorganizowane przez Zagraniczny Ośrodek Polska Organizacja Turystyczna (ZOPOT) w Amsterdamie we współpracy z polskimi regionami. Na wspólnym stoisku zaprezentowano szeroką gamę szlaków rowerowych i pieszych, kierując ofertę do turystów poszukujących aktywnych form wypoczynku.

Polskie stoisko narodowe znalazło się w gronie czterech największych ekspozycji destynacyjnych obecnych na targach – obok prezentacji przygotowanych przez Francję, Hiszpanię i Portugalię, co potwierdza rosnącą pozycję Polski na europejskim rynku turystyki aktywnej.

#### Źródło:

<https://www.pot.gov.pl/pl/novosci/wiadomosci-z-pot/bogata-oferta-regionow-i-mocna-obecnosc-polski-na-najwiekszych-targach-turystyki-aktywnej-w-europie>



Źródło: <https://www.atrakcje-regionow.pl>

## Plany wyjazdowe Polaków

Na zlecenie Polskiej Organizacji Turystycznej, Pracownia Badań Społecznych zrealizowała badanie wśród 1068 Polaków planujących wyjazd. Badanie zostało przeprowadzone metodą CAWI w dniach 28.11–05.12.2025.

51% dorosłych Polaków planuje co najmniej jeden wyjazd z noclegiem w sezonie zimowym 2025/2026 (24 grudnia 2025–1 marca 2026) – to o 3 p.p. mniej niż rok wcześniej. 27% zamierza wypoczywać wyłącznie w kraju, 11% wyłącznie za granicą, a 7% łączy oba kierunki.

Wśród osób planujących wyjazd 63% jako główny wybiera Polskę. Najpopularniejsze są góry (31%), następnie miasta i wyjazdy nad morze (po 19%). Najczęściej wskazywane województwa to małopolskie (29%), pomorskie (12%) i dolnośląskie (11%).

Krajowe wyjazdy mają głównie charakter rodzinny (77%) i trwają najczęściej 4–7 dni (50%). 83% korzysta z płatnej bazy noclegowej. Najczęściej deklarowane wy-



**Źródło:** <https://pl.freepik.com/darmowe-zdjecie-wektory/zima-gory/2#uqid=b9d27d92-c02f-401c-8e1f-fb-8d63e8c580>

datki mieszczą się w przedziałach 501–1000 zł oraz 2001–3000 zł na osobę.

30% planujących wyjazd wskazuje, że ich głównym kierunkiem będzie zagranica. Najczęściej wybierane są wyjazdy nad morze (38%), do miast (28%) oraz w góry (16%). Główne powody wyboru zagranicy to chęć wyjazdu w konkretne miejsce, gwarancja pogody oraz przekonanie o korzystniejszym stosunku ceny do standardu. Wyjazdy zagraniczne są zwykle dłuższe (ponad połowa 4–7 dni, 24% – 8–10 dni) i droższe – 62%

planuje wydać powyżej 2000 zł na osobę, a 20% ponad 5000 zł.

28% Polaków nie planuje zimowego wyjazdu z noclegiem, a 6% rozważa jedynie krótkie wycieczki jednodniowe. Główną barierą są kwestie finansowe (52%), brak potrzeby wyjazdu (39%) oraz inne zobowiązania (22%). Częściej z wyjazdów rezygnują kobiety, osoby powyżej 55. roku życia, mieszkańcy wsi oraz osoby o niższej ocenie sytuacji materialnej.

**Źródło:** <https://www.pot.gov.pl/pl/dane-i-wiedza/dane-i-wiedza/badania-i-analizy>

## XVIII Forum Promocji Turystycznej 27 kwietnia 2026 roku w Młynach Rothera w Bydgoszczy



Tegoroczna edycja skupi się na wyzwaniach i perspektywach rozwoju turystyki w Polsce, a także roli integracji środowiska branżowego. Uczestnicy będą mogli wziąć udział w panelach dyskusyjnych, sesjach eksperckich oraz spotkaniach networkingowych, a także zapoznać się z praktycznymi narzędziami wspierającymi promocję turystyczną. Forum to także okazja do refleksji nad przyszłością branży, wymiany doświadczeń i budowania relacji biznesowych.

Autorka:

**Weronika Szabelewska**

**Źródło:** <https://www.waszaturystyka.pl/save-the-date-xviii-forum-promocji-turystycznej-juz-27-kwietnia-2026-roku-w-mlynach-rothera-w-bydgoszczy/>

## Polska Organizacja Turystyczna promowała Polskę podczas międzynarodowych targów turystycznych w Mediolanie (Borsa Internazionale del Turismo, luty 2026)

Targi są ważnym wydarzeniem branżowym we Włoszech gromadzącym touroperatorów, agentów, przewoźników, destynacje i media, stając się kluczową platformą spotkań oraz współpracy biznesowej na rynku turystycznym. Polska pełniła rolę kraju partnerskiego. W wydarzeniu uczestniczyli

minister sportu i turystyki Jakub Rutnicki oraz sekretarz stanu Ireneusz Raś.

Tegoroczna edycja przyciągnęła ponad 1000 wystawców z kilkudziesięciu krajów, reprezentujących m.in. touroperatorów, narodowe i regionalne organizacje turystyczne, sektor transportowy,

hotelarski oraz firmy rozwijające nowe technologie dla turystyki. W programie targów odbyło się ponad 200 wydarzeń – paneli dyskusyjnych, seminariów i warsztatów – poświęconych m.in. innowacjom, zrównoważonemu rozwojowi turystyki, cyfryzacji podróży oraz turystyce doświadczeń.



Źródło: <https://www.gov.pl/web/sport/start-targow-bit-milano-2026-z-udzialem-polski-jako-kraju-partnerskiego2>

## Członkinie projektu Akademia Zrównoważonej Turystyki wzięły udział w XI Konferencji Naukowej „Nauka i Biznes – wspólne wyzwania” (AGH, 20.11.2025)

Podczas konferencji zaprezentowano dwa wystąpienia przygotowane w ramach projektu:

1. „Edukacja w turystyce zrównoważonej na przykładzie projektu ‘Akademia Zrównoważonej Turystyki’ – założenia, cele i realizacja”.

**Autorzy:** J. Mokras-Grabowska, A. Mroczek-Żulicka, E. Roszkow-Wójtowicz

Wystąpienie prezentowało cele projektu, dotychczasowe rezultaty oraz rolę edukacji formalnej







FUNDACJA UNIWERSYTETU ŁÓDZKIEGO

## O nas

FUNDACJA PROWADZI DZIAŁANIA NA RZECZ WZROSTU KONKURENCYJNOŚCI MAŁYCH I ŚREDNICH FIRM, ORAZ WSPIERANIA ROZWOJU PRZEDSIĘBIORCZOŚCI, W TYM AKADEMICKIEJ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI INNOWACYJNEJ.

Fundacja Uniwersytetu Łódzkiego od 2007 roku zajmuje się komercjalizacją wyników badań naukowych i prac rozwojowych prowadzonych na Uniwersytecie Łódzkim oraz know-how związanego z tymi wynikami, oraz wspiera działalność Uniwersytetu Łódzkiego w zakresie kreowania, transferu i zarządzania nowoczesnymi technologiami.

Fundacja posiada wieloletnie doświadczenie w ocenie potencjału innowacyjnych pomysłów biznesowych, oraz w pomocy pomysłodawcom w ich rozwoju i wprowadzaniu na rynek. Realizujemy usługi doradcze i eksperckie oraz szkoleniowe dla osób indywidualnych i firm. Pomagamy w pozyskaniu finansowania na wdrażanie innowacyjnych produktów i usług. Świadczymy usługi doradcze w pozyskiwaniu środków krajowych i unijnych na badania i rozwój, także we współpracy na linii uczelnia – biznes.

## Bieżące Projekty

Robo Camp UŁ

Kosmos widziany z Łodzi 2

Badania performatywne wobec wyzwań cywilizacyjnych

„Badania Performatywne” – dofinansowanie wkładu własnego

Akademia Zrównoważonej Turystyki

Kosmiczna Łódź

## Skład Kadry Projektu

**Uniwersytet Łódzki**

dr hab. Elżbieta Roszko-Wójtowicz, prof. UŁ – kierownik projektu

dr hab. Maria Grzelak, prof. UŁ

**Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu**

dr hab. Agnieszka Stanimir, prof. UE

dr Klaudia Przybysz