

**„Miasto przyjazne turystyce”**

**Podsumowanie spotkanie z 20 sierpnia 2015**

Uczestnicy: Dariusz Wojtal (Polska Izba Turystyki), Dorota Kowalczyk (Polska Izba Turystyki), Andrzej Hulewicz (Mazurkas Travel), Zbigniew Kowal (Global Congress), Ryszard Cetnarski (Holiday Travel), Monika Białkowska (Warszawska Organizacja Turystyczna).

Na spotkaniu uzgodniono, że branża turystyczna przedstawi swoje postulaty, które chciałaby zawrzeć w programie „Miasto przyjazne turystyce”. Program ten, za pomocą biura WOT i po wcześniejszych konsultacjach, miałby być wprowadzony jako oficjalny program przyjęty przez Urząd Miasta Warszawa.

1. INFORMACJA TURYSYCZNA / KOMUNIKACJA

Punkty informacji turystycznej powinny być ulokowane na kluczowych szlakach turystycznych. Brakuje Informacji Turystycznej na Dworcu Centralnym i wzdłuż Nowego Światu.

Brakuje też informacji w hotelach o aktualnej ofercie kulturalnej miasta. To dodatkowo potęguje wrażenie, że w mieście niewiele się dzieje. Miasto powinno stworzyć system zbierania informacji o bieżących i przyszłych wydarzeniach kulturalnych, sportowych i rozrywkowych oraz wdrożyć system dystrybucji tych informacji poprzez kluczowe miejsca, w których przebywają turyści. Warto byłoby narzucić w tym programie standard wizualny reklam tym podmiotom chcącym uczestniczyć w projekcie na przykład format materiałów promocyjnych, aby pasowały na przykład do stojaków z informatorami.

W kluczowych punktach styku z turystą brakuje też informacji technicznych – jakie muzea otwarte, w jakich godzinach, ile kosztuje wstęp.

Brakuje również oznaczenia i opisów atrakcji turystycznych i tablic upamiętniających w języku angielskim oraz oznaczeń parkingów, szczególnie wokół atrakcji i hoteli.

Rekomendowane jest, aby we współpracy z partnerami branżowymi sygnalizować nieścisłości w oznaczeniach w przestrzeni publicznej (na przykład błędne wskazania parkingów przy Novotelu Centrum lub brak kierowania do POLIN i innych kluczowych obiektów turystycznych). Warto rozważyć również wprowadzenie na stacjach metra map z zaznaczonymi obiektami turystycznymi (w ramach projektu WOT „100 metrów od metra”), a także na przystankach autobusowych i tramwajowych.

Niezbędne jest również zapewnienie operatorom ruchu turystycznego – członkom WOT – dostępu komunikacyjnego do Traktu Królewskiego (autokary, busy i inne pojazdy obsługujące ruch turystyczny).

Konieczne jest zapewnienie dobrej komunikacji z lotniskami Chopina i Modlinem:

1. W chwili obecnej pociągi na lotnisko Chopina jeżdżą z 2 stacji: Warszawa Śródmieście i Warszawa Centralna, co często powoduje zamieszanie informacyjne i de facto jest utrudnieniem dla turystów, szczególnie tych zagranicznych.

2. W metrze warto dodać komunikat o łatwym połączeniu z lotniskiem Chopina.

3. Komunikacja pociągowa z Modlinem jest mało przyjazna dla turysty zagranicznego – brak elektronicznych wyświetlaczy pokazujących pociągi do Warszawy.

4. Konieczna jest też przejrzysta informacja o możliwości i miejscach zakupu biletów na pociąg lotniskowy.

5. INFRASTRUKTURA

PARKINGI

W miejscach szczególnie atrakcyjnych turystycznie i w punktach komunikacyjnych odczuwalny jest brak parkingów dla przewoźników turystycznych. Istnieje potrzeba wyznaczenia przez władze miasta 1 – 2 miejsc, w których można zostawić turystów grupowych, szczególnie w przypadku Dworca Centralnego i Starego Miasta.

W chwili obecnej, nie można na przykład podjechać pod Dworzec Centralny, a turyści muszą przechodzić pieszo z bagażami pod hotel Mercure. W przypadku Starego Miasta autokary zatrzymują się na Podwalu, blokując ruch.

TOALETY

Potrzeba zbudowania nowych oraz dobrego oznaczania istniejących toalet miejskich w miejscach najpopularniejszych turystycznie (w tym na Bulwarach Wiślanych).

6. ATRAKCYJNOŚĆ MIASTA/ PROMOCJA MIASTA

Miasto jest niedobrze oświetlone, szczególnie w kontekście podświetlenia architektury. Zwraca uwagę nieoświetlona syrenka – symbol miasta – przy Centrum Nauki Kopernik.

Jako miasto nie budujemy również produktów turystycznych – przykład Christmas bazar – w wielu innych destynacjach to miasto wspiera projekt pokrywając na przykład koszty budek. Aby sprawnie realizować taki projekt konieczna jest koordynacja działań wielu podmiotów – na przykład stworzenia wspólnej oferty teatrów i filharmonii, zapewnienie biletów dla branży turystycznej. W ten sposób powstałby produkt turystyczny, który byłby promowany na świecie, na wzór praskiej czy budapesztańskiej wiosny, która jest cyklem wydarzeń (dobra opera, dobry koncert w Filharmonii, wystawa, festiwal kuchni polskiej). Rekomendowane są trzy weekendy w zaproponowanych okresach 1-20 czerwca, 1-20 października.

Istnieje potrzeba skoordynowania godzin otwarcia atrakcji turystycznych w okresach świątecznych i w sezonie turystycznym, aby w ten sposób zminimalizować na przykład liczbę muzeów zamkniętych dla zwiedzających w poniedziałki.

Brakuje również wiedzy na temat nadchodzących wydarzeń kulturalnych, sportowych i rozrywkowych – kalendarza imprez w mieście. Branża chciałaby uczestniczyć w konsultowaniu materiałów promocyjnych miasta, podawać jakie wydarzenia warto wymieniać, bo są interesujące dla ruchu przyjazdowego. Branża chciałaby znać wybór rynków, na których prowadzone są działania promocyjne i zakres tych działań, aby móc budować synergię współpracy. W tym obszarze kluczowa jest konsekwentna polityka promocyjna. Postulowane przez branżę jest również rozważenie nowych rynków.

Jest potrzeba stworzenia dobrych prezentacji miasta oraz filmu promocyjnego o Warszawie jako atrakcyjnej destynacji turystycznej.

Jest potrzeba tworzenia wydawnictw dla gości kongresowych, w tym tych z informacją o godzinach otwarcia obiektów kulturalnych z małą mapą.

Warto aby kluczowe podmioty zajmujące się promocją (w tym turystyczną) miasta zauważały odbywające się w Warszawie duże międzynarodowe wydarzenia i wykorzystywały ten fakt do promocji wewnętrznej i zewnętrznej. Dobra polityka informacyjna powodowałaby dumę w warszawiakach, a także czyniłaby z nich ambasadorów tych wydarzeń i samego miasta.

Na spotkaniu przekazano dyrektor biura WOT „Raport z Davos” jako propozycję matrycy rozwiązań stosowanych na świecie przy ocenie kraju i jego gotowości na przyjęcie turystów. Zaproponowano aby odbyło się spotkanie z autorami raportu, by sprawdzić czy możliwe byłoby przygotowanie analogicznego narzędzia dla Warszawy. Kopia raportu stanowi załącznik do niniejszego opracowania.

Uczestnicy spotkania zaproponowali także, aby 2 razy do roku odbywało się spotkanie branży turystycznej z udziałem wiceprezydenta miasta.

*Opracowała: Monika Białkowska, dyrektor biura WOT*