



Prezydent Miasta Lublin



Plac Króla Władysława Łokietka 1, 20-109 Lublin, tel.: 81 466 2000, fax: 81 466 2001
e-mail: prezydent@lublin.eu, www.um.lublin.eu

OR-LE-I.0003.2.1.2012

Lublin, dnia 31-01-2012

Urząd Miasta Lublin
Biuro Obsługi Mieszkańców I
WYKONANO

Dnia 2012-02-01

L. Dz. zał. *flak* (1)

Pani Małgorzata Suchanowska
Radna Miasta Lublin
za pośrednictwem
Pana Piotra Kowalczyka
Przewodniczącego
Rady Miasta Lublin

W odpowiedzi na zapytanie Pani Radnej zadane podczas sesji Rady Miasta Lublin dnia 19 stycznia 2012r. dotyczące koncepcji zagospodarowania terenu rzeki „Bystrzyca” przedstawiam w załączeniu opracowaną na zlecenie Miejskiego Ośrodka Sportu i Rekreacji „Bystrzyca” w Lublinie Sp. z o.o. *„Koncepcję zintegrowanego produktu rekreacyjno-turystycznego dla terenów obustronnie przyległych do rzeki Bystrzyca na odcinku między zaporą na zbiorniku Zemborzyckim a mostem na ul. Zamojskiej”.*

Z prezydentem
[Signature]

**KONCEPCJA ZINTEGROWANEGO
PRODUKTU REKREACYJNO -
TURYSTYCZNEGO (ZPR) DLA
TERENÓW OBUSTRONNIE
PRZYLEGLYCH DO RZEKI BYSTRZYCY
NA ODCINKU MIĘDZY ZAPORĄ NA ZBIORNIKU
ZEMBORZYCKIMA MOSTEM NA UL. ZAMOJSKIEJ**



**Smit
Ismiit**
consulting



**NA ZLECENIE:
MIEJSKIEGO OŚRODKA SPORTU I REKREACJI
BYSTRZYCA W LUBLINIE**



MOSiR
"BYSTRZYCA"

Zawartość

I.	<u>WPROWADZENIE</u>	7
I.1	FILOZOFIA PRZEDSIĘWZIĘCIA	7
I.2	RZEKA – SYMBOLIKA, TOŻSAMOŚĆ „PRODUKTU RZEKI”	10
I.2.1	Tożsamość Bystrzycy i okolic	10
I.2.2	Bystrzyca jako symbol	12
I.3	LUBLIN – TOŻSAMOŚĆ I CECHY OTOCZENIA LOKALIZACJI TERENÓW OBJĘTYCH KONCEPCJĄ	14
II.	<u>PRZEDMIOT, PODMIOT I CEL PRACY</u>	17
II.1	PRZEDMIOT OPRACOWANIA	17
II.1.1	Elementy fizjografii przedmiotowych terenów, dolina Bystrzycy - awangarda zieleni miejskiej	19
II.1.2	Elementy fizjografii doliny Bystrzycy – ewidencja obszarów objętych koncepcją	21
II.2	PODMIOT OPRACOWANIA	40
III.	<u>PRIORYTET, CELE OPRACOWANIA I WDROŻENIA KONCEPCJI</u>	43
III.1	SPODZIEWANE EFEKTY WDROŻENIA KONCEPCJI	44
IV.	<u>AKSJOLOGIA</u>	46
IV.1	METODA PRACY NAD KONCEPCJĄ	46
IV.2	DETERMINANTY	46
IV.3	INWENTARYZACJA MATERIALNYCH I NIEMATERIALNYCH WALORÓW ORAZ OKOLICZNOŚCI I MIEJSCA OBJĘTYCH KONCEPCJĄ	47
IV.3.1	Audyt walorów potencjału miejsca i okoliczności	49
IV.4	INSPIRACJE	63
IV.5	SPÓJNOŚĆ Z KONCEPCJĄ PRODUKTU ZBIORNIKA ZEMBORZYCKIEGO	64
IV.6	WYTYCZNE Z KONSULTACJI SPOŁECZNYCH	67
V.	<u>ANALIZA UWARUNKOWAŃ</u>	70
V.1	SPÓJNOŚĆ Z DOKUMENTAMI STRATEGICZNYMI I RAPORTEM OBEJMUJĄCYM OCENĘ JAKOŚCI ŻYCIA W LUBLINIE	70
V.1.1	Spójność ze Strategią Rozwoju Miasta Lublin	70
V.1.2	Spójność ze Studium Uwarunkowań i Kierunków Zagospodarowania Przestrzennego Miasta Lublina	71
V.1.3	Spójność z Koncepcją Rewaloryzacji Dolin Rzecznych	74

V.1.4	Spójność z Prognozą oddziaływania na środowisko projektu programu rozwoju i rewitalizacji miast dla Województwa Lubelskiego	79
V.1.5	Spójność z Raportem zawierającym informacje o ocenie jakości życia w Lublinie	80
V.2	UWARUNKOWANIA ZWIĄZANE Z ISTNIEJĄCYMI (ZASTANYMI) PLANAMI ZAGOSPODAROWANIA TERENÓW PRZYLEGLYCH	80
V.2.1	Stadion Miejski	81
V.2.2	Nowe położenie ulic: Muzycznej i Dzierżawnej	82
V.2.3	Międzynarodowe Targi Lubelskie	83
V.2.4	Nowy Park Rusałka – koncepcja społeczna rewitalizacji terenu	84
V.2.5	Nowy przebieg ulic: Nadbystrzyckiej - Janowskiej	87
V.2.6	Koncepcja Centrum Sportów Jeździeckich	88
V.2.7	Koncepcja budowy toru jeździeckiego	89
VI.	<u>ANALIZA TRENDÓW</u>	90
VI.1	WSTĘP	90
VI.2	SYNTEZA ANALIZY TRENDÓW RYNKOWYCH = ANALIZA SEGMENTACYJNA	90
VI.2.1	Nowa, polska klasa średnia	96
VI.2.2	Short breaks – krótka konsumpcja w czasie	96
VI.2.3	Raport – preferencje urlopowe Polaków	102
VII.	<u>BADANIA WZORCOWYCH INWESTYCJI</u>	104
VII.1	REWITALIZACJA ŚLEPIOTKI W KATOWICACH W RAMACH PROJEKTU REURIS	105
VII.2	PARK MLECZNA W RADOMIU	106
VII.3	DOLINA BIAŁEJ W BIAŁYMSTOKU	107
VII.4	STARY KANAŁ W BYDGOSZCZY – PROJEKT REURIS	109
VII.5	BULWARY NAD BRDĄ W BYDGOSZCZY	111
VII.6	BULWARY NAD NARWIĄ W ŁOMŻY	113
VII.7	MUD ISLAND RIVER PARK – USA	114
VII.8	RICHMOND PARK I KINGSTON RIDING CENTER W LONDYNIE	116
VIII.	<u>SYNTEZA UWARUNKOWAŃ</u>	121
VIII.1	WPROWADZENIE	121
VIII.2	GŁÓWNE WNIOSKI ANALIZY	123
IX.	<u>POD SZYLDDEM MARKI TERYTORIALNEJ</u>	128
IX.1	CZTERY PRIORYTETY STRATEGICZNE KONCEPCJI ZPR	128
IX.2	ZPR JAKO ZAŁĄŻEK BUDOWANIA MARKI TERYTORIALNEJ LUBLINA	129
IX.2.1	Marka terytorialna – podstawowe informacje	129
IX.2.2	IDEA SPOŁECZNA – Dolina Bystrzycy (strefa LubLinea)	131
IX.2.3	Lubelska klasa kreatywna konstituuje się przy koncepcji Strefy	132
IX.3	BIG IDEA NA 700 LECIE, LUBLIN 2017 - NASTĘPNYM POKOLENIOM	134

IX.4	LUBLINEA JAKO ZESPÓŁ PRZYRODNICZO – KRAJOBRAZOWY DOLINY BYSTRZYCY	135
IX.5	LUBLINIA/LUBLINEA JAKO KLASTER PRZEMYSŁÓW KULTURY, KREATYWNYCH I CZASU WOLNEGO	136
IX.5.1	Co to jest klaster?	136
IX.5.2	Ukonstytuowanie przemysłu kultury Lublina – ZPR jako impuls	137
IX.5.3	Jakie miałyby być cele lubelskiego super - klastra?	138
IX.6	LUBELSKA STREFA CZASU WOLNEGO JAKO INNOWACJA PRODUKTOWA – NOWA KATEGORIA	140
X.	<u>DEFINICJA REKOMENDOWANEGO MODELU STREFY CZASU WOLNEGO</u>	144
X.1	LUBLIN PLEASURE ZONE/STREFA CZASU WOLNEGO –LUBLINIA	144
X.2	STREFA CZYLI...	150
X.2.1	Definicja – podstawowe reguły funkcjonowania	150
X.2.2	Benefity działania w strefie	151
X.3	CZAS I WOLNOŚĆ W INTERIORZE	152
X.4	SYSTEM ORGANIZACYJNO – PRAWNY STREFY	154
XI.	<u>KONCEPCJA PROGRAMU ZINTEGROWANEGO PRODUKTU REKREACYJNO – TURYSTYCZNEGO RZĘKI BYSTRZYCY, JAKO STREFY CZASU WOLNEGO</u>	157
XI.1	NOMINOWANIE ATRAKCJI STREFY - FILOZOFIA	157
XI.2	PODSTAWOWE SYMBOLE TOŻSAMOŚCI STREFY	159
XI.3	PROPOZYCJE PROGRAMOWE	162
XII.	<u>SŁOWNICZEK - PODSTAWOWA TERMINOLOGIA UŻYWANA W OPRACOWANIU</u>	195

Rzeka

Wysłuchany w twą cichą piosenkę
Wyszedłem na brzeg pierwszy raz.
Wiedziałem już rzeko, że Kocham cię rzeko
Że odtąd pójdę z tobą.

O, dobrą rzeko,
O mądrą wodę.
Wiedziałaś gdzie stopy znużone prowadzić
Gdy sił już było brak.
Brak.

Wieże miast, luny światel.
Ich oczy zszarzałe nie rąz.
Witały mnie pustką, żegnały milczeniem
gdym stał się twoim nurtem

Po dziś dzień z tobą rzeko.
Gdzież począł, gdzie kres dał ci Bóg.
Ach życią mi braknie, by szlak twój przemierzyć,
by poznać twą melodię.

Wojciech Bellon, Wolna Grupa Bukowina

A czy znasz ty, bracie młody,
Twoje ziemie, twoje wody?
Z czego słyną, kędy giną,
W jakim kraju i Dunaju?

Wincenty Pol „Pieśń o ziemi naszej”

Część 1
dokumentacja
analizy

I. WPROWADZENIE

I.1 FILOZOFIA PRZEDSIĘWZIĘCIA

„Zanim opowiem o swej rzece, muszę wyjaśnić, czym jest dorzecze, to ogromne pole wpływów rzeki, z istnienia którego często nie zdajemy sobie sprawy, bowiem widać je tylko



na mapie i to takiej z dużą podziałką... mapa kapituluje w końcu przed tą nieskończoną zabawą, inaczej pogubiłaby się w szczegółach, ale my, którzy chodzimy po ziemi wiemy, że istnieją jeszcze źródła i maleńkie strumyki. Więc na mapie dorzecze wygląda jak drzewo ze swoimi korzeniami lub jak gigantyczny nerw

z siatką wypustek, jak naczynie krwionośne, do którego dochodzą mniejsze żyłki. Ten skomplikowany wzór powtarza się na liściach, zmarszczkach na ludzkiej skórze, konarach drzew, pożytkowaniu kwiatów. Jego różnorodność może budzić zdumienie. Lecz kiedy stoi się na ziemi, widok z lotu ptaka nie jest do niczego przydatny – dorzecze to przecież wszystko, co jest pod stopami: każda kropla rosy, kałuża...”. Olga Tokarczuk fragment eseju „Potęga Odry”, Kwartalnik Środkowoeuropejski KAFKA, 9/2003

Przywołany jako motto koncepcji tekst pieśni Wojtka Bellona i Wolnej Grupy Bukowina oraz powyższy cytat, oddają nasz stosunek do symboliki rzek. Nie jest to pierwsze opracowanie, w którym koncentrujemy uwagę na rzece. Każda rzeka to natchnienie oraz emanacja mądrości natury. Jej nurt, cierpliwe przemieszczanie mas wód, systematyczne ocieranie się o brzegi powoduje wytwarzanie się energii. Spokój i harmonia, dobra energia ale i groźna, ale przede wszystkim dobroczynne źródło niezbędnej do życia wody, – to siły, które czyniły z rzeki sacrum. Rzeka była dla naszych przodków bóstwem, emanacją wszystkiego co dobre, bezpieczne i życiodajne. Rozwój fazy cywilizacyjnej kultury uprzedmiotowił rzeki. Uczynił je trybami w maszynie produkcyjnej, bezdusznymi ciekami. Często po prostu ściekami. Odwróciliśmy twarz i respekt od rzek. Nie zmienia to faktu, że w nich nadal tkwi ta sama siła, ten sam magnes, który każe nam, ludziom zniewolonym przez nadmiar wszystkiego i dobrobyt, przypomnieć sobie czym była dla nas „rzeka dzieciństwa”. Czym w ogóle była rzeka w naszej historii. Intuicyjnie dążymy ku rzekom, odczuwamy ich zbawienny wpływ na nasz ustrój, czy samopoczucie. Trwa proces restytucji rzek. Oświecony człowiek (niestety w niewielkiej liczbie) podejmuje wysiłki przywrócenia im ich dawnej rangi...

Opracowanie jest jedną z takich prób - uczynienia z Bystrzycy toczącej wody przez Lublin na powrót „rzeki życia”. Odnalezienia zagubionej relacji pomiędzy człowiekiem, a siłą natury płynącej wody - jednego z czterech żywiołów w centrum miasta. Jest próbą zarysowania koncepcji funkcjonalnego balansu pomiędzy człowiekiem, a rzeką i jej brzegami. Bystrzyca przypomina lublinianom o swym trwaniu w postaci powodzi, wylewów, chwil srogości. Jest obecna w życiu spacerowiczów, wędkarzy i rowerzystów. To za mało. Na rzekę nie należy się obrażać ani patrzeć obojętnie. Tylko ją zrozumieć. I współpracować z nią tak, aby zrównoważyć poczucie zagrożenia dobrodziejstwami jej obecności.

Animator Projektu, Zarząd Miasta odczuwa taką potrzebę. O przywróceniu znaczenia Bystrzycy (i dwóch innych rzek) apelują interesariusze Lublina, czyli awangarda jego klasy kreatywnej (patrz słowniczek). Wszyscy dostrzegają istotny aspekt obecności i roli, jaką może odegrać w scalaniu terenów przyległych pod szyldem miejskiej (specjalnej) strefy. Urządzonego, zintegrowanego produktu rzeki, w którym koncentrować mogą się funkcje czasu wolnego. To nowa kreacja, jaką lublinianie szykują dla rzeki w jej dziejach. Wysiłki poczynione przez wspólnotę, aby uzyskać tytuł Europejskiej Stolicy Kultury 2016 tym razem nie zakończyły się powodzeniem. Ale tutejsza społeczność scaliła się wokół istotnej dla jej kondycji i autorytetu sprawy. Niepowodzenie wynikające z innego, niż oczekiwany werdykt konkursowego to tylko bolesne „ukłucie”. Skupioną energię należy wykorzystać do realizacji innego, ważnego, jak nie ważniejszego przedsięwzięcia. Opracowania i wdrożenia śmiałego projektu, jakiego jeszcze w Polsce, a nawet w Europie nie było. Stworzenia realnego dowodu na kreatywność społeczną miasta zasługującą na powszechny respekt.

Naukową wykładnią, uzupełniającą zaprezentowaną tu filozofię jest opracowanie lublinianina, doktora Sebastian Bernata¹: *„Doliny rzeczne są zarówno odrębnymi układami przyrodniczymi, jak i szczególnymi układami społeczno-gospodarczymi. Mając na uwadze złożone interakcje pomiędzy rzeką a człowiekiem można mówić o regionie nadrzecznym, czyli obszarze stanowiącym funkcjonalnie sprzężony układ produkcyjno-usługowy o profilu gospodarczym warunkowanym kompleksowym wykorzystaniem walorów środowiska i położenia nadrzecznego czy też o regionie kulturowym rzeki, albo o przestrzeni kulturowej rzeki (Drobek, 1993). Sam widok rzeki, choć nieraz bardzo piękny jest czymś niepełnym, jeśli nie jest uzupełniony bodźcami innego rodzaju: zapachowymi, akustycznymi itd. Jednak i on jest niepełny gdyż stanowi jedynie tło obiektywne, na które nakładają się odczucia powstałe na gruncie nabytych doświadczeń obserwatora. Doliny rzeczne w przestrzeni osadniczej są także elementem więzi społecznej i koncentracji mieszkańców realizujących tu swoje potrzeby: zmienności i stałości, ciszy i gwaru, spokoju i ruchu, samotności i*

¹ „Krajobrazy kulturowe dolin rzecznych. Potencjał i wykorzystanie. Doliny rzeczne i ich percepcja” – Sosnowiec 2010, Zakład Ochrony Środowiska, Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej kierowanego przez prof. Mariannę Harasimiukę.

udziału we wspólnocie, anonimowości i występowania na publicznej scenie, indywidualnego wyrażania swej osobowości (Wallis, 1971), zapewniają możliwość działań spontanicznych, pozwalających odreagować monotonię, rutynę i stres codziennego funkcjonowania, relaks psychiczny i fizyczny poprzez rozrywkę, wypoczynek i sport (Pancewicz, 2003). Najwięcej możliwości kreowania ciekawych przestrzeni nadrzecznych stwarza dolina rzeczna w mieście. Każde miasto nadrzeczne poprzez połączenie walorów przyrodniczych i kulturowych oraz dobrej kompozycji może posiadać wyjątkowy charakter. Odpowiednio ukształtowana przestrzeń nadrzeczna pozwala na wyeksponowanie zarówno elementów przyrodniczych, jak i otaczających ją powiązań architektonicznych i urbanistycznych (Pancewicz, 2003). Rzeka podnosi walory oraz dodaje kontrastu otaczającej ją architekturze, podkreśla istotę struktury urbanistycznej, umożliwia atrakcyjny odbiór przestrzeni miejskiej. Rzeka ma zdolność kreowania miejsc charakterystycznych, wyróżniających się oryginalnością formy, funkcji i treści, miejsc niezwykłych, dzięki którym miasto jest rozpoznawalne i kojarzone zarówno przez jego mieszkańców, jak i gości.

Na nasze doznania związane z krajobrazem nadrzecznym ma istotny wpływ punkt obserwacji. Ważne jest podkreślenie wartości rozległych panoram i widoków roztaczających się zarówno z nadrzecznych kulminacji krajobrazowych, jak i punktów widokowych. Krawędzie dolin rzecznych są często jedynymi miejscami umożliwiającymi komfort dalekiego patrzenia (Skalski, 2006). Panoramy nadrzeczne są identyfikatorami krajobrazu miejskiego, przekazywanymi przez pokolenia, są świadectwem historii i rozwoju miasta, dają poczucie trwałości kultury a także pozwalają na trójwymiarowy, przestrzenny odbiór wnętrza krajobrazowego. Bardzo ważną rolę odgrywają też odpowiednio zaprojektowane bulwary, mosty i kładki (Pancewicz, 2003; Gubańska, 2009). Kształtowanie przestrzeni publicznych umożliwiających bezpośredni kontakt z rzeką sprzyja spajaniu obu brzegów rzeki, łagodzeniu barier komunikacyjnych związanych z obecnością rzeki. Nie tylko same odczucia wizualne robią na człowieku ogromne wrażenie, ale także dźwięki i zapachy jakie wydaje woda. Plusk wody uspokaja, powiew nadrzeczny chłodzi w gorący dzień. Stąd lubimy przebywać i odpoczywać w pobliżu wody. Warunkiem koniecznym jest jednak odpowiednia jej czystość, brak uciążliwych zapachów czy hałasu.

Wspomnieć jeszcze należy, że nadrzeczna przestrzeń osadnicza może prowokować działania artystyczne, które mogą wzbogacać kulturowo sferę dźwiękową miasta a przez to percepcję rzeki. Próbką stworzenia dźwiękowej strefy kojącej Warszawy jest koncepcja kół wodnych które można instalować na barkach wiślanych w pobliżu brzegu rzeki (Skalski, 2008).

Ważnym źródłem przeżyć w krajobrazie są, obok wzrokowych, wrażenia słuchowe. Spośród różnorodnych dźwięków najważniejsze są dźwięki przyrody (m.in. śpiew ptaków, rechot żab, szum i plusk wody, szum drzew), szczególnie charakterystyczne dla koryta rzeczno i jego sąsiedztwa. Natomiast niedoceniane są dźwięki kulturowe (kultury życia codziennego), co wynika zapewne z kojarzenia ich z hałasem (dźwiękami cywilizacji)."

- Drobek W., 1993: *Region nadrzeczny*. [w:]: *Karta kulturowa rzeki. Referaty wygłoszone na sympozjum w Rudach 4-5 listopada 1992*. Wyd. „Śląsk”, Katowice, s.
- Gubańska R., 2009: *Percepcja rzeki w krajobrazie kulturowym*. *Architektura krajobrazu 2/2009*. Uniwersytet Przyrodniczy Wrocław. S.37-47.
- Pancewicz A., 2003: *Rzeka w krajobrazie miasta*. Wyd. Politechniki Śląskiej, Gliwice.
- Pawłowska K., 2008: *Przeciwdziałanie konfliktom wokół ochrony i kształtowania krajobrazu. Partycypacja społeczna, debata publiczna, negocjacje*. Wyd. PK, Kraków.
- Skalski J., 2008: *Wykorzystanie siły wody i wiatru do tworzenia kojących przestrzeni dźwiękowych w krajobrazie miasta* *Prace Komisji Krajobrazu Kulturowego PTG nr 11*. Instytut Nauk o Ziemi UMCS, Komisja Krajobrazu Kulturowego PTG, Lublin, s.153-162.
- Stawarz A., 2007: *O święto Warszawy nad Wisłą*. W: Stawarz A. (red.), *Miasto po obu stronach rzeki – różne oblicza kultury*. Polskie Towarzystwo Etnologii Miasta. Muzeum historyczne m.st. Warszawy, Muzeum Niepodległości, Warszawa, s. 229-242.
- Wallis A., 1971: *Socjologia i kształtowanie przestrzeni*. PIW Warszawa.

UWAGA, w opracowaniu zastosowano dwa skróty literowe odpowiednio identyfikujące:

ZPZ –Zintegrowany Produkt Zbiornika Zemborzycznego

ZPR – Zintegrowany Produkt Rzeki

I.2 RZKA – SYMBOLIKA, TOŻSAMOŚĆ „PRODUKTU RZKI”

Motto: „...Konieczność... zdefiniowania tożsamości polskiej... musiałaby być redefinicją, procesem debaty nad ponownym samookreśleniem, może dekonstrukcją tego, co zastane, i odczytywaniem subtekstu naszej kultury...”².

I.2.1 Tożsamość Bystrzycy i okolic

żeby był produkt musi być koncepcja
żeby była koncepcja musi być pomysł
żeby był pomysł musi być inspiracja
żeby była inspiracja musi być świadomość
żeby była świadomość musi być tożsamość

Zaprojektowana i udokumentowana tożsamość przedsięwzięcia będzie filarem promocji oraz konkurowania. Tożsamość w ujęciu syntetycznym jest „dowodem osobistym” produktu, firmy, producenta, lokalnej społeczności. Jest systemem (kodem) osobowości i jej przeszłych oraz współczesnych symboli, naturalnym odzwierciedleniem kondycji Animatora Projektu (tu miasta Lublin). Tożsamość to „samoidentyfikacja”. Od poziomu wiedzy producenta (albo społeczności)

² Prof. Maria Janion historyk literatury i idei na wykładzie w Polskiej radzie Biznesu 2004

o tym co ją tworzy, zależna jest autentyczność i wiarygodność emitowanego wizerunku stworzonego produktu. Z natury wizerunek ten jest subiektywny.

Mieszkaniec oraz turysta – docelowi odbiorcy produktu rzeki, będą postrzegali wizerunek koncepcji, albo jako spójny i logiczny, albo wywołujący w ich świadomości nieporządek. Na tej podstawie stworzą swoje wyobrażenie o: Lublinie, Animatorze Projektu, środowisku społecznym i jego liderach (interesariuszach). Wreszcie – co najważniejsze - o samym produkcie, czy jest „kuszący” czy nie. Stworzone wyobrażenie będzie głównym motywem i inspiracją do podjęcia decyzji o odwiedzeniu miejsca i zakupie tutejszych produktów. Definiując tożsamość koncepcji pamiętaliśmy że: **wszelka wiedza i jej różne wątki, powinny stanowić redukcję różnorodności do jednej tożsamości. Jest to uniwersalna zasada jedności. BEZ TOŻSAMOŚCI NIE MA GOSPODARNOŚCI. Czyli skutecznego biznesu.**

Fundamentami tożsamości są symbole: materialne i duchowe. Umożliwiają wyróżnienie indywidualności na tle powszechności. Wizerunek zbudowany na bazie tożsamości będzie miał nieskończenie wiele interpretacji, ponieważ „prawda” jest w oku patrzącego. Tyle będzie „prawd” o Lublinie i jego strefie czasu wolnego ile oczu. Ponieważ każdy spektator inaczej postrzeże ten sam obraz. Dlatego już w fazie koncepcyjnej, a następnie w pozostałych fazach inwestycyjnych należy dążyć do osiągnięcia jak najbardziej spójnego obrazu produktu.

Odbiorcy o podobnym odbiorze obrazu (produktu) stworzą docelowy segment rynku (popyt). Ponieważ przedsięwzięcie w myśl interesu społecznego powinno być rentowne, marketing strefy powinien być skoncentrowany na kreowaniu i przesyłaniu komunikatu korzyści dla wyznaczonych „targetów”, zapewniającego ułatwioną identyfikację.

Konstrukcja tożsamości produktu Bystrzycy będzie opierać się na znakach, znaczeniach i symbolizowaniu. Łącznie stworzą one esencję tożsamości, która pozwoli odróżnić produkt od konkurencji. Sama esencja nie jest jednak „smaczna”. Wymaga zastosowania „rozcieńczalnika” (jak wrzątek w herbacie) w postaci holistycznej kultury przedsięwzięcia, jakim jest wielowątkowe środowisko Lublina. Wymagać będzie także wielu dodatków (korzyści dodane i psychologiczne), aby otrzymany produkt kusił wyjątkowym „aromatem/klimatem” miejsca!

To samorząd i środowisko gospodarcze Lublina w formule partnerstwa publiczno -prywatnego³ przyjmą odpowiedzialność za kondycję i wizerunek wytwarzanych przez siebie produktów pod marką Bystrzycy. „Dobre wzorce” produktów o zbliżonym profilu do koncepcji ZPR zostały przedstawione w dalszej części materiału.

³ Rekomendacje w tej materii przedstawiliśmy w pierwszym opracowaniu dotyczącym koncepcji zagospodarowania zbiornika Zemborzyckiego

1.2.2 Bystrzyca jako symbol

Symbole są to cielesne metafory duchowych rzeczy. Tomasz z Akwinu

Podobnie jak tożsamość, osobowość marki stworzą różne symbole związane czasowo i przestrzennie z miejscem (m. in.: osobowości – np. postać Wincentego Pola, fakty historyczne – np. obecność toru wyścigów konnych, zjawiska – np. lessowa warstwa litosfery itp. itd.) - sprowadzone do jednego znaku i wizerunku.

Zidentyfikowany, ważny symbol ma inspirować do tego aby przedmiot, który utożsamia kojarzył się z całością. **Symbol określa pewną obiektywną prawdę o miejscu, rzeczy, osobie. Prawda ta może być interpretowana powierzchownie lub głęboko. Symbol zawiera skondensowane meritum, które w dogodnych warunkach konsumpcji można rozwinąć w intrygującą fabułę. Symbol zawsze oddziałuje fascynująco, niezależnie od miejsca występowania obrazu... Wszystko może mieć funkcję symboliczną, ale mówi się o jakiejś rzeczy w kategoriach symbolu wtedy, gdy niesie w sobie szczególnie ładunek emocjonalny, a nawet pewną tajemniczość. Symbol obok cech nośnika wartości kulturowych powinien posiadać charakter perswazyjny.**

Zasadniczą cechą symbolu Bystrzycy (i innych symboli, które się nań składają) jest to, że jego pamięć jest starsza niż pamięć współczesnego otoczenia. Dlatego odkrywanie znaczenia Bystrzycy i jej nowego kontekstu kulturowego będzie znakomitym narzędziem komunikowania.

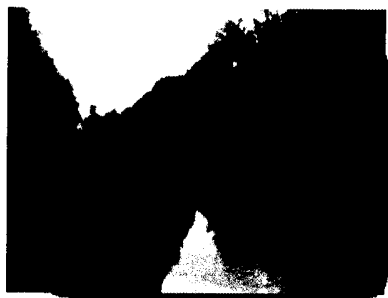
Rekomendujemy podjęcie takich działań kratywnych, aby dążyć do „jednofrazowości” komunikatu korzyści. Czyli aby ZPR doliny Bystrzycy jak i Lublin, były rozpoznawalne bez konieczności stosowania interpretacji, wyjaśnień, szeregu „chwytów” literalnych, mających obrazowo lub słownie opisać „o co chodzi z tym produktem”. Jaka jest jego konstrukcja, forma i przekaz.

W przestrzeni geograficznej istnieje wiele „pierwszoligowych” miejsc, „jednofrazowych”, których definicja nie wymaga dodatkowych objaśnień, np.: Wenecja, Kazimierz Dolny (zwany „nad Wisłą”), Nałęczów czy Przystanek Woodstock itd. Do osiągnięcia statusu miejsca „mówisz i wiesz” przyczynić się może konsekwencja w budowaniu świadomości marki, albo „to coś dane od Boga”, co wyposaża miejsce w klimat bez udziału człowieka.



Feliks Kaczanowski ok. 1930

Przystępując do pracy proces kreatywny rozpoczęliśmy od odpowiedzi na pytanie, czym jest rzeka, jaki jest ładunek emocjonalny tego zjawiska towarzyszącego człowiekowi od zarania dziejów?

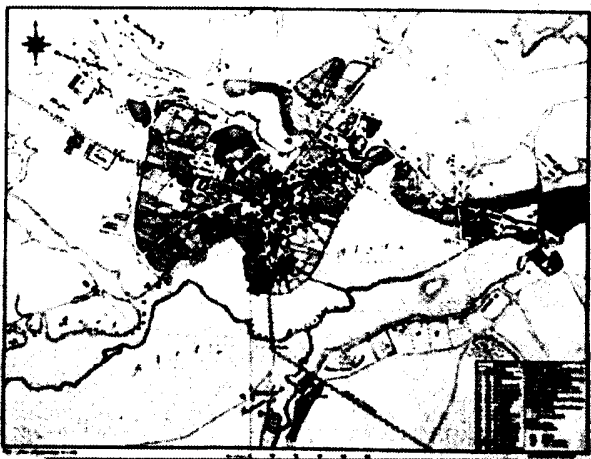


Rzeka⁴ – symbol ambiwalentny, odpowiadający twórczej sile natury i czasu. Z jednej strony symbolizuje żyzność i płodność, z drugiej strony nieodwracalny upływ (czasu). Mimo, że woda jest przeciwieństwem ognia, symbolizuje te same pojęcia co on: stworzenie, karę i oczyszczenie (rytuał oczyszczenia). Rzeka jest żywym tworem natury, prowadzącym wody od źródeł do ujścia – symbolizuje życie. Z rzeką związanych jest wiele metafor, aforyzmów i przysłów. Przede wszystkim znany jest motyw upływu czasu

i wody: nie wchodzi się drugi raz do tej samej rzeki. Jest naturalnym źródłem harmonii i rytmu. Rzeka jest źródłem życia (woda), rzeka daje siłę, orzeźwienie, uspokojenie, ukojenie.

Przede wszystkim, umożliwia powrót w górę jej biegu, pod prąd (patrz „Tryptyk Rzymski” Karola Wojtyły) i dążenie do symbolicznych „źródeł” – a więc do sedna tajemnicy pochodzenia.

Woda to także podatność i wrażliwość, a przede wszystkim żywioł macierzyński: wielkie bóstwa żeńskie (słowiańskie Boginki), boginie -macierze są jednocześnie boginiami wody: rzek i mórz. I wreszcie woda oznacza tłumy, zbiorowości, społeczności. W świętych księgach często jest mowa o miastach położonych nad



brzegami wód. Choć metropolie leżą najczęściej nad brzegiem morza lub dużej rzek, przez określenie „miasto położone nad brzegiem”, należy rozumieć stolicę znaczącego narodu.

Lublin leży nad niewielką rzeką. Ale ze starych rycin dowiadujemy się, że „żywej wody” przy obrzeżach miasta było niegdyś o wiele więcej (rozlewiska, stawy itd.). **Bystrzycę czeka ponowny, historyczny awans. Godność rzeki, która nada sens nowemu wizerunkowi Lublina w obliczu zbliżających się jego oficjalnych, siedemsetletnich urodzin.**

⁴ Opracowano i skorzystano z cytatów: Juan Eduardo Cirlot „Słownik symboli” Wydawnictwo Znak oraz Jean Prieur „Symbole świata, u bram tajemnic” Wydawnictwo TOMaCO, Warszawa



I.3 LUBLIN – TOŻSAMOŚĆ I CECHY OTOCZENIA LOKALIZACJI TERENÓW OBJĘTYCH KONCEPCJĄ

Treść opracowana na podstawie informacji na:
<http://zwiedzaj-polske.pl/Lublin>

Lublin – największe z miast wschodniej Polski (na prawym brzegu Wisły) i stolica województwa lubelskiego nieprzerwanie od 1474 roku oraz Lubelszczyzny. Jest położone na Wyżynie Lubelskiej (na granicy Płaskowyżu Nałęczowskiego i Płaskowyżu Świdnickiego). Jest dziewiątym miastem w kraju pod względem liczby ludności z ok. 353,5 tys. mieszkańców; piętnastym pod względem powierzchni (147 km²). Na terenie miasta do Bystrzycy wpadają dwie strugi: Czarniejówka i Czechówka. Prócz tego przepływa przez miasto czwarta rzeka



– Krężniczanka zwana również Nędznicą. Lublin jest członkiem Unii Metropolii Polskich. Jest też głównym miastem aglomeracji lubelskiej (650 tys. mieszkańców).

HISTORIA

Po raz pierwszy wymieniany na piśmie w 1198. Nazwa znana jest z 1228

(Lublin). Pochodzi ona od nazwy osobowej *Lubla* utworzonej od imienia Lubomir, poprzez dodanie przyrostka *-la*. Na Sławinie, tuż obok Ogrodu Botanicznego UMCS Na Sławinie, archeolodzy odkryli cztery cmentarzyska pochodzące z różnych epok w tym grobowce kultury pucharów lejkowych, pochodzące sprzed 5 tysięcy lat. Początki osadnictwa na wzgórzu Czwartek (nazwa wzgórza pochodzi od odbywających się w czwartki jarmarków) sięgają VI wieku. Na zamkowym wzgórzu w X wieku powstała drewniana budowla obronna, która w XII wieku zyskała miano kasztelanii. Na Wzgórzu Staromiejskim powstało miasto. Pierwszą świątynię chrześcijańską według legendy wybudował w 1282 książę Leszek Czarny. Prawa miejskie na prawie magdeburskim Lublin uzyskał prawdopodobnie za czasów Bolesława Wstydliwego około 1257 roku (jak Kraków). Jednak ten akt lokacyjny nie zachował się. Następnej lokacji dokonał Władysław I Łokietek 15 sierpnia 1317. W 1341 Kazimierz III Wielki odniósł pod Lublinem zwycięstwo nad Tatarami, a rok później wydał miastu kolejny przywilej lokacyjny, tzw. regulacyjny, na mocy którego miasto otoczono murami. W 1474 Kazimierz

Jagiellończyk ustanowił tu stolicę nowo powstałego województwa lubelskiego, wyodrębnionego z województwa sandomierskiego. W wiekach XV-XVI miasto przeżywało rozkwit, dzięki szlakowi handlowemu znad Morza Czarnego na zachód Europy, czego efektem jest piękne lubelskie Stare Miasto. W 1569 w Lublinie zawarto unię lubelską Polski z Litwą (litewska nazwa Lublina – *Liublinas*). W połowie XVII wieku Lublin uległ zniszczeniu w wyniku wojen (najazdy kozackie, potop szwedzki) oraz epidemii (5 tys. ofiar dżumy w 1630).

W XVI i XVII wieku był tu główny ośrodek reformacji. Działała tu jedna z ważniejszych gmin braci polskich. Działał tu także zbór kalwiński. W mieście w XVI wieku pracowała już drukarnia żydowska, od ok. 1630 drukarnia polska, a od 1687 drukarnia jezuicka. W XVII wieku, na fali ogólnopolskich konfliktów narodowościowych i gospodarczego zastoju, upadają słynne jarmarki lubelskie. Na skutek wojen i rewolt kozackich (1648-1650) z miasta emigrowała większość kupców z Europy. W 1655 Lublin został splądrowany przez wojska rosyjsko-kozackie, szczególnie ucierpiała w tym czasie dzielnica żydowska. W 1656 miasto złupili Szwedzi, dopełniając aktu zniszczeń lubelskiej zabudowy i dziesiątkując populację. W 1686 zaczęto grać Hejnał Miasta Lublina. Kolejne lata przyczyniły się do dalszego upadku miasta, głównie za sprawą trwającej wojny północnej (początek XVIII wieku). W 1703 August II nadał miastu przywilej zrównujący je w prawach do miasta Krakowa. W tym czasie nastąpił okres rozbudowy miasta, głównie siedzib magnackich i dóbr kościelnych. Ukształtowało się oblicze dzisiejszego Krakowskiego Przedmieścia.



Po ogłoszeniu Konstytucji 3 Maja, przyjętej z entuzjazmem w mieście, Lublin posiadał swego pierwszego prezydenta – Teodora Gruell-Gretza, niezwykle zasłużonego rozwojowi miasta. Po III rozbiorze w 1795 miasto znalazło się pod panowaniem Austrii. W 1809 miasto zostało włączone do Księstwa Warszawskiego. W 1815 znalazło się w Królestwie Kongresowym. Ludność miasta w 1873 wynosiła 28,9 tys., a w 1897 wzrosła do 50,2 tys. W 1877 zbudowano pierwsze połączenie kolejowe. Podczas I wojny światowej rosyjski odwrót i zajęcie miasta przez wojska niemieckie i austro-węgierskie w lecie 1915 ostatecznie zakończyły rosyjskie rządy w mieście. W 1914 r. pojawił się projekt państwa "od morza do morza" – *Federacji Wschodnioeuropejskiej* - którego stolicą podobno miał być Lublin. W 1918 założono Katolicki Uniwersytet Lubelski.

W nocy z szóstego na siódmy listopada 1918 w mieście utworzono rząd Ludowy Republiki Polskiej pod przewodnictwem Ignacego Daszyńskiego, był to pierwszy rząd odradzającej się Rzeczypospolitej Polskiej. W 1939 Lublin liczył 120 tys. mieszkańców. Od września 1939 do

lipca 1944 miasto znalazło się pod okupacją niemiecką jako część Generalnego Gubernatorstwa. Realizując politykę terroru i represji głównie wobec inteligencji polskiej oraz gminy żydowskiej, Niemcy hitlerowcy utworzyli ciężkie więzienie Gestapo na Zamku w Lublinie, przez które przeszło 40 000 Polaków. Niemcy utworzyli obóz koncentracyjny – Majdanek oraz getto dla ludności żydowskiej, zlikwidowane w 6 tygodni na wiosnę 1942. Podczas Zagłady zniknęło zginęło całe tzw. Miasto Żydowskie - około 40 tys. lubelskich Żydów, stanowiących przed 1939 ponad 1/3 ludności miasta. Po wyzwoleniu w 1945 r. Lublin przez prawie 6 miesięcy był stolicą Polski.

GEORAFIA

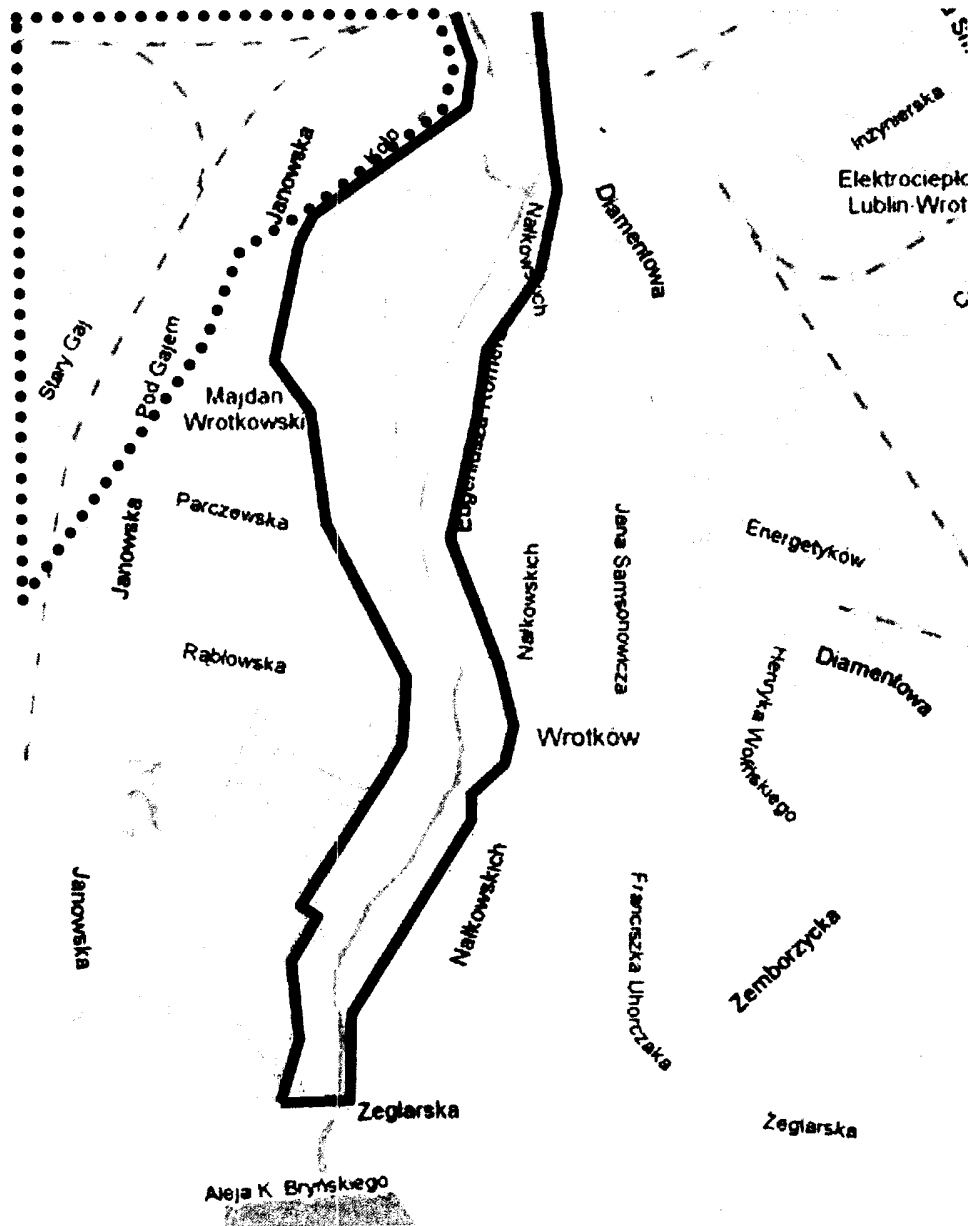
Dolina Bystrzycy dzieli miasto na dwie odmienne krajobrazowo części – lewobrzeżną z urozmaiconą rzeźbą terenu, głębokimi dolinami i starymi wąwozami lessowymi oraz prawobrzeżną, płaską, będącą częścią płaskowyżu świdnickiego. Kilkanaście kilometrów na północ od miasta rozciąga się już Niż Polski. Historycznie miasto położone jest w Małopolsce.

KLIMAT





Średnia roczna temperatur powietrza wynosi +8,0°C. Najcieplejszym miesiącem jest lipiec, ze średnią temperatur +18,7°C, najzimniejszym styczeń –5,0°C. Okresy letni i wegetacyjny trwają dość długo (odpowiednio 100-110 i 210-220 dni). Średnia roczna suma opadów wynosi ok. 550 mm, przy największym natężeniu w miesiącach letnich (220 mm), a najmniejszym w zimowych. Czas zalegania pokrywy śnieżnej wynosi 80 dni.



http://www.google.pl/imgres?q=Lublin&um=1&hl=pl&sa=N&rlz=174GGLL_p1L343PL343&biw=1280&bih=600&tbm=isch&tbnid=nQ6FZVDtgr9OM:&imgrefurl=http://diastolandia.wordpress.com/2010/05/14/lublin-z-lotu-pta/&docid=B8fek5TAa43qM&w=529&h=415&ei=OxNMTrLL6B3EAgStxgBw&zoom=1&iact=rc&dur=138&page=1&tbnh=134&tbnw=167&start=0&ndsp=1&ved=1t:429,r:0,s:0&tx=77&ty=88

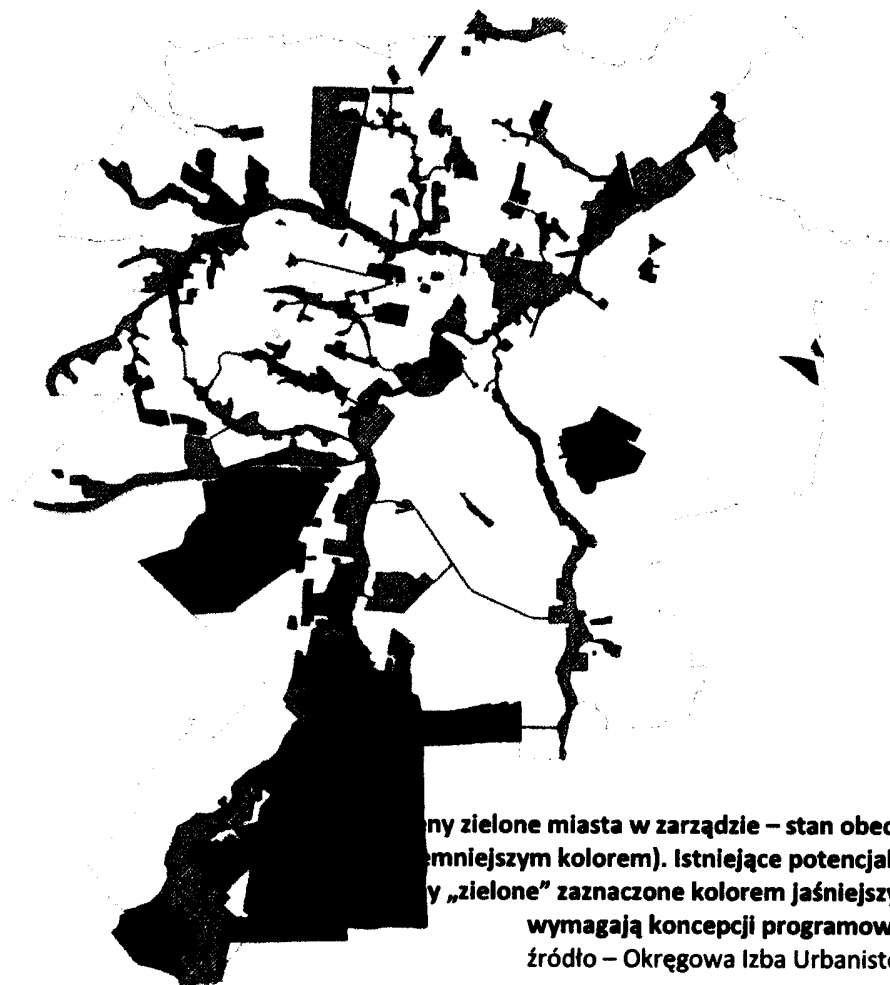


LEGENDA:

-  zasięg obszarów objętych opracowaniem koncepcji
-  tereny przyszłego stadionu piłkarskiego, którego funkcje należy uwzględnić w koncepcji
-  tereny zielone „dolinki” komunikującej pieszych i rowerzystów poprzez trasy rowerowe z obszarami objętymi opracowaniem koncepcji
-  tereny włączone do zakresu opracowania w wyniku konsultacji merytorycznych (w tym społecznych)

II.1.1 Elementy fizjografii przedmiotowych terenów, dolina Bystrzycy - awangarda zieleni miejskiej

Fizjografia umożliwia podział i kwalifikowanie terenów dla potrzeb planowania przestrzennego. Kwalifikowanie na podstawie aktualnych i spodziewanych zmian (pod wpływem gospodarczej działalności człowieka) określa się jako fizjografię urbanistyczną.



ny zielone miasta w zarządzie – stan obecny
(ciemniejszym kolorem). Istniejące potencjalne
y „zielone” zaznaczone kolorem jaśniejszym
wymagają koncepcji programowej.
źródło – Okręgowa Izba Urbanistów

W swoich granicach Lublin posiada trzy lasy: największy Las Dąbrowa położony przy zbudowanym w 1974 sztucznym zbiorniku zwanym Zalewem Zemborzyckim, Stary Gaj położony na zachodzie miasta (jego częścią jest rezerwat brzozy czarnej w podlubelskim Stasinie Polnym) i najdalej na południe wysunięty Las Prawiedniki. W Lublinie znajduje się także kilka parków. Najstarszy z nich Ogród Saski (nazwa od 1860 na wzór warszawski) położony przy al. Racławickich, został założony w 1837 na pofałdowanych terenach dominikańskich. Początkowo

ogrodzony i ekskluzywny, jednak na początku XX wieku pod presją społeczną stał się ogólnie dostępny. Drugim pod względem wieku parkiem w mieście jest Park Bronowicki (Miejski) na dawnej rogatce zamojskiej. Obecnie zaniedbany.

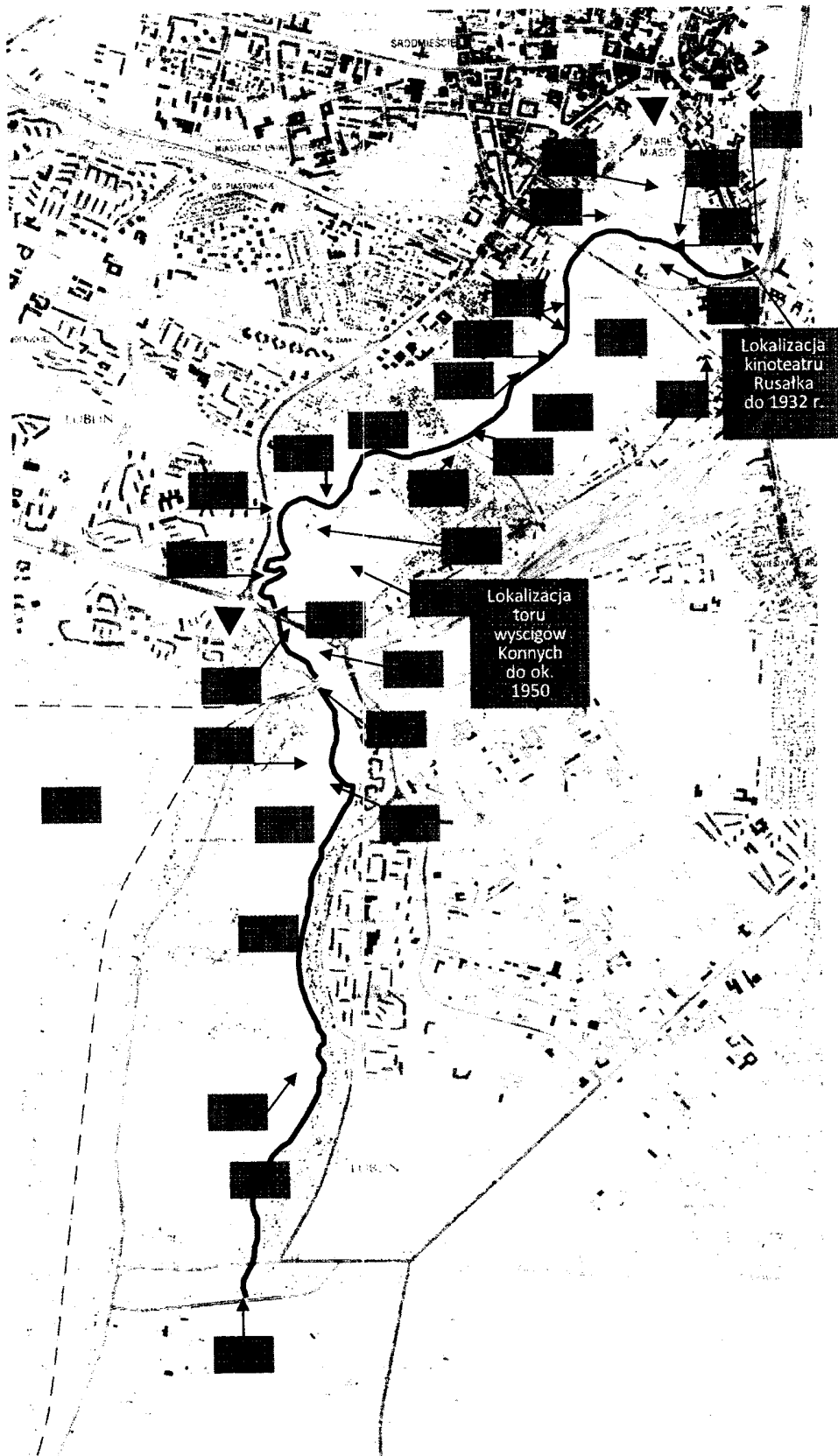
Po II wojnie światowej na podmokłych terenach nad Bystrzycą stworzono Park Ludowy. W jego południowo-wschodniej części znajduje się hala Lubelskich Targów. Bardzo ważnym ośrodkiem jest lubelski Ogród Botaniczny UMCS na Sławinku. Innymi terenami zielonymi spełniającymi funkcje parków są: wąwóz pomiędzy dzielnicami LSM i Czuby (częściowo zagospodarowany przez ogródki działkowe), Górki Czechowskie, wąwóz pomiędzy Kalinowszczyzną a os. XXX lecia, teren zielony pomiędzy ul. Lipińskiego, a Kompozytorów Polskich.



II.1.2 Elementy fizjografii doliny Bystrzycy – ewidencja obszarów objętych koncepcją

Wybrane elementy naturalnych cech doliny Bystrzycy obejmują charakterystykę rzeźby terenu, układów przestrzennych, krótki opis specyfiki terenów nadrzecznych. Notki uzupełnione są o opinię nt. formy, w jakiej utrzymywane jest środowisko naturalne inwentaryzowanych przestrzeni. Pozostałe elementy analizy fizjograficznej (klimat, stosunki wodne, świat zwierzęcy i roślinność zostały wyczerpująco zrelacjonowane w opracowaniu koncepcji ZPZ.

W tym celu na ilustracji – mapie rzeki, która znajduje się na sąsiedniej stronie umieszczono numerowane odnośniki, które odsyłają do komentarza i fotografii obrazujących omawiany fragment terenów.





1 Most tzw. „neogotycki” na ul. Zamojskiej. Ulica ta jest „ślepa” – most służy tylko ruchowi pieszemu i rowerowemu. W obecnej chwili poddany gruntownemu remontowi. Most zwieńczony betonową balustradą z przeźrocami. Planowane jest odtworzenie charakterystycznych pinakli uprzednio postawionych na balustradzie. Przy nim MOSiR zamontował przystań dla kajaków.



2 Park Rusałka w chwili obecnej jest w stanie zaawansowanej dewastacji. Środkiem, poprzecznie do rzeki i ogródków działkowych zwrócona w kierunku panoramy ul. Bernardyńskiej prowadzi betonowa aleja – używana jako bezpłatny, dziki parking oraz miejsce spacerów. Dwa boiska sportowe są jak całość terenu zaniedbane. Zieleń również.



2 Park Rusałka – okalająca go od północy skarpa z panoramą Starego Miasta stanowi unikatowy element krajobrazu Lublina.

2 Park Rusałka – obraz dewastacji, widok od strony ciek



biegnącego równoległe do ul. Wesola. Równie nieestetyczne jest sąsiedztwo zbudowań mieszkalnych ulic: Wesolej i Doliny M. Panny.

Z obserwacji wynika, że jest to obszar zamieszkiwany przez ludność niezamożną i margines społeczny. Kontrastuje z wizerunkiem patrycjuszowskiej atmosfery skarpy ul. Bernardyńskiej.



2 Park Rusałka – równoległe do wschodniego brzegu z fragmentarycznym ogrodzeniem prowadzi ścieżka skierowana w stronę pn. partii ulicy Dolina Marii Panny. Dróżka jest wykorzystywana przez rowerzystów, jako skrót prowadzący z ul. Rusałka w kierunku Starego Miasta.



2 Park Rusałka – ścieżka prowadząca obok zabudowań ul. Dolina Marii Panny – łącznik parku i doliny rzeki z centrum miasta – Placem Wolności i dalej Krakowskim Przedmieściem. U stóp kamienic rozlokowały się lokatorskie komórki gospodarcze, klecone z „byle czego”...



3 „dziki pasaż” wykorzystywany przez pieszych i rowerzystów, ułatwiający i skrcający komunikację pomiędzy rzeką na wysokości stadionu Motoru, a ul. Rusałka. Niebezpieczne i nieoznaczone miejsce przekraczania jezdni. Intuicyjnie wydeptany, oznacza naturalny wybór optymalnej drogi poruszania się.



4 dolina rzeki w sąsiedztwie kompleksu MOSIR. Po lewej stronie widoczne ogrodzenie dwufunkcyjnego stadionu (piłka nożna, żużel) Motoru (5). W tle widoczne domy mieszkalne LSM. Na środkowym planie po obu brzegach rzeki widoczne są filary dawniej istniejącej kładki prowadzącej do kompleksu stadionowego. Mniej więcej w tym miejscu znajduje się wylot pasażu opisanego powyżej.



5 obiekty MOSIR – (Centrum H₂O i Icemania) przy Al. Zygmuntowskich. Planowana jest rozbudowa obiektu i wyposażenie w nowe funkcje przez Spółkę. Bardziej szczegółowy opis kompleksu i oferty znajduje się w dalszej części opracowania.

5 obiekty MOSiR – spojrzenie z kierunku pd –zach. Widoczne obwałowanie i oświetlenie stadionów. W chwili obecnej stadiony nie są zmodernizowane m. in. z powodu uczestnictwa w rozgrywkach lig niższych.

6 widok z trasy pieszo - rowerowej na ogródki działkowe „Nasza Zdobycz” – w głębi wieże klasztoru przy ul. Bernardyńskiej, dominujące nad lokalizacją pn. Rusałka (trudno ją nazwać parkiem w obecnym stanie). Ogródki są w satnie użytku ekstensywnego. Służą nie tylko „przydomowym” uprawom, ale i szeroko rozumianej „rekreacji” dzierżawców i ich gości.

7 – okolice Szkoły Muzycznej

i Plastycznej – widok z trasy na most na ul. Piłsudskiego. Trasa bezkolizyjnie prowadzi pod mostem. Po prawej stronie widoczne zadrzewienia Parku Ludowego (8). Trasa ma charakter dwufunkcyjny: pieszo- rowerowy. W niektórych miejscach ławki zamontowano omyłkowo na skraju wydzielonego ciągu dla rowerzystów.





7- Kładka pieszo – rowerowa, łącząca trasę na wysokości Szkoły Muzycznej i Plastycznej z Parkiem Ludowym (8) widocznym w tle.



8 Park Ludowy – jako całość można uznać za zapuszczony i zarządzany w stopniu, zapewniającym jedynie jego naturalną egzystencję – pozostaje w stanie dziczyałym. Ścieżki oraz dróżki – zwłaszcza asfaltowe są zniszczone (wybrzuszenia i spękania na asfalcie). Drzewostan stary – nie pielęgnowany. Trawniki zarośnięte chwastami. Na obrzeżach parku – na styku z terenami przemysłowymi cukrowni „żuleria” urządziła dzikie altanki i „pjalnie”.



8 Park Ludowy – w głębi widoczne zabudowania Międzynarodowych Targów Lubelskich (9). Targi obecnie zajmują pn-wschodnie naroże parku (plany ekspansji). Alejka główna wiodąca z kier. Alei J. Piłsudskiego służy jako praktyczny skrót wiodący na dworzec. Z obserwacji wynika, że dwoma głównymi użytkownikami parku są właśnie podróżni oraz dzieci wraz z opiekunami.



10 pd.– zach. skraj Parku Ludowego przy rzece – widoczne po prawej splantowane tereny osadników cukrowni (obecnie zasypane).

W tym miejscu powstanie przeprawa nowej trasy ul. Muzycznej przez Bystrycę, łączącej nową trasę Zieloną z lewobrzeżnymi terenami miasta.



11 tereny przeznaczone pod Stadion Miejski – widok z pd. skraju Parku Ludowego. Tereny uwolnione po cukrowni – w tym miejscu były zlokalizowane osadniki. W dali widoczne zabudowania LSM na wznieśieniu. Czy jest to najkorzystniejsza lokalizacja pod ogromną inwestycję „twardą” stadionu, biorąc pod uwagę warunki podłoża? Realizacja inwestycji ul. Muzycznej definitywnie wykluczy ten teren jako atrakcyjny krajo-
brazowo potencjał dla urządzenia unikalnego „pasma zieleni w środku miasta”, wiodącego od Rusałki, przez ogródki działkowe, Park Ludowy aż po skraj ul. Krochmalnej.



11 – tereny przeznaczone pod Stadion Miejski, bulwary rzeki do których kompleks stadionowy będzie przylegał. W głębi widoczny most ze służą na rzece. Na pierwszym planie jedna z rzeczonych wcześniej „piałni” pod chmurką.



12 – obwałowania rzeki -jeden z najbardziej malowniczych fragmentów koryta. W dali widoczny zwarty pas zieleni Parku Ludowego. Idylliczność tego obrazu zakłóci przeprawa – most na przedłużonej w kierunku stadionu ul. Muzycznej. W planach zagospodarowania stadionu przewidywane jest stworzenie na widocznym, prawym brzegu pasa ogólnodostępnej zieleni.



13 –most/ śluza - w tym miejscu znajduje się „przenoszka” na trasie spływu kajakowego. Docelowo, po przebudowie ma stanowić jeden ze strategicznych ciągów pieszych, wprowadzających spektatorów od strony ul. Nadbystrzyckiej (via ul. Wapienna) i terenów osiedli mieszkaniowych LSM na tereny stadionowe. Pas gruntów na lewej (niewidocznej) pierzei wałów zajmuje ciąg ogródków działkowych (14).



14 „mieszkaniówka”ul. Wapiennej i ogródki działkowe „Wapienne” – jedno z wielu nadrzecznych skupisk ubogiej zabudowy. Z pewnością nie jest to wizytówka dla nowego image terenów rekreacyjnych. Są to tereny zalewowe i zaniedbane. Traktowane jako śmieciowisko. Jednak biorąc pod uwagę lokalizację – jedno z najcenniejszych nieruchomości w Lublinie (mowa jest w istocie o wszystkich, nadbystrzyckich ogródkach działkowych).

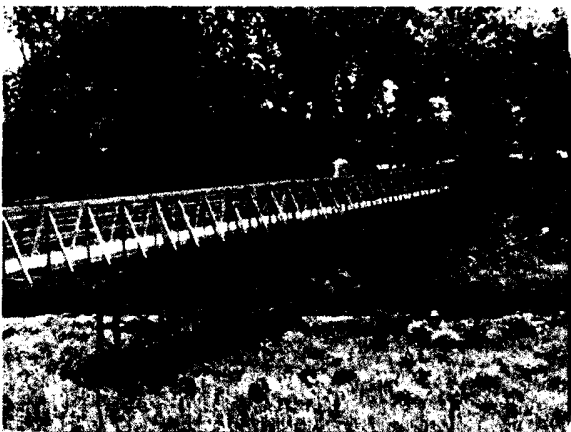


14 ogródki działkowe „Bystrzyca”. Wraz z ogródkami „Wapienne” tworzą barierę dla swobodnej dostępności do doliny rzecznej. Generalnie rzecz ujmując – wszystkie powierzchnie, jakie zajmują tak zorganizowane przestrzenie (także te oddzielające Lublin Bike Park czy Rusałkę od rzeki), stanowią infrastrukturalną „przegrodę” i wątpliwy akcent estetyczny.



15 widok *vis à vis* ogródków działkowych „Bystrzyca” na ul. Dzierżawną. Jest to obszar ubogiej zabudowy a la slums. Tereny o wysokim poziomie wód gruntowych (nieustanne podciekanie i zlania domów spowodowane brakiem kolektora). W oddali zabudowania magazynowe cukrowni. W przyszłości planowane jest wysiedlenie tych terenów i poprowadzenie „nowej” trasy Dzierżawnej z mostem przez Bystrzycę. Niestety będzie to kolejna po ul.

Muzycznej infrastrukturalna przegroda dzieląca unikalny pas terenów zielonych.



16 przeprawa kładką przez Bystrzycę, przeprowadzająca trasę pieszo – rowerową z prawego, na lewy brzeg rzeki w okolicach ul. Przeskok (sic). Widoczne zabudowania typu magazynowego. Za nimi tereny przedwojennego toru wyścigów konnych i powojennych (już zlikwidowanych)działek pracowniczych „Wyścigi” wraz z

kopleksem Lubelskiego Klubu Jeździeckiego.

17 ul. Nadbystrzycka – w tym miejscu łączą się dwa szlaki rowerowe – wiodący w kierunku doliny (na prawo), oraz widoczny prowadzący wzdłuż ulicy do centrum miasta. Jest to jeden z kilku węzłów szlaków rowerowych, umożliwiającą przedostanie się cykliście z terenów LSM i dolinek „Rury” na nabysrzyckie tereny rekreacyjne. Postulowane połączenie dolinek z terenami nadrzecznymi wymagać będzie budowy bezkolizyjnej kładki napowietrznej zbierającej ruch z zielonego pasa wzgórz i dolinek. Po lewej widoczny „zielony” wylot dolinki.



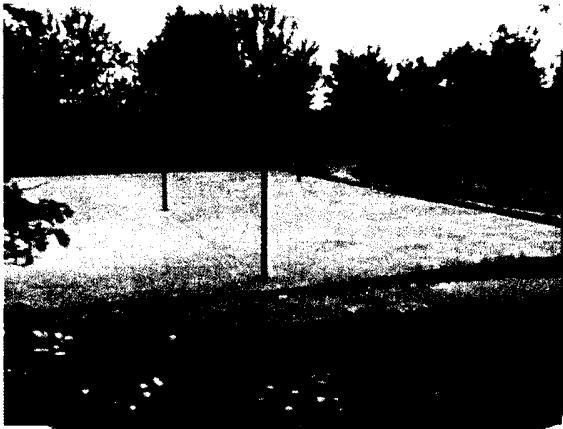
18 – „Lubelska Rospuda”, albo Czarna Hańcza. Najbardziej urokliwy i przypominający leśną, dziką rzekę fragment doliny. Teren, w którym rzeka naturalnie meandruje. Co jest ciekawe, znajduje się w bardzo bliskim sąsiedztwie bardzo ruchliwych: mostu na ul. Krochmalnej oraz ul. Nadbystrzyckiej. Widoczek z wędkarzem jawi się jako motyw typowego landszaftu.



19 most „Krochmalny”- po remoncie swoją szatą wpisuje się w nastrój panujący w dolinie rzeki. Pod nim przeprowadzono bezkolizyjnie trasę pieszo-rowerową. Z poziomu wody, uczestnik splotywu nie ma świadomości, że znajduje się w środku miasta. Za zakrętem czekają go niezwykle wrażenia meandrowania wraz z rzeką w jej najbardziej dzikiej części. Niestety wrażenia wzrokowe (brunatność wody i nieczystości na brzegach) nie są korzystne.



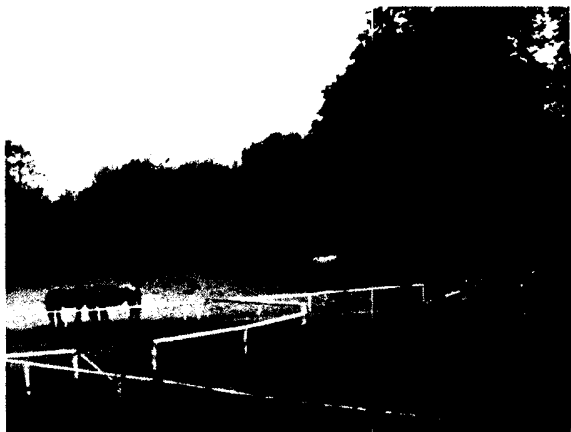
19 ul. Krochmalna - samochody na moście, na ostatnim planie widać zabudowania osiedla mieszkaniowego przy ul. Szczytowej, które położone jest w znakomitym punkcie widokowym na całą dolinę w kierunku północno-wschodnim. Na planie ogólnym miejsce to oznaczono ikoną „punkt widokowy” (podobnie jak skarpe ul. Bernardyńskiej).



20 zaniedbane boisko asfaltowe do gier zespołowych ręcznych - znajdujemy je po prawej stronie trasy, w okolicach mostu nad Bystrzycą na ul. Krochmalnej w zachodnim rogu nieruchomości położonej przy rondzie Krochmalna – Diamentowa. Sąsiaduje z „dzikim” boiskiem do piłki nożnej (23).



21 okolice wjazdu na teren Lubelskiego Klubu Jeździeckiego od ulicy Krochmalnej. Zwały gruntu, to prawdopodobnie ślady rozpoczętej inwestycji budowy toru wyścigów konnych.



**21 LKJ – ujeżdżalnia nad
Bystrzycą**



**21 tereny klubowe (szczegółowa
prezentacja w rozdziale
inventaryzującym atrakcje). Tu
widoczne oznaki prac ziemnych,
związanych z utwardzaniem
gruntu pod przerwana
inwestycję toru wyścigów
konnnych. Zasypywanie gruzem
i ziemią naturalnej warstwy
torfowiskowej, optymalnej dla
poruszania się koni.**



**22 tereny przedwojennego
Lubelskiego Toru Wyścigów
Konnnych (w istocie funkcjonował
do lat 50-tych XXw, w 1947
odbyła się tu ostatnia gonitwa).
Szczegółowy opis w rozdziale
inventaryzującym atrakcje
miejsca. W głębi zabudowa
mieszkalna ul. Ciepłej. Po II WŚ
tereny te przeznaczono pod
ogródki pracownicze. Na
satelitarnym zdjęciu google maps
widoczny jest nadal zarys toru. Z
danych źródłowych dowiadujemy
się, że zajmował obszar ok. 24 ha.**
**23 „polne” boisko do piłki nożnej
znajdujące się pomiędzy doliną**



rzeki, a węzłem komunikacyjnym Krochmalna – Diamentowa. Piesi oraz rowe-rzyści wytyczyli tu dzikie ścieżki, dzięki którym można skrócić drogę od strony mostu kolejowego na rzece i ul. Janowskiej w kierunku na rzeczony rondo. Po prawej stronie od widocznej bramki, oparty o nasyp kolejowy. Znajduje się nieużytek łąki o powierzchni ok. 1 ha.



23 widok na lewy brzeg rzeki na wysokości „polnego” boiska do piłki nożnej. Widoczna biała fasada, to rozbudowywana nieruchomość w miejscu gdzie ulica Nadbystrzycka skręca pod kątem 90° w kierunku rzeki. Element infrastruktury zakłócający naturalny porządek terenów nadrzecznych. Przykład braku poglądu na strategiczny rozwój przestrzeni, która powinna być chroniona krajobrazowo.



24 most kolejowy – pełni rolę symboliczną – generalnie dolinę można podzielić na dwie strefy „do mostu” o specyfice miejskiej i „za mostem” o specyfice podmiejskiej – sielskiej. Na pierwszym planie kolejna przeprawa trasy na lewy brzeg. Po wyprostowaniu ulicy Nadbystrzyckiej wzdłuż mostu zostanie uwolniony pas zieleni o szerokości około 30-50 m, w którym będzie można urządzić trasę tranzytową dla jeźdźców w kierunku Lasu Stary Gaj. Na prawo od mostku zjazd w kierunku kolejnego nieużytku nadrzecznego ograniczonego ul. Nałkowskich.



24 panorama z mostem kolejowym tu trasa skręca w prawo na widoczny mostek. Po lewej pas zieleni, to potencjalny „przepust” o którym była mowa w kierunku Lasu Stary Gaj.



25 pas torfowiskowych łąk po zachodniej stronie trasy – tworzy łącznie w dużym przybliżeniu powierzchnię około 35 -40 ha gruntów wolnych nie licząc terenów ogródków działkowych (co najmniej drugie tyle). Tereny znakomicie nadające się do hippiki oraz urządzania parków o terenach sprzyjających crossom - o urozmaiconym ukształtowaniu i pofałdowaniu.



26 las Stary Gaj – w koncepcji odgrywa znaczącą rolę. Dostęp do niego pieszych i koniarzy (rowerzyści z tym nie mają problemu) od strony doliny rzecznej jest możliwy, pomimo obecności ul. Janowskiej stanowiącej poprzeczną przegrodę infrastruktury drogowej. Potocznie nazywany Starym Lasem o powierzchni 460 hektarów może tworzyć dodat-



kową przestrzeń zorganizowanej strefy wypoczynku.

27 prosty odcinek trasy. Zachęca do rozwijania większych szybkości na rowerze. Podzielony jest na dwa pasy: pieszy i rowerowy poprzez odznaczenie innym kolorem kostki brukowej. Takie rozwiązanie tworzy potencjalne niebezpieczeństwo kolizji rowerzysty ze spacerowiczem. Rozdzielenie kolorystyczne nie jest wystarczające.



28 jeziora reliktowe, utworzone w warstwie gleb torfowo-błotnych i próchnicznych, nadają terenom urozmaicony charakter. Obecnie bardzo zanieczyszczone, poprzez m. in. traktowanie ich jak wysypiska śmieci. Po oczyszczeniu i objęciu programem , swoją obecnością stworzą znakomity potencjał do urządzenia tu alternatywnych atrakcji typu „nad wodą”.



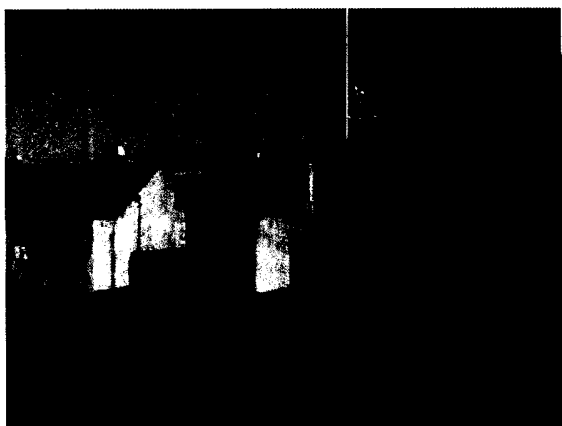
28 jeziora reliktowe cd.



29 spływy kajakowe – Bystrzyca posiada znakomite warunki dla organizowania na niej atrakcji aktywności na wodzie, w tym spływów. Uczynienie z niej atrakcyjnego, spławnego szlaku wymaga jednak surowszej polityki ochrony wód i brzegów. Szczegóły nt. tras i programów spływów – patrz dalej.



29 rzeczka jak błyszcząca wstążeczka (parafraza wiersza J. Tuwima) – rzeka w jej górnym odcinku sprawia wrażenie malowniczej, toczącej wody przez wiejskie ustronia. Tylko przezierający przez zarośla zarys dachów uświadamia, że jesteśmy w mieście.

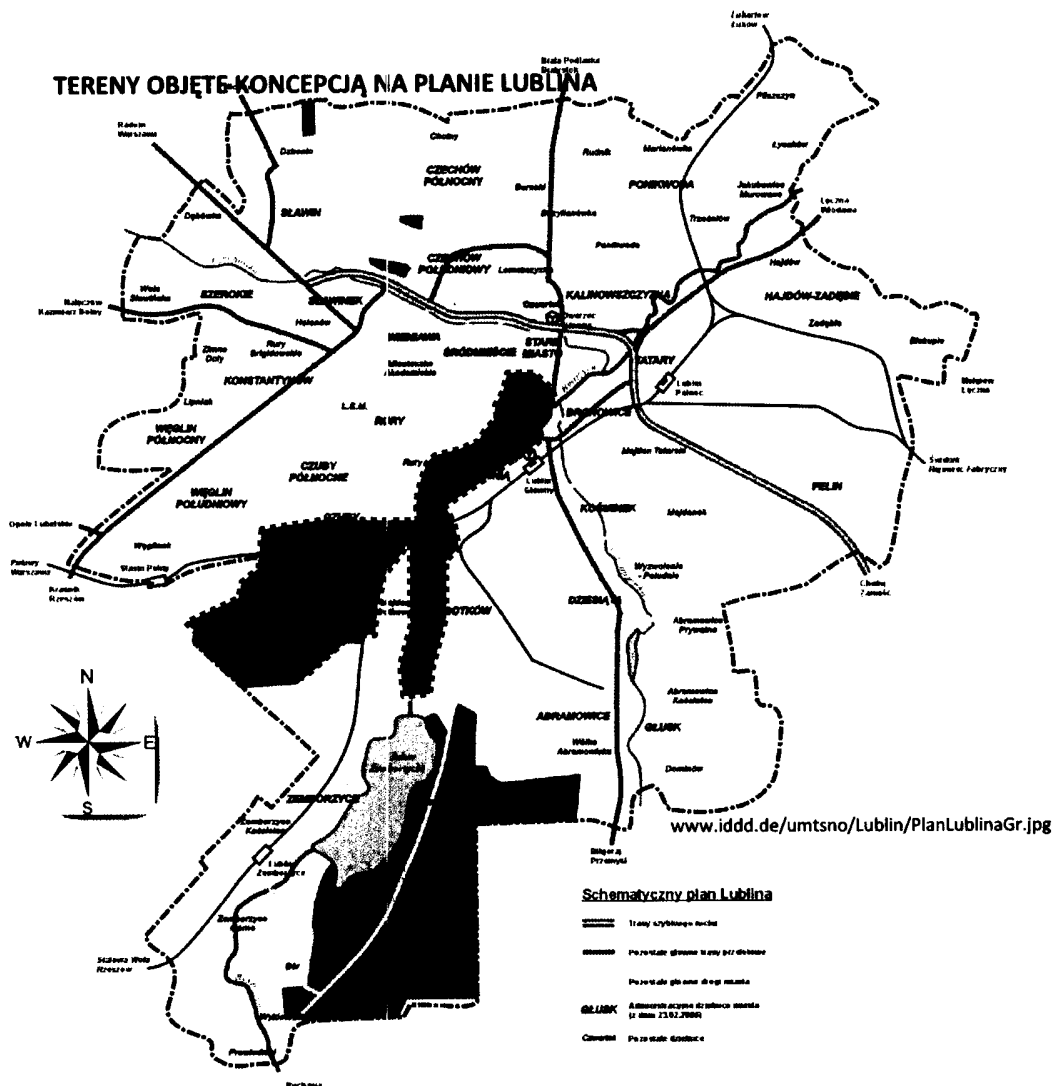


30 zaporą na zbiorniku Zemborzyckim – tu kończy się (lub zaczyna) trasa pieszo-rowerowa łącząca „Morze Lubelskie” i „Port Lublin” (patrz opracowanie koncepcji ZPZ) z miastem. Tym samym nasuwa się myśl, że tworzy ona swoistą promenadę wiodącą z głębi lądu nad morze. Uruchomienie na osamotnionej wieży sędziowskiej prawdziwej latarni morskiej (planowane na 2012 rok) wrażenie takie z pewnością

wzmocni.

II.2 PODMIOT OPRACOWANIA

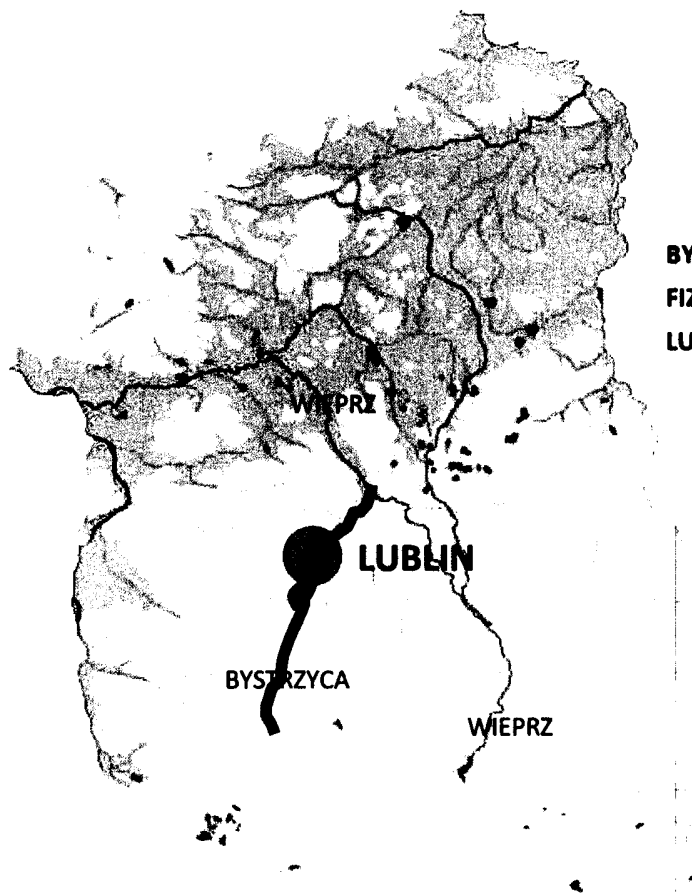
Podmiotem opracowania jest rzeka Bystrzyca, dolina wokół koryta rzeki oraz tereny przyległe zaznaczone na planie.



Dla ułatwienia identyfikacji przedmiotu opracowania przyjęto termin: Koncepcja Zintegrowanego Produktu Rzeki, w skrócie ZPR (w pierwszym tomie opracowania wykonanego w 2010 r. - koncepcji dla Zbiornika Zemborzyckiego zastosowano skrót ZPZ).

Bystrzyca - lewy dopływ Wieprza, jedna z ważniejszych rzek Wyżyny Lubelskiej. Swoje źródła ma w Sulowie (na wysokości 227 m n.p.m.). Całkowita długość rzeki wynosi 70,3 km, a powierzchnia jej dorzecza 1315,5 km². Poniżej miejscowości Spiczyn (na wysokości 152 m

n.p.m.) uchodzi do Wieprza. Według źródeł pochodzących z XIV i XV w. wieś nosząca taką samą nazwę jak rzeka, w 1325 r. nosiła nazwę *Bestritia*, bądź *Bystrzyca Radzibogi*.



**BYSTRZYCA NA MAPIE
FIZYCZNEJ WOJ.
LUBELSKIEGO**

Źródło mapy: http://pl.wikipedia.org/wiki/Wojew%C3%B3dztwo_lubelskie

Charakterystykę rzeki i obszarów nadbrzeżnych, a zwłaszcza jej geomorfologię oraz bioklimat zacierpnęliśmy z dokumentu planistycznego „Koncepcja Rewaloryzacji Dolin Rzecznych”:

Główna oś hydrograficzna miasta, ma w jego granicach długość 22,5 km. Od mostu kolejowego po ulicę Kalinowszczyzna została „ogrobowana” aby stworzyć zabezpieczenie na wypadek tzw. 500-letniej wody (0,2%). Średnia szerokość tak przetworzonego koryta ma 10,4 m, a szerokość w świetle wałów 44m, średnia głębokość koryta to 1,2m, zaś wysokość grobli – 3,7 m. Dolina Bystrzycy w wyniku wielowiekowego zagospodarowywania straciła naturalny charakter. Rozdziela tereny o odmiennej genezie. W części zachodniej i północno – zachodniej rzeźba terenów wynika z akumulacji i erozji lessowych wzgórz. Po przeciwnej stronie rzeki mamy tereny zalewiskowe, torfowiska oraz skały przykryte cienką warstwą pyłów lessopodobnych.

Generalnie dolina Bystrzycy jest asymetryczna: zachodnie, lewe zbocze jest wyższe i bardziej strome (mniej więcej od mostu kolejowego w kierunku na północ), wschodnie zaś płytkie i przechodzące w teren o ukształtowaniu wierzchowinowym. Pierwotna forma dolinna została przekształcona antropogenicznie. Użytkowanie terenu nie doprowadziło generalnie do zmian typów i form rzeźby (za wyjątkiem wzniesionych wałów przeciwpowodziowych, grobli, wyrobisk – przyp. aut.). Lecz regulacja stosunków wodnych skutkowałą większymi zmianami gleb. Eksploatacja na południe od mostu kolejowego spowodowała degradację litosfery⁵. Przekształcenia powierzchni spowodowała również lokalizacja wysypisk odpadów komunalnych w rejonie ul. Rusalki i Zawilcowej.

W klimacie miasta dolina Bystrzycy i dwóch pozostałych rzek spełnia następujące funkcje:

- Jest obszarem, do którego sphywa chłodne powietrze w terenów wierzchowinowych, a więc powietrza zanieczyszczonego pyłami i gazami z emisji komunalnej, przemysłowej i komunikacyjnej.
- Poprawia klimat bioklimatyczny miasta poprzez regulację temperatury i wilgotności w okresach ciepłych i suchych.
- Wraz z przyległymi dolinami „suchymi” stanowi główny korytarz przewietrzania miasta, ma decydujące znaczenie w procesie cyrkulacji powietrza w skali miasta.

Do doliny przylega kompleks starodrzewu Stary Gaj o drzewostanie mieszanym. Występują tu pojedyncze drzewa, albo ich skupiska, głównie drzewostanu typu łęgowego. W zagłębieniach doliny występują siedliska ekosystemów torfowiskowych (dominuje Turzyca pospolita – *Carex Fusa*). W starorzeczach, w strefie nadbrzeżnej występują zbiorowiska szuwarowe. Zwartym kompleksem przylegającym bezpośrednio do rzeki jest zadrzewienie Parku Ludowego (powstał na terenach zalewiskowych po II WŚ).

Opis uzupełnia następująca charakterystyka⁶: południowe stoki doliny rzeki Bystrzycy są piaszczyste i względnie płaskie, lekko wznoszące się w kierunku południowym. Podobnie na ogół ukształtowane są brzegi doliny rzeki Czarniejówki. Rzeka Bystrzyca, płynąca od źródeł ku północy z lekkim odchyleniem ku wschodowi, minąwszy Wrotków wyraźnie skręca na północny wschód. Długość doliny rzeki na terenie obecnego Lublina od zwężenia przy Wrotkowie do drugiego zwężenia na Kalinowszczyźnie wynosi 5,2 km, szerokość zaś sięga 1 km. Pośrodku tej szerokiej doliny wciną się w nią od północy półwysp wyżynny (dawny Żmigród). U wylotu doliny zalega pośrodku wyspowa piaszczyste wzniesienie wypreparowane przez wody Bystrzycy i Czarniejówki.

⁵ Wikipedia: sztywna powłoka Ziemi obejmująca skorupę ziemską i górną część płaszcza ziemskiego.

⁶ http://biblioteka.teatrnn.pl/dlibra/Content/9063/Dzieje_Lublina_Proba_syntezy_T_I.pdf

III. PRIORYTET, CELE OPRACOWANIA I WDROŻENIA KONCEPCJI

Priorytetem koncepcji jest:

STWORZENIE MARKOWEGO PRODUKTU REKREACYJNO – TURYSTYCZNEGO DLA TERENÓW OBUSTRONNIE PRZYLEGLYCH DO RZEKI BYSTRZYCY NA ODCINKU POMIĘDZY ZAPORĄ NA ZBIORNIKU ZEMBORZYCKIM, A NEOGOTYCKIM MOSTEM PRZY ULICY ZAMOJSKIEJ.

Priorytetowy cel strategiczny opracowania, parafrazując komentarz Zlecającego (Prezydent Miasta) jest następujący:

CEL 1: przywrócenie Bystrzycy mieszkańcom Lublina - podniesienie atrakcyjności miasta (inwestycje w atrakcje): zewnętrznej, a zwłaszcza wewnętrznej, istotnej np. w świetle zjawiska zmniejszania się jego populacji

pozostałe cele strategiczne:



**Jak będziemy
świętować 700-lecie
Lublina?**

*„Nie wiadomo, jak uczymy
przypadającą w 2017 roku okrągłą
rocznicę 700-lecia nadania
Lublinowi praw miejskich. Na razie
tylko ośrodek w Bramie Grodzkiej
zaczął prace nad nową lokacją
miasta... w świecie cyfrowym...”*

**BIG
IDEA!**

CEL 2: uświetnienie obchodów 700 – lecia lokacji Lublina - miasto w unikalny sposób uświetnia obchody siedemsetnych urodzin - wspólnota miasta realizuje śmiały i spektakularny projekt strefy czasu wolnego. W ten wyjątkowy sposób zamiast wznosić pomniki i organizować jednorazowe imprezy okolicznościowe, pozostawia następnym pokoleniom dowód rozumności, kreatywności oraz gospodarności.

CEL 3: **wyróżnienie Lublina na tle innych polskich i zagranicznych miast** - wzmocnienie konkurencyjnego wizerunku miasta, zdefiniowanie i opisanie mitu miejsca oraz wyreżyserowanie unikalnego produktu na jego kanwie.

CEL 4: **wzmocnienie kampanii wizerunkowej województwa "Lubelskie. Smakuj życie"**

CEL 5: **wzmocnienie nowymi funkcjami czasu wolnego istniejącego programu funkcjonalnego stadionu miejskiego**

III.1 SPODZIEWANE EFEKTY WDROŻENIA KONCEPCJI

Oczekiwane efekty wdrożenia koncepcji - cele cząstkowe zdefiniowane w trakcie fazy analitycznej:

deglomeracja funkcji czasu wolnego z terenów Starego Miasta, gdzie skoncentrowana jest większość szlaków turystycznych,

połączenie funkcjonalne (łącznik) centrum miasta z planowanymi inwestycjami czasu wolnego na terenie zalewu Zemborzyckiego – Morza Lublin – drugi etap planowania koncepcyjnego,

wzmocnienie impresji: Lublin miastem inspiracji – pomimo niepowodzenia w batalii o status Europejskiej Stolicy Kultury 2016 miasto poczuło „apetyt na sukces” i posiada dynamikę oraz potencjał kapitału ludzkiego, gotowe na tworzenie przedsięwzięć nieprzeciętnych,

zaniedbane środowisko przyrodnicze i kulturowe rzeki otrzyma gospodarza i system zarządzania, w którym jednym z celów będzie dbałość o walory przyrodnicze terenów nadrzecznych oraz koryta rzeki,

pierwsza w Polsce, kompleksowa, miejska strefa czasu wolnego, skalą wyprzedzająca pierwowzór Malty w Poznaniu:





powstanie niespotykany w Polsce kompleks wypoczynku w środku miasta, a w nim m.in. jedyny w swoim rodzaju park tematyczny edukacji i rozrywki **GEOPOL** vel **GEOPOLIS** vel **GEOCAMPUS**, który programem z pewnością dorówna idei Centrum Nauki Kopernik,

zintegrowany produkt czasu wolnego rzeki, jako „spoiwo” tematyczne służące uporządkowaniu przestrzeni materialnej i duchowej na terenach objętych koncepcją – rozwój drugiego etapu strefy czasu wolnego,

zainicjowanie dokumentowania „talentu miejsca” oraz sposobu na budowanie markowej grupy zarządzania posiadanymi zasobami klasy kreatywnej – wynikająca z tego procesu inicjacja marki terytorialnej (wspólnotowej) obok komercyjnej (wizerunkowej),

powstaną nowe miejsca pracy i nowe pole dla rozwoju lokalnej przedsiębiorczości – wdrożenie koncepcji wpłynie na poprawę standardów życia mieszkańców i przyjezdnych,

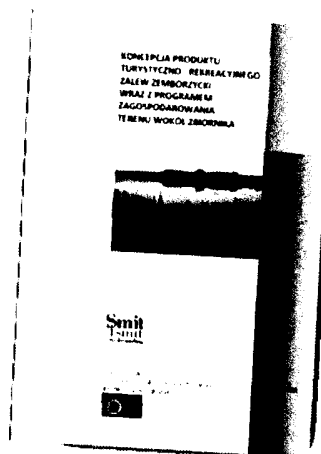
nastąpi wyposażenie miasta w nowe urządzenia i obiekty infrastrukturalne, a także w bazę rekreacji i wypoczynku.

IV. AKSJOLOGIA

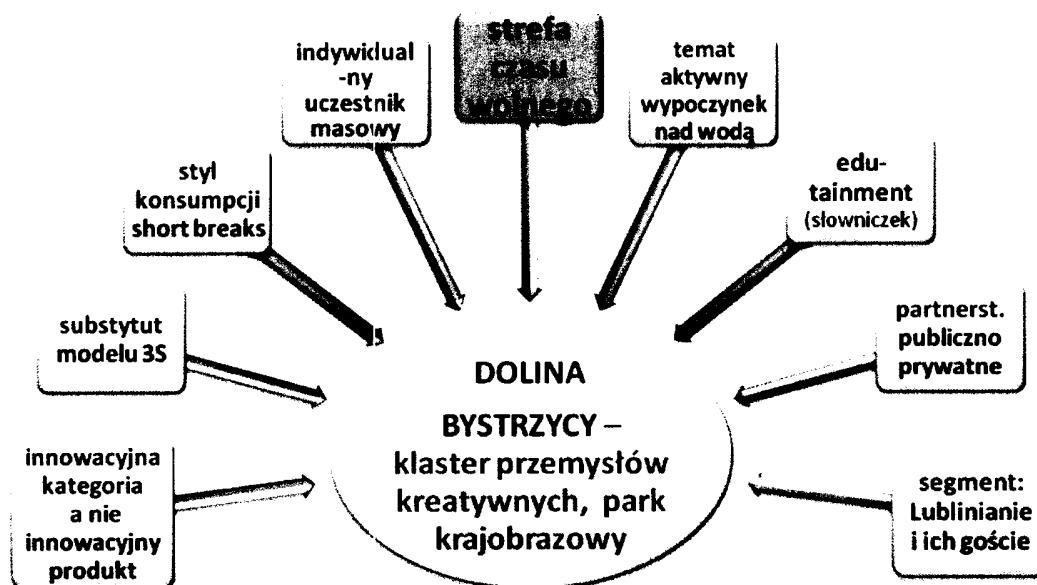
IV.1 METODA PRACY NAD KONCEPCJĄ

Metodyka, jaką zastosowano przy opracowaniu ZPR jest została szczegółowo przedstawiona w pierwszym tomie dokumentującym: „Koncepcja produktu turystyczno-rekreacyjnego Zalew Zemborzycy wraz z programem zagospodarowania terenu wokół zbiornika”.

Dokumentacja ta zawiera szereg rekomendacji dotyczących rozwoju produktów czasu wolnego, zarówno w zakresie okoliczności i miejsca oraz optymalnego modelu zarządzania w warunkach partnerstwa publiczno – prywatnego.



IV.2 DETERMINANTY KONCEPCJI (ZA ZPZ)



IV.3 INWENTARYZACJA MATERIALNYCH I NIEMATERIALNYCH WALORÓW I ATRAKCJI ORAZ OKOLICZNOŚCI I MIEJSCA - OBJĘTYCH KONCEPCJĄ

Wśród wielu systemowych składników potencjału turystycznego, na pierwsze miejsce wysuwają się walory: materialne i niematerialne oraz istniejące, nieliczne atrakcje. Ich inwentaryzacja umożliwi wytypowanie tych, które mogą stanowić rdzeń oraz zestaw: podstawowych, dodatkowych oraz oczekiwanych korzyści skomponowanych w postaci produktu turystycznego.

atrakcja – zidentyfikowany materialny lub niematerialny **walor** miejsca poddany procesowi zarządzania. Podstawowy element produktu turystycznego. Zaspokaja potrzeby emocjonalne – uzasadnia wybór miejsca wypoczynku. Jest najważniejszym argumentem zakupowym w tym procesie. Podnosi siłę konkurencyjności, w konsekwencji skuteczność rynkową. Zasadniczy podział na atrakcje materialne i niematerialne obrazuje granicę między materią, a niematerią - metafizyką. W wyjątkowych okolicznościach infrastruktura i specyficzne usługi mogą być atrakcją. **Zasadniczą rolę w podjęciu decyzji zakupowej ma sposób zaaranżowania atrakcji, a nie sama atrakcja** – co stanowi klucz do integracji produktów. Naturę i meritum znaczenia atrakcji, jako najsilniejszego magnesu i aktywności w czasie wolnym oddaje angielskie: *attraction* – siła przyciągania. Słowo to w postaci bezokolicznikowej: *to attract* oznacza: przyciągać, wabić, nęcić, skierować na siebie czyjąś uwagę. Warto także odwiedzić w słowniku słówko *magnetism*. Zatem atrakcja to coś, co przyciąga, a nawet pociąga, co już należy do bardziej intymnych i magnetycznych czyli feerycznych doznań zmysłowych. Mówi się zresztą o czymś, że ma magnetyczną siłę przyciągania.

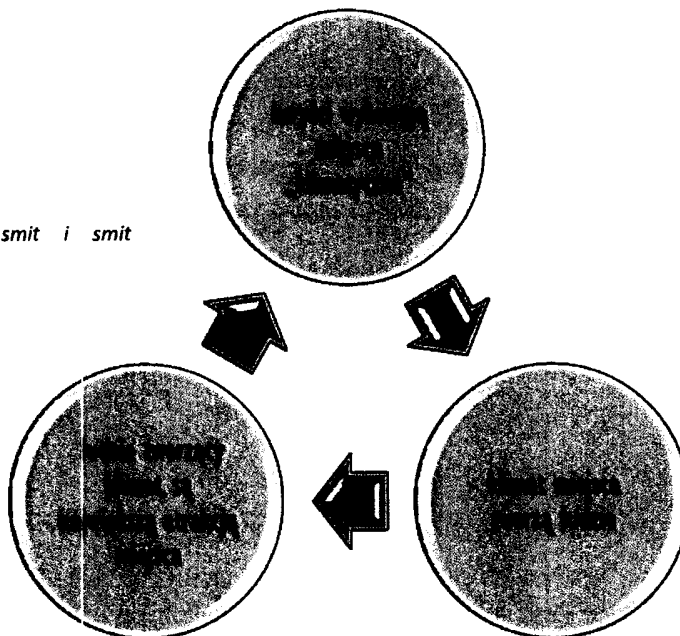
walor – potencjał dla stworzenia atrakcji. Cytowany niżej prof. MacCannel nominowanie walorów do rangi atrakcji przez społeczność lokalną nazywa „sakralizacją widoku”.

O czym pisze MacCannell⁷: *atrakcje podczas zwiedzania jawią się... przed oczami w postaci sekwencji. Wartość turystyczna nowoczesnej wspólnoty leży w sposobie, w jaki organizuje ona społeczne, historyczne, kulturowe i naturalne składniki w strumień wrażeń. Przewodniki zawierają odniesienia do wszystkich typów atrakcji, jednak najbardziej żywe opisy traktują zwykle o zagadnieniach natury społecznej.*

⁷ Prof. Dean MacCannell „Turysta, nowa teoria klasy próżniaczej” Wydawnictwo Muza 2005, obecnie podstawowy podręcznik socjologii ruchu turystycznego i jego segmentacji

Na tej podstawie, autor opracował tzw. „klimatriangle” (dosł. trójkąt klimatu), który objaśnia zależności pomiędzy: miejscem, gospodarzem (producentem turystycznym), a gościem (użytkownikiem):

własność intelektualna smit i smit
consulting Jacek Kowalski



Atrakcje stanowią w przybliżeniu ok. 80% sukcesu ekonomicznego poniesionych inwestycji. Przy czym o ile inwestycje twarde (infrastruktura) są bardzo kosztowne, o tyle inwestowanie „miękkie” czyli w atrakcje, zwłaszcza duchowe daje ogromne oszczędności. Stosunek nakładów jest tutaj jak 1:5 co uzasadnia zasada Pareto. Natomiast zysków odwrotnie proporcjonalny. Obrazowo rzecz ujmując – każda złotówka włożona w aranżowanie atrakcji powinna przynosić wg wspomnianej zasady mniej więcej pięć złotych zysku. Lokując w infrastrukturę o standardowym programie (noclegi, gastronomia) zwrot zainwestowanych środków następuje w dłuższym terminie, a wskaźnik rentowności operacyjnej sprzedaży jest niski. W coraz liczniejszych przypadkach inwestycji bywa tak, że to, co jest infrastrukturą może być samo w sobie atrakcją (np. wioska wakacyjna, park tematyczny, resort, hotel wypoczynkowy i Spa, itp.). Jak istotne są atrakcje w planowaniu turystycznego biznesu najlepiej obrazuje następujący argument. Czy znany kogoś, kto zachował założony budżet urlopowy będąc kuszonym wieloma atrakcjami odwiedzanego miejsca? Wydatki na atrakcje czasu wolnego są w praktyce nieograniczone.

Waga planowania atrakcji będzie pierwszorzędna w strategii konkurowania i sprzedaży produktu doliny (atrakcyjność ekonomiczna). Ilustruje to schemat:

**KONKURENCYJNOŚĆ PRODUKTU –
CZYNNIKI TWÓRCZE**

ATRAKcje – SYMBOLE TOŻSAMOŚCI –
materialne i duchowe walory miejsca –
podstawowy element siły kuszenia

TWÓRCA-SPOŁECZNOŚĆ RECEPCYJNA – produkt
o silnej osobowości – jest autoportretem twórcy
(istota klasy kreatywnej)

DOSTĘPNOŚĆ – koszt, szybkość poruszania się,
stopień wygody w dotarciu do celu, jakość
infrastruktury dróg i środków transportu, zawsze
rozważana w relacji do atrakcji (nie noclegów)

INFRASTRUKTURA – lokalizacja, standard usług i
świadczeń – infrastruktura nie jest dzisiaj
podstawowym „czynnikiem decyzyjnym”

CENA PRODUKTU – 80% ceny tworzą koszty
dostępności i infrastruktury, a 20% to koszty
zaaranżowania atrakcji

**ATRAKCYJNOŚĆ EKONOMICZNA
PRODUKTU - CZYNNIKI TWÓRCZE**

WIELKOŚĆ SEGMENTU NABYWCY – związanych z
nim wydatków (siła nabywczą – portfel),
precyzyjne zdefiniowanie kto kupi produkt

PRZEWIDYWANE WYNIKI FINANSOWE –
produkt w kontekście okoliczności miejsca dający
najwyższe wskaźniki opłacalności

OPŁACALNOŚĆ I ŁATWOŚĆ REALIZACJI – koszt
niezbędnych inwestycji w rozwój produktu
w tym zwłaszcza w infrastrukturę i dostępność,
bo te wymagają najwięcej nakładów

**WIZERUNEK PRODUKTU
I CECHY JEGO MARKI**

IV.3.1 Audyt walorów potencjału miejsca i okoliczności

Prezentując wyniki audytu nie szeregujemy wyselekcjonowanych okoliczności wg klucza: materialne – niematerialne, gdyż wiele walorów merytorycznie i funkcjonalnie przenika się ze sobą. Tworzą łącznie obraz doliny rzecznej, której tożsamość tworzyła historia nieobecna materialnie (za wyjątkiem pozostałych po niej skromnych zabytków), duchowy - żywy mit kresowego ośrodka kulturowego oraz współczesne dokonania i zamierzenia.

Celem koncepcji jest stworzenie spójnego obrazu – spoiwa tematycznego dla ZPR. Temu ma służyć wybór walorów, które przetworzone w atrakcje zbudują konkurencyjny obraz strefy wypoczynku. Wybór jest mieszanką relacji o terenach nadrzecznych w połączeniu z relacją o zjawiskach, które będą miały wpływ na ostateczny profil programu funkcjonalnego strefy czasu wolnego.

**RZĘKA, ŚCIEŻKI PIESZE I ROWEROWE,
KŁADKI, SPŁYW KAJAKOWY**

Coraz większą popularność zyskuje Bystrzyca jako swoisty szlak dla rekreacji, szczególnie rowerowej i kajakowej a także jako cel i trasa spacerów pieszych.

W Lublinie jest obecnie ponad 32 km ścieżek rowerowych. Ścieżka rowerowa nad Bystrzycą, ciągnąca się od Dworu Grafa do Zalewu Zemborzyckiego liczy 10 km. 4,5 km to asfalt, a pozostałe 5,5 km to kostka Bauma.

Ścieżka jest podzielona między rowerzystów i pieszych. Szerokość ścieżki, szczególnie w weekendy jest niewystarczająca, ze względu na wciąż zwiększającą się ilość rowerzystów korzystających z tej drogi. Na odcinku od neogotyckiego mostu do Zbiornika Zemborzyckiego dostępne są kładki:

- przy Parku Ludowym, w północnej części,
- przy ul. Wapiennej,
- przy Lubelskim Klubie Jeździeckim,
- przy moście kolejowym,
- przy ul. Nałkowskich, koło klubu Olimpia,
- na os. Wrotków.

Dwie z nich są zbyt wąskie i nie pozwalają na wyminięcie się dwóch rowerów.

Pokonanie rowerem trasy wzdłuż Bystrzycy od Dworku Graffa do Zalewu Zemborzyckiego zajmuje ok. pół godziny, pieszo to ok. 1,5 godziny.

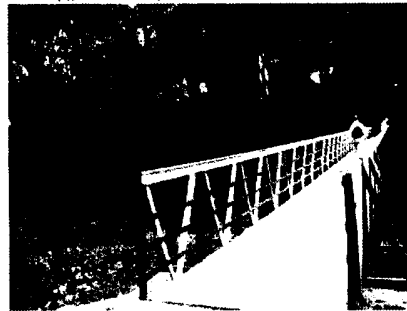
Oficjalny plan rozwoju ścieżek rowerowych w mieście zakłada, że do 2015 roku powstanie 175 km dróg dla rowerów.

Dla osób, które chcą obejrzeć dolinę Bystrzycy oraz Lublin z innej perspektywy, organizowane są spływy kajakowe. Popularne wycieczki to:

od starego młyna w Osmolicach albo



<http://www.mmlublin.pl>



wcześniej – w Strzyżewicach do Zalewu Zemborzyckiego. Trasa dla początkujących, rodzinna.

☛ od Prawiednik przez Zalew Zemborzycki do tamy na Bystrzycy, twz. Słoneczny Szlak – trasa wyjątkowo malownicza, wymaga średnich umiejętności. Początkowo oferuje widoki pól i lasów, z dala od cywilizacyjnych hałasów, następnie prowadzi przez Zalew Zemborzycki aż do tamy.

☛ od tamy na Bystrzycy do mostu przy ul. Zamojskiej lub do Dworku Graffa. Trasa nie jest trudna, ale szczególna ze względu na wrażenie pozostawiania w otoczeniu dzikiej przyrody, podczas gdy prowadzi ona przez miasto. Szczególnie atrakcyjny jest odcinek od tamy do Lubelskiego Klubu Jeździeckiego, gdzie rzeka meandruje a brzegi są zadrzewione. Następnie za dawnymi terenami Cukrowni Lublin można z zupełnie nowej perspektywy podziwiać budynki Starego Miasta.

☛ od Jakubowic Murowanych lub Turka do ujścia Bystrzycy do Wieprza. Brzegi rzeki na tym odcinku są dzikie i naturalne, na odcinku od Jakubowic do Turka występuje szereg przeszkód zwiększających atrakcyjność wycieczki dedykowanej osobom bardziej wprawionym.

Osoby chętne skorzystać z atrakcji spływu kajakiem mogą skorzystać z ofert wypożyczalni sprzętu.

LAS STARY GAJ

Las położony w południowo-zachodniej części miasta (w dzielnicy Zemborzycy), graniczy na północy z dzielnicą Czuby, na południu z Zemborzycami Podleśnymi, a na zachodzie z wsią Stasin.

Zajmuje powierzchnię ok. 4,6 km². Jest to las mieszany, dominują w nim gatunki liściaste: dąb szypułkowy, grab pospolity, brzoza brodawkowata, lipa drobnolistna, topola osika. Z gatunków iglastych występuje sosna zwyczajna, świerk pospolity i jałowiec pospolity. Ze względu na bliskość osiedli mieszkaniowych las jest często odwiedzany i stanowi miejsce wypoczynku dla mieszkańców. Na zachodnim krańcu lasu znajduje się rezerwat przyrody Stasin, chroniący naturalne stanowisko brzozy czarnej^[1]. Źródło: Wikipedia



<http://www.bio-forum.pl/cgi-local/board-auth.cgi?file=/2/57055.html>



LUBELSKI KLUB JEŹDZIECKI

Lubelski Klub Jeździecki, to ośrodek hippiczny, który kontynuuje tradycje jeździeckie, zainicjowane już w roku 1860, kiedy to odbyły się w Lublinie pierwsze zawody w skokach przez przeszkody.

Pierwszy regularny sezon wyścigowy, na torze usytuowanym w dzielnicy X, odbył się w roku 1899 i był kontynuowany aż do wybuchu I wojny światowej w 1914 roku. Z tego okresu pozostała nazwa ulicy, Wyścigowa. W okresie międzywojennym powstało Lubelskie Towarzystwo Zachęty do Hodowli Koni, które doprowadziło do powstania nowego toru wyścigowego i rozegrania pierwszych zawodów w 1927 roku.

Mimo dużej konkurencji, głównie ze strony toru na Służewcu, do wybuchu II wojny światowej zawody odbywały się regularnie, ze szczególnym uwzględnieniem najważniejszych imprez kawalerskich, które wyłącznie były rozgrywane w Lublinie. Po wojnie



ostatnie zawody datowane są w roku 1947, a tor został kompletnie zaniedbany.

W 2009 powstał plan przywrócenia dawnej tradycji wyścigów konnych w Lublinie. Lubelski Klub Jeździecki miał wybudować i przygotować tor, co dałoby początek rewitalizacji okolic Bystrzycy i powstania nowej infrastruktury. Do chwili obecnej inwestycja nie została zakończona.

KOMPLEKS MOSIR PRZY AL. ZYGMUNTOWSKICH

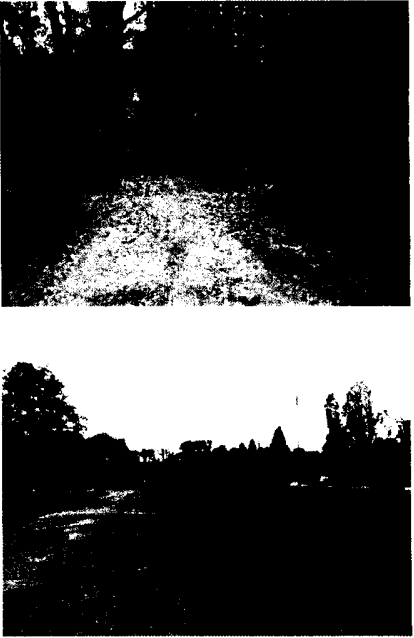

Składa się z:

- hali sportowo - widowiskowej Zygmuntofskie mieszczącej do 1500 osób,
- kompleksu basenu i części rekreacyjnej z sauną, jacuzzi i wodnym placem zabaw dla dzieci (Strefa H₂O),
- stadionu piłkarsko - żużlowego mieszczącego 13 tys. osób.
- Sztucznego lodowiska „Icemanía”

W ofercie kompleksu oprócz spotkań piłkarskich i rozgrywek żużlowych są dwie ważne atrakcje: ICEMANIA – najnowocześniejsze w regionie lodowisko o powierzchni 1800 m² z elektronicznym systemem obsługi klienta i wypożyczalnią sprzętu oraz Strefa H₂O – w kompleksie basenowym. Na stadionie piłkarsko-żużlowym odbywają się mecze piłkarzy Motor Lublin i spotkania żużlowców MKŻ Lublin.

Obiekt oddano do użytku w 1961 roku, a w 2007 roku częściowo go zmodernizowano dostosowując do rozgrywek I ligii. W pracach modernizacyjnych brali czynny udział



<p>kibice.</p> <p>PARK LUDOWY</p> <p>Park Ludowy powstał w latach 50tych XX wieku, na obszarze o powierzchni 28,5 ha. Zagospodarowano w tym celu łąki, które były rozlewiskami Bystrzycy, według projektu Władysława Niemca, autora m.in. Parku Kultury i Wypoczynku w Chorzowie.</p> <p>Drzewa w Parku były sadzone przez lubnianin w ramach czynów społecznych – temu park zawdzięcza swoją nazwę.</p> <p>Najczęściej odwiedzanym punktem była kawiarnia mieszcząca się w starym samolocie, która już nie istnieje. Park Ludowy charakteryzuje się bardzo ciekawą kompozycją, przez niektórych porównywaną nawet ze słynnymi ogrodami przepięknymi w Wersalu.</p> <p>W południowo-wschodniej części Parku Ludowego są usytuowane tereny Międzynarodowych Targów Lubelskich (MTL). W czasie opracowywania koncepcji prowadzona jest rozbudowa MTL kosztem obszarów parkowych. Rozbudowa zakłóca pierwotne założenie parkowe – oś widokową widoczną na sąsiadującej fotografii.</p>	
<p>RUSAŁKA</p> <p>Jest to niezabudowany teren o charakterze łąki, położony w centrum miasta nad Bystrzycą, między ulicami Dolną Marii Panny, Rusałka i Wesołą. Historycznie teren zajmowały pola, łąki i ogrody. Rusałka wcina się klinem w Stare Miasto, można stąd podziwiać unikatową panoramę zabytków starego Lublina.</p> <p>Z Placu Wolności i Starego Miasta można dotrzeć do Rusałki w ciągu kilku zaledwie minut. Obecnie Rusałka to obszar z zaniedbanymi boiskami, niepielęgowaną trawą i ogródkami działkowymi. Wiele posesji sąsiadujących z Rusałką nie posiada</p>	

kanalizacji, wiele sąsiadujących gospodarstw można by uznać za slumsy zamieszkane przez ludność ubogą (także mentalnie, jak np. ul. Kowalską znajdującą się w obrębie Starego Miasta!), co nie wpływa korzystnie na atrakcyjność tego obszaru dla lublinian i przyjezdnych.



NEOGOTYCKI MOST

Most na rzece Bystrzycy przy ulicy Zamojskiej jest przykładem małej architektury wykonanej w stylu neogotyckim. Został wybudowany w 1909 roku według projektu Mariana Lutosławskiego w formie żeliwnej balustrady. Okazał się jednak zbyt skromny dlatego też architekt J. Heurich zaprojektował wzory dekoracyjne balustrad – ostrołuki z rybimi pęcherzami - wzorowane na elementach architektonicznych paryskiego kościoła Saint Severin.

W tych czasach była to konstrukcja bardzo nowatorska, gdyż pierwszy most z użyciem technologii żelbetowej zbudowano zaledwie 14 lat przed lubelskim. Pierwotnie most pokryty był kostką dębową, która przed II wojną została zamieniona na klinkierową. Na czterech krańcach mostu stały pylony, które usunięto w 1937 r.

Był intensywnie używany przez ponad 80 lat, i to bez poważniejszych prac naprawczych. W końcu, w latach 80. zastąpiono go innym mostem, stojącym tuż obok, przez który puszczono ruch. W roku 2011 rozpoczął się generalny remont mostu, który przywróci mu dawny wygląd z uwzględnieniem najdrobniejszych szczegółów, most zostanie również efektownie podświetlony. Po zakończeniu remontu, planowanym na koniec roku, most nie zostanie ponownie włączony do ruchu samochodowego. Nadal będą z niego



korzystać jedynie piesi i rowerzyści.

ZABYTKOWE BUDYNKI I BUDOWLE NA TERENIE CUKROWNI

Na terenie byłej Cukrowni Lublin istnieje szereg obiektów, z których część wpisana jest na listę zabytków województwa lubelskiego:

- rafineria,
- 2 magazyny,
- budynek mieszkalny pracowników, ul. Włociańska 1,
- budynek zarządu cukrowni,
- pałacyk dyrektora,
- park przy pałacyku z ogrodzeniem,
- szkoła, ochronka i biblioteka, ul. Krochmalna 9, budynek w stylu neoromańskim,
- budynek mieszkalny urzędników, ul. Krochmalna 7 – tzw. budynek „oficjalistów” wzniesiony ok. 1895 roku w stylu neobarokowym,
- pawilon sklepowy Stowarzyszenia „Zgoda”,
- 4 schrony z czasu II wojny światowej.



RURY – DOLINY LESSOWE, zwane Suchymi Dolinami

Park Rury to naturalna bezdrzewna sucha dolina – wąwóz między osiedlami w Lublinie, uchodząca do doliny Bystrzycy. To miejsce szczególnie odwiedzane przez miłośników biegania – organizuje się tam rozmaite imprezy biegowe. Park Rury naturalnie łączy się z doliną Bystrzycy, jednak rowerzyści i piesi są zmuszeni pokonać trudności z przedostaniem się przez ruchliwą ulicę Nadbystrzycką, jeśli chcą swoją wyprawę rekreacyjną kontynuować



<p>wzdłuż rzeki.</p>	
<p>STARE WODOCIĄGI – RUROCIĄG RURMISTRZA JANA Z oddalonego od Lublina ok. 4 km stawu Wrotkowskiego, na którym wykonane było ujęcie, tzw. „zajazie”, woda dostarczana była drewnianymi rurami, wykonanymi z sosnowych i dębowych pni. Sieć wodociągowa liczyła ok. 5 km długości, z czego 3800 metrów miał wodociąg od stawu do wieży wodnej, 500 metrów od wieży do murów obronnych i ok. 700 m w obrębie miasta. Ważnym elementem tego staropolskiego wodociągu była powstała około 1564 r. <u>wieża wodna</u>, która zachowała się do naszych czasów. Najstarszy jej wizerunek można oglądać na sztychach Hogenberga z 1618 roku. Wieża znajdowała się w najwyższym punkcie miasta. U podnóża baszty znajdował się rurmus, urządzenie do podnoszenia wody na wysokość ok. 20 metrów. Ze zbiornika w wieży woda spływała grawitacyjnie drewnianymi rurami do browarów, kamienic bogatych mieszczan, klasztorów, szpitala przy kościele Sw. Ducha, łaźni i publicznych studzienek miejskich. Wodociąg zbudowany przez mistrza Jana funkcjonował półtora wieku, do czasu szwedzkiego potopu. Wyliczono, że jego wydajność wynosiła 95.000 litrów na dobę. Zakładając, że Stare Miasto liczyło wówczas 3.000 mieszkańców, to na każdą osobę przypadało 32 litry wody.</p>	 <p>Tekst – H. Szykajtis, zdjęcia z archiwum MPWiK Lublin.</p>  <p>http://wieze.rep.ublika.pl/Region_5.html</p> 
<p>MIĘDZYNARODOWE TARGI LUBELSKIE Lublin jest historycznym miastem targowym (miały tu miejsce słynne „jarmarki lubelskie”). Organizowane są tu liczne imprezy targowe, szczególnie popularne ze względu na bliskie sąsiedztwo wschodniej granicy. W nowoczesnej hali wystawienniczej w Parku Ludowym odbywają się m.in. targi</p>	

samochodowe, turystyczne, edukacyjne, ślubne i budowlane, targi pracy. Jak podaje Kurier Lubelski* 17 maja 2011 powstają tu: nowa hala, parking na 500 samochodów, plac wystawienniczy i sale konferencyjne - w Parku Ludowym lada dzień rozpocznie się wielomilionowa inwestycja. Istniejąca hala będzie modernizowana, a obok niej wyrośnie druga, jeszcze większa. Razem stworzą Regionalne Centrum Targowo-Wystawiennicze.

*dane medialne, mogą być nieścisłe, ponieważ MTL nie udostępnił nam autorskich planów rozwojowych.



DWORZEC KOLEJOWY

Stacja Lublin nazywana czasem Lublin Główny, jest dworcem kolejowym o największej liczbie odprawionych pasażerów we wschodniej Polsce. Historia dworca sięga roku 1875, kiedy po piętnastoletnich sporach lokalizacyjnych zapadła decyzja o jego budowie w ramach połączenia Lublina z Warszawą w postaci Kolei Nadwiślańskiej.

Oficjalne otwarcie nastąpiło 30 sierpnia 1877 roku. Autorem projektu dworca był Witold Lanci.

Na początku lat 20tych XX wieku nastąpił gruntowny remont dworca, a obecny wygląd zawdzięcza on blisko dziesięcioletniej modernizacji w latach 1996-2004. Dzięki niej jest zaliczany do najładniejszych obiektów dworcowych w Polsce. W 1974 roku został wpisany do rejestru zabytków województwa lubelskiego. Kolejne remonty są przewidziane na lata 2011-2019, kiedy to zostaną zagospodarowane tereny przydworcowe, planuje się przebudowanie peronów, wiaduktu i przejścia podziemnego.



http://www.lanpolis.pl/2010/11/17/dworce-kolejowe-bezhotspotow/lublin_dworzec_kolejowy_3-2/

CARNAVAL SZTUKMISTRZÓW W PARKU LUDOWYM

czyli festiwal nowego cyrku.

Impreza o charakterze festiwalu, organizowana od 2008 roku. Nazwa wydarzenia nawiązuje do postaci Sztukmistrza z Lublina – bohatera książki noblisty Izaaka Bashevisa Singera. Carnaval Szuk-Mistrzów to pokazy kuglarskie, spektakle teatralne, żonglowanie ogniem, chodzenie po linach, clownada w najlepszym wydaniu. W 2011 roku sprowadził do Lublina ok. 35 tys. osób z Polski i całego świata. Park Ludowy jest jedną ze scen festiwalu.

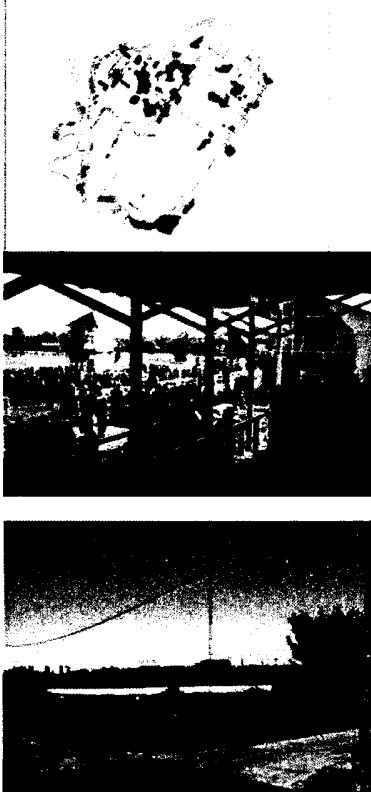


<http://www.kurierlubelski.pl/wiadomosci/433172,kolejny-dzien-carnawalu-sztukmistrzow-fotowideo,2,8,Id,t,sm,sg,html#material>



TOR WYŚCIGÓW KONNYCH

Historia wyścigów konnych w Lublinie sięga końca XIX wieku. Pierwsze gonitwy na torze w podlubelskiej wsi Dziesiąta odbyły się w 1899 r. Na 42 morgach (ok. 25 ha) przygotowano trzy tory - dwa przeszkodowe i płaski. Hipodrom był ogrodzony. Wybudowano też dwie duże drewniane trybuny i dwie stajnie. Lubelskie Towarzystwo Zachęty do Hodowli Koni pierwszy wyścig na terenie dzisiejszego LKJ zorganizowało w sierpniu 1927 r. Lubelski tor był jedynym w Polsce, na którym rozgrywano wyścigi w okresie II wojny światowej. Ostatnia gonitwa odbyła się na lubelskim torze w 1947 r. We wrześniu 2010 roku miał ruszyć odtworzony z inicjatywy LKJ tor. Inicjatywa została wstrzymana, chociaż powstały projekty. Obok wizualizacja jednego z nich. Tradycje jazdy konnej są w Lublinie bardzo żywe. *odtrzymuje je LKJ, który dysponuje bazą nad Bystrzycą. Tereny po byłych działkach pracowniczych cukrowni lubelskiej: „Sygnał” i „Wyścigi” – są dzisiaj nieużytkiem. Jest to obszar około 30 ha gruntów do zagospodarowania.





TEATR LUDOWY LETNI – RUSAŁKA („NA WODZIE”)

W 1898 roku u zbiegu ulic Rusałki i Wesolej, Adam Wojdaliński wybudował na własnych terenach rekreacyjnych obszerny, drewniany teatr letni. Kolistą widownia mogła pomieścić do tysiąca widzów. Obszerna scena stwarzała warunki do wystawiania sztuk, rewii i operetek i przedstawień cyrkowych. „Rusałka” stała się, dodatkowo, przybytkiem X muzy - kina.

Atrakcyjność „Rusałki” podnosił fakt, iż zainstalowano tam oświetlenie elektryczne, co było absolutnym novum. W „Gazecie Lubelskiej” można było przeczytać: „Teatr letni p. Wojdalińskiego położony w zdrowej dzielnicy miasta, otoczony zewsząd wodą i zielonością sprawia bardzo przyjemny widok...”

Kinoteatr był więc popularnym miejscem rozrywki dla najbiedniejszych mieszkańców Lublina - głównie robotników i wyrobników, Polaków i Żydów.

W 1932 r. rozrywkowo - rekreacyjne przedsiębiorstwo Adama Wojdalińskiego zostało zlikwidowane. Budynek teatru letniego został rozebrany do samych fundamentów, a stawy zasypano ziemią. Dzisiaj świadectwem tamtej epoki jest tylko nazwa przyległej ulicy - Rusałka. Opracowanie na podstawie:

<http://tun.pl/pm.1105.html>

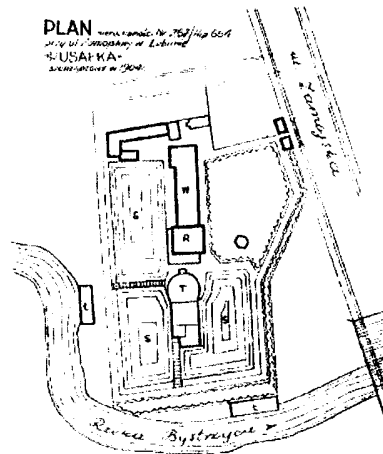
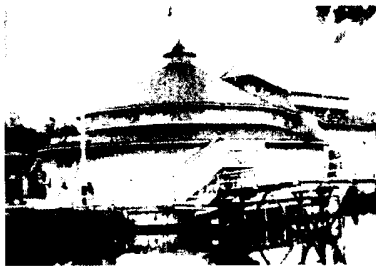


Fig. 4. Plan teatru „Rusałka”

Wielkopolsce, Kujawach i Pomorzu Gdańskim. objął redakcję Biblioteki Naukowego Zakładu im. Ossolińskich we Lwowie. Podejmował kolejne podróże: na Śląsk, w Sudety, do Wrocławia, Wielkopolski, Berlina i na Rugię. Mimo że w dziedzinie geografii był samoukiem, dzięki lekturze, badaniom terenowym i kontaktom z przedstawicielami różnych dziedzin wiedzy posiadał dość dużą wiedzę na ten temat. Mimo niewielkiego dorobku naukowego (najważniejsza praca do tej pory Rzut oka na północne stoki Karpat: pod względem przyrodzenia – nowoczesny jak na owe czasy opis rzeźby terenu, hydrografii, podziału fizyczno-geograficznego i elementów etnografii południowej Polski), w 1849 został mianowany profesorem nadzwyczajnym "geografii powszechnej, fizycznej i porównawczej" na Uniwersytecie Jagiellońskim, gdzie objął pierwszą w Polsce, a drugą na świecie (po berlińskiej, założonej przez Karla Rittera) katedrę geografii. W tym okresie stworzył podstawy nowoczesnego nauczania geografii w oparciu o poglądy metodologiczne Karla Rittera i Alexandra Humboldta. Pomimo pełnej ślepoty której nabawił się w 1868 roku, brał czynny udział w życiu naukowym Krakowa. Wygłaszał wykłady poświęcone geografii, m.in. referat, w którym, wbrew poglądom naukowców niemieckich czy rosyjskich, dowodził tezę, że Polska jest zwartym regionem i może istnieć jako samodzielna jednostka polityczna. W 1872 został wybrany członkiem Akademii Umiejętności.

Zinventaryzowane – wybrane walory oraz inne okoliczności towarzyszące przedsięwzięciu, np. aura Lublina historycznego i współczesnego, z wszystkimi osobowościowymi i nastrojowymi aspektami jego życia stanowiły kanwę inspiracji dla kreacji koncepcji.

IV.4 INSPIRACJE



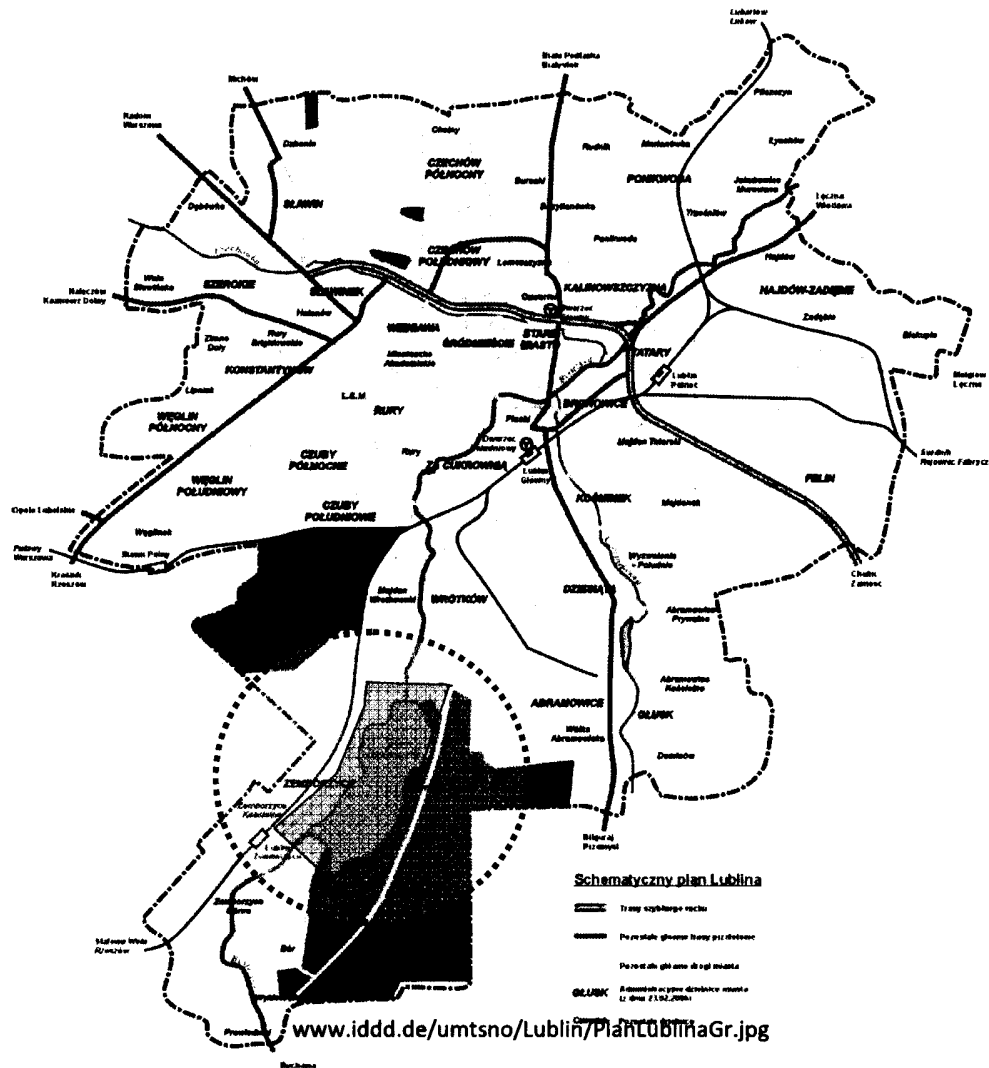


IV.5 SPÓJNOŚĆ Z KONCEPCJĄ PRODUKTU ZBIORNIKA ZEMBORZYCKIEGO

W 2010 roku została opracowana przez tego samego wykonawcę koncepcja Zintegrowanego Produktu Zbiornika Zemborzyckiego, obejmująca większą część samego zbiornika oraz znaczną część terenów przyległych. Celem koncepcji Zintegrowanego Produktu Zbiornika było:

stworzenie markowego produktu turystyczno-rekreacyjnego w formie kompleksu obejmującego Zbiornik Zemborzycki oraz tereny rekreacyjno - wypoczynkowe nad Zbiornikiem Zemborzyckim.

Granicę zasięgu od strony północnej wyznaczała ulica Żeglarska. Zasięg tej koncepcji prezentuje ilustracja:



Przedmiotem niniejszego opracowania jest koncepcja Zintegrowanego Produktu Rzeki, czyli:

stworzenie markowego produktu rekreacyjno – turystycznego dla terenów obustronnie przyległych do rzeki Bystrzycy na odcinku pomiędzy zaporą na zbiorniku Zamborzyckim, a neogotyckim mostem przy ulicy Zamojskiej.

Kreowaniu obu produktów przyświeca to samo postrzeżenie rozwoju funkcji gospodarczych:

WIZJA PIERWSZEJ KONCEPCJI

ZAGOSPODAROWANY, SYSTEMOWO ZARZĄDZANY, CZYSTY I KUSZĄCY OFERTĄ CZASU WOLNEGO ZBIORNIK ZEMBORZYCKI. DEDYKOWANY SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ, ALE I MIŁE WIDZIANYM TURYSTOM. IDENTYFIKATOR LUBLINA, JEGO MARKI KULTUROWEJ, STAŁY ELEMENT „FIRMOWEGO” WIZERUNKU MIASTA.

DETERMINANT KORZYSTNYCH ZMIAN W SYSTEMIE ZAGOSPODAROWANIA POŁUDNIOWYCH KWARTAŁÓW MIASTA – ZWŁASZCZA ZEMBORZYC I WROTKOWA.

W obecnej koncepcji różnica polega na przeniesieniu akcentu z produktu turystycznego na produkt rekreacyjny i oczywiście inna lokalizacja (ale styczna z terenami wokół zbiornika). Tym samym w obszarze segmentacji dochodzi do zmiany kolejności priorytetów. O ile w pierwszym opracowaniu planowano funkcje dla dwóch segmentów: mieszkańców oraz turystów, tak w niniejszym pozycja turystycznej konsumpcji jest uznana za drugorzędną, co jednak nie eliminuje jej w marketingu przedsięwzięcia.

Dla zapewnienia systemowego budowania Zintegrowanego Produktu Zbiornika została wykreowana myśl stworzenia tu tzw. Strefy Czasu Wolnego. Wizja Strefy Czasu Wolnego na bazie ZPZ została zdefiniowana następująco:

MIEJSKI - WODNY PARK TEMATYCZNY, PRODUKT O WIODĄCYM MOTYWIE AKTYWNEGO I KULTURALNEGO WYPOCZYNKU NAD WODĄ NA WOLNEJ PRZESTRZENI, STREFA CZASU WOLNEGO (ENKLAWA WYPOCZYNKU) USYTUOWANA W OBRĘBIE DUŻEGO MIASTA, UWZGLĘDNIAJĄCA POTRZEBY DWÓCH SEKTORÓW: MIESZKAŃCÓW ORAZ TURYSTÓW.

W opracowaniu obejmującym obszar doliny Bystrzycy od zapory na zbiorniku po most gotycki na ul. Zamojskiej została przedstawiona uzupełniona wersja wizji. To ze względu na nowe priorytety określone przez Animatora Projektu, a związane z rozwojem całej doliny łącznie ze zbiornikiem Zemborzyckim, w części diagnostycznej.

Zasięg Strefy jest elastyczny, co oznacza, że może być obejmować kolejne partie doliny rzecznej, nie objęte zakresem tego opracowania⁸.

Ponadto postulatem pierwszego opracowania było, aby koncepcja innowacyjnej kategorii produktu Strefa Czasu Wolnego uwzględniała fabułę marki opartej na wspólnej bazie korzyści dedykowanych różniącym się potrzebami odbiorcom produktu typu „krótki wypoczynek nad wodą”:

- mieszkańcom Lublina i okolic,
- studentom: mieszkańcom Lublina i pochodzącym spoza miasta – rezydentom,
- turystom przybywającym do Lublina i w celach rekreacyjno-turystycznych,
- turystom zagranicznym ze strefy WNP

Kategoria produktu dedykowanego tym segmentom powinna nosić cechy uniwersalne, jednak takie, które spełniają kryteria marki kuszącej atrakcyjnym mitem i programem, wyróżniającym się w sektorze przemysłu czasu wolnego w tym turystyki: aktywnej i kulturowej.

⁸ Postulat objęcia kontynuacją planowania koncepcyjnego na obszarach poniżej mostu na ulicy Zamojskiej jest wnioskiem konsultacji społecznych

Ze względu na spójność obu produktów i wspólny szyld Strefy Czasu Wolnego Zintegrowanego Produktu Rzeki powinien podlegać tej samej segmentacji, jaka została przeprowadzona dla Zintegrowanego Produktu Zbiornika oraz zapewniać ten sam rdzeń korzyści:

Mieszkańcy	Turyści i jednodniowi odwiedzający
<ul style="list-style-type: none"> ■ zdystansowanie się od środowiska pracy i domu, regeneracyjne, kulturowe oddanie się przyjemności (próżnowaniu) w celach rekreacyjnych, ■ możliwość aktywnego wypoczynku w warunkach zorganizowanego i zarządzanego produktu specjalistycznego ■ uczestniczenie w atrakcji będącej elementem wspólnej, zbiorowej tożsamości ■ zadośćuczynienie dzieciom braku czasu w jednej, przemyślanej atrakcji dającej możliwość ruchu na świeżym powietrzu, niedaleko od domu 	<ul style="list-style-type: none"> ■ dobrze przemyślane i modne miejsce na krótki wypad z miasta w celach rekreacyjnych, uczestniczenie w modnej atrakcji ■ miejsce do emocjonalnego zdystansowania się od obowiązków służbowych w obcym środowisku pracy, atrakcje w aurze luksusu umożliwiające skondensowane: dobrą zabawę i relaksacyjny, krótki wypoczynek ■ spokojne i dobrze przemyślane, przyjazne, luksusowe miejsce w Lublinie dla odpoczynku po pracy, lub pracy w spokojnym miejscu, zapewniającym wysokie standardy infrastruktury i usług

Segmentacja pierwszej koncepcji ZPZ została uzupełniona i uwzględniona w części diagnostycznej.

WNIOSKI – wykonawstwo tego samego autora, i związana z tym kontynuacja filozofii uzupełnionej o nowe wątki oraz uwzględniającej zweryfikowane priorytety, to gwarancja rozwoju wizji koncepcji zaakceptowanej przez Zamawiającego.

IV.6 WYTYCZNE Z KONSULTACJI SPOŁECZNYCH

W ramach prac nad koncepcją zagospodarowania doliny Bystrzycy zorganizowano spotkanie konsultacyjne o charakterze konferencji.

Lista interesariuszy: osób i instytucji zaproszonych do konsultacji oraz lista osób obecnych na spotkaniu znajduje się w załączniku do opracowania.

Konferencja odbyła się w dniu 30 maja 2011 roku, w hali Globus w Lublinie. W intencji organizatorów, jej głównym celem miało być:

- zaprezentowanie kluczowych zagadnień, które ma poruszyć koncepcja zgodnie z oczekiwaniami Zlecającego,
- zaprezentowanie wykonawcy oraz jego poglądów, nt. strategicznego planowania przestrzeni kulturowej, w tym zjawisk, jakie uwzględni w programowaniu produktów rekreacyjno-turystycznych,
- zainicjowanie budowania platformy społecznego zainteresowania działaniami zmiernymi do konsekwentnego i kompleksowego zagospodarowania terenów przylegających do rzeki,
- konsylium – zanotowanie opinii interesariuszy reprezentujących społeczność Lublina, nt. przedmiotu koncepcji, zapoznanie się z dezyderatami związanymi z optymalnymi sposobami zagospodarowania, poznanie sądów, nt. barier i szans rozwojowych terenów nadrzecznych,
- umożliwienie przedstawienia zebranych publicznie zaprezentowania inspirujących i kreatywnych sugestii – indywidualnych pomysłów na lokalizację inwestycji (atrakcji).

Ton wypowiedzi, jak i wyrażone opinie wskazywały, że Uczestnicy pozytywnie odnieśli się do idei planowania koncepcji zagospodarowania doliny Bystrzycy funkcjami rekreacyjnymi.

Wśród jasno wyartykułowanych sugestii dotyczących zawartości koncepcji znalazły się:

1. **Unikanie przedzielania doliny ogrodzeniami oraz infrastrukturalnymi barierami, co mogłoby utrudniać swobodne korzystanie ze ścieżek rowerowych oraz dzielić przestrzeń.**
2. **Rozważenie przywrócenia rzece jej naturalnego, „dzikiego” charakteru, w tym nawet zaplanowanie meandrowania.**
3. **Uwzględnienie dostępności komunikacyjnej doliny dla mieszkańców (szczególnie rowerzystów) – jako priorytetu.**
4. **Uwzględnienie walorów krajobrazowych, w szczególności panoramy Starego Miasta.**
5. **Dbłość o spójność koncepcji zagospodarowania doliny z tym, jak będą zagospodarowywane tereny przyległe, w szczególności Park Ludowy w kontekście inwestycji Międzynarodowych Targów Lubelskich.**
6. **Uwzględnienie interesu wędkarzy oraz działkowców.**
7. **Stworzenie koncepcji otwartej – przygotowanej na rozszerzenie w przyszłości o kolejne tereny. Uwzględnienie zainteresowania turystów, w tym turystów biznesowych odwiedzających MTL.**

Pozostałe informacje o specyfice: analityczno – badawczej, pozyskane w wyniku konsultacji społecznych i branżowych, istotne dla profilu koncepcji zostały zebrane i opisane w następnym rozdziale. Dane te zostały pozyskane w ramach:

- wywiadów indywidualne oraz zogniskowanych – grupowych,
- obserwacji,
- kwerendy terenowej z dokumentacją fotograficzną terenów,
- kwerendy istotnych dokumentów strategicznych i planistycznych dla przedmiotu opracowania,
- kwerendy bibliotecznej (patrz lista literatury źródłowej),
- kwerendy źródłowej w Internecie,
- badania oferty czasu wolnego gminy, województwa, kraju,
- wywiadów ustnych, pogłębionych.

Szczególną uwagę poświęcono konsultacjom z Radą Kultury Przestrzeni przy Prezydencie Miasta oraz z przedstawicielami środowiska naukowego w tym z Panem profesorem Marianem Harasimiukiem – przewodniczącym komitetu obchodów 700 - lecia lokacji Lublina.

Rada Kultury podjęła się zadania przeprowadzenia konsultacji społecznych nt. przyszłości i programu zagospodarowania Parku Rusałka. Inicjatywą społeczną objęto również Park Ludowy. Zgodnie z ustaleniami, pierwotnie wykonawca był wyłączony z planowania funkcji dla Parku Rusałka, jednakże w trakcie prac nad koncepcją Zamawiający poprosił o zaprezentowanie równoległej (ale nie alternatywnej) propozycji programowej dla tych terenów. W dalszej części opracowania umieszczona jest koncepcja autorstwa RKP jako zastane uwarunkowanie oraz w części diagnostycznej – koncepcja wykonawcy.

WNIOSKI – przeprowadzone konsultacje dowiodły gotowość interesariuszy oraz liderów społecznych do akceptacji zmian w przestrzeni objętej koncepcją i partycypacji w przedsięwzięciu.

V. ANALIZA UWARUNKOWAŃ

V.1 SPÓJNOŚĆ Z DOKUMENTAMI STRATEGICZNYMI I RAPORTEM OBEJMUJĄCYM OCENĘ JAKOŚCI ŻYCIA W LUBLINIE

V.1.1 Spójność ze Strategią Rozwoju Miasta Lublin⁹

Koncepcja zakładająca rozwój infrastruktury dla sportu i rekreacji, której głównym odbiorcą będą mieszkańcy Lublina i okolic wpisuje się Strategię Rozwoju Miasta Lublina na lata 2008-2015, w której sformułowano następującą wizję generalną: **„W roku 2015 Lublin powinien zachować możliwie najwyższą ocenę jakości życia (...)”**

Autorzy Strategii Rozwoju Lublina silny nacisk kładą na zapewnienie mieszkańcom możliwości realizacji swoich ambicji i zainteresowań w dziedzinie sportu i aktywnego trybu życia (należy przez to rozumieć również rekreacji). Wśród mocnych stron w dziedzinie „Społeczeństwo i infrastruktura społeczna” wymieniają rozwijającą się bazę rekreacyjno-sportową, kulturalną, oświatową jako **„umożliwiającą mieszkańcom różnych grup wiekowych i społecznych prowadzenie aktywnego trybu życia”**.

Autorzy Strategii wskazują na znaczenie rozwoju sektora turystyki, która jest ważnym elementem koncepcji (Tom. I, Rozdział 5.3 **„Rozwój sektora turystyki może być jedną z form wzmocnienia lokalnej gospodarki i tworzenia nowych miejsc pracy poza przemysłem¹⁰. Ma na to wpływ stosunkowo duży udział pracy żywej oraz proporcjonalnie mniejsze uzbrojenie techniczne w tej branży.”**) Mocną stroną Lublina w tej dziedzinie, wg Autorów Strategii jest **„Dobrze przygotowane zaplecze kadrowe i instytucjonalne do obsługi ruchu turystycznego.”** Słabą stroną zaś jest **„niedostateczna podaż atrakcyjnych i specyficznych produktów turystycznych wykorzystujących istniejący potencjał.”** (Tom I, Rozdział 5.3)

WNIOSKI – Strategia Rozwoju Miasta uwzględni dwa równoważne kierunki rozwoju funkcji czasu wolnego: rekreacji i turystyki. Tym samym nie definiując wprost identyfikuje dwa segmenty użytkowników produktów

⁹ *Strategia Rozwoju Miasta Lublin*. Wrzesień 2008, Coffey International Development Sp. z o.o.

¹⁰ W istocie gospodarka turystyczna jest przemysłem, podobnie jak termin przemysł czasu wolnego (leisure industry) jest stosowany przez Światową Organizację Handlu oraz ONZ. W użyciu istnieje pojęcie „przemysł turystyczny”. Przemysł ten jest największą pod wpływem obrotów gałęzią gospodarki światowej. „Twarde” rozumienie przemysłu (ciężkiego, lekkiego) przesuwają lokalną gospodarkę turystyczną na margines ekonomii JST.

o mieszanej specyfice: odwiedzających
w tym turystów oraz mieszkańców.

V.1.2 Spójność ze Studium Uwarunkowań i Kierunków Zagospodarowania Przestrzennego Miasta Lublina¹¹

W „Studium Uwarunkowań i Kierunków Zagospodarowania Przestrzennego Miasta Lublina” wymieniono 7 generalnych zasad wspomagających korzystne zmiany w gospodarce miasta i w jego zagospodarowaniu przestrzennym. Jedną z zasad dotyczy podnoszenia standardów miasta w różnych sferach życia:

„Najważniejsze są standardy komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej oraz tereny dla funkcji publicznych, w tym terenów zielonych, handlowo-usługowych i usług wyższego rzędu. Jakość miasta określają też warunki aerosanitarnie i udział terenów otwartych w strukturze przestrzennej miasta, w tym standardy terenów rekreacji codziennej. Osiągnięcie coraz korzystniejszych standardów w zagospodarowaniu przestrzennym Lublina będzie warunkowało jego atrakcyjność dla potencjalnych inwestorów zewnętrznych.”

W rozdziale dotyczącym wizerunku miasta czytamy: *„Warunki terenowe sprzyjają temu, by Lublin utrzymał i wzmocnił swój wizerunek jako miasta pełnego zieleni, oferującego mieszkańcom dobre warunki zdrowotne i rekreacyjne. Szczególnie istotna dla ekologii miasta jest zielona dolina Bystrzycy, w której już od dawna lokowane są główne obiekty sportowe i rekreacyjne. (...) Nawet bez znacznego zwiększenia ilości instytucji kulturalnych możliwy jest znaczny wzrost aktywności i rangi artystycznej. W ślad za wzrostem zamożności powinno nastąpić znaczne rozszerzenie Środowiska „konsumentów kultury”, co jest podstawowym warunkiem rozwoju aktywności kulturalnej”.*

W „Programie Rozwoju struktury funkcjonalno-przestrzennej miasta” Studium, zakłada się: *„wyodrębnienie i wykorzystanie szkieletu morfologicznego (fizjograficznego) pozwalającego na utrzymanie, „otwarcie”, uatrakcyjnienie i rozwiniecie strefy ogólnodostępnej zieleni z urządzeniami sportowo – rekreacyjnymi zgodnie z ustaleniami ESOCH¹²”.*

Zgodnie z Programem dolina Bystrzycy leży w obrębie strefy zieleni ogólnodostępnej i na obszarach wyznaczonych do rewitalizacji i przekształceń wewnętrznych.

Wśród celów operacyjnych w sferze społecznej autorzy Studium wymieniają: *„Wykorzystanie walorów środowiska przyrodniczego dla wypoczynku w strefach osiedleńczych”* (co prawda tereny objęte koncepcją nie mają takiego przeznaczenia, niemniej jednym z postulatów

¹¹ Studium Uwarunkowań i Kierunków Zagospodarowania Przestrzennego Miasta Lublina. Urząd Miejski w Lublinie, Wydział Budownictwa, Urbanistyki i Architektury, Lubelska Pracownia Urbanistyczna. Lublin 1997-1999

¹² Ekologiczny System Obszarów Chronionych

społecznych było uwzględnienie udroźnienia komunikacji i dostępności zwłaszcza Lubelskiej Spółdzielni Mieszkaniowej rozłożonej na wzgórzach lessowych na zachodniej flance doliny). Argumentują to następująco: „Wzrost wydajności pracy, będący konsekwencją wprowadzenia do gospodarki mechanizmów rynkowych, wymaga tworzenia odpowiednich warunków do wypoczynku i odnowy sił. Na terenach osiedleńczych służyć temu winna sieć urządzeń z maksymalnym wykorzystaniem terenów o dużych wartościach przyrodniczych, nie kwalifikujących się pod zabudowę kubaturową, lub z różnych względów chronionych przed zabudową (jak wąwozy, suche doliny, itp.).(...)”

W Studium czytamy również, że dolina Bystrzycy znalazła się, w twz. **Strefie Ochrony Konserwatorskiej Wyjątkowych Wartości Kulturowych Miasta (SOK1)** jako granica lokalizacji programu „Miasto Królewskie – pielęgnacja tożsamości”.

W rozdziale, pt. „Ochrona Środowiska przyrodniczego” autorzy Studium wymieniają doliny rzeczne Lublina, jako istotny element podlegający dbałości ekologicznej, a jednym z celów programu „Rewaloryzacja dolin rzecznych” jest **„przystosowanie rzek i ich dolin do pełnienia funkcji rekreacyjnych”**. W opisie programu „Rewaloryzacja dolin rzecznych” czytamy: „Rewaloryzacja dolin rzecznych warunkuje kondycję ekologiczną środowiska przyrodniczego w granicach miasta oraz określa pozytywne społeczne i gospodarcze jej następstwa. Powodować będzie również:

- tworzenie nowych miejsc pracy związanych z obsługą różnych form rekreacji
- podnoszenie estetyki zagospodarowania,
- rozwój lokalnych inwestycji proekologicznych,
- przyrost różnych form zieleni (wzrost potencjału ekologicznego).”

W osobnym rozdziale poświęconym rekreacji Autorzy Studium proponują **program „Rozwoju centrów rekreacyjnych”**, którego lokalizacja obejmuje tereny:

„(...)– Dolina rzeki Bystrzycy – od parku Kalina, poprzez Zespół Centralny, parki: Nadrzeczny, Bronowice, Rusałka, Ludowy, Wyścigi, z istniejącymi obiektami sportowymi, powiązany ścieżką rowerową wzdłuż rz. Bystrzycy, z położonym na południu zespołem „Zemborzyce”.

– Stary Gaj – Zalew Zemborzycki – obejmujący obszar doliny rz. Bystrzycy od toru kolejowego w kierunku Warszawy, Zalew Zemborzycki i Lasy: Dąbrowa, Stary Gaj i Rudki, z wyjściem doliną w tereny otwarte na południu.”

Program obejmuje następujące elementy:

- „uporządkowanie doliny rzecznej ze ścieżkami rowerowymi,
- parki leśne z elementami zagospodarowania rekreacyjnego, jak np. place na ogniska,
- zadaszania, ścieżki (rekreacyjne, spacerowe, rowerowe), boiska sportowe i inne,
- ogrody dydaktyczne,
- campingi, zaplecze noclegowe,

- parki o różnych funkcjach (spacerowo–wypoczynkowe, sportowe),
- obiekty i urządzenia sportowe (kryte i otwarte),
- zaplecze usługowe (handlu, gastronomii, kultury, rozrywki) (...)

W tym samym rozdziale Autorzy Studium podają **Zasadę Tworzenia Systemu Zieleni**, a w niej:
*„(...)Obecne rozmieszczenie zieleni w obszarze miasta wykazuje poważne braki i nieprawidłowości. Wyodrębniony w strukturze miasta system kształtowany będzie w oparciu o warunki naturalne i rozwój tkanki urbanistycznej. **Główną szkieletową konstrukcję systemu stanowią będą doliny rzek (Bystrzycy, Czerniejówki, Czechówki)**, jako miejsca o wysokich walorach krajobrazu tak naturalnego, jak i kulturowego. Jak również, jako miejsca, w których **funkcja rekreacyjna została już ustalona.***

*Zakłada się, że **system zieleni miasta Lublina rozwijać się będzie przede wszystkim w oparciu o rzeki** i istniejące zasoby zieleni o zróżnicowanej strukturze i funkcji. (...) **Kierunkiem właściwym rozwoju wydaje się być zintegrowanie, poprzez budowę powiązań rozproszonych jego elementów w system ciągły.** Dążenie w kierunku tworzenia ciągłego systemu zapewniać będzie lepszą dostępność mieszkańcom poprzez łatwość prowadzenia bezkolizyjnej komunikacji rekreacyjnej, pieszej i rowerowej umożliwiającej łatwe przekraczanie skrzyżowań i dróg. Ma to szczególne znaczenie dla rozwoju sieci ścieżek rowerowych, przewidzianych w dolinach rzek i wąwozach. Ponadto, korygować on będzie również występujące w obszarach przyległych osiedli mieszkaniowych dysproporcje w zasobach zieleni, poprzez np. odpowiednią politykę przestrzenną w zakresie ich urządzania. Zasada tworzenia systemu opierać się będzie na:*

*(...)- **uporządkowaniu dolin rzecznych i sukcesywnym ich zagospodarowaniu dla funkcji rekreacyjnej, co wiązać się będzie z wyeliminowaniem elementów kolizyjnych,***

- *ochronie i urzędzeniu powiązań systemu z terenami otwartymi,*
- *udostępnieniu **ogrodów działkowych** dla funkcji rekreacyjnej, poprzez np. przeprowadzenie ciągów pieszych ogólnodostępnych dla powiązań z terenami sąsiadującymi,*
- ***budowie systemu komunikacji rekreacyjnej, pieszej i rowerowej** z atrakcyjnymi obszarami rekreacyjnymi, jak również komunikacji wewnętrznej,*
- *ustaleniu optymalnych wskaźników dla terenów zieleni pełniących funkcje rekreacyjne – wskaźnik 5–7 m²/ M, dla terenów parków dzielnicowych z terenami sportowymi.*

W ramach systemu znajdować się będą również centra rekreacyjne w rejonach: Zalewu Zemborzyckiego, Parku Polygon i doliny rz. Bystrzycy – objęte odpowiednim programem.

WNIOSKI – perspektywa zagospodarowania terenów dolinnych i wyższych, skupionych wokół Bystrzycy została strategicznie zaplanowana w kluczowym dokumencie planistycznym gminy. Dostarcza on szereg konkretnych indykacji, które tworzą ramowy konspekt dopuszczonych przez planistów rozwiązań w przestrzeni. Szczególnie istotne są tu

rekomendacje planistów odnotowujących potrzebę integrowania (systemowego, przestrzennego?), poprzez „budowę powiązań dla rozproszonych elementów w system ciągły”.

V.1.3 Spójność z Koncepcją Rewaloryzacji Dolin Rzecznych¹³

Dokument (w skrócie KRDR) został udostępniony przez Wydział Planowania Urzędu Miasta i wskazany jako obligatoryjny do uwzględnienia w opracowaniu. Jest jednym z opracowań operacyjnych (branżowych) dla Studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego miasta Lublina. Opracowanie wykonane równoległe dla potrzeb sporządzania Studium, powstało z potrzeby wskazania sposobów rewaloryzacji funkcjonalno – przestrzennej dolin rzecznych miasta, a zwłaszcza Bystrzycy. Zawiera opis:

- ograniczenia zagospodarowania niewłaściwego – kolizyjnego,
- propozycji nowego zagospodarowania, wykorzystującego potencjał w sposób optymalny.

CZĘŚĆ I KRDR – REWALORYZACJA DOLIN RZECZNYCH MIASTA LUBLINA – ASPEKTY PRZYRODNICZE

W prologu opracowania czytamy: Należy podkreślić, że potrzeba zachowania ... dolin jako obszarów otwartych – zielonych jest utrwalona od dawna w świadomości społecznej mieszkańców miasta i jego władz. Wyrazem tego są kolejne edycje planu zagospodarowania przestrzennego miasta, w którego strukturze zawsze zachowywane były doliny rzek, jako ważne jej elementy i zawsze jako w zasadzie tereny zielone – parkowe. Dalej czytamy: Równoległe... narasta zainteresowanie potencjałem krajobrazowym i kulturowym, jaki tkwi w dolinach rzek lubelskich... Autorzy opracowania akcentują potrzebę zapewnienia „jakości” koncepcji zagospodarowania. Piszą: powinna to być najwyższej skali atrakcja krajobrazowa, łańcuch powiązanych ze sobą pięknych, przestrzennie otwartych parków. ...Przyjmuje się, że dna dolin nie powinny być zabudowywane, nawet fragmentarycznie, wskazana jest jednak lokalizacja obiektów usługowych na ich obrzeżach, w rejonach przyskarpowych – obiektów o funkcjach rekreacyjnych czy kulturowych... Należałoby przywracać utracone i wzbogacać zachowane walory dolin rzecznych z suchymi dolinami miasta... powiązanych ze sobą ciągłym systemem przyrodniczym i przestrzennym.

¹³ „Konceptja programu rewaloryzacji dolin rzecznych w granicach miasta Lublina” Lublin, 1998, Autorzy: Instytut Gospodarki Przestrzennej i Komunalnej w Warszawie, Zakład Zagospodarowania Przestrzennego i Urbanistyki w Lublinie. Zespół opracowujący: mgr Zbigniew Borchulski, mgr inż. arch. krajobrazu Jan Niedźwiedź, mgr inż. arch. Małgorzata Żurkowska, koordynacja doc.dr arch. Romuald Dylewski, opinia konsultacyjna dr Tadeusz J. Chmielewski

BYSTRZYCA JAKO CZĘŚĆ ESOCH (Ekologiczny System Obszarów Chronionych)

Dolina Bystrzycy jest przedmiotem ochrony formalnej częściowo w ramach wojewódzkiego wielkoobszarowego systemu chronionego (południowy odcinek doliny w ramach Czerniejowskiego Obszaru Chronionego Krajobrazu oraz pozostała część, jako segment regionalnego korytarza ekologicznego oraz prawem miejscowym), jako elementy ESOCh miasta, będącego przedmiotem ustaleń obowiązującego (i nowo powstającego) planu zagospodarowania przestrzennego.

KRDR sięga również do zapisów dokumentu macierzystego – do Studium w części poświęconej kierunkom zagospodarowania przestrzennego. W materii planowania kierunków rozwoju miasta, w rozdziale 3.2.5 „Środowisko przyrodnicze” uwzględnia się Program 5.2 – „Rewaloryzacja dolin rzecznych”. Koncepcja rewaloryzacji dolin rzecznych sygnalizuje brak i jednocześnie podstawy do **tworzenia warunków formalnych dla tworzenia rezerwatów przyrody i zespołów przyrodniczo – krajobrazowych** (zwłaszcza dla południowego segmentu doliny Bystrzycy, co wpłynęłoby niewątpliwie na zabezpieczenie wartości biologicznych na pozostałych odcinkach (w obrębie zalewu oraz będącego przedmiotem zainteresowania naszego opracowania).

KRDR IDENTYFIKUJE BARIERY ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Autorzy zidentyfikowali bariery zrównoważonego rozwoju tych terenów – pogarszanie stanu przyrodniczego rzek, ubywanie z nich wody, wysychanie dna dolin, ginąca roślinność, utwardzanie się gruntu. Za główne przyczyny takiego stanu uznano:

- *postępującą urbanizację Lubelskiego Zespołu Miejskiego,*
- *budowy ujęć wody,*
- *nieracjonalną gospodarkę wodą,*
- *narastającą presję inwestycyjną (trasy komunikacyjne, zabudowa budynkami i budowlami itp.)*
- *zbytne zagospodarowanie ogródkami działkowymi, które do niedawna uważane były za miejsca „czystego powietrza i gleby”, a także produkcji „czystej” żywności. Z wykonanych badań gleby wynika jednak, że występuje tu ponadnormatywne zanieczyszczenie: kadmem, rtęcią, cynkiem i niklem.*

Na podstawie obserwacji obecnego stanu eksploatacji ogródków działkowych można stwierdzić, że część z nich jest nieeksploatowana, na części nadal prowadzone są uprawy. Działkowcy stopniowo przekształcają ogródki w tereny para-rekreacyjne, zmieniając ich pierwotne przeznaczenie – funkcję socjalną. Są to tereny cenne, gdyż są zlokalizowane w centrum miasta, a podporządkowane partykularnym interesom jednej formacji.

SYNTEZA ZAGROŻEŃ, WALORÓW I POTENCJAŁÓW (wybór istotnych zapisów dla koncepcji)

- *miejski odcinek doliny wykazuje wyraźną dwudzielność walorów środowiskowych – dolny przekształcony, górny o wyższych walorach naturalnych,*
- *dużym atutem jest przydolinny kompleks leśny Starego Gaju,*
- *niska jakość wód Bystrzycy poniżej Zalewu Zemborzyckiego jest wynikiem zrzutu wód nieoczyszczonych i dopływu do koryta skażeń z kolektorów uchodzących bezpośrednio do doliny, braku kanalizacji w domach położonych w rejonie, spływu powierzchniowego...*

Proponowany w koncepcji proces rewitalizacji terenów zalewowych i zboczy dolinnych uwzględnia istotne dla możliwości planowania przestrzennego *stopniowe eliminowanie z dna dolin ogrodów działkowych, stopniową likwidację zabudowy.* W ramach działań rewitalizacyjnych (RW), rekomenduje się pilne:

- *Likwidowanie ogródków działkowych,*
- *Rekultywację techniczną – biologiczną starych wyrobisk i dzikich wysypisk,*
- *Restytucję roślinności,*
- **Opracowanie projektu zagospodarowania parkowego.**

CZĘŚĆ II KRDR – REWALORYZACJA DOLIN RZECZNYCH MIASTA LUBLINA – ASPEKTY FUNKCJONALNO - PRZESTRZENNE

W tej części, merytorycznie bliższej koncepcji ZPR odnajdujemy szereg wiążących konstatacji i rekomendacji dla naszego opracowania. Autorzy zwracają uwagę na **istotny potencjał krajobrazowy, a także rekreacyjno – turystyczny doliny... kreowanej na wielki ciąg rekreacyjno- turystyczny: północ – centrum – południe.**

Aspekt regionalny rewitalizacji wiąże się z programami rozwoju wypoczynku mieszkańców i turystyki (ruchu przyjazdowego): **zwraca się tam uwagę na niewydolność miejskich terenów rekreacyjnych, przy równoczesnym niewykorzystaniu rezerw terenowych tkwiących w dużym stopniu w dolinach rzecznych.**

Wielowiekowe związki Bystrzycy z miastem, to nie tylko funkcje zaopatrzeniowe w wodę. To różne formy zagospodarowania przestrzeni wraz z systemem wodnym: młynów, foluszy, stawów czy grobli. Obecnie następuje regres rzeki na rzecz urbanistycznej ekspansji.

Wielki potencjał krajobrazowo – przyrodniczy doliny wykorzystywany jest zbyt fragmentarycznie, tworząc zbiór dość przypadkowo urządzonych segmentów, przedzielonych odcinkami doliny niczyjej lub zawłaszczonej (ogrody działkowe). Brakuje konsekwentnego ciągu sprzężonych ze sobą dolinnych i naddolinnych obiektów parkowo – sportowo – rozrywkowych przenikających miasto i podnoszących warunki życia przy poszanowaniu organiki przyrody.

PROPOZYCJE KIERUNKÓW REWALORYZACJI POSZCZEGÓLNYCH DOLIN

Dolina Bystrzycy w obrębie miasta ma wystarczający potencjał krajobrazowy, a także przyrodniczy, aby stanowić wielki ciąg parkowy o różnorodnym zagospodarowaniu rekreacyjno – turystycznym. Park ten powinien być zwieńczony: ośrodkami rekreacji podmiejskiej Zemborzyce-Dąbrowa na południu oraz pasmem atrakcji dolinnych... Osadzenie doliny w subregionalnym systemie rekreacyjnym nie może powodować zaniedbań w spójności wewnątrzmijskiego układu terenów zieleni. Dolina Bystrzycy jako jego główna oś jest predysponowana do roli integrującej całą sieć dolin, dolinek i wąwozów, często zagospodarowanych jako zieleni miejska.

W generalnych kierunkach rewaloryzacji koncepcja formułuje istotne zalecenie: **zasadą zagospodarowania... powinna być minimalizacja zainwestowania, w tym technicznego i duży udział dostosowanych do siedliska komponentów przyrodniczych, w tym powierzchni trawiastych, a także nowe powierzchnie wodne.**

Poniższa rekomendacja KRDR ideowego uzasadnia potrzebę powstania koncepcji ZPR: należy opracować dalekosiężny plan perspektywicznego zagospodarowania dolin rzecznych Lublina... Wąwozy rekreacyjne – zwłaszcza Bystrzycy – stwarzają wielkie możliwości rozwoju ciągu różnorodnych parków wypoczynkowych, terenów sportowych, tras bulwarowych i związanych z nimi obiektów usługowych (rozrywka, kultura, gastronomia). Całość powinna tworzyć jeden spójny funkcjonalnie system przenikający miasto i łączący się zarówno z ogrodami dzielnicowymi, jak i ośrodkami rekreacji podmiejskiej.

Poczym KRDR uściśla proponowany program kierunków zagospodarowania:

Ponieważ istniejący układ obiektów parkowo – sportowych w dolinach nie odpowiada potrzebom i randze miasta, jest fragmentaryczny, rozproszony... w obrębie takiego „super – parku” autorzy koncepcji widzą rozległe wnętrza parkowe o swobodnym, rozluźnionym układzie zieleni i dużych powierzchniach muraw rekreacyjnych, które umożliwią znaczną dowolność w wyborze form wypoczynku, wynikającą z preferencji różnych grup społeczeństwa. W części centralnej miasta, rekreacyjne zagospodarowanie doliny może być bardziej intensywne, uzupełniające i wzbogacające obiekty istniejące, powiązane z zespołem staromiejskim i in. (tzn?).

Na całym przebiegu rzeki (również śródmiejskim), pożądane jest **aranżowanie (metodami ekologicznymi) rzecznych i dolinnych uroczysk, jako wydzielonych i względnie wyizolowanych ostoi bardziej wrażliwych na antropopresję gatunków fauny i flory.**

Elementem wiążącym poszczególne, hierarchiczne ogniwa systemu parkowego powinny być, transdolinne, omijające uroczyska ścieżki rowerowe i piesze, częściowo bulwary nadrzeczne i trasy widokowe. Te ostatnie – w miarę możliwości – także na czole naddoliny wysoczyzn, skąd roztaczają się najszerze widoki.

Pożądany układ roślinności musi być dostosowany do wymogów krajobrazowych... w określonych rejonach musi być odporny na intensywne użytkowanie rekreacyjne i dawać duże możliwości wyboru form wypoczynku. Generalnie **zadrzewienia w dolinie nie powinny tworzyć dużych, zwartych, poprzecznych układów**, gdyż grozi to blokowaniem przewietrzania (jak w parku Ludowym), tworzeniem zastoisk wilgoci i chłodnych mas powietrza. W strukturach zielonych powinno się znaleźć również miejsce na łąki kwietne – ekstensywne, ograniczenie dostępne dla użytkowników – bogate w efekty kolorystyczne, zapachowe, fitoterapeutyczne...

W części poświęconej koncepcjom programu odzyskiwania zabudowanych dolin dla celów przyrodniczych, rekomenduje się:

- **Odzyskiwanie terenów zajętych przez ogródki działkowe, w zamian tworząc tam ogólnodostępne tereny wypoczynku.**
- **Deregulację koryt rzek oraz ewentualność odtworzenia stawów z zalewem na Rusatce włącznie.**
- **Utworzenie Zespołu Przyrodniczo – Krajobrazowego Doliny Bystrzycy (od młyna Krauzego po południowe granice miasta (zapora na zalewie?).**
- **Sformułowanie programu koordynacji działań planistycznych w dolinach, niezależnie od przebiegu granic administracyjnych miasta (pożądana jest koordynacja planów miasta z planami sąsiednich gmin).**
- **Konkretyzacja koncepcji programów na poziomie studialnym (badawczym) i projektowym, podbudowana szczegółowymi analizami.**
- **Wyznaczenie w planie miasta obszaru funkcjonalnego dolin rzecznych jako ważnej rangą struktury urbanistycznej, podlegającej ścisłej ochronie przed presją zabudowywania.**

WNIOSKI - KRDR jest najważniejszym dokumentem strategicznym urzędowej proweniencji, który nakreśla dokładną wizję miejskich planistów – osób najbardziej władnych do kreowania modeli optymalnego zagospodarowania przestrzeni Lublina. Tym bardziej, że jest to zgodne z tezą: produkt jest autoportretem twórcy. Misja planistów odpowiednio zorientowanych w cechach fizjograficznych jest introdukcją właściwych działań projektowych i inwestycji. Dlatego wytyczne wyselekcjonowane i zaakcentowane w cytowanych fragmentach, uznajemy za determinanty kreacji wizji rozwojowej koncepcji. Jako generalny przekaz, Twórcy Studium wskazują ogromny potencjał dolinny, jednocześnie, fragmentaryczne i chaotyczne zagospodarowanie w stanie obecnym, brak rozwiązań systemowych: „konsekwentnego ciągu sprzężonych ze sobą dolinnych i naddolinnych obiektów parkowo – sportowo – rozrywkowych przenikających miasto i podnoszących warunki życia przy poszanowaniu organiki przyrody**” i stworzenia „**dalekosiężnego planu perspektywicznego zagospodarowania dolin rzecznych Lublina...**”**

Wśród dyrektyw szczególną wymowę mają te dotyczące:

- potrzeby stworzenia najwyższej skali atrakcji krajobrazowej, łańcucha powiązanych ze sobą pięknych, przestrzennie otwartych parków,
- tworzenia warunków formalnych dla tworzenia rezerwatów przyrody i zespołów przyrodniczo – krajobrazowych,
- sugestii opracowania projektu zagospodarowania parkowego,
- wizji wykreowania terenów na wielki parkowy ciąg rekreacyjno-turystyczny: północ – centrum – południe,
- ewentualności odtworzenia stawów z zalewem na Rusałce włącznie.

V.1.4 Spójność z „Prognozą oddziaływania na środowisko projektu programu rozwoju i rewitalizacji miast dla Województwa Lubelskiego”

Autor: dr Witold Wołoszyn Instytut Nauk o Ziemi UMCS w Lublinie, kwiecień 2006

W „Prognozie oddziaływania na środowisko projektu Strategii Rozwoju Województwa Lubelskiego na lata 2006 – 2020” zwrócono uwagę na szereg aspektów związanych z wpływem urbanizacji na środowisko. Priorytetem **Ochrony walorów krajobrazowych i dziedzictwa kulturowego jest: Rewitalizacja miejskich terenów zieleni i rekreacji oraz dolin rzecznych.** W rozdziale poświęconym zagrożeniom rozwojowym czytamy, że *realizacja Priorytetu III „Wzrost i efektywne wykorzystanie potencjału miast”, przewiduje budowę nowych zbiorników wodnych dla celów rekreacyjnych, a także rozbudowę infrastruktury turystycznej wzdłuż głównych szlaków komunikacyjnych i turystycznych (Cel 3.4).* Działania te, zrealizowane bez poszanowania walorów przyrodniczych w wadliwie dobranych lokalizacjach, mogą niekorzystnie oddziaływać na jakość wód, oraz istotnie zmieniać warunki siedliskowe i krajobrazowe (sztuczne zbiorniki), a tym samym funkcjonowanie przyrody. Powierzchniowe obiekty gospodarki wodnej niekoniecznie powinny być utożsamiane z negatywnymi zmianami krajobrazowymi.

V.1.5 Spójność z Raportem zawierającym informacje o ocenie jakości życia w Lublinie¹⁴

Założenia koncepcji Zintegrowanego Produktu Rzeki zostały zweryfikowane z informacjami zawartymi w „Raporcie ilościowo-jakościowym z badania na temat jakości życia w Lublinie” przygotowanego przez PBS DGA Sp. z o.o. w ramach projektu Mój Samorząd. Wg Raportu **ważnymi determinantami jakości życia wskazywanymi przez lublinian są: przestrzeń publiczną (estetyka, czystość, dobre zagospodarowanie, w tym ładna, przyjazna architektura) i tereny zielone oraz dbałość o środowisko.**

Przestrzeń publiczną i dbałość o środowisko – elementy kluczowe dla niniejszego opracowania - znalazły się na 5 i 6 miejscu wśród 10 najważniejszych elementów określających jakość życia lublinian. **W ocenie mieszkańców Lublina wśród słabych stron dotyczących jakości życia jest brak parku z dobrą infrastrukturą i zbyt rzadkie zabiegi pielęgnacyjne w parkach i na skwerach.**

V.2 UWARUNKOWANIA ZWIĄZANE Z ISTNIEJĄCYMI (ZASTANYMI) PLANAMI ZAGOSPODAROWANIA TERENÓW PRZYLEGŁYCH

Na terenach objętych koncepcją do daty podjęcia czynności uzgodnionych w ramach umowy z Animatorem Projektu zainicjowano szereg przedsięwzięć planistycznych o charakterze inwestycji twardych. Należą do nich:

- Projekt i budowa stadionu miejskiego na terenach po cukrowni,
- Międzynarodowe Targi Lubelskie – Targi Lublin S.A.
- Budowa trasy komunikacyjnej ul. Muzycznej wraz z przebudową węzła komunikacyjnego
- Budowa trasy Zielonej – równoległej do ul. Krochmalnej
- Zamierzenie planistyczne budowy trasy równoległej trasy do ul. Muzycznej na wysokości ul. Dzierżawnej
- „wyprostowanie” ulic: Nadbystrzyckiej i Janowskiej na ich styku (pominięcie przejazdu pod wiaduktem kolejowym)

Ponadto teren umownie nazywany Parkiem Rusalka decyzją Prezydenta Miasta został objęty społeczną inicjatywą planistyczną pod auspicjami Stowarzyszenia Architektów Krajobrazu.

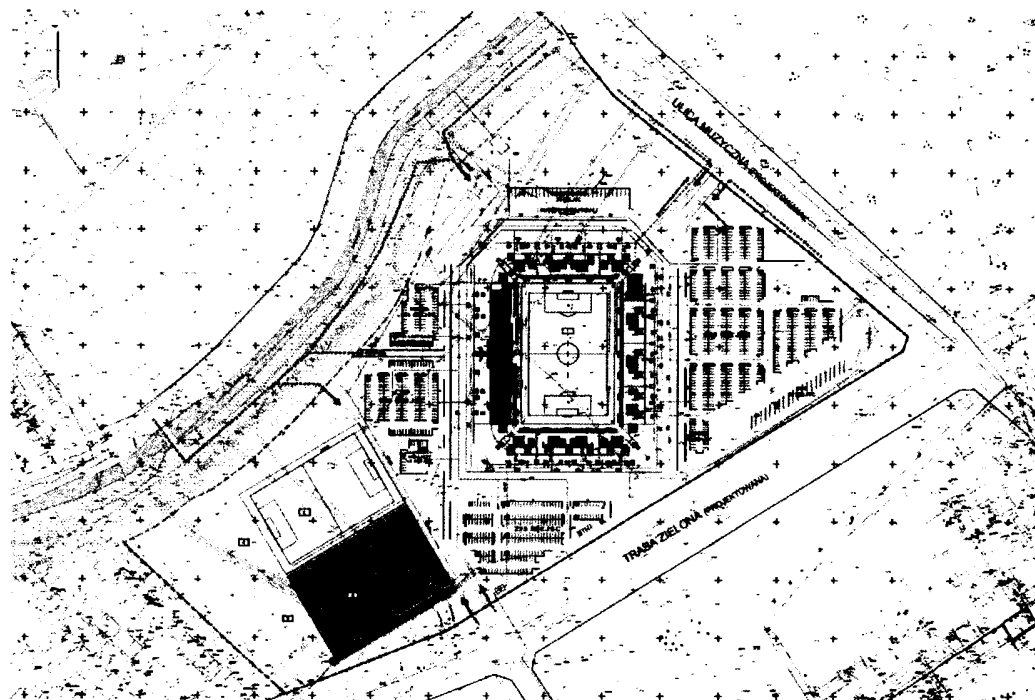
¹⁴ Raport ilościowo-jakościowy z badania na temat jakości życia w Lublinie. 2010. PBS DGA Sp. z o.o.

Ponadto w terminie umowy o wykonanie niniejszego dzieła, nastąpiła transformacja prawno – organizacyjnego modelu zarządzania MOSiR-em. Z jednostki budżetowej gminy, firma przekształciła się w spółkę z o.o.

V.2.1 Stadion Miejski¹⁵

Nowy Stadion Miejski jest zlokalizowany w bezpośrednim sąsiedztwie rzeki Bystrzycy:

„Teren na którym ma być realizowana inwestycja, położony jest w centralnej części miasta Lublina na południowo - zachodnim krańcu obszaru śródmieścia w odległości około 600m od dworca PKP, na północ od projektowanej trasy szybkiego ruchu - "Trasa Zielona". O strony wschodniej oraz północno - wschodniej teren wyznaczy projektowana ulica Muzyczna, natomiast po stronie północno-zachodniej przepływa rzeka Bystrzyca.”



Bezpośrednie sąsiedztwo nowej inwestycji może oddziaływać tak na programowanie atrakcji w obrębie doliny Bystrzycy, jak i na realizację rekomendowanych w niniejszym dokumencie działań.

¹⁵ Na podstawie dokumentu *Program funkcjonalno-użytkowy dla Projektu, pt „Budowa Stadionu Miejskiego w Lublinie wraz z zagospodarowaniem przylegającego terenu”*

Analiza Programu funkcjonalno-użytkowego dla projektu, pt „Budowa Stadionu Miejskiego w Lublinie wraz z zagospodarowaniem przylegającego terenu” wskazuje, że bezpośrednie sąsiedztwo stadionu miejskiego nie powinno mieć znaczącego wpływu na środowisko przyrodnicze – w tym dolinę Bystrzycy:

„Projekt powinien być tak opracowany, aby zminimalizować negatywne oddziaływanie stadionu na otoczenie i na środowisko przyrodnicze”.

Faktycznie projekt nowego stadionu przewiduje staranne zachowanie status quo istniejącej „zieleni” wzdłuż rzeki, jej uzupełnienie zwłaszcza w pasie wałów po stronie stadionu, brak wjazdów dla samochodów od strony Bystrzycy i trzy wejścia „piesze” wprost z ciągów pieszych umieszczonych wzdłuż rzeki.

Bezpośredni wpływ na wizerunek doliny Bystrzycy w sąsiedztwie stadionu mogą mieć:

1. Ogrodzenie stadionu: *„ogrodzenie zewnętrzne musi otaczać cały teren stadionu. Powinno mieć wysokość minimum 2,5m a jego konstrukcja powinna uniemożliwiać niekontrolowane wejście. Ogrodzenie powinno być widoczne na całej długości, a znajdujące się w pobliżu krzewy, drzewa itp. nie mogą ułatwiać jego przekroczenia”.*
2. Tablice informujące o zlokalizowaniu wejść i sektorów.
3. Trzy piesze wejścia na teren stadionu, usytuowane od strony rzeki.

Inwestycja związana z nowym stadionem miejskim jest spójna z koncepcją ZPR, gdyż wpisuje się w ideę Strefy Czasu Wolnego – tworzy w systemie strefy enklawę sportu zawodowego, profesjonalnego, wyczynowego. Istnienie stadionu w strefie podnosi jego rangę, nadaje jej charakter ośrodka szczególnej koncentracji widowisk, nie tylko sportowych.

V.2.2 Nowe położenie ulic: Muzycznej i Dzierżawnej¹⁶

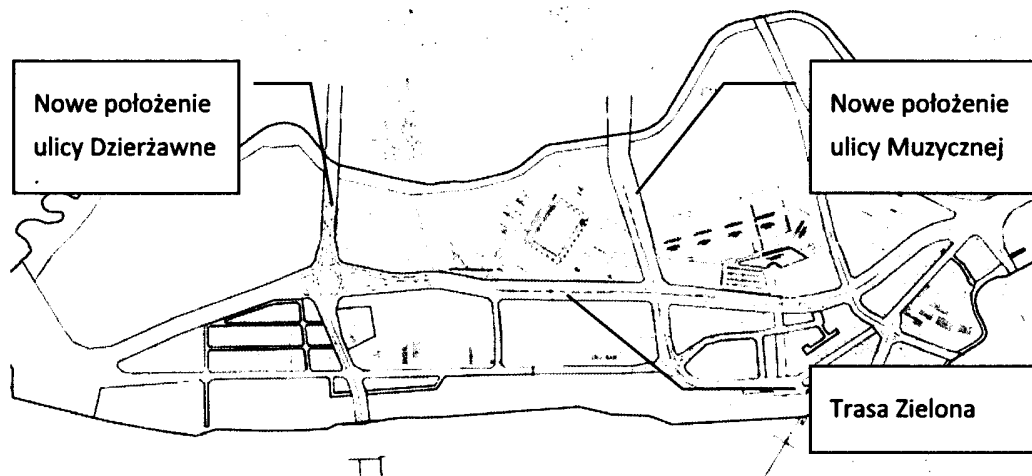
Planowane nowe położenie ulic: Muzycznej i Dzierżawnej stwarza jednocześnie szanse i potencjalne ograniczenia dla koncepcji ZPR.

Wśród szans wymienić należy:

nowe możliwości komunikacyjne, lepszą dostępność terenów objętych Koncepcją (przede wszystkim Parku Ludowego i terenów sąsiednich dla zmotoryzowanych i korzystających ze środków komunikacji miejskiej,
lepszą dostępność planowanych atrakcji na terenie objętym koncepcją dla odwiedzających Lublin (łatwa komunikacja od strony dworca PKP i PKS).

¹⁶ Na podstawie map udostępnionych przez Wydział Planowania Urzędu Miasta Lublin

Z drugiej strony nowe położenie ulic Muzycznej i Dzierżawnej stwarza zagrożenie dla koncepcji ZPR poprzez potencjalne ograniczenie ciągłości Strefy Czasu Wolnego. Infrastruktura nowo położonych ulic może ograniczyć swobodną komunikację pieszą i rowerową wzdłuż Bystrzycy i spowodować konieczność „wyjścia” ze Strefy.



V.2.3 Międzynarodowe Targi Lubelskie

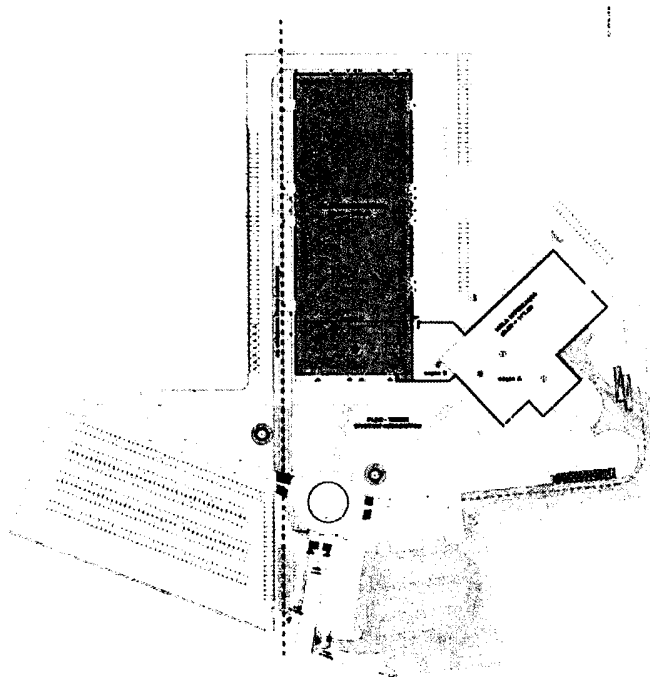
Istniejąca infrastruktura Międzynarodowych Targów Lubelskich nie wpływa znacząco na koncepcję ZPR. Jednak plan ekspansji Targów na większą część Parku Ludowego jest okolicznością konieczną do uwzględnienia w planowaniu programu ZPR, w szczególności programu samego parku, który wchodzi z zakres koncepcji ZPR.

Plan rozbudowy hal targowych znacząco zaburza założenia parkowe. Projektowanie architektoniczne nowych hal nie uwzględnia prac nad koncepcją programu parku. Dlatego to Projekt (nie koncepcja) ZPR powinien być dostosowany do charakteru inwestycji Targów.

Należy uwzględnić ograniczenie dostępności terenu w Parku Ludowym oraz nowoczesną architekturę planowanych obiektów targowych.

Odwiedzający imprezy targowe mogą tworzyć uzupełniający segment nowego produktu parku. Taki scenariusz może dać asumpt do zapewnienia poprawy estetyki terenów parkowych. Z oczywistych względów kondycja parku powinna być przedmiotem troski dyrekcji MTL, gdyż stanowić będzie element scenografii imprez i entourage wizerunku firmy.

Dla zachowania merytorycznej spójności między Targami, a Parkiem Ludowym możliwe jest programowanie parku jako przestrzeni o charakterze galerii pod gołym niebem z czasowymi wystawami tematycznymi (wystawy plenerowe, wernisaże, wystawy poświęcone konkretnym wydarzeniom lub osobom). Indywidualne konsultacje z zarządem MTL Sp. z o.o. zaowocowały deklaracją ze strony zarządu o gotowości do organizacji wystaw na terenie Parku Ludowego.



Ilustrację udostępnił zarząd MTL Sp. z o.o.

V.2.4 Nowy Park Rusałka – koncepcja społeczna rewitalizacji terenu

W kwietniu 2011 roku rozpoczęły się konsultacje społeczne w ramach projektu „Konsultacje społeczne odnowy Parku Rusałka w Lublinie” organizowanego przez Stowarzyszenie Architektury Krajobrazu. Jest to oddolna inicjatywa mająca na celu opracowanie obywatelskiej wizji zagospodarowania Parku. Konsultacje w ramach Projektu przebiegały równolegle z pracami nad koncepcją ZPR.

Zgłoszone i zweryfikowane w ramach projektu konsultacji społecznych pomysły zagospodarowania oraz wytyczne z dokumentów planistycznych są źródłem inspiracji dla koncepcji ZPR. Jest to też ważna dokumentacja poglądów lokalnego środowiska nt. dopuszczalności odważnych rozwiązań planistycznych.

W tym kontekście, w wyniku analizy dokumentacji końcowej wnioskujemy, że uczestnicy konsultacji przyjęli stanowisko konserwatywne – każdy z dwóch ostatecznych wariantów w istocie eliminuje ewentualność „twardych” inwestycji (infrastrukturalne). Dopuszcza lokalizację małej architektury i niewielkich budowli typu pawilon. Główną wytyczną wynikającą z projektu „Konsultacje społeczne...”¹⁷ jest pozostawienie Parku Rusałka jako terenu:

- zielonego,
- ogólnodostępnego,
- z brakiem zabudowy lub niską zabudową,
- z zachowaną panoramą widokową na Stare Miasto w Lublinie.

Przyjmując, że uczestnicy konsultacji stanowią przekrojową reprezentację opinii publicznej, a nie tylko jej segment, należy uznać wyrażone stanowisko za obligatoryjne, determinujące inne planowanie dla terenu Parku. Szczegółowe wytyczne wyrażone przez uczestników konsultacji definiują teren wypoczynku:

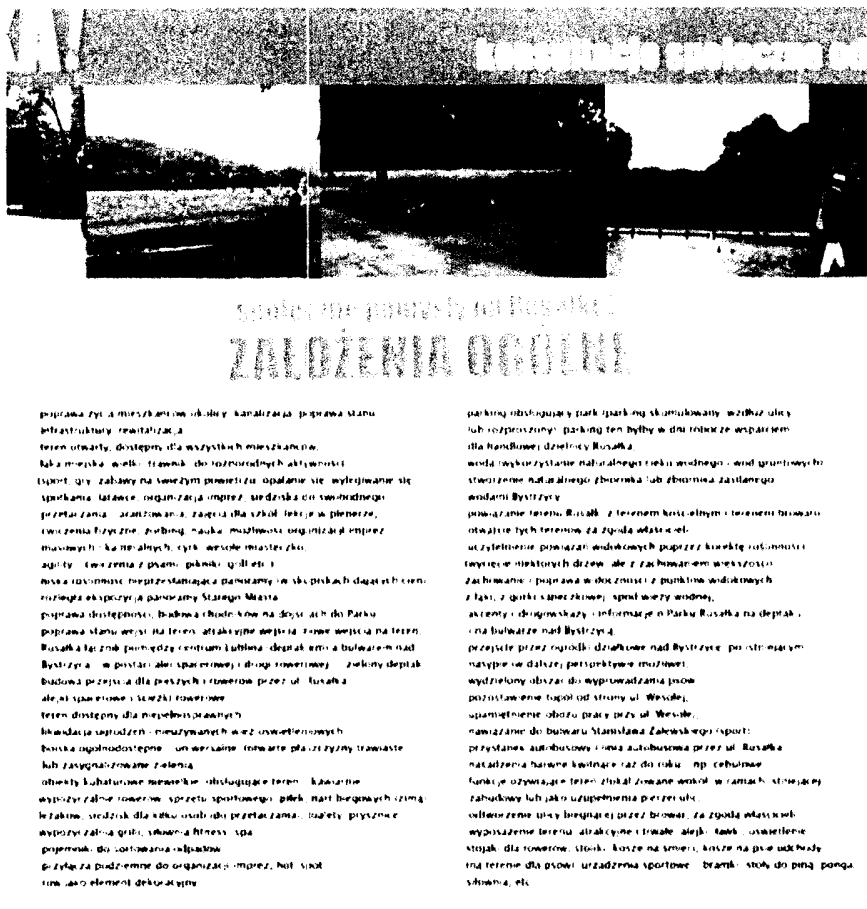
- o charakterze dużej miejskiej łąki, przypominający Błonia w Krakowie, przeznaczonej do rozmaitych aktywności mieszkańców (sport, zabawa, opalanie, latawce, pikniki, zajęcia z psami, imprezy masowe i kameralne, zajęcia edukacyjne),
- otwarty - bez ogrodzeń,
- dostępny dla niepełnosprawnych,
- wyposażony w parking dla zmotoryzowanych,
- wyposażony w atrakcyjne i trwałe: alejki, ławki, oświetlenie, kosze na śmieci, stojaki dla rowerów, małe urządzenia sportowe, jak stoły do ping-ponga, stoły do gry w szachy,
- zbiornik wodny – naturalny lub zasilany wodą z Bystrzycy,
- **Park Rusałka jako łącznik pomiędzy centrum Lublina, a bulwarem nad Bystrzycą w postaci alei spacerowej i drogi rowerowej – „zielony deptak”,**
- poprawiający dostępność, posiadający chodniki na dojeździe do Parku,
- otwarte i ogólnodostępne boiska,
- wypożyczalnie: rowerów, nart biegowych, pitek, leżaków, grilli,
- wyposażony w toalety i prysznice,
- wyposażony w kawiarnię, siłownię, fitness, SPA.

Wśród najbardziej szczegółowych wytycznych sformułowanych w ramach projektu Stowarzyszenia Architektury Krajobrazu są:

- uczynienie Rusałki atrakcyjnej również zimą (np. lodowisko na boisku),
- ścieżka narciarska od Parku Rusałka do Zbiornika Zemborzyckiego,
- oddzielenie ciągów pieszych od rowerowych,

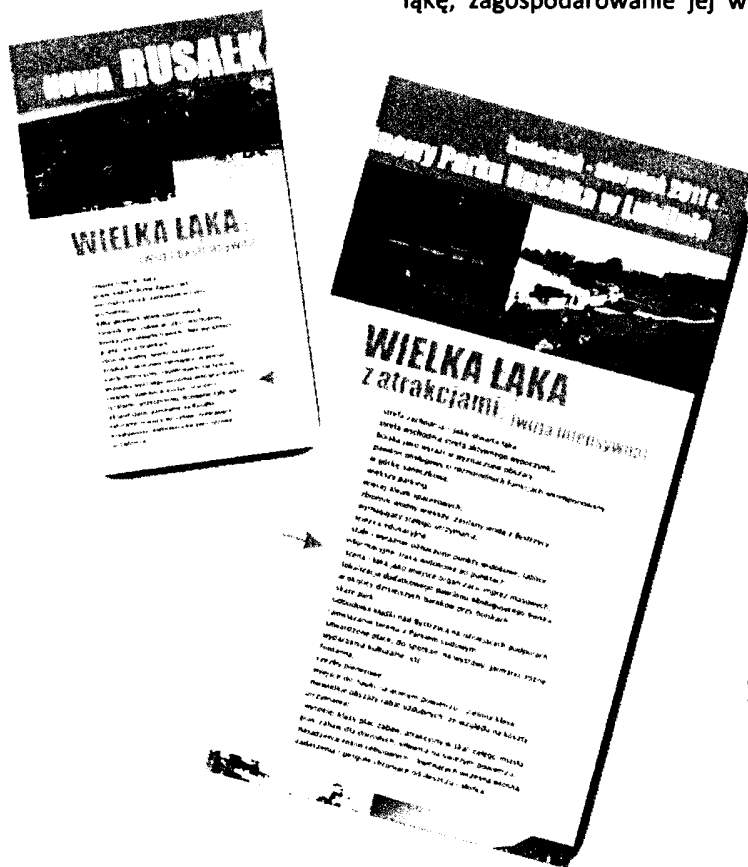
¹⁷ Źródło: prezentacja na stronie projektu „Konsultacje społeczne odnowy Parku Rusałka w Lublinie” <http://parki.lublin.pl/park-rusalka>

- 1 siłownia na wolnym powietrzu,
- 2 wydzielenie przestrzeni dla osób z psami,
- 3 podkreślenie punktów widokowych,
- 4 przejście przez ogródki działkowe,
- 5 polepszenie dostępności poprzez przystanki komunikacji miejskiej i atrakcyjne oznaczone wejścia,
- 6 nowe nasadzenia drzew,
- 7 stworzenie programu dla Parku.
- 8 kawiarnia, siłownia, fitness, Spa.



Po pierwszej fazie konsultacji SAK istniały dwie konkurujące ze sobą wizje zagospodarowania: intensywna i ekstensywna. Wizja intensywna przewidywała większą ingerencję w naturalną

łąkę, zagospodarowanie jej większą ilością pawilonów i obiektów sportowych i rekreacyjnych.
Ostatecznie przyjęto wizję



Wniosek dla koncepcji ZPR – należy przychylić się do tych wniosków konsultacji, które wyrażają troskę o zachowanie kulturowego krajobrazu parku, jednocześnie zaproponować alternatywny pogląd do konserwatywnego, który naszym zdaniem jest zbyt zachowawczy i obniża prestiż lokalizacji w sąsiedztwie Starego Miasta – najcenniejszego sektora miasta.

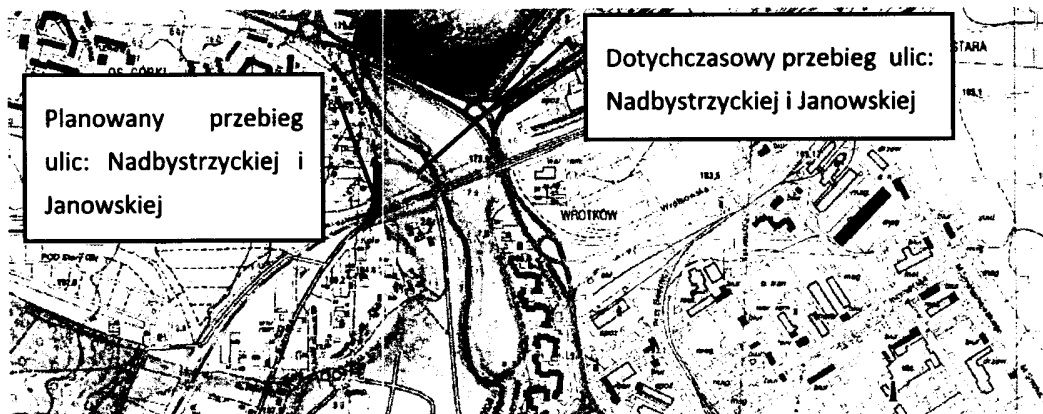
Z lektury wniosków wynika, że w istocie autorzy koncepcji dążą do uczynienia z nowego parku terenów o utylitarnym charakterze, ale w żaden istotny sposób nie zmieniający tego obszaru w atrakcję psychologiczną dedykowaną współczesnym potrzebom!

ekstensywną – zachowania naturalnej łąki i funkcji pro-socjalnych.

V.2.5 Nowy przebieg ulic: Nadbystrzyckiej - Janowskiej

Planowany nowy przebieg połączenia ulic Nadbystrzyckiej i Janowskiej polega na ominięciu przejazdu pod torami kolejowymi i w efekcie oddaleniu ulic od brzegu rzeki.

Planowany nowy przebieg styku ulic ilustruje szkic (szkic wykonany przez autorów opracowania na podstawie informacji uzyskanych w Wydziale Planowania Urzędu Miasta Lublin):



Dzięki temu nad Bystrzycą pojawi się dodatkowy obszar możliwy do zagospodarowania w ramach koncepcji ZPR, będzie więcej miejsca przy brzegu, zmniejszy się hałas, co wpłynie korzystnie na atrakcyjność rzeki dla mieszkańców Lublina.



V.2.6 Koncepcja Centrum Sportów Jeździeckich

Istnieje gotowa, opracowana przez firmę PMG Consulting z Lublina, koncepcja Centrum Sportów Jeździeckich, która wpisuje się w ideę koncepcji ZPR. Przewiduje utworzenie Centrum Sportów

Jeździeckich nawiązującego do lubelskich tradycji konnych, w ofercie którego znalazłyby się:

Cross country,
zawody jeździeckie,

- ☛ szkoła jeździecka,
- ☛ ośrodek jazdy terapeutycznej,
- ☛ jumping team,
- ☛ pensjonat dla koni.

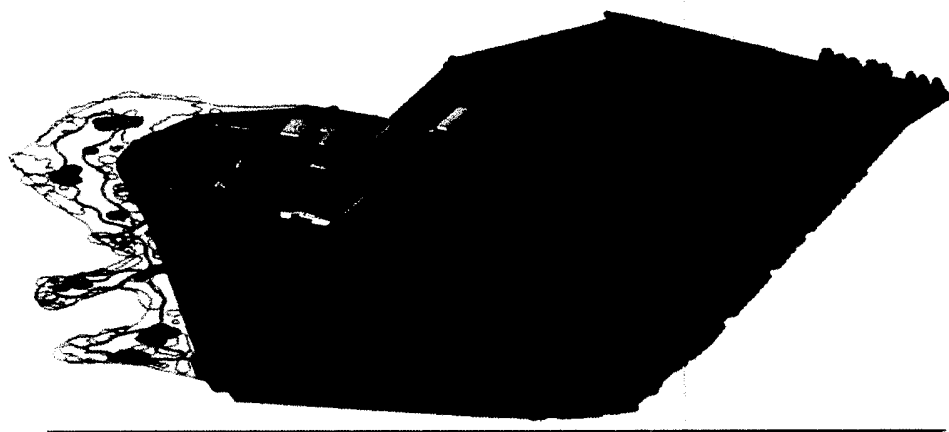
Koncepcja przygotowywana była z myślą o zagospodarowaniu terenów dawnego toru wyścigów konnych. Warto dodać, że w przekazanym materiale autorzy pokusili się o szkic wstępnych analiz korzyści i ich argumentację.

V.2.7 Koncepcja budowy toru wyścigów konnych



Lubelski Klub Jeździecki oraz Lubelska Fundacja Jeździecka przygotowały koncepcję zagospodarowania terenu zwanego umownie „torem wyścigów konnych”. Niestety w przekazanych nam materiałach nie były załączone wyjaśnienia szczegółowe – opisy do ilustracji.

Z obowiązku zapewnienia równorzędności zgłoszonych inicjatyw prezentujemy wybrane



wizualizacje koncepcji (udostępnione przez Lubelski Klub Jeździecki).

VI. ANALIZA TRENDÓW

VI.1 WSTĘP

W opracowaniu ZPZ z ubiegłego roku, na stronach 60 -74 została udokumentowana analiza: kluczowych zjawisk, trendów, mód, stylów konsumpcji, prognoz, nisz, a zwłaszcza potrzeb rynkowych zorientowanych na eksploatację produktów turystyczno – rekreacyjnych. Co zostało już wielokrotnie zaakcentowane, specyfika niniejszej koncepcji jest zbliżona pod względem merytorycznym oraz programowym z koncepcją ZPZ. Dlatego dokonaliśmy kwerendy i syntezy najważniejszych wniosków analitycznych opracowania ZPZ i uzupełniliśmy je o istotne, nowe informacje natury badawczej – zwłaszcza rynkowej, które należy uwzględnić w ZPR.

Informacje zawarte w tym rozdziale są uzupełnieniem poczynionych adnotacji, a to ze względu na rozszerzenie systemu znaczeniowego strefy czasu wolnego na kolejne tereny. Tym samym pojawia się tu więcej informacji budujących pogląd na zjawisko wykorzystania czasu poza pracą zawodową, w kontekście przewidywanego modelu konsumpcji w postaci zorganizowanej „strefy” w granicach ZPR w Lublinie.

VI.2 SYNTEZA ANALIZY TRENDÓW RYNKOWYCH = ANALIZA SEGMENTACYJNA

Źródła opracowania: GUS, Prognozy Komisji Europejskiej zachowań konsumpcyjnych w turystyce do 2020, Ministerstwo Sportu i Turystyki, Instytut Turystyki, Rada Monitoringu Społecznego "Diagnoza Społeczna 2007", artykuł „Lublinianie - jacy jesteście” Gazeta Wyborcza 2007-10-14, badania wizerunkowe zbiornika Zemborzyckiego 2007 – wł. MOSiR, Facts and Figures on The Europeans on Holidays- EU Comission, Sustainable tourism based on natural and cultural heritage, EC, Bruksela 2002, Megatrends of Tourism in Europe to the Year 2005 and beyond, European Travel Comission.

Siła nabywcza Polaków (w tym także lublinian, którzy mają tendencję do) **systematycznie wzrasta**. Produkt Krajowy Brutto Polski na głowę mieszkańca, mierzony

w standardzie siły nabywczej, zwiększył się w 2009 roku do 61% średniej dla całej Unii Europejskiej z 56% rok wcześniej¹⁸.

Znacznie wzrósł, tzw. „wskaźnik zamożności” Polaków (procentowa część dochodów przeznaczana na jedzenie). W 1990 roku przeznaczaliśmy na nie ponad połowę dochodów – obecnie tylko 1/4 (przy czym segmenty zamożne – mieszkańcy dużych aglomeracji, przedsiębiorcy oraz emeryci! na jedzenie wydają już 1/5 -20% dochodów). Po wstąpieniu do UE dochody polskich gospodarstw domowych zwiększyły się nominalnie o 42% (wg Instytutu Badań nad Gospodarką Rynkową). Coraz więcej wydajemy na produkty z wyższych półek.

Bogacimy się coraz szybciej¹⁹. W ciągu dziesięciu lat dorosły Polak potroił swój majątek - oznajmia z dumą "Dziennik Gazeta Prawna". Średnia wartość tego majątku to 28,6 tys. dolarów. Niestety, przeciętny Brytyjczyk ma osiem razy tyle, a Francuz aż dziewięć. Mimo to, należymy do najszybciej bogacących się narodów, choć pewnie nie wszyscy to odczuwamy na własnej skórze. Według raportu, przygotowanego przez bank Credit Suisse, najbogatsi są mieszkańcy Szwajcarii, Norwegii, Australii, Singapuru i wspomniani już Francuzi. Przeciętny Szwajcar dysponuje majątkiem szacowanym na 372 tys. dolarów, zaś piąty w tej klasyfikacji, Francuz dorobił się 255 tys.

Styl konsumpcji kształtują: **nadprodukcja, tani pieniądz oraz masowa konsumpcja**. Nadprodukcja widoczna również w sektorze usług turystycznych wywołała zjawisko taniego pieniądza i taniej dostępności do najdalszych atrakcji, ukrytych w zakamarkach świata (tanie linie lotnicze). Adresat oferty hotelu dysponujący nadmiarem produktów i mający świadomość nadpodaży ofert oczekuje wysokiej jakości za jak najmniejszą cenę. Tylko bardzo nieliczny segment populacji o wielkości ok. 1-1,5 % jest gotów akceptować wysokie ceny za towary luksusowe. Struktura podatników według poszczególnych przedziałów skali podatkowej w 2007 r. była następująca: w pierwszym progu podatkowym (19%) rozliczyło się 94,66% podatników, do II grupy należało 4,48%, a do trzeciej (40%) - 0,86% - źródło GUS. Proporcja jest odwrotna, gdy mowa jest o wielkości parytetów w kształtowaniu PKB. 10% Polaków tworzy ponad 60% dochodu narodowego!

Zmienia się styl konsumpcji. Mniejsze zainteresowanie usługą typu nocleg ze śniadaniem, która jest postrzegana za usługę niskiej jakości. Ponieważ „status” jest mniej ważny, niż dawniej, zachowanie urlopowiczów staje się bardziej zindywidualizowane i prowadzi do większego popytu na mniejsze jednostki zakwaterowania. Zmiana w percepcji życia i stylu życia skutkuje spadkiem popytu na w pełni zorganizowane wycieczki. Usługodawcy skorzystają więcej, jeżeli będą w stanie stworzyć zupełnie nowe produkty, koncepcje i usługi, które odróżniają się od innych dzięki wartości dodanej. Rosnąca specjalizacja wśród usługodawców nastawiona na poszczególne zainteresowania i hobby stanie się ważniejsza i będzie częściej powiązana ze spędzaniem urlopu przez turystów. Trend „Powrót do podstaw” skutkuje wyborem prostszych wakacji: z hotelu do bungalowu, z przyczepy turystycznej do namiotu.

Tendencja do bezpośredniego rezerwowania i komponowania produktów, zwłaszcza przez strony www: rozwój Internetu oraz sposobów bezpośredniej rezerwacji biletów i

¹⁸ Kraje z najwyższym w UE wskaźnikiem PKB na głowę mieszkańca to: Luksemburg (268 proc. średniej unijnej wobec 276 proc. w 2008 r.), Irlandia (131 proc. wobec 135 proc.) oraz Holandia (130 proc. wobec 134 proc.). **Strefa euro** osiągnęła 108 proc. średniej całej Unii, wielkość ta nie zmieniła się w porównaniu do 2008 roku.

¹⁹ Informacja źródło: PAP, 13 października 2010

miejsc hotelowych: coraz więcej wyjazdów rezerwowanych jest bezpośrednio przez Internet, który staje się tym samym bardzo ważnym źródłem informacji o kierunkach. Zarazem utrzymuje się jednak popyt na pakiety i podróże pakietowane (trend do indywidualnych rezerwacji idzie w parze z oczekiwaniem na miejscu pobytu wielu atrakcji na zasadzie jedno lub dwudniowych programów indywidualnych, stanowiących spójną ofertę).

Motywy wyboru kierunku (oferty) stają się bardziej kompleksowe. Mniejszą rolę gra myślenie w kategoriach „destynacji”. Zwiększa się rola skojarzeń emocjonalnych, obietnicy przeżycia szczególnego rodzaju przeżyć. Najszybciej w świecie rozwija się obecnie popyt na produkty dziedzictwa natury i kultury (*natural & cultural heritage*). Masowe destynacje turystyczne oferują podobną ofertę i standard świadczeń. Rywalizacji będą służyć wartości emocjonalne związane z tożsamością i kulturą miejsca (regionu) - na nich właśnie budując swoje komunikaty promocyjne.

Mieszkańcy miast w czasie wolnym zajmują się **kolekcjonowaniem doświadczeń i wspomnień, które są równie pożądanym towarem, co luksusowe gadżety.** W tym celu nie muszą opuszczać swojego miejsca zamieszkania. Animator projektu nie może sobie pozwolić na improwizowanie w aranżowaniu czasu wolnego, ponieważ jest to towar cenny.

Współczesny użytkownik produktów czasu wolnego **planuje i realizuje wypoczynek precyzyjnie**, angażując się jeszcze w domu w wyszukiwanie atrakcji mogących spełnić jego potrzeby. Są one zdecydowanie różne od tych, które sygnalizował turysta w ostatniej dekadzie XX w.

Średnia liczba osób przypadających na jedno gospodarstwo domowe będzie nadal **mała**, co będzie skutkowało wyższym dochodem do dyspozycji oraz większą siłą nabywczą. Osoby te **będą wybierać miejsca wypoczynku według swoich egoistycznych zainteresowań. Szukają propozycji niebanalnych, pozwalających na zaspokojenie ich pasji i wysublimowanych doświadczeń.**

Wyższe wykształcenie populacji zwiększa **chęć do podróżowania i odkrywania nowych atrakcji.** Wpłynie to na ogólny popyt, a w szczególności na **krótkie pobyty.**

Nastąpi: **zwiększenie popytu na luksus w stylu „małe przyjemności”** oraz na produkty specjalistyczne nabywane pod wpływem zimnej kalkulacji. Tylko marki zapewniające prestiż wynikający z ich konsumpcji i posiadania zwiększy rolę impulsu w nabywaniu tych produktów,

Obserwowane jest zwiększenie popytu na **krótkie wyjazdy z miast i inne krótkie wyjazdy zagraniczne w okresach, które wcześniej nie były preferowane** – to wskazówka dla Animatora Projektu, **aby sposób organizowania strefy wynikał z przeświadczenia, że można w pasie od Krężnicy Jarej po Hajdów w dolinie Bystrzycy urządzić produkt quasi urlopowy**, oferujący skoncentrowane w czasie doznania rekreacji oraz relaksu i to nie tylko w tradycyjnych okresach sezonów wakacyjnych, ale i poza nimi. Dlatego też w koncepcji ZPZ poświęciliśmy uwagę sezonowi zimowemu i jesiennemu.

Istniejący trend ubywania polskim miastom mieszkańców będzie dotyczył również Lublina²⁰. Lublin liczył w 2010 roku ponad 348 tys. mieszkańców. W ciągu dwunastu

²⁰ Wyprowadzają się przede wszystkim młodzi ludzie, którzy przenoszą się do jeszcze większych metropolii lub na wieś. Jak informuje "Dziennik Gazeta Prawna"²⁰, powołując się na dane Głównego Urzędu Statystycznego, w ciągu

miesiący liczba ludności spadła o 0,3 proc. Według statystyków, z końcem tego roku w Lublinie będzie mieszkać ponad 346 tys. ludzi. **Za 25 lat populacja miasta spadnie do 305 tys.** Mieszkańcy Lublina wyprowadzają się do gmin podmiejskich²¹ lub do większych aglomeracji. GUS podaje, że w ubiegłym roku województwo lubelskie opuściło blisko 5 tys. osób. Pod względem liczby ludności zajęto w ubiegłym roku 8 miejsce w kraju z ponad 2,1 mln. Biorąc pod uwagę udział mieszkańców miast w ogólnej liczbie ludności uplasowało się na 14 pozycji. Lublin jest w czołówce miast, które najszybciej tracą mieszkańców. Trend ten utrzymuje się od połowy lat 90. ubiegłego wieku.

Liczba osób w starszych kategoriach wiekowych gwałtownie się zwiększy - seniorzy będą zdrowsi i będą dysponować środkami przeznaczonymi na drobne przyjemności. W związku z tym **liczba bardziej doświadczonych użytkowników atrakcji w starszym wieku będzie wzrastać szybciej niż ogólny popyt na produkty sektora turystycznego.** Tym bardziej, że jak podaje lubelski urząd statystyczny, w ciągu 25 lat z Lublina ma wyjechać ponad 40 tys. osób. Z oczywistych względów będą to ludzie młodzi. Dlatego coraz ważniejsza dla rynku stanie się populacja w wieku 50-65 lat, wolna od zobowiązań rodzinnych, szukająca nowych rozrywek i wrażeń.

Także inne grupy konsumentów na rynku unijnym i w Polsce zmieniają swoje przyzwyczajenia i nawyki. Konsekwencje dla Projektu to m.in.: **wzrost popytu na jakość, komfort bez względu na wiek, wygodę i bezpieczeństwo, wzrost popytu na spokojniejsze obiekty rozrywkowe.**

Będzie wzrastać świadomość zdrowotna. Popyt na produkty oferujące wyłącznie kąpiele słoneczne będzie nadal malał. Coraz popularniejsze będzie aktywne wypoczywanie, a popyt na obiekty spełniające to zapotrzebowanie będzie nadal wzrastał. Popyt na produkty związane z odnową biologiczną (sanatoria i ośrodki fitnessu) będzie wzrastał.

Świadomość związana z ochroną środowiska będzie nadal wzrastać. Będzie to skutkowało zwiększonym popytem na miejsca, w których rozwój jest zrównoważony i w których przyroda i lokalni mieszkańcy odgrywają coraz większą rolę.

Odczuwa się **zmniejszone bezpieczeństwo** – społeczne niepokoje, koniunktura jest uzależniona od polityki, wzrost cen związany z kryzysem amerykańskiej gospodarki, korekty, upadek dolara jako gwaranta stabilności gospodarczej, (nie posiada już parytetu w złocie), kryzysy Grecji, Portugalii, Irlandii i inne zjawiska destabilizujące powodują, że wzrosło poczucie ryzyka. Jednocześnie coraz silniej odczuwalna jest potrzeba bezpieczeństwa, co powoduje, że turyści unikają destynacji postrzeganych jako niebezpieczne. Na tej podstawie przewiduje się, że korzystający z czasu wolnego coraz chętniej konsumują atrakcje zlokalizowane bliżej domu (a nawet coraz bliżej). Potwierdza to tegoroczny trend zwiększonego zainteresowania spędzania urlopu w Polsce.

Pomimo zdobyczy cywilizacyjnej, jaką jest gwarancja 40-o godzinnego tygodnia pracy, **odczuwalne jest „kurczenie się czasu wolnego”, i związane z tym wybieranie krótszych**

ostatnich 10 lat z miast wyprowadziło się w sumie ponad 400 tys. osób i dziś liczą one łącznie 23,2 mln mieszkańców. Tych przybywa tylko Warszawie i Krakowowi.

²¹ Największym powodzeniem cieszą się Wólka i Głusk, gdzie liczba mieszkańców wzrosła odpowiednio o 39 i 34 proc.

urlopów/pobytów oraz konsumowanie produktów w bardziej skondensowanej i krótszej czasowo formie. **Coraz rzadziej korzystamy z tradycyjnie rozumianego, długiego urlopu**²². Zjawisko narasta wobec niepewności i zmian na rynku pracy oraz nowych trendów (telepraca, inny model relacji pracowniczych), ludzie pracują więcej, z mniejszym niż do tej pory bezpieczeństwem. Korzystają z krótkich urlopów, wybierając kierunki z krótkim czasem dojazdu/dolotu. **Szukają miejsc i atrakcji, w których mogliby uciec od stresu.** Należy spodziewać się zwiększenia popytu na wyjazdy krótsze, pakietowane, zawierające maksimum atrakcji w krótkim czasie, profilowane pod kątem potrzeb odbiorcy.

Równocześnie rosną wydatki na podniesienie „poziomu wspomnieniowego”²³ - o kilkanaście procent. (Oznacza to potrzebę planowania większej ilości atrakcji dostarczających emocje, wrażenia duchowe jednocześnie motywujących do większej aktywności fizycznej i duchowej – przyp. aut).

Wewnątrzspołeczne konkurowanie o pracę i pozycję materialną, funkcjonowanie w świecie „taniego pieniądza”, wywiera coraz większą presję na codzienne życie ludzi oraz coraz silniej pożąda większej ilości czasu pracy kosztem wypoczynku. Pomimo, że urlop jest czasem wydawania pieniędzy, **statystyczny Polak nie będzie dysponował zadowalającą częścią dochodu do dyspozycji.** Siłą rzeczy będzie chciał za te same środki otrzymać mniej korzyści, ale o dużej sile emocjonalności i praktyczności (użyteczności). Śladem tego następuje społeczna presja na „*value for money*” – **korzystna cena za dobry produkt.** Występuje także silny trend do oczekiwania jak najwyższej wartości za jak najniższą cenę. Trend ten, efekt wzrostu podaży – nadmiaru konkurencyjnych produktów na rynku, występuje coraz szerzej i w stosunku do wszystkich grup odwiedzających. Planując produkty należy uwzględnić rosnącą potrzebę ich konkurencyjności.

Coraz więcej konsumentów o wyrafinowanych gustach otwarcie wyraża swoje potrzeby i dochodzi swoich praw. W turystyce przekłada się to na **bardziej krytyczne nastawienie do jakości i stosunku jakości do ceny.** Alternatywne sposoby wydawania pieniędzy i spędzania czasu będą konkurować z wyjazdami wakacyjnymi, a w ramach wyjazdów wakacyjnych będą ze sobą konkurować destynacje i standard zakwaterowania.

Następuje częstszy wybór krótszych imprez i większa wierność wobec ofert dostarczających autentyczne emocje - nasilą się w następnych latach. Korzystający z czasu wolnego - bardziej doświadczeni - wpłyną na zmianę podejścia: **sztuczność ustąpi miejsca większej autentyczności – w szczególności w odniesieniu do zadowolenia emocjonalnego oraz potrzeby indywidualizacji; podaż sztucznych atrakcji, które nie odróżniają się od innych, straci na znaczeniu, jeżeli nie będą one spełniać wyższych standardów.** Doświadczenie i krytyczne nastawienie skłoni turystów do ponownych odwiedzin przyjemnych miejsc z przeszłości („powrót do podstaw”).

²² Aż 34 proc. amerykańskich pracowników nie wykorzystało w ubiegłym roku całego urlopu wypoczynkowego. Najnowsze badania dowodzą, że przeciętny pracownik nie wykorzystał w 2009 roku 3 dni urlopu, podczas gdy 20 proc. badanych opóźniło wyjazd na wakacje lub całkowicie z niego zrezygnowało ze względu na obowiązki służbowe. Liczba pracowników biorących dwutygodniowe urlopy spadła od 2008 roku z 14 do 10 proc., a 37 proc. ankietowanych regularnie przedłuża swój tydzień pracy powyżej 40 godzin.

²³ Termin branżowy, inaczej *czynnik wspomnieniowy*, albo *strumień wspomnieniowy*, wyjaśnienie patrz słowiczek

- ☞ **Zmienia się styl konsumpcji dóbr podstawowych.** Mniejsze zainteresowanie usługą typu nocleg ze śniadaniem, która jest postrzegana za usługę niskiej jakości. Ponieważ „status” jest mniej ważny, niż dawniej, **zachowanie urlopowiczów staje się bardziej zindywidualizowane i prowadzi do większego popytu na mniejsze obiekty noclegowe (ale większe powierzchnie pokoi).** Zmiana w percepcji życia i stylu życia skutkuje spadkiem popytu na w pełni zorganizowane wycieczki.
- ☞ **Usługodawcy skorzystają więcej, jeżeli będą w stanie stworzyć zupełnie nowe produkty, koncepcje i usługi, które odróżniają się od innych dzięki wartości dodanej.** Rosnąca specjalizacja wśród usługodawców nastawiona na poszczególne zainteresowania i hobby stanie się ważniejsza i będzie częściej powiązana ze spędzaniem urlopu przez turystów. Trend „Powrót do podstaw” skutkuje wyborem prostszych wakacji: z hotelu do bungalowu, z przyczepy turystycznej do namiotu.
- ☞ **Wzrasta jakościowy poziom oczekiwań wobec oferty kulturowej, ponieważ średni poziom wykształcenia podnosi się.** Będzie to skutkowało wyborem produktów, w których istotną rolę odgrywają sztuka, kultura, historia i nauka, tzn. imprez o większych walorach edukacyjnych i związanych z rozwojem duchowości.
- ☞ **Wzrasta zainteresowanie produktami *short breaks*, zwłaszcza produktami turystyki miejskiej i kulturowej oraz aktywnego wypoczynku!!!**
- ☞ **Rośnie nastawienie na poznanie i przeżycia w tym emocje:** motywy wyboru oferty stają się bardziej kompleksowe. Zwiększa się rola skojarzeń emocjonalnych, obietnicy przeżycia szczególnego rodzaju przeżyć. Masowe destynacje turystyczne oferują porównywalną ofertę i standard świadczeń. Rywalizacji będą służyć wartości emocjonalne związane z tożsamością i kulturą miejsca - na nich właśnie budując swoje komunikaty wizerunkowe.
- ☞ **Obserwuje się zwiększony nacisk na zaspokajanie własnych pasji i zainteresowań co powoduje szybki rozwój indywidualnego konsumowania atrakcji, oferującej produkt dostosowany do specjalistycznych zainteresowań**
- ☞ **Następuje wzrost znaczenia turystyki krajowej i wewnątrz-regionalnej:** większe zainteresowanie odwiedzających wyjazdami w obrębie własnego kraju/regionu.
- ☞ **Zwiększa się liczba indywidualnych podróży oraz form spędzania czasu wolnego:** sprzyja temu dużo lepszy niż kiedykolwiek dostęp do informacji i łatwość samodzielnego pakietowania oraz zmiany w systemach sprzedaży, a także chęć ucieczki od form zorganizowanych, nie zapewniających dostatecznej intymności.
- ☞ **Następuje tendencja do bezpośredniego rezerwowania i komponowania produktów -** trend do indywidualnego komponowania indywidualnego koszyka atrakcji (wyboru przeżyć) idzie w parze z oczekiwaniem na miejscu pobytu wielu atrakcji na zasadzie jedno lub dwudniowych programów indywidualnych, stanowiących spójną ofertę).
- ☞ **obserwuje się jakościowe rozwarstwienie potrzeb klientów:** pojawia się trend do łączenia produktów „z różnych półek”.

VI.2.1 Nowa, polska klasa średnia

Wg badań przeprowadzonych na zlecenie MasterCard przez firmę badawczą The Future Laboratory w 2009 roku²⁴ – w Polsce rośnie klasa średnia: grupa ludzi wykształconych, dobrze sytuowanych, świadomych konsumentów. Badacze przewidują, że w dużej mierze to właśnie ta grupa będzie w najbliższych latach kształtować zachowania konsumentckie i preferencje większej części Polaków. Z analizy Future Laboratory wynika, że klasa średnia, dzięki której konsumpcja dóbr i towarów wzrasta, postanowiła zrewidować swoje przyzwyczajenia. Oznacza to, że dwóch na trzech Polaków -- reprezentantów grupy New Mass Affluent (affluent - patrz załączony słowiczek) – zdecydowało się na ograniczenie podróży zagranicznych. Co trzeci przedstawiciel klasy średniej (36%) zaczął przywiązywać większą wagę do tego, na co wydaje swoje pieniądze. Cięcia dotknęły sfery rozrywki i przyjemności. Na przykład aż siedmiu na dziesięciu (71%) badanych zadeklarowało, że przygotowuje i jada posiłki w domu. Tylko dla 12% badanych priorytetem jest możliwość kupowania dóbr luksusowych. Nawet więcej: w dobrym guście jest np. ubierać się w „second handach”, bo to oznacza umiejętność zarządzania budżetem i wyróżniania się. Jednocześnie warto pamiętać, że nie oznacza to kompromisów w kwestii wyglądu, bo aż 4 na 10 (38%) badanych podkreśla, że dobry wygląd to podstawa, a dla co trzeciego (29%) warunek konieczny. **W ramach dbania o dobry wygląd polscy „affluenci” znaleźli też sposób na to, jak ograniczyć wydatki związane z rekreacją. Rzadziej zaglądają na siłownię (potwierdza to 76% badanych), a częściej uprawiają sporty na powietrzu (44% potwierdzeń). Jeśli już decydują się na płatne formy rekreacji, to są to sporty zapewniające zastrzyk adrenaliny, takie jak skoki spadochronowe czy paintball.**

VI.2.2 Short breaks – krótka konsumpcja w czasie

Jednym z dziewięciu determinantów koncepcji (patrz schemat w rozdziale III.2) jest segmentacyjne kryterium stylu konsumpcji *short break* – dosłownie krótka przerwa, w słowniku branżowym oznaczająca krótki, intensywny wypoczynek. W koncepcji ZPZ podzieliśmy odbiorcę produktów skoncentrowanych wokół zbiornika Zemborzycy na dwa zasadnicze typy konsumenta produktów czasu wolnego:

²⁴ Badanie przeprowadzone zostało w 3 i 4 kwartale 2009 r. przez The Future Laboratory. Pierwsza, ilościowa część badania została przeprowadzona na reprezentatywnej grupie 1000 Polaków w wieku 25–54 lata, zarabiających rocznie od 66 tys. do 220 tys. złotych brutto. Druga część objęła szeroki *desk research*, pogłębione wywiady z polskimi korespondentami agencji badawczej oraz wywiady z pięcioma polskimi ekspertami zajmującymi się tematyką *affluent*.



mieszkańca lokalnej społeczności w tym mieszkańca najbliższych gmin oraz turystę (w tym jednodniowego odwiedzającego). Na tej podstawie w dokumencie tym została przeprowadzona analiza segmentacyjna (w znaczeniu typologia konsumenta). Powtórzenie tu analizy progresywnego modelu short breaks jest spowodowane jego

merytorycznym i partykularnym znaczeniem w funkcjonowaniu strefy czasu wolnego. Te dwa terminy (strefa i short breaks) są komplementarne, ponieważ specyfiką współczesnej konsumpcji czasu poza pracą jest uczestnictwo w skondensowanych w czasie i przestrzeni atrakcjach, przyjmujące postać esencji doświadczeń natury urlopowej w czasie wolnym²⁵. Problematyce tej poświęcony jest odrębny rozdział. Uprzedzając lekturę warto zaznaczyć, że short breaks nie mają konkretnego wyznacznika modelowego. Generalną zasadą jest jednak „kompresja czasowa” wynikająca z limitu dwóch i pół dnia weekendu, jako formy najkrótszego, za to około 50 razy w roku powtarzającego się urlopu. Dzięki przywilejom ustawowego prawa do wypoczynku, oraz konsolidacji dni świątecznych (państwowych oraz kościelnych), „zwykłe” weekendy przeradzają się coraz częściej w „weekendy przedłużone” (long weekend). Tak więc sposobności doświadczenia krótkiego, intensywnego wypoczynku jest w UE coraz więcej. Dlatego globalnie model ten uznaje się za strategiczny – priorytetowy w planowaniu biznesu w przemyśle czasu wolnego.

Klasycznymi wzorcami „centralizowania” funkcji urlopowych czasu wolnego, ale pobytów krótkich, są w Europie CENTERPARKS²⁶. Łącznie 24 parki (Europa kontynentalna + Wyspy Brytyjskie), oferują również atrakcje i pakiety short breaks. Nie są one jednak położone w centrach miast, a na prowincji. Niemniej znakomicie oddają ideę skompresowanego wypoczynku, którą należy uznać za wiodący wzorzec zachowań potencjalnych odbiorców produktów czasu wolnego skupionych w strefie doliny Bystrzycy (w tym przede wszystkim zbiornika Zemborzyckiego, w rejonie którego istnieją warunki do



²⁵ W użyciu coraz częściej stosowane jest pojęcie turysty ekspresowego

²⁶ Patrz <http://www.centerparcs.com/>

lokalizowania atrakcji zbliżonych charakterem do klasycznej oferty CENTERPARKS).

Bez wątpienia, biorąc pod uwagę trendy rozwojowe turystyki w ogóle, a w szczególności niesłabnące zainteresowanie turystyką do miast właśnie typu short breaks (w wariacie city breaks), planując rozwój turystyki przyjazdowej do Lublina należy myśleć kategoriami:

LUBLIN BREAKS²⁷

To nie tylko oferta kulturowa Lublina zabytkowego – historycznego, ale również Lublina konkurującego unikalną ofertą rekreacji.

Reasumując:

Wspólnym modelem uczestnictwa w produkcji rzeki będzie krótki pobyt o wątku rekreacyjnym, wypoczynkowym, regeneracyjnym, wręcz hedonistycznym (patrz słowniczek) typu short breaks – jeżeli zostaną zapewnione warunki (produkty) zapewniające spełnienie takiego modelu doświadczeń (potrzeb).

Model short breaks będzie wspólny dla dwóch wytypowanych segmentów. Ze względu na sygnalizowane drastyczne kurczenie się czasu przeznaczonego na wypoczynek, model ten można interpretować również, jako całodniowe, lub kilkugodzinne wypoczywanie.

Aby określić style konsumpcji posłużono się propedeutyką andragogiki²⁸ oraz psychografii. Tradycyjne – odchodzące w przeszłość sposoby segmentowania korzyści produktów wg kryteriów objaśniających (jakość, cena, gotowość zakupu, poziom świadomości itd.) oraz opisowych (demograficzne, geograficzne, kraju i miejsca pochodzenia itd.) straciły na ważności.

²⁷ Nie stosujemy czcionki zastosowanej w obowiązującym logotypie miasta, ponieważ jest wyjątkowo niepraktyczna w przypadku budowania konstrukcji z innymi wyrazami

²⁸ Przedmiotem badań **andragogiki** jest wpływ uczestnictwa turystycznego na rozwój osobowości i wychowania dorosłych. Zajmuje się również badaniem wpływu uprawiania turystyki na intelektualny, moralny i społeczny rozwój dorosłych. Opracowuje optymalne modele wartości produktów turystycznych. Andragogika turystyki bada możliwości tworzenia takich warunków uprawiania turystyki, aby można było harmonijnie łączyć indywidualne zainteresowania z celami, jakie stawia sobie turysta masowy. Bada okoliczności organizowania i programowania produktów turystycznych tak, aby możliwe było spożytkowanie posiadanej wiedzy, stereotypów, doświadczeń w celu interpretacji ich programów. **Psychografia** jest to metoda badania stylu życia ludności na podstawie sposobów spędzania wolnego czasu, zainteresowań, osobowości. W badaniach dotyczących zachowań współczesnych konsumentów kryteria te coraz częściej zastępują tradycyjne już kategorie demograficzne (wieku, statusu społecznego, wykształcenia etc.). To pozwala na lepsze zbadanie zachowań rynkowych. Zamiast skupiać się na produkcie i szukać dla niego odpowiedniej grupy docelowej w wyrażnie zdefiniowanej grupie wiekowej i o określonej wysokości dochodów, bardziej efektywna okazuje się koncentracja na samym kliencie i jego upodobaniach.

Wynika to z przeanalizowanych powyżej postaw odbiorcy, trendów konsumpcyjnych m.in.: łatwości samodzielnego dobierania składników produktów, czy łączenia produktów „z różnych półek”. Czyli generalnie ujmując: **zmian postaw konsumpcyjnych wynikających z jakościowego rozwarstwienia potrzeb**. Postawy i potrzeby stają się bardziej zindywidualizowane, co skutkuje niejednorodnością i płynnością programów produktów.

Socjolog, profesor Erik Cohen²⁹ (źródło: praca zbiorowa pod kierunkiem Grzegorza Gołembskiego *Kompendium wiedzy o turystyce*), zdefiniował cztery wzorce konsumpcji turystycznej odpowiadające specyfice aktualnego rynku:

- **zorganizowany turysta masowy**, zachowujący zwyczaje swojego środowiska, poznający na ogół kraj z okien autokaru, niejednokrotnie słabo przygotowany do podróży,
- **indywidualny turysta masowy**, podróżujący wg swoich planów, ale przede wszystkim standartowymi szlakami. Jego doświadczenie i wiedza o zwiedzanym terenie są większe od wiedzy zorganizowanego turysty masowego,
- **explorer**, czyli turysta nastawiony na penetrację środowiska, szukający nowych ścieżek, ale nie rezygnujący z podstawowych wymagań komfortu,
- **drifter**, typ podróżnika dążącego do pełnej integracji z kulturą odwiedzanego kraju, także za cenę rezygnacji ze swych przyzwyczajeń.

Uwzględniono tu również podział segmentacyjny wg Michela Bassanda:

- **zorientowanych hedonistycznie na zabawę, rozrywkę, wyżycie się**
- **ukierunkowanych na poznanie dóbr kultury**
- **dążących do kontaktu z przyrodą**
- **pragnących zaliczyć jak najwięcej miejsc, w krótkim czasie.**

Trzeci wzorec modeli konsumpcji, którym posłużono się w segmentowaniu stylów konsumpcji to tzw. EUROSTYLE. „Lifestyle” (eurostyle to jedna z opcji lifestyle) od schyłku XX w. jest kryterium pozycji społecznej i udziału w ponowoczesności post-industrialnej, w której tradycyjne atrybuty kulturowe: opozycje –młody/stary, pracownik fizyczny, urzędnik, student, rzemieślnik, inteligent etc. przestały być aktualne. W turystyce sposób spędzania wakacji, kierunki urlopowe, modne miejsca gdzie się bywa, doświadczenia urlopowe, to wyznaczniki identyfikacji stylu życia i przynależności do grupy społecznej.

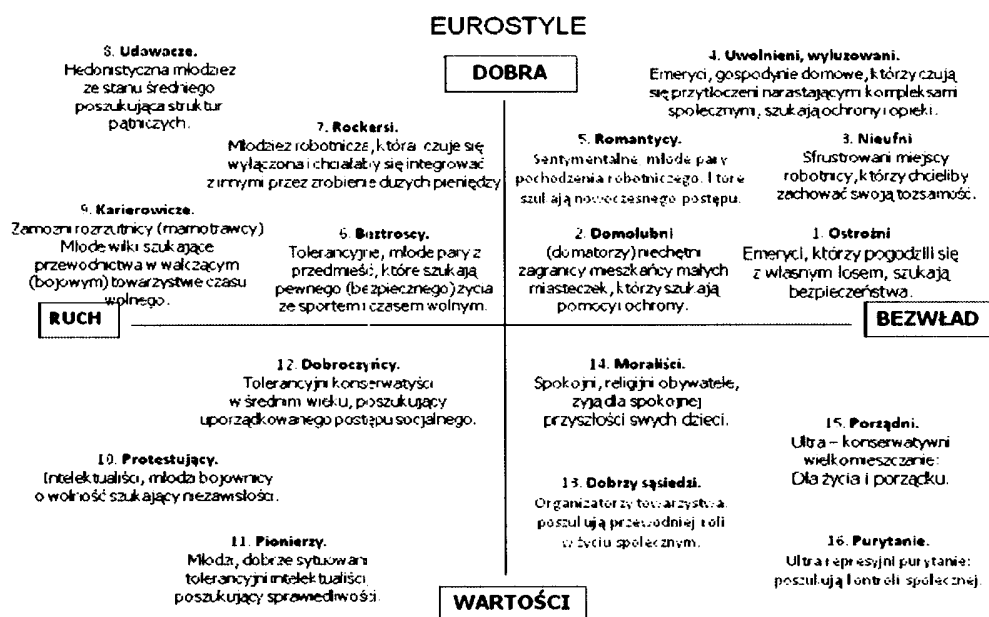
²⁹ Profesor Hebrew University w Jerozolimie. Jest obecnie jednym z największych autorytetów w dziedzinie badań i teorii turystyki. Należy do grona najczęściej cytowanych autorów. Na jego teoriach i typologiach wychowały się całe pokolenia studentów i menedżerów turystyki (min. w Polsce).

Socjolog Bernard Cathelat³⁰ określił 16 grup eurokonsumentów. Przeprowadził ponad 20 tysięcy Europejczyków 15 krajów UE przed rozszerzeniem m.in. o Polskę i 78 regionów. Na tej podstawie zidentyfikował 16 grup społecznych, które nazwał eurostylami. Dla ich łatwego diagnozowania skonstruował matrycę dla której przyjął 4 kryteria ułożone na dwóch osiach: ruch - bezwład oraz dobra (posiadanie) - (stosunek do) wartości.

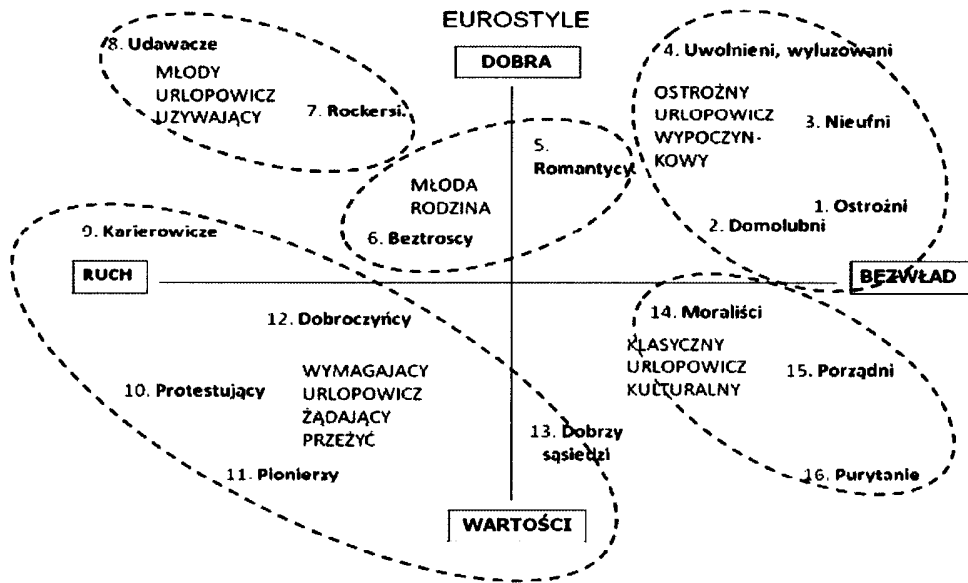
Następnie zbadał że:

- 46% Europejczyków jest gotowych na zmiany i aktywności – akceptują **RUCH**
- 54% to konserwatyści, ich specyficzne zachowanie charakteryzuje **BEZWŁAD**
- 63% Europejczyków jest nastawione na konsumpcję i posiadanie – dla nich najważniejsze są **DOBRA MATERIALNE**
- 37% jest zorientowanych na doświadczanie niematerialne, kulturowe – oni zdecydowanie są nastawieni na **WARTOŚCI**

Rozkład eurostylów konsumpcji na matrycy tworzonej przez dwie osie współrzędnych przedstawia się następująco:



³⁰ Bernard Cathelat: *Socio-Lifestyles Marketing: The New Science of Identifying, Classifying and Targeting Consumers Worldwide*; Probus Professional Pub, USA, 1999, ISBN 1-55738-818-0



Zbliżone stylem konsumpcji (lifestyles) eurostyle tworzą systematykę pięciu europejskich typów urlopowych (PIĘCIU TYPÓW KONSUMENTÓW CZASU WOLNEGO):

- ☛ **klasyczny urlopowicz kulturowy** – wiek zaawansowany – średni i przedemerytalny, (40-60, a nawet 65), małżeństwa, nie podróżują z dziećmi, wyżsi urzędnicy, przedsiębiorcy, reprezentujący wolne zawody, dysponujący wyższymi dochodami, posiadacze własnych mieszkań, często domów jednorodzinnych na przedmieściach miast, zwłaszcza dużych oraz aglomeracji, z zasady konserwatywni i tradycyjni, konformiści.
- ☛ **wymagający żądni przeżyć urlopowicze** – typowi reprezentanci środowisk miejskich, młodzi lub w średnim wieku, duża grupa singli żyjących samotnie, samotnie wychowujących dzieci (w tej grupie zwłaszcza kobiety), młode pary małżeńskie z małymi dziećmi, absolwenci uniwersytetów, menedżerowie, zajmują kluczowe stanowiska zwłaszcza w korporacjach, wolne zawody, pracujący ponad miarę, dysponujący wysokimi i bardzo wysokimi dochodami, egocentrycy, poszukują wzorców do naśladowania, lojalni konsumenci marek, dążą za trendami – modami, chętnie tworzą społeczności (wakacyjne), mają świadomy stosunek do wartości czasu wolnego, otwarci na nowe doświadczenia znajomości, zestresowani nadmiarem pracy i konkurencją we własnym środowisku.
- ☛ **młody urlopowicz rozkoszujący się, używający** – mieszkaniec miast, zwłaszcza dużych ale przedmieść, nie dysponują własnymi lokalami mieszkalnymi, wolni, nie związani matrymonialnie, single, studenci, robotnicy, urzędnicy niższych szczebli, dysponują słabą siłą nabywczą, naśladowują, żyją w potrzebie osiągnięcia wyższego statusu, sfrustrowani.
- ☛ **młoda rodzina** – ich wiek oscyluje między 25 a 44, są na dorobku, w większości małżeństwa z dziećmi, poszukują dobrej zabawy, mają pozytywny stosunek do spędzania czasu wolnego aktywnie i w zabawie, dysponują niskim lub średnim dochodem, jednak dużą jego część poświęcają na przyjemności kosztem innych wydatków, mniej przejmują się karierą, za to żyją skromnie ale stabilnie, zapewniają sobie zadowalający standard

życia – główny cel dobrobyt rodziny, spokojne i bezpieczne życie, inwestują w dzieci ich wychowanie i rozwój.

ostrożny urlopowicz wypoczynkowy – podeszły wiek – większość na emeryturze, żonaci, dzieci samodzielne; robotnicy, rzemieślnicy, pracownicy umysłowi, negatywnie nastawieni do innowacji oraz zmian w otoczeniu, przyzwyczajeni do stabilizacji oraz porządku moralnego, religijni, surowi, wymagający.

Wnioski - spośród pięciu typów konsumentów czasu wolnego wg matrycy EUROSTYLE, właściwe dla tego typu postaw są modele: młody urlopowicz używający, wymagający urlopowicz oczekujący przeżyć oraz młoda rodzina. To są najbardziej prawdopodobni odbiorcy oferty wypoczynku aktywnego.

Analiza cech pozostałych typów nie typuje ich jako strategicznych, co nie wyklucza je z grupy potencjalnych adresatów komunikacji marketingowej. To jest jednak zależne, jak dalece wątek kulturowy (turystyka kulturowa), zostanie uwzględniony w koncepcji.

VI.2.3 Raport – preferencje urlopowe Polaków

Połowa Polaków czas przeznaczony na urlopy spędza w domu. Najchętniej oglądając telewizję. Kto w 2011 roku pojedzie na wakacje i jak i gdzie go spędzi sprawdzono to w badaniu przeprowadzonym na zlecenie Loyalty Partner Polska, operatora programu lojalnościowego Payback. Jak wynika z badania, ponad połowa Polaków (55%) spośród różnych opcji spędzania urlopu wybiera odpoczynek w domu.

Prawie co trzecia osoba decyduje się na wakacje w Polsce, organizując wyjazd na własną rękę lub udając się do rodziny (odpowiednio 28% i 26%). Niecałe 15% wskazuje na działkę. Z zagranicznej oferty biur podróży korzysta tylko 7% badanych, a 6% taki wyjazd organizuje samodzielnie. Na zorganizowany przez siebie urlop w kraju decydują się głównie osoby w wieku między 26 a 35 lat i młodsze, od 18 do 25 lat. Te formy wypoczynku wybierają również Polacy z wyższym wykształceniem i mieszkający w dużych miastach. Są to przeważnie ludzie zamożni, u których dochód na rodzinę przekracza 4000 zł miesięcznie.

Wyjazd do rodziny jako główna alternatywa dla urlopu w domu to rozwiązanie, z którego chętnie korzystają osoby starsze, w wieku powyżej 55 lat, a także Polacy z wykształceniem zawodowym oraz emeryci i renciści. Urlop spędzony w domu to sporo wolnego czasu, który wykorzystujemy bardzo różnie. Jak jednak wskazują wyniki badania, najpopularniejszym zajęciem jest oglądanie telewizji (51%), następnie spędzanie czasu z rodziną (41%) i przyjaciółmi (35%), a także spacer i praca na działce (28%). Z oferty kin, muzeów i wystaw korzysta jedynie 2% Polaków.

Na czas spędzony z rodziną jako główny sposób wykorzystania wolnego czasu wskazują przeważnie osoby w wieku 36–45 lat, zamożne, z dochodem na rodzinę przekraczającym 4000 zł miesięcznie. Ludzie młodzi, w wieku od 18 do 35 lat, od siedzenia przed telewizorem wolą

spotkania z przyjaciółmi. Podobne preferencje mają osoby wolne, studenci, ale też Polacy z wyższym wykształceniem i stałą pracą, mieszkający w największych miastach.

WNIOSKI

Na podstawie analizy trzech metod segmentacji stylów spędzania czasu wolnego, uwidacznia się następujący, dominujący typ konsumpcji w obrębie strefy:

indywidualny uczestnik masowy zorientowany hedonistycznie na zabawę, spędzający czas wg własnych planów, jednak chętnie korzystający z opracowanej i zorganizowanej oferty. W tym przypadku doświadczenie i potrzeby są większe od wiedzy zorganizowanego turysty masowego. Wynika to z faktu, że główny rdzeń segmentu – lublinianie i ich sąsiedzi, są mieszkańcami miasta, w którym należałoby się spodziewać wyższego poziomu doświadczeń kulturowych. Stąd „poprzeczka” społecznych oczekiwań powinna być ustawiona nieco wyżej.

VII. BADANIA WZORCOWYCH INWESTYCJI

W Polsce, Europie i na świecie panuje trend organizowania przestrzeni wyposażonych w infrastrukturę i usługi rekreacji w miastach i dolinach rzek. Trend ten jest ściśle związany z ruchem ekologii, ochroną wód i zlewni rzecznych przed industrializacją i zanieczyszczeniami.



Przykładem działania na rzecz ekologii i kultury związanego z rewitalizacją miejskich rzek jest międzynarodowy projekt REURIS, do którego akces złożyły gminy położone w dorzeczach lub posiadające zanieczyszczone rzeki :

- (doliny) rzeki Ślepiotki w Katowicach – częściowa renaturyzacja małej rzeki, wykorzystanie porzuconego terenu nadrzecznego dla retencji wody, odtworzenie korytarza ekologicznego;
- Stary Kanał Bydgoski – przywrócenie zabytkowego układu hydrotechnicznego, poprawa siedlisk ptaków, wzbogacenie nadwodnej szaty roślinnej (w tym w obrębie zabytkowego parku);
- Stara Ponawka w Brnie – sztuczna odnoga rzeki, teren przemysłowy, wykreowanie „zielonego korytarza”;
- Rzeki: Mze, Radbuza, Uhlava, Uslava w Pilźnie – wykreowanie lokalnego biocentrum w średniejskiej przestrzeni nadrzecznej;
- Doliny rzeki Feuerbach w Stuttgarcie – renaturyzacja koryta rzeczno oraz terenów przyległych („korytarza potoku”) w dawnej przestrzeni przemysłowej, odtworzenie siedlisk oraz korytarza ekologicznego;
- Rzeki i kanały w Lipsku – renaturyzacja linii brzegowej na terenach uprzednio dotkniętych wydobyciem węgla brunatnego, odtworzenie siedlisk łągowych oraz ciągłości ekosystemów nadrzecznych.

W dokumencie programowym REURIS czytamy: „*Po raz pierwszy w Środkowej Europie podjęta została próba stworzenia, we współpracy transnarodowej, pełnego zestawu zasad rewitalizacji przestrzeni nadrzecznych i zilustrowania tych zasad poprzez praktyczne wdrożenie.*”³¹

³¹ Prezentacja „Projekt REURIS w Bydgoszczy” przygotowana na seminarium informacyjne CE w Toruniu (18 maja 2011 roku). Autor: Bogna Rybacka – Urząd Miasta Bydgoszczy.

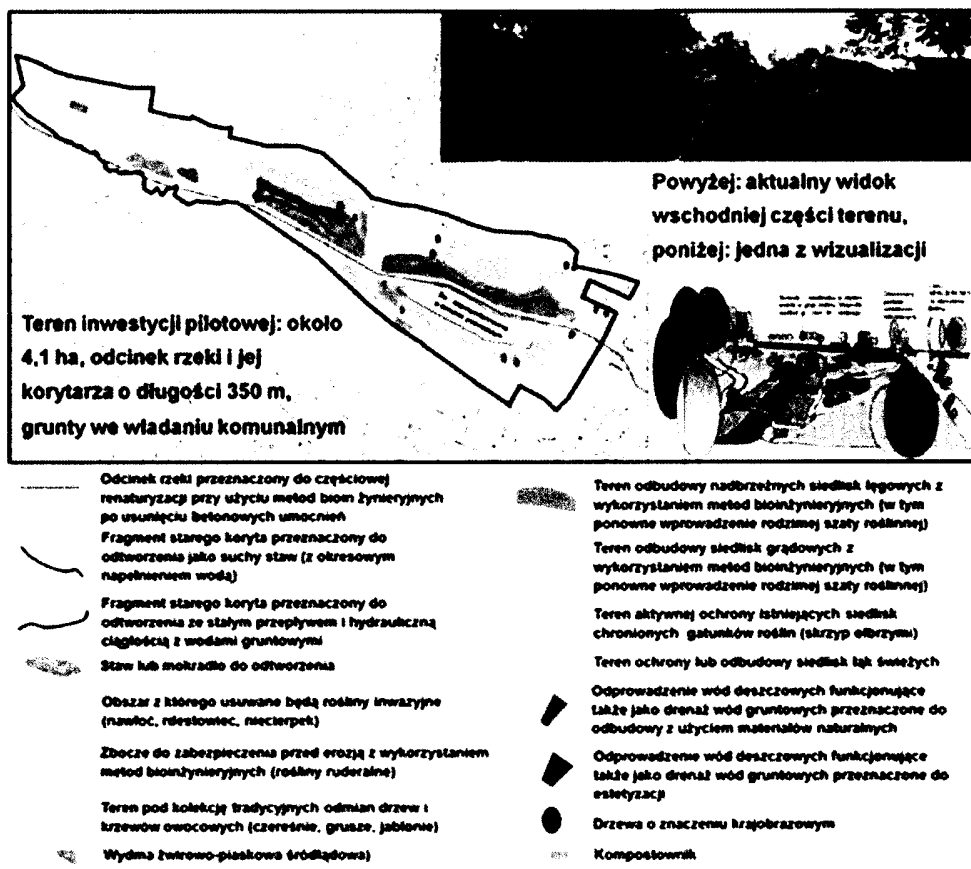
VII.1 REWITALIZACJA ŚLEPIOTKI W KATOWICACH W RAMACH PROJEKTU REURIS

Ślepiotka – mała i zdewastowana rzeka o długości 8 km przepływająca przez Katowice, została objęta pilotażowym działaniem w ramach projektu.

„Główną propozycją projektu REURIS w odniesieniu do zlewni Ślepiotki jest odtworzenie w jej zurbanizowanej (środkowej) części zielono-niebieskiego korytarza doliny rzecznej, długości około 2,2 km. Korytarz mógłby funkcjonować jako otwarta przestrzeń dla przyrody i dla retencji wód, zarówno rzecznych jak i dla nadmiaru wód deszczowych. Korytarz spełniłby także inne oczekiwania społeczności Ochojca, Ligoty i Panewnik:

- ❑ **polepszenie publicznego dostępu i umożliwienie swobodnego przemieszczania się wzdłuż doliny,**
- ❑ **zwiększenie atrakcyjności terenu, w tym walorów estetycznych,**
- ❑ **ustanowienie „miękkich” form rekreacji.**

Inwestycja pilotażowa ilustruje, na starannie dobranym przykładzie, możliwości przyszłego urządzenia korytarza Ślepiotki.¹³²



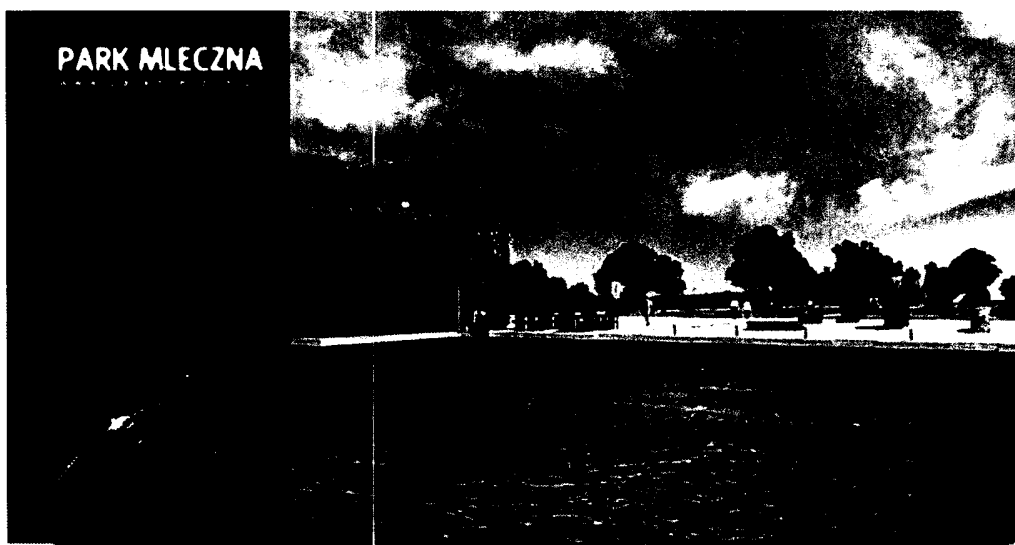
VII.2 PARK MLECZNA W RADOMIU

Świetnym przykładem rodzimego projektu o zbliżonej specyfice jest PARK MLECZNA w Radomiu.

Założeniem tego projektu, który powstał w 2009 roku, jest utworzenie na terenie Radomia parku kulturowego nad rzeką Mleczną oraz na wytypowanych obszarach przyległych: Piotrówka, Stare Miasto i Stary Ogród. Projekt parku kulturowego „Mleczna” jest inicjatywą Prezydenta Radomia.

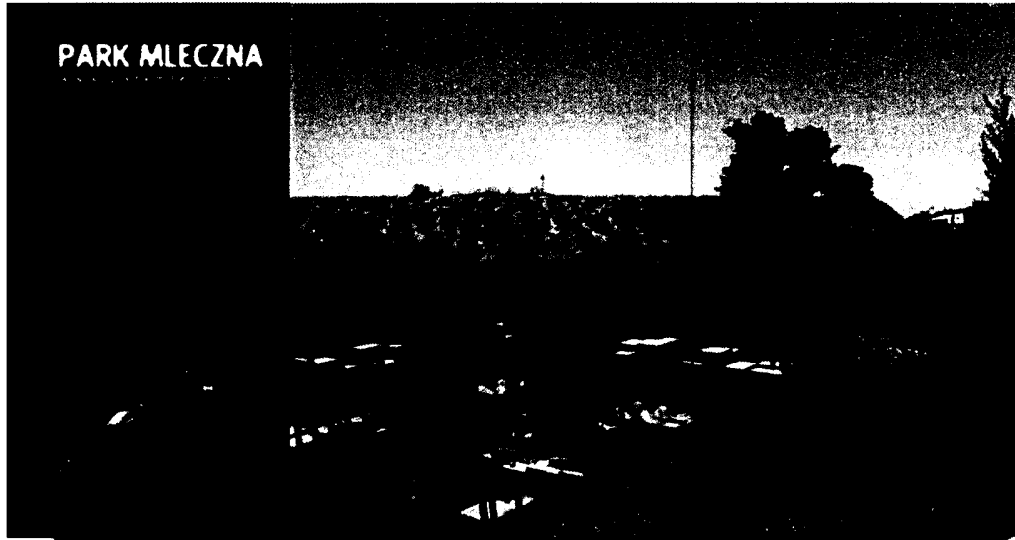
Park Mleczna z alejkami rowerowymi, pieszymi, bulwarami i skateparkiem ma być nie tylko miejscem rekreacji dla mieszkańców, ale również parkiem edukacyjnym. Obejmuje on bowiem swoim zasięgiem wykopaliska archeologiczne w Piotrówce oraz infrastrukturę dla imprez masowych. Nazwa przedsięwzięcia jest tożsama z nazwą rzeki, co podkreśla związek parku z rzeką.

„Zgodnie z koncepcją władz miejskich, park kulturowy (...) ma łączyć trzy aspekty: kulturowo-krajobrazowy, archeologiczny i archeologiczno-przyrodniczy. Chodzi bowiem o to, by połączyć rekreację na świeżym powietrzu z edukacją, a jednocześnie podkreślić przyrodnicze i historyczne znaczenie tego terenu i zapobiec jego dalszej degradacji.



Realizacja parku ma także służyć „zachowaniu następstwa krajobrazu kulturowego”, począwszy od pozostałości osadnictwa słowiańskiego w dolinie rzeki Mlecznej aż do późnośredniowiecznego Starego Miasta lokowanego na prawie średzkim. Praktycznie cały ten obszar ma być objęty skansenem archeologicznym. Jego utworzenie musi być poprzedzone

dokładanymi badaniami, które prowadzą specjaliści z Polskiej Akademii Nauk. Wokół grodziska



Piotrówka już je wykonano (...)

Nowe założenie nie będzie się jednak skupiało wyłącznie na historii – twórcy koncepcji zakładają także „stworzenie nowej, dodanej wartości harmonizującej z pozostałymi częściami Parku Kulturowego”. Będzie to strefa rekreacyjna umiejscowiona w południowo-zachodniej części parku, uwzględniająca potrzeby i oczekiwania współczesnych użytkowników (boiska sportowe, skatepark, place zabaw). Na terenie parku zostaną wytyczone alejki, place i ścieżki rowerowe, a przez rzekę – przerzucone liczne kładki. Z inwestycją wiążane są także nadzieje na rewitalizację Starego Miasta.”³³

Ilustracje pochodzą ze strony internetowej www.radom.pl

VII.3 DOLINA BIAŁEJ W BIAŁYMSTOKU

W 2010 roku rozstrzygnięto ogłoszony przez Stowarzyszenie Architektów Polskich, na zlecenie Urzędu Miasta Białystok konkurs na koncepcję programowo-przestrzenną śródmiejskiego bulwaru nad rzeką Białą w Białymstoku. Konkurs wygrała pracownia architektoniczna Biuro 87A z Opola.

³³ Źródło: www.sztuka-architektury.pl

„Autorzy projektu zaplanowali na terenie bulwarów różnorodne funkcje rekreacyjne i kulturalne. Z dużą intensywnością i różnorodnością zieleni parkowej.

Wizja kreuje nową wizję centrum Białegostoku, otwartą na różnego rodzaju aktywności. Koryto rzeki Białej według planu ma być prowadzone zgodnie z naturalnym przebiegiem.

Za interesujące sędziowie konkursu uznali propozycje umebłowania bulwarów pawilonami o różnorodnej funkcji oraz małej architektury.”³⁴

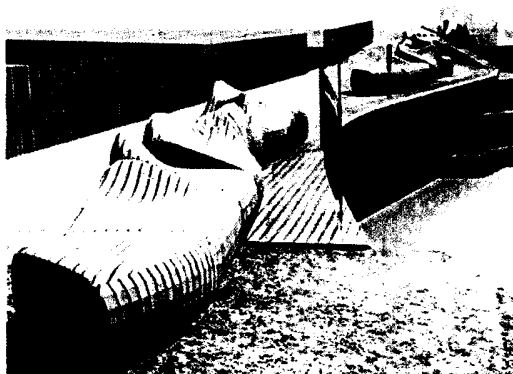
Wśród szczegółów koncepcji wyróżnić można: sztuczne wyspy i plac Miejski z rabatami, tereny



piknikowe, park leśny, tarasy widokowe, pawilony i pergole, fontannę na rondzie Lussy. Na całej długości bulwary nad Białą byłyby odgródzone od ulic parawanem drzew i żywopłotów.

Prace przy tworzeniu nadrzecznych bulwarów podzielono na kilka etapów.

Ilustracje pochodzą z portali:
www.bialystok.gazeta.pl (Gazeta) oraz
www.poranny.pl (Kurier poranny)



³⁴ <http://www.sarp-bialystok.org>

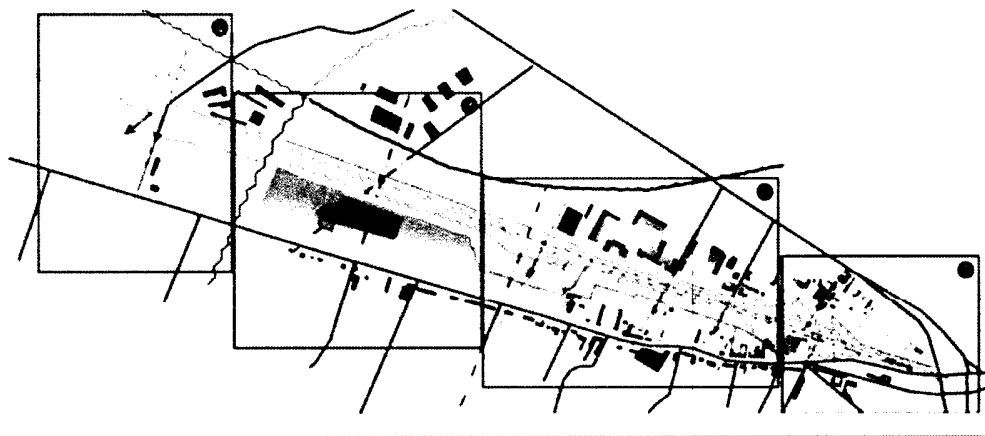
VII.4 STARY KANAŁ W BYDGOSZCZY – PROJEKT REURIS

Stary Kanał w Bydgoszcy objęty został projektem pilotażowym projektem REURIS, w ramach którego w dolinie Starego Kanału ma powstać park.

Kanał Bydgoski zbudowany w latach 1773-1774 jest **najstarszym**, czynnym do dnia dzisiejszego śródlądowym kanałem wodnym na obecnym terytorium Polski. Koncepcja parku nad Kanałem Bydgoskim dzieli park na cztery strefy użytkowe: brama parku, zielony salon, park angielski i strefę rekreacyjno sportową. Autorem koncepcji architektonicznej jest warszawskie biuro IN&OUT Architektury Krajobrazu.

Koncepcja przewiduje uczynienie ze starego i nieco zaniedbanego skweru nad Kanałem Bydgoskim miejsca spotkań ludzi w różnym wieku, celu spacerów rodzinnych. W ramach realizacji koncepcji, powstanie plac zabaw, nowe ścieżki rowerowe i spacerowe.

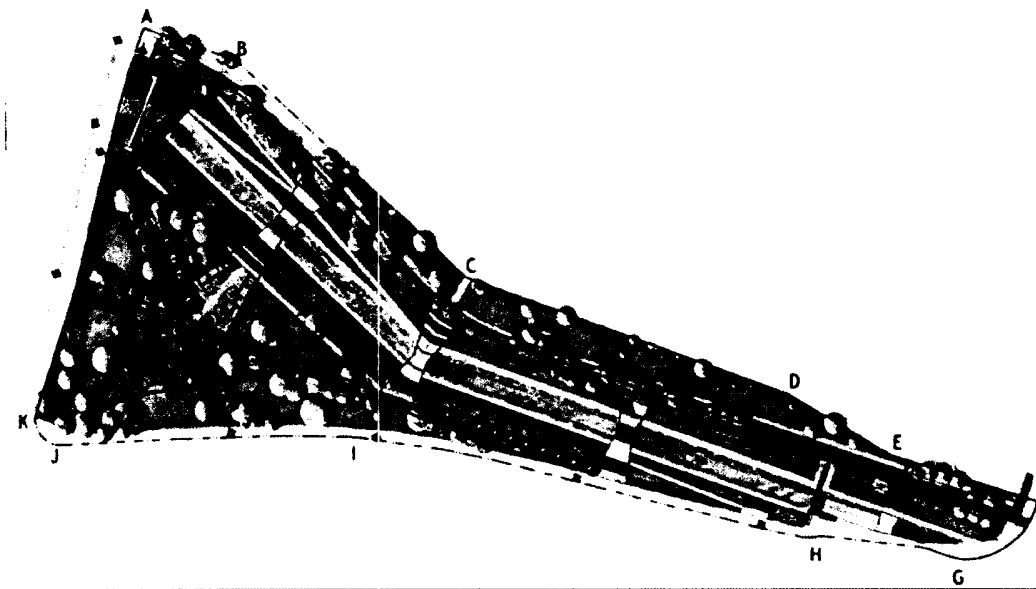
Na szczególną uwagę zasługują zaprojektowane dwie szklane kładki nad kanałem, swoiste stanowiska widokowe.



Spodziewane efekty realizacji Projektu w Bydgoszcy to:

- 1. *wzbogacenie bioróżnorodności systemu zieleni w mieście i wprowadzenie elementów edukacji ekologicznej,*
- 2. *wzrost świadomości mieszkańców dot. historycznych korzeni miasta oraz znaczenia wody dla ekosystemu miejskiego poprzez stworzenie nowego obszaru o wyraźnej tożsamości historycznej i przestrzennej,*
- 3. *podkreślenie kanału w krajobrazie miasta oraz przybliżenie go mieszkańcom,*
- 4. *poprawa jakości życia mieszkańców,*
- 5. *poprawa jakości przestrzeni publicznych,*

- *otwarcie terenów sąsiednich na kanał,*
- *poprawa komunikacji pieszych i cyklistów,*
- *stworzenie obszaru ważnego dla integracji lokalnej społeczności.³⁵*



Ilustracje pochodzą z prezentacji przygotowanej na seminarium informacyjne CE w Toruniu (18 maja 2011 roku), przez Bognę Rybacką – Urząd Miasta Bydgoszczy.

³⁵ Prezentacja "Projekt REURIS w Bydgoszczy" przygotowana na seminarium informacyjne CE w Toruniu (18 maja 2011 roku). Autor: Bogna Rybacka – Urząd Miasta Bydgoszczy.

VII.5 BULWARY NAD BRDĄ W BYDGOSZCZY

W Bydgoszczy, prócz rewitalizacji brzegów Starego Kanału realizowany jest projekt zagospodarowania brzegów Brdy.

„Plenty nad Brdą są ważnym elementem Bydgoskiego Węzła Wodnego i zajmują jedną z kluczowych pozycji w programie jego rewitalizacji, który jest jednym ze strategicznych przedsięwzięć realizowanych od lat 90. XX wieku przez miasto Bydgoszcz. W 2009 r. w Lokalnym Planie Rewitalizacji Miasta Bydgoszczy zapisano projekt pod nazwą „Bydgoski Węzeł Wodny – rewitalizacja bulwarów i nabrzeży”. (...)

Projekt obejmuje przebudowę umocnień nabrzeża lewej strony Brdy wraz z zagospodarowaniem bulwarów, na odcinku od mostów kolejowych do mostów Solidarności oraz od mostu Bernardyńskiego do mostu Pomorskiego.

Przedmiotem zamierzenia jest budowa czterech przystanków tramwaju wodnego, budowa ścieżek pieszych i rowerowych, placów zabaw, pomostów, tablic informacyjnych oraz nasadzeń drzew i krzewów.

Dodatkowo w Programie Rozwoju Bydgoszczy na lata 2009-2014 przewidziano projekt pod nazwą: „Arboretum – Zielone Nabrzeże Brdy”. Obejmuje on rozbudowę terenów zielonych, arboretum i alpinarium na terenie Wyższej Szkoły Gospodarki w Bydgoszczy od strony rzeki Brdy. Celem jest stworzenie w centrum Bydgoszczy ogólnodostępnego parku (1,5 ha) z opisaną ścieżką dydaktyczno-edukacyjną oraz z atrakcjami wodnymi. Projekt ma także doprowadzić do rekultywacji i uatrakcyjnienia nabrzeża Brdy, w tym także przystanku tramwaju wodnego.³⁶



Ilustracja przedstawia projekt nowego przystanku wodnego, źródło: Gazeta Wyborcza Bydgoszcz.

Obecnie inwestycja odnowy bulwarów nad Brdą jest w trakcie realizacji.

„Cała inwestycja jest podzielona na siedem etapów. Na pierwszy ogień pójdzie odcinek między mostem kolejowym przy Unii Lubelskiej a Mostem Królowej Jadwigi. Powstanie tu skatepark i wybieg dla psów. Jest szansa,

³⁶ Źródło: www.wikipedia.org

że prace na tym fragmencie ruszą jeszcze w tym roku. - Na następnym odcinku, od Mostu Królowej Jadwigi do Mostów Solidarności, wyeksponujemy starą służbę workową, powstanie tu też plac zabaw z fontannami po obu stronach - wylicza Tyborski.

To nie koniec atrakcji. Na wysokości Szpitala Zakaźnego i ul. Floriana powstanie plac do gry w minigolfa, a na wysokości NOT-u - plac do gier planszowych i szachów plenerowych. W pobliżu dworca PKS - miejsce do gry w bule, popularną we Francji rozrywkę, która ma coraz więcej amatorów w naszym kraju. Kolejny plac zabaw stanie przy bulwarach między dworcem autobusowym a mostem Pomorskim. A obok niego - plenerowa siłownia

W ramach rewitalizacji nabrzeży powstaną też cztery nowoczesne przystanki tramwaju wodnego: przy Astorii, Rybim Rynku, dworcu PKS i hali Łuczniczka. Teraz to tylko tabliczki informujące, gdzie się zatrzymuje. A mają być estetyczne, przeszklone perony.

Projektanci przewidzieli też ustawienie na bulwarach trzech szaletów: przy PKS-ie i w pobliżu obu placów zabaw. Nie będą to murowane budynki, ale wolno stojące, wykonane z prefabrykatów toalety. Ratusz gwarantuje, że estetyką daleko odbiegną od popularnych toi-toi. Na całej długości bulwarów przewidziano monitoring. - Wszędzie wymienimy też oświetlenie, stworzymy pieszce ścieżki z betonowych uszlachetnionych płyt, a rowerowe o nawierzchni bitumicznej - mówi Tyborski.

Na odnowionym odcinku bulwarów jest już ścieżka rowerowa. Na razie jest jednak drogą donikąd. Zaczyna się na wysokości parkingu przy operze, urywa tuż za nią. Zgodnie z planem ma przebiegać pod mostami Solidarności (będzie oświetlona) i połączyć się z nowym mostem tramwajowym. A w stronę ul. Mostowej - już nie będzie wyodrębniona. O tym, że to trakt pieszo-rowerowy, poinformują znaki drogowe.³⁷

³⁷ Źródło: artykuł Aleksandry Lewińskiej w Gazecie Wyborczej Bydgoszcz.

VII.6 BULWARY NAD NARWIĄ W ŁOMŻY

Łomża przez wieki „żyła z Narwii”. W 1901 roku zostało powołane łomżyńskie Towarzystwo Wioślarskie – jedno z pierwszych w kraju. Jeszcze w latach 70-tych XX w Narwią przepływały latem statki spacerowe. Potem Łomża odwróciła się od rzeki tracąc charakter miasta nadzeczynego.

Pod koniec grudnia 2010 roku projektanci z Katedry Geoinżynierii Wydziału Inżynierii i Kształtowania Środowiska SGGW w Warszawie przedstawili Urzędowi Miasta w Łomży projekt zagospodarowania terenów sportowo – rekreacyjnych nad Narwią.

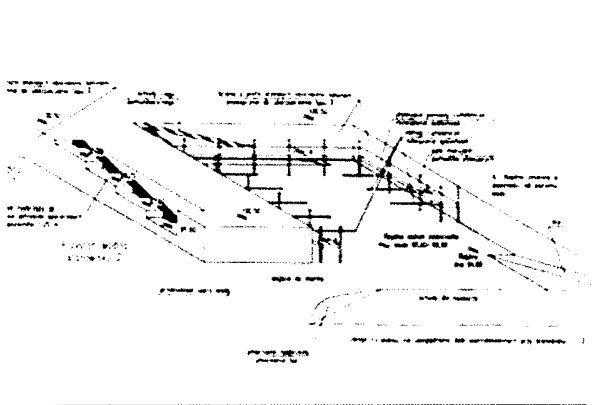
„Założeniem planu jest ponowne „odwrócenie” miasta frontem do rzeki przez turystyczne zagospodarowanie pasa terenu pomiędzy lewym jej brzegiem a istniejącą zabudową. Jest to teren zalewowy Narwi, najczęściej trudno dostępny, porośnięty krzakami i starymi drzewami o złym stanie zdrowotnym. Podstawowym elementem projektu są bulwary nadzeczne przebiegające na całej długości odcinka od ul. Zielonej do mostu w Piątnicy, po którego koronie prowadzić będą dwa oświetlone ciągi komunikacyjne z kostki kamiennej. Trasa dla pieszych będzie od strony rzeki, zaś dla rowerzystów – od strony lądu. Oba będą położone o pół metra powyżej poziomu wody rocznej. Z założenia wynika, że mogą być zalewane w przypadku katastrofalnego wezbrania zimowo – wiosennego. Skarpa koryta rzeki zostanie umocniona narzutem kamiennym. Jedynie na odcinku ok. 300 metrów – pomiędzy stadionem a budynkiem LOK z powodu braku miejsca bulwar poprowadzony zostanie po pionowej ścianie oporowej. Zakłada się, że bulwary będą mogły przejąć część ruchu pieszego z wąskiego chodniczka ulicy Zjazd, a w czasie imprez sportowych na stadionie będą mogły spełniać funkcję głównego dojścia na trybuny.

Projekt przewiduje również zaspokojenie potrzeb wodniaków i amatorów rejsów po Narwi. Na wysokości ulicy Żydowskiej zostanie wykonane nabrzeże przystani pasażerskiej. Na nabrzeżu pasażerskim zaprojektowano dwa stanowiska dla statków pasażerskich o długości 24 metry. W nabrzeżu „wycięto” na czterech różnych poziomach pomosty tarasowe, które będą mogły być wykorzystywane w zależności od poziomu wody w rzece. Do przystani od strony ul. Rybaki poprowadzi szeroki dojazd z placem manewrowym dla samochodów dowożących paliwo dla statków oraz wozu asenizacyjnego do odbioru ścieków. Prócz nabrzeża pasażerskiego projekt przewiduje również budowę mariny dla obsługi 20 małych jednostek turystycznych, wyposażonej w pomosty pływające, żurawik do wodowania i wyciągania jednostek oraz nabrzeże schodowe dla kajakarzy. Przy miejskiej przystani będzie hangar i warsztat szutniczy. Nie zabraknie także miejsca dla modelarzy, w pobliżu ulicy Zjazd projekt przewiduje oczko wodne na ich potrzeby. A nad samą rzeką w pobliżu oczka wodnego teren zostanie zagospodarowany z myślą o wędkarzach. Projekt przewiduje budowę wieży widokowej, której

lokalizacja będzie ustalona po uzgodnieniach z konserwatorami zabytków, a także wykonanie dróg dojazdowych do Hospicjum w rejonie zbiegu istniejących uliczek.

Projekt bulwarów został przygotowany dla terenów należących głównie do miasta. Wcześniej SGGW opracowała koncepcję zagospodarowania terenów nad Narwią położonych pomiędzy mostami w ciągu ul. Zjazd i Sikorskiego. Wykonanie tych przedsięwzięć wymaga jednak wcześniejszego wykupu terenów od prywatnych właścicieli.

Koszt opracowania koncepcji i projektu zagospodarowania nabrzeża Narwi na odcinku 2900 metrów oraz dokumentacji projektowej zagospodarowania jej nabrzeża na terenach miejskich (ok. 2100 m) wyniósł 638 tys. zł. Koszt wykonania bulwarów nie jest ostatecznie znany. Jeżeli na realizację inwestycji miasto pozyska środki unijne, to jeszcze w tym roku będą mogły rozpocząć się pierwsze prace.³⁸



VII.7 MUD ISLAND RIVER PARK – USA

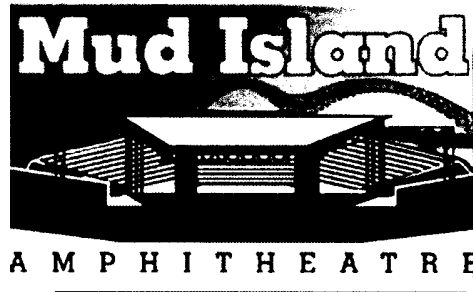


W Memphis, nad rzeką Mississippi istnieje atrakcja nawiązująca do tradycji żeglugi rzecznej na rzece Mississippi – kompleks Mud Island River Park. Kompleks ten zasługuje na uwagę z punktu widzenia ZPR ze względu na inspirujące elementy, możliwe do zastosowania w dolinie Bystrzycy. Jednym z takich elementów jest bulwar, o nazwie „Riverwalk” udekorowany „mapą” rzeki Mississippi. Mapa wykonana jest w taki sposób, że

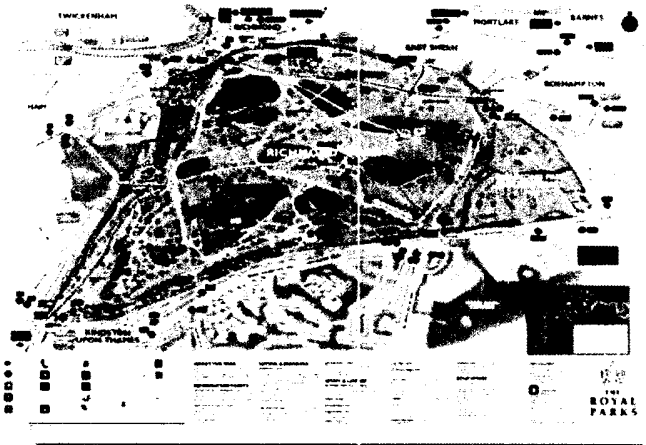


³⁸ Źródło: portal www.extrapolska.pl

W ramach kompleksu funkcjonuje, tzw. *adventures center*, gdzie można wypożyczyć kajaki, canoe lub rowery górskie. Do atrakcji parku należy też muzeum rzeki – Mississippi River Museum oraz amfiteatr – Mud Island Amphitheatre, w którym odbywają się koncerty (np. Bob Dylan, Sheryll Crow i inni)



VII.8 RICHMOND PARK I KINGSTON RIDING CENTER W LONDYNIE



mapa ścieżek rowerowych w Richmond Park, źródło: www.tourclimbs.com

Richmond powstał z inicjatywy króla Karola I, który w 1637 roku ogrodził dla własnych potrzeb ówczesne królewskie tereny łowieckie należące do rozmaitych właścicieli.

Największy w Europie ogrodzony park miejski liczy prawie 1000 ha i znajduje się w Wielkiej Brytanii. Mowa o słynnym Richmond Park znanym jako „najdziksze miejsce w Londynie”. Istotnie, w parku żyją dzikie zwierzęta: orły, jelenie, daniele a nawet papugi.



Aktualnie Richmond Park wraz ze wszystkim, co wewnątrz, jest unikalną atrakcją dla okolicznych mieszkańców i turystów.



Źródło: www.thisislondon.co.uk

Źródło: www.igougo.com/journal-j54370-London-An_Insiders_Guide_to_London.html

Richmond Park to teren dla odpoczynku w warunkach dzikiej ale przyjaznej przyrody i świetne miejsca dla rekreacji. W obrębie parku, w okazałym dworku zamieszkiwanym ongiś przez Bertranda Russella mieści się słynna kawiarnia, zaś w dawnym królewskim domu myśliwskim londyńska szkoła baletowa.



W parku istnieje sieć ścieżek spacerowych i rowerowych, można grać w golfa, wędkować i przede wszystkim jeździć konno.

To za sprawą klubu jeździeckiego Kingston Riding Centre, który ma swoją siedzibę nieopodal parku.

King

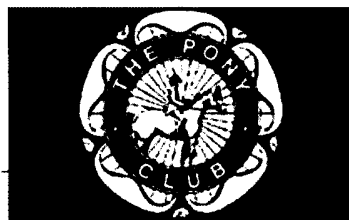


surprises.co.uk/2008_06_01_archive.html

ston

Riding Centre to stajnie, szkoła jazdy konnej, konny Klub-pub, konne eventy oraz przede wszystkim konie. Atrakcją dla dzieci są lekcje kucykami.

W Kingston Riding Centre konie utrzymywane są w stajniach niedaleko parku, a także w ekskluzywnej małej stajni w samym parku Richmond. Klub Jeździecki oferuje lekcje jazdy konnej na krytych ujeżdżalniach i na terenie Richmond Park. Tam też organizowane są terenowe jazdy dla zaawansowanych i gonitwy.



CIA ZAGOS
Badani



Źródło: <http://mzsingleshot.wordpress.com>



Źródło: www.kingstonridingcentre.com



Źródło: www.kingstonridingcentre.com

Wnioski – wszechstronna analiza źródeł umożliwia postawienie tezy, że na terenie Polski nie podejmowane są projekty o takiej skali, z jaką mamy do czynienia w przypadku Bystrzycy i zbiornika.

Powszechną praktyką jest pomijanie opracowania fazy koncepcyjnej zlecanej ekspertom od programowania produktów turystycznych, rekreacji i czasu wolnego. W celu realizacji wizji samorządowych, zatrudniani są od razu architekci/urbaniści, co z reguły prowadzi do standaryzacji, a nie do tworzenia unikalnych produktów dostosowanych do aktualnych potrzeb rynkowych.

Żaden z przeanalizowanych projektów nie wykazuje ukierunkowania na kształtowanie rozwiązań ponadprzeciętnych, wykraczających poza ramy szablonowych modeli rewitalizacji rzek – zabudowy standardami infrastruktury i usług rekreacyjnych.

Podobnie nie są podejmowane wysiłki kreowania innowacji produktowych, tym bardziej nowych kategorii atrakcji, zwłaszcza o wydźwięku psychologicznym, czyli tworzącym aurę marki emocjonalnej.

Pomimo wielu „dobrych praktyk” w Polsce nadal istnieje nisza na wybitne, zintegrowane produkty rzek wykraczające poza schematy funkcjonalne i mentalne.

Część 2

diagnostyczna

W diagnostycznej części opracowania, naprzemiennie stosowane są terminy o właściwościach organizacyjno-funkcjonalnych, które zaprojektowano na bazie jednej kanwy – zintegrowanego produktu rekreacyjno-turystycznego rzeki. Dla uporządkowania i wyjaśnienia ich znaczenia i wzajemnych relacji, wymieniamy je na wstępie:

strefa czasu wolnego – innowacyjny model organizacyjny ZPR

multipark – model tematyczny produktu ZPR

klaster Veencent – powiązanie systemowe przedsiębiorców w obrębie strefy

Lublinia/Lublinea – proponowana nazwa produktu i marki ZPR czyli Strefy Czasu Wolnego (tak jak w poprzednim opracowaniu zaproponowano odpowiednio: Port Lublin i Morze Lublin)

Lublinea700 – wariant nazwy jw. z zaznaczeniem specjalnej misji – uczczenia siedemsetlecia lokacji miasta w 2017 roku

PLeasure Zone – nazwa marketingowa systemu polskich stref czasu wolnego, zapoczątkowana pierwszą strefą w Lublinie

Pozostałe terminy specjalistyczne są tłumaczone na bieżąco w tekście, lub są wytłumaczone w załączonym słowniczku terminów fachowych.

VIII. SYNTEZA UWARUNKOWAŃ

VIII.1 WPROWADZENIE

Praca nad zredagowaniem części analitycznej dostarczyła nam wielu doświadczeń i wiedzy, które torują drogę do wykreowania wizji rozwojowej doliny Bystrzycy w powierzonych nam części terytoriów. Dotychczas wygenerowaliśmy wiele wątków, które wspólnie tworzą ramy obrazu Bystrzycy Czasu Wolnego, jaki zarysuje się w diagnozie. Jest to nasz kolejny rozdział przygody z Polską, a w niej z Lublinem, miastem odsuniętym nieco na peryferie współczesności, a niesłusznie i wysoce niezasłużenie. Ponieważ jest to miasto bardzo zaznaczone dziedzictwem kulturowym i doświadczone Wielką Historią, przy tym tak urzekające swą urodą – choćby swoim Starym Miastem. Sama Bystrzyca – historyczna *Bystritia*, rzeka niewielka w porównaniu z przyjmującym jej wody Wieprzem, ma w swojej osobowości „to” coś, co czyni pracę nie tylko użyteczną, ale i pragmatyczną - zajmującą. Wielodyscyplinarna analiza miejsca i okoliczności towarzyszącej rzece przydały nie tylko informacji źródłowych o tym skrawku Lubelszczyzny. Także o charakterze i fizjonomii tych ziem, o ludziach i przyrodzie – tak bardzo ze sobą związanych. Koncentrując się na badaniach kierujemy się myślą naszych poprzedników, którzy odkrywali tajniki Ziemi Ojczystej (tym bardziej, że nie mieli Polski jako państwa samostanowiącego przez 123 lata). Tak jak czynił to lublinianin – Wincenty Ferreriusz Pol żyjący w XIX w., wielki duchem geograf i krajoznawca, sercem Polak i miłośnik gór. Nieco później żyjący, inny rewelator naszych regionów etnicznych Władysław Krygowski³⁹, nauczył nas że: **...Regionalizm nie polega na odmianach stroju, rytmie muzyki i tańca. To są zewnętrzne formy ukrytego wnętrza. We wnętrzu tai się inne Słońce ziemia i woda, inny żywioł pracy i piękna, inne myślenie i odmienna krew... Każda ziemia przynosi co ma najbardziej własne, każda składa się nieświadomie na bogactwo i urodę życia... jak kwiat nie wie sam, kiedy złoży się na łąkę kwiecia... Mając takich nauczycieli za wzorce, z rewerencją współtworzymy wraz z Zamawiającym śmiało wyobrażenia przyszłości Miasta Lubli (Lubla), vel Lubogosta, vel Lubowida, a najpewniej Lubela⁴⁰.**

³⁹ Władysław Krygowski ur. 28 stycznia 1906 r. w Krakowie – zm. 4 kwietnia 1998 r. tamże - prawnik, adwokat, pracownik i działacz polskich organizacji turystycznych, publicysta, znawca polskich Karpat, autor przewodników górskich i książek poświęconych górcom, jeden z najbardziej zasłużonych dla rozwoju polskiej turystyki górskiej i kształtowania jej etosu. Długoletni redaktor naczelny „Wierchów”, poeta, myśliciel, przyjaciel wędrowców. Przez wszystkie lata jego działalności towarzyszyła myśl, że pracując nad uprzystępnieniem gór innym niweczy ich niepowtarzalny urok i niszczy ich odwieczne walory. Na różnych forach nawoływał do planowego, harmonijnego i roztropnego zagospodarowania gór, które powinny być dostępne dla każdego, ale niekoniecznie "dla wszystkich".

⁴⁰ Ze źródeł np. http://b.blioteka.teatru.pl/llibra/Content/9063/Dzienie_Lublina_Praba_syntezy_I_i.pdf - znakomitej syntezy dziejów Lublina (niestety dokument zamieszczony w Internecie nie podaje nazwisk redaktora), dowiedzieliśmy się o etymologii nazwy miasta.

Wiemy, że kreowanie koncepcji rozwojowej wymaga uwzględnienia determinantów natury społecznej i gospodarczej. A więc zastosowania balansu między interesem socjalnym, a ekonomicznym. Praktyka nauczyła nas, że rzecz darmo otrzymana nie ma gospodarskiej ręki i podupada – chociaż chęci posiadania wydawały się i światło i słuszne. Weźmy na przykład niebywałe już w naszych miastach skomasowanie w Lublinie terytoriów ogódków działkowych. Są znakomitym przykładem ścierania się interesów: przeszłości i przyszłości. Po analizie dochodzi się jednak do wniosku, że te cenne ziemie w samym centrum, zajmujące dziesiątki hektarów (jak już nie z setką albo i więcej), pozostają we władaniu niewielkiej grupy – segmentu wspólnoty - mającej korzyści partykularne, nie korespondujące z interesem ogółu mieszkańców. Utrzymywanie takiego *status quo* pozostaje w sprzeczności z użytecznością publiczną i stanowi niewątpliwą barierę rozwojową doliny rzeki.

Kreując koncepcje rozwojowe mieliśmy na uwadze, że konsumpcja czyli spędzanie czasu wolnego jest zagwarantowana w naszym ustroju konstytucyjnie. Że wymaga dostosowania przestrzeni publicznej do warunków, jakich oczekuje współczesny człowiek - odrytmiony i zabiegany. I lublinianie i ich goście (turyści, odwiedzający) posiadają wyrobione nawyki konsumpcyjne w tym świadomość nadpodaży produktów. To rodzi postawy życzeniowe, oczekiwania zorganizowanych: czasu i przestrzeni dla potrzeb rekreacji. Dla współczesnych wolność oznacza wszystko mi wolno – wolno mi mieć indywidualne potrzeby i marzenia. To nie było udziałem naszych ojców.

Rekreacja, czy też turystyka, a więc funkcje czasu wolnego bez względu na motyw są związane z transferem pieniądza ze świata materialnego (rozumu, rozsądku i kalkulacji) do świata, w którym decyzję o zakupie podejmuje się emocjonalnie. Jest to kontrpunkt arystotelesowskiego: nie ma nic w rozumie, czego by przedtem nie było w zmysłach.

Produkty czasu wolnego mają ułatwić okresową... ucieczkę od rzeczywistości. Tajemnica atrakcyjności tych produktów polega na zjawisku poszukiwania i znajdowania tego, czego nie ma się we własnym domu - NOWEGO MITU DO ODKRYCIA. Za Georgesem Dumézilem, antropologiem i badaczem ludów indoeuropejskich, *mit jest interpretacją świata, przekazującą wzory i zachowania ludzkie wypracowane w życiu społecznym*. Uczony uważa dalej, że *każdy system... mitologiczny coś oznacza i pomaga wyznającemu go społeczeństwu w rozumieniu samego siebie, w samoakceptacji, w dumie z przeszłości, w zaufaniu do tego co jest i będzie*. To jest inna – równie ważna twarz zintegrowanego produktu rzeki, który tu został zdiagnozowany i zaproponowany.

Projekt zainicjowany przez Prezydenta Miasta, ma poruczenie nie tylko tworzyć warunki do dobrej zabawy i hedonistycznego wypoczynku. Ma cel wyższy – służyć społeczności jako holistyczny motyw edukacyjny i oświeceniowy. Ma dzięki dostraczanym korzyściom natury

humanistycznej współtworzyć nowoczesne społeczeństwo Lublina – na miarę jego europejskich aspiracji.

Dlatego mit rzeki, jej opowieść będąca kanwą opracowania ma tu szczególną wymowę. **Sukces koncepcji będzie możliwy tylko wtedy, gdy zaproponuje wartki scenariusz i spójną treść produktu rozlokowanego pomiędzy dwoma mostami: artystów (tak nazwalibyśmy zaporę na zalewie), a przeciwnym mostem neogotyckim na starym szlaku handlowym wiodącym niegdyś z Lublina na wschód. Dzisiaj Lublin jest „wschodem” i może dzięki posiadaniu magnetycznych atrakcji przyciągnąć tu „kupców atrakcji” wraz z ich oszczędnościami. Jest to łatwe, ponieważ za sprawą nowoczesnych technik komunikacyjnych świat jest dzisiaj na wyciągnięcie ręki. Z pewnością przysłuży się temu nowe lotnisko pasażerskie w Świdniku. Przecież o to idzie także gra, aby miasto mogło sownie zarobić, jednocześnie dając i korzyści i satysfakcję swoim obywatelom.**

Mit obok funkcji fabularyzowania ma jednocześnie cechę *tęsknoty za nieosiągalnym, poznaniem co niepoznane*. Kształtowanie markowych produktów oznacza jednocześnie zapewnienie im aury kuszącej unikalności oraz zestawu skojarzeń, dzięki którym będą łatwiej rozpoznawalne i identyfikowane z producentem, z kulturą miejsca w którym powstały. Taka w zamyśle ma być Strefa – ma powodować u potencjalnego odbiorcy psychologiczny odruch chęci zakupu poprzez jej intrygującą fabułę!

Celem strategicznym jest zidentyfikowanie takich cech, które zapewnią w swojej kategorii pozycję „prime” – nr 1 takiemu produktowi! Planując nową kategorię rynkową oraz obszary specjalizacji produktowych zastosowaliśmy kalkę tzw. linii produktowych. Linia produktowa jest to wyselekcjonowany segment usług, towarów i atrakcji skupionych wokół wyodrębnionego, tematycznego rdzenia. Technika ta ułatwia komponowanie zbiorów subproduktów wg wizerunkowej specjalności, ułatwiającej rozpoznanie i zakodowanie wyobrażenia o TYM WŁAŚNIE MIEJSCU.

VIII.2 GŁÓWNE WNIOSKI ANALIZY

- 1. Ze względu na planowaną rolę społeczności w autoryzowaniu ZPR i propagowaniu jej marki, koncepcja ma uwzględnić wytyczne konsultacji społecznych (patrz rozdział IV 6), w tym szczególnie Rady Kultury Przestrzeni przy Prezydencie Miasta.
- 2. Ma spełniać założenia Strategii Rozwoju Miasta, Studium Uwarunkowań i Kierunków Zagospodarowania Przestrzennego Miasta Lublina. Dokumenty te wskazują konieczność

uwzględnienia dwóch równoważnych kierunków rozwoju funkcji czasu wolnego: rekreacji umożliwiającej mieszkańcom różnych grup wiekowych i społecznych prowadzenie aktywnego trybu życia i turystyki. Także rozwinięcia strefy ogólnodostępnej zieleni z urządzeniami sportowo – rekreacyjnymi zgodnie z ustaleniami ESOCH.

Szczególnie istotnym wnioskiem jest obligatoryjne uwzględnienie rzeczowych rekomendacji Konceptji Rewaloryzacji Dolin Rzecznych autoryzowanej przez Wydział Planowania Urzędu (patrz podrozdział V.1.3). Dokument ten okazał się być bardzo pomocnym w kreowaniu wizji dostosowanych do wymogów kryteriów urbanistycznych. Lektura tego dokumentu potwierdziła pełną zgodność autorskich wizji wykonawcy z poglądami zawartymi w tym opracowaniu, np. w następującym zapisie: *przyrodniczo doliny wykorzystywany jest zbyt fragmentarycznie, tworząc zbiór dość przypadkowo urządzonych segmentów, przedzielonych odcinkami doliny niczyjej lub zawłaszczonych (ogrody działkowe). Brakuje konsekwentnego ciągu sprzężonych ze sobą dolinnych i naddolinnych obiektów parkowo – sportowo – rozrywkowych przenikających miasto i podnoszących warunki życia przy poszanowaniu organiki przyrody. Wśród dyrektyw szczególną wymowę mają te dotyczące: potrzeby stworzenia najwyższej skali atrakcji krajobrazowej, łańcucha powiązanych ze sobą pięknych, przestrzennie otwartych parków, tworzenia warunków formalnych dla tworzenia rezerwatów przyrody i zespołów przyrodniczo – krajobrazowych, sugestii opracowania projektu zagospodarowania parkowego, wizji wykreowania terenów na wielki parkowy ciąg rekreacyjno- turystyczny: północ – centrum – południe, ewentualności odtworzenia stawów z zalewem na Rusałce włącznie.*

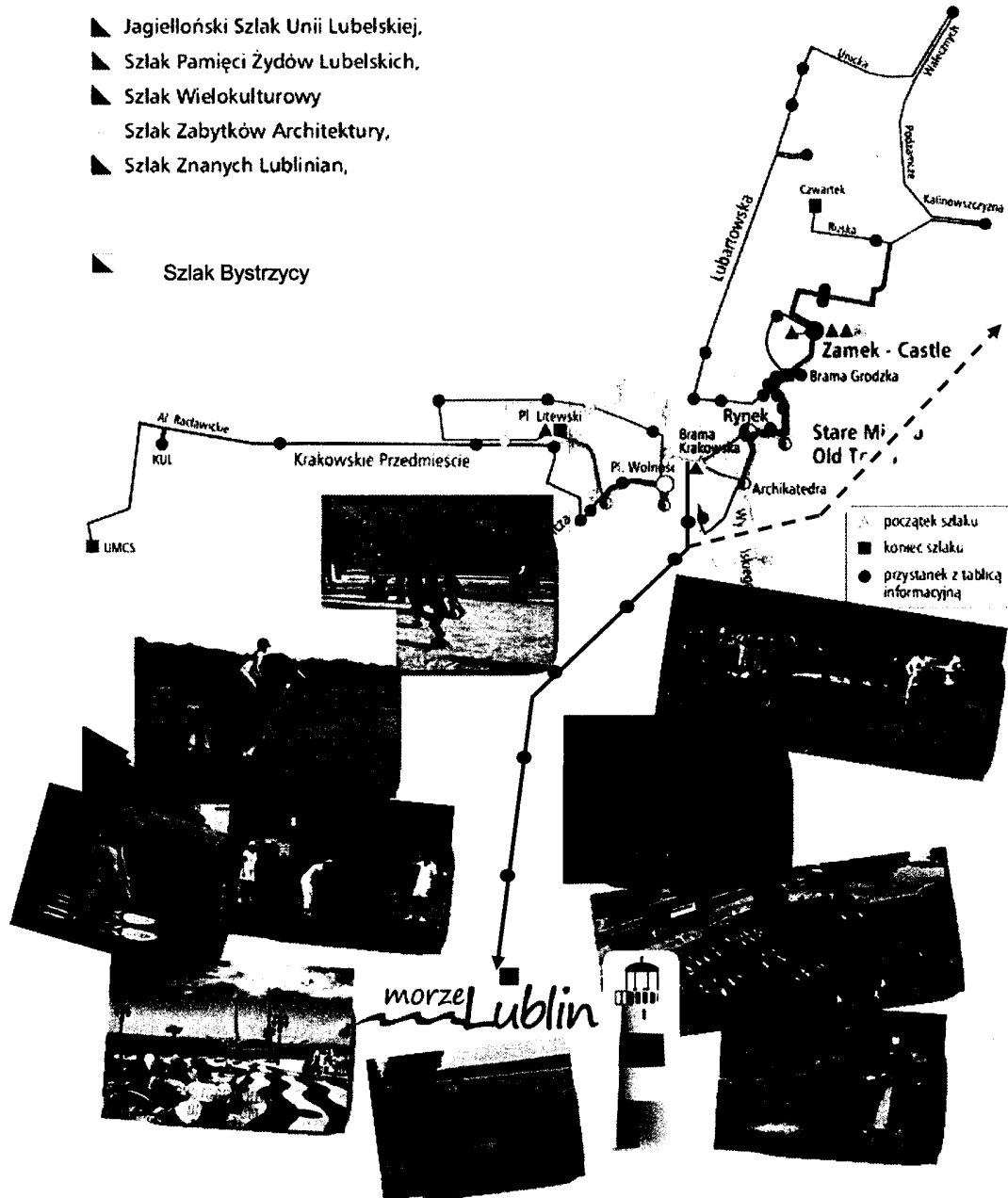
Koncepcja zagospodarowania doliny ma podnieść walory podkreślić istotę struktury urbanistycznej, umożliwić atrakcyjny odbiór przestrzeni miejskiej. Należy w niej uwzględnić, że rzeka ma zdolność kreowania miejsc charakterystycznych, wyróżniających się oryginalnością formy, funkcji i treści - miejsc niezwykłych, dzięki którym miasto będzie rozpoznawalne i kojarzone zarówno przez jego mieszkańców, jak i gości.

W tym kontekście koncepcja ma określić parametry marki produktu rekreacyjnego i turystycznego rzeki.

Ma stworzyć warunki dla zarządzania przestrzenią doliny, rozumianego jako zaplanowanie najbardziej optymalnych parametrów funkcjonalnych. Ma służyć uporządkowaniu przestrzeni materialnej i duchowej przedmiotowych terenów. Ma uwzględnić takie działania, aby zaniedbane środowisko przyrodnicze i kulturowe rzeki otrzymało gospodarza i system zarządzania, w którym jednym z celów będzie dbałość o walory przyrodnicze terenów nadrzecznych oraz koryta rzeki.

Ma stworzyć podstawy programowe do deglomeracji skoncentrowanego ruchu turystycznego i atrakcji czasu wolnego z terenów Starego Miasta, gdzie funkcjonuje

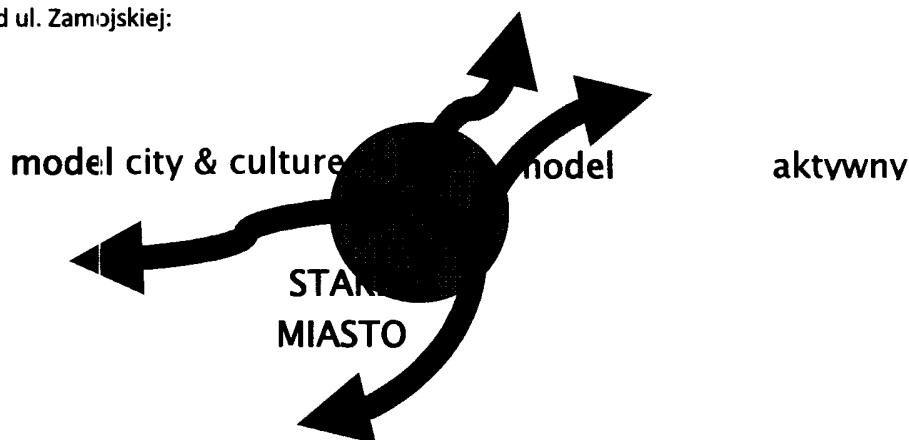
większość szlaków turystycznych. Ma otworzyć nową przestrzeń dla rozwoju rekreacji i turystyki. Wizję taką ilustruje schemat:



Źródło: http://www.lublin.eu/Szlaki_turystyczne-4-64-4-97.html

Powstanie „drugiej nitki” wyprowadzi ruch turystyczny z centrum (choć nie jest go za wiele), co można uznać za działanie perspektywiczne – antycypujące wzrost zainteresowania historycznym Lublinem. Przede wszystkim stworzy alternatywę programową „uczestnictwo

aktywne w czasie wolnym” dla funkcji „miasto i kultura”. Rysunek ilustruje pierwszą fazę deglomeracji atrakcji czasu wolnego miasta uwzględniającą zagospodarowanie doliny Bystrzycy na północ od ul. Zamajskiej:



- Przede wszystkim ma zdefiniować niematerialne i materialne przesłanki „przepisu na klej” – zintegrowania tych terenów, co z naciskiem akcentują strategie miejskie - poprzez budowę powiązań rozproszonych elementów w system ciągły. Zadaniem szczególnym jest wzmocnienie nowymi funkcjami czasu wolnego istniejącego programu funkcjonalnego stadionu miejskiego.
- Ma zaproponować alternatywną propozycję zagospodarowania Parku Rusałka do koncepcji zgłoszonej przez Stowarzyszenie Architektury Krajobrazu.
- Zarówno prace przy ZPZ jak i obecne przy ZPR, są inicjatywą partnerstwa publiczno – prywatnego, ponadto platformą budowania marki terytorialnej pomimo tego, że Lublin posiada już zaplanowaną tożsamość i system identyfikacji swojej marki turystycznej i wizerunku. Uznajemy jednak, że nie jest to marka silna. Siła marki, to jej skuteczność w oddziaływaniu na umysły potencjalnych rynków. Lublin, jako właściciel swojego brandu zainwestował w jego system identyfikacji, ale to za mało aby uzyskać efekt marketingowy. Główną siłą marki miasta muszą być wydarzenia i atrakcje, które zwrócą nań uwagę rynków (tak jak na ideę „Port Lublin” najlepiej „naprowadzi” latarnia morska, która ma być zainstalowana na nieczynnej wieży sędziowskiej toru kajakowego). Marka Lublina powinna być przede wszystkim terytorialna, a dopiero potem komercyjna. Oznacza to w skrócie, że najpierw Lublin muszą kochać Lublinianie „za coś”, aby mogli go pokochać i przyjeżdżać tu goście. To „coś” jest tu języczkiem u wagi. Tego „czegoś” jest w Lublinie wciąż za mało. Obecnie fakt ten jest przeoczony. Aby marka miała siłę, potrzebne jest jej zaplecze. Same znaki umieszczane na nośnikach za mało identyfikują się z KONKRETNymi KORZYŚCIAMI – zwłaszcza psychologicznymi. Chcemy, aby zintegrowany produkt doliny Bystrzycy spełnił takie kryteria i stał się jednym z flagowych produktów markowych Lublina.

- Jednocześnie koncepcja powinna inaugurować formalną dokumentację „talentu miejsca” jako: dowodu kreatywności interesariuszy oraz sposobu na budowanie markowej grupy zarządzania posiadanymi zasobami przez lokalną klasę kreatywną.
- Dlatego ZPR powinien być zaprojektowany tak, aby uzasadniał swą symboliczną rolę w obrazie miasta. Tak, aby określał obiektywną prawdę o miejscu, która byłaby interpretowana nie powierzchownie, lecz głęboko, w postaci intrygującej fabuły i niosła w sobie szczególny ładunek emocjonalny, a nawet pewną tajemniczość. Bystrzyca i jej produkt powinny być symbolem jednofrazowym.
- Koncepcja ma być sporządzona tak, aby wszelka wiedza i jej różne wątki, powinna stanowić redukcję różnorodności do jednej tożsamości. Jest to uniwersalna zasada jedności. **BEZ TOŻSAMOŚCI NIE MA GOSPODARNOŚCI. Czyli skutecznego biznesu.**
- Docelowo Bystrzyca ma stanowić oś i awangardę zieleni miejskiej – przywróconej możliwie do stanu bio-równowagi, ale przy zapewnieniu dostępności dla użytkowników produktów typu „wypoczynek nad wodą”.
- Koncepcja powinna przede wszystkim zabezpieczać interesy rekreacji mieszkańców Lublina. Planować bezpieczny i kulturalny wypoczynek w czasie wolnym po pracy. Ten postulat uwzględnia podstawowy cel strategiczny - przywrócenie Bystrzycy mieszkańcom Lublina i podniesienie atrakcyjności miasta. Jednocześnie ma dostarczyć argumentację dla aktywizacji społeczności Lublina, jako gospodarza produktu i największej atrakcji turystycznej miejsca!
- Celem zaplanowania i wdrożenia koncepcji ma być uświetnienie obchodów 700 – lecia lokacji Lublina oraz wyróżnienie Lublina na tle innych polskich i zagranicznych miast - wzmocnienie konkurencyjnego wizerunku miasta, zdefiniowanie i opisanie mitu miejsca oraz wyreżyserowanie unikalnego produktu na jego kanwie.
- Najważniejsze determinanty koncepcji to: stworzenie linii produktowej – substytutu modelu wypoczynku 3S, w formule *short breaks* dla indywidualnego uczestnika masowego zainteresowanego aktywnym wypoczynkiem nad wodą względnie ze świadomością jej obecności, o charakterze rozrywkowym ale i edukacyjnym.
- Powinna koncentrować się na tworzeniu nowej kategorii produktu, a zwłaszcza na aspekcie innowacyjności gwarantującym późniejszy wysoki poziom konkurencyjności.
- Na każdym etapie opracowywania koncepcji powinno towarzyszyć częściowe weryfikowanie wyników kreacji, tak aby zachować zgodność z sugestiami segmentacyjnymi, wnioskowanymi w analizie trendów rynkowych. W istocie celem koncepcji jest wykreowanie definicji takiego produktu, który będzie akceptowalny społecznie, uznany za swój oraz sprzedawalny tzn. będzie miał moc konkurencyjności i atrakcyjność ekonomiczną dla operatora.

IX. POD SZYLDEM MARKI TERYTORIALNEJ

IX.1 CZTERY PRIORYTETY STRATEGICZNE KONCEPCJI ZPR

W wyniku konsultacji z Zamawiającym (w tym robocza prezentacja wypracowanych założeń koncepcyjnych) oraz społecznymi interesariuszami, wyłonił się obraz czterech strategicznych priorytetów, które należy uwzględnić w budowaniu wizji rozwojowych. Są to:

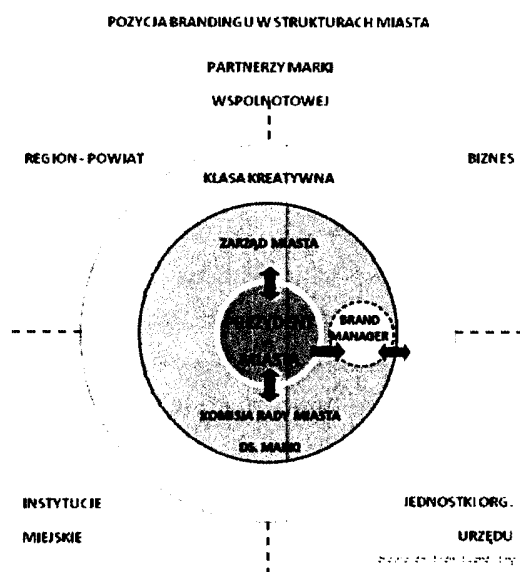


Ilustracja obrazuje w sposób syntetyczny założenia, jakie zrealizowany Projekt owinien wygenerować. Ich kombinacja jest wynikiem zestawienia postulatów Animatora Projektu z propozycjami wynikającymi z analizy rynkowej i produktowej. Każdy z tych paradygmatów został pokrótce skomentowany.

IX.2 ZPR JAKO ZAŁĄŻEK BUDOWANIA MARKI TERYTORIALNEJ LUBLINA

IX.2.1 Marka terytorialna – podstawowe informacje

W diagnozie często posługujemy się terminami: marki terytorialnej oraz klasy kreatywnej. W istocie są one ze sobą ściśle połączone. Awangardą społeczną marki terytorialnej strefy czasu wolnego LUBLINEA (lub LUBLINIA) będzie ta klasa. Jaka jest jej pozycja w strukturach city –brandingu? Wyjaśnia to ilustracja.



Rysunek ilustruje również relacje pomiędzy głównymi „graczami” brandingowania terytorialnego, a zwłaszcza usytuowanie menedżera marki wewnątrz struktur samorządowych.

Aby teorię marki wspólnotowej uczynić bardziej czytelną, należy zdefiniować istotę wspólnoty. Według „Słownika Języka Polskiego” PWN wspólnota to odznaczanie się wspólnymi cechami, upodobań, dążeń, pragnień. To także grupa związanych ze sobą wspólnymi interesami, wspólnym życiem... Słownik Frazologiczny Współczesnej Polszczyzny PWN hasło to interpretuje dwojako: jako sprowadzanie do wspólnego mianownika, albo znajdowanie wspólnego języka.

Celem użycia marki wspólnotowej jest uporządkowanie przestrzeni materialnej i duchowej mającej służyć celom gospodarki turystycznej, ale przede wszystkim zastosowanie formuły „spoiwa”, które pomoże w pomnożeniu ekonomicznego efektu sprzedaży tych samych produktów lubelskiej proweniencji, które dotąd miały status „zwykłych produktów”.

W tym kontekście jest zrozumiałe, że obszarem działania nie może być sama strefa, ale cała tkanka miasta, z wszystkimi jego branżami.

Marka wspólnotowa jest o wiele bardziej wiarygodna w stosunku do „zwykłej” marki komercyjnej. Wynika to z bardziej wyeksponowanego czynnika ludzkiego i psychologicznej reakcji na oczekiwane korzyści natury non-profit z „miejsca” identyfikowanego, jako środowisko mitu społecznego reprezentowanego przez lokalną „klasę kreatywną” (jak człowiek z człowiekiem). Pomaga w mnożeniu efektów ekonomicznych, a zwłaszcza zwiększeniu prawdopodobieństwa sprzedaży innych markowych produktów lokalnych gdyż jest formą tzw. *umbrella brand* – marki parasola.

Branding terytorialny przede wszystkim, ułatwia odpowiedź na pytanie „co to oznacza być „mieszkańcem”? „Czym jest Lublin w moim systemie wartości”? Czym będzie dla nowego rezydenta, inwestora, turysty? Wychodząc z takiego punktu widzenia **marka miejska jest:**

Metodą na redefinicję dotychczasowej polityki rozwoju i „sposobu na życie”

Trwałą zmianą stylu zachowań wspólnoty i interpretowania rzeczywistości

Uprawnieniem do doliczania „procentów” do zwykłej ceny na lokalne produkty

Nową „maską” miasta i jego mieszkańców, samo-kreujących elitarne środowisko

Mechanizm marki wspólnotowej i cała jej teoria znakomicie wpasowują się w politykę promocji samorządów. Ale pod pewnymi warunkami. Przede wszystkim istotną trudnością jest sprowadzenie do wspólnego mianownika wielowątkowych z natury interesów (celów, dążeń), jednostek i ich nieformalnych konfiguracji w ramach wspólnoty. W tym przypadku **praca nad marką wymaga szczególnej konsekwencji i roli Lidera marki i Partnerów reprezentujących wspólnotę**. Do czasu jej trwałego „zagoszczenia” w umysłach odbiorców i zapewnienia profesjonalnej logistyki zarządzania, z reguły rolę tę pełni „głowa” JST.

Marka wspólnotowa jest własnością wspólną mieszkańców jako „przedsiębiorców życia”, a nie jednego przedsiębiorcy zorientowanego na operowanie marką jako mnożnikiem zysku komercyjnego. Tu objawia się istota zysku nie mierzonego w pieniądzu (satisfakcja, samozadowolenie, identyfikacja wspólnotowa, grupowe poczucie wygranej itp.).

Wspólnota, aby być łatwiej rozpoznawalną, powinna pielęgnować swój „mit społeczny” i jego najważniejszy przekaz (komunikat) wyróżniających wartości poznawczych (identyfikujących), obyczajowych, tradycyjnych⁴¹.

⁴¹ Z reguły z perspektywy lokalnego spojrzenia, wiele zjawisk postrzeganych przez obserwatora z zewnątrz jako interesujące, przykuwające uwagę swoją „innością”, nie wywołuje społecznej uwagi i autorefleksji

IX.2.2 IDEA SPOŁECZNA – Dolina Bystrzycy (strefa LubLinea)

Aby proces orientacji społeczności Lublina na markę terytorialną odniósł skutek, trzeba nie tylko wiedzieć, ale być przekonanym, że to nie atrakcje i lokalizacja są źródłem atutów marki, ale przede wszystkim idea społeczna (mit, historia, story-scenariusz: będące własnością społeczną). Właśnie dlatego, że – jak pisał uprzednio cytowany W. Krygowski - każde miejsce niesie inny ładunek emocjonalny, inną „krew”, inne właściwości. Obdarzone jest różnymi cechami przyrodzonymi.

Zagospodarowanie doliny Bystrzycy i zbiornika Zemborzyckiego Animator Projektu – Prezydent Miasta uczynił ideą społeczną. Jej rozwój może mieć niebagatelne skutki dla kondycji społecznej miasta. A ta, jak wnioskujemy z badań rynkowych nie jest optymalna. Jednak, aby uzyskać oczekiwany efekt wieloaspektowej integracji, niezbędne jest zapewnienie wysokiej kultury przedsięwzięcia. Jednym z jej przejawów musi być postępowanie się dialektyką właściwą współczesnym zjawiskom socjologicznym.

Czy wspólnota społeczna reprezentowana przez liderów - interesariuszy, która się „samorządzi” może operować marką? Postępować się nią, jak komercyjne organizacje rynkowe, aby uczynić się bardziej rozpoznawalną? Tak. Uczyni to w jej imieniu zorganizowana - lokalna **klasa kreatywna**. Aby teorię marki wspólnotowej uczynić bardziej czytelną, należy przypomnieć istotę wspólnoty. Według „Słownika Języka Polskiego” PWN wspólnota to *odznaczanie się wspólnymi cechami, upodobań, dążeń, pragnień. To także grupa związanych ze sobą wspólnymi interesami, wspólnym życiem...* Słownik Frazeologiczny Współczesnej Polszczyzny PWN wspólnotę interpretuje dwojako, jako: *sprowadzanie do wspólnego mianownika, albo znajdowanie wspólnego języka*.

Łącznikiem, a nawet spoiwem społeczności jest po prostu wspólnota interesów. Dobro jednostki osiąga się poprzez podział w zysku materialnym (finansowym). Jednak równie ważnym niematerialnym zyskiem są: satysfakcja, rozgłos, regionalna reputacja, duma z własnych dokonań, rozbudzony patriotyzm lokalny - **osiągnięte przez wspólnotę w wyniku realizacji spektakularnych projektów**.

Od zarania dziejów ludzkości, społeczność uprawniała liderów do jej reprezentowania. Tak jest i teraz. W demokracji liderem społecznym posiadającym delegację wspólnoty jest samorząd. Ale samorządność polega w równej mierze na zarządzaniu majątkiem gmin, jak i na aktywności – kreatywności w środowisku wspólnotowym (terytorialnym). Tu także niezbędni są liderzy, którzy poprzez współpracę z samorządem otrzymują status partnerów projektów. Nomenklatura UE nazywa takie jednostki klasą kreatywną.

IX.2.3 Lubelska klasa kreatywna konstytuuje się przy koncepcji Strefy

Klasa kreatywna jest to dawna klasa (formacja) „społeczników”. Wymaga przyjaznych i fajnych miejsc pracy i wypoczynku. W zamian za niestandardowe usługi twórcze na rzecz gminy, za profesjonalne zaangażowanie oczekuje szczególnej przychylności społecznej i jednocześnie sporej dawki tolerancji dla jej specyficznych, nierzadko wysublimowanych potrzeb. Tłem pracy i pożywką dla nich jest wolna przestrzeń⁴² dla realizowania indywidualnego rozwoju, brak barier oraz status miejsca cool – fajnego, przyciągającego osobowością i jakąś fabułą – mitem.

*intrygujący mit społeczny,
rozwijający się
w fascynującą fabułę
to najlepszy przepis na
integrowanie społeczności*



Ale z natury metafizyczny mit, musi w wyniku brandingu nabrać cech funkcjonalności. W naszej intencji takim innowacyjnym mitem Lublina mogłaby się stać największa strefa czasu wolnego w Polsce – pierwsza w swojej kategorii!

Poszukując analogii w Polsce. O ile Malta jest rozwiązaniem fragmentarycznym, o tyle w sensie całościowym, ale nieformalnym jest taką strefą cały Kraków. W tym statusie należy upatrywać zjawiska zaludniania, a nie wyludniania się Krakowa (tylko to miasto i Warszawa powiększają liczbę mieszkańców). Kraków zamieszkuje obecnie na stałe około 30 tys. obcokrajowców – ściągają tu młodzi, wykształceni i energiczni ludzie. Argumentując, że Kraków jest miastem czasu wolnego, co jest synonimem przyjaznego „klimatu”, swoje siedziby i przedstawicielstwa lokują tu firmy sektora logistyki, IT i studia kreatywne (np. słynne, polskie! Alvernia Studios – Motion Picture Universe) i inne (Motorola etc.).

⁴² Dlatego wśród przedstawicieli „kreatywnych” tak modny jest geoarbitraż. Jest to forma ruchomego stylu życia związana z możliwością „wolnego” wykonywania zawodu w każdym miejscu kuli ziemskiej. Jest to wariant „telepracy” – pracy na odległość. Oczywiście w takim miejscu, w którym istnieje dostęp do Internetu lub odpowiedni jego zasięg. To wybór zwłaszcza ludzi młodych, wykształconych, przedstawicieli zawodów kreatywnych. Świadome osiedlanie się w atrakcyjnych, klimatycznych miejscach o szczególnie niskich kosztach utrzymania – zwłaszcza w Azji południowo-wschodniej np. w Indonezji itp. krajach regionu. Termin został po raz pierwszy użyty przez Timothy’ego Ferrissa autora bestselleru pt. „The 4-Hour Workweek”. Geoarbitraż daje duże oszczędności czasu, doświadczenia związane z zwiększoną swobodą działania, ale przede wszystkim komfort psychiczny związany z maksymalizowaniem czasu wolnego w dobowym rachunku czasu.

Wizerunek Nowego Sącza może na trwałe zmienić inwestycja o podobnym charakterze Miasteczko Multimedialne.



Przekwalifikowanie jakości

pracy wytwarza potrzebę na rynku pracy na specjalistyczne kadry. Wzrasta popyt na wykształconą kadrę zarządzającą systemami, na usługi kreatywne(!), twórcze, których specyfiką jest: indywidualizm, praca na odległość, brak norm pracy, wolność wyboru miejsca pracy i środowiska zamieszkania. Zjawisko to w krajach rozwiniętych wywołało nową kategorię wojny ekonomicznej „o wykształcone zasoby ludzkie”. Terenem batalii stały się miasta.



Wrocławianie aby utrwać mi, miasta talentów i ludzi niezwykle wyobraźni oraz aby krzepić wizerunek, zaprosili do siebie Krasnoludki.

Nadeszła pora, aby Lublin ze swoim potencjałem naukowym wyższych uczelni włączył się w taką walkę. Wprzód jednak musi inwestować – jak Kraków w klimat miasta, intrygujące, niesforne mity i takie spektakularne przedsięwzięcia, jak proponowane w koncepcji.

Przejawy batalii widoczne są w postaci reklamujących swe walory miast. W promocyjnych prospektach czytamy o magnesach i zachętach kierowanych pod adresem młodych kadr zarządzających. Aby przyciągnąć „klasę kreatywną” inwestują w branding i logistykę „dobrego stylu życia”. W zamian „klasa kreatywna” dzieli się wysiłkiem

intelektualnym, ale i efektami swojej pracy. Partycypują w rozgłosie i splendorze marki. Posiadają szczególne uprawnienia do korzystania z jej znaku i innych przywilejów (patrz rozdział poświęcony planowaniu marki wspólnotowej). Wymaga to jednak zupełnie odmiennego podejścia do istoty działania społecznego. Dlatego można powiedzieć, że społeczne zarządzanie marką wspólnotową jest grą świadomych liderów posiadających cechy nie tylko przywódców, ale i wizjonerów. Kreowanie marki polega na umiejętności projekcji nowej rzeczywistości miasta, jako środowiska przyjaznego wszystkim, ale przede wszystkim „zdrowo” konkurującego w swojej kategorii.

Marka wspólnotowa jest dobrem szczególnym, z którego ostatecznie każdy mieszkaniec czerpie benefity, w stopniu zależnym od skali zaangażowania i postawy społecznej solidarności z marką.

Za prof. Richardem Florida, wyróżnikiem klasy kreatywnej na tle innych „klas” pracowniczych jest sposób wynagrodzenia wykonanej pracy. Zwykłym pracownikom wynagradza się pracę wg

taryfikatorów i harmonogramów. „Kreatywnym” płaci się wg zasad kontraktowych i umownych za dyspozycyjność intelektualną, twórczość, własność intelektualną, za emanację stylu życia, za „myślenie” na rzecz ogółu.

IX.3 BIG IDEA NA 700 LECIE, LUBLIN 2017 - NASTĘPNYM POKOLENIOM

Sugestie związane z wykorzystaniem planów zagospodarowania rzeki zostały zasygnalizowane już w części analitycznej, w rozdziale w którym zdefiniowano strategiczne cele i spodziewane efekty realizacji projektu. Wspomniano tam, że niepowodzenie w batalii o tytuł Europejskiej Stolicy Kultury nie należy uznać za klęskę. Wręcz przeciwnie poruszone umysły, uruchomioną pozytywną energię i mechanizmy integracyjne, pobudzoną kreatywność i podejście projektowe trzeba zdyskontować. Po to, aby nie utracić tak silnie wygenerowanej w lokalnym środowisku woli czynienia rzeczy spektakularnych, dużych, budujących nową kategorię tożsamości i społecznej świadomości. Indywidualne spotkanie konsultacyjne na UMCS z Panem profesorem Marianem Harasimiukiem – nominowanym przewodniczącym komitetu obchodów rocznicy, otworzyło perspektywę wpisania koncepcji w plany obchodów. Z tej inspiracji został zarysowany koncept:

**LUBLIN W UNIKALNY SPOSÓB
UŚWIETNIA OBCHODY
700 LECIA SWOJEJ LOKACJI**



**WSPÓLNOTA MIASTA REALIZUJE ŚMIAŁY I SPEKTAKULARNY
PROJEKT STREFY CZASU WOLNEGO. W TEN WYJĄTKOWY
SPÓSÓB ZAMIAST WZNOSIĆ POMNIKI I ORGANIZOWAĆ
JEDNORAZOWE IMPREZY OKOLICZNOŚCIOWE, POZOSTAWIA
NASTĘPNYM POKOLENIOM DOWÓD SZCZEGÓLNEJ
KREATYWNOŚCI ORAZ GOSPODARNOŚCI.**

BIG IDEA!

czy:

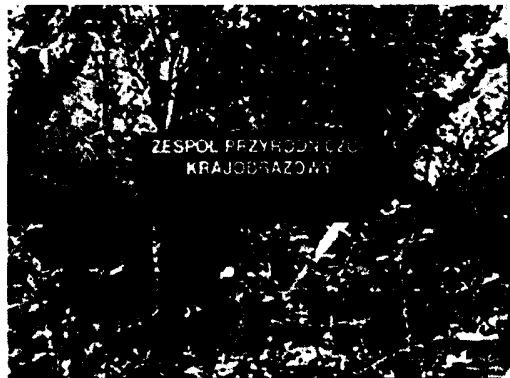
PIERWSZA W POLSCE MIEJSKA STREFA CZASU WOLNEGO NA SIEDZEMSETLECIU LOKACJI MIASTA!

zyska uznanie jako dobry motyw do uczczenia rocznicy zdecyduje Komitet i Zarząd Miasta.

IX.4 LUBLINEA JAKO ZESPÓŁ PRZYRODNICZO – KRAJOBRAZOWY DOLINY BYSTRZYCY

Postulat utworzenia na bazie doliny Bystrzycy znalazł miejsce w Koncepcji rewaloryzacji Dolin Rzecznych – dokumentu operacyjnego dla Studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego miasta Lublina (V.1.3). W brzmieniu Ustawy o ochronie przyrody z 2004 roku: *"Zespołami przyrodniczo krajobrazowymi są fragmenty krajobrazu naturalnego i kulturowego zasługujące na ochronę ze względu na ich walory widokowe i estetyczne."*

Zespół przyrodniczo - krajobrazowy wyznacza się w celu ochrony wyjątkowo cennych fragmentów krajobrazu naturalnego i kulturowego, dla zachowania jego wartości przyrodniczych, kulturowych i estetycznych. Działalność na terenach objętych tą formą ochrony uwarunkowana jest opracowaniem dla nich planu zagospodarowania przestrzennego, który uwzględni postulaty przyrodników i historyków-konserwatorów oraz urbanistów.



IX.5 LUBLINIA/LUBLINEA JAKO KLASTER PRZEMYSŁÓW KULTURY, KREATYWNYCH I CZASU WOLNEGO

IX.5.1 Co to jest klaster?

Klaster może stanowić zorganizowaną strukturę, zdolną do skutecznego wspierania procesu tworzenia i rozwijania produktów i usług w przemysłach kultury i przemysłach czasu wolnego oraz ich efektywnej komercjalizacji na terenie Lublina. W celu skutecznego wykorzystywania istniejących możliwości oraz szans związanych z rozwojem lokalnej gospodarki opartej na kreatywności i wiedzy.

Klaster jest: przestrzenną i sektorową koncentracją podmiotów działających na rzecz rozwoju gospodarczego i innowacyjności, konkurujących i współpracujących w tych samych lub pokrewnych branżach, powiązanych rozbudowaną siecią relacji o formalnym i nieformalnym charakterze, skupiającą podmioty z sektora biznesu, organizacji pozarządowych oraz sektora publicznego.

Klaster stanowi jedną z najskuteczniejszych form branżowej współpracy. Formuła ta jest szeroko wykorzystywana na całym świecie, zapewniając swoim uczestnikom rozwój, a wspierającym je regionom - wzrost gospodarczy. W Europie działają klaster tematyczne:

- Culture Northeast (Newcastle, Wielka Brytania)
- Media Tree (Maidstone, Wielka Brytania)
- Creative Clusters (Sevilla, Hiszpania)
- ARENA Creative Industries (Lillehammer, Norwegia)
- South Transdanubian Cultural Industry Cluster (Pécs, Węgry)
- Musicor Valley Denmark (Dania)
- Danish Fashion Institute (Dania)
- Consorzio della moda di Verona (Wenecja, Włochy)
- Metadistretto del design (Mediolan, Włochy)
- ADA Association for Design and Advertising (Gothenburg, Szwecja)
- Network Design & Media (Linz, Austria)
- Creativ Wirtschaft Austria (Wiedeń, Austria)
- Hollywood (Kalifornia, USA)
- Media Park (Hilversum, Holandia)
- Klaster Filmowy (Babelsberg, Niemcy)
- Multimedialna Dolina (Flandria, Holandia)
- Klaster Medialny (Kolonja, Niemcy)
- Klaster Gier i Multimediów (Francja)
- Tourism and Experience Management Competence Cluster (Helsinki, Finlandia)
- Łódzki Klaster Medialny Media Klaster (Łódź)
- Stowarzyszenie Klaster Multimediów i Systemów Informacyjnych MultiKlaster (Nowy Sącz)
- Klaster Europejskie Centrum Gier (Kraków)

- Klaster Krakowska Strefa Dizajnu (Kraków)
- Warszawski Klaster Przemysłów Kultury i Sektora Kreatywnego Artklaster (Warszawa)
- Stowarzyszenie Górnośląski Klaster Kreatywny (Katowice)

IX.5.2 Ukonstytuowanie przemysłu kultury Lublina – ZPR jako impuls rozwojowy

Współczesny odbiorca jest zdecydowany na zakup doświadczeń o charakterze psychologicznym i głównie tego rodzaju atrakcje motywują go do tego rodzaju decyzji o zakupie. Warto zauważyć, że Narodowa Strategia Rozwoju Kultury 2006-2012 wielokrotnie wskazuje na konieczność akcentowania przemysłu kultury, jako części gospodarki narodowej i regionalnej. W tym znaczeniu pozycja Lublina, jako największego „zbioru” dziedzictwa w regionie powinno znaleźć nowe – jakościowe uzasadnienie. W tym kontekście starania Prezydenta Miasta, aby „uruchomić” alternatywne obszary dla rozwoju lokalnych przemysłów na bazie zasobów naturalnych są uzasadnione. Zalecany wysoki stopień przetworzenia produktu finalnego - to jednoznaczna wskazówka konieczności specjalizowania produktu i tym samym podniesienia jego konkurencyjności.

W Narodowa Strategia Rozwoju Kultury 2006-2012 czytamy m. in.: „Warto przy tym zaznaczyć, że partycypacja kulturalna to nie tylko obszar doznań estetycznych, które dostarczają przyjemności odbiorcy, ale również obszar niesłychanie ważnych doznań wspólnotowych tworzących lub modyfikujących układ społecznych zależności i więzi”. Także: „Przemysły kultury charakteryzuje wysoki poziom innowacyjności i kreatywności na rynku, gdzie większości towarów i usług nie można właściwie zastąpić.

Przemysły kulturowe są sektorem gospodarki o największym współczynniku zatrudnienia. Generują dużą liczbę miejsc pracy na zacieśniającym się rynku, w dobie ochładzania lub wręcz stagnacji gospodarki światowej. Sektor przemysłów kulturowych jest dziś najdynamiczniej rozwijającą się gałęzią gospodarki światowej. Tworzy silne bodźce ekonomiczne, ze względu na wysoki stopień przetworzenia produktu finalnego”.

„Obserwowaną od wielu już lat tendencją światowej gospodarki, mającej istotny związek z rozwojem regionalnym, są głębokie zmiany w strukturze czynników i mechanizmów rozwoju gospodarczego. W ogólnym ujęciu chodzi tu o przesuwanie się proporcji między infrastrukturą materialną i infrastrukturą intelektualną na rzecz tej drugiej. W efekcie tego najbardziej progresywnym współcześnie czynnikiem rozwoju okazuje się innowacyjność w sferze produkcji

i usług. Innowacyjność dokonuje się we wszystkich płaszczyznach wytwórczości i podziału. W głównej mierze dotyczyć to będzie:

- *wytwarzania nowych rodzajów produktów i usług, wzbudzających i zaspokajających nowe potrzeby społeczne, lub też o doskonalszych funkcjach użyteczności,*
- *doskonalenia istniejących sposobów zbytu, idących głównie w kierunku „wymuszania” nowych potrzeb, mimo coraz wyższego poziomu komfortu i satysfakcji z dotychczasowych towarów i usług, w tym także skracania użyteczności eksploatacyjnej towarów trwałego użytku w stosunku do ich potencjalnej użyteczności fizycznej (głównie presja na modę)*
- *Z kolei konkurencyjność ta w istotny sposób zależeć będzie od wspomnianego już potencjału intelektualnego, będącego co prawda w głównej mierze pochodną systemu edukacji społeczeństwa, ale także w znaczący sposób zależnego od poziomu rozwoju instytucji kultury (tożsamość).”*

IX.5.3 Jakie miałyby być cele lubelskiego super - klastra?⁴³

Klaster jako platforma współpracy między firmami, instytucjami otoczenia biznesu, instytucjami publicznymi, organami władzy samorządowej, organizacjami pozarządowymi oraz jednostkami naukowymi najlepiej wykorzysta zgromadzony w nich potencjał do realizacji wspólnych celów. Terenem działania klastra mogłaby być właśnie STREFA CZASU WOLNEGO.

Podmioty działające w ramach Klastra konkurują ze sobą, wchodzą w interakcje (formalne i nieformalne), ale przede wszystkim znajdują obszary do współpracy. Klaster w swoim założeniu tworzy platformę współpracy i rozwoju oraz łączy zgromadzone w nim podmioty i społeczności w jednym systemie innowacji. Co udowodnimy w koncepcji lubelska STREFA byłaby uikalnymi PIERWSZYM tego typu rozwiązaniem w skali Polski. Także Europy w zakresie organizacji czasu wolnego. Umożliwi przy tym przeprowadzenie pełnego cyklu innowacji, tj. od wygenerowania pomysłu, poprzez jego doskonalenie, aż do komercjalizacji. Klaster to także doskonała forma promocji dla podmiotów w nim zrzeszonych. Zapewnia on nawiązanie kontaktów oraz szerokie upowszechnianie rezultatów działalności jego Partnerów nie tylko w kraju, ale też zagranicą. Klaster nie posiada osobowości prawnej ani w żaden sposób ingeruje w formę i zakres działalności swoich Partnerów. Podmiot zarządzający klastrem nie prowadzi działalności konkurencyjnej w stosunku do Partnerów. Jego głównym zadaniem jest

⁴³ Opracowanie na podstawie dokumentacji programowej krakowskiego klastra przemysłów kreatywnych i czasu wolnego INRET, w którym wykonawca jest ekspertem liderem ds. przemysłów czasu wolnego

koordynacja i **dostarczanie narzędzi ułatwiających efektywne łączenie zasobów z potrzebami** oraz uzyskiwanie wymiernych korzyści dla Partnerów wynikających z efektu skali.

Przemysły kultury i czasu wolnego to, według raportu Kern'a, **jedne z najbardziej dynamicznie rozwijających się sektorów gospodarki** w krajach Unii Europejskiej i Polsce w ostatniej dekadzie, generujące dużą ilość atrakcyjnych miejsc pracy oraz od 3 do 5% PKB. Według Banku Światowego aż 50% wydatków ponoszonych przez konsumentów przeznaczanych jest na produkty i usługi kreatywne, a przemysły kreatywne stanowią 7% PGB (Produktu Globalnego Brutto).

Przemysły Kultury na świecie i w Europie definiowane są odmiennie, ze względu na zakres sfery jaką obejmują. W Stanach Zjednoczonych nazywa się je **przemysłami informacyjnymi**, w Niemczech mówi się o **gospodarce kultury** (Kulturwirtschaft), w Holandii noszą nazwę **przemysłów praw autorskich** (copyright industries), w Polsce to **przemysły kultury**, natomiast w Wielkiej Brytanii definicja ta jest rozszerzona do pojęcia **przemysłów kreatywnych** (creative industries).

Wypracowana w 1982 roku na konferencji UNESCO w Montrealu definicja mówi, iż jest to „działalność w zakresie produkcji, reprodukcji, magazynowania i dystrybucji na dużą skalę dóbr i usług kultury”. Dziś stosuje się nową, szerszą definicję mówiącą, iż jest to: **„zorientowana rynkowo działalność tych instytucji, które zajmują się produkcją oraz dystrybucją dóbr i usług kultury, czyli takich, których wartość płynie z ich funkcji jako nośników znaczeń przez obrazy, symbole, znaki i dźwięki”**.

Definicja przemysłów kreatywnych zaproponowana przez Departament Kultury, Mediów i Sportu Wielkiej Brytanii brzmi: **„te aktywności, które mają swoje źródło w indywidualnej kreacji, zdolnościach i talencie, mające potencjał tworzenia dobrobytu i miejsc pracy, poprzez produkcję i eksploatację własności intelektualnej”**.

Należy zaznaczyć, że termin „przemysły kultury” **nie odnosi się do wartości kultury i sztuki, lecz dotyczy sposobu organizacji, zarządzania, multiplikacji i dystrybucji jej produktów i usług**. Dobrym zwyczajem jest nadawanie klastrom nazw spektakularnych. Proponujemy, aby honorując wkład intelektualny Wincentego Pola w dziedzictwo jego rodzinnego miasta, przyjąć nazwę klastra:

lub w języku ojczystym:

Idea klastra w Lublinie nie jest nowa. Zidentyfikowaliśmy następujące inicjatywy, związane z miastem bezpośrednio lub w kontekście regionalnym:

Wschodniego Klastra Obróbki Metali Wojewódzki Klub Techniki i Racjonalizacji

Klaster Restauratorów i Hotelarzy

Stowarzyszenie Wschodni Klaster Doradczco - Usługowy

Stowarzyszenie o nazwie LUBELSKIE DREWNO Regionalny Klaster w Lublinie

Klaster Kultury Lubelszczyzny

Stowarzyszenie: Lubelski Klaster Teleinformatyczny

Wschodni Klaster Informatyczny



KLASTERit

Dużą zaletą i korzyścią klastra, może być klastrowy program ochrony wartości intelektualnych oraz innowacyjnych rozwiązań prawami własności intelektualnej; będących własnością uczestników klastra. W wielu przypadkach kosztowne zabiegi ochronne nie są podejmowane przez przedsiębiorców z przyczyn braku środków lub ich oszczędności, albo braku świadomości jak niekiedy cenną własnością dysponują.

Zarządzanie klastrem nie jest równoznaczne z zarządzaniem strefą. Zarówno połączenie lub rozłączenie funkcji zarządzania są tu możliwe.

IX.6 LUBELSKA STREFA CZASU WOLNEGO JAKO INNOWACJA PRODUKTOWA – NOWA KATEGORIA

W świetle przytoczonych argumentów i przeanalizowanych okoliczności...

...uzasadnione jest stworzenie nowej kategorii produktowej, nie tylko dla całego kompleksu, ale również dla wybranych elementów programowych.

Co to jest **innowacyjna kategoria produktowa**? Jest to tematyczne wyodrębnienie i zorganizowanie grupy produktów pod nowym szyldem w celu wyróżnienia ich na rynku. Celem innowatora jest taktyka, aby jego produkt był w wykreowanej przez niego kategorii pierwszy.

Innowacja jest to wdrożenie zmiany rozwojowej na drodze strategicznego zarządzania, które ma służyć zmianie dotychczasowego układu na bardziej korzystny i postępowy. Zatem innowacja, to strategiczne narzędzie prakseologiczne (sprawnego działania). Z reguły koncipowanie innowacyjne – założenie wytworzenia „czegoś nowego”, czego jeszcze na rynku nie było jest tożsame z kształtowaniem nowej kategorii konkurencyjnych produktów.

Konkurencja, konkurencyjność jest to współzawodnictwo, rywalizacja. Proces na rynku, w którym uczestnicy dążą do realizacji swoich interesów przez przedstawienie klientowi jak najbardziej korzystnej, a najlepiej unikalnej oferty (nikt inny takiej nie ma, lub dysponuje nią na innych, odległych rynkach), w skład której wchodzi cena oraz elementy poza-cenowe (atrakcje, sposób udostępnienia, dostępność, sposób komunikacji). O sile konkurencyjnej produktu turystycznego decyduje kombinacja: poziomu cen, stopień zorganizowania i unikalności atrakcji, indywidualny – jedyny w swoim rodzaju program funkcjonalny, dostępności do produktu, jakości infrastruktury.

Pierwszoplanowym celem działań konkurencyjnych organizacji rynkowych jest kreowanie nowych kategorii produktowych, a w drugiej kolejności samych produktów. Z oczywistych względów produkt, dla którego koncipuje się nową, niszową kategorię rynkową zajmuje pierwsze miejsce „na liście” (czytaj w świadomości pamięci rynku). Nowe kategorie produktowe tworzone są w odpowiedzi na zbadany stan wyczerpywania się formuł istniejących, wytypowane nisze i potrzeby rynkowe. Lub wtedy, gdy rynek jest gotów na zawężenie korzyści kosztem większego prestiżu związanego z konsumpcją. Wprowadzenie nowej kategorii na rynek jest procesem obiektywnym. Zazwyczaj odbywa się w sposób ewolucyjny i związane jest ze: zmianami technologicznymi lub mentalnymi, oczekiwaniami rynków przyzwyczajonych do nieustających „nowinek”. Kreator nowej kategorii powinien jednocześnie tworzyć koniunkturę na nową kategorię. Inwestorzy, którzy bezustannie dążą do konkurowania w istniejących już kategoriach osłabiają swój potencjał konkurencyjny. Ci zaś, którzy inwestują w innowacje w ramach nowych kategorii identyfikowani są z nimi jako autorzy i pionierzy, tym samym zapewniają sobie pozycję lidera rynku (dopóki nie powstanie drugi produkt i następne w tej samej kategorii). Są awangardą nowej kategorii. Kreowanie nowych kategorii jest najlepszą z możliwych strategii marketingowych. Jest idealną formą konkurowania, gdyż z reguły produkt reprezentujący nową kategorię (dla którego została zaprojektowana) jest pozycjonowany na pierwszej pozycji w umysłach odbiorców. Kreowanie nowej kategorii ma uzasadnienie w pierwszych dwóch tzw. prawach marki:

1 PRAWO MARKI⁴⁴

⁴⁴ Wg Al Ries, Jack Trout „22 niezmiennalnego prawa marki”

nie należy być lepszym w istniejącej kategorii – należy być w niej pierwszym

Być lepszym oznacza w praktyce nieustające konkurowanie z produktami o podobnej specyfice o jak najwyższą pozycję na rynku. Jest to związane z eskalacją wydatków ponoszonych na marketingowe dokumentowanie swojej przewagi i dowodzenie korzystniejszych parametrów od podobnych produktów konkurencji (nasza lokalizacja jest lepsza, nasz produkt jest lepszy – trzeba uzasadnić dlaczego?).

Pragnąc zapewnić sobie bezpieczny byt na rynku w warunkach dużej, agresywnej konkurencji korzystniej jest myśleć w kategoriach zapewnienia pierwszeństwa - **pierwszy w umyśle - pierwszy na rynku**. Takie postępowanie polega na wykreowaniu **innowacji niepowtarzalnej, niszowej unikalnej** w całości lub poszczególnych elementach (produkt jedyny w swoim rodzaju, bezprecedensowy). Czyli na stworzeniu jednej, konkretnej korzyści lub zestawu kilku przewag. Przykład: w sektorze inwestycji mieszkaniowych istniały tradycyjne kategorie: „mieszkaniówki” wielorodzinnej, jednorodzinnej, szeregówki, wolnostojącej itp. w związku z tym „ktoś” po raz pierwszy wszedł na rynek z nowym produktem – tzw. loftami – powierzchniami mieszkalnymi uzyskiwanymi poprzez adaptację budynków i budowli przemysłowych. W czasach PRL-u pierwsze schody ruchome w Polsce miała warszawska trasa W-Z (pierwsze w swoim rodzaju ciastko „wuzetka” – z boku wygląda jak trasa przedzielona białym pasem). „Pierwsze” były hotele Orbis, pierwszy był transatlantyk Batory, pierwszy na księżycu był kosmonauta Armstrong (a kto stanął na nim jako drugi? - nie pamiętamy). Jednak w obecnych warunkach swobodnej kreatywności trudno zapewnić sobie w czymś pierwsze miejsce w ludzkiej (klienta) pamięci. Dlatego Al Ries i Jack Trout zaproponowali kierowanie się innym sposobem myślenia nazwanym jako:

2 PRAWO MARKI

Jeżeli nie można być pierwszym w istniejącej kategorii, należy wymyślić nową kategorię (niszową), w której nasz produkt będzie pierwszy

Za jednym zamachem dwa sukcesy! Pierwsza w swojej kategorii hoteli SPA była w Polsce dr Eris, która dzięki temu zyskała trwałą pozycję w świadomości rynków. Nową kategorię swojskich restauracji wykoncypował Jan Kościuszko z Krakowa i nadał jej nazwę „Chtëpские Jadło”. W niedługim czasie pojawiły się liczne repliki zajazdów z tradycyjnym, ludowym jadłem. Ale kategoria i jej autor zostali dobrze zapamiętani. Szczytem marzeń każdego producenta jest, aby użytkowanie jego produktu zamieniło się w potocznie używany synonim-symbol kategorii lub czynności. Kupując buty sportowe pytamy o „adidasy” chociaż mamy do wyboru spektrum produktów różnych marek. Jeszcze nie tak dawno sprzątając przy pomocy odkurzacza „elektroluksowaliśmy” (szwedzki Elektroluks został najliczniej i najtrwalej zapamiętany jako

producent tych urządzeń sprzedający w Polsce). Cechy bluz - Polarów (marka odzieży turystycznej) przeniosła się na bluzy innych producentów tej kategorii.

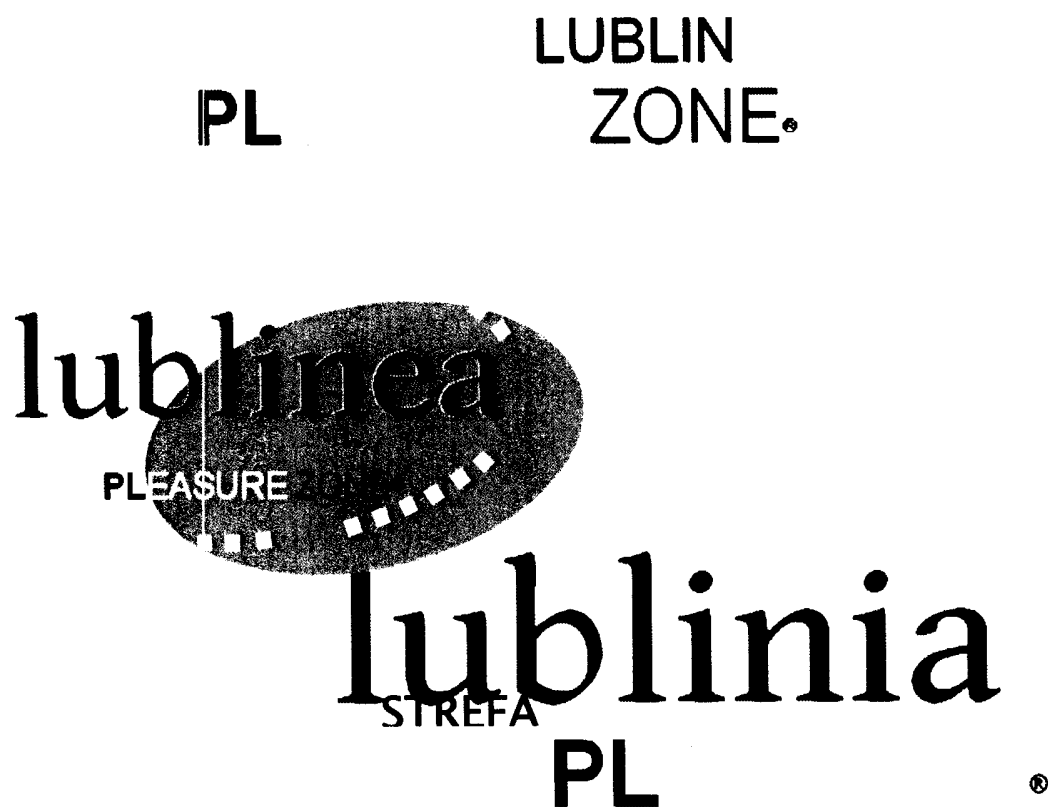
Warto również pamiętać, że marketingowe „chwyty” i spekulacje nie odniosą efektu, jeżeli nie zostanie przekonany człowiek i jego osobisty system wartości. Dlatego tak silnie akcentujemy potrzebę inwestowania w tożsamość produktu i poszukiwanie symboliki ułatwiającej zmysłowe porozumienie między gospodarzem: mieszkańcem Lublina oraz gościem – turystą – wspólnie korzystającymi z atrakcji zlokalizowanych nad Bystrzycą.

lider rynku - rynek łatwiej identyfikuje i chętniej kupuje te produkty, które w jego opinii posiadają status lidera. Pozycja lidera obliguje Warszawę do ponoszenia ciężaru statusu „flagowego” miejskiego produktu turystycznego w skali ponadregionalnej lub krajowej. Marka - lider zaprasza inne marki do konkurencji. (prawo marki zaproszenia do konkurencji – czym byłby Paryż bez Londynu?) Konkurencja jest w efekcie korzystna,. Walka konkurencyjna czyni lidera silniejszym, jeżeli nie zbagatelizuje swojej pozycji i nie popadnie w rutynę.

X. DEFINICJA REKOMENDOWANEGO MODELU STREFY CZASU WOLNEGO

X.1 LUBLIN PLEASURE ZONE/STREFA CZASU WOLNEGO – LUBLINIA

Proponowane tu znaki mają zadanie jedynie poruszyć wyobraźnię. Ze względu na koncepcyjny charakter opracowania nie są symbolami, ani logotypami.



Proponowana wizja Lublin Pleasure Zone⁴⁵: uwzględniająca Zintegrowany Produkt Zbiornika i Zintegrowany Produkt Rzeki w postaci Strefy Czasu Wolnego jest następująca:

⁴⁵ Proponowana nazwa obcojęzyczna jest w fazie powstawania tej koncepcji fikcyjną wizją – licencją poetycką, poglądem autora na możliwość wykreowania na bazie potencjału Lublina, pierwszej, polskiej zony miejskiego wypoczynku – i jednocześnie produktu demonstracyjnego dla innych aglomeracji, które borykają się z problemem jednoznacznej, systemowej identyfikacji podejmowanych prób zagospodarowywania terenów dla celów rekreacji

Uwaga, terminy branżowe oraz neologizmy są wyjaśnione poniżej wg kolejności pojawiania się.

MIEJSKI (AGLOMERACYJNY) MULTIPARK TEMATYCZNY (WIODĄCY RDZEŃ TEMATYCZNY - WODA), OBSZAROWY PRODUKT REKREACYJNY I TURYSTYCZNY KRÓTKIEGO AKTYWNEGO I KULTUROWEGO (CITY BREAKS - SHORT BREAKS), WYPOCZYNKU, ZABAWY I EDUKACJI NAD WODĄ (BYSTRZYCA ORAZ ZALEW), NA WOLNEJ PRZESTRZENI ORAZ W WYDZIELONYCH ENKLAWACH FUNKCJONALNYCH. NAWIĄZUJE PROGRAMEM DO TRENDÓW TEMATYCZNEGO ORGANIZOWANIA SPECJALISTYCZNYCH ATRAKCJI: EDUTAINMENTU ORAZ AMUSEMENTU – GŁÓWNYCH NURTÓW DZIECIĘCYCH ATRAKCJI: CZASU WOLNEGO I TURYSTYKI. TO ZARZĄDZANA STREFA, USYTUOWANA W OBRĘBIE DUŻEGO MIASTA, UWZGLĘDNIAJĄCA POTRZEBY DWÓCH SEGMENTÓW: MIESZKAŃCÓW I TURYSTÓW ORAZ FRAKCYJNOŚĆ KONSUMPCJI. TO PRZESTRZENNY PRODUKT O SPECYFICE PONADLOKALNEJ (ZAWIERA SUBPRODUKTY: OBIEKTY, PUNKTY, WYDARZENIA, SZLAKI, OBIEKTY). POSIADA ZAPROGRAMOWANY SCENARIUSZ PRODUKTU, ZAPEWNIAJĄCY SCENERIĘ PRZEŻYĆ – DOŚWIADCZEŃ W ZAPROJEKTOWANEJ PRZESTRZENI STREFY CZASU WOLNEGO.

park tematyczny – wydzielone, „zielone” miejsce wypoczynku i zabawy, na terenie którego skupiono wiele atrakcji tematycznych wykreowanych wokół ustalonego scenariusza mitu (np. mitycznej krainy). Najlepszym przykładem parku tematycznego jest Disneyland - zaprogramowany tak, aby uczestnik zabawy miał bezpośredni kontakt z replikami postaci i scenografii kreskówek Disneya. Inny przykład to Asterix & Obelix pod Paryżem, zaprojektowany na kanwie popularnego komiksu. Często park tematyczny ma kilka różnych sekcji poświęconych różnym narracjom. Park może być samodzielnym produktem oferującym własną bazę noclegową i gastronomiczną, lub może być częścią kompleksu wypoczynkowego.

rdzeń tematyczny produktu turystyczno-rekreacyjnego - termin ściśle ekonomiczny, oznaczający całość przeżytego przez turystę doświadczenia (in. wszystkie dokonane w tym czasie wydatki) od chwili opuszczenia środowiska stałego przebywania do powrotu do domu. Na produkt turystyczny składają się:

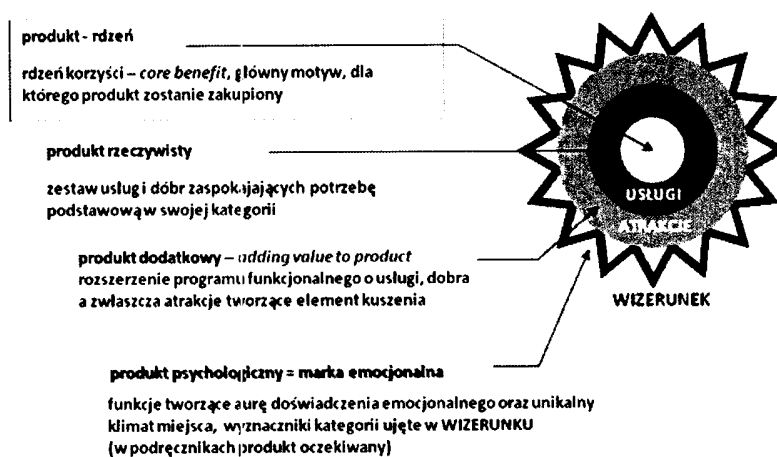
- atrakcje materialne i niematerialne
- infrastruktura wypoczynku i pobytu
- usługi w tym usługi komplementarne i towary
- klimat miejsca konsumpcji

mieszkańców. Konstrukcja PLeasure jest neologizmem i zbudowana jest poprzez połączenie identyfikatora PL z angielskim słowem *pleasure* – przyjemność.

- wartość czasu wolnego
- osobiste zaangażowanie producenta w kontaktach bezpośrednich (*człowiek*)

Produkt turystyczny to metafora stanu zorganizowania korzyści do zaspokojenia potrzeb odbiorcy zorientowanego na przeżycia pozazawodowe związane z opuszczeniem własnego środowiska. Produkt istnieje wtedy, kiedy zaczyna się jego dystrybucja. Jedną z cech indywidualnych produktu turystycznego/rekreacyjnego jest włączanie w jego strukturę osób, które go wytwarzają (społeczność lokalna jest największą atrakcją). Jeżeli oferta produktu operuje wyłącznie zestawem podstawowych korzyści takich, jakimi zazwyczaj dysponują również konkurenci – oferta nie ma mocy konkurencyjności. Struktura p.t. jest następująca:

PRODUKT TURYSTYCZNY I MARKA



Produkt turystyczny/rekreacyjny może przyjąć następującą formę:

- **wydarzenie** - charakteryzuje się dużą spójnością tematyczną, organizacyjną, przestrzenną, funkcjonuje samodzielnie, lub może być częścią składową produktu turystycznego – imprezy lub produktu turystycznego – miejsca.
- **punktowy obiekt / atrakcja** - charakteryzuje się występowaniem jednej głównej atrakcji lub (usługi) i dodatkowo kilku usług towarzyszących, skupionych w jednym miejscu (obiekcie), mającym charakter punktowy.
- **obiekty punktowe zintegrowane** – które nie są obszarem (miasto, region itd.), a zbiorem tematycznie dobranych produktów punktowych.
- **obszar** - jest szczególnym, zdeterminowanym geograficznie rodzajem produktu. Wewnętrznie złożony zbiór elementów wyróżnionych ze względu na swoją lokalizację w przestrzeni, charakteryzującą się walorami (region, powiat, miejscowość, park narodowy i in.
- **szlak** – kolokwialnie uważa się go za trasę wycieczkową, oznaczoną specjalnymi symbolami wskazującymi jej przebieg (znaki) i ułatwiający odnalezienie właściwej drogi. Tradycyjne szlaki turystyczne to znakowane przez PTTK trasy piesze, rowerowe, konne, kajakowe itd. System znaczeniowy szlaku turystycznego rozwinął się na tyle, że dzisiaj mianem tym określa się nie tylko przebieg trasy „od A do Z”, ale również w znaczeniu wirtualnym – zbiór atrakcji rozlokowanych w

granicach jakiegoś obszaru, które łączy jeden wątek tematyczny. Pokonanie takiego szlaku nie jest jednoznaczne z przemieszczaniem się po wyznaczonej linii łączącej kolejne, sąsiednie punkty (atrakcje).

rekreacja - od łacińskiego *recreo* - odnowić, ożywić, synonim aktywnego wypoczynku fizycznego, ale i mentalnego oraz rozrywki; podejmowana w czasie wolnym poza wszelkimi obowiązkami. Znaczenie rekreacji wzrasta wraz z coraz silniejszym oddziaływaniem negatywnych bodźców wpływających na pogorszenie kondycji organizmu – zwłaszcza siedzącego trybu życia, stresu, nadmiernej konsumpcji. Rekreacja – podobnie jak turystyka - jest przedmiotem studiów akademickich. Jej ranga wzrasta wraz z postępem zagrożeń cywilizacyjnych. Formą rekreacji jest sport rekreacyjny, a także uruchomienie organizmu w celu czynnego wypoczynku i regeneracji. W świetle potrzeb współczesności, poprawniejszą formą pronuncjacji będzie re–kreacja, czyli odnawianie stroju i nastroju. Większość form turystyki jest jednocześnie rekreacją, stąd te dwie stymulujące aktywności występują zazwyczaj w parze i w jednym kierunku studiów akademickich.

city breaks - short breaks – termin specjalistyczny oznaczający krótki, intensywny wypoczynek poza środowiskiem pracy i zamieszkania (a więc także rekreacyjny – w Lublinie ofertę sb ma Ośrodek Słoneczny Wrotków). Także opcja wyjazdu weekendowego, początkowo polegająca na odwiedzaniu europejskich stolic w celach turystycznych. Obecnie zjawisko objęło inne, atrakcyjne i modne miejsca. Motywów może być wiele, np. klasyczna turystyka kulturowa połączona z zakupami, uczestniczenie w konkretnym wydarzeniu, np. koncercie gwiazdy, czy w znanej atrakcji turystycznej, *clubbing* (patrz Kraków), wieczór kawalerski, impreza motywacyjna w plenerze itd. Z reguły jest to wypad z dwoma noclegami. Wariantem jest *long weekend* – długi weekend, czyli *short breakes* obejmujący minimum trzy dni (w istocie noclegi), przy czym okazją do komponowania takich eskapad są sąsiadujące z weekendem dni wolne – np. święta państwowe lub kościelne.

edutainment – edukacja, nauka (ang. education), poprzez rozrywkę (ang. entertainment). Nowosłów - skrót powstały w wyniku połączenia tych dwóch terminów. Formy nauczania poprzez zabawę odnoszą najlepszy skutek. Warunki do takiego kształcenia są trudne do zorganizowania w środowisku szkolnym czy nawet domowym. Stąd bardzo popularną formą atrakcji dla dzieci i dorosłych stały się w ostatnich latach turystyczne centra edukacyjno-rozrywkowe (ang. *edutainment centers*) oraz Internet, głównie w USA, Europie Zachodniej, także Japonii. Jednym z pierwszych projektów tego typu było centrum PlaySpace, otwarte w Nowym Jorku w roku 1994. W programie dla najmłodszych w wieku 8-9 lat były gry i zabawy towarzyskie, odgrywanie ról w supermarkecie, szpitalu, restauracji, a także aktywna zabawa przy malowaniu i rzeźbieniu. W końcu lat 90-tych powstało dużo ośrodków „edutainment” także w muzeach. Zamiast albo razem z wystawami statycznymi, wprowadzono rodzaj interaktywnych zajęć o charakterze rozrywkowym, ale pozostających w ścisłym związku z

przedmiotem wystaw muzealnych. Zaczęły też powstawać muzea dla dzieci. W USA jest obecnie około 300 takich muzeów, w których wykorzystuje się ideę nauki poprzez zabawę.

Na centrum „edutainment” składają się atrakcje najczęściej zlokalizowane wewnątrz budynku, ale odkryto, iż połączenie rozrywki pod dachem z zabawą na świeżym powietrzu dostarcza dzieciom bardziej bogatych wrażeń, szczególnie, jeśli wykorzystana jest do tego przyroda. Przykładem takich centrów są Bamboola San Jose w Kalifornii i LouLou Al. Dugong’s w Dubaju.

W Polsce, przykładem tego co nazywamy „edutainment”, była m.in. duńska wystawa „Mózg”. Popularność wystawy wzięła się głównie stąd, że dzieci i rodzice mogli przy pomocy różnych urządzeń pobawić się i sprawdzić w ten sposób pewne cechy i funkcje ludzkiego mózgu.

Najbardziej znane w Polsce produkty o specyfice edutainmentu to:

- Park Rozrywki W Chorzowie
- Park Dinozaurów - Jurapark W Bałtowie
- Centrum Nauki Kopernik
- Ogród Doświadczeń W Krakowie
- Centrum Hewelianum

amusement – z jęz. angielskiego: zabawa, radość, rozrywka, rozbawienie uciecha; termin stosowany w związku frazeologicznym: *amusement leisure* (patrz *leisure industry* w rozdziale poświęconym przemysłowi czasu wolnego), co oznacza przemysł rozrywki, amusement park – park rozrywki. Nasz chorzowski Wojewódzki Park Kultury i Wypoczynku, jest wiekowym protoplastą atrakcji typu amusement park w Polsce.

turystyka dziecięca - świat dzieci jest najbardziej demokratycznym ze światów. Również świat turystyki dziecięcej. Na wyjeździe, poza domem dzieci obcuja z zapałem z przejawami czterech żywiołów. Zachęcają dorosłych do palenia ognisk (atawizm), pasyjne wrzucają kamienie do rzeki, potoku). Ich aktywność jest symboliczna i metaforyczna. Oznacza, że bez względu na pochodzenie, styl życia i model kulturowy świata dorosłych, z których dziecko przybywa, gdy znajdzie się ono w gronie rówieśników - nawet z innych „gniazd” - z radością oddaje się wspólnej zabawie wrzucania kamieni do (jednej) wody. Z zapałem konkurują ze sobą (zabawy szczeniąt dążące do prymatu i doskonałości). Zachwyca je odkrywany efekt rytmiczności, falowania. Wkroczenie w granice produktu turystycznego dla dziecka, powinno być jak wejście do ogrodu (skojarzenie z „Tajemniczym Ogrodem” Frances Burnett sfilmowanym przez Agnieszkę Holland). Za każdym razem będzie to jednoznaczne z zapewnieniem poznania „czegoś nieznanego”, nowego do odkrycia. Przeniknięcie ze świata dorosłych do „bajki” odwiedzanego miejsca w wyobraźni małego człowieka ma coś ze swoistej „ucieczki przez Starą Szafę do krainy Narnii” (por. „Opowieści z Narnii”). Tu dzieci przechodząc przez szafę z niedobrego i wyzutego z uczuć świata, trafiają do krainy bajki!!!

atrakcja specjalistyczna – turystyka specjalistycznych zainteresowań - turystyka specjalistyczna pojawiła się na gruncie nowych stylów życia, świadomości wagi relacji międzyludzkich, jak również relacji między ludźmi a przyrodą. Coraz ważniejszym staje się udział w różnych rodzajach aktywności na świeżym powietrzu, rozwija się świadomość ekologiczna, wrażenia estetyczne oraz edukacja „powrotu do źródeł”.

Rynek turystyki specjalistycznej wciąż rośnie, choć dziś nie jest jeszcze dominujący. Jest on również pod wieloma względami bardzo skomplikowany. Obejmuje mianowicie wiele rodzajów wypoczynku, w tym również turystykę związaną ze zwiedzaniem, a zwłaszcza renesansem krajoznawstwa, miejscami o bogatej, autentycznej kulturze i tradycji, turystykę sportową i kwalifikowaną, zdrowotną, edukacyjną, etniczną, ekoturystykę, geo-turystykę itd. Pobyty turystyczne związane ze specjalnymi potrzebami, zainteresowaniami, nazywane też niekiedy turystyką tematyczną, są dość popularnym produktem turystycznym wielu regionów czy krajów. Do celów podróży należą: podglądanie fauny (śledzenie ptaków – birdwatching, okazów motyli, fotografowanie zwierząt tzw. foto-safari itp.), poznawanie i nauka rękodzieła ludowego, gra na instrumentach ludowych, poznawanie kuchni regionalnej, specyfiki budownictwa regionalnego czy wprowadzanie w tajniki świata nauki i techniki. Inwestycją twardą – infrastrukturalną w produkty tematyczne są zazwyczaj: parki, wioski, ośrodki, hotele – tematyczne. Warto zauważyć, że jednym z trwałych trendów rozwojowych światowej turystyki, jest organizowanie zamkniętych atrakcji zarządzanych w postaci wiosek wakacyjnych, parków tematycznych i innych. Spektrum tematyczne specjalistycznych produktów nieustannie się powiększa – rynki są gotowe do uczestniczenia w nowych zjawiskach turystycznych.

frakcyjność konsumpcji - konsumowanie partiami wg zasady „dla każdego coś miłego (innego)”, co w praktyce oznacza, że produkt jest tak skonstruowany, aby dostarczać korzyści zróżnicowanym potrzebom skupionym wokół jednego rdzenia tematycznego.

Lektura objaśnień zastosowanych terminów, umożliwiła budowanie poglądu na sposób oraz zawartość aranżowania przedmiotowych terenów dla celów rekreacyjno – turystycznych.

X.2 STREFA CZYLI...

X.2.1 Definicja – podstawowe reguły funkcjonowania

Strefa czasu wolnego – początkowo wytwór wyobraźni o specyficznym wydźwięku symboliki czasu i wolności. Następnie obszar zdefiniowany konceptualnie (strategicznie) i wydzielony fizycznie w przestrzeni. Nacechowany skumulowaniem walorów i atrakcji wypoczynku oraz funkcjonalnych korzyści związanych z odprawianiem rytuału uwolnienia od obowiązków zawodowych i domowych. Jest punktem odniesienia do rzeczywistości środowiska pracy i domu. Strefa jest formą klastra (ang. *cluster*) przemysłów: czasu wolnego i kultury, a także kreatywnego¹. Jego geopolitycznym odpowiednikiem jest symboliczny interior, który wg Władysława Kopalińskiego jest *terytorium położonym w głębi kraju, daleko od ośrodków cywilizacji, przemysłu (sic)...* Drogą analogii w literaturze swoistą strefą jest strofa – grupa wersów wyodrębniona w wierszu jako całość.

Strefa czasu wolnego to także systemowa koncepcja marketingowa, służąca sieciowaniu atrakcji, świadczeń i towarów czasu wolnego pod kątem podniesienia stopnia ich komercjalizacji, konkurencyjności i atrakcyjności. Trzonem idei jest zaprojektowana marka wizualizowana przy pomocy logo. Koncepcja marki budowana jest na założeniu, że czas wolny jest towarem – przedmiotem wymiany w gospodarce turystycznej. Ponieważ czas można kupić i sprzedać, również można go wymienić na atrakcyjny towar, jakim będą atrakcje zlokalizowane w dolinie. Ponieważ silna konkurencyjność rynku wymaga specjalizowania produktów, chcąc uczestniczyć w strefie producent musi spełnić wymogi jakościowe – jego produkt powinien zapewniać parametry marki emocjonalnej.

Z psychologicznego punktu widzenia, przebywanie w jakiejś strefie jest „czymś więcej” aniżeli w zwykłym ośrodku koncentracji turystycznej. Stąd nazwa „Strefa Czasu Wolnego”. Elitarność, „klubowość”, „strefcwość”, to wyróżniki dzięki którym turysta jest bardziej rozpoznawalny, a jego przeżycia bardziej psychologiczne – emocjonalne. Bycie w jakiejś strefie – wydzielonej dla wybranych zonie, to społeczny wyróżnik.

X.2.2 Benefity działania w strefie

Funkcjonowanie strefy umożliwia:

**lokalnym producentom działającym w Strefie (czyt. klastrze),
m.in.:**

- ograniczenie wydatków na promocję
- udział w systemowym przedsięwzięciu
- korzystanie z ogólnopolskiej marki
- udział w elitarnym przedsięwzięciu

a w szczególności:

- następuje konsolidacja lokalnej branży wokół rozwojowego produktu
- buduje się jednolity i rozpoznawalny wizerunek miejsca, z czego czerpie nie tylko branża bezpośrednio zaangażowana w sprzedaż produktów turystycznych – także inne branże lokalne, logistycznego zaplecza, handlu i usług
- tworzony jest system marketingu w tym zintegrowana polityka komunikacji z rynkiem, dystrybucji i sprzedaży
- wzrasta konkurencyjność rynku regionalnych – lubelskich produktów turystycznych i innych (np. lotnisko itp.).
- pojawia się na rynku produkt demonstracyjny, z którego można czerpać wzorce do kreacji innych produktów o specyfice kulturowej – podróży do miast średniej wielkości
- wzrasta ekonomiczna wartość i rola marki turystycznej jako narzędzia łatwiejszej rozpoznawalności wizerunku i wytworzonych w Lublinie towarów i usług
- wzrasta świadomość roli przemysłu czasu wolnego w aktywizowaniu tzw. Wschodniej Ściany oraz integrowania rynku turystycznego na pograniczu polsko – ukraińskim i białoruskim

użytkownikom strefy:

- umożliwienie przebywania w modnym miejscu
- korzyść psychologiczna uczestniczenia w ponad-egzystencjalnym zjawisku rynkowym
- świadomość korzystania z produktu zarządzanego, markowego
- świadomość korzystania z produktu kompleksowego i projektowanego z myślą o ich specjalistycznych potrzebach wypoczynku.

Psychologiczną przewagą idei strefy nad innymi tradycyjnymi rozwiązaniami jest jej niekonwencjonalność, wyrażona m.in. w zastosowaniu języka i stylu komunikacji właściwego

dla GENERACJI CZASU WOLNEGO, rozumianej jako grupy ludzi wolnych, dystansujących się do powagi rzeczywistości. To oryginalny – modny język sub-kulturowy.

Wyszczałcenie własnego, solidarnego odbiorcy, to jedna z ekonomicznych korzyści strefy i jej marki. Wyrafinowane potrzeby emocji reprezentowane przez segment odbiorców specjalistycznych produktów czasu wolnego, nie wykluczają modelu konsumpcji reprezentowanego przez nabywcę o wysokiej sile nabywczej, ale niskiej świadomości i erudycji (nowobogactwo). Ale marka przedsięwzięcia charakteryzującego się wysoką kulturą (a taka jest rozważana koncepcja), w praktyce rynku kształtuje i modeluje osobowość odbiorcy - transportuje dobre wzorce konsumpcji. Tym samym „wypracowuje” i unifikuje na potrzeby Lublina „własny” – lojalny i solidarny typ konsumenta, którym poprzez powtarzalność cech behawioralnych jest łatwiej zarządzać w udostępnionej przestrzeni.

X.3 CZAS I WOLNOŚĆ W INTERIORZE

Czym różni się taki twór w przestrzeni od regionu turystycznego, lub produktu obszarowego? Przede wszystkim tym, że jest innowacyjny. Jest to nowa kategoria produktowa, zdecydowanie różniąca się rdzeniem programowym od regionu, a od produktu obszarowego formułą i skalą (wizerunkowego) zaawansowania marketingowego komunikatu.

Region turystyczny jako wariant makro-produktu obszarowego, jest to umowne organizowanie wydzielonej przestrzeni w istniejącym systemie administracyjnym, zarządzanym przez wspólnoty terytorialne wokół rdzenia regionalizmu. Jest formą integrowania tożsamości lokalnej społeczności zamieszkującej to terytorium (miejsce), w celu tworzenia aliansu rynkowego podaży (komercjalizacji). Z punktu widzenia popytu, zasięg regionu sięga z reguły dalej aniżeli terytoria zarządzających nim JST. Z tego powodu, że „produkt turystyczny” nie zna pojęcia granica administracyjna, a turysta w czasie podróży sięga po korzyści tak daleko, jak działa jego wyobraźnia. W przypadku strefy, wręcz przeciwnie. Intencją jej operatora jest (tu gmina – miasto), aby ruch nie wykraczał poza jej granice, żeby koncentrował się w niej. **Cel jest oczywisty – uzyskanie ekwiwalentu za zorganizowane korzyści (inwestycje poczynione przez Lublin) w postaci satysfakcji, reputacji czy marki oraz ściśle ekonomiczny w postaci zysku finansowego ma nastąpić w strefie.**

Dlatego pomimo misji społecznej – wysokiego poziomu zorganizowania produktu dla mieszkańców i ich gości, strefa powinna być produktem ściśle komercyjnym, w którym szczególną rolę odgrywają atrakcje czasu wolnego.

Idea stref czasu wolnego nie jest nowa w skali globu, a także Europy. Przy czym ponieważ brak jest tzw. produktu modelowego – demonstracyjnego (czyli właśnie pierwszego w swojej

kategorii, jak Disneyland dla parków rozrywki), definiowanie produktu i marki każdego leisure zone jest kwestią indywidualną.

Z pewnością w Polsce jest to nowość, dlatego istnieje możliwość zajęcia przez Lublin pierwszego miejsca wśród miast organizujących w swoich granicach przestrzenne formy zarządzania rekreacją masową i to na tak dużą skalę!

W przytoczonych w analizie wzorcowych inwestycjach, większą rolę odgrywa zorganizowanie środowiska naturalnego, niż kulturowego. Intencją Animatorów Projektów w Polsce jest poprawa stanu ekologicznego, zarządzanie środowiskiem rzeki, zagospodarowanie jej „dzikości”, czyli stanu nieuregulowania. **W naszym przypadku zamysłem jest, aby poprzez zastosowanie przemyślanej koncepcji programowej, osiągnąć więcej celów. Zostały one wyartykułowane na początku opracowania.**

Należy zwrócić uwagę, że - owszem medialne – poprzez sam fakt podjęcia wysiłku zagospodarowania rzeki jakimś projektem porządkującym jej brzegi i artykułowaniem motywu dostosowania jej do celów rekreacyjnych, nie osiągnie się efektu długookresowego rozwoju. Z tego powodu, że projektowi nie nadaje się statusu wydarzenia mogącego zmienić lub zdecydowanie poprawić wizerunek całego miasta. Koncentruje się tylko na rzece. Innymi słowy, nie planuje się z tego faktu uczynić marki, a jedynie stworzyć jakiś produkt.

Jedynie poznańska Malta jest wyjątkiem (który nie potwierdza reguły). Ale tu nie pokuszono się o pójście krok dalej – zadowolono się nominacją idei MALTA, a nie wyższego stopnia zorganizowania i dowodzenia szczególnego talentu i kreatywności miasta. Reputację Malty oprócz samego faktu przekształcenia zaniedbanego zbiornika wodnego w ośrodek rekreacyjny na niespotykaną skalę w Polsce, w rzeczywistości kształtuje festiwal teatrów corocznie tam organizowany. Warto zauważyć jednak, że gdyby nie pierwszy krok – czyli realizacja projektu Malta SKi i kolejnych – nie byłoby zaplecza dla takich wydarzeń jak festiwal, czy inne imprezy. Na usprawiedliwienie grodu nad Wartą – jezioro Maltańskie wraz otoczeniem w porównaniu do terenów jakimi dysponuje Lublin, to niewiele jak ok. jedna dziesiąta (a prawdopodobnie nawet i nie tyle) potencjału, w postaci zbiornika Zemborzycy oraz całej doliny Bystrzycy i jej dopływów.

Dowodem na bardziej zaawansowany stan „inżynierii” w przypadku ZPR jest konwencja –



najpierw kategoria (czyli myślenie o konkurowaniu), najpierw marka i jej kulturowe środowisko - potem produkt.

Między innymi działaniami strategicznymi, praca nad kombinacjami leksykalnymi umożliwiła wykreowanie neologizmu: PLeasure lub PLeisure, poprzez poprzedzenie literką P słowa leasure (przyjemność), lub leisure (synonim czasu wolnego). Co znak czyni czytelnym dla wyedukowanego Polaka i nie tylko.



X.4 SYSTEM ORGANIZACYJNO – PRAWNY STREFY

Wskazówki nt. zarządzania strefą zostały szczegółowo przeanalizowane i zaprezentowane w pierwszym opracowaniu koncepcji ZPZ. W przypadku niniejszego opracowania poglądy na tę materię zasadniczo nie uległy zmianie.

Co do komercyjnego punktu widzenia, funkcjonowanie strefy jest nieskomplikowane. Strefa jest zarządzana przez biuro strefy. Spoiwem jest rabatowa karta czasu wolnego uprawniająca do znacznych zniżek, będąca jednocześnie instrumentem programu lojalnościowego wzorem rozwiązań stosowanych powszechnie na rynku. Posiadacz ma uprawnienie do czerpania dodatkowych korzyści np. sezonowych bonusów, udziału w konkursach, otrzymywaniu gadżetów, losowaniu nagród. Korzyścią programu funkcjonalnego strefy dla zarządzającego jest możliwość stosowania różnych opcji marketingowych – od najprostszej, której narzędziem jest tylko karta i folder towarzyszący zawierający listę miejscowych produktów z informacją o bonusach, po zaawansowaną kreację wizerunku np. budowę systemu identyfikacji wizualnej (np. tablic witających przy wjazdach do strefy).

Rekomendowany model prawno – organizacyjny strefy, w tym w szczególności:

współpraca sektorowa partnerstwa publiczno-prywatnego

modele realizacji zadań publicznych

klasyfikacja konsumpcji dóbr w strefie, z podziałem na: czyste-publiczne, mieszane, prywatne, oraz klubowe

określenie optymalnego modelu zarządzania strefą, wraz z listą zakresu obowiązków i kompetencji zarządcy

zostały wyczerpująco scharakteryzowane w koncepcji ZPZ. Jego opis znajdziemy na stronach 138-139; 143 -145; 148-150.

Konsekwencją powyższych analiz jest rekomendowanie współdziałania inwestycyjnego dwóch sektorów: prywatnego i publicznego oraz dwóch modeli udostępniania dóbr w ramach ZPR: mieszanego i klubowego, przy czym:

mieszany powinien dotyczyć tych produktów w strefie, które będą domeną sektora publicznego (osoby prawne JST lub utworzone przez JST w celu gospodarowania zasobem). Dotyczyć powinien zwłaszcza budowy i utrzymania infrastruktury sportu i rekreacji (zgodnie z ustawą),

klubowy, gdy inwestycje będą dotyczyć głównie sfery konsumpcji czasu wolnego w tym turystyki w elitarnych środowiskach w tym enklawowych, np. hotelach, klubach jeździeckich itp.).

SPÓŁKA MOSiR JAKO ZARZĄDCA STREFY

W poprzednim opracowaniu punktem wyjścia była sytuacja, w której Zlecający, czyli MOSiR był zakładem budżetowym miasta. W chwili obecnej, gdy firma została przekształcona w spółkę miejską zostały w praktyce zrealizowane postulaty zarządzania strefą przez firmę komercyjną. Spółka MOSiR spełnia wszelkie kryteria, aby zarządzać terenami o przeznaczeniu rekreacyjno – turystycznym w dolinie Bystrzycy i nad zbiornikiem Zemborzyskim. W ramach kompetencji Spółki firma ta powinna podpisać umowę komercyjną na zarządzanie/administrowanie strefą.

Spółka jako producent wykonawczy powinna koordynować całość działań zarządczych, samemu świadcząc wybrane usługi oraz wynajmować usługi zewnętrzne. Przede wszystkim firma ta powinna pełnić funkcję stratega-kreatora działającego w interesie wszystkich udziałowców-założycieli.

ZAKRES KOMPETENCJI ZARZĄDCY

Zarządca może pełnić funkcje administracyjne, techniczne, ekonomiczne, finansowe, prawne i społeczne, w tym m. in.:

- opracowywanie wszystkich branżowych strategii,
- budowanie korzystnych kontaktów z dostawcami, np. negocjowanie z dostawcami piwa, organizowanie przetargów-konkursów na zakup usług zewnętrznych oraz sieciowego (tańszego) zaopatrzenia,
- opracowywanie i zlecanie audytów, np. w sprawie zabezpieczenia usług telekomunikacyjnych (negocjacje z operatorami na zakup korzystnych usług i bonusów, tworzenie lokalnych sieci abonamentowych, itp.),
- badanie rynkowe dotyczące postrzegalności, pomiar wielkości ruchu turystycznego i jego poszczególnych parametrów,

prowadzenie księgowości i sprawozdawczości w zakresie utrzymania powierzonego majątku (nieruchomości),

nadzór nad utrzymaniem terenów zielonych (pielęgnacje, nasadzenia, usuwanie itd.),

odśnieżanie, zapewnienie bezpieczeństwa poruszania się w zimie,

utrzymanie systemu komunikacji wewnętrznej, (nadzór nad budową ciągów komunikacyjnych, zabezpieczanie mediami, remonty),

dozór dzienny i nocny,

własny, wewnętrzny system służby ochrony (własne patrole, straż turystyczna, zakup i eksploatacja pojazdów, serwis itd.),

utrzymanie czystości, gospodarka odpadami, zabezpieczenie usług publicznych toalet, wybór i umowa na obsługę wywózki odpadów,

strategiczne zaopatrzenie w paliwo,

strategiczne zaopatrzenie w logistykę biurową, itp. usługi logistyki administracji,

zabezpieczenie działania małych punktów gastronomicznych,

kontakty z mediami – wybór strategicznych mediów,

nadzór nad własnymi działaniami zarządzania marką, lub zakupionej usługi zewnętrznej – brand managementu,

inne.

XI. KONCEPCJA PROGRAMU ZINTEGROWANEGO PRODUKTU REKREACYJNO – TURYSTYCZNEGO RZEKI BYSTRZYCY, JAKO STREFY CZASU WOLNEGO

Często się zdarza, że na początku nowej ery przychodzi na świat jej mit. Jest on zapowiedzią tego, co się ma wydarzyć. Zawiera mądrość, dzięki której ludzka psychika może łatwiej sprostać wymogom nowych czasów Robert A. Johnson, Carl G. Jung

XI.1 NOMINOWANIE ATRAKCJI STREFY - FILOZOFIA

Atrakcje zwane potocznie „gwoździem programu” oraz sposób ich ekspresji będą decydować jak zostaną społecznie zinterpretowane korzyści ZPR przez mieszkańców Lublina i odwiedzających. Istnienie atrakcji w ogóle będzie koronnym ewaluatorem pożyteczności strefy dla celów rekreacji fizycznej i duchowej.

Strategiczne myślenie wymaga zdefiniowania i wyartykułowania swojego stosunku do sygnałów płynących ze współczesnego rynku, tak aby dokonując szczegółowej kwerendy wartości, przekształcić je w atrakcje produktu. **Nie same atrakcje, ale sposób ich „podania”, będą stanowiły punkt ciężkości oferty.** Dlatego dużo uwagi poświęcono tu kulturze przedsięwzięcia i planowaniu fundamentów marki. Współczesny odbiorca jest przyzwyczajony do wielości dostępnych atrakcji – także w swoim regionie. Wybierze te, które zinterpretuje jako niezwykajnie zaaranżowane i oferowane.

Specyfika współczesności – dowolność indywidualnych doświadczeń reprezentowana przez indywidualnego odbiorcę masowego, skutkuje oczekiwaniem produktów zaspokajających potrzeby sztucznie inscenizowanych emocji. Przedstawiciela najliczniejszej części rynku najbardziej interesuje sposób organizowania potencjału walorów w system atrakcji miejsca.

Doświadczenie czasu wolnego w dzisiejszej dobie trwa krótko, coraz krócej. Konsument własnego, cennego czasu wolnego oczekuje w związku z tym produktów skompresowanych, dających w krótkim czasie intensywną dawkę emocji. W przeciwnym razie jest malkontentem,

który przemieszcza się rowerem lub pieszo po trasie, jaka istnieje obecnie pomiędzy zbiornikiem, a ul. Zamojską.

Ważne jest to, żeby użytkownik strefy znalazł się w innym niż codzienne środowisku – pełnym nowych, fabularnych atrakcji – innym kulturowym obszarze doświadczeń, na innej scenie i innych kulisach poza nią.

W opracowaniu wielokrotnie podkreślano rolę atrakcji jako czynnika „kuszenia przez miejsce (Lublin)”, który umożliwia pozycjonowanie produktów oraz marki, wpływa na ich konkurencyjność. Wspomniano również, że istnieje gradacja atrakcji odpowiadająca trójstopniowej hierarchii potrzeb turysty: podstawowe, dodatkowe, psychologiczne. Z reguły to, co zapewnia spełnienie podstawowych potrzeb emocjonalnych uznawane jest za logistykę produktu - jego bazę. Atrakcjom przeznaczają się lny cel – **mają być psychologiczną siłą kuszenia.**

Wobec bardzo zindywidualizowanych potrzeb i subiektywizmu wyobrażeń trudno jest jednoznacznie określić przydatność waloru dla ogółu modeli konsumpcyjnych. To jest najpoważniejszy problem segmentacji współczesnego produktu czasu wolnego. Specyfiką obecnej turystyki jest komponowanie własnego koszyka atrakcji i świadczeń według subiektywnego klucza. Wspomniano również, że najsilniejszą aurę atrakcyjności powinny tworzyć społeczności, a w nich wybitne jednostki i wydarzenia. To nie zabytki ani inne atrakcje materialne tworzą klimat, który jest głównym magnesem przyciągającym uwagę rynków. Klimat tworzą ludzie i to od ich stopnia wiedzy i ich wewnętrznej przyrody⁴⁶ zależna jest kondycja biznesu czasu wolnego.

Za Deanem MacCannellem⁴⁷ – czołowym propedeutykiem turystyki – atrakcje są częścią świadomości zbiorowej i to *lokalna społeczność nadaje swym wartościom dramatyczną⁴⁸ postać*. Jest to moment, w którym „materialność” zamienia się w „duchowość” atrakcji. Widok uznany przez wspólnotę za „prawdziwy” jest wiarygodny dla turysty i najłatwiejszy do odróżnienia. Otoczenie jest jedynie przestrzenią i tłem dla atrakcji. MacCannell nomeninowanie walorów do rangi atrakcji przez społeczność lokalną nazywa „sakralizacją widoku”. Reakcją będzie „obrzędowe” zachowanie turystów. Wtedy tylko strefa czasu wolnego w Lublinie nabierze znaczenia jako faktyczny, a nie potencjalny obszarowy produkt rekreacji i turystyki, gdy zbiorowość rynków będzie miała odczucie, że miejsce to należy koniecznie odwiedzić ze względu na status „ważnego dla lokalnych zmysłów” i zaznaczyć tam swoją obecność. Ale żeby tak się stało, wspólnota miasta musi zrozumieć, że turyści z reguły zachwycają się tym, co lokalność uznaje za coś bez znaczenia.

⁴⁶ W znaczeniu cech przyrodzonych.

⁴⁷ „Turysta, nowa teoria klasy próżniaczej” polskie wydanie Wydawnictwo Muza

⁴⁸ W znaczeniu fabularną

W drugiej koncepcji (pierwsza to ZPZ) został przeniesiony akcent z produktu turystycznego na produkt rekreacyjny. Tym samym w obszarze segmentacji dochodzi do zmiany kolejności priorytetów. O ile w pierwszym opracowaniu planowano funkcje dla dwóch segmentów: mieszkańców oraz turystów, tak w niniejszym pozycja turystycznej konsumpcji jest uznana za drugorzędną, co jednak nie eliminuje jej roli w marketingu przedsięwzięcia:

MIESZKAŃCY

zdystansowanie się od środowiska przyrodniczego i domu, regeneracyjne, kulturowe oddziaływanie, możliwość przyjemności (próżnowaniu) w rekreacyjnej

możliwość aktywnego wypoczynku w warunkach zorganizowanego i zarządzanego produktu specjalistycznego

uczestniczenie w atrakcji będącej elementem wspólnej, zbiorowej tożsamości

zakończycielni dzieciom brakujący w jednej, przemysłowej atrakcji

możliwość ruchu na świeżym powietrzu niedaleko od domu

TURYŚCI I JEDNODNIOWI ODWIEDZAJĄCY

zorganizowane, przemysłowe i modne miejsce i wypad z miasta w celach rekreacyjnych, uczestniczenie w modnej

możliwość do emocjonalnego zdystansowania od obowiązków służbowych w obcym środowisku pracy, atrakcje w aurze luksusu

możliwość skondensowane: dobrą i relaksacyjny, krótki wypoczynek

spokojne i dobrze przemyślane, przyjazne, luksusowe miejsce w Lublinie dla wypoczynku po pracy, lub pracy w spokojnym miejscu, zapewniającym wysokie standardy infrastruktury i usług

XI.2 PODSTAWOWE SYMBOLE TOŻSAMOŚCI STREFY

ogród – od zarania ogród stanowił integralną część otoczenia człowieka, od początku też pełnił wielorakie funkcje. Z jednej strony był iluzorycznym światem pozwalającym szukać w ogrodzie spokoju i odpoczynku, który dostarczał zarazem niezbędnych do życia warzyw i ziół leczniczych, a z drugiej strony podkreślał bogactwo i pozycję społeczną właścicieli. Ogród to również miejsce o głęboko symbolicznym znaczeniu, genezą sięgające ogrodu rajskiego, obraz ustanowionego przez Boga porządku oraz życia wiecznego. Podstawowe rodzaje ogrodów: biały, japoński, angielski, francuski, wiejski, leśny i ziołowy.

(źródło: <http://www.muzeumkielce.net/wystawy/stale/ogrod/ogrod.html>)

drzewo – stanowi doskonały obraz ładu kosmicznego i szczęśliwego aktu stworzenia pogodzonego z samym sobą. U jego stóp znajdują się robaki, gady ssaki; pośród gałęzi owady i wszelkie gatunki ptaków – jest ono świętym miastem zwierząt. Stanowi symbol przymierza między ziemią, wodą, powietrzem i ogniem solarnym. Jest ono symbolem stałości, mocy, długowieczności, hojności, cierpliwości, ochrony, uniesienia, życia. Każde drzewo to drzewo życia. (źródło: Symbole Świata, Jean Prieur)

fizyka - nauka o przyrodzie w najszerszym znaczeniu tego słowa. Fizycy badają właściwości i przemiany materii i energii oraz oddziaływanie między nimi. Do opisu zjawisk fizycznych używają wielkości fizycznych, wyrażonych za pomocą pojęć matematycznych, takich jak liczba, wektor, tensor. Tworząc hipotezy i teorie fizyki, budują relacje pomiędzy wielkościami fizycznymi. Fizyka jest ściśle związana z innymi naukami przyrodniczymi, szczególnie z chemią jako nauką o cząsteczkach i związkach chemicznych, które masowo występują w naszym otoczeniu. Fizyka zajmuje szczególne miejsce w naukach przyrodniczych, ponieważ wyjaśnia podstawowe zależności obowiązujące w przyrodzie.

(źródło: <http://pl.wikipedia.org/wiki/Fizyka>)

zmysły-pięciodelność - formy przyjmowania bodźców z otoczenia, oraz ich analizy i reagowania na nie, cechujące wszystkie zwierzęta, w tym człowieka. Na każdy ze zmysłów składają się odpowiednie narządy zmysłów, w których najważniejszą rolę odgrywają receptory wykształcone w kierunku reagowania na konkretny rodzaj bodźców oraz odpowiednie funkcje mózgu. Zmysły: wzrok, słuch, węch, smak, dotyk.

(źródło: <http://pl.wikipedia.org/wiki/Zmys%C5%82>)

żywioty – czwórkowe uporządkowanie żywiołów, w rzeczywistości odpowiadających trzem stanom materii plus czynnik ułatwiający ich wewnętrzne przemiany, obrazuje często wyrażaną w dziedzinie symbolicznej koncepcję nieporuszoności czwórni i praw z niej wywiedzionych. Ziemia (element stały), woda (płynny), powietrze (gazowy) i ogień (temperatura określająca przemiany materii) ujmowane są na Zachodzie, już od czasów presokratyków, jako „główne wyznaczniki” egzystencji fizycznej, a jednocześnie – na zasadzie analogii – jako wzorce uwarunkowań życia duchowego. (źródło: Słownik Symboli, Juan Eduardo Cirlot)

słońce – oznacza chwałę, promieniowanie, zmagazynowaną energię, syntezę, hojność, kosmiczny ład, porządek boski. Słońce jest pozytywne, gorące, suche, męskie. W rodzinie symbolizuje małżonka. W społeczeństwie zaś króla, wodza. (źródło: Symbole Świata, Jean Prieur)

punkt – jedność, źródło, centrum. Początek przejawiania się i emanacji. Można mówić o dwóch rodzajach punktu: pierwszy jest pozbawiony rozciągłości (symbol mocy twórczej), drugi zaś obdarzony jest minimalną dającą się pomyśleć lub wyobrazić rozciągłością (symbol zasady przejawionej) (źródło: Słownik Symboli, Juan Eduardo Cirlot)

przestrzeń – jest w pewien sposób rejonem pośrednim między kosmosem, a chaosem. Jako sfera wszelkich możliwości ma cechy chaosu, jako miejsce form i struktur – kosmosu. Wcześniej uchwycona relacja między przestrzenią a czasem stała się jednym ze środków okieźniania niesfornej natury przestrzeni. (źródło: Słownik Symboli, Juan Eduardo Cirlot)

labirynt – pozornie bezcelowa, wielce skomplikowana konstrukcja architektoniczna, z której nie sposób bądź bardzo trudno jest znaleźć wyjście. Także ogród o podobnym rozplanowaniu.

Teksty antyczne wspominają o pięciu wielkich labiryntach: w Egipcie, dwóch na Krecie, na wyspie Lemnos i w Clusium. (źródło: Słownik Symboli, Juan Eduardo Cirlot)

wieża (tu latarnia morska) – oznacza górowanie albo wznoszenie się ponad przeciętność życiową czy społeczną, symbol zrodził się z opowieści o Wieży Babel (stanowi zapowiedź Nowego Jorku i wielkich metropolii najeżonych drapaczami chmur). Wieża Babel stała się judeo-chrześcijańskim odpowiednikiem mitu o Prometeuszu. (źródło: Symbole Świata, Jean Prieur)

tajemniczość – to istotna konotacja ogrodu, parku. Każdy ogród niesie w sobie jakąś niezwykłość i wątek warty odkrycia. Kanonem jest tu literacki wątek powieści Frances Burnett „Tajemniczy Ogród”. Wyprawy do okolonego murem, sekretnego ogrodu Misselthwaite są symbolem ucieczki do przestrzeni przemiany. Przez ten ogród drogi prowadzą na wrzosowiska – prawdziwą przestrzeń wolności. Współcześnie mądrze interpretowana i organizowana turystyka jest niczym innym, jak ucieczką od codzienności i tzw. dobrodziejstw „cywilizacji”. Przekroczenie bramy ogrodu-parku powinno być odczuwane emocjonalnie-zmysłowo, a następnie interpretowane rozumowo przeniknięciem do oazy spokoju, odpoczynku i... spotkania z samym sobą. Turystyka edukacyjna w czasie wolnym, jest częścią *alter ego* współczesnego człowieka – nomada.

ziemia/glina – oznacza zjednoczenie czysto receptywnej zasady ziemi z pośredniczącą i transformującą mocą wód. Cecha najważniejsza – plastyczność. Ziemia to element stały, pasywny – podobnie jak woda (ogień i powietrze są aktywne). Ziemia i woda mają charakter twórczy.

XI.3 PROPOZYCJE PROGRAMOWE

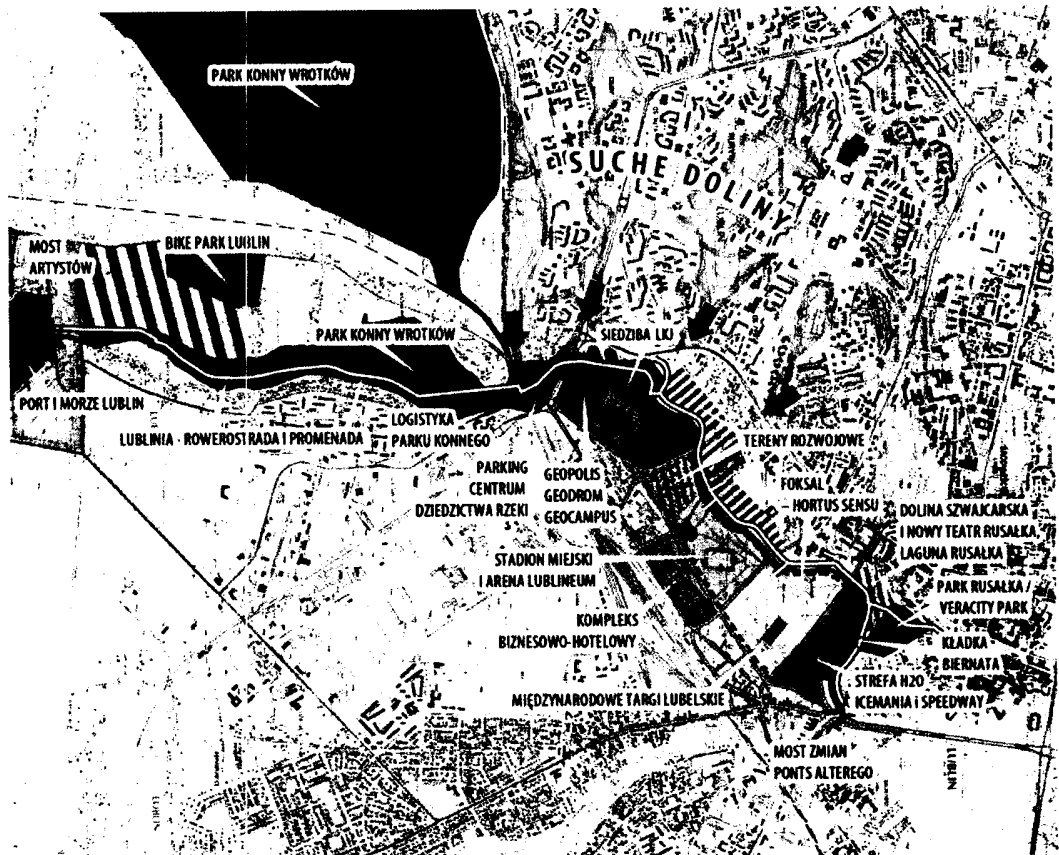
Proponowane atrakcje i koncepcja zagospodarowania STREFY CZASU WOLNEGO w części doliny Bystrzycy od zbiornika Zemborzyckiego po ulicę Zamojską, są następujące:

STREFA CZASU WOLNEGO

700

PORT I MORZE LUBLIN – kompleks rekreacyjno-turystyczny nad zbiornikiem Zemborzyckim, którego koncepcja funkcji programowych została opisana w pierwszym tomie koncepcji strefy	SUBSTREFA REKREACJI I TURYSTYKI
BIKE PARK LUBLIN -- tor do jazdy wyczynowej – ekstremalnej na rowerach, opisany jw., tutaj uwzględniony, ponieważ znajduje się poza obszarem Portu Lublin opisanym w pierwszym tomie	SUBSTREFA REKREACJI ROWEROWEJ
LUBLINIA - ROWEROSTRADA (ROWERADA) I PROMENADA – dwupasmowa, bezkolizyjna trasa nadrzeczna wiodąca od mostu na ul. Zamojskiej po zbiornik z odnogą via Park Rusalka do Starego Miasta, z miejscami obsługi podróżnych	SUBSTREFA REKREACJI PIESZEJ I ROWEROWEJ
PARK KONNY WROTKÓW (D. DZIESIĄTKA) – centrum sportów konnych, rekreacji i zabawy (wzorzec – Richmond Park – Londyn) z Lubelskim Klubem Jeździeckim, uwzględnia postulat środowiska lubelskich „koniarzy”	SUBSTREFA REKREACJI KONNEJ
ZAPLECZE HOTELOWO, GASTRONOMICZNE ORAZ LOGISTYKA (NP. PARKINGI) PARKU KONNEGO	SUBSTREFA REKREACJI KONNEJ
GEOPOLIS/ GEODROM/GEOCAMPUS/GEOPOLANDIA/ - tematyczny park rozrywki i nauki, obiekt unikalny w Polsce	SUBSTREFA EDUTAINMENTU I AMUSEMENTU
STADION MIEJSKI I ARENA LUBLINEUM – również jako okresowe zaplecze dla targów PLEASURE FAIRS & FEAST – proponowanych do organizowania przez MTL	SUBSTREFA SPORTU/ OKRESOWO TARGOWA
KOMPLEKS***** BIZNESOWO-HOTELOWY „SUGAR KOVALCZYK” dedykowany gościom targowym, imprez sportowych, organizowanych na ARENIE LUBLINEUM oraz biznesowym Lublina – budynek „Pałacu” oraz zagospodarowane tereny sąsiednie	STREFA BIZNESOWA
MIĘDZYNARODOWE TARGI LUBELSKIE wydzielony sektor	SUBSTREFA TARGOWA I

dzisiejszego Parku Ludowego – flagowa impreza PLEASURE FAIRS & FEAST	EKSPOZYCYJNA
FOKSAL – HORTUS SENSU - DAWNY PARK LUDOWY – nawiązanie do historycznego parku obecnego niegdyś w Bronowicach, plus funkcje wystaw i targów plenerowych	SUBSTREFA WYPOCZYNKU RODZINNEGO
STREFA H₂O ICEMANIA i SPEEDWAY – obiekty MOSIR - profesjonalna infrastruktura, usługi i atrakcje czynnego wypoczynku i rekreacji – centrum odnowy biologicznej i wellness	SUBSTREFA REKREACJI I WELLNESS
PARK RUSAŁKA / VERACITY PARK wraz z bulwarem – pasażem handlowo-gastronomicznym – w charakterze miejskiego corso i błoń	SUBSTREFA MIEJSKIEJ OAZY SZYBKIEJ REGENERACJI
DOLINA SZWAJCARSKA I NOWY TEATR RUSAŁKA, LAGUNA RUSAŁKA – na miejscu ogródków działkowych NASZA ZDOBYCZ, powrót do idei teatru na wodzie i zabaw ludycznych	SUBSTREFA RODZINNEJ ZABAWY I REKREACJI
MOST DRUGIEGO JA (PRAGNIEŃ) ZMIAN - PONTS ALTEREGO most zmian – pośredniczący między wschodem i zachodem, dwoma światami, most samotnych szukających czegoś po „drugiej stronie”, spotkań kulturowych, symboliczny punkt spotkań ludzi (tref punkt, meeting point, gdzie tradycyjnie umawiają się zakochani, młodzi lublinianie (dotychczasowe miejsce to – Brama Krakowska).	SUBSTREFA REKREACJI I KULTURY GASTRONOMII
LOGISTYKA STREFY- ADMINISTRACJA, INFRASTRUKTURA BEZPIECZEŃSTWA, BAZA NOCLEGOWA I GASTRONOMICZNA, PARKINGI, ETC.	
SYSTEM IDENTYFIKACJI STREFY – przestrzenny, architektoniczny system znaków identyfikacyjnych i komunikacyjnych	



PROPONOWANE FUNKCJE PROGRAMOWE

Lp

NAZWA ATRAKCJI JEJ FUNKCJE

Uwaga, zaznaczona lokalizacja jest orientacyjna, oznacza korzystne umiejscowienie w środowisku optymalnym pod względem zgodności programowej dla sąsiadujących propozycji

ZBIORNIK ZEMBORZYCKI CD – PORT LUBLIN, MORZE LUBLIN

1.

ARTÉ MOST „ZAPORA”

Most *de facto* jaz – zaporę na Bystrzycy, jednocześnie infrastruktura elektrowni wodnej. Można to miejsce interpretować jako Miejsce Mocy, szczególnie pozytywnej energii, poniekąd czystej energii. Każde miasto ma preferowane przez społeczność miejsca spotkań. Prawdopodobnie ich niezwykłość i siła przyciągania wynika z mitu, jaki związany jest z historią lub niezwykłością lokalizacji. Jeszcze niedawno każdy most w tej części Europy, na którymś z przyczółków miał obowiązkowo ustawioną figurę czeskiego świętego, patrona chroniącego od powodzi – Nepomucena (oryg. Nepomuk). Paryż posiada najszynniejszy spośród ponad trzydziestu Pont des Arts (Most Artystów), a Wenecja Most

Westchnień. Most artystyczny ZAPORA (propozycja nazwy nawiązująca do kontestacji rzeczywistości - obowiązkowej w młodzieżowych i artystycznych środowiskach), to kontrapunkt dla tradycyjalistycznej, kulturowej oferty Lublina, która jak na 300 tys. miasto jest imponująca.

Jest to oferta MOSIRu (w istocie już zainicjował jego „nowe życie” poprzez instalację plenerowej wystawy prezentującej historię powstania zbiornika), dla artystycznego środowiska miasta, stworzenia miejsca kultowego, miejsca spotkań, organizacji performance, festiwalu. Propozycja inwestycji, to stworzenie wokół mostu stałych i ruchomych elementów (pomostów) nieograniczonej przestrzeni dla sztuki, zaplecza wystawienniczego technicznego dla organizacji imprez kulturalnych. Nieodzownie pływająca scena, umiejscowiona albo na specjalnie skonstruowanym pomoście, albo na barce.

Tutaj można zainstalować kino np. PONT-oh (ekran „między rejami”) i wystawiać sztuki teatralne etc. Miejsce powinno posiadać własny kalendarz wizerunkowy (co najmniej jeden festiwal filmowy i telewizyjny np. REJSOWANIE.

SYMULACJA WIZERUNKOWA:



Pierwszy z lewej wizerunek Pont des Arts

<http://picasaweb.google.com/ih/photo/LfIgCFg-wZr4eLqvcP3mw> (górną prawą)

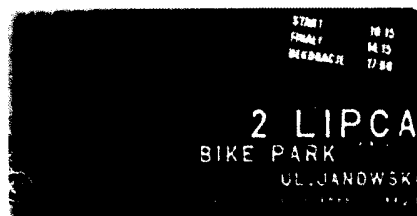
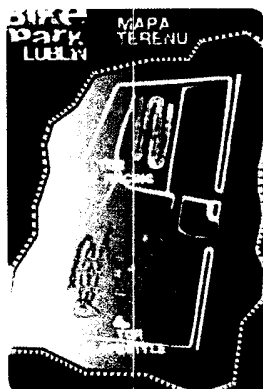
www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=43618... (dolną)

Opcją jest inwestycja pływającego centrum kultury, które mogłoby znaleźć swe miejsce w którymś z narożników jeziora przy zaporze.



2.

BIKE PARK LUBLIN

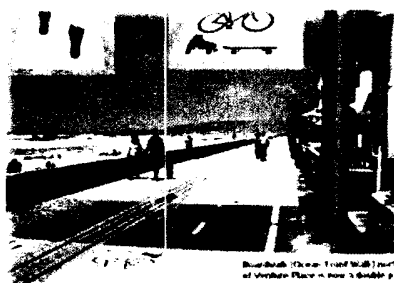


Inwestycja została zrealizowana. W związku z ambarasem związanym z niską frekwencją, proponowane rozszerzenie formuły o miasteczko rowerowe (nauka na kartę), targi rowerowe jako część Pleasure Fairs, kalendarz imprez rowerowych, stworzenie toru przeszkód o mniejszej skali trudności dla rowerzystów o mniejszych aspiracjach, giełdy rowerowej (handel, serwisy) i innych atrakcji.

ATRAKcje DOLINY BYSTRZYCY OD MOSTU ARTYSTÓW PO MOST NA ULICY ZAMOJSKIEJ (PONS ALTER EGO)

3.

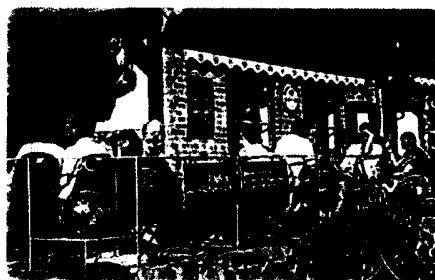
LUBLINIA – DUOSTRADA - ROWEROSTRADA (ROWERADA) I PROMENADA



Istniejącą nitkę trasy rowerowo-pieszkiej należy rozłączyć, tak aby równoległe do siebie przebiegały dwie, niezależne i bezkolizyjne trasy: rowerowa + inne formy rekreacji

ruchowej np. skateboardy, rolki, wrotki oraz piesza. Projekt powinien uwzględniać rozwiązania krzyżowania się tych dwóch szlaków jak i szereg urządzeń o charakterze logistyki – np. zimowego utrzymania DUOSTRADY. Koncepcja zakłada lokalizację co najmniej czterech MINI-MOP-ów, czyli zwartych kompleksów obsługowo-gastronomicznych (miejsc obsługi podróżnych). W skład takiego kompleksu powinny wchodzić m.in.: bary gastronomiczne z tarasami widokowymi na rzekę, ogródki jordanowskie dla dzieci, toalety, sanitariaty, bezpieczne parkingi rowerowe, serwis i mini sklepy – niezbędni.

Cała DUOSTRADA powinna być objęta monitoringiem. Tak, jak jest to już praktykowane – patrz zdjęcie, po trasie powinny poruszać się policyjne (lub strażnicze) patrole rowerowe.



<http://adam.bikestats.pl/index.php?category=452>

http://www.dieterichfotografie.de/detail.php?picture_id=6803

4.

PARK KONNY WROTKÓW (D. DZIESIĄTKA)

W związku z:

- ▣ przeanalizowanymi okolicznościami i konsultacjami branżowymi, które eliminują możliwość odtworzenia toru wyścigów konnych w Lublinie ze względów ekonomicznych (pomimo naszej uwagi dla inicjatywy społecznej pod egidą Lubelskiej Fundacji Jeździectwa),
- ▣ niesprzyjającymi okolicznościami lokalizacji (centrum miasta, hałas komunikacyjny itp.),
- ▣ limitem powierzchni (tylko ok. 30 ha) nieruchomości pomiędzy ulicami: Krochmalną, Cieplą i Przeskok,

nie uwzględniamy w koncepcji scenariusza stworzenia w tej lokalizacji produktu (infrastruktury, usług, atrakcji) rekreacji konnej. Za takim rozwiązaniem przemawiałaby obecność LKJ w obecnej postaci, zajmującego tereny na zachodnim krańcu nieruchomości przy pasie nadbrzeżnym Bystrzycy. Nie wnikając w szczegóły kondycji tego pożytecznego

ośrodka hippicznego, kontynuującego tradycję jeździecką zainicjowaną w XIX w, w którym pielęgnowana jest kultura jeździecka, prowadzona nauka jazdy konnej, szkolenie sportowe, a także prowadzone są zajęcia z hipoterapii – proponujemy dla przyszłości kultury jazdy konnej w Lublinie rozwiązanie naszym zdaniem korzystniejsze.

Biorąc pod uwagę optymalizację programu całej strefy czasu wolnego, po dokonaniu audytu i inwentaryzacji dostępnych terenów, proponujemy przesunięcie funkcji rekreacji konnych za most kolejowy na Bystrzycy. Istnieją tam dogodne warunki podłoża litosfery, wolna przestrzeń łąk i zadrzewień oraz Las Stary Gaj. Wszystkie tereny przeznaczone pod tę funkcję miałyby łącznie ok. 500 ha! To jest ok. 20-o krotnie większa powierzchnia w stosunku do nieruchomości po dawnym torze wyścigów.

W koncepcji nieruchomość tą przeznaczamy pod park tematyczny GEOPOLIS etc. (patrz poz. 5)

Na połączonych terenach zaznaczonych na planie strefy jednolitym kolorem zielonym, miałyby powstać park rekreacji konnej z nową siedzibą LKJ, centrum sportów konnych (jeździeckich), nawiązującym do lubelskich tradycji hippiki, w ofercie którego znalazłyby się:

- tor cross country,
- zawody jeździeckie,
- szkoła jeździecka,
- ośrodek jazdy terapeutycznej,
- siedziba i tereny ćwiczeń dla jumping team,
- pensjonat dla koni.

Ponadto park powinien być poprzecinany systemem ścieżek i duktów konnych pieszych i rowerowych. W Arku można lokalizować maa architekturę, specjalistyczne elementy rekreacji i profesjonalnych ćwiczeń. Konieczna jest tu sieć obiektów gastronomicznych (klub pub), zajazd *horse driver inn*, na obrzeżach, stajnie, hotele dla koni, serwisy, kuźnia oraz wioska turystyczna z systemem bungalowów.

Wzorcem dla rozwiązań funkcjonalnych, jak i samego ducha miejsca jest przywołany wcześniej przykład londyńskiego parku Richmond. Można rzec, że jest to wzorzec idealny do powielenia – dedykowany koniarzom oraz na równi z nimi innym użytkownikom atrakcji i ostępów leśnych i łąkowych. Jedyne, czego z pewnością nie uda się zrealizować, to otoczenie wyznaczonych nieruchomości ogrodzeniem (Richmond jest w całości ogrodzone tworząc enklawę dzikich zwierząt) ze względu na ich znaczne rozczłonkowanie. Teren parku powinien być objęty ochroną straży konnej, również w okresie zimowym. Powinien być zaplanowany roczny kalendarz imprez wizerunkowych z tradycyjnym hubertusem, pogonią za lisem oraz inne, eventy związane z miejscem.

Jeżeli z jakichś przyczyn, nie uda się przetransferować LKJ na nowe miejsce (lokalizacji jest sporo, np. teren za rzeką przy ul. Nałkowskich, należy przewidzieć sposób przedostawania się jeźdźców z terenów LKJ na obszar parku. Jest to możliwe poprzez wykorzystanie bezkolizyjnego tranzytu pod mostem na Krochmalnej, oraz dzięki planowanemu wyprostowaniu ul. Nadbystrzyckiej w kierunku ul. Janowskiej. Na planie

zaznaczono lokalizację takiego pasa tranzytowego szerokiego na ok. 50 m (tu musi się zmieścić TRISTRADA (piesi, rowery, konie), oprowadzonego ciągnący się wzdłuż torów w kierunku na Stary Las.



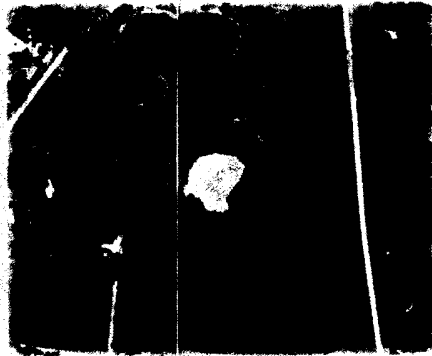
<http://www.geograph.org.uk/photo/1315196>



<http://ismail-diverse.blogspot.com/2011/07/richmond-park.html>

MINI OGRÓD BOTANICZNY – JEZIORKA (Tajemniczy ogród)

Na terenie znajdują się dwa jeziorka z roślinnością relikтовую o wysokich walorach krajobrazowych (patrz załączona ilustracja widoku satelitarnego google). Teren ten można wydzielić i urządzić tam mini ogród botaniczny z arboretum oraz restauracją z atrakcjami (tarasy posadowione na palach na wodzie). Enklawa ciszy i relaksu. Miejsce spacerów i odpoczynku, edutainmentu, szczególnie dedykowane rodzinom (obserwacja fauny i flory).



5.

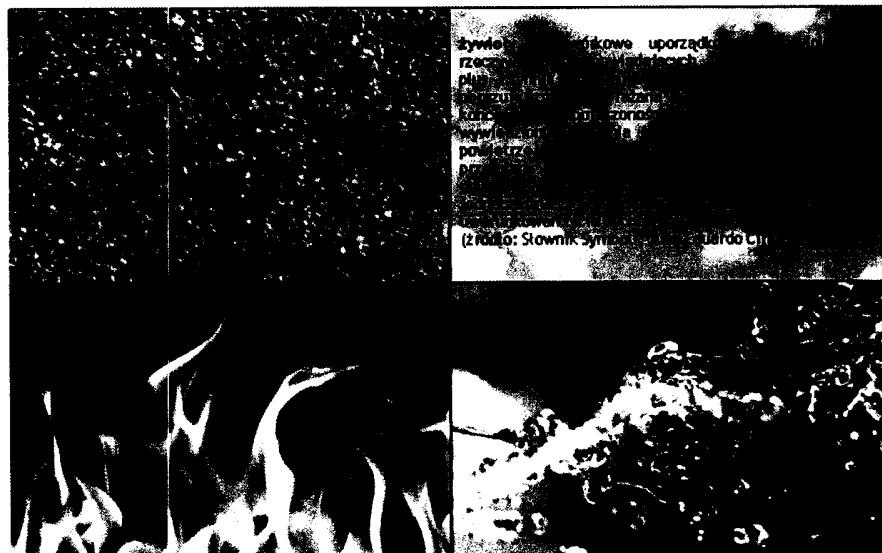
GEOPOLE/GEOCAMPUS/GEOPOLIS/GEODROM/GO EARTH

INTERAKTYWNY PARK TEMATYCZNY EDUTAINMENTU na terenach dawnych wyścigów konnych.

Placówka o specyfice Kopernikanum, Hevelianum, czy Ogródu Doświadczeń w Krakowie, w całości poświęcona prezentacji czterech żywiołów, sztuki ziemi (organiczna), geologii oraz geografii (z krajoznawstwem włącznie). Park edukacji i krajoznawstwa imienia Wincentego Pola (stąd proponowana nazwa). Jedyny taki obiekt w Polsce oraz w Europie.

*Tyś znalazł słowa zaklęć, co z błękitu
Zniknione mary na świat przywołały -
A więc stać będziesz kolumną granitu:
Pomnikiem polskiej i pieśni, i chwały.*

Autor: Adam Asnyk, Na grobie Wincentego Pola



Percepcja, czyli postrzeganie to nie to samo, co widzenie – to proces aktywny, w którym jednocześnie poznajemy przedmiot lub zjawisko zmysłami (poziom sensoryczno-motoryczny) i przetwarzamy tak zdobytą informację w sposób uwarunkowany zasobami naszej dotychczasowej wiedzy i uczuć (poziom semantyczno-emocjonalny) oraz przeżywaną konkretną sytuacją tu i teraz (Pawłowska, 2008). Percepcja zależy od czynników somatycznych (układ wegetatywny - animalno-psychofizyczny) oraz społeczno-kulturowych (tradycji kulturowych z jakimi dana osoba jest związana, miejsca w strukturze społecznej i roli jaką w niej spełnia, systemu edukacji formalnej i nieformalnej, przyjętego systemu filozoficznego, wrodzonych i nabytych predyspozycji estetycznych, intymnych dążeń i potrzeb nie ujawniających się na zewnątrz). Szczególnie istotną rolę w percepcji odgrywają uwarunkowania kulturowe. Kultura tworzy mity, symbole, skale wartości, intensyfikuje doznania, nadaje rzeczom nazwy, dzięki którym mogą one zaistnieć w świadomości, tworzy szatę informacyjną, poprzez którą poznajemy i interpretujemy świat.*



Autor: dr Sebastian Bernat z artykułu o percepcji dolin rzecznych

Arystoteles: „nihil est in intellectu quin prius fuerit in sensu” – nie ma nic w umyśle, czego by przedtem nie było w zmysłach. Umysł nie ma pojęć wrodzonych, jest on nie zapisaną tablicą, którą zapisują dopiero postrzeżenia – przekład prof. W. Kopalińskiego z arystotelesowskiego dzieła „O duszy”.

...musimy stworzyć taki pokład geologiczny, z którego bije źródło żywej sztuki. Każdy nosi w sobie taką psycho-fizyczną przyrodę, zaczajoną u progu jego intelektu twórczego, na granicy właśnie między jego przyrodą a kulturą, Jan Gwalbert Pawlikowski – pozytywista, przemysły działacz gospodarczy na przełomie XIX i XXw.

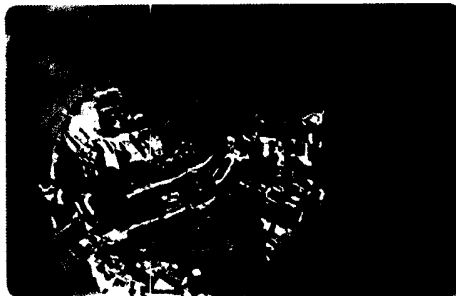
PROPONOWANY PROGRAM PARKU:

- Największy na świecie „żywy” ziemny zegar słoneczny wkomponowany w tereny wystawiennicze o powierzchni około 10ha, widziany z kosmosu (jak Wielki Mur), dla celów jego obserwacji z powietrza możliwość zorganizowania platformy balonowej, którego konstrukcją są rabaty, zadrzewienia, zakrzewienia oraz alejki i pasaże wystawiennicze. Na świecie istnieje kilka „największych” zegarów słonecznych posadowionych horyzontalnie na powierzchni ziemi. Do najśłynniejszych należą:



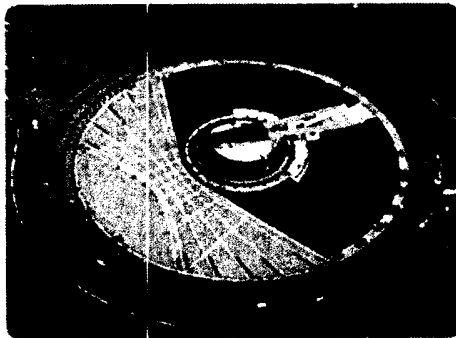
Jantar – Mantar (Samrat Yantra) w mieście Jaipur - Indie w Indiach, zwanym "rózowym miastem", jako część historycznego obserwatorium astronomicznego wzniesionego przez Maharajh Sawai Jai Singh około 1730 roku. Wg nieoficjalnych informacji, wysoka na 27 m budowla posiada tytuł największego zegara słonecznego świata.

źródło: waymarking.com



<http://www.researchgate.net/publication/264924886/figure/fig/1/AS:6313:AM#q=1702103141854/W/monte-solaire.jpg>

Mont Solaire – Wyspa św. Michała /Mont st. Michelle. Zegar zbudowany na terenach zalewowych pływów Atlantyku w Normandii (wł. Kanał La Manche). Na piaszczystym dnie morza, żołnierze armii francuskiej zainstalowali 600 paneli słonecznych, które stworzyły kształt zegara słonecznego. Wysoka iglica wieży tutaj-szego klasztoru została wykorzystana jako rdzeń rzucający cień długości około 1 km. W ten sposób wg autorów pomysłu powstał największy na Ziemi zegar słoneczny, który rozmiarami pobit rekord indyjskiego odpowiednika.



thepowerofindonesia.blogspot.com

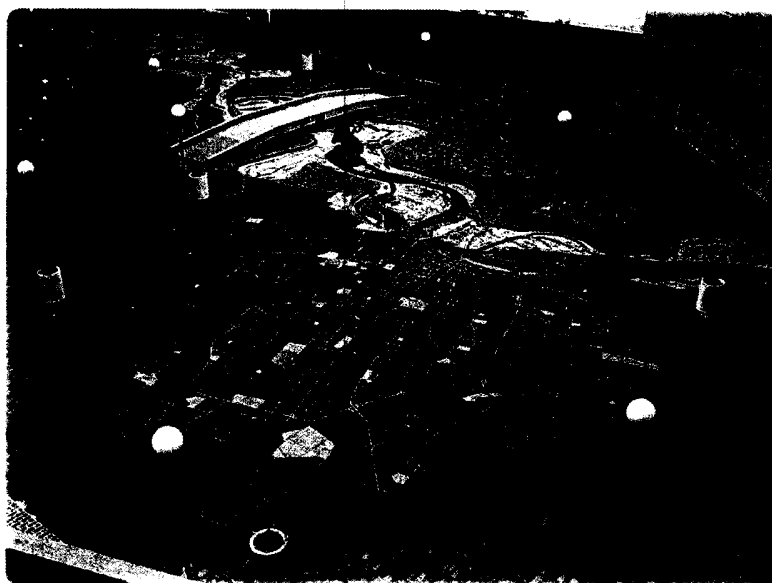
"The Sundial" is the landmark of Kota Baru Parahyangan (Parahyangan New Town), a new satellite town located about 17 kilometers west of Bandung, near the Padalarang exit of Padaleunyi-Cipularang Toll Road. This 20 meter tall structure, which functions as a vertical and horizontal sundial, houses West Java's Science and Technology Exhibition Center.



The world's largest sundial - Sundial Bridge, Redding, California,

Źródło: timecrazy.org

- Centrum Dziedzictwa Rzeki (na terenach logistyki parku w miejscu dzisiejszego dzikiego boiska przy ul. Krochmalnej) z makietą rzeki jak na załączonym wizerunku będącej częścią Mud Island River Park – Missisipi:



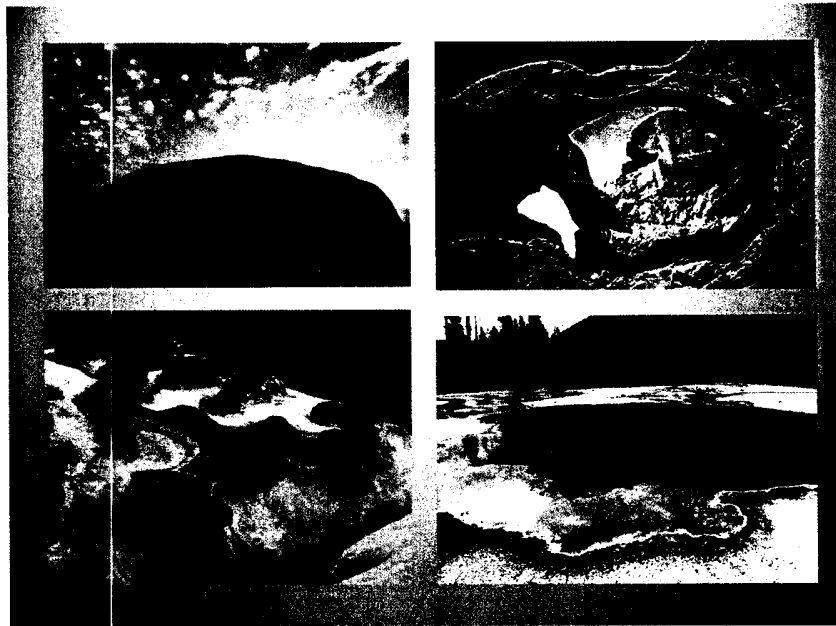
http://en.wikipedia.org/wiki/File:Mud_island_river_park.jpg

- Park krajobrazowy meandrów Bystrzycy,
- Wartkie Muzeum Rzeki – ogród osobliwości rzeki, w którym znajdzie miejsce interaktywna prezentacja żywołu wody, historia Bystrzycy, makiety systemu wodociągu Mistrza Jana, platformy prezentujące zjawiska fizyczne związane z wodą,
- Pomnik Garnka (geniusz myśli człowieka, który wynalazkiem naczynia spowodował połączenie dwóch żywiołów aktywnych – wody i ognia):

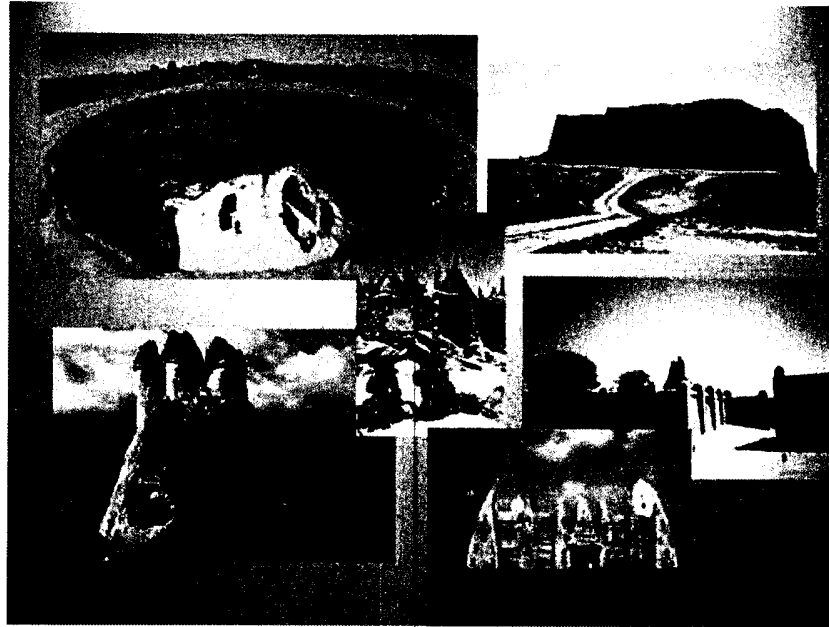


<http://www.south-africa-tours-and-travel.com/food-in-south-africa.html>

- GO EARTH – Pinakoteka Obrazów Ziemi – pawilon całoroczny
- Park miniatur pasm górskich Polski i Ukrainy (Pokucie, Czarnohora, Gorgany) – eksponujący szlaki wędrówek krajoznawczych Wincentego Pola, połączony z wystawą poświęconą poecie, literatowi i naukowcowi (znakomite motto zorganizowania interaktywnej wystawy, to „Dźwięk w opisach krajoznawczych Wincentego Pola” - temat znakomicie zdefiniowany przez Panią dr Krystynę Harasimiuk Instytutu Nauk, Komisja Krajobrazu Kulturowego o Ziemi UMCS),
- ekspozycja miniatur słynnych form ziemi:

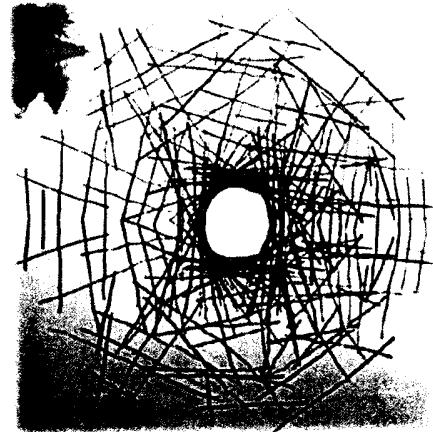
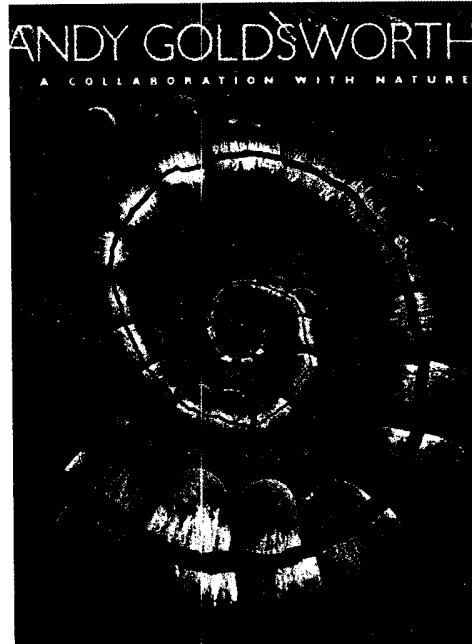


- park miniatur wiosek etnicznych świata i budowli ziemnych, wznoszonych z materiałów naturalnych: gliny, drewna, wikliny etc.



- plenerowe aranżacje (instalacje) zaproszonego do współpracy, światowej sławy rzeźbiarza Andy Goldsworthy, ich optymistna lokalizacja na nieruchomości to tereny nadrzeczne gdzie Bystrzyca naturalnie meandruje tworząc niezdiscyplinowany entourage i inspirację dla wrażliwej wyobraźni i jednocześnie brawury artystycznych wizji

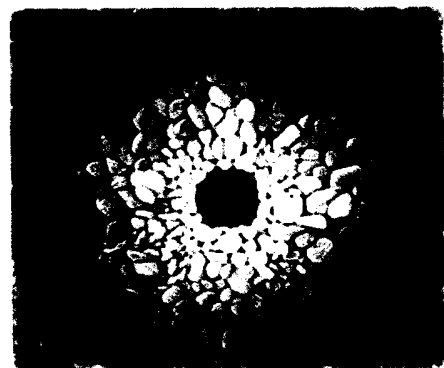
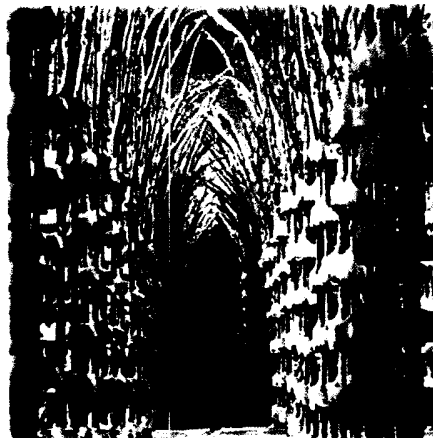
Andy Goldsworthy (ur. 26 lipca 1956) to brytyjski rzeźbiarz, fotografik i artysta mieszkających w Szkocji, który tworzy rzeźby i instalacje w przyrodzie. Zaliczany jest do nowej generacji artystów sztuki ziemi. Wykorzystując naturalne i znalezione przedmioty, tworzy zarówno stałe jak i tymczasowe rzeźby i instalacje, które mają na celu badanie relacji ze środowiskiem... cytat: Wikipedia



<http://www.writodesignonline.com/history/culture/AndyGoldsworthy/AndyGoldsworthy.html>



<http://www.officialandygoldsworthy.com/andygoldsworthy/andygoldsworthy.html>



<http://www.officialandygoldsworthy.com/andygoldsworthy/andygoldsworthy.html>

- instalacja wioska „Nowa, leśna secesja” (materiały: glina, wiklina) autorstwa artysty Krzysztofa Wrony ze wsi Nowica w Górach Świętokrzyskich oraz „Szkoły wrażliwości” Ewy Skowerskiej z Kapkazów:



6. STADION MIEJSKI I ARENA LUBLINEUM

Z koncepcją programu funkcjonalnego autorstwa gminy, jako inwestora, zapoznaliśmy się w części analitycznej. Tu zgłaszamy propozycje podniesienia konkurencyjności (atrakcje, wizerunek), które uczynią obiekt bardziej rentownym i uzasadnionym ekonomicznie.

Na temat wyboru lokalizacji – zdaniem urbanistów i miłośników Lublina niezbyt szczęśliwej - wypowiedziała się część badanych interesariuszy w ramach konsultacji społecznych. Przychylamy się do opinii, że wzniesienie dokładnie pośrodku nieruchomości ziemskiej długiej na ponad 2 km i uwolnionej w swojej osi od budynków i budowli, na południu zaczynającej się na winklu ul. Krochmalnej, a na północy kończącej się na rubieżach parku Ludowego, nie jest fortunne.

Posadowienie pośrodku tak dużego kubaturowo obiektu odrytmi ład przestrzeni i stworzy wizualną i infrastrukturalną barierę (dla oka i dla rozumu).

Skoro jednak poczyniono już w tej materii inwestycje i rzecz jest w fazie zaawansowania – trudno. W takiej sytuacji rzecz jest w tym, aby uzasadnić ekonomicznie i wizerunkowo tę inwestycję.

Inwestycja stadionu przeznaczonego tylko i aż na 15,5 tys miejsc siedzących zapewne została uzasadniona stosownym biznes planem. Miasto pokroju Lublina bezwarunkowo powinno posiadać miejską arenę na miarę aspiracji i XXI wieku. Szkopuł w tym, że Lublin nie ma w chwili obecnej żadnej sportowej formacji gry zespołowej, która plasowałaby się w tabelach wyższych lig, nie mówiąc o ekstraklasie. Warunek synergii, czy też komplementarności formy i treści, czy też akcji i możliwości tu i teraz nie zachodzi (łacińskie "actus et potentia" akt, jest elementem czynnym, determinującym, druga zaś możliwość - biernym, determinowanym, akt (akcja) ma się do możliwości (tylko potencjału) tak, jak forma do treści – twórcą teorii relacji aktu do możliwości, czyli „zbiegu sprzyjających okoliczności” jest Arystoteles). Zatem dowodzenie przydatności obiektu musi opierać się na innych, zasadniczych przesłankach. Oto one:

- W programie funkcjonalnym, należy przenieść punkt ciężkości z idei „wielkiego sportu” na uczynienie stadionu areną wielu różnorodnych pod

względem treści wydarzeń ważnych dla miasta (jak Colosseum w starożytnym Rzymie),

- Należy dla Areny Lublineum zaprojektować całoroczny, wizerunkowy kalendarz wydarzeń, w którym powinny znaleźć miejsce takie sportowe i kulturowe eventy jak np.: Spartakiada Lubelska (co dwa lata), Mundial Młodzików, koncertowe lato z gwiazdami (np. Beata Kozidrak zaprasza), festiwale, pokazy, wystawy, itp.
- W kompleksie można by urządzić muzeum – interaktywną wystawę – sportu i rekreacji „Tajemnice sportu” (historia od czasów maratonu po współczesne rekordy, współczesne technologie podnoszące wytrzymałość, tajniki sportu „od kuchni” – nowoczesne metody naukowe wychowania fizycznego, prace terapeutów, rehabilitacji – technika – urządzenia, specyfiki, technologie materiałowe [co to jest tartan, z czego zrobione są tyczki Moniki Pyrek, rakiety tenisowe, bobsleje – temat rzeka]), muzeum z programem pedagogicznym dla szkół nie tylko regionu lubelskiego, ale całej Polski,
- Przy stadionie można wzorem przedwojennych formacji „Sokoła” powołać Towarzystwo Tężyzny i zainicjować zajęcia dla młodzieży w kształtowaniu tężyzny fizycznej, a co za tym idzie kondycji duchowej,
- Należy planować ściśle – merytoryczne włączenie programu stadionu z jego zapleczem technicznym (media itp.), parkingów, sanitariatów, systemu komunikacji wewnętrznej itd. do planów rozwojowych Międzynarodowych Targów Lubelskich,
- Aby uzasadnić istnienie stadionu kosztownego w inwestycji i w operowaniu, powinno się zmienić sposób myślenia o jego istocie – tożsamości, roli i znaczeniu w kulturowym krajobrazie miasta. Istnienie stadionu powinno być „wydarzeniem kulturowym”, a nie tylko faktem urbanistycznym. Jego tkanka architektoniczna i wizerunek powinny odgrywać taką rolę w świadomości miejsca, jaką odgrywa np. Baltic Arena w Gdańsku – mieszkańcy Trójmiasta są nim zachwyceni, jest to „ich stadion”, utożsamiają się z nim są z niego dumni. Dlaczego? Ponieważ jest piękny, elegancki, swoją formą nawiązuje do najlepszych dzieł architektonicznych współczesności. Tak na lubelską tożsamość powinien oddziaływać stadion Lublineum – powinien być dziełem sztuki, a nie „projektem”.



Początkowo projekt nosił nazwę Baltic Arena. Sponsorem docelowej nazwy została grupa PGE która zaoferowała za pozycję sponsora tytularnego 35 mln złotych. Umowa zostanie podpisana na pięć lat i obowiązywać będzie od 1 stycznia 2010 roku

Źródło: <http://2012.pl>

http://pl.wikipedia.org/wiki/Baltic_Arena

Ko

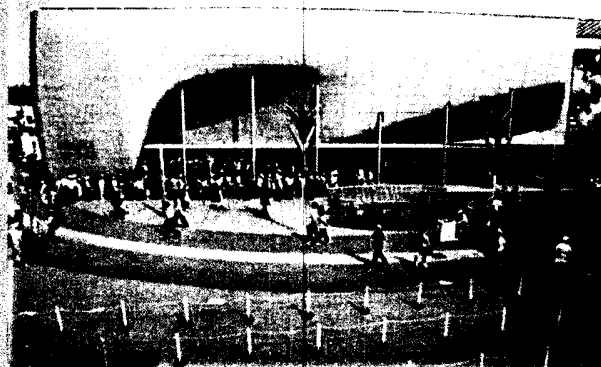
Autorzy projektu (niemieckie biuro projektowe Rhode-Kellermann-Wawrowsky z Dusseldorfu) nawiązują do tradycji miasta nadmorskiego związanej z cenionym w jubilerstwie bursztynem bałtyckim. Wielowiekowa tradycja tworzenia fascynujących ozdób ze "złota Bałtyku" odznacza się wysokim poziomem rzemieślniczym i artystycznym, zachowuje naturalne piękno bursztynu i kontynuuje pracę rozpoczętą niegdyś przez siły przyrody. Stadion w Gdańsku swoim wyglądem ma nawiązywać do zakorzenionych kontekstów lokalnych i ma stanowić znak identyfikacyjny Gdańska dzięki swojej

Otaczanie się rzeczami pięknymi jest formą estetyzacji przestrzeni. Z pewnością takich działań potrzeba współczesnemu Lublinowi więcej, jeżeli chce zmienić swój obraz i zaznaczyć swoją obecność w umysłach konkretnymi symbolami!

Istniejący - obowiązujący projekt nie zachwyca oka. Jest solidnym, ale nijakim pod względem osobowości dziełem. Tymczasem z internetu (Dziennik Wschodni), dowiadujemy się, że:

Student architektury Jędrzej Wośko z Politechniki Lubelskiej zaprojektował piłkarski stadion dla Lublina na miarę XXI wieku, z trybunami dla 28 tys. kibiców i elewacją z... wikliny. Młody architekt nie bał się nowoczesnych technologii. Elewację zaprojektował z... wikliny. To metoda zastosowana m.in. w pawilonie EXPO 2005. Projekt trafił do szuflady....

<http://www.traveller.pl/japonia/japonia.htm>

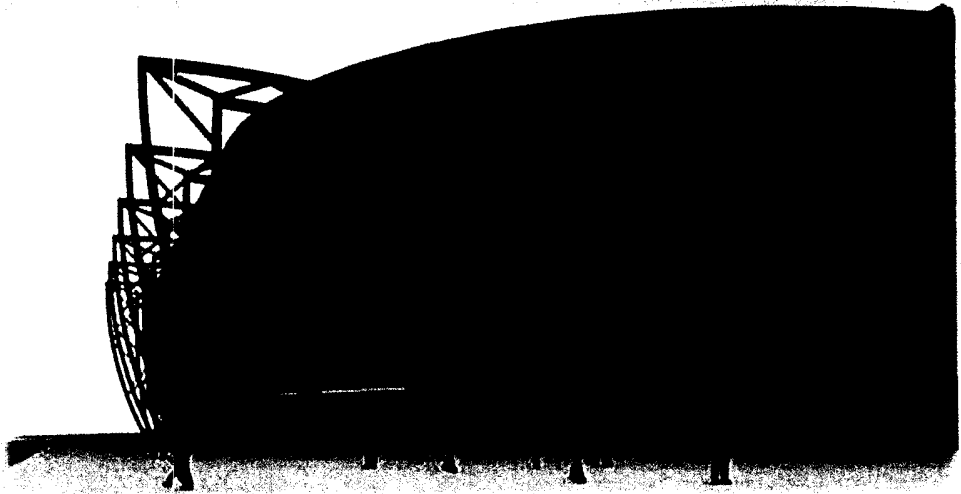


Pawilon Polski został zaprojektowany (arch. Krzysztof Ingarden i Zespół) jako przestrzeń metaforyczna podporządkowana głównemu hasłu Expo 2005 Aichi: „Macierz natury – sztuka życia – ekologia” oraz wiodącemu tematowi polskiej prezentacji: „Dostrzeż Piękno” eksponującemu sylwetkę Fryderyka Chopina i kopalnię soli w Wieliczce. Elementami kreującymi tę przestrzeń są: eksperymentalna wiklinowa elewacja oraz usytuowany wewnątrz budynku symboliczny przekrój przez Polskę: od morza na północy po górskie szczyty na południu. Elewacja pawilonu zdefiniowana jest za pomocą prototypowej technologii opartej o modułarny układ przestrzennie wygiętych stalowych ram oplatanych białą wikliną. Materiał ten reprezentuje w projekcie polski krajobraz będący naturalnym tłem muzyki Chopina. Kształt elewacji generowany jest za pomocą modelowania komputerowego, a jej wykonanie powierzono polskim artystom rękodzielnikom z Rudnika nad Sanem.

Źródło tekstu: http://www.sztuka-architektury.pl/index.php?ID_PAGE=1087

A to jest wizualizacja projektu lubelskiego studenta... Może warto przeanalizować jeszcze

raz co jest priorytetem dla wizerunku miasta?



7. **KOMPLEKS***** BIZNESOWO-HOTELOWY „SUGAR KOWALCZYK”
W „PAŁACU”**



Na symulacji wizerunkowej zaprezentowano sopocki hotel Rezydent.

O czym wspominaliśmy w poprzednich opracowaniach, Lublinowi brakuje spektakularnych obiektów hotelarskich. Z analiz rynkowych (badania Projekt Hotel) wynika, że istnieje już rynek na obiekty hotelowe najwyższej kategorii 5*. Obecność takiego kompleksu w sąsiedztwie Areny Lublineum, MTL oraz Targów Czasu Wolnego jest niezbędna. Dla celów budowy kompleksu należy wykorzystać zabytkowe budynki, funkcjonujące w języku

potocznym jako „Pałac”.

8. **MIĘDZYNARODOWE TARGI LUBELSKIE**



<http://www.salebiznesowe.pl/lublin/regionalne-centrum-targowo-wystawiennicze-mtd-sa>

Szczegółowo opisane w części analitycznej – inwentaryzacji. Ze względu na ich obecność na terenie Parku Ludowego – Foksal, rekomendujemy aktywne uczestnictwo MTL w zagospodarowaniu części Parku Ludowego w zakresie nowego – proponowanego programu (patrz poz.10). Elementem kreatywnym koncepcji jest wykreowanie i realizowanie MIĘDZYNARODOWYCH TARGÓW CZASU WOLNEGO PLEISURE FAIRS (patrz niżej).

9. **MIĘDZYNARODOWE TARGI CZASU WOLNEGO PLEISURE FAIRS**

PL

LUBLIN FAIRS®

Czas wolny jest synonimem największego sektora globalnej gospodarki – leisure industry⁴⁹, którego częścią jest światowa turystyka.

Zgodnie z definicją francuskiego socjologa J. Dumazediera, czas wolny to *wszelkie zajęcia*,

⁴⁹ leisure industry - przemysł czasu wolnego (etymologia terminu „przemysł” - efekt przemysłowości ludzkiej)

jakim może oddawać się jednostka z własnej ochoty bądź dla rozrywki, bądź dla rozwijania swych wiadomości lub dla bezinteresownego kształcenia się, dobrowolnego udziału w życiu społecznym poza obowiązkami zawodowymi, rodzinnymi i społecznymi.

Człowiek współczesny dysponuje kilkunastoma godzinami (razem ze snem) przeznaczonymi na osobisty czas wolny. Obecnie gwarancje urlopowe zakonserwowały się, a nawet zostały powiększone w międzyczasie o wszystkie soboty oraz nowe dni wolne od pracy (*bank holidays*, długie weekendy). Ustawowo mamy wolne w roku 104 dni weekendów i 26 dni urlopu. Łącznie 130 dni, co daje więcej aniżeli 1/3 roku. Niespotykana w historii dawka czasu po pracy powoduje, że przemysł czasu wolnego jest gigantyczną machiną finansową, której najslabszym trybikiem jest... człowiek ze skłonnościami do lenistwa, pasywnego spoczynku oraz do marnotrawienia czasu na wszystkie możliwe sposoby. To dla producentów nie ma zasadniczego znaczenia. Wszystko co człowiek potrzebuje, do aktywnego, lub pasywnego spędzania statystycznie 16 godzin po pracy zarobkowej (8h) wytwarza przemysł czasu wolnego.

Warto zaznaczyć, że termin czasu wolnego jest synonimem turystyki, co jest o tyle nieprawidłowe, że turystyka stanowi tylko część-segment tego sektora gospodarki.

W czasie wolnym nie tylko się podróżuje, odpoczywa, ale również pracuje niezarobkowo, dokszałca itd. Czas po pracy musi być spędzany praktycznie, tak aby przynosił konkretne, mierzalne korzyści. Czas kosztuje pieniądze! Na świecie w związku ze wzrostem znaczenia czasu wolnego (największe obroty w skali globalnej – wg. Prof. E. Fogla z 309 mln. Populacji USA aż: 90% to segment świadomych konsumentów produktów tego sektora. Przemysł czasu wolnego, to multi-dyscyplinarna gałąź gospodarki wytwarzająca towary i usługi związane m.in. z turystyką i odpoczynkiem w tym snem, aprowizacją, logistyką domu i pracy, budowaniem i remontami, zdrowiem i higieną, estetyzacją środowiska życia, udoskonalaniem stylu życia, edukacją, wykonywaniem prac poza zarobkowych w tym hobby i samorealizacją itd.

Odbiorcą produktów przemysłu czasu wolnego jest, tzw. *leisure class* czyli generacja czasu wolnego, której fenomen rynkowy polega na reprezentacji wszystkich cykli wiekowych.



<http://www.superstock.com/stock-photos-images/1566-0203537>



<http://www.anelecticmind.com/2009/02/26/too-much-to-do-too-little-time/>

W Polsce stwierdzamy niszę na imprezy targowe tego przemysłu. W Europie kilka imprez targowych nosi w nazwie termin „leisure”. Jednak brak na kontynencie imprezy dużej, większej niż Internationale Tourismus Burse w Berlinie, czy World Travel Market w Londynie obejmujące nie tylko oferty turystyczne ale innych branż.

Proponujemy zaprojektowanie największych w Europie cyklicznych – dorocznych

plenerowych i zadaszonych dzięki halom MTL targów Czasu Wolnego, zlokalizowanych w Lublinie, na które składałyby się nie tylko imprezy targowe związane z promocją produktów turystycznych, ale wszystkich branż związanych z odpoczynkiem i pracą w czasie wolnym, np. targów ogrodnictwa, sprzętu turystycznego od jachtów po rowery. Targi można połączyć z Festiwałem Czasu Wolnego oraz innymi imprezami np. Carnivalem. Czas trwania imprezy: lipiec-sierpień. Taka dwumiesięczna impreza, wobec budowy lotniska w Świdniku i drogi S17 miałaby znakomite połączenie lotnicze i drogowe – również od wschodu – dawnych państw WNP. Byłaby wydarzeniem na niespotykaną skalę w Polsce, co prawda logistycznie trudną (media!), ale gwarantującą prosperity w wielu dziedzinach życia miasta (hotelarstwo, inwestycje, gastronomia, transport, etc. etc.). Byłaby również ogromną szansą dla całego regionu Lubelszczyzny, jej atrakcji turystycznych i biznesu!

Infrastrukturę i przestrzeń zapewniłyby: tereny MTL, Parku Foksal, Centrum Strefy H2O i Icemania, Stadionów Speedwaya, terenów stadionu miejskiego i boisk treningowych. Łącznie około sto hektarów terenów wystawienniczych pod dachem i „pod chmurką”. Przestrzeń przeznaczoną w koncepcji pod organizację tej imprezy zaznaczono na mapie terenów strefy linią przerywaną.



sebalot.blog.pl



flickr.com



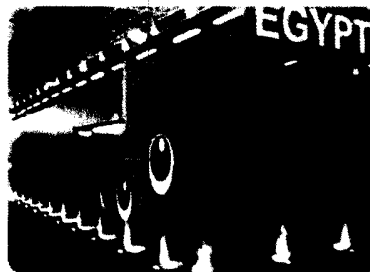
<http://www.cartinafinland.fi/en/picture/3681/garden+fairs.html>



<http://daffodilevents.co.uk/featured/>



<http://www.chinasportfair.com/?p=101>



<http://www.nadim.org/Events.html>



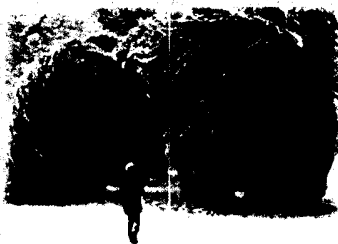
Foto: www.teddybearsforhope.org

10.

FOKSAL LUB -- HORTUS SENSU, DAWNY (OKROJONY) PARK LUDOWY

Propozycja dla tego fragmentu strefy, to odtworzenie na terenie Parku Ludowego idei programowej Rodzinnego Parku FOKSAL.

sence of place <http://findasenseofplace.com/services.html>



<http://privatelessons.blogspot.com/2010/05/street-scenes-music-in-park.html>



[http://maityrysta.wordpress.com/2008/06/17/zaproszenie-do-ogrodu-doswiadczen/
www.architectureweek.com](http://maityrysta.wordpress.com/2008/06/17/zaproszenie-do-ogrodu-doswiadczen/www.architectureweek.com)

ogród zabaw dziecięcych w arboretum

"Fokal". Co do źródeł tej nazwy istnieje kilka wersji. Najmniej wiarygodnie wypada niemiecka Volkshalle (hala ludowa). Równie nieprawdopodobna wydaje się etymologia rosyjska - od słowa "wokzał". Wzięta się stąd, że w pewnym czasie "foksalami" określano dworce przy linii Kolei Warszawsko-Wiedeńskiej. Gdyby przyjąć takie założenie-pobliska obecność zabytkowego dworca obliguje do „mentalnego” włączenia go w program parku. Jednak urbanistyczne zamierzenia zabudowy osi komunikacyjnej parku otwartej na dworzec osłabiają jego „obecność”. Dlatego należy tak poprowadzić inwestycję rozbudowy

hał targowych, aby oś widokową zachować!

Dyskusyjne jest angielsko-normandzkie pochodzenie od "Falkes Hall" i francuskie - od "Vauxhalle". Część historyków uważa, że Vaux był francuskim ogrodnikiem, który jako pierwszy w Europie założył w dzielnicy Londynu Lambeth nad Tamizą publiczny park przeznaczony na zabawy. I to jemu mamy zawdzięczać właściwe znaczenie określenia "foksale", które rozeszło się po świecie.

"Park na Bronowicach urządzony został w 1869 roku przez wieczystego dzierżawcę folwarku Emeryka Chruścielewskiego; miasto przejęło go jednak na swoje potrzeby dopiero w roku 1875 i urządziło według projektu technika miejskiego Aleksandra Zwierzchowskiego. Park ten - zwany Foksalem - zlokalizowano przy trakcie zamojskim, za rzeką Czerniejówką, i w krótkim czasie stał się on miejscem bardzo uczęszczanym. W „Gazecie Lubelskiej” z 9 sierpnia 1887 roku czytamy: „Bronowice w obecnej porze są jednym z najprzyjemniejszych miejsc spacerowych w Lublinie. Orkiestra wojskowa, grywająca w tym ogródku wieczorami, ściga liczny zastęp lubiących bliskie zamiejskie rozrywki, a dziatwa dąży tam z ogromną przyjemnością. Kilka huśtawek, karuzela, rundlaufy, kwaśne mleko, dobra kawa itp. rzeczy mają siłę przyciągającą dla publiczności, która w ciągu bieżącego lata, nudząc się w mieście, chętnie szuka niedrogiej rozrywki zamiejskiej. Był tam także drewniany amfiteatr.



Park Foksalem to odpowiedź na rosnącą potrzebę refleksyjnego przyswajania bodźców, zwłaszcza u osób zamieszkujących środowisko aglomeracji miejskich. Stworzenie unikalnego pola dla osobistych doświadczeń i przekonań oraz samodzielnej obserwacji i eksperymentowania uznając, że tylko w renesansie nauk przyrodniczych możliwe jest odbudowanie świadomości bytu u młodych generacji, aby w późniejszym wieku dokonywały powrotu do natury przez kulturę.

W tak interpretowanym procesie oświecenia szczególną rolę doświadczania należy powierzyć tu fizyce (fizykom) uznając, że w niej zawarta jest większość praw rządzących przyrodą (również człowieka).

Park ma pełnić funkcje re-kreatywne - gdyż współczesny-ponowoczesny człowiek jest obserwatorem i konsumentem, a nie sprawcą i inicjatorem zjawisk różnorodnej natury. Jest pozbawiony radości odkrywania! Reaguje, a nie jest animatorem akcji. Wyjątkowość stanowi tutaj percepcja poprzez dotyk - tak incydentalna w tradycyjnym zwiedzaniu. Dotyk jest w istocie najważniejszym-ostatecznym weryfikatorem poznawanej rzeczywistości. Walorem edukacyjnym infrastruktury i atrakcji Ogrodu Doświadczeń jest udostępnienie ich zarówno dzieciom, jak i osobom dorosłym: dzieciom dla rozbudzenia i utrwalenia w nich archetypu sensorycznego poznania, dorosłym zaś dla przypomnienia, jaką wagę odgrywają zmysły w budowaniu relacji osobistych i biznesowych.

Program funkcjonalny:

- rodzinna strefa pikników – kuchnie świata
- **PLENEROWE MUZEUM FIZYCZNYCH FAKTÓW DLA DZIECI** czyli OGRÓD FI-FI

Muzeum to odpowiedź na rosnącą potrzebę refleksyjnego przyswajania bodźców, zwłaszcza u osób zamieszkujących środowisko aglomeracji miejskich. Stworzenie unikalnego pola dla osobistych doświadczeń i przekonań oraz samodzielnej obserwacji i eksperymentowania uznając, że tylko w renesansie nauk przyrodniczych możliwe jest odbudowanie świadomości bytu u młodych generacji, aby w późniejszym wieku dokonywały powrotu do natury przez kulturę.

W tak interpretowanym procesie oświecenia szczególną rolę doświadczania należy powierzyć tu fizyce (fizykom) uznając, że w niej zawarta jest większość praw rządzących przyrodą (również człowieka).

Produkt Ogrodu ma pełnić funkcje re-kreatywne - gdyż współczesny-ponowoczesny człowiek jest obserwatorem i konsumentem, a nie sprawcą i inicjatorem zjawisk różnorodnej natury. Jest pozbawiony radości odkrywania! Reaguje, a nie jest animatorem akcji. Wyjątkowość stanowi tutaj percepcja poprzez dotyk – tak incydentalna w tradycyjnym zwiedzaniu. Dotyk jest w istocie najważniejszym-ostatecznym weryfikatorem poznawanej rzeczywistości. Walorem edukacyjnym infrastruktury i atrakcji Ogrodu Doświadczeń jest udostępnienie ich zarówno dzieciom, jak i osobom dorosłym: dzieciom dla rozbudzenia i utrwalenia w nich archetypu sensorycznego poznania, dorosłym zaś dla przypomnienia, jaką wagę odgrywają zmysły w budowaniu relacji osobistych i biznesowych.

- „Instant physics” - dawka wiedzy o fizyce w niezwykłym opakowaniu
- celebrowanie rzeczy pospolitych i tajemniczych
- doświadczanie fi-fi (filozofia+fizyka)
- oaza rytmu i refleksji w mieście
- zmysłowe doświadczenie dające natchnienie do twórczego myślenia
- inny niż wszystkie park tematyczny - konkurent „taniej rozrywki”
- unikalna atrakcja edutainmentu w Lublinie
- edutainment & shopping – jedyna w swoim rodzaju oferta dla rodziców
- duchowa przestrzeń ważnych decyzji i „powrotu do źródeł”
- inwestowanie w człowieka i jego tożsamość

Inne, proponowane elementy programu to:

- **STREFA ROZRYWKI – ANIMOWANIE AMFITEATRU**
- **MIASTECZKO ZABAW DZIECIECYCH (A NIE RACHITYCZNYCH KILKA URZĄDZEŃ ZWYKŁEGO OGRÓDKA JORDANOWSKIEGO)**
- **PLATFORMY PLENEROWYCH WERNISAŻY SZTUKI – współpraca z MTL**
- **MAŁA GASTRONOMIA**
- **ELEKTRYCZNA KOLEJKA**

11 STREFA H₂O ICEMANIA I SPEEDWAY – obiekty MOSiR

Program autorski spółki MOSiR

**12 PARK RUSAŁKA – PIERWSZY W POLSCE W SIECI
STREFA KRÓTKIEGO RELAKSU – SHORT BREAKS**



http://www.corestudiodesign.com/projects_pratt.html
<http://miraclemanorneighborhoodmural.blogspot.com/>

Proponowana koncepcja jest alternatywą dla propozycji opracowanej przez Stowarzyszenie Architektury Krajobrazu pod auspicjami KUL i pod dyktando Pana inż. architekta Jana Kamińskiego. Jej podstawowe założenia zostały zaprezentowane w części analitycznej. Kluczowym wnioskiem tej społecznie przygotowanej wizji jest zachowanie status quo terenu jako „wielkiej łąki”. W założeniu ogólnym nasza wizja nieco różni się od idei Stowarzyszenia Architektury Krajobrazu, natomiast w kwestiach szczegółowych można uznać, że jest komplementarny – wzajemnie się uzupełniający.

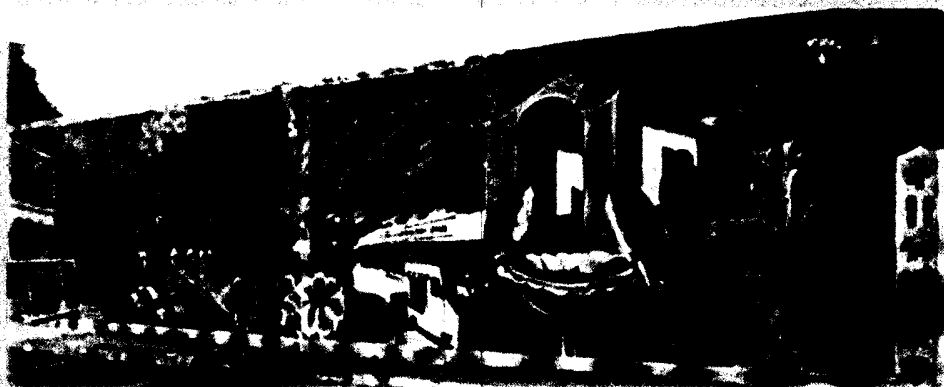
W naszym założeniu, akceptując determinant ekstensywności wyartykułowany na spotkaniu konsultacyjnym z przedstawicielami Rady Kultury Przestrzeni przy Prezydencie Miasta oraz przy zachowaniu funkcji parkowych proponujemy, aby Park Rusalka ze względu na swoje strategiczne – szczególne położenie u stóp malowniczej skarpy graniczącej ze Starym Miastem pełnił funkcję enklawy – krótkiego wypoczynku, oddechu od intensywności uczestniczenia w wartkim życiu miasta.

Jest to program na równi dedykowany mieszkańcom jak i turystom. Możliwość połączenia parku bezpośrednio z najstarszą, zabytkową częścią miasta, gdzie koncentruje się ruch turystyki kulturowej i miejskiej daje sposobność uczynienia z niego strefy buforowej pomiędzy Strefą Czasu Wolnego doliny Bystrzycy, a ofertą kulturową (zabytki – wydarzenia kalendarza kulturowego). Osią parku w koncepcji jest promenada – deptak reprezentacyjny Lublina (dopóki z Krakowskiego Przedmieścia nie wycofa się socjeta banków, kantorów, taniego handlu, pizzerii, kebabów itp. czyli przybytków popularnej merkantylności). Innymi słowy Lublin potrzebuje ulicy - salonu. Jego brzegiem będzie DUOSTRADA. Wymóg niskiej zabudowy na terenie parku wyklucza budowanie wielokondygnacyjnych budynków, co eliminuje lokowanie tu nobliwych sztyldów (ale kto wie, może klimat miejsca sprowokuje markę do inwestowania?). Pozostaje kwestia użyteczności publicznej istniejących (i ew. przyszłych) boisk. Aura parku nie predystynuje

tych rozwiązań funkcjonalnych. Poza tym Lublin dysponuje szeregiem boisk. W tym miejscu – zbyt bliskim kościoła i ducha miasta – publiczne boisko pauperyzuje widok. A *image* to rzecz ważna, zwłaszcza dla miasta, które pretenduje do tytułu europejskiego centrum kultury.

Propozycje programowe:

- galeria osobliwości miasta i regionu – miasto w pigułce, to propozycja stworzenia prezentacji wizualnej (makiety, stanowiska, city lighty, inne narzędzia komunikacji przestrzennej), kopii – replik najważniejszych materialnych i niematerialnych symboli miasta i regionu (np. dokumentu lokacyjnego, reprint Unii Lubelskiej, helikoptera świdnickiego, gałązka chmielu, Majdanek, konterfekt Wincentego Pola, zamek, etc. – w Krakowie byłby to JP2, Globus Jagielloński, Rynek, skrzypce mistrza Hybla, bumerang z Obłazowej, Madonna z Kruźlowej, lajkonik, Giewont, smok wawelski, Wawel etc.)
- Lubelski Mural – rodzaj malatury, nazwa pochodzenia hiszpańskiego oznaczająca w skrócie dzieło dekoracyjnego malarstwa ściennego, najczęściej monumentalne – jeden z przejawów alternatywnej kultury miasta,
- galeria rzeźb lokalnego środowiska artystycznego – wystawa stała w celu umożliwienia obcowania z przejawami materialnymi i duchowymi kultury miasta,
- instalacje wypoczynku biernego – strefa gastronomiczna (pawilon całoroczny z ogrodem smaków Lubelszczyzny),
- bulwar – pasaż z handlową ofertą turystyczną i czasu wolnego (kioski, mini butiki, punkt informacji turystycznej, etc.)
- korty tenisowe, boisko cockey, boule – odgłos rytmicznie uderzanej piłki tenisowej buduje klimat miejsca orientowanego na kulturę wypoczynku,
- pawilon artykułów pierwszej potrzeby w tym higieniczno-sanitarny – z mini stoiskiem produktów niezbędnych dla turysty i konsumenta czasu wolnego (paramedyki, artykuły higieny osobistej, napoje, snaki, mapy, przewodniki, baterie, karty pamięci itp.),
- trawniki systematycznie pielęgnowane – cel trawnik jako kobierzec na którym można spocząć (łąki, rabaty, urządzona zieleń – konieczne zadrzewienia),
- logistyka strzeżonego parkingu dla samochodów oraz osobnego – dla rowerów,



<http://www.panoramio.com/photo/47787747>

VERA CITY PARKS

Lublin

Proponujemy zbudowanie na kanwie koncepcji Park Rusałka nowej kategorii parków – nazwa jak obok (logotyp roboczy). Veracity to ang. prawdziwość, wiarygodność. W jednym słowie zwarte są dwa komunikaty: vera – fac. i city – miasto – tą cznie miasto prawdziwe. Atrybutem constans w takim parku ma być wspomniana galeria „miasto w pigulce”. Propozycja nawiązuje do idei innowacyjnej kategorii i dwóch praw marek – o czym wspomnieliśmy w części filozoficznej koncepcji.

13. DOLINA SZWAJCARSKA I NOWY TEATR RUSAŁKA, LAGUNA RUSAŁKA

Rys charakterologiczny teatru, jako miejsca rozrywki ludycznej i bawialni przedmieść XIX w. Lublina został zaprezentowany na stronie 56. Rekomendujemy odtworzenie tego historycznego obiektu, z pewnością nie wg pierwotnych założeń i technologii wykonania (konstrukcja drewniana nierealna ze względu na bardzo restrykcyjne wymogi przeciwpozarowe). Niemniej jako apologeci przeszłości widzimy sens i potrzebę tworzenia replik takich właśnie obiektów po to, aby w bliźnich trwało przekonanie, że nie tylko materia ale i duch stawia rzeczy trwałe. Z takim przekonaniem odtworzono starą Warszawę, chociaż była zniszczona jak Hiroshima. Nie materia – bo jej wtedy nie było, a duch przywrócił miasto życiu. Obecnie nie ma traumy – zwłaszcza takiej – i nie zrywami emocji, a przemyślnością czyli dojrzałą myślą społeczną tworzymy sobie pomniki. Trwalsze od spiżu... Nie jest dziś wyczynem ustawienie postumentu, albo popiersia. Jest odwagą sięgnąć do przeszłości, aby zaprząć ją dla potrzeby teraźniejszości i uzmysłowić swoją mądrość przyszłości. Stać nas na czyny wielkie, a to stawiamy Chrystusy Króle pod niebo, bazyliki licheńskie, „zamiliardowe” stadiony i najwyższe w Europie drapacze chmur.

Pozostajemy w przekonaniu, że zrekonstruowany obiekt na dawnych terenach działkowych „Nasza zdobycz” i towarzysząca mu Dolinka Szwajcarska (szczegółowy opis patrz koncepcja ZPZ dodadzą smaczkowi i patyny przedsięwzięciu. Miejsce wybrane jest wyborne – chociaż nie oryginalne. Teatr Rusałka stał tam, gdzie dzisiaj Boczn Rusałka dotyka wału rzeki. Po co dokonywać przeprowadzkowej rewolucji, jeżeli można uwolnić idealny – bo podmokły i zalewany rzeką, coraz mniej przydatny areał ogódów działkowych „Nasza Zdobycz” (poprawnie będzie – coraz mniejszej garstce ludzi). Tam widzimy cross DUOSTRADy tranzytem biegnący z Parku Rusałka do rzeki i dwa solidne obiekty – wspomniany teatr z dużym, oblewającym go sztucznym akwenem dopuszczonej tu kanałem Bystrzycy. Drugi to dolinka latem oferująca boiska do towarzyskich gier zespołowych (crockey, boule, mini golf, kręgle), zimą zalana wodą (oczywiście na uprzednio rozłożoną matę mrozzącą) zapraszająca łyżwiarzy na tańce i rekreacje na lodzie, przy akompaniamentach muzyki, girland, światełek i gastronomicznych specjalów.



14 **MOST DRUGIEGO JA (PRAGNIĘĆ) ZMIAN - PONS ALTEREGO
ORAZ KŁADKA BIERNAT (KA)**

MOST GOTYCKI powinien być symbolem pośredniczenia między dwoma skrajnościami, pomostem na drodze dążenia do nowego – nieodkrytego przed nami, przejścia z jednego świata do drugiego (alternatywnego), stąd łac. *alternatio* - zmiana, czy samo pragnienie zmiany. To symboliczne oznaczenie zmiany stanu z jednego w drugi, połączenia nieba z ziemią (tęczowy most), spajający sferę zmysłową z ponadzmysłową-rozumową. Przebycie mostu jest symbolicznym przejściem „na drugi brzeg”. (na podstawie „Słownik symboli” J. Cirlot)

Remontując most należy pamiętać o zapewnieniu mu zmysłowej oprawy – oświetlenia (projekt!).

Wzorcem dla ideału mostu funkcjonującego jako tło dla refleksji, jest oczywiście wenecki Ponte del Sospiri – Most Westchnień owiany legendą. Most swoją sławę zawdzięcza XIX-wiecznym romantycznym pisarzom. Wedle ich wyobrażeń przechodzący tędy skazańcy mieli tęsknie wzdychać (stąd także nazwa mostu) do swych ukochanych pozostających na wolności i do „wolnego świata”, który widzieli ostatni raz przed odbyciem kary; niektórzy - w ogóle ostatni raz w życiu. Źródło: Wikipedia



Most gotycki – jeżeli ma być sławny również powinien być owiany nimbem tajemniczości,

posiadać własny mit – legendę. Jest to znakomita koincydencja do rozpisania publicznego konkursu na historię mostu (bridge story) – odnalezienie faktu historycznego, lub wykreowanie nowego.

Proponujemy również, aby odcinek ulicy Zamojskiej, od Stolarskiej przyjął postać zaułka ukształtowanego przez architektów przestrzeni i designerów – tak aby utworzyć tu czarujący zakątek w którym znajdą miejsce knajpki, kawiarnie, galerie sztuki – tak, jak ma to miejsce obecnie na krakowskim Podgórzu (dotychczas była to dzielnica martwa turystycznie), w najbliższym sąsiedztwie przerzuconej przez Wisłę modernistycznej w formie kładki pieszo –rowerowej Bernatka. Miejsce natychmiast opanowali zakochani, turyści i clubberzy. Podobny scenariusz można założyć dla mostu i jego sąsiedztwa.

Zmiany na nowe bywają początkowo szokujące, jednak tylko śmiałe projekty pobudzają ludzką wyobraźnię. Wróćmy do Wenecji – tu zrealizowano niezwykle odważny projekt „zaznaczenia” współczesnym akcentem historycznego Canale Grande. I oto zrealizowano tu projekt słynnego architekta Santiago Calatravy, przerzucając przez kanał fascynujące dzieło sztuki. Realizacja wywołała kontrowersje. Ale w istocie o to chodzi. Most gotycki – jako szczególne miejsce pomiędzy Wschodem a Zachodem wymaga uwagi!



źródło: dorigo.wordpress.com i dailylife.com

Powyższe informacje powinny być inspiracją, przy odtworzeniu kładki łączącej ul. Rusałka z terenami stadionu motoru (w inwentaryzacji zwróciliśmy uwagę na istnienie filarów niesistniejącej kładki. Nową kładkę nazwaliśmy BIERNATA – dla uczczenia lublinianina związanego z Krakowem. Można uznać, że krakowska Bernatka i lubelska „Biernatka” to asumpt do poszukiwania koalicji wizerunkowych.

15. LOGISTYKA STREFY- ADMINISTRACJA, INFRASTRUKTURA BEZPIECZEŃSTWA, BAZA NOCLEGOWA I GASTRONOMICZNA, PARKINGI, ETC.

SYMULACJA WIZERUNKOWA:

16. LUDZIE BĘDĄ CHCCIELI TAM MIESZKAĆ I PRACOWAĆ

Stworzenie markowej Strefy Czasu Wolnego spowoduje wzrost:

- zainteresowania terenami zlokalizowanymi wokół strefy oraz
- wzrost cen nieruchomości w sąsiedztwie

jakie mogą być konsekwencje i wynikające stąd scenariusze zdarzeń i inwestycji, niech

posłuży przykład idei airport city, mającego powstać przy strefie lotniska Chopin w Warszawie. Tekst poniższy został opublikowany w internecie na onet.pl:

Lotnisko Chopina planuje w najbliższym czasie stworzyć w swoim otoczeniu Airport City. Polskie Porty Lotnicze wybrały już doradcę, który przeprowadzi analizę możliwości zagospodarowania nieruchomości. Dziś nastąpiło podpisanie umowy.

Firmą, która przeprowadzi analizę, będzie Ove Arup & Partners International Limited, która w ciągu trzydziestu dni dostarczy opracowanie przedstawiające możliwości najlepszego zagospodarowania i wykorzystania terenów wokół lotniska.

- Idea Airport City jest dziś realizowana na wielu europejskich lotniskach. Tego typu działalność obniża bowiem koszty portu lotniczego, które z kolei obciążają pasażerów. Nasze lotnisko pełni funkcję miastotwórczą. Chcemy nadać temu miejscu charakter. Planujemy wykorzystać otoczenie portu i w sposób użyteczny je zagospodarować. To trend światowy, w który również my postanowiliśmy się włączyć. Firma, która wygrała przetarg i z którą podpisaliśmy dziś umowę posiada bogate doświadczenie w prowadzeniu podobnych projektów nie tylko w Polsce ale również za granicą – wyjaśnił podczas konferencji prasowej Michał Marzec, dyrektor Lotniska Chopina w Warszawie.

- Jeszcze nie wiadomo, jak do końca będzie wyglądało Airport City. Na pewno chcemy w przypadku tej inwestycji zbliżyć się do modelu zrealizowanego w Amsterdamie. Tam bowiem Airport City skupia się przede wszystkim na modelu biznesowym. Wiadomo, że jest wiele pomysłów na to, jak zagospodarować teren wokół lotniska. Można wybudować hotele, centra handlowe, centra obsługi biznesu. My stawiamy na te dwa ostatnie w naszym projekcie.



fot. koncepcja Chopin Airport City

17.

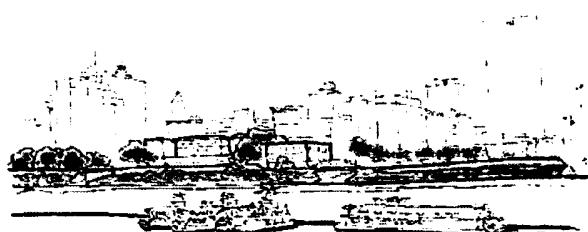
FUNKCJE STREFY BUSINESS & SHOPPING

Lublin leży na ważnej trasie tranzytowej, na linii schód - zachód. Obserwowany jest obecnie trend rozwoju funkcji hotelarskich i innych komercyjnych. Dzięki rozwojowi profesjonalnej strefy czasu wolnego ma szansę zbudowania zaplecza atrakcji dla sektora biznesowego, a także dla funkcji zakupowych w czasie wolnym (jak kontrowersyjna propozycja dla Warszawy: Chopin & shopping). Przy takim scenariuszu rozwojowym należy liczyć się z potrzebą produktów dla biznesu: sal konferencyjnych i innej infrastruktury logistycznej, atrakcji będących zapleczem akcji motywacyjnych, rekreacyjnych, regeneracji zdrowia i urody (patrz wellness). Obserwowany rozwój funkcji zakupowych, może wywołać potrzebę stworzenia tu strefy – ulicy – promenady - bulwaru, centrum zakupowego – wszystko w jednym, gdzie dostępne będą markowe towary po relatywnie niższych cenach,

a łatwiej dostępne. Część Lublinii może stać się promenadą handlową!

Friends for Our RIVERFRONT

Our mission is to promote revitalization of the Memphis Riverfront as green space for public enjoyment, preserving its historic, natural, and aesthetic character.



Rekomendujemy w koncepcji zorganizowanie formy „ruchu na rzecz Bystrzycy” przy Centrum Dziedzictwa Bystrzycy na terenie GEOPOLIS/GEOCAMPUSU etc. Tak jak uczynili to wolontariusze „strażnicy źródeł” zamiłowani w Missisipi. Więcej na ten temat patrz:

<http://www.friendsforourriverfront.org/index.html>

XII. SŁOWNICZEK - PODSTAWOWA TERMINOLOGIA UŻYWANA W OPRACOWANIU

amusement – z jęz. angielskiego: zabawa, radość, rozrywka, rozbawienie uciecha; termin stosowany w związku frazeologicznym amusement leisure (patrz **leisure industry**), co oznacza przemysł rozrywki, amusement park – park rozrywki. Nasz chorzowski Wojewódzki Park Kultury i Wypoczynku, jest wiekowym protoplastą atrakcji typu amusement park w Polsce.

analiza 4 ścieżek (zamiast SWOT) – analiza SWOT służy rozpoznaniu okoliczności niezbędnych do uwiarygodnienia planów strategicznych, a następnie zarządzania. Analiza ta jest oparta na wycenie posiadanych mocnych - *strenghts* i słabych - *weaknesses* stron. Ponadto powinna uwzględniać zewnętrzne zagrożenia - *threats* oraz szanse - *opportunities*. W obecnych warunkach rynkowych (okoliczności) nie spełnia roli, ponieważ nastąpiła znaczna dywersyfikacja potrzeb turystycznych. Konsekwencją tego jest trend mnożenia się produktów o różnorodnych programach. Analiza SWOT w tych warunkach dostarcza zbyt ogólnych danych. Ich ocena jest skrajnie subiektywna, gdyż dla niektórych potrzeb i preferencji słabość staje się atutem. I na odwrót. Dlatego korzystniej jest analizować istotne wartości zewnętrzne i wewnętrzne, a następnie weryfikować te dane pod kątem koncepcji konkretnego produktu turystycznego, eliminując potencjalne wartości nierealne, trudne do zapewnienia, niemożliwe w konkretnych okolicznościach do spełnienia (np. umiejętności pracownicze). Drogą konsekwentnych eliminacji zidentyfikowanych słabości otrzymuje się realny obraz potencjału korzyści produktu, które odpowiadają konkretnemu modelowi konsumpcji (potrzeby zdefiniowanej grupy celowej).

atrakcja turystyczna – zidentyfikowany materialny lub niematerialny walor miejsca poddany procesowi zarządzania. Podstawowy element produktu turystycznego. Zaspokaja potrzeby turystyczne – uzasadnia wybór kierunku (destynacji). Jest najważniejszym argumentem zakupowym. Podnosi siłę konkurencyjności produktu. W konsekwencji skuteczność rynkową. Atrakcje dzielą się na materialne i niematerialne. W wyjątkowych okolicznościach infrastruktura i specyficzne usługi mogą być atrakcją. Zasadniczą rolę w podjęciu decyzji zakupowej ma sposób podania, a nie sama atrakcja.

branding, brand management – proces obejmujący planowanie, strategię, kreację, zarządzanie marką i stałe jej pozycjonowanie na rynku. To zwłaszcza działania związane z komunikowaniem jej tożsamości, dbałość o jej wizerunek i etykę.

branding terytorialny - city branding – jest elementem zarządzania JST usprawniającym konkurencyjność społeczności oraz przestrzeni, którą zamieszkuje i zlokalizowanych w niej produktów turystycznych. Jego zadaniem jest wyróżnienie autentyzmu zakodowanego w tożsamości miejsca. Marka miasta wykształcona w procesie brandingowania jest rodzajem promesy dodania wartości i psychologicznej aury do „zwykłego” miejskiego produktu. Marka staje się skutecznym narzędziem zawiadywania ruchem odwiedzających, kodeksem postępowania, którego wymogi jasno określają co wolno odwiedzającemu, a czego nie wolno. Ta ewidentna korzyść jest łatwo osiągalna, gdyż światowa społeczność w swoich środowiskach jest przyzwyczajona do interakcji z markami różnych dziedzin. Transportuje reakcje na inne – napotkane marki. City branding powoduje, że środowisko społeczności lokalnej otrzymuje mechanizm regulacji i samokontroli, transponowany na lepsze poczucie rytmu i sensu egzystencji. Miasto - brand to generator dodatkowych korzyści. Jego status przyciąga inwestycje, kapitał, know-how, wykształcone zasoby ludzkie.

cel nadrzędny – (in. nadrzędny cel strategiczny) to priorytetowy walor materialny lub niematerialny (ew. kompilacja walorów) w systemie wartości miejsca, którego osiągnięcie ma spowodować zmianę dotychczasowego układu. Identyfikacja nadrzędного celu strategicznego wyznacza główny kierunek

konkurowania produktem i przestrzenią, określa sposób zarządzania, czyni projektowany model biznesu możliwym. Uwzględnia priorytetowe obszary rozwoju.

cele operacyjne - są logistycznym zabezpieczeniem procesu osiągnięcia nadrzędnego celu strategicznego. Dlatego podlegają rygorom – wyznacza im się czas i przestrzeń realizacji, tzn. harmonogram oraz ścieżkę postępowania krytycznego wraz z „kamieniami milowymi”, których konsekwentne pokonywanie (wdrażanie) przybliża pożądany efekt zapisany w wizji i misji.

CI – (ang. corporate identity) – tożsamość produktu miasta - jego systemowa osobowość i indywidualność. System identyfikacji produktu.

city breaks – short breaks - opcja wyjazdu weekendowego, początkowo polegająca na odwiedzaniu europejskich stolic w celach turystycznych. Obecnie zjawisko objęło inne, atrakcyjne, modne miejsca. Motywów może być wiele np. klasyczna turystyka kulturowa połączona z zakupami, uczestniczenie w konkretnym wydarzeniu np. koncercie gwiazdy, czy w znanej atrakcji turystycznej, *clubbing* (patrz Kraków), wieczór kawalerski, impreza motywacyjna w plenerze itd. Z reguły jest to wypad z dwoma noclegami. Wariantem jest *long weekend* – długi weekend, czyli *short breaks* obejmujący minimum trzy dni (w istocie noclegi), przy czym okazją do komponowania takich eskapad są sąsiadujące z weekendem dni wolne – np. święta państwowe lub kościelne.

cykle rodzinne – jedna z form segmentacji. Cykl rodzinny dzieli się na siedem głównych stadiów:

1. małżeństwo bez dzieci
2. rodzina wychowująca małe dzieci
3. rodzina z dzieckiem w wieku przedszkolnym
4. rodzina z dzieckiem w wieku szkolnym
5. rodzina z dorastającym dzieckiem
6. rodzina w stadium " pustego gniazda"
7. etap starzejących się rodziców

Na cykl życia rodziny działają bodźce pionowe (tradycje, obrzędy, mity przekazywane kolejnym pokoleniom) oraz poziome (przechodzą z jednego poziomu cyklu na kolejny np. ważne wydarzenia, wypadki, choroby, śmierć).

czas wolny – związek frazeologiczny pojawił i rozpowszechnił się z chwilą uznania go przez Międzynarodową Konferencję UNESCO w czerwcu 1957 roku. Zgodnie z definicją francuskiego socjologa J. Dumazediera, czas wolny to *wszelkie zajęcia, jakim może oddawać się jednostka z własnej ochoty bądź dla rozrywki, bądź dla rozwijania swych wiadomości lub dla bezinteresownego kształcenia się, dobrowolnego udziału w życiu społecznym poza obowiązkami zawodowymi, rodzinnymi i społecznymi.* Głównymi funkcjami czasu wolnego są: turystyka, praca niezarobkowa, rekreacja, odnowa biologiczna i duchowa, edukacja i samokształcenie, hobby. Czas wolny jest synonimem największego sektora globalnej gospodarki – *leisure industry*⁵⁰, którego częścią jest światowa turystyka.

czynnik wspomnieniowy, albo strumień wspomnieniowy - niematerialny komponent ceny produktu turystycznego określający jego wartość po konsumpcji. Psychologiczny i emocjonalny determinant wartości produktu, zazwyczaj oceniany i weryfikowany po powrocie do stałego środowiska zamieszkania.

destynacja – określenie powszechnie używane w branży turystycznej, zapożyczony angielskie słowo *destination* – przeznaczenie, cel. Tym terminem określa się kierunek - cel podróży. W języku branżowym, to zazwyczaj modne miejsce spędzania czasu wolnego.

⁵⁰ *leisure industry* - przemysł czasu wolnego (pierwotne znaczenie semantyczne terminu „przemysł” to efekt przemyślności ludzkiej)

diagnoza strategiczna – identyfikacja i kwalifikacja na podstawie analiz badawczych czynników zewnętrznych i wewnętrznych szans i zagrożeń dla planowanych decyzji strategicznych dotyczących przyszłości.

dostępność – jeden z trzech podstawowych determinantów zapewnienia konkurencyjności produktu turystycznego i zapewnienia rozwoju programu turystycznego. Ma bezpośredni wpływ na skuteczność wizerunku. W niektórych przypadkach produktów, brak dostępności jest atrakcją (leśniczówka, ośrodki kontemplacyjne, schroniska itp.).

doświadczenie turystyczne (urlopowe) – to zmysłowe przeżycie, poznanie „czegoś” odróżniającego w warunkach odmiennych od tych, które istnieją we własnym środowisku zamieszkania i pracy. Poznanie poprzez doświadczenie jest funkcją bytu. Utrwala się w poznającym w stopniu zależnym od jego sposobu bycia i umiejętności weryfikacji emocjonalnej.

drzewo problemów – jest to graficzne zilustrowanie barier rozwojowych dla przyjętych w wizji hipotetycznych założeń oraz zobrazowanie więzi przyczynowo-skutkowych pomiędzy problemami. Drzewo będące obrazem analizy problemów w istocie oddaje negatywny obraz układu będącego wypadkową czynników egzogennych i endogennych, na który strategia ma znaleźć rozwiązanie. Jest bilansem części analitycznej dla celów postawienia diagnozy.

drzewo celów – to ilustracja analizy założeń celów strategicznych będąca konsekwencją przeprowadzenia analizy problemów. Analiza ta prowadzi do przekształcenia lub odrzucenia zidentyfikowanych w diagnozie problemów w realne założenia strategiczne, które następnie są definiowane w postaci celów. Obrazuje pozytywne, perspektywiczne, realne i optymistyczne przejawy rozwoju turystyki. Umożliwia zbudowanie ostatecznej wizji pożądanego układu pomiędzy: przestrzenią turystyczną, produktami oraz zarządzaniem w przyszłości.

Dzięki dokładnie przeprowadzonej analizie problemów otrzymuje się całościowy obraz sytuacji i dzięki temu można zaprojektować kolejne praktyczne narzędzie analizy problemów jakim jest drzewo celów. Pozwala na wskazanie głównego celu projektu. Analiza celów jest podejściem metodologicznym zastosowanym aby:

- opisać sytuację w przyszłości kiedy problemy zostaną rozwiązane, z udziałem wytypowanych interesariuszy,
- zweryfikować hierarchię celów,
- zilustrować zależności pomiędzy środkami (zasobami), a produktami

edutainment - edukacja, nauka (ang. education), poprzez rozrywkę (ang. entertainment). Nowosłów - skrót powstały w wyniku połączenia tych dwóch terminów. Formy nauczania poprzez zabawę odnoszą najlepszy skutek. Warunki do takiego kształcenia są trudne do zorganizowania w środowisku szkolnym czy nawet domowym. Stąd bardzo popularną formą atrakcji dla dzieci stały się w ostatnich latach, głównie w USA, Europie Zachodniej, a także Japonii, centra edukacyjno-rozrywkowe (ang. *edutainment centers*) oraz Internet.

esencja tożsamości produktu (marki) – wysublimowany, wyselekcjonowany zbiór symboli i wartości współtworzących osobowość i tożsamość produktu, firmy. Jest ekstraktem szczególnych cech potencjału materialnego i niematerialnego miejsca, otrzymywanym na podstawie badania źródeł tożsamości. Esencja jest bazą do kreowania wzornictwa firmy, wizerunku, czyli *corporate identity*. Można ją również rozumieć jako swoisty „kod DNA” produktu/marki.

event – zapożyczone z języka angielskiego określenie zorganizowanego i zarządzanego wydarzenia lub zdarzenia, którego celem jest integrowanie uczestników wokół określonego wątku tematycznego; a także rozrywka, kultura, sport, rekreacja w grupowym wykonaniu. Zasadą organizowania eventów jest warunek licznego uczestnictwa i wspólnotowego doświadczenia. Spektakularne eventy związane z konkretnym miejscem (np. miastem, ulicą, dzielnicą, placem itp.), postacią lub zbiorowością – historyczną lub współczesną (np. festiwal etniczny), czasem (daty, święta, miesiące, pory roku) tworzą całoroczny kalendarz wizerunkowy.

formy turystyki - wśród form turystyki wyróżnia się: turystykę krajową (podróże mieszkańców po własnym kraju), turystykę przyjazdową (przyjazdy do danego kraju osób mieszkających stale gdzie indziej) oraz turystykę wyjazdową (wyjazdy mieszkańców danego kraju do innych krajów). Trzy podstawowe formy można łączyć ze sobą na kilka sposobów: turystyka wewnątrz-krajowa to turystyka krajowa i przyjazdowa; turystyka narodowa to turystyka krajowa i wyjazdowa; zaś turystyka międzynarodowa to turystyka przyjazdowa i wyjazdowa.

gospodarka turystyczna - jako zjawisko makroekonomiczne, charakteryzuje się wysoką opłacalnością ekonomiczną. Transferuje pieniądź z miejsc stałego zamieszkania do miejsc będących celem podróży, przyczyniając się do aktywizacji gospodarczej, kulturowej i społecznej. Zazwyczaj taki transfer odbywa się z krajów i regionów bogatszych do biedniejszych. Produkt turystyczny konsumowany jest w miejscu wyprodukowania, co umożliwia redukcję kosztów dostarczenia go na rynek wyłącznie do promocji i reklamy. Jest to zatem forma wewnętrznego eksportu, kiedy to nie produkt jest wywożony, a wręcz przeciwnie, turysta przyjeżdża, aby go nabyć i z konieczności skonsumentować na miejscu.

grupa docelowa - wyselekcjonowana z wytypowanego segmentu rynkowego ścisła grupa potencjalnych odbiorców, którą charakteryzuje podobny typ zachowań i potrzeb związanych z konsumpcją określonego produktu turystycznego.

hedonizm - pogląd, teoria uznająca przyjemność i rozkoszowanie się za najważniejszą wartość, dobro i cel życia oraz główny motyw pobudzający ludzi do działania.

infrastruktura turystyczna – budynki, budowle, instalacje oraz wyposażenie stanowiące materialne środowisko dla niematerialnych doświadczeń turystycznych. Część składowa produktu turystycznego, stanowi jego zaplecze rozwojowe. Podstawową formą usługi turystycznej jest obiekt noclegowy, kolokwialnie nazywany hotelarskim.

innowacja – jest to wdrożenie zmiany rozwojowej na drodze strategicznego zarządzania, które ma służyć zmianie dotychczasowego układu na bardziej korzystny i postępowy. Zatem innowacja, to strategiczne narzędzie prakseologiczne (sprawnego działania).

interesariusz – pojęcie zostało użyte po raz pierwszy przez Stanford Research Institute w 1963 roku (ang. *stakeholders*). Podmioty bezpośrednio zainteresowane strategicznym procesem rozwojowym (lub jego niepowodzeniem!!!). Mogą mieć merytoryczny, ale i subiektywny wpływ na jego przebieg. Jest to zależne od analizy ich partykularnych interesów (stąd nazwa). Są pierwszymi beneficjentami skutków działań strategicznych. W celu uporządkowania wielowątkowych interesów (rekrutują się z przedsiębiorców, właścicieli [akcji], urzędów i instytucji publicznych, liderów, społeczności, instytucji społecznych i pozarządowych) opracowuje się mapy interesów – wzajemne relacje i zależności biznesowe. Analiza interesariuszy jest działaniem przedprojektowym. Daje inicjatorowi strategii (animator projektu) realny obraz układu sił w przestrzeni objętej projektem. W związku z tym interesariuszy dzieli się na: pozytywnych – sprzyjających założeniom strategicznym (wizji), obojętnych i negatywnych.

inwestycja – nakłady pieniężne na rozwój środków trwałych i nietrwałych. Potocznie również efekt zaangażowania tych środków. Inwestycje dzielą się na: „twarde” w infrastrukturę i „miękkie” w tzw. otoczenie inwestycyjne, lub otoczenie człowieka (nauka, kultura, natura, środowisko biznesowe itd.)

kalendź wizerunkowy - aby ułatwić „trafienie” w spektakularny dzień lub czas wydarzenia, służby marketingowe inwentaryzują istniejące, spektakularne wydarzenia autoryzowane przez lokalną społeczność w kalendarzu rocznym, szeregują je i tworzą chronologiczne zestawienie ważnych wydarzeń. Kalendarz wizerunkowy jest ważnym elementem wspomagającym budowanie marki emocjonalnej miejsca.

kategoria produktowa – kategoria, to wyróżnienie klasy produktów w jakiejś branży. Pierwszoplanowym celem działań konkurencyjnych organizacji rynkowych (miasto jest taką organizacją, gdyż oferuje produkty i tworzy otoczenie biznesowe sprzyjające konsumpcji) jest kreowanie nowych kategorii produktowych, a w drugiej kolejności samych produktów. Z oczywistych względów produkt, dla którego koncipuje się nową, niszową kategorię rynkową zajmuje pierwsze miejsce „na liście” (czytaj w pamięci rynków). Nowe kategorie produktowe tworzone są w odpowiedzi na zbadany stan wyczerpywania się

formuł istniejących, wytypowane nisze i potrzeby rynkowe. Lub wtedy, gdy rynek jest gotów na zawężenie korzyści kosztem większego prestiżu związanego z konsumpcją. Wprowadzenie nowej kategorii na rynek jest procesem obiektywnym. Zazwyczaj odbywa się w sposób ewolucyjny i związane jest ze: zmianami technologicznymi lub mentalnymi, oczekiwaniami rynków na nowości przyzwyczajonych do nieustających „nowinek”. Kreator nowej kategorii powinien jednocześnie tworzyć koniunkturę na nową kategorię. Inwestorzy, którzy bezustannie dążą do konkurowania w istniejących kategoriach osłabiają swój potencjał konkurencyjny. Ci zaś, którzy inwestują w innowacje w ramach nowych kategorii identyfikowani są z nimi i zapewniają sobie pozycję lidera jako awangarda nowej kategorii. Kreowanie nowych kategorii jest najlepszą z możliwych strategii marketingowych. Jest idealną formą konkurowania, gdyż z reguły produkt reprezentujący nową kategorię (dla którego została zaprojektowana) jest pozycjonowany na pierwszej pozycji w umysłach odbiorców. Marketing jest walką na - i o umysły.

koncepcja – (in. poczęcie) hipotetyczna wizja, obmyślony plan działania, pierwszy etap procesu inwestycyjnego (pierwszy to pomysł). To opracowanie w zarysie scenariusza produktu, schematu programowego, wstępne zdefiniowanie odbiorcy i uzasadnienia opłacalności. Może być uzupełniona o wstępne wizualizacje dla łatwiejszego zobrazowania. Koncepcja poprzedza opracowanie projektu (np. inwestycyjnego, architektonicznego itp.).

konkurencja, konkurencyjność – współzawodnictwo, rywalizacja. Proces na rynku, w którym uczestnicy dążą do realizacji swoich interesów przez przedstawienie klientowi jak najbardziej korzystnej oferty, w skład której wchodzi cena oraz elementy poza-cenowe (atrakcje, sposób udostępnienia, dostępność, sposób komunikacji). O sile konkurencyjnej produktu turystycznego decyduje kombinacja: poziomu cen, stopień zorganizowania atrakcji, dostępności do produktu, jakości infrastruktury.

koszyk produktowy – to umowne określenie wyboru zestawu atrakcji, usług, towarów, dostępności i infrastruktury turystycznej dokonywane samodzielnie przez turystę. Solowy dobór komponentów koszyka wynika z trendów: większej liczby podróży indywidualnych oraz komponowania produktów reprezentujących różne „półki” cenowe.

leisure industry – przemysł czasu wolnego, wielodyscyplinarna gałąź gospodarki związana z odpoczynkiem i spędzaniem czasu wolnego przez osoby indywidualne oraz wykonywaniem pracy poza obowiązkami służbowymi i pracą zawodową. Odbiorcą produktów przemysłu czasu wolnego jest tzw. leisure class czyli generacja czasu wolnego, której fenomen rynkowy polega na reprezentacji wszystkich cykli wiekowych. Również z tego względu produkt i rynek czasu wolnego to pojęcia o szerszym znaczeniu aniżeli produkt i rynek turystyczny. Patrz też **czas wolny**.

linia produktowa - jest to segment usług, towarów i atrakcji skupionych wokół wyodrębnionego, tematycznego rdzenia produktowego (patrz hasło **produkt turystyczny**). Technika linii produktowych ułatwia komponowanie zbiorów produktów w ramach kategorii, co ma miejsce w przypadku miasta, jako dużej przestrzeni generującej wiele atrakcji, infrastruktury, usług. Porządkowanie produktów o podobnych systemach wartości w linii produktowej jest formą ich sieciowania. Linia produktowa, podobnie jak linia prosta w geometrii euklidesowej ma właściwość nieograniczoności. Oznacza to, że może być uzupełniana o nowe składniki (rozwój produktu).

marka – brand – to utrwalenie nazwy, znaku, wrażenia, skojarzenia symbolizujących produkt w umyśle odbiorcy. Tradycyjna marka jest zestawem skojarzeń, dzięki którym produkt jest łatwiej rozpoznawalny i identyfikowany z producentem, z kulturą miejsca i firmy, regionu czy kraju w którym powstał. Jest nośnikiem „strumienia wartości psychologicznych”, który weryfikuje jej korzyść nadając jej albo status priorytetu, albo pozycjonuje ją jako jedną z wielu marek. Celem strategicznym **brandingu** jest zidentyfikowanie takich cech, które zapewnią produktowi w swojej **kategorii** pozycję „prime” – nr 1!

marka emocjonalna in. *lovebrand – emotional brand (emond)* - jest formą spektakularnie zmysłowego doświadczenia turystycznego o tak znaczącej sile, że powoduje reakcję solidarności z produktem. Marka emocjonalna zapewnia „kochane” emocje, jest obietnicą unikalnego przeżycia na tle doświadczeń ze „zwykłymi” markami. **Branding** zmysłowy jest sztuką tworzenia ekscytującej fabuły dla doskonałych technologicznie produktów, aspirujących do zaspokojenia indywidualnych, intymnych przeżyć. Koncentruje swój komunikat (punkt ciężkości) na tajemnicy wartości, które wyznaje człowiek.

Inspirowana jest przez kulturowe źródła osobowości inwestora, producenta, społeczności (miasta), firmy, czy produktu, a nie na kopiowaniu wzorców znanych z masowego marketingu.

marka grupowa (kombinowana, parasol - umbrella) - oznacza typ strategii marki, w którym jedna marka jest używana do oznaczania grupy produktów (usług), z reguły w pewien sposób do siebie podobnych. Marka Grupowa jest często stosowana w strategii rozciągania marki. (wg <http://www.taste.com.pl/slownik>)

marka łączona - (inaczej: marka kombinowana, "marka parasol") stanowi typ strategii marki, w którym produkt (usługa) oznaczana jest zarówno marką firmową (bądź grupową), jak i marką indywidualną. Marka grupowa (firmowa) stanowi w tym przypadku rodzaj "parasola" obejmującego kilka indywidualnych produktów/usług. (wg <http://www.taste.com.pl/slownik>)

marketing mix - to umiejętnie dobrana kompozycja elementów marketingu, mająca na celu zapewnienie realizacji przyjętej strategii w zmiennych warunkach segmentacji (potrzeby) i okoliczności miejsca (korzyści). Marketing – mix obejmuje politykę rozwoju produktu i marki, strategię dystrybucji, politykę cenową, politykę komunikacji poprzez promocję sprzedaży, reklamę, public relations, inne środki. W praktyce każdorazowo miesza się komponenty, gdyż nie istnieje jedna-idealna „matryca” marketingu mająca uniwersalne zastosowanie.

misja - strategii rozwoju, (lub koncepcji, projektu inwestycji) jest wyrażeniem w sposób zrozumiały priorytetów (obszarów priorytetowych) i nadrzędnych celów strategicznych (dalekosiężnych zamierzeń) oraz aspiracji związanych z operowaniem produktami i marką (wizerunkiem) na wyselekcjonowanych rynkach. Misja jest artykulacją metod integracji (przepis na spoiwo), interesów środowisk życia gospodarczego i społecznego będących często w sprzeczności, a współtworzących podaż turystyczną miejsca.

mit miejsca/produktu – mit jest kanwą fabuły „opowieści” odwiedzanego miejsca, zakodowaną w programie produktu. Bywa tak, że turysta nie otrzymuje wystarczająco jasnego komunikatu, w jakiej „sztuce” uczestniczy. Wtedy albo cel podróży interpretuje wg własnego systemu wartości, albo nie wiąże się z nim emocjonalnie. Turystyka jest zinstytucjonalizowaną formą realizacji odwiecznej potrzeby bycia w drodze i wszystkich paralelnych motywacji nomadyzmu. W tym kontekście jest nieustającym poszukiwaniem nieznanych, lub niezgłębionych dostatecznie mitów, których narratorem jest albo producent turystyczny (inwestor, operator), albo lokalna społeczność (największą atrakcją turystyczną są lokalne społeczności – nie zabytki).

nisza rynku – zidentyfikowana i wyodrębniona, niezagospodarowana część rynku. Obok precyzyjnego oszacowania segmentu i jego grupy docelowej wytypowanie niszy rynkowej jest absolutnie obowiązkowym zadaniem strategicznym. Dobrze jest mieć dla potrzeb marki „własną” jedyną w swoim rodzaju niszę rynkową, gdyż jej zdefiniowanie i zagospodarowanie zapewnia osiągnięcie większej autonomiczności produktu, wyższego prawdopodobieństwa sprzedaży oraz trwały dochód.

obszar priorytetowy – jedna z kluczowych dziedzin osi strategii, stanowiąca podstawę realizacji celów strategicznych. Jest definicją kluczowej strefy, dla której należy planować działania rozwojowe. Z reguły wyznacza się kilka strategicznych obszarów priorytetowych.

obszar przewagi rynkowej (konkurencyjnej) – *market advantage area* – jego zdefiniowanie ma służyć budowaniu strategii marketingowych produktu i brandingowi, wskazaniu specjalistycznych atutów dających przewagę nad konkurencyjnymi rynkami podaży/produktami. Jest syntezowany na podstawie analizy tożsamości. Umożliwia wskazanie unikalnej tożsamości produktu – **USP (unique selling proposition)**. Innym sposobem uzyskania obszaru przewagi jest posiadanie satysfakcjonującej (największej) liczby nabywców w konkretnej kategorii, lub skumulowanie maksymalnej siły nabywczej zorientowanej na zakup naszego produktu. W procesie kreacji turystycznych przewag, poszukuje się ich w atrybutach autentyczności i osobowości producenta (lub lokalnej społeczności). P.F. Drucker wyjaśnia, że zapewnianie konkurencyjnej przewagi polega na „...celowym i zorganizowanym poszukiwaniu zmian

oraz na systematycznej analizie możliwości, jakie te zmiany mogą oferować dla innowacji ekonomicznej bądź społecznej⁵¹.

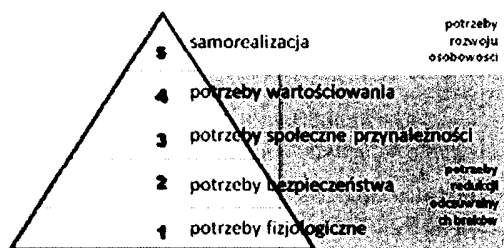
odwiedzający - dla celów statystyki turystycznej terminem „odwiedzający” określa się każdą osobę podróżującą do miejscowości znajdującej się poza jej codziennym otoczeniem na czas nie dłuższy niż 12 miesięcy, jeżeli podstawowym celem podróży nie jest podjęcie wynagradzanej działalności zarobkowej. Odwiedzających dzieli się na a) **odwiedzających międzynarodowych**: turyści (odwiedzający, którzy zatrzymują się co najmniej na jedną noc) i odwiedzający jednodniowi oraz b) **odwiedzających krajowych**: turyści z własnego kraju (odwiedzający, którzy zatrzymują się co najmniej na jedną noc) i odwiedzający jednodniowi. **Odwiedzający jednodniowi** (istotny segment turystyki do miast) wg UNWTO – to odwiedzający krajowi bądź zagraniczni, którzy nie nocują w odwiedzanym miejsacu.

operacyjność produktu – to zdolność do zapewnienia stałego - niezmiennego standardu świadczeń. Jest to najlepsza droga do wykreowania silnego wizerunku miejsca i lojalności wobec niego.

orientacja rynkowa – inaczej orientacja produktu na rynek, oznacza zagwarantowanie spełnienia zidentyfikowanych w badaniach potrzeb, a nawet wyprzedzenie oczekiwań odwiedzających. Innymi słowy to postawa dążenia do komercjalizacji produktu. Postawa antycypacyjna jest zgodna z sytuacją przewagi popytu nad rynkiem podaży. Orientacja na szybko zmieniające się cele marketingu, jest jednoznaczna z wymogiem prowadzenia nieustannych badań, monitoringu i korekt biznesu.

park tematyczny – wydzielone miejsce wypoczynku i zabawy, na terenie którego skupiono wiele atrakcji tematycznych wykreowanych wokół ustalonego scenariusza mitycznej krainy. Najlepszym przykładem parku tematycznego jest Disneyland - zaprogramowany tak, aby uczestnik zabawy miał bezpośredni kontakt z replikami postaci i scenografii kreskówek Disneya. Inny przykład to Asterix & Obelix pod Paryżem, zaprojektowany na kanwie popularnego komiksu. Często park tematyczny ma kilka różnych sekcji poświęconych różnym narracjom. Park może być samodzielnym produktem oferującym własną bazę noclegową i gastronomiczną, lub może być częścią kompleksu wypoczynkowego.

piramida Maslowa – również jako piramida potrzeb turystycznych. Sekwencja potrzeb od najbardziej podstawowych (wynikających z funkcji życiowych), do potrzeb wyższego poziomu, które aktywizują się dopiero po zaspokojeniu niższych.



- 1 potrzeby podstawowe – fizjologiczne, niezbędne do realizowania funkcji życiowych, dobrze zjeść, podstawowy koszyk potrzeb, sen, odpoczynek, zdrowie
- 2 potrzeby bezpieczeństwa, ochrona życia, dobrego odżywiania, ochrona siebie i dzieci przed niebezpieczeństwami, ochrona mienia w tym samochodu
- 3 potrzeby społeczne, uczestniczenie w grupach wspólnych zainteresowań – konsumpcji zakupie jakościowo dobrych produktów, towarzyskość, miłość, przychylność
- 4 potrzeby wartości, realizacji marzeń (także skrytych) i potrzeb kulturowych, uczestnictwa w elitarniej grupie konsumentów marek, respekt, reputacja
- 5 potrzeby utożsamienia z najwyższymi wartościami, przeżyciami, doskonałość, pasja, samo-ureczywistnienie, samo-oświecenie, twórczość, zmysłowość, odkrycia

⁵¹ P.F. Drucker, *Natchnienie i fart czyli innowacja i przedsiębiorczość*, Wydawnictwo Studio EMKA, Warszawa 2004

podmiot badań – odpowiada na pytanie kogo chcemy badać i komu poświęcamy naszą uwagę.

pozycjonowanie - działania marketingowe zapewniające zajęcie jak najwyższego miejsca w hierarchii znanych produktów w świadomości odbiorcy, poprzez kojarzenie korzyści produktu. Innymi słowy, pozycjonowanie to tworzenie pożądanego obrazu produktu/marki w umyśle turysty. Istotnym elementem pozycjonowania jest określenie podstawowych cech wyróżniających, zdolnych odróżnić ją od marek konkurencyjnych. Na pozycjonowanie składa się szereg czynności, z których najistotniejsze to: inwentaryzacja i zbadanie własnego potencjału, zdefiniowanie segmentów i rynków celowych, analiza konkurencji oraz określenie podobieństw i różnic w stosunku do produktów/marek konkurencji. Marka emocjonalna w praktyce nie wymaga pozycjonowania – gdyż rozpowszechnia się poprzez aurę zmysłowości.

produkt niszowy - patrz: nisza rynkowa.

produkt turystyczny (czasu wolnego) – termin ściśle ekonomiczny, oznaczający całość przeżytego przez turystę doświadczenia (in. wszystkie dokonane w tym czasie wydatki) od chwili opuszczenia środowiska stałego przebywania do powrotu do domu. Na produkt turystyczny składają się:

- atrakcje materialne i niematerialne
- infrastruktura wypoczynku i pobytu
- usługi w tym usługi komplementarne i towary
- klimat miejsca konsumpcji
- wartość czasu wolnego
- osobiste zaangażowanie producenta w kontaktach bezpośrednich (*człowiek*)

Produkt turystyczny to synonim zdolności do zaspokojenia potrzeb turysty zorientowanego na przeżycia związane z opuszczeniem własnego środowiska. Produkt istnieje wtedy, kiedy zaczyna się jego dystrybucja. Jedną z cech indywidualnych produktu turystycznego jest włączanie w jego strukturę osób, które go wytwarzają (społeczność lokalna jest największą atrakcją). Jeżeli oferta produktu operuje wyłącznie zestawem podstawowych korzyści takich, jakimi zazwyczaj dysponują również konkurenci – oferta nie ma mocy konkurencyjności.

Produkt turystyczny może przyjąć następującą formę:

~~**wydarzenie** - charakteryzuje się dużą spójnością tematyczną, organizacyjną, przestrzenną, funkcjonuje samodzielnie, lub może być częścią składową produktu turystycznego – imprezy lub produktu turystycznego – miejsca.~~

~~**punktowy obiekt / atrakcja** – charakteryzuje się występowaniem jednej głównej atrakcji lub (usługi) i dodatkowo kilku usług towarzyszących, skupionych w jednym miejscu (obiekcie), mającym charakter punktowy.~~

~~**obiekty punktowe zintegrowane** – które nie są obszarem (miasto, region itd.), a zbiorem tematycznie dobranych produktów punktowych.~~

~~**szlak** - składa się z wielu miejsc lub obiektów związanych z pewną nadrzędną ideą, tematem (szlak tematyczny) połączonych ze sobą wytyczoną, oznakowaną trasą oraz z różnorodnej infrastruktury turystycznej. Kolokwialnie uważa się go za trasę wycieczkową, oznaczoną specjalnymi symbolami wskazującymi jej przebieg (znaki) i ułatwiającymi odnalezienie właściwej drogi. Tradycyjne szlaki turystyczne to znakowane przez PTTK trasy piesze, rowerowe, konne, kajakowe itd. System znaczeniowy szlaku turystycznego rozwinął się na tyle, że dzisiaj mianem tym określa się nie tylko przebieg trasy „od A do Z”, ale również w znaczeniu wirtualnym – zbiór atrakcji rozlokowanych w granicach jakiegoś obszaru, które łączy jeden wątek tematyczny. Pokonanie takiego szlaku nie jest jednoznaczne z przemieszczaniem się po wyznaczonej linii łączącej kolejne, sąsiednie punkty (atrakcje).~~

- **obszar** - jest szczególnym, zdeterminowanym geograficznie rodzajem produktu. Wewnętrznie złożony zbiór elementów wyróżnionych ze względu na swoją lokalizację w przestrzeni, charakteryzującą się walorami turystycznymi (region, powiat, miejscowość, park narodowy).

przedmiot badań strategicznych – odpowiada na pytanie co chcemy badać, pełni funkcję poznawczą w procesie kreacji strategicznej.

przestrzeń turystyczna - „funkcjonalnie wyróżniająca się część (podprzestrzeń) przestrzeni geograficznej rozumianej w sensie largo, czyli jako przestrzeń, na którą składają się elementy przyrodnicze powłoki ziemskiej (środowisko naturalne), trwałe elementy działalności gospodarczej człowieka w tym środowisku (środowisko gospodarcze), a także środowisko społeczne będące wynikiem działalności terytorialnych zbiorowości społecznych (narody, zbiorowości regionalne i lokalne)... jest wytworem człowieka użytkującego dla celów turystycznych środowisko geograficzne, które odkrywa i zagospodarowuje, motywując to potrzebą wypoczynku, poznania i chęcią doznania różnorodnych przeżyć”⁵²

rekreacja - od łacińskiego *recreo* - odnowić, ożywić, synonim aktywnego wypoczynku fizycznego ale i mentalnego oraz rozrywki, podejmowana w czasie wolnym poza wszelkimi obowiązkami. Znaczenie rekreacji wzrasta wraz coraz silniejszym oddziaływaniem negatywnych bodźców wpływających na pogorszenie kondycji organizmu – zwłaszcza siedzącego trybu życia, stresu, nadmiernej konsumpcji. Rekreacja – podobnie jak turystyka - jest przedmiotem studiów naukowych. Jej ranga wzrasta wraz z postępem zagrożeń cywilizacyjnych. Formą rekreacji jest sport rekreacyjny, a także amatorskie uruchomienie organizmu w celu czynnego wypoczynku i regeneracji. Większość form turystyki jest jednocześnie rekreacją, stąd te dwie stymulujące aktywności występują zazwyczaj w parze.

segmentacja – wyodrębnienie kluczowych typów konsumentów. Metody segmentacji:

opisowe, czyli: demograficzne (płeć, wiek, czy wykształcenie, zawód, cykl rodzinny); geograficzne (kraj pochodzenia, narodowość, miejsce zamieszkania, region); ekonomiczne (siła nabywcza, dochody, potencjał inwestycyjny); psychograficzne (potrzeby, stosunek do trendów, motywacje aktywności, styl życia)

objaśniające: oczekiwane korzyści (parametry produktu: jakość, cena, sposób dystrybucji); poziom gotowości do zakupu (preferowane produkty, preferowane miejsca nabycia, poziom świadomości i wiedzy o rynku i produkcie,); stosunek do produktu i marki (entuzjastyczny, pozytywny, obojętny, negatywny, wrogi).

Eric Cohen wskazuje cztery podstawowe, nowe typy turystów właściwe dla współczesnego rynku:

- zorganizowany turysta masowy
- indywidualny turysta masowy (włącza się „za rogiem” w nurt aut jadących do Zakopanego)
- explorer – nastawiony na odkrywanie, ale nie rezygnuje z dobrodziejstw cywilizacyjnych
- drifter – świadomie porzucający okresowo Kulturę Zachodu z jej przywilejami, aby drogą kultury wrócić do natury

segment rynku – wyodrębniona na podstawie badań rynkowych grupa potencjalnych nabywców reprezentująca podobne potrzeby, preferencje, zachowania (reakcje) i styl konsumpcji. Segmentacja jest esencją badań rynkowych – typuje optymalnego klienta wg kryteriów liczebności i siły nabywczej. Oznacza również świadome eliminowanie „niechcianych typów” odbiorcy. Odpowiada na kluczową obiektywne inwestora: kto kupi produkt?

short breaks – patrz city breaks

strategia rozwoju turystyki - taktyka, ogół planowanych działań w sektorze gospodarki turystycznej, zmierzających do realizacji wyznaczonych celów strategicznych. Strategia jest potrzebna tam, gdzie pojawiają się nowe wyzwania. Celem strategii gospodarczych jest planowanie organizacji i zarządzania

⁵² Prof. Stanisław Liszewski, Dyrektor Instytutu Geografii Miast i Turyzmu, Uniwersytet Łódzki

tak, aby w najbardziej korzystny sposób dokonać sprzedaży na zidentyfikowanych rynkach celowych. Dobra strategia wyprzedza czas, ale służy też natychmiastowej korekcie działania. Strategiczne planowanie polega przede wszystkim na wyeliminowaniu rozwiązań nierealnych. Eliminacja wszelkich możliwych zagrożeń natury materialnej i niematerialnej (nie słabości, gdyż w uzasadnionych przypadkach słabość może się okazać atutem) daje realny obraz rozwoju produktu i przestrzeni turystycznej. Każda strategia jest inna, ponieważ endo- i egzogeny wkład w każdym programowanym przypadku jest inny. Dlatego z reguły planuje się indywidualny zestaw polityk i narzędzi marketingu-mix (badania, produkt, sprzedaż).

tożsamość – jest „dowodem osobistym” produktu, firmy, producenta, lokalnej społeczności. Jest systemem (kodem) osobowości i jej przeszłych oraz współczesnych symboli, naturalnym odzwierciedleniem kondycji. Tożsamość to „samoidentyfikacja”. Od poziomu wiedzy producenta (albo społeczności) o tym co ją tworzy, zależy autentyczność i wiarygodność wizerunku emitowanego na zewnątrz. Z natury jest on subiektywny. Odbiorca postrzega emitowany na odległość wizerunek i na tej podstawie buduje swoje wyobrażenie (patrz hasło **turystyka**). Od tego jaki wizerunek zinterpretuje swoimi zmysłami, będzie głównym motywem i inspiracją do podjęcia decyzji o odwiedzeniu regionu i zakupie tutejszych produktów. Definiując tożsamość należy pamiętać że: wszelka wiedza, jej różne wątki, stanowi redukcję różnorodności do jednej tożsamości (jedności). Bez tożsamości nie ma gospodarności (biznesu).

turystyka - obejmuje ogół czynności osób opuszczających własne stałe środowisko przebywania, które podróżują i przebywają w celach wypoczynkowych, służbowych lub innych poza swoim codziennym otoczeniem. Termin turystyka odnosi się do wszystkich czynności osób odwiedzających: zarówno „turystów” (tych, którzy zatrzymują się co najmniej na jedną noc), jak i „odwiedzających jednodniowych” (Recommendations on Tourism Statistics, GUS). W skali makro turystyka jest elementem globalnego systemu komunikowania się i przetwarzania informacji. W przeciwieństwie do innych branż gospodarki, jej specyfiką jest konsumowanie produktów w miejscu wytworzenia. Tu sprzedaż odbywa się wyłącznie na kredyt (zaufania), gdyż produkty są oddalone od konsumentów w czasie podejmowania decyzji. Dlatego kluczem skuteczności procesu decyzyjnego jest efekt **pozycjonowania** i operowania wizerunkiem, jako ambasadorem produktu turystycznego.

turyści wg UNWTO – to odwiedzający krajowi bądź zagraniczni, którzy spędzają co najmniej jedną noc w publicznych, lub prywatnych obiektach noclegowych w odwiedzanej miejscowości.

USP - unique selling proposition - **unikalna propozycja sprzedaży**, w praktyce oznacza posiadanie unikalnego atutu (atutów), które można wykorzystać w walce konkurencyjnej i pozycjonowaniu produktu. To synonim zbioru cech różnej proveniencji sygnowanych jedną nazwą, odróżniających produkt od produktu konkurencji. USP zwiększa siłę przewagi rynkowej nad konkurencją oferując unikalne korzyści, zwłaszcza psychologiczne. Posiadanie zdefiniowanego USP to także umożliwienie planowania bardziej skutecznego strategicznego marketingu. O osiągnięciu pozycji USP decyduje przede wszystkim skrupulatne zbadanie rynku, a następnie wyodrębnienie niszy rynkowej „na własność”.

O unikalności decydują:

- źródła kulturowe dziedzictwa z którego się wywodzi,
- pozycja lidera wśród innych produktów tej samej, lub podobnej kategorii,
- specjalizacja branżowa,
- zastosowany kod przestrzenny i tradycja wykorzystana w jego wizerunku,
- osobowość producenta (produkt jest autoportretem swojego twórcy!),
- własny, trudny do podrobienia styl obsługi gościa,
- zastosowanie niespotykanych, niecodziennych rozwiązań programowo-funkcjonalnych (itp. architektura, architektura zieleni, inżynieria, program kulturalny, edukacyjny, itp.).

użyteczność publiczna - przedsiębiorstwa realizujące potrzeby o charakterze zbiorowym oparte o bazę majątku publicznego, prowadzące działalność gospodarczą, która w założeniu nie ma przynosić zysków (odpłatna ale nie ekwiwalentna), wymaga zasilania finansowego z środków publicznych. Do takich przedsiębiorstw zaliczamy przedsiębiorstwa: - inżynierii sanitarnej, komunikacji miejskiej, zaopatrzenia

ludności w energię elektryczną, gazową i ciepłą, przedsiębiorstwa zarządu państwowymi zasobami lokalowymi, terenami leśnym, uzdrowiskami, usług pogrzebowych i utrzymania urządzeń cmentarnych, usług kulturalnych. http://www.abc-ekonomii.net.pl/s/uzytecznosc_publiczna.html

walor – jest to szczególnie istotny element lokalnego środowiska kulturowego lub przyrodniczego, występujący w stanie niezarządzanym, którego wartość została historycznie uznana przez wspólnotę terytorialną za ważną, reprezentatywną dla lokalnej tożsamości. Jest potencjałem materialnym lub niematerialnym, który może stanowić samodzielny cel ruchu turystycznego, lub podnieść konkurencyjność produktu, w obrębie którego występuje.

wartość dodana, wartość psychologiczna –, w obliczu obecnych okoliczności rynkowych siłą konkurowania jest dysponowanie wartościami dodanymi (*adding value to product*) oraz psychologicznymi. Zwłaszcza te drugie tworzą argumentację dla projektowania obszaru przewagi rynkowej (*market advantage area*) i esencji marki emocjonalnej. O wartości dodanej mówimy, gdy produkt dostarcza praktycznych i przydatnych atrakcji uzupełniających ofertę podstawową, a o psychologicznej gdy produkt zapewnia wrażenia estetyczne, zmysłowe – zapewnia pierwiastek piękna w doświadczeniu turystycznym. Patrz - **produkt turystyczny**.

wizerunek – odbicie rzeczywistości, mobilny obraz, który zastępuje produkty turystyczne pozostające na miejscu wytworzenia. Rolą producentów turystycznych jest szczególna dbałość o wizerunek i kontekst miejsca, w jakim ich produkty są konsumowane.

wizja – ogólna projekcja stanu pożądanego. Wizja jest logicznie zredagowanym streszczeniem poglądów o przyszłości. Artykułuje wyobrażenie o miejscu przeobrażonym i nowej organizacji przestrzeni w wyniku zastosowania w praktyce efektów kreacji i zmian jakie to spowoduje.

wrażenie - imaginacja (ang. - *imagination*). Wyobrażenie można rozumieć jako stworzony hipotetyczny wizerunek rzeczy, jakiegoś miejsca na podstawie docierających do umysłu informacji. W ten sposób powstają skojarzenia, zazwyczaj wzrokowe i słuchowe. Jeżeli skojarzenia wywołują również pozostałe zmysły (np. smak), wtedy taka asocjacja jest bardziej zmysłowa. Wyobrażenie kształtowane jest na podstawie:

- opinii innej osoby, osób, środków opiniotwórczych
- własnego subiektywnego oczekiwania
- własnego obiektywnego doświadczenia

Wyobrażenie z reguły jest stronnicze, ponieważ działa na odległość i oparte jest na względach osobistych, upodobaniach, obawach czy uprzedzeniach. Subiektywne jest przede wszystkim postrzeganie siebie, przez pryzmat swoich słabości.