Projekt

z dnia 5 listopada 2013 r.
DRUK NR 1126-1

UCHWAŁA NR .....
RADY MIASTA LUBLIN

z dnia 18 listopada 2013 r.

w sprawie przyjęcia Strategii Rozwoju Turystyki Miasta Lublin do roku 2025

Na podstawie art. 18 ust. 1 w związku z art. 7 ust. 1 pkt 10 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (Dz. U. z 2013 r. poz. 594 z późn. zm.) - Rada Miasta Lublin uchwala, co następuje:

§ 1. Przyjmuje się strategię rozwoju turystyki Miasta Lublin pn. „Strategia Rozwoju Turystyki Miasta Lublin do roku 2025" obejmującą: Wprowadzenie, Część I Analityczną, Część II Strategiczną oraz Część III Wdrożeniową, stanowiącymi załączniki do niniejszej uchwały.

§ 2. Wykonanie uchwały powierza się Prezydentowi Miasta Lublin.

§ 3. Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

Przewodniczący Rady Miasta
Lublin

Piotr Kowalczyk

STRATEGIA ROZWOJU TURYSTYKI MIASTA LUBLIN DO ROKU 2025
WPROWADZENIE

ROZWÓJ POLSKI WSCHODNIEJ
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO

Projekt współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej 2007-2013

Spis treści

1. Wstęp do Strategii Rozwoju Turystyki Miasta Lublin do roku 2025.....3
2. Metodyka prac.....5
3. Uwagi końcowe 6

1. Wstęp do Strategii Rozwoju Turystyki Miasta Lublin do roku 2025

Turystyka jest obecnie rozumiana jako zjawisko interdyscyplinarne, którego fenomen wiąże się z czasem wolnym i podróżowaniem. Każdy mieszkaniec Polski, Europy i świata dysponuje ściśle ograniczonym zasobem czasu wolnego, który pragnie jak najlepiej alokować, czerpiąc możliwie największe korzyści. Podróżowanie nierozerwalnie wiąże się z przemieszczaniem do nowych miejsc i zmianą codziennego otoczenia. W dobie globalizacji i dynamicznego rozwoju środków transportu, a w szczególności transportu lotniczego, potencjalnym turystą w Lublinie może stać się każdy mieszkaniec globu. Zadaniem, jakie postawili przed sobą autorzy niniejszego dokumentu było takie wykorzystanie atrakcyjności turystycznej miasta Lublina, żeby zainteresowała się nim możliwie najszersza grupa turystów z Polski i ze świata.

Strategia Rozwoju Turystyki Lublina do roku 2025 jest dokumentem składającym się z trzech zasadniczych części: Analizy, Części Strategicznej i Części Wdrożeniowej. W każdej z nich nieco inaczej rozłożono akcenty prac.

W części analitycznej przeprowadzono wnikliwą diagnozę atrakcyjności turystycznej Lublina, rozumianej jako wypadkowa jego dostępności transportowej, walorów naturalnych i antropogenicznych oraz zagospodarowania turystycznego. W jej ramach zgromadzono wszelkie niezbędne informacje dotyczące istniejącego potencjału, na którym można oprzeć rozwój funkcji turystycznej miasta. Dodatkowo zapoznano się z funkcjonującymi obecnie produktami turystycznymi. Miało to na celu pozyskanie informacji o rzeczywistym wykorzystaniu przez odwiedzających walorów i zagospodarowania turystycznego. Jako wskazania do prac nad częścią strategiczną zdiagnozowano rzeczywiście uprawiane w mieście formy turystyki, wskazując także możliwości rozwoju każdej z form, w ramach konkretnych obszarów tematycznych. Wskazania te wzbogacone również o wnioski z przeprowadzonej analizy SWOT, zostały wykorzystane jako podstawa do propozycji zawartych w części strategicznej. W ramach analizy zapoznano się z potencjałem rozwoju turystyki Lublina oraz kierunkami rozwoju realizowanymi przez miasto na mocy obowiązujących dokumentów strategicznych, w tym przyjętą 28 lutego 2013 roku Strategią Rozwoju Lublina na lata 2013-2020.

Część strategiczna poświęcona jest zagadnieniom programowania rozwoju turystyki w mieście. Jej podstawowa struktura składa się z misji i wizji rozwoju turystyki, których osiągniecie umożliwi realizacja poszczególnych celów strategicznych. W każdym z celów zapisano także cele niższego rzędu, tak zwane cele operacyjne, poparte działaniami. To one właśnie tworzą katalog poszczególnych akcji, które należy podjąć, mając na uwadze rozwój szeroko rozumianej funkcji turystycznej w mieście. Najwięcej uwagi w ramach części strategicznej poświęcono na stworzenie programu rozwoju produktów turystycznych miasta, które w najpełniejszym stopniu wykorzystają jego atrakcyjność. Ich propozycje pozwolą na zbudowanie konkurencyjnej pozycji miasta Lublina na mapie turystycznej kraju. W ramach propozycji produktowych wyodrębnione zostały produkty wiodące, jak również uzupełniające oraz te, które można realizować w szerszym kontekście współpracy regionalnej.

Częścią zamykającą Strategię jest część wdrożeniowa. Ukazuje ona harmonogram realizacji poszczególnych działań i ich partnerów. Wskazuje także kroki milowe, których podjęcie umożliwi zakończenie prac nad wdrożeniem Strategii Rozwoju Turystyki Miasta Lublina sukcesem.

Dodatkowym dokumentem stanowiącym integralną części Strategii jest Wprowadzenie.

Sposób prezentacji Strategii w czterech częściach – Wprowadzenie, Część I Analityczna, Część II Strategiczna i Cześć III Wdrożeniowa – jest niezwykle istotny. Wszystkie te dokumenty tworzą bowiem integralną całość, ale w razie potrzeby mogą być również wykorzystywane jako samoistne dokumenty o zawężonej tematyce.

2. Metodyka prac

Turystyka w rozumieniu autorów Strategii Rozwoju Turystyki Miasta Lublina może stać się istotną gałęzią lokalnej gospodarki, jeśli jej rozwój zostanie oparty na długofalowej strategii wykorzystania zdiagnozowanych w analizie atrakcji turystycznych miasta, a także na eliminowaniu słabych stron i wykorzystywaniu pojawiających się szans. Stąd też profesjonalnie i rzetelnie przeprowadzony proces diagnostyczno-analityczny, który dotyczy różnorodnych aspektów rozwoju turystyki, jest podstawą stworzenia wysokiej jakości dokumentu kierunkowego.

Celem prowadzonych analiz było wszechstronne i dogłębne poznanie nie tylko stanu obecnego rozwoju turystyki w mieście, ale także wartości związanych z dziedzictwem Lublina oraz z wizjami jego rozwoju w przyszłości. Analiza jest bowiem dokumentem, który stanowi niezbędną podstawę wiedzy pod ambitne wizje i kreacje, które pojawią się w części strategicznej dokumentu.

W ramach prac nad częścią analityczną Strategii konsultanci firmy landbrand przeprowadzili w mieście dwie wizje lokalne. W sumie spędzili 5 dni na terenie miasta, przyjmując optykę turysty, poznając je przez pryzmat jego oczekiwań i potrzeb. Dostarczyło to zespołowi autorskiemu niezbędnej wiedzy na temat rzeczywistego produktu turystycznego miasta. Część analityczna dokumentu opracowana została metodą partycypacyjno-ekspercką. W jej ramach odbyły się dwie konsultacje z udziałem branży turystycznej oraz szereg spotkań z Zespołem ds. Strategii Rozwoju Turystyki, powołanym przez Urząd Miasta Lublin. W skład zespołu weszli przedstawiciele wielu wydziałów urzędu: Wydziału Sportu i Turystyki, Wydziału Kultury, Wydziału Strategii i Obsługi Inwestorów, Wydziału Projektów Nieinwestycyjnych, Kancelarii Prezydenta oraz przedstawiciel Lubelskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej. Koordynatorem merytorycznym prac zespołu był Wydział Sportu i Turystyki Urzędu Miasta Lublin.

Celem części strategicznej Strategii Rozwoju Turystyki dla Miasta Lublin do roku 2025 było określenie pożądanego stanu rozwoju funkcji turystycznej Lublina w 2025 roku oraz wskazanie niezbędnych do jej osiągnięcia kroków. Zgodnie z metodyką planowania strategicznego, autorzy dokumentu zdefiniowali więc wizję, misję oraz drzewo celów strategicznych i operacyjnych. Ponadto, z uwagi na zastosowanie podejścia produktowego do problematyki rozwoju turystyki, autorzy skoncentrowali się w części strategicznej na opracowaniu kreatywnych i nowatorskich koncepcji produktów turystycznych. Całość prac w części strategicznej oparta była, podobnie jak w części analitycznej, o metodę partycypacyjno-ekspercką.

We wdrożeniu Strategii Rozwoju Turystyki Miasta Lublin do roku 2025 najważniejsze jest stworzenie efektywnej i trwałej struktury organizacyjnej, w ramach której współpracujące ze sobą podmioty będą dążyły do osiągnięcia wspólnych celów. Stąd też w części wdrożeniowej zapisy koncentrują się na przedstawieniu efektywnego - pod względem podmiotowym, przedmiotowym i finansowym – modelu wdrażania Strategii.

3. Uwagi końcowe

Strategia Rozwoju Turystyki dla Miasta Lublin do roku 2025 została przygotowana na zlecenie Urzędu Miasta Lublina przez zespół roboczy firmy Landbrand pod kierownictwem Huberta Gonery w składzie: Grzegorz Niklas, Piotr Benenowski, Paulina Brzeska-Gonera. Prace nad Strategią trwały od listopada 2012 roku do kwietnia 2013 roku. Autorzy opracowania pragną serdecznie podziękować wszystkim przedstawicielom branży turystycznej, instytucji kultury i placówek Urzędu Miasta Lublin, a w szczególności pracownikom Wydziału Sportu i Turystyki, za okazaną pomoc i zaangażowanie w toku prac nad dokumentem.

Pierwsze konsultacje społeczne projektu Strategii Rozwoju Turystyki dla Miasta Lublin odbywały się jeszcze w trakcie przygotowania dokumentu, dzięki zastosowaniu metody partycypacyjno-eksperckiej i organizacja szeregu spotkań i warsztatów. W sierpniu 2013 roku projekt Strategii został poddany ocenie eksperckiej Polskiej Agencji Rozwoju Turystyki S.A., a raport z tejże oceny stanowi załącznik do ostatecznej wersji dokumentu. Dokument po korekcie przeprowadzonej przez PART S.A. we wrześniu 2013 roku poddano kolejnemu etapowi konsultacji społecznych z mieszkańcami Miasta Lublin oraz z Radą Pożytku Publicznego Miasta Lublin i organizacjami pozarządowymi.

Strategia Rozwoju Turystyki Miasta Lublin uzyskała pozytywną opinię Regionalnej Dyrekcji Ochrony Środowiska w Lublinie oraz Lubelskiego Państwowego Wojewódzkiego Inspektora Sanitarnego w Lublinie.

STRATEGIA ROZWOJU TURYSTYKI MIASTA LUBLIN DO ROKU 2025
CZĘŚĆ I ANALITYCZNA

Projekt współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej 2007-2013

Spis treści

1. Metodyka prac 4
2. Polski i światowy rynek turystyczny – charakterystyka sytuacji i trendów 5
2.1. Światowy ruch turystyczny – sytuacja, prognozy, trendy 5
2.2. Polski rynek turystyczny – sytuacja, trendy, prognozy 6
2.3. Rola sektora turystyki w gospodarce Polski i Europy 9
3. Analiza atrakcyjności turystycznej miasta Lublin 11
3.1. Analiza dostępności komunikacyjnej miasta Lublin 12
3.1.1. Transport drogowy 12
3.1.2. Transport lotniczy 14
3.1.3. Transport kolejowy 15
3.2. Analiza głównych walorów przyrodniczych miasta Lublin 16
3.2.1. Położenie fizycznogeograficzne i rzeźba terenu 17
3.2.2. Klimat 18
3.2.3. Wody powierzchniowe 18
3.2.4. Lasy 19
3.2.5. Ogrody i parki 20
3.2.6. Punkty widokowe 22
3.3. Analiza głównych walorów kulturowych miasta Lublin 23
3.3.1. Uwarunkowania historyczne 23
3.3.2. Najważniejsze obiekty zabytkowe istotne dla rozwoju turystyki 27
3.3.3. Obiekty muzealne o istotnym potencjale turystycznym 34
3.3.4. Elementy dziedzictwa żydowskiego istotne dla rozwoju turystyki 38
3.3.5. Instytucje kultury o znaczącym potencjale dla rozwoju turystyki 41
3.3.6. Sztuka w przestrzeni miejskiej Lublina 46
3.3.7. Oferta wydarzeń o największym potencjale generowania ruchu turystycznego 47
3.3.8. Galerie handlowe istotne dla rozwoju turystyki miejskiej 62
3.4. Analiza zagospodarowania turystycznego miasta Lublin 64
3.4.1. Baza noclegowa 65
3.4.2. Baza gastronomiczna i potencjał rozwoju turystyki kulinarnej 68
3.4.3. Szlaki turystyczne 71
3.4.4. Baza kongresowa i konferencyjna 83

ROZWÓJ POLSKI WSCHODNIEJ
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI
UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO
Projekt współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej 2007-2013

3.4.5. Baza sportowo-rekreacyjna 86
3.4.6. Turystyka osób niepełnosprawnych 91
3.4.7. System informacji turystycznej 92
3.5. Działania marketingowe Miasta Lublin 95
3.6. Syntetyczna ocena ekspercka atrakcyjności turystycznej miasta Lublin 96
3.7. Analiza obecnego produktu turystycznego miasta Lublin 99
4. Pozycjonowanie oferty turystycznej Lublina na tle miast konkurencyjnych 104
4.1. Pozycja konkurencyjna Lublina pod względem liczby uczestników wydarzeń kulturalnych oraz turystów biznesowych 104
4.2. Pozycja konkurencyjna Lublina w aspekcie oferty bazy noclegowej i dostępności komunikacji lotniczej 107
4.3. Pozycja Lublina pod względem turystycznej konkurencyjności cenowej 109
4.4. Pozycja konkurencyjna Lublina pod względem wizerunku wśród turystów zagranicznych 111
4.5. Pozycjonowanie ze względu na realizowane wizje rozwoju wyróżnikowej funkcji turystycznej 112
4.6. Podsumowanie pozycjonowania 114
5. Analiza zaplecza instytucjonalno-organizacyjnego o istotnym znaczeniu dla rozwoju turystyki 116
6. Wyniki przeprowadzonych analiz 120
6.1. Analiza wiodących form turystyki w mieście 120
6.2. Możliwości rozwoju wiodących form turystyki w mieście, w obszarach tematycznych 125
6.3. Możliwości kreacji wspólnej oferty turystycznej miasta i regionu 130
6.4. Analiza SWOT 136
7. Analiza istniejących dokumentów strategicznych, istotnych dla rozwoju turystyki miasta 145
Słowniczek pojęć 153
Spis tabel, wykresów i ilustracji 158

1. Metodyka prac

Przeprowadzona analiza wskazuje na istotne możliwości rozwoju funkcji turystycznej miasta. Turystyka w rozumieniu autorów Strategii może stać się istotną gałęzią lokalnej gospodarki, jeśli jej rozwój zostanie oparty na długofalowej strategii wykorzystania zdiagnozowanych w analizie atrakcji turystycznych miasta.

Celem analizy było dogłębne poznanie nie tylko stanu obecnego rozwoju turystyki w mieście, ale także wartości związanych z dziedzictwem Lublina oraz z wizjami jego rozwoju w przyszłości. Analiza jest bowiem dokumentem, który stanowi niezbędną podstawę wiedzy pod ambitne wizje i kreacje, które pojawią się w części strategicznej dokumentu.

W ramach prac nad częścią analityczną strategii, konsultanci firmy Landbrand przeprowadzili w mieście dwie wizje lokalne. W sumie spędzili 5 dni na terenie miasta, przyjmując optykę turysty, poznając je przez pryzmat jego oczekiwań i potrzeb.[1] Dostarczyło to zespołowi autorskiemu niezbędnej wiedzy na temat rzeczywistego produktu turystycznego miasta. Jak pokazała wizja lokalna, różnił się on znacznie od elementów oferty, które widoczne są w zasobach sieci internetowej, czy wydawnictwach przewodnikowych.

Część analityczna dokumentu opracowana została metodą partycypacyjno-ekspercką. W jej ramach odbyły się dwie konsultacje z udziałem branży turystycznej oraz szereg spotkań z Zespołem do Spraw Strategii Rozwoju Turystyki, powołanym przez Urząd Miasta Lublin. W skład zespołu weszli przedstawiciele wielu wydziałów urzędu: Wydziału Sportu i Turystyki, Wydziału Kultury, Wydziału Strategii i Obsługi Inwestorów, Wydziału Projektów Nieinwestycyjnych, Kancelarii Prezydenta oraz przedstawiciel Lubelskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej, Koordynatorem merytorycznym prac zespołu był Wydział Sportu i Turystyki Urzędu Miasta Lublin.

W pracach nad częścią analityczną położono istotny nacisk na akwizycję najaktualniejszych informacji i danych. Podczas prac zespół autorski Landbrand pozostawał w bezpośrednim kontakcie z przedstawicielami branży turystycznej i okołoturystycznej, co umożliwiło weryfikację informacji o cenne dane źródłowe, pochodzące bezpośrednio od operatorów atrakcji turystycznych. Dzięki temu uwzględniono między innymi: dane liczbowe o frekwencji w obiektach muzealnych miasta Lublina, zebrane w 2012 roku przez Lubelski Ośrodek Informacji Turystycznej i Kulturowej, dane z badania Lubelskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej – Jak Smakuje Lubelskie?, dane dotyczące uczestników imprez targowych i wydarzeń, gromadzone przez Targi Lublin S.A, dane dotyczące użytkowania wybranych elementów infrastruktury turystyki aktywnej, dostarczone przez Miejski Ośrodek Sportu i Rekreacji, dane dotyczące uczestników imprez przekazane przez Warsztaty Kultury oraz Ośrodek Międzykulturowych Inicjatyw Twórczych „Rozdroża”, dane dotyczące frekwencji w atrakcjach, których operatorem jest Brama Grodzka - Teatr NN. Cennym uzupełnieniem prowadzonych analiz były również ogólnodostępne dane udostępniane przez Instytut Turystyki w Warszawie, Bank Danych Lokalnych GUS, Polską Organizację Turystyczną, Convention Bureau Poland, Światową Organizację Turystyki i inne.

[1] Wizje lokalne miały miejsce w dniach 30-31 października, 21-23 listopada 2012 r. oraz 14-15 lutego 2013 r.

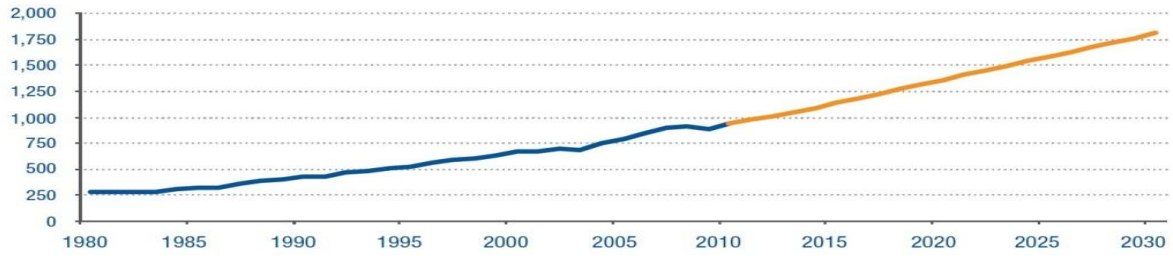
2. Polski i światowy rynek turystyczny – charakterystyka sytuacji i trendów

Warto uzmysłowić sobie rolę przemysłu turystycznego w strukturze współczesnej gospodarki. Pod tym pojęciem kryje się działalność w takich sektorach i branżach jak: hotelarstwo, gastronomia, transport, pośrednictwo turystyczne (biura podróży), atrakcje turystyczne, czy też promocja i informacja. Poniższy podrozdział zawiera zarówno dane ilościowe obrazujące wielkość ruchu turystycznego w Polsce i na świecie, jak i prognozy zmian w tym zakresie w najbliższych latach. Istotną informacją jest obecny udział przemysłu turystycznego w całości Produktu Krajowego Brutto na świecie, w Europie i w Polsce. Zarówno wkład turystyki w PKB jak i procent zatrudnionych w turystyce w gospodarkach narodowych, podkreśla rosnącą rolę tego sektora w zmieniającej się dynamicznie strukturze gospodarki. Na szczególne podkreślenie zasługuje fakt, iż prognozy wskazują, że gospodarka turystyczna będzie należała do najdynamiczniej rozwijających się sektorów gospodarki w Europie. Potencjał wzrostu Polski w tym zakresie jest ponadprzeciętny, gdyż obecnie ten sektor gospodarki w kraju, posiada znacząco niższy wkład w PKB i w zatrudnieniu, niż średnia w Europie w tym zakresie.

2.1. Światowy ruch turystyczny – sytuacja, prognozy, trendy

W ciągu ostatnich trzech dekad sektor turystyki odnotowywał stały wzrost, zarówno w zakresie odbywanych podróży, jak również w obrotach i wartościowym udziale w gospodarce światowej. Było to efektem m.in. rosnącej popularności i spadku cen połączeń lotniczych, rozwoju międzynarodowej współpracy gospodarczej oraz szerszego otwarcia nowych, wcześniej niedostępnych rynków turystycznych, takich jak kraje Afryki, Azji czy Ameryki Południowej.

Wykres 1 Międzynarodowe podróże turystyczne (mln) – prognoza do roku 2030



Źródło: „TourismTowards 2030. Global Overview", UNWTO, 2011.

W latach 1995-2010 liczba międzynarodowych podróży turystycznych wzrastała w średniorocznym tempie 3,9%, by w 2010 roku osiągnąć liczbę 940 milionów. W następnym okresie średnioroczne tempo wzrostu międzynarodowych podróży szacowane jest na 3,3%. Jeśli prognozy się sprawdzą, to w 2030 roku turyści odbędą 1,8 miliarda międzynarodowych podróży.

Oprócz dalszego wzrostu szacowana jest również zmiana w zakresie kierunków międzynarodowych podróży – na sile dalej przybierać będzie region Azji i Pacyfiku. Już dziś turyści z Chin są, obok

Niemców, jednym z najliczniej podróżujących narodów, a prognozy na przyszłość zakładają jeszcze intensywniejszy udział turystów z Dalekiego Wschodu, przy malejącym udziale Europejczyków.[2]

Ilustracja 1 Znaczenie sektora turystyki w światowej gospodarce

Źródło: UNWTO, www.media.unwto.org

Według Światowej Organizacji Turystyki, działającej przy ONZ, około 9% produktu światowego gospodarki generuje turystyka. Daje ona zatrudnienie co dwunastemu mieszkańcowi planety, stanowi 6% w całości światowego handlu i 8% w światowym eksporcie.

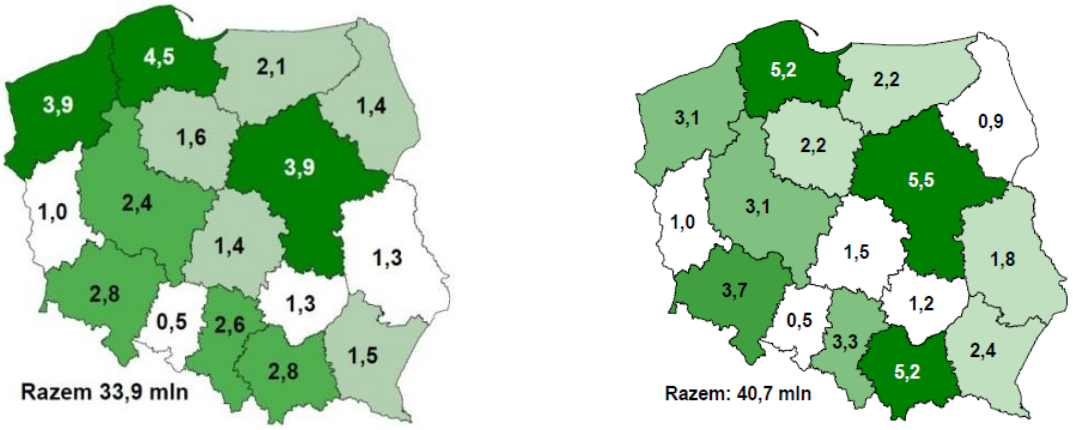
2.2. Polski rynek turystyczny – sytuacja, trendy, prognozy

Przygotowywane przez Instytut Turystyki zestawienia specyfikują ruch turystyczny w województwach. Najczęściej odwiedzanym województwem w 2010 roku było pomorskie (4,5 mln wizyt), a dalej mazowieckie i zachodniopomorskie (oba po 3,9 mln). W 2012 roku rozłożenie ruchu turystycznego wyglądało inaczej – najwięcej turystów odwiedziło województwo mazowieckie (5,5 mln), a na drugim miejscu uplasowały się województwa pomorskie i małopolskie (po 5,2 mln) – widoczny jest tutaj wpływ organizacji EURO 2012. Zgodnie z szacunkami Instytutu, Lubelszczyzna należy do regionów rzadziej odwiedzanych. Z wynikiem 1,3 mln wizyt w 2010 roku mogła się równać z województwem świętokrzyskim, łódzkim, podlaskim czy podkarpackim, i zajęła 10 miejsce wśród wszystkich województwa. W 2012 roku lubelskie odwiedziło o 0,5 mln turystów więcej, co przesunęło region na wyższą 8 pozycję.

W badaniach Instytut Turystyki dzieli podróże ze względu na ich główny cel, według następujących typów: turystyczno-wypoczynkowy (typowo turystyczny), odwiedziny u krewnych/znajomych, służbowy, religijny, zdrowotny oraz inny. Biorąc pod uwagę jedynie podróże w celach turystycznych, województwo lubelskie znacząco traci, podobnie zresztą jak inne regiony.

[2] Za: „Tourism Towards 2030. Global Overview", UNWTO, 2011.

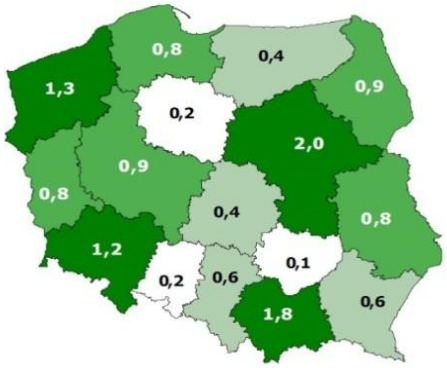
Ilustracja 2 Natężenie krajowego ruchu turystycznego w 2010 r. (mapka lewa) i 2012 r. (mapka prawa) według województw i liczby krajowych podróży turystycznych, ogółem w mln.



Źródło: Badania Instytutu Turystyki w 2010 i 2012 r.

Oprócz rezydentów, znaczącą część wizyt generują turyści pochodzenia zagranicznego. Do ich głównych celów przyjazdu do Polski należą: biznes (25% - 2010, 26% - 2012), wypoczynek turystyczny (23% - 2010, 20% - 2012), odwiedziny u krewnych/znajomych (18% dla 2010 i 2012), a także zakupy (10% - 2010, 12% - 2012) i tranzyt (10% - 2010, 8% - 2012).

Ilustracja 3 Liczby wizyt (w mln) turystów zagranicznych według województw w 2010 r.



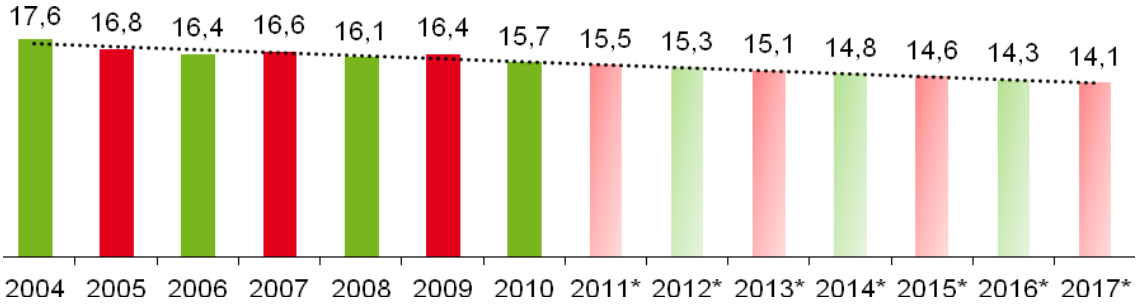
Źródło: badania Instytutu Turystyki w 2010

Województwo lubelskie w 2010 roku odwiedziło około 870 tys. turystów zagranicznych – porównywalnie z województwem podlaskim i o 25% więcej niż w sąsiednim podkarpackim. W 2011 roku przyjazdów turystów zagranicznych było więcej – 1 mln, trend wzrostowy utrzymał się również w 2012 roku – 1 130 tys.

Stosunkowo wysoki wynik województwa lubelskiego w dużej mierze może być efektem ruchu tranzytowego i przygranicznego.

Poniżej zaprezentowano prognozy, wyznaczone za pomocą liniowej funkcji trendu, na podstawie dostępnych danych z lat ubiegłych. Na wstępie należy zaznaczyć, że są one oparte wyłącznie o dane historyczne i nie uwzględniają innych, bardzo istotnych zmiennych, chociażby takich jak rosnące zarobki polskiego społeczeństwa, czy systematycznie poprawiający się standard komunikacji i transportu.

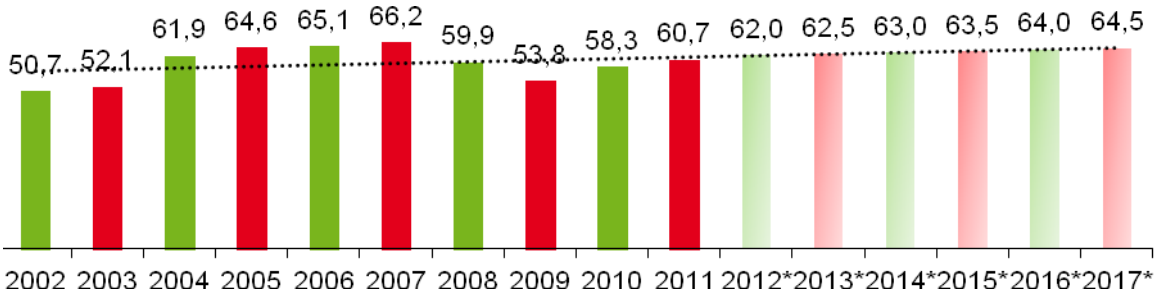
Wykres 2 Uczestnictwo Polaków w krajowych podróżach tur. (w mln) – prognoza do 2017 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań Instytutu Turystyki.
* prognoza do roku 2017 wyznaczona w oparciu o liniową funkcję trendu.

Liczba Polaków w krajowych podróżach turystycznych maleje z roku na rok – od 2004 do 2011 spadła o ponad 2 mln. Taki stan rzeczy może zaskakiwać, gdyż przy rosnącej zamożności społeczeństwa, lepszej dostępności komunikacyjnej oraz atrakcyjnym cenowo ofertom wydawać by się mogło, że będzie wręcz odwrotnie. Uzasadniać to może kilka dodatkowych faktów. Pierwszym jest malejąca liczba ludności oraz silna emigracja zarobkowa po 2004 roku. Ponadto można przypuszczać, iż metodologia badań Instytutu Turystyki nie uwzględniania coraz to nowszych form turystyki indywidualnej oraz rosnącej bazy obiektów indywidualnego zakwaterowania. Niemniej jednak na podstawie dostępnych danych i liniowej funkcji trendu prognoza na najbliższe lata sugeruje, iż liczba Polaków uczestniczących w krajowym ruchu turystycznym będzie się zmniejszała średniorocznie o 250 tys. osób.

Wykres 3 Przyjazdy cudzoziemców do Polski (w mln) – prognoza do 2017 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań Instytutu Turystyki.
* prognoza do roku 2017 wyznaczona w oparciu o liniową funkcję trendu.

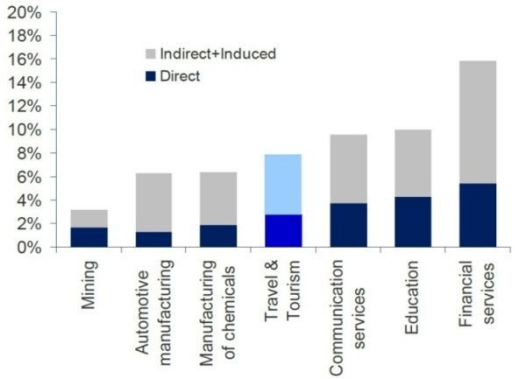
Linia trendu dla liczby obcokrajowców przyjeżdżających do Polski, wyznaczona na podstawie danych od 2002 do 2011 roku jest wznosząca, więc w oparciu o nią można prognozować przyrost zagranicznych odwiedzających o około 0,5 mln rocznie. Po latach dynamicznego rozwoju 2004-2007, na wykresie wyraźnie widać spadek ilości zagranicznych podróży w latach 2008-2009, kiedy to świat borykał się z najsilniejszą falą ekonomicznego kryzysu. W kolejnym okresie zaobserwować można stopniowe odbicie i wzrost liczby przyjazdów, który zgodnie z przypuszczeniami był znacznie

większy w 2012 roku, z uwagi na rozgrywany w Polsce turniej EURO 2012. Prawdopodobne jest, iż w następnych latach Polska będzie odnosić znaczące korzyści z tytułu większej popularności, spowodowanej korzystnymi komentarzami na temat organizacji EURO oraz polskiej gościnności, którą zaskoczeni byli zagraniczni goście. Może to być istotny czynnik powodujący, iż prognozowany trend wzrostowy okaże się jak najbardziej rzeczywisty.

2.3. Rola sektora turystyki w gospodarce Polski i Europy

Generując 7,9% PKB w ujęciu całościowym (kwotowo: 1,7 biliona dolarów), turystyka odgrywa bardzo ważną rolę w gospodarce Europy. Mniejszy udział mają m.in. takie sektory jak motoryzacyjny czy chemiczny.

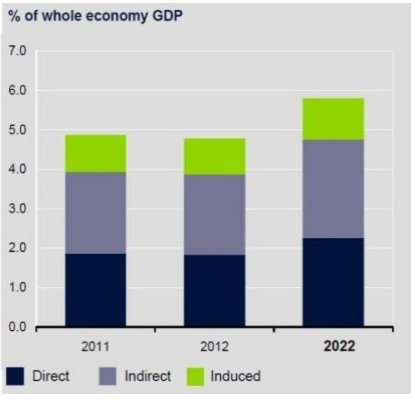
Ilustracja 4 Udział turystyki w PKB Europy (%)



Źródło: „Benchmarking Travel & Tourism. Europe Summary", WTTC, 2012.

Z wynikiem prawie 16% na czele plasują się usługi finansowe, czyli szeroko rozumiany sektor bankowy. Turystykę wyprzedza również branża edukacyjna oraz usług komunikacyjnych.

Ilustracja 5 Sektor turystyki w gospodarce narodowej Polski (% udział w PKB)

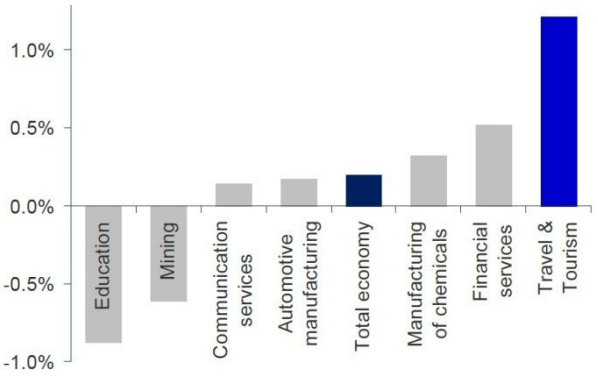


Źródło: „Travel and tourism economic impact 2012. Poland", WTTC, 2012.

W gospodarce narodowej Polski turystyka odgrywa obecnie niewiele mniejszą rolę, niż w przypadku całej Europy, generując około 74 miliardów PLN rocznie (4,8% PKB). W 2022 roku szacowana wartość przemysłu turystycznego wzrośnie do 125 miliardów PLN (5,8% PKB).

Znaczenie dla gospodarki można również zmierzyć, sprawdzając ilość tworzonych miejsc pracy. Pod tym względem turystyka zajmuje już 3. miejsce w Europie. W przemyśle turystycznym zatrudnienie znalazło w 2011 roku 28 milionów ludzi, co stanowi 7,7% – oznacza to, że w turystyce pracuje co 13 Europejczyk. Najwięcej miejsc pracy generuje branża edukacyjna, a niewiele więcej niż turystyka sektor finansowy.

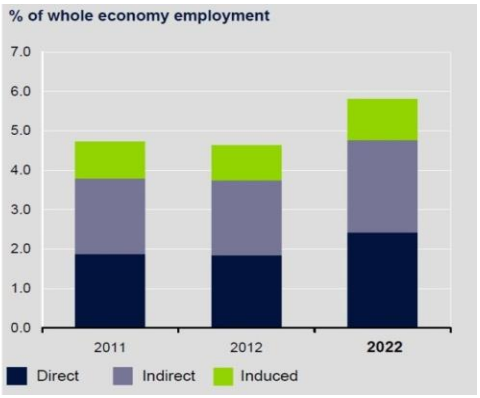
Ilustracja 6 Prognoza zmian zatrudnienia w sektorach gospodarki w Europie na lata 2012-2022 (% wzrostu w stosunku do roku poprzedniego)



Źródło: „Benchmarking Travel & Tourism. Europe Summary", WTTC, 2012.

Według szacunków WTTC turystyka będzie najszybciej rozwijającym się sektorem gospodarkieuropejskiej, w zakresie zatrudnionych osób. W latach 2012-2022 średniorocznie tempo wzrostu w tym sektorze ma wynosić 1,2% - to dwukrotnie więcej niż w kolejnym sektorze finansowym. WTTC szacuje, że w kolejnej dekadzie coraz mniej ludzi będzie znajdowało zatrudnienie w branży edukacyjnej i górnictwie.

Ilustracja 7 Procent zatrudnienia w sektorze turystyki w Polsce w całości osób zatrudnionych



Źródło: „Travel and tourism economic impact 2012. Poland", WTTC, 2012.

Turystyka obecnie generuje w Polsce około 750 tys. miejsc pracy, co stanowi 4,6% wszystkich zatrudnionych w gospodarce. WTTC prognozuje średnioroczny wzrost na poziomie 2,4% i udział w wysokości 5,8% w 2022 roku (948 tys. miejsc pracy).

3. Analiza atrakcyjności turystycznej miasta Lublin

Atrakcyjność turystyczna[3] – właściwości destynacji turystycznej, które decydują o zainteresowaniu ze strony turystów. O stopniu atrakcyjności turystycznej danej miejscowości czy regionu, stanowią w szczególności:

- Dostępność turystyczna,
- Walory turystyczne,
- Zagospodarowanie turystyczne.

Dostępność turystyczna (lub komunikacyjna)[4] – określa możliwość dotarcia turysty do celu podjętej podróży, za pomocą środków komunikacji np. samochodowej, lotniczej, kolejowej, rowerowej czy pieszej. Dostępność jest warunkiem koniecznym dla wykorzystania walorów turystycznych miejsca recepcji przez turystów.

Walory turystyczne[5] – zespół elementów środowiska naturalnego oraz pozaprzyrodniczego (pochodzenia antropogenicznego), które wspólnie lub każde z osobna, są obiektem zainteresowania ze strony turystów. Decydują więc o atrakcyjności turystycznej miejsca recepcji.

Do walorów naturalnych (przyrodniczych) zaliczyć można przede wszystkim: klimat, wody powierzchniowe, rzeźbę terenu oraz elementy fauny i flory. Jednakże w przypadku miast to nie walory przyrodnicze, lecz w głównej mierze antropogeniczne (zwane też kulturowymi), stanowią o poziomie atrakcyjności turystycznej. Wśród najważniejszych elementów w tym zakresie wymienić należy: zabytki architektoniczne, obiekty muzealne, miejsca historyczne, czy też wydarzenia kulturalne.

W literaturze przedmiotu podkreślany jest fakt, że walor turystyczny to kategoria subiektywna, zależna od postrzegania i preferencji każdego z turystów. Wynika z tego, iż nie wszystkie elementy turystycznej oferty miasta będą stanowiły dla wszystkich tak samo istotne walory. Atrakcyjność destynacji jest w takim razie także względna i uzależniona od oceny turystów.

Pojęcie walorów turystycznych jest często utożsamiane z pojęciem atrakcji turystycznych. Równie często przyjmowane jest, że walory stanowią jeden z zasadniczych elementów, wchodzących w skład atrakcji. Ponadto część autorów poświęcających swe publikacje zagadnieniu turystyki uznaje, iż walory turystyczne to elementy, które mogą stać się atrakcjami turystycznymi po odpowiednim zagospodarowaniu przez człowieka i udostępnieniu ich do dyspozycji turystów.

Aby nie komplikować odbiorcom lektury niniejszego dokumentu i nie mnożyć znaczeń stosowanych pojęć przyjęto rozwiązanie najprostsze, iż walory turystyczne są terminem bliskoznacznym dla atrakcji turystycznych.

Zagospodarowanie turystyczne[6] – składają się na nie te wszystkie elementy, które umożliwiają lub ułatwiają turystom poznawanie walorów turystycznych. Są to przede wszystkim obiekty bazy

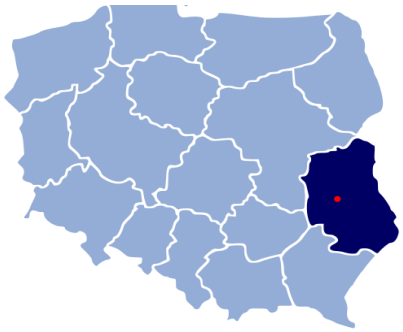
[3] W. Kurek, „Turystyka”, PWN, Warszawa 2007.
[4] A. Kowalczyk, „Geografia turyzmu”, PWN, Warszawa 2002.
[5] Tamże.
[6] Tamże.

noclegowej i gastronomicznej, a także sportowo-rekreacyjnej, specjalistycznej lub też oznakowanie turystyczne (np. na szlakach).

3.1. Analiza dostępności komunikacyjnej miasta Lublin

Lublin jest stolicą województwa lubelskiego, a także największym miastem Polski, położonym na wschód od rzeki Wisły. To blisko 350-tysięczne miasto pełni rolę motoru napędowego Polski Wschodniej. Zgodnie z dokumentem „Koncepcja Przestrzennego Zagospodarowania Kraju 2030", to jedyna metropolia zlokalizowana na terenie 5 wschodnich województw kraju.[7]

Ilustracja 8 Położenie Lublina na mapie Polski.



Źródło: ww.commons.wikimedia.org

3.1.1. Transport drogowy

Lublin stereotypowo postrzegany jest jako miasto położone peryferyjnie. Mimo że od stolicy dzieli je tylko 170 km, w powszechnej świadomości warszawiaków panuje przekonanie o dużo większym dystansie dzielącym oba miasta.[8]

W rzeczywistości bowiem o „bliskości" nie decydują kilometry, a czas potrzebny do pokonania danej odległości. W przypadku Lublina należy przyjąć, że aż 3 godziny podróżować będziemy samochodem osobowym z Warszawy. Relatywnie zatem czas dotarcia z Warszawy do Lublina jest równy czasowi potrzebnemu by dojechać do Poznania, gdzie odcinek 300 km można spokojnie pokonać w czasie 2,5-3 godzin, podróżując nowo oddaną autostradą A-2. Poniżej przedstawiono przybliżoną długość trwania podróży samochodem osobowym pomiędzy Lublinem, a największymi miastami w Polsce i w krajach ościennych.

Tabela 1 Dostępność komunikacyjna Lublina

MIASTO	LICZBA LUDNOŚCI MIASTA	ODLEGŁOŚĆ	ŚREDNI CZAS DOJAZDU
POLSKA			
Radom	220 tys.	115 km	2 h
Rzeszów	182 tys.	170 km	2,5 h
Kielce	201 tys.	180 km	3 h
Warszawa	1 708 tys.	170 km	3 h
Białystok	294 tys.	255 km	4 h
Łódź	729 tys.	255 km	4 h
Kraków	759 tys.	280 km	4,5 h
Katowice	310 tys.	350 km	5 h
Poznań	553 tys.	480 km	6 h

[7] www.mrr.gov.pl/rozwoj_regionalny/Polityka_przestrzenna/KPZK/Aktualnosci/Documents/KPZK2030.pdf
[8] Źródło: Dokument „Diagnoza Sytuacji Marki Lublin", Lublin 2007.

MIASTO	LICZBA LUDNOŚCI MIASTA	ODLEGŁOŚĆ	ŚREDNI CZAS DOJAZDU
Wrocław	631 tys.	435 km	6,5 h
Trójmiasto	748 tys.	530 km	7,5 h
LITWA			
Wilno	523 tys.	555 km	6 h
SŁOWACJA			
Koszyce	241 tys.	365 km	5,5 h
UKRAINA*			
Lwów	756 tys.	220 km	3 h*
Łuck	213 tys.	230 km	3,5 h*
Równe	248 tys.	310 km	4,5 h*
Tarnopol	217 tys.	345 km	5 h*
Iwano-Frankowsk	224 tys.	360 km	5,5 h*
Kijów	2 822 tys.	650 km	9 h*
BIAŁORUŚ*			
Brześć	310 tys.	165 km	2,5 h*
Baranowicze	168 tys.	370 km	4,5 h*
Grodno	327 tys.	340 km	5,5 h*
Pińsk	130 tys.	330 km	5,5 h*
Mińsk	1 880 tys.	510 km	6 h*

Źródło: opracowanie własne na podstawie www.maps.google.pl.

* W przypadku Białorusi i Ukrainy czas dojazdu nie uwzględnia czasu oczekiwania na przejściu granicznym, który zależy od wielu czynników i jest zmienny. Czas ten istotnie wydłuża podróż, zwłaszcza w kierunku do Polski. Dla samochodów osobowych może wynosić kilka, a w skrajnych przypadkach nawet kilkanaście godzin.[9]

Powyższa analiza pokazuje, iż położenie miasta daje możliwość około dwóm milionom potencjalnych turystów zamieszkujących duże ośrodki miejskie, na dotarcie do Lublina w przeciągu około 3 godzin – to czas podróży w jedną stronę, który uważany jest za nieuciążliwy, podczas turystycznego wyjazdu weekendowego. Zdecydowaną większość tego rynku stanowią Warszawiacy, a uzupełniają go mieszkańcy regionu lubelskiego. Turyści z ośrodków miejskich położonych dalej (3,5 - 5 h podróży), aby odwiedzić Lublin na weekend, będą potrzebowali silniejszej motywacji, w postaci bardziej atrakcyjnych wydarzeń lub wysoce jakościowej oferty produktowej. Osoby mieszkające w odległości wymagającej dojazdu dłuższego niż 5 godzin najczęściej odwiedzą Lublin podczas wyjazdu dłuższego niż 2-3 dni, a miasto będzie dla nich jednym z kilku punktów docelowych na Lubelszczyźnie.

W latach 2013-2015 dostępność komunikacja Lublina ulegnie znacznej poprawie, dzięki budowie drogi ekspresowej S17, która połączy stolicę Lubelszczyzny z Aglomeracją Warszawską. Droga S17, oznaczona jako E372, jest włączona w sieć dróg międzynarodowych oraz w transeuropejską sieć transportową (TEN-T) na trasie z Trójmiasta przez Warszawę, Lublin i Lwów do Odessy i Bukaresztu.[10] Jej budowa to jedna z priorytetowych inwestycji w infrastrukturę drogową w Polsce,

[9] Źródło: Raport „Granica do naprawy. Problemy pogranicza Polski i Ukrainy", Fundacja im. Stefana Batorego, www.batory.org.pl, Warszawa 2012.
[10] www.lubelskie.pl/index.php?pid=1930

która wpłynie korzystnie na rozwój całej Lubelszczyzny i nie tylko. Fragment S17 o długości 66,8 km z Sielc do Piask (wraz z obwodnicą Lublina) ma być w całości gotowy na początku 2014 roku.[11] Część odcinków S17 już jest przejezdna (np. Lublin-obwodnica Piask) lub w trakcie budowy (np. estakada nad doliną Bystrzycy), jednak znaczna część powstanie w ramach projektów unijnych, realizowanych w kolejnej perspektywie finansowania 2014-2020.[12] W przygotowaniu jest także projekt drogi S19, która w przyszłości połączą Lublin z Białymstokiem i Rzeszowem. Po zakończeniu planowanych inwestycji (w perspektywie czasowej niniejszego dokumentu) dostępność komunikacyjna Lublina dla transportu drogowego będzie dużo lepsza niż obecnie, co z pewnością wpłynie na rozwój gospodarczy miasta, a także wielkość strumienia turystów podróżujących samochodami osobowymi i autokarami.

3.1.2. Transport lotniczy

Dzięki ukończonej budowie Portu Lotniczego Lublin w podlubelskim Świdniku, dostępność komunikacyjna miasta z Europą znacznie się poprawiła. Najwięksi operatorzy nisko-kosztowi (Wizzair, Ryanair) uruchomili połączenia lotnicze do takich portów lotniczych jak:

- Londyn Luton,
- Londyn Stansted,
- Liverpool,
- Dublin,
- Oslo.

Dzięki tym połączeniom czas podróży z Lublina do wymienionych miast europejskich skrócił się kilkukrotnie (brak konieczności podróży do portów lotniczych m.in. w Warszawie, Rzeszowie, Krakowie czy Wrocławiu), a dzięki tanim liniom lotniczym, oferującym swe połączenia na trasach do/z Lublina, istnieje szansa zainteresowania ofertą miasta turystów na rynkach zagranicznych. Dodatkowo, w dniu 21 czerwca 2013 roku z Portu Lotniczego Lublin na sezon letni uruchomione zostało połączenie lotnicze do Gdańska, które obsługiwane jest przez Eurolot. Z uwagi na duże zainteresowanie (z połączenia do 31 lipca skorzystało 1501 pasażerów, a obłożenie do końca lipca wynosiło 97,7%,) przewoźnik zdecydował o jego przedłużeniu do 6 października oraz planuje jego ponowne uruchomienie w kolejnym sezonie.

Ponadto szansę rozwoju na nowym rynku dostrzegli tour-operatorzy, wybierając Lublin na miejsce startu wakacyjnych lotów czarterowych. W sezonie letnim 2013 wakacje z wylotem z Lublina (do Bułgarii i Turcji) miały w swojej ofercie biura podróży: Itaka, Alfa Star, Exim Tours, Rainbow Tours, Neckermann i TUI.

Statystyki Portu Lotniczego Lublin za okres 17 grudnia 2012 – 31 lipca 2013 są bardzo dobre. Wykonano 581 operacji lotniczych i obsłużono 111 652 pasażerów, przy czym z miesiąca na miesiąc widać było tendencję wzrostową.[13]

[11] http://www.dziennikwschodni.pl/apps/pbcs.dll/article?AID=/20121228/NEWS01/121229667
[12] http://lublin.gazeta.pl/lublin/1,48724,13068537,Minister_Nowak__Beda_pieniadze_na_dalsza_budowe_S17.html
[13] Informacja na temat Portu Lotniczego na podstawie: www.portlotniczylublin.pl

Ilustracja 9 Port Lotniczy Lublin

Źródło: www.portlotniczy.lublin.pl

3.1.3. Transport kolejowy

Wybierając tę formę transportu turysta ma szansę dotrzeć do Lublina z Warszawy Centralnej w czasie około 2 godzin i 15 minut, pokonując odległość 175 km. Biorąc pod uwagę krótszy czas, a także niższy koszt podróży, kolej wydaje się być atrakcyjną alternatywą dla transportu samochodowego ze stolicy. Również z innych dużych miast Polski można dostać się do miasta bez uciążliwych przesiadek, w czasie krótszym niż jadąc samochodem. Poniżej przedstawiono przykładowe czasy podróży:[14]

- Radom – 1 h 20 min (najszybsze połączenie bezpośrednie),
- Warszawa – 2 h 15 min,
- Kielce – 2 h 28 min,
- Kraków – 4 h 22 min,
- Katowice – 4 h 41 min,
- Poznań – 5 h 42 min.

Lublin leży na trasie linii kolejowej nr 7, łączącej Warszawę Wschodnią z Dorohuskiem (przejście graniczne z Ukrainą) i prowadzącej dalej do Lwowa i Kijowa. W latach 2014-2019 planowana jest modernizacja tej trasy na odcinku Otwock-Lublin, której koszt szacuje się na 4 mld zł. Po przebudowie przepustowość linii ma ulec zwiększeniu, a czas podróży znacznemu skróceniu, dzięki dostosowaniu trakcji do większych prędkości. Na przełomie 2012 i 2013 roku spółka PKP Polskie Linie Kolejowe prowadziła przetarg na opracowanie dokumentacji projektowej i materiałów przetargowych w ramach projektu. Na ten cel przeznaczono ok. 210 mln zł.[15] Modernizacja tej linii istotnie wpłynie na dostępność komunikacyjną Lublina nie tylko ze stolicy, lecz także z innych miast Polski, z których jedzie się przez Warszawę, takich jak Łódź, Poznań czy Trójmiasto. Biorąc pod uwagę planowane inwestycje w krajową kolej (zarówno w infrastrukturę, jak i w tabor), można się spodziewać, że w przyszłości transport kolejowy będzie częściej niż obecnie wybierany przez turystów, udających się na wypoczynek do Lublina.

[14] Za: www.rozklad-pkp.pl
[15] www.rynekinfrastruktury.pl/artykul/72/1/wojna-cenowa-w-przetargu-na-projekt-linii-warszawa-lublin.html

3.2. Analiza głównych walorów przyrodniczych miasta Lublin

Według najczęściej stosowanego podziału walory turystyczne dzielone są na przyrodnicze (naturalne) oraz pozaprzyrodnicze (pochodzenia antropogenicznego). W literaturze przedmiotu, w ramach walorów przyrodniczych wymieniane są przede wszystkim: **klimat, ukształtowanie powierzchni oraz bogactwo naturalne**. W szczególności do czynników zaspokajających potrzeby turystów zaliczane są elementy wchodzące w skład:[16]

- litosfery (rzeźba terenu, osobliwości geologiczne),
- atmosfery (czystość powietrza, liczba dni słonecznych, temperatura, wielkość opadów, długość zalegania pokrywy śnieżnej),
- hydrosfery (wody powierzchniowe i podziemne: morza, jeziora, rzeki, źródła mineralne),
- pokrywy glebowej (pustynie),
- szaty roślinnej (lasy, osobliwości flory),
- świata zwierzęcego,
- krajobrazu naturalnego (zbiory ww. elementów o wysokich wartościach estetycznych).

Składniki wymienionych elementów występują wszędzie, jednakże z różnym natężeniem i, co ważniejsze, o różnym poziomie atrakcyjności dla turystów. Warto w tym miejscu przytoczyć także najczęściej stosowany w odniesieniu do Polski podział walorów przyrodniczych:[17]

- ukształtowane bez ingerencji człowieka:
  - osobliwości flory i fauny,
  - skałki i grupy skał,
  - wąwozy, doliny i przełomy rzeczne,
  - wodospady, źródła i wywierzyska,
  - jaskinie i groty,
  - głazy narzutowe i głazowiska,
  - inne obiekty geologiczne;
- ukształtowane przez człowieka:
  - parki zabytkowe,
  - muzea i zbiory przyrodnicze,
  - ogrody botaniczne,
  - ogrody zoologiczne;
- inne:
  - punkty widokowe,
  - parki narodowe,
  - parki krajobrazowe.

[16] W.W. Gaworecki, „Turystyka”, PWE, Warszawa 2003.
[17] T. Lijewski, B. Mikułowski, J. Wyrzykowski, „Geografia turystyki Polski”, PWE, Warszawa 1985 [w:] A. Kowalczyk, „Geografia turyzmu”, PWN, Warszawa 2002.

Oprócz powyższych składników dla turystów istotne są także takie czynniki jak: cisza, niski poziom zanieczyszczenia środowiska oraz walory lecznicze.[18]

Przywołane definicje akademickie zostały przyjęte za punkt wyjścia do analizy walorów naturalnych Lublina. W rzeczywistości bowiem nie wszystkie wymienione powyżej składniki atrakcyjności przyrodniczej będą występowały w każdej destynacji turystycznej. Poniżej przedstawiono te walory przyrodnicze, które w przypadku Lublina mogą wpływać na zainteresowanie ze strony turystów. Są to w szczególności:

- położenie fizycznogeograficzne i rzeźba terenu (wraz z pokrywą glebową),
- klimat,
- wody powierzchniowe (płynąca i stojące),
- lasy,
- parki i ogrody (ukształtowane przez człowieka),
- punkty widokowe.
-

3.2.1. Położenie fizycznogeograficzne i rzeźba terenu

Zgodnie z podziałem fizycznogeograficznym Polski Lublin położony jest w makroregionie Wyżyny Lubelskiej, na styku dwóch mezoregionów – Płaskowyżu Nałęczowskiego i Płaskowyżu Świdnickiego. Oba płaskowyże są rozdzielone doliną rzeki Bystrzycy, która przepływając przez Lublin dzieli go na dwie zróżnicowane geograficznie części: lewobrzeżną i prawobrzeżną.

Ilustracja 10 Położenie Lublina na Wyżynie Lubelskiej.

Źródło: www.lubelskie.pl.

Ta pierwsza należy do obszaru Płaskowyżu Nałęczowskiego i cechuje się bardziej urozmaiconym krajobrazem z wieloma wąwozami lessowymi i głębokimi dolinami. Prawobrzeżna część miasta, położona na Płaskowyżu Świdnickim, charakteryzuje się mniej urozmaiconą i bardziej płaską rzeźbą terenu.

Wyżyna Lubelska pokryta jest prawie w całości grubą warstwą lessu, miękkiej skały osadowej, ukształtowanej przez materiał nanoszony przez wiatr. Podlegające silnej erozji wodnej lessy, wpływają na charakterystyczne ukształtowanie terenu wyżyny, dla której wyróżnikiem są liczne wąwozy i doliny rzeczne. Taki krajobraz jest bardzo charakterystyczny także dla Lublina. Wąwozy występują tu w wielu dzielnicach, zarówno centralnej części miasta jak i na jego obrzeżach. Inwentaryzacja przeprowadzona przez Urząd Miasta w 2012 roku wykazała, iż w Lublinie znajdują się 84 wąwozy.[19]

[18] Tamże.
[19] www.kurierlubelski.pl/artykul/675753,wawozy-i-doliny-w-lublinie-beda-chronione,id,t.html

Na lessach wykształciły się bardzo żyzne gleby brunatne, czarnoziemy, mady i rędziny, co w połączeniu z dogodnymi warunkami klimatycznymi powoduje, że obszar Wyżyny Lubelskiej jest jednym z najistotniejszych w kraju w zakresie rolnictwa. Do najważniejszych upraw należą: pszenica, tytoń, chmiel, czy burak cukrowy, a także owoce miękkie – maliny, porzeczki i truskawki.

3.2.2. Klimat

Podstawowe dane klimatyczne[20]

Średnia temperatura w Lublinie wynosi 8,4°C rocznie. Najcieplejszym miesiącem jest lipiec, kiedy średnia temperatura wynosi 19,7 °C, a najzimniejszym styczeń z wartością -3 °C.

Roczna średnia liczba słonecznych godzin w ciągu doby (usłonecznienie) wynosi w Lublinie 5,8. Najwięcej słonecznych godzin notuje się średnio w czerwcu (8,9 h dziennie), a najmniej w grudniu(1,8 h). Z kolei suma słonecznych godzin notowanych w ciągu miesiąca, utrzymuje się na podobnym wysokim poziomie, we wszystkich 3 miesiącach letnich – czerwiec (250,1 h), lipiec (248,8 h), sierpień (253,3 h).

Łączna suma opadów w Lublinie wynosi 598.5 mm rocznie. Najobfitsze opady notowane są w lipcu (89,2 mm), a najsłabsze w lutym (25,6 mm). Największa liczba dni z opadami występuje w grudniu (17,6 dnia) oraz styczniu (17,5), a najmniejsza w sierpniu (10,6) i kwietniu (10,8).

Długość zalegania pokrywy śnieżnej wynosi od 70 do 90 dni, które przypadają zwykle na okres od grudnia do lutego. Ma to związek z liczbą dni mroźnych, która jest największa w styczniu (16,3 dnia), a stosunkowo wysoka także w grudniu (13,3) i lutym (13,8).

Czystość powietrza

W 2011 roku Światowa Organizacja Zdrowia (WHO) opublikowała raport, dotyczący zanieczyszczeń powietrza w krajach i miastach. Raport podaje m.in. wyniki badań zawartości pyłu, zawieszonego w powietrzu, w skali rocznej (wskaźnik PM10).[21] Na 37 sklasyfikowanych miast Polski, Lublin zajął 11 pozycję z wartością 27 ug/m3 (mikrogram na metr sześcienny).[22] To nieznaczne przekroczenie dopuszczalnej przez WHO normy, która wynosi 20 ug/m3. W Polsce spełniło ją jedynie 6 miast na czele z Gdańskiem, który okazał się mieć najczystsze powietrze (18 ug/m3). Najgorzej sytuacja prezentuje się w Krakowie, gdzie dopuszczalna norma została przekroczona ponad trzykrotnie (64 ug/m3).

3.2.3. Wody powierzchniowe

Wody płynące

- Rzeka Bystrzyca

[20] Dane obejmują okres 5-letni (od stycznia 2008 do grudnia 2012) dla stacji meteorologicznej Lublin Radawiec. Źródło: www.weatheronline.pl
[21] Pył o wymiarach ziaren poniżej 10 mikrometrów.
[22] www.twojapogoda.pl/wiadomosci/109524,najbardziej-skazone-miasta-w-polsce

Przepływająca przez Lublin rzeka ma długość 70,3 km, jest lewym dopływem Wieprza. Jej źródła znajdują się w położonym ok. 50 km na południe od Lublina Sulowie, a ujście ok. 20 km na północny wschód od miasta, we wsi Spiczyn. Rzeka przepływa przez Lublin dzieląc miasto na dwie zróżnicowane pod względem ukształtowania terenu części. W granicach miasta, na Bystrzycy, znajduje się Zalew Zemborzycki oraz uchodzą do niej 3 niewielkie cieki: Czechówka, Czerniejówka i Krężniczanka. Rzeka stwarza w znacznej większości swojego biegu doskonałe warunki do organizacji spływów kajakowych.

- Czechówka

Struga o długości 18,5 km, z czego ponad połowa znajduje się w granicach terytorialnych miasta. Ciek uchodzi do Bystrzycy z lewej strony, na terenie dzielnicy Tatary. Czechówka ma bardzo istotne znaczenie historyczne dla Lublina, to nad nią założono pierwotny gród, dla którego dolina strugi pełniła istotną rolę obronną.

- Czerniejówka

Prawy dopływ Bystrzycy o długości ok. 26 km. Uchodzi do niej w Lublinie, na terenie dzielnicy Bronowice.

- Krężniczanka (zwana także Nędznicą)

Rzeka ma długość ok. 19 km. Uchodzi do Bystrzycy z lewej strony. na granicy miasta w dzielnicy Zemborzyce.

Wody stojące

- Zalew Zemborzycki

Jest sztucznym zbiornikiem retencyjnym, utworzonym na rzece Bystrzycy w latach 70. XX wieku. Leży na terenie miasta Lublin, jego linia brzegowa wynosi 12 km, a powierzchnia około 280 ha. Pełni przede wszystkim funkcję rekreacyjną dla mieszkańców Lublina i okolic. Nad jego brzegami zlokalizowane są 3 ośrodki utworzone do obsługi ruchu turystycznego: Marina, Dąbrowa i Słoneczny Wrotków (boiska do siatkówki plażowej, zjeżdżalnie wodne, basen pływacki i 3 baseny rekreacyjne, brodzik dla dzieci, plac zabaw oraz wypożyczalnia sprzętu sportowego i wodnego).

3.2.4. Lasy

W granicach terytorialnych Lublina znajdują się trzy lasy:

- Las Dąbrowa

Wraz z Zalewem Zemborzyckim stanowi teren o bogatych walorach rekreacyjno-wypoczynkowych. Jest największym lasem na terenie miasta – zajmuje powierzchnię ok. 12 km^2. Przebiega przez niego trasa pieszego Szlaku Lasów Podlubelskich (o całkowitej długości 43 kilometrów)23 oraz szlak rowerowy Po Lesie Dąbrowa w Lublinie (o długości 11km)[24].

[23] www.lublin.turystyka.pl/szlaki-turystyczne/szlaki-piesze.html
[24] www.loitik.eu/szlaki/terenowe.htm

- Las Stary Gaj

Zajmuje powierzchnię ok. 4,6 km^2. Jest często odwiedzany i stanowi miejsce wypoczynku dla mieszkańców pobliskich osiedli. Latem w lesie napotkać można harcerzy, którzy organizują tam gry strategiczne. Częścią Starego Gaju jest rezerwat brzozy czarnej w podlubelskim Stasinie Polnym.

- Las Rudki

Zwany również Lasem Prawiedniki. Najdalej wysunięty na południe las w Lublinie. Przebiega przez niego trasa pieszego Szlaku Lasów Podlubelskich (o całkowitej długości 43 kilometrów)[25].

3.2.5. Ogrody i parki

Na terenie Lublina znajduje się wiele obszarów zielonych, które stanowią lub mogą w przyszłości stanowić o atrakcyjności turystycznej Lublina. W szczególności są to:

- Ogród Botaniczny UMCS[26]

W założonym w 1965 roku Ogrodzie, na powierzchni ponad 21 ha, zgromadzono kilka tysięcy gatunków roślin – drzew i krzewów, roślin szklarniowych i zielnych. Zgromadzone są one w kilkunastu kolekcjach, m.in. w rosarium, arboretum, alpinarium (dział roślin górskich) i dziale roślin chronionych. W parku rośnie 106 okazów ponad stuletnich drzew. Ogród położony jest w dolinie Czechówki, na zróżnicowanym krajobrazowo terenie z przewyższeniami oraz trzema wąwozami. Na jego terenie znajduje się także kawiarenka U Baby Jagi. Zwiedzanie ogrodu jest możliwe od kwietnia do października.

Ilustracja 11 Amfiteatr w Ogrodzie Saskim

Źródło: www.lublin.eu.

- Ogród Saski

Najstarszy park miejski Lublina, założony w 1837 roku. Znajdujący się w centrum miasta park, zajmuje powierzchnię około 12 ha, a na jego terenie znajduje się m.in. amfiteatr. W Ogrodzie właśnie prowadzone są prace modernizacyjne – wymieniane alejki, powstało nowe ogrodzenie, poprawiany jest ciek wodny i dolny staw. Pojawiają się też nowe drzewa, a kilkaset starych zostało wyciętych. Po modernizacji park będzie istotnym punktem, wydłużającym ciąg spacerowy prowadzący od Zamku Lubelskiego, przez Stare Miasto i Plac Litewski, aż do Ogrodu Saskiego. Wartość inwestycji współfinansowanej z funduszy unijnych to prawie 11 mln zł. Jej zakończenie planowane jest na połowę 2013 roku.

- Park Ludowy[27]

Położony w centrum miasta, blisko dworca PKP park, założony został w latach 50. XX wieku. Leży w dolinie rzeki Bystrzycy, która wyznacza północną granicę parku, przez co część jego obszaru jest

[25] www.lublin.turystyka.pl/szlaki-turystyczne/szlaki-piesze.html
[26] www.garden.umcs.lublin.pl
[27] www.parki.lublin.pl/park-ludowy

podmokła. Na terenie Parku Ludowego znajdują się hale Targów Lublin. Wraz z nimi cały park ma powierzchnię około 30 ha, a jego obszar jest zróżnicowany – występują zarówno tereny otwarte jak i mocno zadrzewione. Oprócz funkcji rekreacyjnej dla mieszkańców, pełni on bardzo istotną rolę filtrowania miejskiego powietrza i produkcji tlenu. Jest także ostoją dla wielu gatunków ptaków. Po latach zaniedbań i degradacji, w 2012 roku został częściowo odnowiony, w celu przyjęcia gości Europejskiej Konwencji Żonglerskiej, podczas której Lublin odwiedziły tysiące turystów. W parku mieściło się duże pole namiotowe oraz sceny i hangary, w których odbywały się liczne wydarzenia.

W 2012 roku, w ramach konsultacji społecznych, zakończono pracę nad koncepcją zagospodarowania Parku Ludowego, którą przekazano na ręce prezydenta miasta. Koncepcja ta przewiduje, iż park w przyszłości stanie się jednym z głównych miejsc rekreacji dla mieszkańców Lublina i będzie pełnił różnorodne funkcje. Wizytówką miasta stać się może diabelski młyn oraz kładki widokowe zlokalizowane w koronach drzew. Przewidziano niezwykle przyjazną przestrzeń, poprzez stworzenie m.in. bulwarów spacerowych nad Bystrzycą, zielonego labiryntu, fontanny, zbiornika wodnego połączonego z rzeką oraz stref cichego wypoczynku. Dedykowane miejsca znajdą także rowerzyści, rolkarze oraz właściciele psów. Zachęcać do odwiedzenia parku mają także atrakcyjne meble miejskie, nowoczesne siedziska, zadaszenia, stoliki do gier oraz punkty gastronomiczne. Dla celów sportowych ma powstać kompleks boisk wielofunkcyjnych, m.in. z placem do gry w bike polo. Funkcje kulturalne park będzie pełnił dzięki wydzielonej strefie koncertowej oraz miejscom wystaw plenerowych. Opracowana koncepcja zakłada także poprawę dostępu do parku poprzez utworzenie nowych ścieżek pieszych i rowerowych w jego okolicy, oraz stworzenie placów wejściowych przy każdej z bram. Rola Parku Ludowego oraz tej części miasta wzrośnie, poprzez budowę w sąsiedztwie nowego stadionu miejskiego.

- Park Rusałka[28]

Zlokalizowany zaledwie 5 minut spacerem od Krakowskiego Przedmieścia park jest aktualnie zaniedbanym terenem, na którym znajdują się głównie trawiaste boiska. Wejście do niego od północnej strony, idąc z centrum, jest praktycznie uniemożliwione, przez oddzielającą skarpę. Obszar ten jest niezwykle istotny nie tylko ze względu na atrakcyjną lokalizację, ale także z powodu widoku na zabytkową część miasta, jaką można z niego podziwiać. Obecnie jest niedostatecznie wykorzystywany na potrzeby mieszkańców czy turystów.

Podobnie jak w przypadku Parku Ludowego, Parkowi Rusałka poświęcono konsultacje społeczne, których efektem było opracowanie w 2011 roku koncepcji jego zagospodarowania. Projekt przewiduje pozostawienie wielkiej łąki, jako centralnego punktu Rusałki. Będzie można na niej organizować pikniki, grille, lekcje na świeżym powietrzu lub zajęcia sportowe. Ciekawym pomysłem dla tej strefy jest zastosowanie różnej wysokości koszenia trawy, co będzie dawało odpoczywającym przyjemne poczucie odosobnienia. Planowane jest także utworzenie wybiegu dla psów, kompleksu boisk sportowych oraz strefy aktywnej rekreacji, z placem zabaw, siłownią na świeżym powietrzu, ścianką wspinaczkową oraz skate parkiem. Powstać ma także punkt usługowo-gastronomiczny, w pobliżu którego znajdować się będzie górka saneczkowa oraz parking dla rowerów. Na usypanym kopcu zamontowana zostanie tablica informacyjna informująca o widzianych na panoramie miasta obiektach. Dostępność parku ma ulec poprawie dzięki utworzeniu nowych ścieżek pieszo-rowerowych,

[28] www.parki.lublin.pl/park-rusalka

wybudowaniu kładki przez Bystrzycę od strony południowej oraz schodów umożliwiających pokonanie skarpy od strony północnej.

- Błonia pod Zamkiem Lubelskim

To liczący około 2,5 hektara teren zieleni miejskiej zlokalizowany na południe od Zamku wzdłuż Alei Unii Lubelskiej. Jest miejscem, w którym odbywa się wiele wydarzeń np. podczas juwenaliów, Jarmarku Jagiellońskiego czy Carnavalu Sztuk-Mistrzów.

- Dolina Czechówki[29]

To podłużny teren zieleni miejskiej zlokalizowany w dzielnicy Wieniawa, przebiegający wzdłuż Al. Solidarności. Obecnie obszar ten, który stanowi ważne dla miasta pasmo zieleni, jest mocno zaniedbany i zanieczyszczony. Planowane jest jego lepsze wykorzystanie jako płuc miasta oraz przystosowanie do potrzeb mieszkańców. W tym celu prowadzone są konsultacje społeczne oraz ogłoszony został otwarty konkurs na odnowę Doliny Czechówki, których efektem ma być koncepcja zagospodarowania przestrzennego. Zakończenie tych prac nastąpi w IV kwartale 2013 roku.

3.2.6. Punkty widokowe

Lublin zwany jest czasem miastem 7 wzgórz ze względu na wzniesienia, na których historycznie powstawała zabudowa miejska. Oprócz Wzgórza Zamkowego i Staromiejskiego, miasto przed wiekami lokowane było na wzniesieniach zwanych: Czwartek, Górka Dominikańska, Grodzisko, Białkowska Góra i Żmigród.

Dzięki zróżnicowanemu ukształtowaniu terenu (wąwozy lessowe i doliny, szczególnie w części lewobrzeżnej) możliwe jest podziwianie panoramy Starego Miasta z licznych naturalnych punktów widokowych. Warunki topograficzne sprzyjają w szczególności widokom od strony północnej – Kalinowszczyzna, Wzgórze Czwartek – oraz z ciągu spacerowego wzdłuż Bystrzycy[30].

Naturalne punkty widokowe na terenie Lublina znajdują się w poniższych miejscach:

- Wzgórze Czwartek i Kalinowszczyzna
  - Kościół pw. św. Agnieszki, ul. Kalinowszczyzna
  - Dworek Wincentego Pola, ul. Kalinowszczyzna
  - Cmentarz Żydowski, ul. Kalinowszczyzna
  - Ulica Lwowska
  - Kościół pw. św. Mikołaja, ul. Ks. Słowikowskiego
- Plac Po Farze
- Park Rusałka
- Teren Dawnego Stawu Królewskiego

[29] www.parki.lublin.pl/czechowka+wieniawa
[30] K. Czyńska, W. Marzęcki, P. Rubinowicz. „Studium wartości widokowych miasta Lublin", Szczecin, Lublin 2011.

Powyższe punkty, wynikające z naturalnych warunków topograficznych, w połączeniu z punktami antropogenicznymi (np. Wieża Trynitarska, wieża zamkowa, wieża kościoła pobrygidkowskiego) pozwalają na zaplanowanie interesującej trasy wycieczkowej, która może stać się przedmiotem szczególnego zainteresowania ze strony turystów.

3.3. Analiza głównych walorów kulturowych miasta Lublin

Miasto Lublin jest niezwykłą mieszanką ponad 700-letniej aktywności ludzkiej, zachodzącej na styku dwóch największych kultur euroazjatyckich: wschodniej i zachodniej. Odgrywało spajającą rolę w królestwie Jagiellonów, które to połączyło na ponad 400 lat państwowość polską i litewską. Miasto pośredniczyło w wymianie handlowej i kulturalnej, bogacąc się i nieustannie podnosząc kompetencje rozumienia wschodu i zachodu Europy. Dla europejskich Żydów pełniło rolę wiodącego ośrodka myśli religijnej, zarówno tej ortodoksyjnej, jak i awangardowej. W czasach zimnej wojny dało schronienie jedynemu niezależnemu od komunistycznej władzy uniwersytetowi za żelazną kurtyną. Dziś ta mieszanka jest ponownie odkrywana i reinterpretowana przez mieszkańców i może stanowić podstawę trwałej atrakcyjności dla turystów zarówno ze wschodu, jak i zachodu Europy.

3.3.1. Uwarunkowania historyczne

Obecność człowieka na terenie dzisiejszego Lublina datuje się na koniec III tys. p.n.e., zaś Lublin uważa się za jedno z najstarszych miejsc osadnictwa w Polsce. Najstarszy gród z zabudowaną osadą istniał zapewne na lubelskim wzgórzu Czwartek już na przełomie VI i VII wieku n.e. Osada stała się miastem w XIII wieku. Z tamtego okresu pochodzi jeden z najważniejszych zabytków Lublina – donżon, będący reliktem po grodzie kasztelańskim.

Jako datę lokacji Lublina uznaje się 15 sierpnia 1317 roku. Data ta została potwierdzona na pergaminowym akcie lokacyjnym Władysława Łokietka. Po nadaniu królewskiego przywileju w mieście nastąpiła fala inwestycji. Powstały zabudowania Wzgórza Staromiejskiego, w tym domy mieszkalne i zespół klasztoru dominikanów. Nastąpiło ożywienie w gospodarce i handlu.

Siedemsetna rocznica nadania praw miejskich

Rok 2017 to data o ogromnej wadze dla miasta Lublin. W świetle sytuacji związanej ze staraniami o tytuł Europejskiej Stolicy Kultury, to właśnie 700-lecie nadania praw miejskich może stać się momentem przełomowym, w którym zrealizowane zostaną działania rozwojowe, prowadzące docelowo do „ponownej lokacji" Lublina jako miasta nowoczesnego, ambitnego, atrakcyjnego, o międzynarodowym charakterze.

O potencjale wydarzenia takiego kalibru świadczyć mogą działania podjęte przez inne miasta z Polski i zagranicy. W ramach obchodów 750-lecia Krakowa odbyła się gama eventów, uczt, koncertów (m.in. parada smoków, imprezy balonowe, koncerty Tomasza Stańko czy Piotra Rubika). Uroczyście otwarto również nowe (Pawilon Wyspiański 2000) lub poddane renowacji (Dwór

Czeczów, Mały Rynek) obiekty. Również sztuka współczesna odegrała sporą rolę w obchodach – odbyły się m.in. mistrzostwa polski DJ-ów czy odsłonięcie największego w Europie muralu[31].

Spośród powstających w Lublinie inicjatyw związanych z obchodami 700-lecia na wspomnienie zasługują m.in. trójwymiarowe makiety dawnego Lublina, tworzone przez ośrodek Brama Grodzka – Teatr NN, czy plany wydania ośmiotomowej Encyklopedii Lublina i Dźwiękowego Atlasu Lubelszczyzny.

Stały rozwój potencjału kultury, jej silna obecność w życiu miasta oraz unikatowe połączenie Wschodu i Zachodu, nowoczesności i historii, mogą stać się ważnymi narzędziami promocyjnymi i magnesami dla turystów, zarówno z Polski, jak i zagranicy.

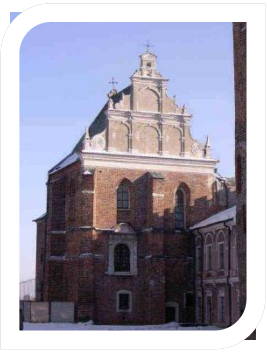
Lublin Jagiellonów

Rycerstwo lubelskie powitało przyszłego króla rekomendacją do starania się o koronę Polski. Władysław Jagiełło odwdzięczył się mieszkańcom Lublina nadając im szereg przywilejów, co ułatwiło miastu zdobycie pozycji najważniejszego ośrodka wymiany handlowej między Polską i Litwą. To również z inicjatywy Jagiełły w 1418 roku w Kaplicy Trójcy Świętej powstały freski rusko-bizantyjskie, do dziś jedna z największych atrakcji miasta. Od czasu wyboru Władysława Jagiełły na króla Polski, pozycja geopolityczna Lublina zmienia się z peryferyjnej na centralną. Stał się on ważnym ośrodkiem politycznym i kulturalnym leżącym na szlaku z Krakowa do Wilna. To tutaj odbywały się ogólnokrajowe zjazdy i sejmy. W 1569 roku podpisano dokument unii polsko-litewskiej, znanej jako unia lubelska. W latach 1578-1793 w Lublinie mieścił się Trybunał Koronny dla Małopolski – najwyższa instytucja sądowa ówczesnej Polski. Z historią lubelskiego Trybunału wiąże się bodaj najbardziej znana lubelska legenda o Czarciej Łapie. Lublin pełnił istotną rolę łączącą stołeczne Kraków i Wilno, aż do 1611 roku, kiedy to przeniesiono stolicę Polski do Warszawy.

Ilustracja 12 Freski z kaplicy Trójcy Świętej, Herb Władysława Jagiełły, króla Polski, Kaplica Trójcy Świętej.

Źródło: www.lublin.eu

Źródło: www.commons.wikimedia.org



Źródło: www.lublin.eu

[31] www.biurofestiwalowe.pl/projekty/jubileusz-750-lecia-lokacji-miasta-krakowa_21.html

Podpisanie w Lublinie unii polsko-litewskiej zwanej także unią lubelską – dokumentu formalizującego federacje dwóch europejskich państw Polski i Litwy było wydarzeniem, które do czasów współczesnych inspiruje i podkreśla europejską istotność dorobku tego miasta. Symbolicznym uhonorowaniem zasług Lublina dla kultury i jedności europejskiej było nadanie miastu Znaku Dziedzictwa Europejskiego. Jest to wyróżnienie przyznawana od 2006 roku na terenie 18 europejskich państw. Otrzymują je miejsca i obiekty istotne dla tożsamości europejskiej, które posiadają zasadnicze znaczenie dla historii i dziedzictwa kulturowego Europy.

Lublin na szlakach handlowych i politycznych

Wschodnie położenie Lublina w Rzeczypospolitej doświadczało jego mieszkańców najazdami Tatarów, Mongołów, Jadźwingów i Litwinów. Jednak położony u bram cywilizacji wielkiego stepu ośrodek miejski, potrafił bogacić się, korzystając z renty położenia. Już od XII wieku można mówić o istotnym miejscu Lublina na ważnych szlakach handlowych, które prowadziły znad Morza Czarnego na zachód Europy oraz nad Bałtyk. Pamiątką po funkcji turystycznej XVI-wiecznego miasta Lublin jest Karczma Budzyń, od 1545 roku obsługująca ruch kupiecki, który w dzisiejszym języku można by określić mianem turystyki biznesowej. Karczma znajduje się na ulicy Turystycznej, na tak zwanym Trakcie Litewskim.

Obecnie w naszym kraju i Europie reaktywuje się dawne szlaki handlowe, które były osiami wymiany nie tylko towarów, ale także myśli i szeroko pojętej kultury w średniowiecznej Europie.

Lublin znajduje się na dwóch szlakach, które obecnie rozwijane są w kierunku uczynienia z nich produktów turystycznych. Po pierwsze jest to „Szlak Jagielloński" Kraków – Lublin – Wilno oraz „Szlak Kupiecki" Wrocław – Lublin – Lwów.

Pierwszy z nich nazywany także Via Jagiellonica, zaczął funkcjonować w 1386 roku, wraz z objęciem władzy przez Władysława Jagiełłę. Szlak przemierzały regularnie orszaki królewskie, dyplomaci, kupcy, urzędnicy, a także ludzie nauki i handlu. Od 1569 roku, kiedy to Sejm w Lublinie ogłosił Rzeczpospolitą Obojga Narodów, szlak ten stał się najważniejszą drogą połączonego państwa. Szlak połączył łaciński zachód z bizantyńskim wschodem, Lublin zaś był świadkiem wymiany kulturowej, naukowej i handlowej, jaka zachodziła w nim przez wieki. Drugi był szlakiem typowo kupieckim, który usprawnił wymianę handlową między Zachodem i Wschodem Europy.

Ilustracja 13 Logo Szlaku Jagiellońskiego i Szlaku Kupieckiego.

Źródło: www.zachod-wschod.pl

Lublin żydowski

Kolejna unikatowa karta tożsamości miasta została zapisana przez jego żydowskich mieszkańców. Zamieszkiwali oni Lublin, nawet zanim stał się on miastem. W Lublinie Żydzi otrzymali od Kazimierza Jagiellończyka, następcy Władysława Jagiełły, przywilej swobodnego handlu. Dzięki przywilejom, tolerancji i dobremu klimatowi dla handlu w Lublinie, w istotny sposób rozwinęła się kultura i religia żydowska.

Z czasem powstały murowane synagogi, szpitale oraz jesziwa – czyli wyższa szkoła talmudyczna. Stała się ona jednym z ważniejszych ośrodków naukowych Żydów w Europie. Od 1523 roku Żydzi w Lublinie byli traktowani na równi z mieszczanami. Spowodowało to niezwykle dynamiczne bogacenie się żydowskich kupców. Fundusze zdobyte na handlu inwestowane były w kulturę – tak powstała w 1547 roku drukarnia hebrajska, jedna z pierwszych w Polsce.

W latach 1580-1764 w mieście funkcjonował najwyższy organ samorządu żydowskiego w Rzeczpospolitej – Sejm Czterech Ziem. W 1930 roku w mieście powstała Jesziwa Chachmej Lublin – Lubelska Szkoła Mędrców, największa uczelnia talmudyczna na świecie. Większość rabinów w tamtych latach ukończyło właśnie tę uczelnię.

O istotnym znaczeniu Żydów dla rozwoju Lublina przed II wojną światową świadczą też liczby. Około 30% mieszkańców miasta, czyli ponad 42 tys. osób, było wyznania mojżeszowego. Gmina żydowska posiadała trzy cmentarze, jedenaście synagog, szpital, dwie mykwy, kilkanaście szkół, w tym Talmud-Torę, Jawne, Tarbut, największą wówczas wyższą szkołę talmudyczną – Jeszywas Chachmej Lublin oraz wiele innych instytucji. Oprócz nich istniało jeszcze około 100 prywatnych domów modlitwy. W czasie okupacji Niemcy utworzyli w Lublinie getto – dzielnicę zamkniętą, która została zlikwidowana w 1942 roku. Większość Żydów lubelskich (ok. 26 tys.) została deportowana do Bełżca, gdzie zginęli w komorach gazowych obozu śmierci, a ok. 8 tys. zostało zamordowanych w powstałym na obrzeżach miasta obozie koncentracyjnym na Majdanku.

Lublin Miasto Renesansu

Lubelskie Stare Miasto jest dość rzadkim przypadkiem zabudowy o spójnym charakterze architektonicznym. Dominujący rys nadają mu renesansowe budowle powstałe w II połowie XVI wieku. W kamienicach występujących na starym rynku i w jego okolicy rozpoznać można cechy wspólne, takie jak bogato zdobione, dekoracyjne elewacje, zwieńczone attykami. W mieście zachowało się bardzo wiele obiektów sakralnych, w których odnajdziemy cechy renesansu lubelskiego. Charakteryzują się one wysmukłością i lekkością bryły, węższym od nawy prezbiterium, dostawianymi do korpusu głównego kaplicami fundatorów. Dodatkowym znakiem rozpoznawczym renesansu lubelskiego jest bogate zdobienie detalami architektonicznymi fasad i użyciem ozdobnego stiuku na sklepieniach.

Lublin Miasto Nauki

Obecnie przyjmuje się, że w Lublinie zamieszkuje około 100 tys. studentów, którzy kształcą się na miejscowych uczelniach – Uniwersytecie Marii Curie-Skłodowskiej (UMCS), Katolickim Uniwersytecie Lubelskim (KUL), Uniwersytecie Przyrodniczym, Uniwersytecie Medycznym, Politechnice Lubelskiej i innych. Ta liczba czyni Lublin jednym z najpopularniejszych ośrodków

akademickich w kraju. Warto wspomnieć, że KUL był jedyną uczelnią w bloku wschodnim, niezależną od Państwa. Na uczelni tej od 1954 roku zatrudniony był Karol Wojtyła, który kierował tutejszą katedrą etyki aż do wyboru na papieża. KUL powstał w 1918 roku z inicjatywy ks. Idziego Radziszewskiego, który zbierał fundusze na organizację katolickiej uczelni w Polsce, wśród Polonii w Petersburgu.

W roku 1926 obok Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego powstała druga wyższa uczelnia o charakterze teologicznym – jezuickie „Bobolanum".

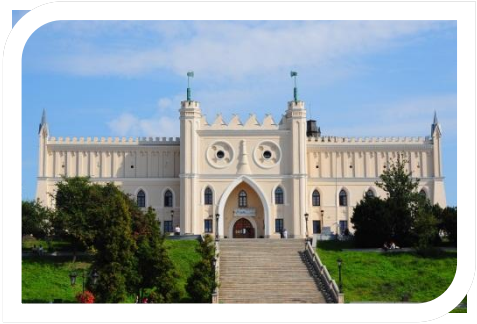
W 1930 roku w mieście powstała Jesziwa Chachmej Lublin – Lubelska Szkoła Mędrców, największa uczelnia talmudyczna na świecie.

Po zakończeniu II wojny światowej w mieście utworzony został Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej. Podobno bezpośrednią motywacja do utworzenia państwowej uczelni publicznej była chęć wytworzenia przeciwwagi dla KUL.

3.3.2. Najważniejsze obiekty zabytkowe istotne dla rozwoju turystyki

Lista zabytków nieruchomych, znajdujących się w Lublinie, obejmuje kilkaset pozycji.32 W poniższym zestawieniu uwzględniono te zabytki architektury oraz kultury materialnej, które stanowią obecnie o turystycznej sile Lublina lub mogą w przyszłości zadecydować o przewadze miasta nad innymi ośrodkami miejskimi w konkurencyjnych regionach.

Ilustracja 14 Zamek Lubelski.



Źródło: www.lublin.eu.

- **Zamek Lubelski**

Pierwszy zamek w miejscu obecnego powstał już w XII wieku, jako gród umocniony drewniano-ziemnym wałem. Murowaną budowlę zbudowano tu w XIV wieku za panowania Kazimierza Wielkiego. Zamek rozbudowywano i cieszył się on świetnością – to właśnie tu podpisano akt Unii Polsko-Litewskiej. W czasie potopu szwedzkiego budowla została prawie doszczętnie zniszczona – ocalały jedynie najstarsze jego części: wieża i kaplica. Obecny zamek został wzniesiony jako więzienie w latach 1824-1826 w stylu neogotyku angielskiego. Funkcję tę pełnił przez 128 lat, a od 1957 roku po dziś dzień, jest główną siedzibą Muzeum Lubelskiego. Na zamku znajdują się także:

Ilustracja 15 Freski w Kaplicy Trójcy Św.

Źródło: www.lublin.eu.

- Kaplica pw. św. Trójcy

Zwana jest Kaplicą Zamkową. Wzniesiona została w XIV wieku, a w późniejszym okresie była kilkukrotnie przebudowywana. Za czasów panowania Władysława Jagiełły ściany i sklepienie Kaplicy zostały pokryte polichromią w stylu rusko-bizantyjskim. W I połowie XIX wieku Kościół

[32] Zgodnie z Wojewódzkim Rejestrem Zabytków, 20.03.2012 r. było to 278 obiektów.

stał się kaplicą więzienną, a 400-letnie malowidła zostały otynkowane. Po wielu latach prac renowacyjnych i konserwatorskich unikatowe polichromie można znów oglądać. Jest to miejsce przenikania się dwóch porządków w sztuce sakralnej – zachodniego (gotycka bryła) i wschodniego (polichromie zdobiące wnętrze). Kaplica jest obiektem bezpośrednio związanym z zawarciem Unii Polsko-Litewskiej w 1569 roku. Z tego też powodu obiekt ten wskazano jako jeden z 3 w Lublinie, które zadecydowały o przyznaniu miastu tytułu Znaku Dziedzictwa Europejskiego.

- Donżon

Obronna wieża zamkowa, wzniesiona na przełomie XIII i XIV wieku w stylu romańskim. Obok Kaplicy Zamkowej jest to jedna z najstarszych budowli we wschodniej Polsce.

- **Stare Miasto**

To najstarsza część miasta zajmująca obszar pomiędzy Bramą Grodzką, a Bramą Krakowską. W jego obrębie znajduje się większość najcenniejszych zabytków miasta. Jest to strefa tworząca obecnie podstawowy walor antropogeniczny Lublina. Wśród najważniejszych zabytków Starego Miasta wymienić należy takie miejsca jak**:**

Ilustracja 16 Trybunał Koronny.

Źródło: www.commons.wikimedia.org. Fot. Marcin Białek.

- Rynek Starego Miasta

Powstał na obrzeżu starego grodu i niegdyś stanowił centrum miasta, a obecnie jest najbardziej znanym placem Lublina. W jego centralnym punkcie znajduje się Trybunał Koronny, który otoczony jest zabytkowymi kamienicami. Część z nich przeszła renowację, inne niszczeją od czasów II wojny światowej. Najbardziej znane z nich to kamienice Klonowica, Konopiców i Lubomelskich (mieści się w niej m.in. Piwnica pod Fortuną).

- Trybunał Koronny

Pierwotnie drewniany, a później murowany w stylu gotyckim budynek, pełnił funkcję ratusza miejskiego.

Miejsce na jego budowę wyznaczono w 1317 roku po nadaniu praw miejskich Lublinowi. Jego funkcja zmieniła się po pożarze, który strawił dużą część Lublina w 1575 roku. Budynek odbudowano w stylu renesansowym, po czym umieszczono w nim siedzibę najwyższej instancji sądowej – Trybunału Koronnego, ustanowionego przez króla Stefana Batorego. Jednym z prezydentów lubelskiego Trybunału był biskup Ignacy Krasicki, który objął swoją funkcję w 1765 roku. Klasycystyczny kształt budynek zyskał pod koniec XVIII wieku. Obecnie Trybunał pełni rolę pałacu ślubów, użytkowany jest także podczas miejskich konferencji i spotkań. W jego piwnicach rozpoczyna się zwiedzanie Lubelskiej Podziemnej Trasy Turystycznej.

- Teatr Stary

Po krakowskim Teatrze Starym jest to najstarszy budynek teatralny w Polsce. Powstał on w 1822 roku. Początkowo mieściła się w nim scena dramatyczna i operowa, a w XX wieku otwarto także kino. W latach 90. niedoinwestowany zabytek popadał w ruinę, a po przejęciu przez Miasto w 2007 roku, doczekał się niezbędnej renowacji. Remont o wartości 26 mln zł zakończono w 2012 roku.

W nowym otwarciu Teatru Starego uczestniczył m.in. prezydent RP Bronisław Komorowski.

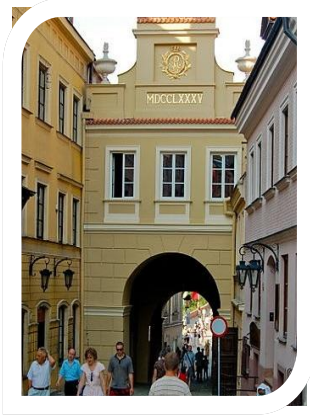
- Kościół oo. Dominikanów

Właściwie Bazylika pw. św. Stanisława Biskupa Męczennika, zwana także Bazyliką Relikwii Krzyża Świętego. To jedna z najstarszych świątyń w Lublinie i jednocześnie najdłużej istniejąca instytucja tego miasta (za datę założenia klasztoru przyjmuje się 1253 rok). Bazylika wraz z klasztorem stanowią jeden z najcenniejszych zabytków sakralnych na Lubelszczyźnie. W bogato wyposażonej świątyni, w której znajduje się aż 11 kaplic, możliwe jest zwiedzanie ekspozycji muzealnej oraz skarbca. Za kwotę ponad 9 mln złotych prowadzone są prace renowacyjne Bazyliki i Klasztoru – projekt Klasztor w sercu miasta realizowany jest przy udziale środków unijnych, a jego głównym celem jest zachowanie bezcennych zabytków dominikańskich oraz wzrost atrakcyjności turystycznej regionu lubelskiego. Klasztor oo. Dominikanów oraz Kościół pw. św. Stanisława są obiektami, które zadecydowały o przyznaniu Lublinowi Znaku Dziedzictwa Europejskiego.

Ilustracja 17 Brama Grodzka.

- Plac po Farze

Znajdował się na nim niegdyś kościół pw. św. Michała Archanioła. Była to najstarsza lubelska świątynia, wybudowana w XII wieku. Po wielu zniszczeniach i przebudowach, kościół ostatecznie rozebrano w połowie XIX wieku. Obecnie Plac po Farze jest miejscem spotkań i wydarzeń artystycznych, a najstarszy kościół przypominają wyeksponowane i podświetlone fundamenty oraz makieta odlana z brązu.



Źródło: www.commons.wikimedia.org. Fot. Szater.

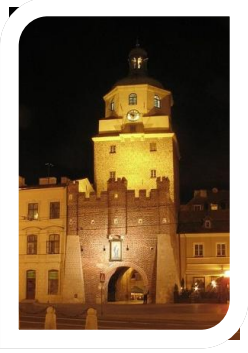
- Brama Grodzka

Została wybudowana za czasów króla Kazimierza Wielkiego, po najeździe Tatarów i pełniła funkcje obronne. Tak surowo strzeżono przepisów wjazdu do miasta, że przejazd przez bramę w nocy był niemożliwy nawet dla samego króla. Po okresach wojennych w XVII i XVIII wieku Brama Grodzka została przebudowana, podobnie jak wiele innych zabytkowych obiektów w Lublinie, na styl klasycystyczny i zmieniła funkcję na mieszkalną. Stała się miejscem oddzielającym polską część miasta od części żydowskiej. Obecnie swą siedzibę ma tu Ośrodek Brama Grodzka – Teatr NN.

Ilustracja 18 Brama Krakowska.

- **Brama Krakowska**

XIV-wieczna brama jest pozostałością muru obronnego oraz historycznym symbolem grodu. Do miasta prowadził wówczas most zwodzony nad głęboką fosą, a Brama wyposażona była w żelazną kratę, która strzegła bezpieczeństwa mieszkańców. Dla lublinian była tym ważniejsza, gdyż od XVI wieku znajdował się na niej zegar miejski. Zbudowana w stylu gotyckim, przebudowana w XVIII wieku na styl barokowy. Gdy funkcja obronna straciła na znaczeniu, Wieża była wykorzystywana do celów mieszkalnych. Obecnie mieści się tu Muzeum Historii Miasta Lublina.



Źródło: www.commons.wikimedia.org.

- **Archikatedra pw. św. Jana Chrzciciela i św. Jana Ewangelisty**

Największy lubelski obiekt sakralny, pełniący funkcję kościoła archikatedralnego Archidiecezji Lubelskiej. Świątynia powstała na przełomie XVI i XVII wieku jako

siedziba dla zakonu jezuitów. Przez lata była wielokrotnie przebudowywana w różnych stylach architektonicznych. Sklepienia i ściany świątyni są bogato zdobione iluzjonistycznymi freskami, które wykonano w 1757 roku. W jej wnętrzach znajdują się również zabytkowe elementy wyposażenia, przeniesione z rozebranego kościoła farnego, m.in. czternastowieczna chrzcielnica.

- **Wieża Trynitarska**

Była elementem dawnego kolegium jezuickiego. Jej nazwa wzięła się od zakonu trynitarzy, którzy przez krótki okres, w XIX wieku, zamieszkiwali wieżę. Wybudowana początkowo jako furta klasztorna, w 1627 roku została podniesiona i nadano jej funkcję dzwonnicy. Znajduje się na niej największy lubelski dzwon – Maria, który odzywa się tylko podczas wyjątkowych uroczystości. Obecnie w pomieszczeniach wieży ma miejsce wystawa Muzeum Archidiecezjalnego, a z tarasu widokowego, który jest najwyższym punktem widokowym miasta, można podziwiać panoramę Lublina.

Ilustracja 19 Pomnik Unii Lubelskiej na Placu Litewskim.

Źródło: www.commons.wikimedia.org. Fot. Szater.

- **Plac Litewski**

Znajdują się na nim: pomnik Unii Lubelskiej z 1826 roku, pomnik marszałka Piłsudskiego, grób nieznanego żołnierza oraz czarna topola potocznie zwana przez Lublinian Baobabem. Drzewo jest pomnikiem przyrody, a jego wiek szacuje się na 130-160 lat. Obecnie znajduje się w stanie obumierania i prawdopodobne jest zastąpienie go w niedalekiej przyszłości innym drzewem. Przy Placu znajdują się m.in. pałace Czartoryskich i Lubomirskich (Poradziwiłłowski). Pomnik Unii Lubelskiej jest jednym z 3 obiektów, które zadecydowały o przyznaniu Lublinowi Znaku Dziedzictwa Europejskiego.

W planach miejskiego Ratusza jest gruntowna przebudowa Placu Litewskiego. Spowoduje ona przedłużenie deptaka od Krakowskiego Przedmieścia, aż do ul. 3 Maja. Na placu powstanie także plac zabaw, miejsce rekreacji czynnej, element wodny, obiekty małej architektury oraz nowe oświetlenie i toalety. Przeprowadzone mają zostać także prace nad uporządkowaniem istniejącej zieleni. Przebudowa Placu Litewskiego ma potrwać do 2014 roku. Szacunkowy koszt inwestycji to ok. 60 mln zł, dokładne wyliczenia będą znane po zatwierdzeniu projektu renowacji.

- **Osiedle im. Juliusza Słowackiego projektu Oskara Hansena**

Osiedle im. Juliusza Słowackiego, pomimo iż zabytkiem nie jest, nie może zostać pominięte w zestawieniu wyjątkowych elementów architektury Lublina. Zaprojektowane zostało przez Oskara i Zofię Hansenów na początku lat 60. Realizacja trwała od 1964 do 1972 roku i uznawana jest za pierwsze i najbardziej udane urzeczywistnienie idei Formy Otwartej.[33]

Ta autorska teoria Hansena, uważana za jedną z najważniejszych nowoczesnych myśli polskiej architektury, zakładała realizację obiektów architektonicznych z myślą o odbiorcy, wpływając

[33] www.obieg.pl/teksty/1988

pozytywnie na jego jakość życia. Hansen chciał tworzyć przestrzenie uporządkowane, przyjazne, w których każda funkcja ma swoje miejsce. Osiedle im. Juliusza Słowackiego zostało więc podzielone na trzy strefy: centralną – obsługiwaną oraz dwie obsługujące. W części obsługiwanej usytuowano budynki mieszkalne i ogród osiedlowy. Strefa ta, dostępna jedynie dla ruchu pieszego, spełnia również funkcje wypoczynkowe i zaspokajania potrzeb kulturalnych. Części obsługujące to natomiast swoiste zaplecze z dostępem dla komunikacji kołowej. To tutaj znajdują się dojazdy do bloków, parkingi, pawilony handlowo-usługowe czy przedszkole.[34]

Oprócz różnic funkcjonalnych wyraźnie widoczne jest również zróżnicowanie konstrukcyjne. Bloki strefy obsługiwanej zaprojektowane przez Hansena wykorzystują formę prostopadłościanów. Z zewnątrz budynki wydają się być płaskie, nieurozmaicone. Strona wewnętrzna jawi się jednak zupełnie inaczej. Obfitość barw, ozdobne mozaiki (niestety dzisiaj w większości pomazane lub zniszczone) i nieregularnie rozmieszczone balkony stają się teatrem formy otwartej i nadają budowlom indywidualizmu.

Pawilony stref obsługujących charakteryzują się dachami zbudowanymi na planie wykresu funkcji hiperbolicznej, nadającymi formie ekspresji i energii. We wnętrzach wybranych budynków (np. w akademiku) znajdują się charakterystyczne dla estetyki Hansena belki, ukazujące architektonicznym laikom napięcia rządzące strukturą.[35]

Osiedle im. Juliusza Słowackiego uznać można za dzieło na skalę architektury światowej, wybitną realizację idei Formy Otwartej, potrafiącą zachwycić zarówno znawców architektury, jak i przeciętnych turystów.

Pałace Magnackie

Przedstawiciele rodów magnackich odgrywali znaczącą rolę w rozwoju i historii miasta oraz regionu. Ich rezydencje pełniły funkcję ośrodków sztuki i nauki. Lublin, jako jeden z największych centrów politycznych, gospodarczych i kulturowych w okresie I RP, przyciągał szlachciców i magnatów z całego kraju. Niemały wpływ na rozwój miasta miało również utworzenie Trybunału Koronnego. Niemal sto lat po tym wydarzeniu w Lublinie istniało aż dziewięćdziesiąt pałaców i dworów. Rezydencie magnackie i szlacheckie są interesującym przykładem architektury i sztuki wieków od XVI do nawet XIX, kiedy wiele z nich poddanych zostało przebudowom. Opisane poniżej zabytki zostały ujęte w ramach lubelskiego Szlaku Rezydencji Magnackich[36], co może potwierdzać ich wysoką atrakcyjność turystyczną.

- **Pałac Sobieskich**

Zespół pałacowy znajduje się przy ul. Bernardyńskiej 13, sąsiaduje z zabudowaniami Browaru Vettera. Pierwotnie pełnił prawdopodobnie rolę obronną. W I połowie XVI wieku wojewoda lubelski Marek Sobieski przebudował go na najokazalszą rezydencję pałacową w mieście[37]. W roku 1661 właścicielem został Jan III Sobieski, a budynek przekształcono w pałac barokowy. W XVIII wieku

[34] www.teatrnn.pl/leksykon/node/1570/oskar_hansen_osiedle_im_juliusza_s%C5%82owackiego_w_lublinie
[35] www.powojennymodernizm.com/Os-Slowackiego-Lublin
[36] www.lubelskie.pl/index.php?pid=484
[37] Tamże.

pałac użytkowany był przez Radziwiłłów, następnie podlegał licznym przebudowom oraz zmianom właścicieli – mieścił się tu m.in. młyn czy żeńskie gimnazjum. Obecnie zespół pałacowy użytkowany jest przez Politechnikę Lubelską. Bryła budynku, pierwotnie późnogotycka, następnie barokowa, swój obecny eklektyczny styl i kształt zawdzięcza licznym przebudowom z XIX wieku i składa się z siedmiopiętrowej wieży oraz skrzydeł bocznych. Niestety wnętrza zespołu nie zachowały śladów dawnej świetności – na próżno szukać tu malowideł, posadzek, pieców kaflowych, etc.

- **Pałac Lubomirskich (zwany również Radziwiłłowskim)**

Budynek znajdujący się na Placu Litewskim, pomiędzy pałacami Czartoryskich i Gubernialnym, swą historią sięga XVI wieku, kiedy to został wzniesiony w stylu renesansowym przez wojewodę Mikołaja Firleja. Z rąk rodu Firlejów przeszedł do Ostrogskich, a następnie Lubomirskich. Pod koniec XVII wieku pałac przebudowany został na styl barokowy, wg projektu Tylmana z Gameren. W XVIII wieku pałac zaczął popadać w ruinę. Po pożarze w 1829 roku pałac odbudowano nadając mu neorenesansowy charakter z elementami empire (odmiana późnego klasycyzmu), w którym budynek pozostaje do dnia dzisiejszego. We wnętrzu zachowały się elementy architektonicznego wystroju sali balowej.[38] Obecnie w pałacu mieści się Wydział Politologii UMCS.

- **Pałac Rafała Leszczyńskiego**[39]

Budowę mieszczącego się przy ul. Świętoduskiej obiektu rozpoczął w roku 1922 wojewoda bełcki, R. Leszczyński. Pierwotnie budynek przeznaczony miał być na zbór kalwiński, jednak zbrojne wystąpienia mieszkańców Lublina przeciwko innowiercom zmusiły Leszczyńskiego do jego sprzedaży. Zabudowania kupiła Katarzyna Sanguszkowa i przekazała karmelitankom bosym. Budynek reprezentuje architekturę renesansu lubelskiego – zachowały się m.in. ozdobne szczyty, czy charakterystyczne dekoracyjne listwy na sklepieniach. Obecnie w obiekcie znajduje się klasztor karmelitów bosych.

- **Pałac Lubienieckich (obecnie Seminarium Duchowne)**

Wzniesiony z początkiem XVII wieku przez Jana Lubienieckiego. Pod koniec stulecia obiekt przejęła Anna Zbąska (podkomorzyna lubelska, zwana też „pierwszą polską poetką") i podarowała go zakonowi misjonarzy. Budynek należy do najciekawszych realizacji sakralnych początku XVIII wieku w Polsce; jest najwybitniejszym dziełem tego okresu zachowanym w Lublinie[40]. Na co dzień niedostępny dla osób spoza seminarium, jest jednak kilka razy w roku otwierany dla zwiedzających. Elementem charakterystycznym dla pałacu są wyjątkowe medaliony, przedstawiające poczet królów i książąt polskich, wraz z towarzyszącymi emblematami odwołującymi się do ich dziejów.

- **Pałac Czartoryskich**

Znajdujący się przy Placu Litewskim obiekt wybudowano w II połowie XVII wieku w stylu barokowym wg projektu Tylmana z Gameren. Początkowo w rękach Lubomirskich, w 1731 roku przejęty przez Czartoryskich, którzy jednak nie mieszkali w Lublinie i pałac traktowali jako jedną z wielu posiadłości. W roku 1812 obiekt sprzedano Kobylińskim na fabrykę tytoniu. Od tego czasu

[38] Tamże.
[39] Tamże.
[40] www.teatrnn.pl/leksykon/node/133/ko%C5%9Bci%C3%B3%C5%82_pw_przemienienia_pa%C5%84skiego_seminaryjny_w_lublinie

pałac często zmieniał właścicieli (mieścił się tu m.in. kinematograf Oaza i Kino Corso). Zniszczony w czasie II wojny światowej, został odbudowany i przekazany PTTK. Od roku 1973 w pałacu swą siedzibę ma Lubelskie Towarzystwo Naukowe, a przeprowadzony remont generalny zwrócił budynkowi jego reprezentacyjny charakter.

Oprócz opisanych powyżej, w Lublinie znajdują się również inne interesujące przykłady zabudowań pałacowych:

- Pałac Krebsa,
- Pałac Suchodolskich/Konsystorski,
- Pałac Tarłów/Olizara,
- Pałac Parysów,
- Pałac Potockich,
- Pałac Pawęczkowskiego,
- Pałac Morskich,
- Pałac Gubernialny.

Zabytki renesansu lubelskiego

Renesans lubelski to oryginalny nurt w architekturze, widoczny zwłaszcza w budynkach sakralnych. Kościoły budowane w tym stylu charakteryzują się wysmukłością i lekkością bryły, węższym od nawy prezbiterium i dostawianymi do korpusu głównego kaplicami fundatorów. Dodatkowym znakiem rozpoznawczym renesansu lubelskiego jest bogate zdobienie detalami architektonicznymi fasad i użycie ozdobnego stiuku na sklepieniach. Świątynie powstające w tym stylu lub czerpiące z jego założeń zlokalizowane są w Lublinie głównie na Starym Mieście, a także przy ulicach Krakowskie Przedmieście i Kalinowszczyzna. Są to przede wszystkim: [41].

- **Kościół Nawrócenia pw. św. Pawła Apostoła, ul. Bernardyńska**

To prawdopodobnie pierwszy obiekt wzniesiony w stylu renesansu lubelskiego – powstał już na przełomie XV i XVI wieku. Obecny kształt zyskał podczas przebudowy z lat 1601-1607, kiedy to Jakub Balin i Rudolf Negroni przystosowali kościół do stylu renesansowego. Na szczególną uwagę zasługują charakterystyczne sztukaterie o układzie geometryczno-sieciowym na sklepieniu.

- **Kościół Matki Boskiej Zwycięskiej, ul. G. Narutowicza**

Wzniesiony w latach 1412-1426, w celu upamiętnienia zwycięstwa Władysława Jagiełły nad Krzyżakami. Główna bryła kościoła, pierwotnie w stylu gotyckim, przebudowana została w XVII wieku i jest interesującym przykładem syntezy gotyku i renesansu, z charakterystycznymi sklepieniami i sztukateriami. Atrakcją jednej z najstarszych lubelskich świątyń są XV-wieczne freski oraz odkryte niedawno krypty. Dla zwiedzających udostępniona jest także wieża, z której podziwiać można panoramę Lublina.

[41] www.tnn.pl/Szlak_renesansu_lubelskiego,513.html

- **Kościół pw. św. Ducha, ul. Krakowskie Przedmieście**

Nosi charakterystyczne cechy renesansu lubelskiego w postaci dekoracji stiukowej. Wnętrze kościoła ozdobił murator lubelski Jan Cangerle, podczas przebudowy, na początku XVII wieku.

- **Kościół Karmelitów Bosych pw. św. Józefa, ul. Świętoduska**

Wzniesiony w XVII wieku, mimo licznych przebudów, do dziś zachował wiele cech renesansu lubelskiego, przede wszystkim sztukaterie pokrywające kolebkowe sklepienia oraz fryz. Również fasada kościoła posiada wyraźne wpływy renesansowe.

- **Kościół Ojców Dominikanów pw. św. Stanisława, ul. Złota**

Powstał w XIV wieku. Po wielkim pożarze w roku 1575 odbudowany został w stylu renesansu lubelskiego. Na szczególną uwagę zasługuje m.in. sklepienie kolebkowe z lunetami, fasada ozdobiona gzymsami i sterczynami oraz widoczne w niektórych kaplicach sztukaterie.

- **Kościół pw. św. Wojciecha, ul. Podwale**

Murowany kościół z I połowy XVII wieku jest kolejnym przykładem renesansu lubelskiego – jest budowlą jednonawową, z półkolistą absydą obwiedzioną gzymsem konsolowym i siecią sztukaterii na kolebkowych sklepieniach.

- **Kościół pw. św. Mikołaja, ul. ks. Michała Słowikowskiego**

Kościół nieco oddalony od Centrum, uznawany jest za siedzibę najstarszej parafii lubelskiej. Pierwotną świątynię założył prawdopodobnie Mieszko I w 986 roku. Obecna budowla pochodzi z końca XVI wieku, a przebudowana została w wieku XVII, kiedy to uzyskała cechy renesansu lubelskiego – nawę i prezbiterium przesklepiono kolebką, ozdobiono je sztukateriami (prostokątne pola w prezbiterium, profilowane ramy z dekoracją z rozet oraz motywami kwiatów i liści w nawie).

Ilustracja 20 Kościół pw. św. Agnieszki

Źródło: www.commons.wikimedia.org. Fot. Tomasz Zugaj.

- **Kościół pw. św. Agnieszki, ul. Kalinowszczyzna**

Siedemnastowieczny kościół nosi cechy różnych stylów, w tym renesansu lubelskiego, widocznego szczególnie w prezbiterium, nakrytym sklepieniem kolebkowym i siecią sztukaterii. Zaprezentowane powyżej obiekty ujęte zostały w ramach szlaku renesansu lubelskiego, opracowanego przez Ośrodek Brama Grodzka – Teatr NN.

Część z nich znalazła się także na wojewódzkim Szlaku Renesansu Lubelskiego, który przygotowała Lubelska Regionalna Organizacja Turystyczna.

3.3.3. Obiekty muzealne o istotnym potencjale turystycznym

Obiekty muzealne dzięki gromadzonym przez siebie zbiorom oraz prezentacji elementów dziedzictwa kulturowego, mają ogromną siłę przyciągania turystów i nierzadko stanowią o intensywności ruchu turystycznego w danym mieście czy regionie. Ich znaczenie przy tworzeniu oferty turystycznej jest obecnie jeszcze większe poprzez nowoczesne formy prezentacji, które bardziej angażują odbiorcę w poznawany temat, dając mu wpływ na prezentowane treści lub zapraszając do uczestnictwa

w doświadczeniach. Różnego rodzaju multimedia, czy interaktywne elementy ekspozycji, oddziaływujące na wszystkie zmysły, są coraz częściej stosowane i pozwalają zwiedzającym na głębsze przeżycia i lepsze zapamiętywanie poznawanych zagadnień.

Tabela 2 Frekwencja obiektów muzealnych w Lublinie w 2012 roku

LP.	MUZEUM	LICZBA ODWIEDZIN W 2012 r.
1.	Muzeum Lubelskie na Zamku	128 698
2.	Państwowe Muzeum na Majdanku	101 320
3.	Muzeum Wsi Lubelskiej (Skansen)	66 103
4.	Ogród Botaniczny UMCS	47 327
5.	Lubelska Trasa Podziemna	21 926
6.	Muzeum Archidiecezjalne (Brama Trynitarska)	11 888
7.	Muzeum Literackie im. Józefa Czechowicza	6 785
8.	Ośrodek Brama Grodzka – Teatr NN*	6 510
9.	Muzeum Martyrologii „Pod Zegarem”	3 021
10.	Muzeum Dworek Wincentego Pola	2 417
11.	Apteka – Muzeum	1 587
12.	Brama Krakowska	127 (dane za I kwartał)

Źródło: LOITiK.

*Opis Ośrodka „Brama Grodzka-Teatr NN” znajduje się w podrozdziale 3.3.5. Instytucje kultury o znaczącym potencjale dla rozwoju turystyki, a Ogrodu Botanicznego UMCS w podrozdziale 3.2.5. Ogrody i parki.

Ofertę lubelskich muzeów można ocenić jako bogatą i urozmaiconą. Obiekty tego typu niewątpliwie stanowią jeden z filarów atrakcyjności turystycznej miasta, o czym świadczą statystyki odwiedzin – w 2012 roku w muzeach w Lublinie łącznie odnotowano około 400 tys. odwiedzin. Poniżej przedstawiono opis najistotniejszych obiektów w kolejności według frekwencji (obiekty, dla których informacje o ilości odwiedzin są niedostępne, opisane zostały na końcu zestawienia).

- **Muzeum Lubelskie**

Jedno z najstarszych i największych muzeów we wschodniej Polsce. Od 1957 roku główna siedziba muzeum mieści się na Zamku w Lublinie, a pozostałe oddziały miejscowe i zamiejscowe również mają siedziby w wysokiej klasy zabytkach. W Muzeum na Zamku można podziwiać wiele stałych wystaw, m.in. archeologiczną, monet i medali, a także galerię malarstwa, której elementem jest obraz Unia Lubelska autorstwa Jana Matejki.

Poza zamkiem, na terenie Lublina znajdują się jeszcze cztery oddziały Muzeum:

- Muzeum Historii Miasta Lublina (Brama Krakowska)

Wystawa ukazuje historię miasta od czasów osadniczych aż po II wojnę światową i zawiera liczne eksponaty archeologiczne, rzemieślnicze i pisane.

- Muzeum Martyrologii „Pod Zegarem”

Mieści się w byłym areszcie gestapo przy ulicy Uniwersyteckiej. Odtworzono tam celę więzienną oraz karcer-ciemnię, zgromadzono także liczne korespondencje więzienne. Znajdują się tam również dwie

wystawy stałe: Historia więzienia na Zamku i domu „Pod Zegarem" oraz Martyrologia młodzieży Lublina i harcerstwa Lubelszczyzny 1939-1945.

- Dworek Wincentego Pola

Muzeum biograficzne słynnego poety i geografa, znajdujące się w niewielkim dworku przy ulicy Kalinowszczyzna.

- Muzeum Literackie im. Józefa Czechowicza

Głównym celem mieszczącego się na Rynku Starego Miasta muzeum, jest gromadzenie i udostępnianie materiałów związanych z życiem i twórczością poety Józefa Czechowicza oraz innych pisarzy związanych z Lubelszczyzną.

Ilustracja 21 Muzeum na Majdanku.

- **Państwowe Muzeum na Majdanku**

Źródło: www.majdanek.eu.

Powstało w miejscu nazistowskiego obozu koncentracyjnego i jenieckiego KL Lublin (potocznie zwanego Majdankiem). Przez obóz przeszło ok. 150 tys. ludzi, z czego ponad połowa straciła życie w komorach gazowych bądź przez rozstrzelanie w pobliskim lesie krępieckim. Muzeum powstało już w 1944 roku i była to pierwsza tego typu placówka na świecie. Jego powierzchnia to około 90 ha (3 razy mniej niż zajmował niegdyś obóz), na których zlokalizowane jest około 70 obiektów (w obozie było ich około 280). Znajduje się tutaj również pomnik, upamiętniający ofiary Holokaustu, którego częścią jest mauzoleum zawierające prochy ludzkie, zebrane na terenach obozowych. W zmodernizowanym baraku numer 62 powstała nowoczesna sala wystawiennicza, wyposażona w projektory, ekrany holograficzne, a także specjalne gabloty, umożliwiające bezpieczną prezentację najdelikatniejszych eksponatów. Pierwszą wystawą zaprezentowaną w zmodernizowanej Sali w lipcu 2013 roku była multimedialna wystawa pt. „Wysiedleńcy z Zamojszczyzny". Projekt był realizowany z dofinansowaniem środkami unijnymi pochodzącymi z RPO województwa lubelskiego na lata 2007-2013.

- **Skansen – Muzeum Wsi Lubelskiej**

Ilustracja 22 Muzeum Wsi Lubelskiej.

Źródło: www.lublin.eu.

W Muzeum podziwiać można zbiory architektury drewnianej, murowanej i zbiory etnograficzne, podzielone według regionu pochodzenia na 7 kategorii: Wyżynę Lubelską, Roztocze, Powiśle Lubelskie, Podlasie, Nadbuże oraz sektor dworski i miasteczkowy. Na terenie kilkudziesięciu hektarów wpisanego do rejestru zabytków Muzeum, zobaczyć można m.in. wiejskie zagrody, wiatrak, studnię, kurnik, kuźnię, spichlerz, kościół czy cerkiew greckokatolicką.

- **Lubelska Trasa Podziemna**

To trasa edukacyjno-turystyczna zlokalizowana w ciągu XVI i XVII-wiecznych piwnic, o długości prawie 300 m, prowadzących od Trybunału Koronnego do Placu po Farze. W 14 salach znajdują się

makiety, obrazujące rozwój miasta na przestrzeni stuleci. Kulminacyjnym punktem jest ruchoma makieta ze światłem i dźwiękiem, inscenizująca Wielki Pożar Lublina, który miał miejsce w 1719 roku. Dużą atrakcję stanowi wieczorne zwiedzanie podziemnej trasy przy pochodniach oraz odbywające się co poniedziałek inscenizacje – jedną z odgrywanych opowieści jest słynna legenda o Czarciej Łapie.

- **Muzeum Archidiecezjalne Sztuki Religijnej (Wieża Trynitarska)**

W swoich zbiorach muzeum posiada ponad 1000 eksponatów, zgromadzonych w trzech działach: malarstwo, rzeźba i rzemiosło artystyczne (m.in. tkaniny i sprzęty liturgiczne). Jednak najcenniejszym obiektem, pozostającym pod opieką placówki, jest jej siedziba – zabytkowa Wieża Trynitarska, będąca najwyższym punktem widokowym miasta. Z tarasu zlokalizowanego na wysokości 40 m zwiedzający mogą podziwiać rozległą panoramę Lublina.

- **Apteka Muzeum**

Mieszczące się przy ulicy Grodzkiej na Starym Mieście muzeum gromadzi zbiory związane z przemysłem farmaceutycznym, pochodzące z XVIII, XIX i XX wieku. Najliczniejszą grupę stanowią naczynia do przechowywania i wydawania substancji leczniczych, wykonane z fajansu, szkła, metalu, drewna czy tektury. Ponadto podziwiać można liczną kolekcję wag aptecznych, sita, miary i inne eksponaty.

Ilustracja 23 Izba Drukarstwa.

Źródło: landbrand.

- **Izba Drukarstwa**

Jest małym muzeum druku, w którym poznać można dawne techniki drukarskie oraz historię podziemnego drukarstwa lubelskiego. Zgromadzone przez Ośrodek Brama Grodzka – Teatr NN zabytkowe maszyny i czcionki, zostały doprowadzone do stanu używalności i za ich pomocą drukowane są komiksy, ulotki oraz utwory literackie np. Poemat o mieście Lublinie Józefa Czechowicza. W przyszłości planowana jest rozbudowa Izby Drukarstwa i stworzenie na jej podstawie Domu Wolnego Słowa, w którym ukazane byłoby znaczenie wolności słowa oraz siła języka mówionego i pisanego.

- **Piwnica pod Fortuną**

Ilustracja 24 Piwnica pod Fortuną.

Źródło: www.lublin.eu.

Nowoczesne muzeum zlokalizowane w zabytkowej kamienicy Lubomelskich przy Rynku Starego Miasta. Na ekspozycję składa się 10 sal tematycznych, w których przy wykorzystaniu multimediów i hologramów, zaprezentowano m.in. historię przemysłową, mieszczańską czy wielokulturową i wieloreligijną Lublina. W jednym z pomieszczeń na ścianach podziwiać można renesansowe polichromie o tematyce świeckiej, datowane na XVI wiek.

3.3.4. Elementy dziedzictwa żydowskiego istotne dla rozwoju turystyki

Ilustracja 25 Zabytkowa studnia – pozostałość dzielnicy żydowskiej.

Źródło: landbrand.

Historia Lublina od wieków związana była z narodem żydowskim. W połowie XIX wieku żyło ich tu prawie 9 tysięcy, co wówczas stanowiło ponad połowę ludności miasta. Przed II wojną światową, w latach 20. XX wieku Żydzi stanowili prawie 40% mieszkańców Lublina, a na północny-wschód od Starego Miasta rozciągała się ich dzielnica.[42] Obecnie miasto żydowskie nie istnieje, gdyż zostało doszczętnie wyburzone przez Niemców w czasie II wojny światowej. Jedną z nielicznych pozostałości po tej dzielnicy jest stara studnia, która znajduje się obecnie na parkingu przy dworcu PKS. Jednakże liczne ślady uchroniono od zniszczeń i dziś stanowią świadectwo przedwojennych czasów. Poniżej opisano wybrane elementy dziedzictwa żydowskiego, które w Lublinie stanowią wyróżnikowy walor kulturowy.

- **Widzący z Lublina – Jakub Icchak Horowitz (właściwie: Jaakow Icchak ha-Lewi Horowic)**

Ilustracja 26 Macewa Widzącego z Lublina na starym cmentarzu żydowskim.

Źródło: www.loitik.eu.

Jakub Icchak Horowitz był chasydzkim rabinem, obdarzonym darem jasnowidzenia, który mieszkał w Lublinie na przełomie XVIII i XIX wieku. Jego kamienica mieściła się na nieistniejącej już ulicy Szerokiej, w rejonie obecnego Placu Zamkowego. Ohel (niewielki grobowiec) Widzącego z Lublina znajduje się na starym cmentarzu żydowskim i stanowi miejsce pielgrzymek chasydów z całego świata.

Zgodnie z legendą Widzący osiadł właśnie w Lublinie, gdyż z Kabały wyliczył, iż to właśnie tu znajduje się pępek świata – miejsce, z którego najłatwiej skontaktować się z Bogiem. Kontakt ten był mu potrzebny, gdyż starał się wyprosić od Boga szybsze nadejście Mesjasza. Podczas jednej z mistycznych modlitw Jakub pokłócił się z Bogiem, który rozzłoszczony śmiałością rabina sprawił, iż ten zaczął lewitować. Pogrążony w głębokich modlitwach Jakub nie zauważył, kiedy znalazł się za oknem swego domu wysoko nad ziemią. Wtedy Bóg odebrał mu dar lewitacji. Horowic zmarł po kilku dniach na skutek poniesionych obrażeń.

- **Stary Cmentarz Żydowski (Kirkut) przy ul. Kalinowszczyzna.**

Mieści się na wzniesieniu, co zgodne jest z judaistyczną tradycją. W średniowieczu w jego miejscu znajdowało się grodzisko. Nagrobek Jakuba Kopelmana z 1541 roku jest najstarszym żydowskim pomnikiem nagrobnym na ziemiach polskich, istniejącym w swym pierwotnym miejscu. Sam cmentarz należy do najstarszych nekropolii żydowskich w kraju. Miejsce pochówku znaleźli na nim między innymi: prezes Sejmu Czterech Ziem Abraham ben Chaima zmarły w 1762 roku, rabin Israel

[42] www.polin.org.pl/cities/54/info

ha-Lewi Horowic, zwany Eisenkopf, zmarły w 1819 roku oraz wielu innych zasłużonych na przestrzeni wieków Żydów. Cmentarz czynny był oficjalnie do roku 1830. Dziś jego zwiedzanie może odbywać się po wcześniejszym umówieniu.

- **Nowy cmentarz żydowski przy ul. Walecznych 5**

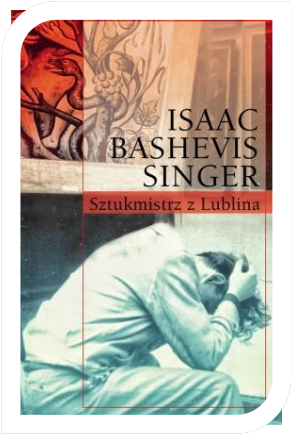
Kirkut ten otwarto w 1831 roku ze względu na brak miejsc do pochówków na starym cmentarzu. Zostało tu pochowanych wielu zasłużonych przedstawicieli Gminy Żydowskiej, w tym m.in. rabin Majer Szapiro, założyciel lubelskiej Jesziwy. Cmentarz został doszczętnie zniszczony przez nazistów w 1942 roku, którzy użyli macew z cmentarza do utwardzenia drogi do obozu na Majdanku. Obecnie na uporządkowanym cmentarzu znajduje się Izba Pamięci oraz nagrobki upamiętniające pochowanych tu Żydów.

- **Jesziwa Chachmej Lublin (Lubelska Szkoła Mędrców)**

Założona w 1930 roku największa na świecie uczelnia talmudyczna. Jesziwa kontynuowała tradycję XVI-wiecznej akademii talmudycznej, która była znakiem świetności ludności żydowskiej w tamtych czasach. Uczelnia została zamknięta po wybuchu II wojny światowej, a po wojnie budynek został przejęty przez Akademię Medyczną. W 2003 roku zwrócono go Warszawskiej Gminie Żydowskiej, której podlega lubelska filia. Po remoncie oddano do użytku synagogę, a także odrestaurowano zabytkową mykwę – zbiornik do rytualnego obmywania. Obecnie można zwiedzać wystawę poświęconą historii uczelni, planowane jest także otwarcie pierwszego w Europie Muzeum Chasydyzmu. Jesienią 2013 roku w budynku dawnej Jesziwy otwarty zostanie hotel Ilan dysponujący 44 pokojami w standardzie 4-gwiazdkowym. Obiekt będzie przystosowany do potrzeb ortodoksyjnych Żydów, a kuchnia i restauracja przejdą certyfikację koszerności.

Ilustracja 27 Okładka „Sztukmistrza z Lublina”.

- **Synagoga Chewra Nosim**



Źródło: landbrand.

Jedyna zachowana lubelska bożnica. Mieści się ona na I piętrze kamienicy przy ul. Lubartowskiej 10. Od 1987 roku w budynku znajduje się Izba Pamięci Żydów Lubelskich. Do 1984 roku w synagodze odbywały się regularne nabożeństwa. Od 2008 roku można oglądać tu wystawę „Jesteśmy”. Zdjęcia zebrane na niej pokazują powojenne losy lubelskich Żydów.

- **Isaac Bashevis Singer**

Osoba noblisty narodowości żydowskiej związana jest z Lublinem przez tytuł jednej z jego powieści – Sztukmistrz z Lublina. Choć pisarz urodził się w Leoncinie, a jego matka pochodziła z Biłgoraja, właśnie Lublin, poprzez tytułowego Sztukmistrza, najsilniej kojarzony jest z jego twórczością. Wspomniana powieść należy bowiem wciąż do najbardziej poczytnych pozycji tego autora, w wielu krajach świata. Poruszana w niej problematyka w połączeniu z wartką i angażującą akcją, czynią z niej pozycję trafiającą w gusta współczesnego czytelnika.

- **Ośrodek „Brama Grodzka – Teatr NN"**

Ilustracja 28 Ulica Grodzka, wejście do siedziby Teatru NN.

Źródło: landbrand.

Miejska instytucja kultury, jaką jest Ośrodek Brama Grodzka – Teatr NN, na podstawie historycznych zdjęć, podań i materiałów dba między innymi o to, by istotna część historii miasta związana z dziedzictwem żydowskim, nie została zapomniana. Poniżej opisano wybrane przedsięwzięcia, jakie zostały podjęte by pamięć o przedwojennym Lublinie przetrwała wśród kolejnych pokoleń.[43]

- Wystawa Lublin. Pamięć Miejsca[44]

Brama Grodzka była niegdyś przejściem z dzielnicy chrześcijańskiej do nieistniejącego dziś miasta żydowskiego. Obecnie można w niej podziwiać efekt bezprecedensowych prac, mających na celu przywrócenie i zachowanie pamięci o przedwojennej historii Lublina, jego wielokulturowości oraz spuściźnie żydowskiej. Obok metalowych półek z segregatorami, symbolizującymi archiwum, ustawione zostały stanowiska komputerowe, w których można przeglądać zawartości obszernych baz danych.

- Wirtualna makieta dzielnicy żydowskiej

Pozwala przenieść się do nieistniejącej dzielnicy miasta. Fotorealistyczne bryły kamienic i budynków stwarzają wrażenie obcowania z magiczną, zamkniętą w pamięci komputera, historyczną prawdą o Lublinie. Projekt powstał w oparciu o platformę Google Earth i zbiory archiwalnych fotografii miasta. Dostępny poprzez stronę teatrnn.pl, w ramach projektu Lublin 2.0.

- Henio Żytomirski na Facebooku

Akcja prowadzona na portalu społecznościowym Facebook, podczas której informowano o historiach lubelskich dzieci żydowskich, które zginęły podczas wojny. Profil Henia Żytomirskiego (chłopiec urodził się w 1933 roku) w krótkim czasie polubiło kilka tysięcy użytkowników. Akcja dokładnie realizuje założenia prezentacji dziedzictwa miasta i jego historii, przy użyciu najnowszych środków przekazu. Pozwala to obecnie żyjącym ludziom na pełniejsze zrozumienie historii.

Ośrodek Brama Grodzka – Teatr NN opracował także Bibliotekę Multimedialną, która stanowi niewyczerpana skarbnicę wiedzy na temat Lublina. W jej ramach nieodpłatnie udostępniono online blisko 29 000 publikacji. W cyfrowej formie można zapoznać się z czasopismami, zapisami audio i wideo i wieloma innymi historycznymi materiałami, które m.in. opowiadają historię lubelskiej Gminy Żydowskiej.

[43] Szerszy opis Ośrodka „Brama Grodzka – Teatr NN" znajduje się w podrozdziale dot. instytucji kultury o znaczącym potencjale dla rozwoju turystyki.
[44] www.teatrnn.pl/kalendarium/node/1366/wystawa_lublin_pami%C4%99%C4%87_miejsca

3.3.5. Instytucje kultury o znaczącym potencjale dla rozwoju turystyki

Lublin jest miastem o niezwykle bogatej ofercie wydarzeń kulturalnych. Ponad 0,5 mln osób rocznie korzysta z oferty wydarzeń kulturalnych. Tak zróżnicowana oferta mogła powstać tylko dzięki działalności ludzi kultury reprezentujących różnorodne instytucje i środowiska.

W mieście funkcjonują różnego typu instytucje kultury, które mają istotny wpływ na ofertę turystyczną miasta. Przez uczestnictwo Lublina w konkursie na Europejską Stolicę Kultury 2016, kultura zyskała tu szczególne miejsce, co przekłada się zarówno na liczbę miejsc zajmujących się tworzeniem oferty kulturalnej Lublina, a także na bogactwo oferowanych przez nie wydarzeń. Poniżej wskazano najważniejsze z instytucji kultury mieszczących się w Lublinie, których efekty działalności mogą stanowić przedmiot szczególnego zainteresowania ze strony turystów. Pominięte zostały podmioty takie jak spółdzielcze, dzielnicowe i młodzieżowe domy kultury, osiedlowe kluby oraz biblioteki publiczne, gdyż ich działalność skupia się przede wszystkim na aktywizacji kulturalnej miejscowej społeczności, a nie zaspokajaniu potrzeb turystów. Specjalną uwagę zwrócono na teatry w tym teatry alternatywne, które mogą stanowić o unikatowej ofercie kulturalnej a także turystycznej Lublina.

- **Centrum Kultury w Lublinie**[45] – jedna z największych samorządowych instytucji kulturalno-edukacyjnych w mieście, która angażuje się w bardzo szerokie spektrum projektów artystycznych – ogrom działań podejmowanych przez tę instytucję rozdzielony jest na wiele jednostek organizacyjnych. Centrum pełni też misję edukacyjną i organizuje liczne warsztaty, jednocześnie wspierając młodych animatorów kultury. Wśród realizowanych projektów oprócz głównego nurtu nie brakuje także przedsięwzięć alternatywnych. Instytucja jest organizatorem wielu festiwali teatralnych, filmowych, muzycznych i edukacyjnych, m.in. Lublin Jazz Festiwal, Konfrontacje Teatralne czy Festiwal Teatrów Europy Środkowej „Sąsiedzi".
- **Warsztaty Kultury w Lublinie**[46] **–** instytucja rozpoczęła działalność w 2009 roku jako filia lubelskiego Centrum Kultury, a obecnie jest samodzielną jednostką. W swoich projektach pracownicy Warsztatów podkreślają m.in. chęć propagowania kultury czynnej oraz używania nowych technologii dla edukacji kulturalnej i promocji dziedzictwa kulturowego. Instytucja jest głównym organizatorem lub współorganizatorem najbardziej popularnych wśród mieszkańców i turystów wydarzeń w Lublinie, takich jak: Carnaval Sztuk-Mistrzów, Noc Kultury czy Jarmark Jagielloński. Istotną część działalności Warsztatów Kultury stanowią także projekty związane z Partnerstwem Wschodnim np. „Connected by the Border" czy „Kongres Kultury Partnerstwa Wschodniego". W ramach tych projektów kładziony jest nacisk na kulturę jako element budowania dobrych relacji z krajami Partnerstwa Wschodniego. Dzięki przedsięwzięciom takim jak te, Lublin może budować swoją pozycję jako Centrum Kompetencji Wschodnich w Polsce i w Unii Europejskiej.
- **Ośrodek Brama Grodzka – Teatr NN**[47] – samorządowa instytucja kultury, założona w 1990 roku przez Tomasza Pietrasiewicza. Teatr NN realizuje odważne projekty z zakresu ochrony

[45] www.ck.lublin.pl
[46] www.warsztatykultury.pl
[47] www.tnn.pl

dziedzictwa kulturowego i historycznego Lublina, znaczną część swoich prac poświęcając tematyce żydowskiej oraz pamięci o Holocauście. Brama Grodzka to dawne przejście z miasta chrześcijańskiego do żydowskiego – miejsce połączenia różnych kultur i religii, co obecnie symbolizuje idee przyświecające działaniom pracowników Ośrodka. Poza zbiorami zgromadzonymi w Bramie Grodzkiej, Teatr NN zarządza również istotnymi atrakcjami turystycznymi – Podziemna Trasą Turystyczną oraz Izbą Drukarstwa, która w przyszłości ma zmienić się w „Dom Wolnego Słowa".

- **Ośrodek Międzykulturowych Inicjatyw Twórczych „Rozdroża"**[48] **–** to miejska instytucja kultury, działająca w Lublinie od 2008 roku, będąca spadkobiercą działalności Fundacji „Muzyka Kresów". „Rozdroża" organizują wiele oryginalnych wydarzeń muzycznych, takich jak np. Festiwal Tradycji i Awangardy Muzycznej „Kody" czy Międzynarodowy Festiwal „Najstarsze Pieśni Europy". Z kolei Festiwal Sztuki w Przestrzeni Publicznej OPEN CITY, jest jedną z najważniejszych w Polsce prezentacji sztuki współczesnej. Różnorodne elementy sztuki wizualnej prezentowane podczas Festiwalu (np. instalacje czy murale) zostają na stałe w Lublinie ubogacając przestrzeń miasta.
- **Akademickie Centrum Kultury UMCS „Chatka Żaka"**[49] – jest instytucją, która integruje akademickie środowiska, a jej działalność obejmuje niemal wszystkie dziedziny sztuki: muzykę, teatr, film, sztuki plastyczne, literaturę. W ramach Centrum działa wiele pracowni i zespołów artystycznych m.in. Orkiestra św. Mikołaja. „Chatka Żaka" jest także organizatorem wielu wydarzeń, które mogą stanowić element zainteresowania ze strony turystów. Najistotniejszym z nich jest Międzynarodowy Festiwal Muzyki Ludowej „Mikołajki Folkowe", który jest najstarszym i jednym z najważniejszych festiwali folkowych w kraju.
- **Galeria Labirynt**[50] **–** realizuje ambitny program wystawienniczy, prezentując dzieła artystów młodych oraz o uznanej marce. Upowszechnia malarstwo, film, rzeźbę czy instalacje, a także sztukę performance. Galeria jest otwarta na nowe formy sztuki i eksperymenty artystyczne, realizuje także bogaty program edukacyjny oraz prowadzi działalność wydawniczą. Do 2012 roku działała jako Biuro Wystaw Artystycznych, której tradycje sięgały 1956 roku. Z początkiem 2013 roku Labirynt przeniósł się do dotychczasowej siedziby Warsztatów Kultury, która jest znacznie większa. Zamiana pozwoli instytucji realizować założony program wystawienniczy jednocześnie z innymi przedsięwzięciami. W przyszłości planowane jest przekształcenie Galerii Labirynt w Centrum Sztuki Współczesnej.
- **Galeria Biała**[51] – działająca nieprzerwanie od 1985 roku w Centrum Kultury, stara się ukazywać nowe zjawiska i tendencje sztuki najnowszej w rozmaitych przejawach i formach. W galerii odbyło się ponad 350 wystaw artystów z Polski i zagranicy – m.in. z Niemiec, Izraela, Czech czy Holandii. Prowadzący galerię – Anna Nawrot i Jan Gryka – zwracają się szczególnie w stronę sztuki młodej, współczesnej. Sprawia to, że Galeria Biała posiada duży potencjał generowania nowych, interesujących zjawisk na krajowej scenie artystycznej.

[48] www.rozdroza.com
[49] www.ack.lublin.pl
[50] www.labirynt.com
[51] www.biala.art.pl

Otwarte przy Galerii „Podwórko sztuki" jest jednym z tych miejsc w Lublinie, w których mieszkaniec czy turysta może obcować ze sztuką wizualną w przestrzeni miasta, prezentowaną m.in. za pomocą graffiti, murali, instalacji czy nadruków na banery.

- Oferta teatrów repertuarowych i instytucji muzycznych w Lublinie jest bogata i zróżnicowana. Zawiera ona zarówno propozycje z zakresu muzyki poważnej, opery i operetki, klasycznego repertuaru teatralnego, teatru lalki. Jest to spektrum tematyczne, które powinno zaspokoić gusta wielu potencjalnych turystów.
- **Filharmonia im. H. Wieniawskiego w Lublinie**[52] – instytucja założona w grudniu 1944 roku to najstarszy zespół filharmoniczny działający w Polsce po II wojnie światowej. Orkiestra symfoniczna Filharmonii liczy 83 muzyków i wykonuje zróżnicowany repertuar, począwszy od muzyki baroku, przez klasycyzm, romantyzm, aż po muzykę współczesną. Ma w swoim dorobku także 9 nagrań płytowych. Muzycy z powodzeniem koncertują także w Polsce i za granicą w ramach mniejszych zespołów. Na scenie filharmonii wystąpiło wielu światowej sławy twórców. Instytucja będzie miała swoją siedzibę w Centrum Spotkania Kultur, powstającym na miejscu Teatru w Budowie.
- **Teatr im. Juliusza Osterwy**[53] **–** jego początki sięgają 1886 roku, kiedy to przy ulicy Namiestnikowskiej (obecnie Narutowicza) otwarto gmach Teatru Zimowego. W latach 20. XX wieku przeszedł we władanie miasta. Imię patrona, aktora i reżysera teatralnego Juliusza Osterwy nadano teatrowi w 1949 roku. Współcześnie instytucja pełni misję szerokiej popularyzacji sztuki teatralnej, grając wiele popularnych przedstawień (np. „Balladyna", „Zbrodnia i Kara", „Sen Nocy Letniej"), nie stroniąc jednocześnie od odważnych wyzwań.
- **Teatr Lalki i Aktora im. Hansa Christiana Andersena**[54] – działający w wynajmowanej od Dominikanów części kompleksu klasztornego na Starym Mieście teatr dziecięcy, utworzony został w 1954 roku. Na dwóch scenach wystawia sztuki inscenizowane, z grą aktorską oraz przy użyciu klasycznych lalek. W przyszłości (prawdopodobnie w 2014 roku) teatr ma zostać przeniesiony do wyremontowanego gmachu dawnego Domu Kultury Kolejarza, gdzie powstanie nowoczesna sala teatralna oraz niezbędne do pracy zaplecze.
- **Teatr Muzyczny w Lublinie**[55] – założony w 1956 roku jako Operetka Lubelska (wcześniej, od 1947 roku Prywatny Teatr Muzyczny) współdzieli gmach tzw. Teatru w Budowie z Filharmonią Lubelską. Instytucja jest renomowaną sceną operetkowo–operową, oraz do niedawna jedyną placówką tego typu po prawej stronie Wisły (niedawno powstała Opera Podlaska w Białymstoku). W repertuarze Teatru znajduje się wiele uznanych dzieł światowej sławy twórców (np. „Cyrulik Sewilski" G. Rossiniego czy „Carmen" G. Bizeta), a także operetki i przedstawienia dla młodszych widzów (m.in. „Calineczka" i „Królewna Śnieżka").

  Teatr Muzyczny wystawiał także efektowne widowiska operowe w hali sportowo-widowiskowej „Globus", która doskonale nadaje się do organizacji tego typu przedstawień. Były to m.in. 2 opery sławnego kompozytora Giuseppe Verdiego, „Nabucco" i „La Traviata",

[52] www.filharmonialubelska.pl
[53] www.teatr.lublin.pl
[54] www.teatrandersena.pl
[55] www.teatrmuzyczny.eu

na które każdorazowo przybywały tłumy, szczelnie wypełniając czterotysięczną halę. Wśród publiczności z pewnością nie zabrakło odwiedzających spoza Lublina. Wyprzedane bilety świadczą o dużej popularności i sukcesie tego typu przedsięwzięć. Tradycyjne przedstawienia operowe przygotowane na dużej scenie i w efektownej oprawie mogą zainteresować szerokie grono odbiorców, a także nieść duży potencjał generowania ruchu turystycznego.

- **Teatr Stary w Lublinie**[56] – jego początki sięgają 1822 roku, kiedy to powstał Teatr Zimowy. Obok krakowskiego Teatru Starego to najstarsza tego typu instytucja w Polsce. Od początku był teatrem impresaryjnym, stąd też na jego deskach przez dziesięciolecia prezentowały się najróżniejsze trupy aktorskie i grane było bardzo szerokie spektrum przedstawień. Po wielu latach zaniedbań oraz finansowych braków, Teatr wznowił swoją działalność w wyremontowanym gmachu, w 2012 roku. Obecnie, poza bogatym programem teatralnym, na widzów czekają koncerty muzyki jazzowej i klasycznej, projekcje filmowe czy też rozmowy i dyskusje na tematy współczesne.
- **Zespół Pieśni i Tańca „Lublin" im. Wandy Kaniorowej**[57] – zespół ludowy, którego historia sięga 1948 roku, kiedy to Wanda Kaniorowa założyła Teatr Młodego Widza przekształcony 5 lat później w Zespół Pieśni i Tańca Ziemi Lubelskiej. Od tego czasu zespół wystąpił w kilkudziesięciu krajach i był wielokrotnie nagradzany na międzynarodowych festiwalach folklorystycznych. Grupa jest organizatorem Międzynarodowych Spotkań Folklorystycznych im. Ignacego Wachowiaka.

W Lublinie działa ponadto wiele teatrów alternatywnych, offowych, funkcjonujących obok teatru instytucjonalnego, których twórczość może nieść ze sobą duży potencjał generowania ruchu turystycznego. Do najważniejszych z nich można zaliczyć:

- Scenę Prapremier In Vitro,
- Scenę Plastyczną KUL,
- Teatr Provisorium,
- Kompanię „Teatr",
- neTTheatre,
- MAAT Projekt,
- Lubelski Teatr Tańca,
- Ośrodek Praktyk Teatralnych Gardzienice.

Działalność niektórych z wyżej wymienionych została zebrana w ramach inicjatywy Centrum Kultury, jaką jest Teatr Centralny.[58] Teatr Centralny ma na celu skupienie oferty różnorodnych twórców teatralnych, w ramach jednego repertuaru.

NAJISTOTNIEJSZE INWESTYCJE W INFRASTRUKTURĘ KULTURALNĄ

W mieście właśnie zakończono / jest obecnie prowadzony szereg inwestycji, które w przyszłości umożliwią lubelskim twórcom i animatorom kultury pracę w komfortowych warunkach oraz

[56] www.teatrstary.eu
[57] www.zpit.lublin.pl
[58] www.teatrcentralny.com

organizację wydarzeń na znacznie większą niż do tej pory skalę. Poniżej wskazano najważniejsze z nich.

Centrum Spotkania Kultur

Ilustracja 29 Projekt Centrum Spotkania Kultur.

Źródło: www.lubelskie.pl.

Obecnie CSK jest priorytetową inwestycją kulturalną w Lublinie, a jej założenia programowe opracowuje związany z Teatrem NN Tomasz Pietrasiewicz. Powstaje w miejscu tak zwanego Teatru w Budowie – nieukończonego od 1974 roku budynku, w którym siedzibę mają Teatr Muzyczny i Filharmonia Lubelska. Jest to inwestycja realizowana przez samorząd województwa lubelskiego, a jej wartość to ponad 130 mln zł, z czego większość stanowią środki europejskie. W CSK oprócz wydarzeń z zakresu tzw. kultury wysokiej będą odbywały się również różnego rodzaju warsztaty oraz nowoczesne programy edukacyjne, dotyczące m.in. technologii, ekologii i energii. Spotkają się tam uczniowie, nauczyciele i pasjonaci, np. muzyki folkowej, fantastyki, nowego cyrku, kina niezależnego czy sztuki ulicznej. Lubelskie centrum będzie otwarte także na zewnętrzne spektakle, wystawy czy festiwale. W CSK powstanie nowoczesna sala teatralna na 1000 miejsc, a także sale seminaryjne, konferencyjne, galeria sztuki, multimedialna biblioteka, sale klubowe i restauracja. Na dachu mają znaleźć się zielone ogrody. Ponadto zmodernizowane zostaną pomieszczenia Teatru Muzycznego i Filharmonii – to wydatek kolejnych 45 mln zł (21 mln pochodzi z Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego). Oddanie obiektu do użytku planowane jest na 2015 rok.

Renowacja klasztoru powizytkowskiego, siedziby trzech instytucji kultury

Ilustracja 30 Klasztor powizytkowski po renowacji.

Źródło: www.um.lublin.pl.

Zabytkowy klasztor powizytkowski jest siedzibą trzech instytucji miejskich: Centrum Kultury w Lublinie, Miejskiej Biblioteki Publicznej i Ośrodka Między-kulturowych Inicjatyw Twórczych „Rozdroża". Jego niedawno zakończona renowacja realizowana była przez Urząd Miasta Lublin przy wsparciu z funduszy unijnych. Po zakończeniu wartej 38,4 mln złotych inwestycji powierzchnia użytkowa wzrosła z 3,3 tys. m^2 do 7,7 tys. m^2. Na czterech kondygnacjach obiektu znajdują się obecnie m.in. pokoje gościnne przeznaczone dla występujących w Centrum Kultury artystów oraz zaplecze i pomieszczenie na spektakle teatralne.

3.3.6. Sztuka w przestrzeni miejskiej Lublina

Dla coraz szerszego grona turystów sztuka w przestrzeni miejskiej staje się istotnym składnikiem oferty turystycznej miasta. Nie sposób odmówić przejawom sztuki współczesnej, takim jak performance, graffiti czy instalacje potencjału w generowaniu ruchu turystycznego. W szczególności dotyczy to osób wykształconych, profesjonalistów o wysokiej kompetencji kulturowej, poszukujących awangardowych rozwiązań i niszowych form spędzania czasu wolnego. Różnego rodzaju wydarzenia, performance czy utrwalone na ścianach murale mogą być dla nich pretekstem do odwiedzenia miasta i skorzystania z jego oferty turystycznej.

W ostatnich latach sztuka w przestrzeni miejskiej nabiera coraz większego znaczenia w Lublinie. Wyjście na ulice miasta pozwala artystom na dotarcie do masowego odbiorcy i nierzadko zwrócenie uwagi na aktualne problemy społeczeństwa. To wyjście z „uwięzienia" w tradycyjnych galeriach jest przejawem dążenia do modelu zachodnioeuropejskiego, gdzie sztuka swobodnie rozwija się w wielu przestrzeniach miasta.[59] Z punktu widzenia rozwoju turystyki w Lublinie jest to czynnik nieoceniony, gdyż nowoczesne przejawy sztuki tworzą przestrzeń miejską bardziej przyjazną oraz atrakcyjną wizualnie i emocjonalnie, budując tym samym korzystną relację na linii turysta-miasto.

Obecnie do najważniejszych przejawów sztuki w przestrzeni miejskiej Lublina zaliczyć można:

Graffiti, murale – powstają w Lublinie podczas Lubelskiego Festiwalu Graffiti, a także przy okazji innych wydarzeń np. Open City czy w ramach działalności Pracowni Sztuki Zaangażowanej Społecznie „Rewiry". Obecnie w mieście jest ich wystarczająco dużo, aby móc wytyczyć atrakcyjny Szlak Lubelskich Murali. Poniżej wylistowano najatrakcyjniejsze murale w Lublinie wraz z podaniem ich lokalizacji:[60]

- ul. Dolna 3 Maja – mural „Kto pije i pali ten nie ma robali" grupy Monstfur zrealizowany przez Pracownię Sztuki Zaangażowanej Społecznie „Rewiry";
- ul. Farbiarska – mural „The Graffiti God" autorstwa Kaosa i Fitsa nawiązujący do Lubelskiego Festiwalu Graffiti:All My City zrealizowany przez Europejską Fundację Kultury Miejskiej i Brain Damage Gallery;
- ul. Jasna – mural autorstwa Waone / Interesni Kazki nawiązujący do Nocy Kultury zrealizowany przez Europejską Fundację Kultury Miejskiej przy współpracy z Miastem Lublin;
- ul. Jasna – mural "Piosenka" autorstwa Mariusza Tarkawiana powstały w ramach festiwalu Open City;
- ul. Junoszy – mural „Ściana Wschodnia" autorstwa Tomasza Bielaka;
- ul. Lipowa – mural autorstwa Cekasa i Lumpa (Elo Melo) nawiązujący do Carnavalu Sztuk-Mistrzów, zrealizowany przez Europejską Fundację Kultury Miejskiej przy współpracy z Miastem Lublin;
- ul. Mełgiewska – mural „Lubelski Lipiec" z okazji 30. rocznicy strajków lipcowych autorstwa Kamila Kuzko, zrealizowany przez Europejską Fundację Kultury Miejskiej;

[59] J. Bielecka-Prus, P. Celiński, C. Hunkiewicz, M. Kawa; „Kultura (w) dialogu. Instytucjonalne ramy kultury w Lublinie", Lublin 2012, str. 46
[60] Informacje przekazane przez Pana Cezarego Hunkiewicza.

- ul. Narutowicza – mural nawiązujący do festiwalu Inne Brzmienia autorstwa Roberta TONE Procha, zrealizowany przez Europejską Fundację Kultury Miejskiej przy współpracy z Miastem Lublin;
- ul. Peowiaków / Skwer Lecha Kaczyńskiego - mural autorstwa Kamila Kuzko na otwarcie Centrum Kultury, zrealizowany przez Europejską Fundację Kultury Miejskiej;
- ul. Szkolna – mural autorstwa Nawera powstały w ramach festiwalu Open City;
- ul. Targowa – mural „Jest Super" autorstwa The Krasnals, zrealizowany przez Pracownię Sztuki Zaangażowanej Społecznie „Rewiry";
- ul. Wrońska – mural „Chleba! Pracy! Igrzysk!" autorstwa Pawła Hancela, zrealizowany przez Pracownię Sztuki Zaangażowanej Społecznie „Rewiry".

Wiersze – tradycją stało się „tatuowanie" chodników Lublina tekstami wierszy podczas festiwalu „Miasto Poezji". Część z wierszy została też namalowana na ścianach lubelskich szkół, w ramach projektu realizowanego przez Ośrodek „Brama Grodzka – Teatr NN", przy okazji festiwalu. Przykładowe z tych miejsc to:[61]

- Zespół Szkół nr 1, ul. Podwale, wiersz „Niektórzy lubią poezję" Wisławy Szymborskiej,
- II Liceum Ogólnokształcące im. Hetmana Jana Zamoyskiego, ul. Ogrodowa, wiersz „Spalone mapy" Tomasza Różyckiego,
- III Liceum Ogólnokształcące im. Unii Lubelskiej, Plac Wolności, wiersz „Choćbyście Unicestwili" Ryszarda Krynickiego,
- V Liceum Ogólnokształcące im. Marii Skłodowskiej-Curie, ul. Lipowa, wiersz „Nie idźmy" Julii Hartwig,
- VII Liceum Ogólnokształcące im. im. M. Konopnickiej, wiersz Piotra Matywieckiego.

Instalacje, obiekty i inne elementy sztuki wizualnej powstające w ramach Festiwalu sztuki w Przestrzeni Publicznej Open City. Sama idea festiwalu skłania do refleksji nad znaczeniami i funkcjami przestrzeni miejskiej. W jego ramach w przestrzeni publicznej tworzą wybitni artyści polscy i zagraniczni. Część z powstających instalacji pozostaje w Lublinie na stałe, m.in.:[62]

- „Źródło. Strumień. Woda." Teresy Murak – to nasadzenie z hyzopu w kształcie rzeki płynącej spod Zamku na wschód,
- Obiekt „Przejście" Bohdana Rucińskiego znajdujący się na Krakowskim Przedmieściu.

3.3.7. Oferta wydarzeń o największym potencjale generowania ruchu turystycznego

Wydarzenia stanowią niezwykle istotny składnik turystycznych walorów antropogenicznych, gdyż mają moc generowania niezwykle silnego strumienia przyjazdowego ruchu turystycznego, który regularnie nie jest notowany. Organizacja różnego rodzaju dużych eventów w znacznej mierze jest domeną miast. Jest to wypadkowa chociażby dostępności obiektów, które w mniejszych miejscowościach nie występują. Takich jak stadiony, teatry, sale widowiskowe, obiekty wystawienniczo-targowe czy sale koncertowe. Ponadto miasta, zwłaszcza wojewódzkie, są

[61] www.biblioteka.teatrnn.pl
[62] Dane organizatora Festiwalu Sztuki w Przestrzeni Publicznej Open City.

naturalnym miejscem realizacji wielu funkcji, wśród mieszkańców całego regionu. Jest to również konsekwencja działalności instytucji kultury, wyższych uczelni czy innych podmiotów, które jedynie w dużych ośrodkach miejskich mają możliwość efektywnego funkcjonowania.

Lublin jako największe miasto we wschodniej części Polski oraz stolica regionu, w której kumuluje się aktywność wielu podmiotów, oferuje bardzo bogaty kalendarz wydarzeń. Jego analiza pozwoliła na stworzenie zestawienia tych eventów, które odbywają się cyklicznie i mają szansę w największym stopniu generować ruch turystyczny do miasta.

Z uwagi na różnorodny charakter i tematykę odbywających się w mieście wydarzeń wprowadzono podział na cztery podstawowe kategorie. Wyodrębniono wydarzenia:

- kulturalne,
- targowe i biznesowe,
- sportowe,
- turystyczne.

Wydarzenia Kulturalne. W pierwszej kategorii znalazł się opis różnorodnych eventów, których motywem przewodnim jest szeroko rozumiana kultura i sztuka. Począwszy od sztuki współczesnej, przez folklor, muzykę różnych gatunków, teatr, kulturę studencką, street art, nowy cyrk, poezję na festiwale i jarmarki na kulinariach skończywszy. Jest to niezwykle szeroka kategoria, która może przyciągać turystów z obszaru całego kraju i nie tylko. Analiza aktywności Lublina w tym zakresie wskazuje na niezwykle bogaty i różnorodny kalendarz wydarzeń, który może stać się podstawą do kreacji konkurencyjnego produktu turystycznego.

Poniżej przedstawiono selekcję tych wydarzeń kulturalnych, które już obecnie generują ruch turystyczny lub w niedalekiej przyszłości mogą zwiększyć strumień turystów odwiedzający Lublin. Poza skrótowym opisem każdego wydarzenia wskazano również organizatora, a także termin ostatniej edycji (2012).[63] Wszystkie przedstawione wydarzenia oceniono także pod kątem potencjału generowania ruchu turystycznego.

W zestawieniu ujęto następujące cykliczne wydarzenia:

- Lublin Jazz Festival,
- Lubelski Kiermasz Turystyczny,
- „Sezon Lublin”,
- „Kozienalia” – Lubelskie Dni Kultury Studenckiej,
- Festiwal Tradycji i Awangardy Muzycznej „Kody”,
- „Sąsiedzi” – Festiwal Teatrów Europy Środkowej,
- Noc Kultury,
- Miasto Poezji,
- Lubelski Festiwal Graffiti: All My City,
- Meeting of Styles Polska,
- Otwarte Miasto – Open City, Festiwal Sztuki w Przestrzeni Publicznej,

[63] Konkretne terminy kolejnych edycji ujętych wydarzeń mogą ulegać zmianom. Jednakże przywołana dzienna data wydarzenia w 2012 roku ma na celu wskazanie długości trwania każdego eventu.

- Inne Brzmienia Art&MusicFestival,
- Międzynarodowe Spotkania Folklorystyczne im. Ignacego Wachowiaka,
- Carnaval Sztuk-Mistrzów,
- Przegląd Hejnałów,
- Jarmark Jagielloński,
- Solo życia,
- Europejski Festiwal Smaku,
- „Najstarsze Pieśni Europy”,
- Ogólnopolski Festiwal Teatrów Niewielkich,
- Konfrontacje Teatralne,
- Międzynarodowe Spotkania Teatrów Tańca,
- Ogólnopolski festiwal fantastyki „Falkon”,
- Międzynarodowy Festiwal Muzyki Ludowej „Mikołajki Folkowe”,
- Międzynarodowy Festiwal Organowy Lublin-Czuby,
- Międzynarodowe Spotkania Artystów Nieprzetartego Szlaku (SANS).

Analiza kalendarza wydarzeń odbywających się cyklicznie w Lublinie wskazuje na braki w pierwszym kwartale. Jest to o tyle zrozumiałe, że większość eventów ma charakter plenerowy, więc ich powodzenie jest w dużej mierze uzależnione od pogody. W dodatku organizacja imprez na początku roku jest często utrudniona ze względu na kwestie formalne, związane z finansowaniem oraz organizacją. Warto się jednak zastanowić nad możliwościami wzbogacenia kalendarza wydarzeń Lublina w pierwszej połowie kwietnia. Należy jednak podkreślić po raz kolejny, że oferta miasta w tym zakresie jest niezwykle bogata i ma istotny potencjał generowania ruchu turystycznego.

Tabela 3 Oferta cyklicznych wydarzeń w Lublinie, o największym potencjale generowania ruchu turystycznego

LP	WYDARZENIE	KRÓTKI OPIS – IDEA WYDARZENIA	PROFIL ODBIORCY	POTENCJAŁ GENEROWANIA RUCHU TURYSTYCZNEGO
1.	Przegląd Szekspirowski Ogólnopolski Przegląd Inscenizacji Fragmentów Dzieł Williama Shakespeare'a w j. angielskim Marzec www.sobieski.lublin.pl	Organizator: Jerzy Wrzos Szkoła Języków Obcych Sobieski w Lublinie oraz Lubelskie Stowarzyszenie Oświatowo-Wychowawcze Podczas 2 dni przeglądu będzie miało miejsce 50 inscenizacji fragmentów dzieł dramaturga ze Stanford. Wystawa plakatów, pokazy filmów na podstawie dramatów Szekspira.	Młodzież z całej Polski.	Krajowy
2.	Lublin Jazz Festival kwiecień (5 dni) www.lublinjazz.pl	Organizator: Centrum Kultury w Lublinie Impreza nawiązuje do historii Lubelskich Spotkań Jazzowych. Podczas festiwalu występują muzycy znani ze scen międzynarodowych, jak i polscy muzycy, odnoszący liczne sukcesy. Koncerty jazzowe odbywają się w Lublinie kila razy w roku.	Osoby starsze i w średnim wieku zazwyczaj z wyższym wykształceniem, poszukujące rozrywek w formie kultury wyższej.	Regionalny
3.	„Kozienalia" – Lubelskie Dni Kultury Studenckiej maj (13 dni) www.kozienalia.lublin.pl www.kulturalia.lublin.pl www.feliniada.pl	Organizator: Samorządy Studenckie lubelskich uczelni. Na kilkanaście majowych dni studenci opanowują Lublin, bawiąc się podczas wspólnych imprez organizowanych przez samorządy studenckie na Błoniach pod Zamkiem oraz na uczelnianych placach i dziedzińcach. „Kozienalia", „KULturalia" czy „Feliniada" to liczne koncerty plenerowe z udziałem gwiazd polskich i zagranicznych, przeglądy kabaretowe oraz różne atrakcje sportowe zapewniające rozrywkę i szczelnie wypełniające program imprez.	Studenci lubelskich uczelni.	Regionalny
4.	Festiwal Tradycji i Awangardy Muzycznej „Kody" maj (8 dni) www.kody-festiwal.pl	Organizator: Ośrodek Międzykulturowych Inicjatyw Twórczych „Rozdroża" Lublin po raz kolejny poprzez festiwal „Kody" udowadnia, że z powodzeniem można wskrzesić coś, co odchodzi w zapomnienie dodając mu współczesnych elementów. Tym razem mowa o muzyce. Kompozytorzy w swoich dziełach łączą tradycje muzyki archaicznej z nowoczesnymi dźwiękami, co staje się pomostem kulturowym pomiędzy przeszłością, a wyrafinowaną współczesną sztuką.	Profesjonaliści zajmujący się komponowaniem – festiwal jest dla nich źródłem inspiracji. Młodzież szukająca awangardowych rozwiązań i takich też opcji spędzania wolnego czasu. Osoby wykształcone, szukające ambitnej kultury w swoim mieście.	Międzynarodowy

LP	WYDARZENIE	KRÓTKI OPIS – IDEA WYDARZENIA	PROFIL ODBIORCY	POTENCJAŁ GENEROWANIA RUCHU TURYSTYCZNEGO
5.	„Sąsiedzi" – Festiwal Teatrów Europy Środkowej maj (3 dni) www.festiwal-sasiedzi.pl	Organizator: Centrum Kultury w Lublinie Ideą festiwalu jest promowanie sztuki teatralnej państw Europy Środkowej. Wszystkie pokazy odbywają się w plenerze – na Placu Łokietka lub w namiocie ustawianym na Placu Litewskim. Ponadto w programie każdego dnia przewidziano m.in. spektakle skierowane do najmłodszego widza, a także paradę i koncerty. Bezpłatne wejściówki na przedstawienia cieszą się ogromnym zainteresowaniem.	Miłośnicy teatru, rodziny z dziećmi, studenci.	Lokalny
6.	Miasto Poezji przełom maja i czerwca (9 dni) www.teatrnn.pl/miastopoezji/node/407	Organizator: Ośrodek Brama Grodzka – Teatr NN Podczas wydarzenia odbywają się rozmowy o poezji, spotkania z poetami, prowadzone są akcje popularyzujące poezję. Duchowym patronem festiwalu jest Józef Czechowicz. Tradycją „Miasta Poezji" stało się „tatuowanie" chodników Lublina dziesiątkami wierszy.	Inicjatywa jest skierowana w dużej mierze do mieszkańców miasta.	Lokalny
7.	Noc Kultury czerwiec (2 dni) www.nockultury.pl	Organizator: Warsztaty Kultury – filia Centrum Kultury w Lublinie. Jest to jedyne w swoim rodzaju wydarzenie kulturalne na skalę krajową. Swoją różnorodnością i bogatą ofertą przyciąga osoby w każdym wieku, pragnące doświadczyć kulturalnego katharsis. Podążając uliczkami miasta można natrafić na szereg koncertów szerokiego wachlarza gatunków muzycznych, performance, spektakle kuglarskie i kabaretowe, wystawy, projekcje filmowe, spotkania literackie, czy przedstawienia, a wszystko odbywa się niejednokrotnie w zaskakujących miejscach przestrzeni miejskiej. Co roku w Nocy Kultury biorą udział dziesiątki tysięcy osób, a ich liczba za każdym razem się zwiększa.	Mieszkańcy miasta, który oczekują i chcą poznawać „kulturę wyższą", nie chcą spędzać kolejnego wieczoru przed telewizorem w domu, chcą poznać coś nowego, odkryć miasto z innej, kulturalnej strony. Turyści, którzy odwiedzają miasto w tym terminie. Festiwal może stać się pretekstem do odwiedzenia miasta.	Krajowy

LP	WYDARZENIE	KRÓTKI OPIS – IDEA WYDARZENIA	PROFIL ODBIORCY	POTENCJAŁ GENEROWANIA RUCHU TURYSTYCZNEGO
8.	Lubelski Festiwal Graffiti: All My City ostatni weekend czerwca lub ostatni weekend sierpnia www.allmycity.org	Organizator: Europejska Fundacja Kultury Miejskiej Realizowana od 2008 roku największa w Polsce (i Europie Środkowo - Wschodniej) cykliczna impreza sztuki ulicznej (graffiti, street art). Wydarzenie gromadzi najwybitniejszych twórców graffiti z Europy dzięki czemu Lublin został okrzyknięty stolicą graffiti w Polsce. W środowisku artystów street art impreza pod tą nazwą jest najważniejszym wydarzeniem w tej kategorii sztuki. Jest to wydarzenie, podczas którego każdy może doświadczyć powstawania sztuki na własne oczy. Imprezie towarzyszą wystawy w Brain Damage Gallery, premiery filmów o graffiti, spotkania z artystami, warsztaty dla dzieci i młodzieży oraz dyskusje.	Młodzież (w tym studenci) z zaciekawieniem obserwująca powstające graffiti. Mieszkańcy miasta odkrywający dotychczas nieznane części Lublina. Turyści napotykający dzieła sztuki powstałe podczas festiwalu. Międzynarodowe środowisko sztuki ulicznej (i miłośników sztuki w przestrzeni) przyjeżdżający do Lublina lub śledzący wydarzenia i dokumentację festiwalu (filmy, publikacje i inne).	Międzynarodowy
9.	Otwarte Miasto – Open City. Festiwal Sztuki w Przestrzeni Publicznej czerwiec, lipiec (32 dni) www.opencity.pl	Organizator: Ośrodek Międzykulturowych Inicjatyw Twórczych „Rozdroża”. Wydarzenie odbywa się w przestrzeni miejskiej, w której organizowane są różne działania artystyczne m.in. wystawy i koncerty. Skłania to do refleksji nad różnymi znaczeniami i funkcjami przestrzeni miejskiej. W jego ramach instalacje w mieście tworzą najwybitniejsi artyści polscy: Jarosław Kozakiewicz czy Paweł Althamer. W ramach festiwalu pojawiają się kreacje takie jak instalacje, aranżacje architektoniczne, prace multimedialne, street art, sfera dźwięków i zastosowań światła.	Odbiorcami są osoby o wysokiej kompetencji kulturowej, które mogą specjalnie przybyć do Lublina z terenów całej Polski i Europy. Dodatkowo każdy mieszkaniec Lublina, czy przypadkowy przechodzień zainteresuje się prezentowanymi instalacjami.	Międzynarodowy
10.	Inne Brzmienia Art&MusicFestival lipiec (6 dni) www.innebrzmienia.pl	Organizator: Fundacja „Inne Brzmienia” Festiwal Inne Brzmienia z pewnością spełni oczekiwania osób, które szukają odskoczni od codzienności, w postaci kultury, a szczególnie muzyki. Składa się na niego kilka dni wypełnionych muzyką, filmem i fotografią. Wszystko razem – koncerty, warsztaty, spotkania – tworzy swoistą mieszankę wybuchową. Wydarzeniom towarzyszy cykl debat pod tytułem „Granice Europy" nawiązujący do pytania o europejską tożsamość.	Ludzie młodzi, szukający odskoczni i poszukujący nowego, oryginalnego brzmienia.	Krajowy

LP	WYDARZENIE	KRÓTKI OPIS – IDEA WYDARZENIA	PROFIL ODBIORCY	POTENCJAŁ GENEROWANIA RUCHU TURYSTYCZNEGO
11.	Międzynarodowe Spotkania Folklorystyczne im. Ignacego Wachowiaka lipiec (5 dni) www.zpit.lublin.pl	Organizator: Zespół Pieśni i Tańca „LUBLIN" im. Wandy Kaniorowej Wydarzenie organizowane od lat 80. jest jednym z najstarszych lubelskich festiwali, w którym każdorazowo bierze udział około 10 zespołów z różnych krajów świata. W imprezie co roku naprzemiennie uczestniczą grupy dziecięce lub dorosłe, prezentujące ludowe i narodowe tańce, pieśni i stroje. Występy odbywają się w różnych miejscach miasta – na Starym Mieście, w Ogrodzie Saskim lub na stadionie Lublinianki, a także w Nałęczowie i innych miastach regionu.	Miłośnicy tańca, rodziny z dziećmi.	Regionalny
12.	Carnaval Sztuk-Mistrzów przełom lipca i sierpnia (9 dni) www.sztukmistrze.eu	Organizator: Wydział Strategii i Obsługi Inwestorów UM Lublin, Fundacja Sztukmistrze, Warsztaty Kultury Karnawał to czas świętowania, podczas którego codzienne obowiązki zastępuje śmiech i zabawa. A Carnaval Sztuk-Mistrzów jest świętem wyjątkowym, gdyż tworzą go artyści-odmieńcy. Ulice Lublina są opanowane przez przedstawicieli nowego cyrku, kuglarzy i buskerów – muzyków, klownów czy mimów, zaś nad głowami przechodniów wędrują highlinerzy (linoskoczkowie). Przestrzeń miejska wypełniona jest żonglerami i różnymi cudakami, którzy współtworzą performance wraz z publicznością i gwarantują niezapomniane wrażenia. Wszystkiemu towarzyszy muzyka, taniec i kolorowe stroje. Tematyka wydarzenia, które wyróżniono Certyfikatem POT, daje szerokie możliwości wykreowania wyróżnikowego, całorocznego produktu turystycznego.	Osoby młode o wysokiej świadomości kulturowej, unikające mainstreamu, szukające autentycznych doznań i chętnie sięgające po nowoczesne rozwiązania technologiczne. Ponadto rodziny z dziećmi – jako widzowie tego kolorowego widowiska.	Międzynarodowy
13.	Przegląd Hejnałów sierpień (1 dzień)	Organizator: Ogólnopolskie Stowarzyszenie Miłośników Hejnałów Miejskich Jest to ogólnopolski przegląd hejnałów miejskich, w którym obok trębaczy lubelskich biorą także udział muzycy m.in. z Rzeszowa, Krakowa, Łodzi, Białegostoku, Malborka, czy Torunia. Głównym motywem organizowania przeglądu jest popularyzacja średniowiecznej tradycji grania hejnałów.	Rodziny z dziećmi Osoby starsze Pasjonaci Hejnałów	Regionalny

LP	WYDARZENIE	KRÓTKI OPIS – IDEA WYDARZENIA	PROFIL ODBIORCY	POTENCJAŁ GENEROWANIA RUCHU TURYSTYCZNEGO
14.	Jarmark Jagielloński sierpień (3 dni) www.jarmarkjagiellonski.pl	Organizator: Warsztaty Kultury Jarmark Jagielloński jest połączeniem tradycji historycznych jarmarków ze współczesną wymianą kulturalną i gospodarczą. W XV i XVI wieku spotykali się na nich kupcy z całego świata, by handlować zbożem, winem, skórami, materiałami, czy bydłem. Obecnie kilkuset wystawców prezentuje wyroby rękodzielnicze i rzemieślnicze, a firmy i NGO-sy z Polski i sąsiedzkich krajów wschodnich, przedstawiają swoją działalność, dotyczącą rozwoju regionu transgranicznego. Liczne wydarzenia kulturalne, artystyczne, czy inscenizacje rycerskie powodują, że Jarmark jest wydarzeniem pełnym energii. Corocznie odwiedza go kilkadziesiąt (według niektórych szacunków nawet kilkaset) tysięcy turystów, co czyni z niego jedno z najpopularniejszych wydarzeń we wschodniej Polsce.	Szerokie spektrum odbiorców – od miłośników rekonstrukcji historycznych, przez osoby wrażliwe na piękno sztuki, aż po rodziny z dziećmi i turystę masowego.	Krajowy
15.	Solo życia przełom sierpnia i września (2 dni) www.jurecki.art.pl	Organizator: Stowarzyszenie Solo Życia, UM Lublin, Woj. Lubelskie Jest to konkurs gitarowy dla solistów, podczas którego wykonawca występuje tylko raz i gra do improwizowanej muzyki. Jury ocenia spontaniczność oraz umiejętne wykorzystanie posiadanego warsztatu. Zwycięzcy mogą liczyć na atrakcyjne nagrody oraz duży wzrost popularności. Konkursowi towarzyszą koncerty znanych artystów, a także ciekawe inicjatywy, jak np. koncert publiczności.	Szerokie grono odbiorców, a w szczególności: osoby interesujące się muzyką gitarową.	Regionalny
16.	Europejski Festiwal Smaku wrzesień (3 dni) www.europejskifestiwalsmaku.pl	Organizator: Województwo Lubelskie Europejski Festiwal Smaku jest to miejsce, w którym można poczuć smak tradycyjnych potraw, zarówno z różnych regionów Polski, jak i rozmaitych krajów europejskich. Tutaj tradycja przeplata się z ekologią, nalewki konkurują z winami, a wszystko owiane jest zapachem ziół i kwiatów. Podczas festiwalu znajdą coś dla siebie osoby, które fascynują się tradycyjnymi smakami, które chcą wnieść nutkę odmiany do swojej kuchni. A także ci, którzy z gotowaniem mają mało wspólnego za to wolą posmakować regionalnych specjałów i trunków. Jednak podczas festiwalu nie uraczymy tylko swojego ciała, zaspokoimy także potrzeby duchowe. Wieczorem odbywają się liczne koncerty, warsztaty literackie, przedstawienia i wystawy.	Festiwal skierowany jest do kilku grup odbiorców: - osób, które zajmują się kulinariami profesjonalnie- przyjeżdżają w poszukiwaniu nowych smaków; - hobbystów, którzy pasjonują się gotowaniem i korzystają z warsztatów; - rodzin z dziećmi – program dostosowany jest także do najmłodszych; - młodzieży ze znajomymi – głównie korzystają z oferty koncertów	Krajowy

LP	WYDARZENIE	KRÓTKI OPIS – IDEA WYDARZENIA	PROFIL ODBIORCY	POTENCJAŁ GENEROWANIA RUCHU TURYSTYCZNEGO
17.	„Najstarsze Pieśni Europy” przełom września i października (8 dni) www.npe-festiwal.pl	Organizator: Ośrodek Międzykulturowych Inicjatyw Twórczych „Rozdroża” Festiwal, podczas którego muzycy z różnych krajów Europy prezentują najstarsze kompozycje kultury muzycznej Starego Kontynentu, nierzadko wywodzące się z czasów przedchrześcijańskich. Każda edycja „Najstarszych Pieśni Europy” poprzedzona jest badaniami etnomuzykologicznymi. W programie tygodniowego festiwalu, oprócz koncertów, znajduje się m.in. nauka tradycyjnych tańców z różnych regionów kontynentu, podczas Nocy Tańca, a także wystawy, dyskusje i wykłady.	Melomani. Osoby o wyższym wykształceniu.	Regionalny
18.	Ogólnopolski Festiwal Teatrów Niewielkich październik (3 dni) www.wok.lublin.pl www.schulz.org.pl	Organizator: Wojewódzki Ośrodek Kultury, Fundacja Sztuki im. Brunona Schulza W zamyśle pomysłodawców Festiwal ten stwarza wszystkim zainteresowanym możliwość budowania teatru na własną rękę, teatru bez inscenizatorów, reżyserów, scenografów, administratorów, dramaturgów. Tak może się dokonywać naturalny powrót do natury teatru, do jego istoty, do aktora i słowa, do wzorów pierwotnych, prawd podstawowych i prostych, do układu człowiek – człowiek. Jury festiwalowe przyznaje nagrody dla najlepszych z zaprezentowanych teatrów jednego aktora.	Miłośnicy teatru. Osoby z wyższym wykształceniem – poszukujące kultury wyższej i odskoczni od życia codziennego.	Regionalny
19.	Konfrontacje Teatralne październik (8 dni) www.konfrontacje.pl	Organizator: Centrum Kultury w Lublinie Odbywające się od 1996 roku Konfrontacje Teatralne to najważniejszy lubelski festiwal teatralny. Prezentują się na nim teatry poruszające w swoich przedstawieniach tematy współczesne, prezentujące je w nowatorski sposób. Spektakle odbiegają w swojej formie od tradycyjnych przedstawień, łączą różne formy takie jak taniec, fotografia, dokument, performance, wizualizacje komputerowe lub film. Bilety na większość przedstawień sprzedają się w kilka dni, co niewątpliwie świadczy o popularności tego wydarzenia oraz zapotrzebowaniu na tego rodzaju rozrywkę.	Festiwal skierowany jest do grupy osób wykształconych, którym kultura wysoka, często bardzo abstrakcyjna, nie jest obca.	Krajowy
20.	Międzynarodowe Spotkania Teatrów Tańca	Organizator: Centrum Kultury w Lublinie - Lubelski Teatr Tańca Podczas kilkudniowego festiwalu widzowie mają możliwość	Miłośnicy tańca, teatrofile.	Międzynarodowy

Projekt współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej 2007-2013

LP	WYDARZENIE	KRÓTKI OPIS – IDEA WYDARZENIA	PROFIL ODBIORCY	POTENCJAŁ GENEROWANIA RUCHU TURYSTYCZNEGO
	listopad (6 dni) www.dancefestival.lublin.pl	podziwiania spektakli przygotowanych przez teatry tańca z całego świata, prezentujących się m.in. w „Chatce Żaka" czy na deskach Teatru Starego. Licznym przedstawieniom towarzyszą także wystawy, projekcje filmów oraz warsztaty taneczne prowadzone przez zagranicznych nauczycieli.		
21.	Ogólnopolski festiwal fantastyki „Falkon" listopad (3 dni) www.falkon.co/falkon	Organizator: Lubelskie Stowarzyszenie Fantastyki "Cytadela Syriusza" Organizowany od 2007 roku festiwal, to jeden z największych konwentów fantastycznych w Polsce, co roku gromadzący ponad 1000 uczestników. Jest to impreza kulturalna, o profilu związanym z tym wszystkim, co mieści się w pojęciu "fantastyka".	Miłośnicy tematyki fantasy, młodzież.	Krajowy
22.	Międzynarodowy Festiwal Muzyki Ludowej Mikołajki Folkowe grudzień (4 dni) www.mikolajki.folk.pl	Organizator: Akademickie Centrum Kultury UMCS „Chatka Żaka" Najstarszy i jeden z największych w Polsce festiwali, prezentujących muzykę inspirowaną folklorem. Zainicjowanemu przez lubelską Orkiestrę św. Mikołaja festiwalowi często towarzyszy muzyka wysoce alternatywna, gdyż usłyszeć można zespoły grające np. folk metal. Festiwal odbywa się od 1991 roku. Odbywają się koncerty grup z Polski i zagranicy, warsztaty śpiewania, warsztaty taneczne oraz różnego rodzaju pokazy i wystawy.	Rodziny z dziećmi – Festiwal odbywa się częściowo w weekend wiec daje to okazje do spędzenia czasu w rodzinnym gronie. Warsztaty są także przeznaczone dla młodszych dzieci Grupy szkolne – może być to forma uczestniczenia w dodatkowych zajęciach poza murami szkoły. Studenci – pod kątem studentów i przez studentów wiele z tych inicjatyw jest organizowanych.	Regionalny
23.	Międzynarodowy Festiwal Organowy Lublin-Czuby 2012 27czerwca - 29 września (finał festiwalu)	Organizator: Parafia Świętej Rodziny w Lublinie, Fundacja im. Mikołaja w Radomiu Podczas festiwalu silnie zaznaczone są elementy kultury chrześcijańskiej, wiele analogii tekstów i źródeł odnosi się do postaci Jana Pawła II. Oprócz organów usłyszeć można także inne instrumenty (np. fortepian, akordeon). Występują również śpiewacy-soliści oraz chóry.	Osoby starsze Osoby zainteresowane muzyką religijną. Głównymi odbiorcami będą katolicy, gdyż impreza jest przede wszystkim promowana w mediach związanych z Kościołem katolickim.	Regionalny

LP	WYDARZENIE	KRÓTKI OPIS – IDEA WYDARZENIA	PROFIL ODBIORCY	POTENCJAŁ GENEROWANIA RUCHU TURYSTYCZNEGO
24.	Międzynarodowe Spotkania Artystów Nieprzetartego Szlaku (SANS) kwiecień (3 dni) www.nieprzetartyszlaklublin.pl	Organizator: Fundacja Nieprzetartego Szlaku Na festiwalu teatrów osób niepełnosprawnych można zobaczyć spektakle zespołów, m. in. z Polski, Białorusi, Ukrainy i Rosji, a także uczestniczyć w imprezach towarzyszących, np. paradzie ulicami Lublina, wystawach plastycznych, konkursach fotograficznych, Wielkim Finale. Każdego roku impreza przyciąga ok. 600 uczestników.	Impreza skierowana jest do szerokiego grona odbiorców. Wysoki poziom prezentowanych spektakli oraz różnorodność ich tematyki przyciąga zarówno osoby dorosłe i dzieci, pełnosprawnych i niepełnosprawnych członków społeczeństwa. Każdy znajdzie coś dla siebie.	Międzynarodowy

Źródło: opracowanie własne

Ponadto w mieście odbywa się także szereg innych inicjatyw kulturalnych, których potencjał generowania ruchu turystycznego w przyszłości może być znaczący[64]:

- Harmonie Starego Miasta – odbywające się w marcu i listopadzie wydarzenie muzyczne promuje utalentowanych muzyków młodego pochodzenia. Organizatorem jest Towarzystwo Muzyczne im. Henryka Wieniawskiego w Lublinie oraz Urząd Miasta Lublin.
- Wielokulturowy Lublin – wydarzenie odbywa się w maju i ma charakter festiwalu różnorodności kulturowej współczesnego Lublina. Promuje tolerancję i dialog międzykulturowy poprzez działania o charakterze edukacyjnym i kulturotwórczym o wysokiej wartości artystycznej. Organizator: Centrum Kultury w Lublinie (we współpracy z organizacjami reprezentującymi mniejszości etniczne i wyznaniowe Lublina).
- Letnie Forum Tańca Współczesnego – odbywający się w czerwcu cykl prezentacji spektakli i warsztatów tańca uzupełnionych wykładami i pokazami filmowymi, adresowanych do szerokiego grona odbiorców, głównie z Lublina i regionu. Organizator: Lubelski Teatr Tańca - Centrum Kultury.

[64] Selekcja wydarzeń i ich opis za http://kultura.lublin.eu/wydarzenia

- Died Moroz Convention – odbywający się na przełomie stycznia i lutego (edycje minusowe) oraz czerwca i lipca (edycje plusowe) projekt spotkania muzyków z publicznością. Prezentowane spektrum muzyczne jest bardzo szerokie: od tradycyjnych, pierwotnych brzmień po nowoczesną muzykę alternatywną.
- Performance Platform Lublin – Międzynarodowy Festiwal Sztuki Performance – wydarzenie ma miejsce w październiku i prócz pokazów sztuki performance odbywają się tu także warsztaty, wykłady, dyskusje, wystawy, prezentacje multimedialne i projekcje filmów. Organizator: Galeria Labirynt .
- Ukraina w centrum Lublina – odbywający się w listopadzie festiwal prezentujący przegląd współczesnej kultury ukraińskiej w przeróżnych odsłonach. Podczas koncertów muzycznych prezentowane są różnorodne style i interpretację muzyczne, nowe i ciekawe projekty znanych na Ukrainie formacji. Przedstawienia teatralne i przegląd filmów, wystawy, warsztaty artystyczne. Organizator: Fundacja Kultury Duchowej Pogranicza.
- Międzynarodowy Festiwal Młodego Kina „Pełny Metraż" – odbywający się w listopadzie, jedyny w Polsce Festiwal poświęcony wyłącznie pełnometrażowym filmom kina niezależnego. Organizator: Kinoteatr Projekt, Centrum Kultury w Lublinie.
- Międzynarodowy Festiwal Jazzowy - Jazz Bez – przedsięwzięcie angażujące muzyków jazzowych z Polski i Ukrainy. Odbywa się co roku w grudniu.

Wydarzenia targowe i biznesowe. Kolejną kategorią są wydarzenia o charakterze targowym i biznesowym. Pod tym pojęciem kryją się imprezy targowe, a także kongresy, konferencje, wystawy, konferencje. Generują one istotny strumień ruchu turystycznego. Turysta uczestniczący w opisanych wydarzeniach korzysta często z infrastruktury hotelowej i gastronomicznej o wysokim standardzie.

W ramach tej kategorii wydarzeń można mówić o istotnym potencjale imprez targowych i biznesowych generowanych przez lidera tego rynku w mieście jakim są Targi Lublin S.A. Spółka ta w 2012 roku zorganizowała 23 imprezy targowe, 45 imprez typu: konferencje, kongresy, wykłady, seminaria, szkolenia oraz 44 imprezy typu prezentacje, pokazy, wystawy. W ramach wydarzeń i imprez zorganizowanych przez targi obsłużonych zostało niemal 120 000 osób. W tej grupie znalazło się blisko 1200 wystawców i ponad 83 000 zwiedzających. Z braku konkretnych statystyk, trudno jednoznacznie wykazać ile z nich pochodziło z miasta, a ile z poza. Można jednak założyć, że istotny odsetek gości targowych stanowili turyści.

Do najważniejszych imprez targowych organizowanych przez Targi Lublin S.A. w 2012 roku należały Lubelskie Targi Energetyczne - Energetics, Targi Rolnicze Agro-Park, Targi Budowlane Lubdom. Do najważniejszych kongresów zorganizowanych w oparciu o infrastrukturę targową zaliczyć można Kongres Inicjatyw Europy Wschodniej, który miał miejsce we wrześniu 2012 roku.

Zgodnie ze zgromadzonymi danymi w Lublinie dostępnych jest ponad 90 sal konferencyjnych i szkoleniowych, które jednocześnie mogą przyjąć około 10 tysięcy gości (nie wliczając lubelskich targów oraz hali GLOBUS). Jest to baza do organizacji licznych kongresów, konferencji i szkoleń. Do większych wydarzeń kongresowych, które odbyły się w Lublinie w oparciu o tą infrastrukturę w 2012 roku zaliczyć można:

- IV Kongres Urbanistyki Polskiej we wrześniu 2012 roku odbywający się w Centrum Kongresowym Uniwersytetu Przyrodniczego.
- IV Ogólnopolski Kongres Inżynierii Środowiska odbywający się na Wydziale Inżynierii Środowiska Politechniki Lubelskiej, w Filharmonii oraz w Hotelu Victoria.
- IV Kongres Kultury Chrześcijańskiej odbywający się na Auli im. Stefana Kardynała Wyszyńskiego, Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego.

W mieście odbywa się także szereg mniejszych imprez biznesowych o charakterze konferencji, szkoleń, prezentacji czy pokazów. Generują one niewątpliwie ruch turystyczny do Lublina. Nie można stwierdzić powtarzalności konkretnych wydarzeń, ale można mówić o występowaniu w ofercie Lublina tych form turystyki biznesowej.

Wydarzenia sportowe. Tego typu wydarzenia mogą generować istotny ruch turystyczny, w szczególności kiedy odbywają się one na poziomie krajowym, europejskim lub światowym. Mowa tutaj zarówno o zawodach profesjonalistów o randze mistrzostw Polski, Europy lub świata, jak i o imprezach, w których uczestnikami są amatorzy.

W Lublinie w roku 2012 odbyły się m. in. następujące wydarzenia sportowe, które mogły stanowić cel podróży turystów (uczestników i widzów) z Polski:

- Scandia Maraton Lang Team – jeden z najpopularniejszych w Polsce cykl maratonów rowerowych organizowany przez znanego popularyzatora kolarstwa Czesława Langa
- Merida Mazovia MTB Marathon – zawody tego popularnego cyklu przyciągają setki miłośników kolarstwa górskiego (MTB).
- Cztery Dychy do Maratonu - cykl imprez biegowych poprzedzających I Maraton Lubelski,
- Open Jibb DŻEM – w lutym na stoku narciarskim Globus SKI odbyły się zawody Jibbingu (snowboardowej jazdy po poręczach, schodach etc.)
- Mistrzostwa Polski w BMX Racingu – zorganizowane we wrześniu 2012 roku w Bike Park Lublin - jedynym torze w kraju przystosowanym specjalnie do tej dziedziny
- Cykl imprez motocrossowych - w tym VII Runda Mistrzostw Polski w Motocrossie.

Wydarzenia sportowe w 2013 roku to m. in.:

- Piłkarska Gala – mecze drużyn klubowych oraz mecze z udziałem reprezentacji artystów polskich i znanych piłkarzy.
- XIII Mistrzostwa Polski Kobiet w Boksie
- I Maraton Lubelski

- Puchar Świata w Karate Tradycyjnym oraz Puchar Polski Dzieci w Karate Tradycyjnym,
- Lublin MTB Maraton
- Międzynarodowy Turniej w Koszykówce Mężczyzn z udziałem reprezentacji narodowych przed EuroBasket 2013,
- Mistrzostwa Polski w BMX
- Żużlowy test-mecz reprezentacji Polski z zespołem złożonym z mistrzów świata

Poza typowymi obiektami sportowymi wydarzenia sportowe odbywają się także w innych lokalizacjach w Lublinie.

- Cavaliada Sport – zawody jeździeckie w Centrum Targowo-Wystawienniczym,
- Open Baltic Beachsoccer Champions League 2012 – turniej plażowej piłki nożnej na Placu Zamkowym w Lublinie (mecze klubów z krajów nadbałtyckich oraz zmagania gwiazd sportu i artystów.

Z uwagi na tradycje lubelskiego sportu, posiadaną i planowaną bazę sportową oraz obecny poziom sportowy, Lublin może gościć imprezy sportowe najwyższej rangi.

Wydarzenia Turystyczne – pod tym pojęciem kryją się imprezy przygotowywane specjalnie z myślą o zainteresowaniu różnorodną ofertą turystyczną mieszkańców regionu, miasta a także w późniejszej fazie rozwoju mieszkańców Polski. Są to wydarzenia organizowane przez Lubelską Regionalną Organizację Turystyczną, Urząd Marszałkowski Województwa Lubuskiego i Urząd Miejski w Lublinie. Sądząc po sukcesie zbliżonych inicjatyw z innych miast takich jak: Poznań za Pół Ceny, Gdańsk za Pół Ceny, wydarzenia początkowo skierowane do mieszkańców miasta z czasem stają się hitami turystycznymi.

Tabela 4 Oferta wydarzeń turystycznych w Lublinie.

LP	WYDARZENIE	KRÓTKI OPIS – IDEA WYDARZENIA	PROFIL ODBIORCY	POTENCJAŁ GENEROWANIA RUCHU TURYSTYCZNEGO
1.	Lubelski Kiermasz Turystyczny kwiecień (2 dni) www.lrot.pl	Organizator: Lubelska Regionalna Organizacja Turystyczna oraz Urząd Marszałkowski Województwa Lubelskiego. Podczas Kiermaszu, odbywającego się na Placu Zamkowym, na zwiedzających czeka szereg różnorodnych atrakcji oraz korzystnych ofert turystycznych, przede wszystkim z regionu Lubelskiego. Kilkadziesiąt podmiotów z branży turystycznej oferuje swoje usługi w promocyjnych cenach. Okazyjnie można	Różnorodna oferta wystawców oraz bogaty program atrakcji towarzyszących zachęcają bardzo szerokie grono odbiorców, od osób młodych przez rodziny z dziećmi aż po osoby dojrzałe. Weekendowy termin pod koniec kwietnia sprzyja odwiedzeniu miasta podczas wyjazdu „majówkowego”.	**Lokalny / Regionalny**

		nabyć na przykład pobyty w obiektach noclegowych, spływy kajakowe, czy wyjazdy krajowe i zagraniczne. Kiermaszowi towarzyszy szereg atrakcji takich jak: występy artystyczne, lekcje tańca, darmowe zwiedzanie Lublina z przewodnikiem oraz konkursy z nagrodami.		
2.	„Sezon Lublin” przełom kwietnia i maja (9 dni) www.turystyka.lublin.eu	Organizator: Wydział Turystyki UM Lublin. „Sezon Lublin” to wydarzenie skierowane przede wszystkim do mieszkańców Lublina, podczas którego mogą oni bezpłatnie odwiedzić atrakcje turystyczne miasta lub wziąć udział w wycieczce z przewodnikiem. I edycję „Sezonu” w 2012 r. realizowało14 partnerów, odbyło się 79 wydarzeń, a w poszczególnych imprezach wzięło udział ok. 2 300 osób. Kolejna edycja w 2013 r. zaangażowała 17 partnerów, oferowała 124 różnorodne propozycje, z których skorzystało ok. 3 500 uczestników Zainteresowanie znacznie przekroczyło limit miejsc dostępnych na podstawie rezerwacji.	Ze względu na bardzo urozmaicony program (m.in. wycieczki piesze, koncerty, gry, konkursy, spływ kajakowy) każdy z mieszkańców odnajdzie coś interesującego dla siebie. Wydarzenia ma także duży potencjał generowania ruchu turystycznego wśród mieszkańców regionu i nie tylko. Jego termin – długi weekend majowy – jest popularnym wśród Polaków czasem urlopowym, więc istnieje możliwość zachęcenia ich do kilkudniowych odwiedzin w Lublinie i wzięcia udziału w akcji „Sezon Lublin”.	**Lokalny / Regionalny**
3.	Lubelskie Święto Chleba od 2014 r. - czerwiec	Organizatorzy: Stowarzyszenie Rzemieślników Piekarstwa RP, koło „Region Lubelszczyzna”, Cech Rzemiosł Spożywczych przy Izbie Rzemiosła i Przedsiębiorczości w Lublinie, Stowarzyszenie „Partnerstwo Producentów Cebularza Lubelskiego” Lubelskie Święto Chleba organizowane jest od 15 lat, w 2012 roku uzyskało rangę IV Ogólnopolskiego Święta Chleba. Gromadzi co roku ok. 25 tys. zwiedzających oraz kilkudziesięciu wystawców, również z zagranicy. Impreza stanowi z jednej strony szansę prezentacji dla producentów, głównie piekarzy i cukierników, a z drugiej – poprzez swój wymiar kulturalny i rozrywkowy – jest doskonałą atrakcją dla szerokiego grona odbiorców.	Ciekawa oferta wystawców, tradycja „chleba” zakorzeniona w polskiej historii, a także ciekawy i ciągle rozwijany program powoduje, iż Lubelskie Święto Chleba przyciąga turystów w praktycznie każdym wieku. Istotnym odbiorcą oferty są dzieci i młodzież, dla których przygotowywane są specjalne programy.	**Regionalny / ogólnopolski**

Źródło: opracowanie własne

3.3.8. Galerie handlowe istotne dla rozwoju turystyki miejskiej

W ofercie turystycznej współczesnych miast istotnym potencjałem generowania ruchu turystycznego odznaczają się galerie handlowe, które stały się alternatywnymi dla tradycyjnych centrów miast miejscami recepcji turystycznej. Powodem odwiedzania tych obiektów jest zarówno chęć dokonania zakupów, jak i skorzystania z oferty restauracji czy kawiarni. Wiele z nich posiada wielosalowe kina, centra rozrywki, gabinety kosmetyczne i salony fryzjerskie. Organizowane przez tego typu obiekty tematyczne weekendy, czy akcje wyprzedażowe, stanowią dodatkowy magnes dla ruchu turystycznego. Poniżej opisano największe galerie handlowe w Lublinie, skupiając się na wylistowaniu elementów, które mogą stanowić o ich atrakcyjności dla odwiedzających spoza miasta.

Największe istniejące galerie handlowe

- Galeria Olimp[65] (Al. Spółdzielczości Pracy 32-34)
  - największy obiekt handlowy w Lublinie i województwie lubelskim – powierzchnia całkowita – ponad 90 000 m2, powierzchnia handlowa – 55 000 m2
  - kompleks składający się z 4 budynków
  - ponad 300 sklepów i punktów usługowych
  - parkingi podziemne i naziemne na 1500 samochodów
  - szacuje się, że Galerię Olimp miesięcznie odwiedza ponad 500 000 klientów66
  - na IV kwartał roku 2013 zaplanowano ukończenie rozbudowy galerii, po zakończeniu prac całkowita powierzchnia przekroczy 110 000 m2
  - liczne punkty gastronomiczne – 8 restauracji, 4 kawiarnie, 2 cukiernie
  - dodatkowe użyteczności: Centrum Rozrywki „Radość", tor kartingowy CARTMAX, multikino z 8 salami kinowymi (powstanie wraz z zakończeniem prac nad rozbudową w galerii).
- Lublin Plaza[67] (ul. Lipowa 13)
  - powierzchnia – 68 000 m2
  - ponad 100 sklepów i punktów usługowych
  - podziemny, dwupoziomowy parking na 700 samochodów
  - liczne punkty gastronomiczne – 5 restauracji, 3 kawiarnie, lodziarnia
  - dodatkowe użyteczności: multiplex Cinema City – 8 sal kinowych, centrum rozrywki Fantasy Park – na ponad 2 000 m^2 znajduje się 10 torów do bowlingu, 7 stołów bilardowych, dyskoteka, plac zabaw dla dzieci.
- Galeria Lubelska[68] (ul. Witosa 6)
  - powierzchnia – 12 500 m^2
  - 36 sklepów i punktów usługowych
  - jeden punkt gastronomiczny
  - bezpłatne linie autobusowe (CA1 i CA2) dowożące klientów z całego Lublina
  - naziemny parking
  - brak dodatkowych użyteczności, takich jak kino czy bowling

[65] http://www.galeriaolimp.com.pl
[66] http://www.galeriehandlowe.pl/go.live.php/PL-H1013/prezentacja-centrum-handlowego/SMTIw/galeria-olimp.html?title=Galeria%20Olimp
[67] http://www.lublinplaza.pl
[68] http://www.galeria-lubelska.pl

- Galeria Orkana[69] (ul. Orkana 6)
  - powierzchnia - ponad 11 000 m^2
  - 47 sklepów z wielu branż, m.in. odzież, zdrowie i uroda, biżuteria, wyposażenie wnętrz
  - tylko jeden punkt gastronomiczny
  - podziemny parking na 260 samochodów
  - brak dodatkowych użyteczności, takich jak kino czy bowling
- Pasaż Tesco Extra Lublin[70] (ul. Orkana 4)
  - powierzchnia - 10 000 m^2
  - część parku handlowego, który tworzy m.in. z Galerią Orkana i marketem OBI
  - głównym sklepem pasażu jest hipermarket Tesco Extra
  - inne, kluczowe marki spośród 40 dostępnych w pasażu to m.in. RTV Euro AGD, 4F, Monnari, Deichmann, Apart, Triumph
  - punkty gastronomiczne: Restauracja Cleopatra oraz Tesco Bistro
  - parking naziemny na 600 samochodów

Galerie handlowe w budowie

- Centrum IKEA

Duży kompleks handlowy obejmujący sklep IKEA oraz ok. 150 lokali usługowych, budowany przy drodze wyjazdowej w kierunku Lubartowa. Centrum będzie najdalej wysuniętym na wschód sklepem IKEA w Polsce i będzie miało znaczenie ponadregionalne. Znacząco wpłynie na rozwój turystyki miejskiej w Lublinie. Zakończenie inwestycji planowane jest na pierwszą połowę 2014 roku.

- Tarasy Zamkowe

Duże centrum handlowe budowane w centrum miasta, tuż przy Zamku Lubelskim. Na pokrytym roślinnością dachu centrum mają się znaleźć tarasy widokowe. Wnętrze centrum ma odtwarzać atmosferę dwupoziomowej uliczki handlowej. Powierzchnia pod wynajem będzie wynosić 37 000 m kw. Zmieści się na niej ok. 150 sklepów. Planowany termin zakończenia prac nad inwestycją to druga połowa roku 2014.

- Centrum Handlowe Atrium Felicity

Kompleks handlowy przy al. Witosa obejmujący m.in. 130 sklepów, hipermarket spożywczy, market budowlany z centrum ogrodniczym i fitness klub. Do dyspozycji klientów oddane zostanie 3100 miejsc parkingowych. Powierzchnia najmu ma wynosić 75 000 m kw. Zakończenie wartej 128 milionów euro inwestycji planowane jest na koniec 2013 roku.

[69] www.orkana.pl/index.php/page/show/1
[70] www.galeriehandlowe.pl/go.live.php/PL-H1013/prezentacja-centrum-handlowego/SMTIy/pasaz-tesco-extra-lublin.html?title=Pasa%C5%BC%20Tesco%20Extra%20Lublin

- Ilumina Park

Pierwotne plany zakładały budowę obiektu o powierzchni ponad 220 000 m^2 na peryferiach miasta, przy zbiegu ulic Kraśnickiej i Jana Pawła II. W związku ze zbyt wysoką wartością tzw. współczynnika intensywności zabudowy, inwestorzy (Segece oraz Interbud) zaproponowali zmniejszenie galerii[71].

- Alchemia Lublin

Centrum usługowo-handlowe z parkingiem podziemnym będzie składało się z dwóch części – staromiejskiej i śródmiejskiej – połączonych przejściem podziemnym pod ul. Lubartowską. Do końca roku 2014 kompleks ma być w stanie surowym zamkniętym. Planowana powierzchnia całkowita inwestycji to 70 000 m^2, z czego 24 000 stanowić ma powierzchnia handlowa[72]. Integralną częścią projektu jest również rozbudowa Ratusza o skrzydło północne oraz stworzenie ogólnodostępnego skweru, na którym odbywać się będą imprezy plenerowe, koncerty, spektakle[73].

3.4. Analiza zagospodarowania turystycznego miasta Lublin

Zagospodarowanie turystyczne jest, oprócz walorów turystycznych i dostępności, jednym z głównych kryteriów, decydujących o wielkości ruchu turystycznego na danym obszarze. Aby ten ruch mógł istnieć oraz się rozwijać niezbędna jest odpowiednia infrastruktura turystyczna, która umożliwi odwiedzającym pobyt oraz poznanie miasta. Rozumiemy przez nią zbiór wszystkich obiektów i urządzeń, które służą zaspokajaniu potrzeb osób odwiedzających dany teren. Do jej głównych składników zaliczamy:

- Bazę noclegową – zapewnienie odpowiedniej ilości miejsc noclegowych o zróżnicowanym standardzie jest warunkiem koniecznym dla rozwoju ruchu turystycznego w mieście.
- Bazę gastronomiczną – konieczne jest przedstawienie dostatecznej oferty lokali gastronomicznych, które zaspokoją jedną z podstawowych potrzeb każdego człowieka, jaką jest jedzenie. Ponadto restauracje o wysokiej jakości i uznanej marce mogą stać się motywem przyjazdu turystów do miasta.
- Bazę sportowo-rekreacyjną – umożliwia turystom wykorzystanie naturalnych walorów odwiedzanego miejsca (np. wyciągi narciarskie), może także być atrakcją samą w sobie (np. aquapark lub SPA).
- Bazę uzupełniającą (towarzyszącą) oraz specjalistyczną – są to wszelkiego rodzaju elementy infrastruktury, dedykowane dla turystów, które ułatwiają im lepsze poznanie atrakcyjności odwiedzanego miejsca albo służą specjalistycznym formom turystyki, np. turystyce biznesowej. Przykładem mogą być ośrodki informacji turystycznej lub oznakowane szlaki, a także sale konferencyjne i kongresowe.

[71] www.strefabiznesu.dziennikwschodni.pl/artykul/ilumina-park-w-lublinie-szykuja-teren-pod-galerie
[72] www.urbanity.pl/lubelskie/lublin/alchemia,b2905
[73] www.arkady.info.pl/index.html

3.4.1. Baza noclegowa

Miasto posiadające tak bogaty i zróżnicowany potencjał turystyczny jak Lublin, aby dać się odkryć, musi zagwarantować turystom ofertę świadczeń, które zaspokoją ich podstawowe potrzeby. Podstawowym elementem tej oferty jest usługa noclegu, której dostępność w dużym stopniu warunkuje możliwości rozwoju turystyki w mieście. Jako że ruch turystyczny angażuje bardzo różne grupy ludzi, niezbędne jest udostępnienie im zróżnicowanej oferty obiektów noclegowych. Powinny się wśród niej znaleźć zarówno hotele klasy premium, które przyciągną najzamożniejszą klientelę, jak i obiekty ekonomiczne typu motel, hostel czy pensjonat. Poniższa analiza wskazuje z jakiego typu obiektów noclegowych turyści przyjeżdżający do Lublina będą mogli skorzystać.

Analiza bazy noclegowej miasta Lublin

Według sprawozdawczości GUS obiekty noclegowe dzielą się na dwa rodzaje: zbiorowego oraz indywidualnego zakwaterowania. W skład pierwszej grupy wchodzą przede wszystkim obiekty hotelowe (głównie hotele, motele i pensjonaty), a także pozostałe obiekty (np. hostele, ośrodki wczasowe, domy wycieczkowe, schroniska turystyczne, kempingi czy pola biwakowe). Z kolei do obiektów noclegowych indywidualnego zakwaterowania zaliczają się przede wszystkim pokoje gościnne oraz kwatery agroturystyczne. Obiekty zbiorowego zakwaterowania stanowią zdecydowaną większość w miastach, stąd też tylko one zostały uwzględnione w porównaniu.

Tabela 5 Turystyczne obiekty zbiorowego zakwaterowania w Lublinie wg rodzajów (2012)

rodzaje obiektów zbiorowego zakwaterowania	obiekty ogółem	miejsca noclegowe ogółem	udzielone noclegi ogółem	udzielone noclegi turystom zagranicznym
hotele	15	1 552	219 618	69 813
motele	1	97	13 853	2 438
inne obiekty hotelowe	5	385	43 319	6 415
inne obiekty zbiorowego zakw. – zespoły domków tur.	1	24	1 440	0
inne obiekty noclegowe – pozostałe	5	262	14 970	1 333
ogółem	**27**	**2 320**	**293 200**	**79 999**

Źródło: Bank Danych Lokalnych GUS.

Według danych GUS na koniec 2012 roku zdecydowanie najsilniej reprezentowaną grupą obiektów w Lublinie są hotele. Jest ich 15, dysponują większością miejsc noclegowych (około 67%), a co za tym idzie obsługują gros ruchu turystycznego w mieście – zarówno z Polski, jak i zagranicy. Powyższe dane wskazują, iż turystom do użytku w Lublinie oddanych zostało 2 320 miejsc noclegowych, z których w 2012 roku skorzystano ponad 293 tysiące razy. Około 27% noclegów w obiektach zbiorowego zakwaterowania udzielono obcokrajowcom.

Co ciekawe, według danych Głównego Urzędu Statystycznego Lublin nie dysponuje żadnymi hostelami lub pensjonatami, czego nie potwierdza analiza od strony popytowej – w wyszukiwarce internetowej znaleźć można cztery czynne hostele: Królewska, Folk, CENT i Hostel Lublin[74]. Obiekty te najprawdopodobniej zakwalifikowane są do grupy innych obiektów hotelowych, obiektów niesklasyfikowanych lub też powstały później niż koniec 2012 roku.

Ze względu na dające się łatwo wychwycić różnice pomiędzy stanem rzeczywistym, a najnowszymi dostępnymi danymi GUS, w ramach analizy bazy noclegowej w Lublinie wsparto się więc innym źródłem. Był to Centralny Wykaz Obiektów Hotelarskich, publikowany przez Ministerstwo Sportu i Turystyki, który uwzględnia wszystkie aktualnie prowadzące działalność obiekty hotelowe. Jako że wykaz ten powstaje w ramach urzędów marszałkowskich poszczególnych województw, podczas prac nad ewidencją i kategoryzacją bazy noclegowej, obiekty podane są w nim w podziale na kategorie.

Tabela 6 Obiekty hotelarskie w Lublinie w podziale na kategorie (sierpień 2013)

Obiekty hotelarskie w podziale na kategorie						
Hotele 5*	**Hotele 4***	**Hotele 3***	**Hotele 2***	**Hotele 1***	**Motele**	**Łącznie**
0	3	12	2	2	2	21

Źródło: Centralny Wykaz Obiektów Hotelarskich Ministerstwa Sportu i Turystyki, stan z sierpnia 2013.

W porównaniu z danymi Głównego Urzędu Statystycznego powyższy wykaz informuje nie o 15, a o 19 hotelach, które działają na terenie Lublina. Ponadto do 2 wzrosła liczba moteli w mieście.

Ważniejsze jednak od bezwzględnych wartości wydają się być wskaźniki informujące o kondycji oraz roli turystyki w badanym miejscu. Do najistotniejszych wskaźników zaliczyć można przede wszystkim:

- Wskaźnik funkcji turystycznej – mówiący ile turystycznych miejsc noclegowych przypada na 1000 mieszkańców danego miasta.[75]
- Wskaźnik intensywności ruchu turystycznego – wskazujący ilu jest korzystających z noclegów w obiektach zbiorowego zakwaterowania, w przeliczeniu na 1000 mieszkańców.
- Wskaźnik wykorzystania miejsc noclegowych – informuje, w jakim stopniu wykorzystywane są przez turystów miejsca noclegowe dostępne w badanej lokalizacji.

Samo wyliczenie tych wskaźników może niewiele mówić, a dopiero porównanie ich z innymi miejscami docelowymi daje ciekawy materiał do analizy. W tym celu zdecydowano się na zestawienie wyników Lublina z województwem lubelskim oraz Polską. Taki dobór daje szerszy kontekst porównawczy dla miasta. Aby wyliczyć wymienione powyżej wskaźniki, zebrano szereg danych do tego niezbędnych, które zamieszczone zostały w poniższej tabeli.

[74] www.booking.com

[75] Taki przelicznik przyjmowany jest najczęściej przez GUS oraz Eurostat, z kolei w źródłach z dziedziny ekonomiki turystyki zwykle podawany jest tzw. wskaźnik Baretje'a i Deferta, w którym liczba turystycznych miejsc noclegowych przeliczana jest nie na 1000, a na 100 mieszkańców.

Tabela 7 Dane wskaźnikowe dla Lublina, województwa lubelskiego i Polski (2012)

Jednostka terytorialna	Ludność	Miejsca noclegowe w obiektach zbiorowego zakwaterowania	Korzystający z miejsc	Udzielone noclegi
Lublin	347 678	2 320	190 685	293 200
Woj. Lubelskie	2 165 651	19 561	691 298	1 531 607
Polska	38 533 299	675 433	22 635 388	62 014 890

Źródło: Bank Danych Lokalnych GUS.

Tabela 8 Wskaźniki turystyczne dla Lublina, województwa lubelskiego i Polski (2012)

Jednostka terytorialna	Wskaźnik funkcji turystycznej	Wskaźnik intensywności ruchu turystycznego	Wskaźnik wykorzystania miejsc noclegowych
Lublin	6,7	548	34,6
Woj. lubelskie	9,0	319	21,5
Polska	17,5	587	25,2

Źródło: Bank Danych Lokalnych GUS.

- Wskaźnik funkcji turystycznej

Na 1000 mieszkańców Lublina przypada średnio 6,7 miejsca noclegowego (w obiektach zbiorowego zakwaterowania), podczas gdy dla województwa lubelskiego wartość ta wynosi 9,0, a dla Polski 17,5.

- Wskaźnik intensywności ruchu turystycznego

Na 1000 mieszkańców Lublina przypada rocznie 548 turystów odwiedzających miasto (i korzystających z noclegów w obiektach zbiorowego zakwaterowania). W województwie lubelskim wskaźnik ten jest niższy i wynosi 319, natomiast dla Polski jest wyższy i ma wartość 587.

- Wskaźnik wykorzystania miejsc noclegowych

Miejsca noclegowe w obiektach zbiorowego zakwaterowania w Lublinie były w 2012 roku wykorzystywane w 34,6%. W regionie wskaźnik ten wyniósł zaledwie 21,5%, a w kraju 25,2%.

Możliwości rozwoju rynku tanich usług hotelowych w Lublinie

Ekonomiczne obiekty noclegowe takie jak hostele i apartematenty, w przyszłości mogą stanowić istotną część oferty noclegowej Lublina. Na dzień dzisiejszy oferta ta jest na etapie wczesnej fazy rozwoju. Z uwagi na charakter atrakcyjności turystycznej miasta, w której szczególnie silną pozycję stanowią festiwale oraz duże uczelnie wyższe, hostele są preferowaną formą bazy noclegowej. Dodatkowymi katalizatorami sprzyjającymi wzrostowi ilości taniej bazy noclegowej w nadchodzących latach w Lublinie, jest otwarcie międzynarodowego portu lotniczego i silnie rozwijany trend turystyki backpackerskiej w Europie i na świecie.

Przykłady takich miast jak Wrocław, Poznań czy Katowice pokazują, że rozwinięta siatka połączeń lotniczych z lokalnego portu może mieć korzystny wpływ na rozwój obiektów typu hostel. W każdym z tych miast wybór tego typu miejsc noclegowych jest bardzo szeroki. W ofercie znajdują się obiekty z tematem przewodnim np. muzyczne, podróżnicze czy stylizowane na styl retro, które nie tylko zachęcają turystów atrakcyjną ceną, ale wiążą się również z ciekawym przeżyciem. Przyjemny element zaskoczenia unikatową nazwą oraz wystrojem i kolorem pokoju, stanowi dla turysty powód

do powrotu w takie miejsce w przyszłości. Jako, że w porównaniu z hotelami, koszt przygotowania i otwarcia hostelu jest wielokrotnie niższy, spodziewać się można, iż prywatni przedsiębiorcy w najbliższych latach zauważą na tym rynku swoją biznesową szansę.

Program „Kwatery Kultury"

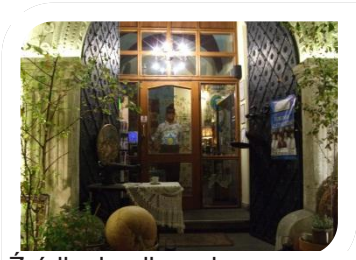
Kwatery Kultury to program zaproponowany w aplikacji finałowej Lublina do ESK 2016, który miał na celu powiększenie dostępnej bazy noclegowej miasta o nieruchomości do wynajęcia, znajdujące się w obrocie. Program zakładał powstanie do 2012 roku jednostki o nazwie Centrum Wynajmu Kwater, które miało koordynować wynajem prywatnych nieruchomości na potrzeby turystów. Centrum miało funkcjonować przy Lubelskim Ośrodku Informacji Turystycznej i Kulturalnej oraz w Internecie. Obecnie w wyszukiwarce internetowej nie sposób znaleźć informacji na temat projektu.

3.4.2. Baza gastronomiczna i potencjał rozwoju turystyki kulinarnej

Oferta lubelskich restauracji zlokalizowanych w centrum miasta

W obrębie lubelskiego Starego Miasta, Krakowskiego Przedmieścia i Placu Litewskiego funkcjonuje kilkadziesiąt restauracji. Przeprowadzony w październiku 2012 roku przez Wydział Turystyki UM Lublin audyt turystyczny wskazuje na 45 lokali gastronomicznych różnego typu, zlokalizowanych w centrum miasta (restauracje, puby, bary, pizzerie, kawiarnie itp.). Jednak w całym Lublinie liczba miejsc tego typu jest wielokrotnie większa. Popularne portale internetowe, gastronauci.pl oraz restauracje.pl, podają odpowiednio 586 i 156 lokali, a miejska strona internetowa lublin.eu wskazuje na 275 miejsc w zakładce Gastronomia/Rozrywka.[76]

Ilustracja 31 Restauracja Mandragora.



Źródło: landbrand

W szczególności ciekawą ofertę a la carte można znaleźć po przekroczeniu Bramy Krakowskiej, wzdłuż ulicy Grodzkiej i na Rynku. Ogólnie wystrój i serwowane menu w lokalach można określić jako poprawne i dostosowane do oczekiwań przeciętnego turysty. Niewiele jest jednak miejsc o wyjątkowym charakterze, serwujących kuchnię zasługującą na uwagę turysty wymagającego.

Do najbardziej oryginalnych i dopracowanych lokali zawierających pierwiastek lubelskości, zarówno jeśli chodzi o atmosferę, jak i o serwowane menu, można zaliczyć:

- **Mandragora.** Wyspecjalizowany w kuchni żydowskiej lokal aż kipi od akcentów kultury żydowskiej. Odbywają się w nim koncerty klezmerskie, organizowane są święta żydowskie oraz spotkania z poetami i innymi artystami. Miejsce dla ciekawych żydowskiego oblicza Lublina sprzed II Wojny Światowej.

[76] Z kolei w aplikacji finałowej do konkursu ESK 2016, wydanej w 2011 roku można znaleźć informacje, iż w Lublinie funkcjonuje „180 restauracji o zróżnicowanej ofercie i przystępnych cenach posiłków".

- **Restaurację Czarcia Łapa.** Nazwa nawiązująca do lubelskiej legendy o diable poprawiającym niesprawiedliwe wyroki Trybunału Koronnego. Lokal z wystrojem opartym na kontrastowych freskach, akcenty i wyposażenie zdradzają restaurację nastawioną na obsługę eleganckiego klienta zagranicznego i krajowego.

- **Przedwojenne Smaki Lublina.** Miejsce kultywujące tradycyjną, lubelską kuchnię. W menu znaleźć można potrawy zaczerpnięte wprost z Lublina lat 30tych, takie jak: lin w śmietanie, tatar po lubelsku, pierogi lubelskie z kaszą i serem, schabowy po lubelsku. Przy restauracji działają mini delikatesy – manufaktura 14.

Ilustracja 32 Restauracja Sielsko Anielsko.

Źródło: www.sielskoanielsko.pl.

- **Sielsko-Anielsko.** Restauracja zarówno w wystroju, jak i w menu nawiązuje do lubelskiej wsi. Wnętrza zdobią wyroby rękodzieła ludowego, goście siadają na ławach, jedzą z glinianych naczyń i drewnianych mis. W karcie kapuśniak, żur, barszcz czerwony, świeżonka, żeberko, pierogi i karczycho.

- **Grodzka 15. Pierwszy Browar Restauracyjny w Lublinie.**

Ilustracja 33 W restauracji Grodzka 15.

Źródło: landbrand.

- Lokal oferuje zróżnicowany wystrój i może ugościć 400 osób. Jego największym wyróżnikiem jest browar, w którym prowadzony jest pełen proces produkcji piwa w 3 gatunkach: Pils, Pszeniczne i Dunkel. Sezonowo obecne są także inne piwa, takie jak marcowe czy miodowe. Obecność kadzi piwnych oraz możliwość skosztowania piwa ważonego na miejscu bezpośrednio przepompowanego do Nalewajków, czyni z Grodzkiej miejsce typu „must try" dla każdego briofila. Dodatkowego smaku lokalnym piwom nadaje fakt, iż ważone są one z regionalnego słodu i chmielu.

- Pozostałe lokale serwujące kuchnię regionlną: Ulice Miasta, Hades, Szeroka, Czarny Tulipan, Domowa Micha.

Lublin jest stolicą regionu o bogatych tradycjach rolniczych i przetwórstwa spożywczego. Z tego powodu miasto posiada bogate zaplecze do rozwoju oferty kulinarnej i spożywczej. Sam fakt, że największe zakłady produkcyjne reprezentują przemysł przetwórstwa spożywczego, świadczy o możliwościach rozwoju oferty turystycznej wokół tematyki gastronomii. W Lublinie istotna dla rozwoju oferty turystycznej jest możliwość skorzystania z rozpoznawalności, a w przyszłości także budżetów marketingowych takich marek jak:

- **Lubella** – to lider rynku makaronów w Polsce działający od przeszło 130 lat. Zakład działa na bazie założenia młyńskiego rodziny Krausse. Obecnie, po modernizacji z roku 2007, młyn Krausego jest jednym z najnowocześniejszych w Europie. To dzięki wysokiej jakości mąkom, mielonym w młynie Krausego, w Lubelli powstają najwyższej klasy makarony z pszenicy durum. Zakład produkuje także płatki, paluszki i mąki. Lubelski producent makaronów posiada także znaczące udziały na rynku rumuńskim.
- **Apis** – spółdzielnia pszczelarska, która od 1932 roku działa na Lubelszczyźnie. Obecnie produkuje miody pitne i pszczele. Oferta miodów pszczelich jest bardzo szeroka i obejmuje krajowe gatunki, takie jak: miód gryczany, miód wrzosowy, lipowy, akacjowy, wielokwiatowy, spadziowy, a także miody świata, w tym: kasztanowy, pomarańczowy, pueblo, piniowy, koniczynowy, lawendowy, manuka. Każdy z nich dostępny w różnej wielkości opakowaniach. Miody pitne z Apisa osiągalne są w gatunkach: półtorak, dwójniak i trójniak. Różnorodna forma opakowania sprawia, że są one idealne zarówno na niezobowiązujący czy elegancki prezent, jak również pamiątkę z Lublina. Na świecie znane są produkty turystyczne budowane wokół procesu wytwarzania alkoholi (zwiedzania winiarni w Jeres, browary w Żywcu, whisky tours w Szkocji).
- **Perła – Browary Lubelskie S.A.** – to jeden z największych w kraju producentów regionalnych piwa. Asortyment browaru jest szeroki i obejmuje zarówno piwa popularne, jak i dedykowane bardziej wymagającemu klientowi. Mowa tutaj o takich markach jak browar parowy Vetter, Lubelskie Koźlak, Trybunalskie Miodowe czy Zwierzyniec. W produkcji lubelskiego browaru wykorzystuje się surowce pochodzenia regionalnego, co czyni z piw Perły produkt poszukiwany i wpisujący się w aktualne trendy rynkowe.
- **Solidarność** – Firma Cukiernicza Solidarność od lat 50. dostarcza na rynek krajowy rozpoznawalne i cenione wyroby czekoladowe. Produktem od lat podbijającym podniebienia konsumentów jest Śliwka Nałęczowska w czekoladzie, na rynku obecna od lat 60. W 1994 roku firma wprowadziła „Złotego Orzecha" – laskowy orzech w kremie oblany mleczną czekoladą. Ten wyrób zdobył największą ilość nagród i wyróżnień w historii firmy.
- **Herbapol Lublin S.A.** – to lider rynku syropów spożywczych i herbat ziołowych w Polsce oraz wicelider rynku herbat owocowych. Hasło promocyjne – „Herbapol – masz to w naturze" – trafnie ukazuje przywiązanie Polaków do marki Herbapol. Marce tej ufa aż 60% konsumentów w kraju, co jest najwyższym wskaźnikiem dla marek spożywczych w Polsce. Firma kultywuje tradycje zielarskie i w swoim asortymencie posiada produkty i leki na niemal każdą dolegliwość: od biegunki i trawienia, przez kaszel i przeziębienie, na koncentracji i rozwoju kończąc. Wśród syropów smakowych znaleźć możemy takie kompozycje jak: imbir z cynamonem i goździkami, malinę z lipą i witaminą C, poziomkę, żurawinę, aronię, czarną porzeczkę, dziką różę, cytrynę, pigwę, grejpfruta, wiśnię. Herbapol opracował także specjalną herbatę smakową o nazwie Herbata Inspiracji, która promuje markę Lublina jako miasta inspiracji. Jest to interesujący krok ukazujący możliwości powiązania marek komercyjnych z samorządową.
- **Polmos Lublin** (obecnie funkcjonujący pod nazwą Stock Polska) – to producent rozpoznawalnej w całym kraju Żołądkowej Gorzkiej. Na bazie jej sukcesu opracował kolejne hity rynkowe, w tym Żołądkową Gorzką de Luxe, która kilka lat z rzędu zaliczana jest to marek odnotowujących najbardziej dynamiczne wzrosty. Portfolio lubelskiego Polmosu jest obszerne i obejmuje tak ciekawe pozycje jak: Orkisz - wódka produkowana jest z pierwotnej odmiany pszenicy i zdobyła szereg wyróżnień na rynku krajowym i zagranicznym,

Jęczmienna Żołądkowa Gorzka, Lubelska Trzy Zboża oraz seria wódek smakowych o największym udziale w krajowym rynku funkcjonujących pod marką „Lubelska".

Spożywcze produkty regionalne i kulinarne charakterystyczne dla Lublina

- **Cebularz lubelski** – tradycyjny drożdżowy placek z cebulą i makiem. Wypiekany przez lubelskich Żydów. Jego niepowtarzalny smak zapewnił mu popularność w całym regionie. Obecnie nadal dostępny w każdej piekarni w mieście. Ta sama tradycyjna receptura lecz nieco inne umiejętności, piece i praca rąk piekarzy sprawiają, że tyle smaków cebularzy, ile różnych zakładów piekarskich.
- **Forszmak lubelski** – ciekawe danie o niemieckich korzeniach, które przyjęło się z powodzeniem na Lubelszczyźnie. Jest to rodzaj gulaszu z mięsem i ogórkami kiszonymi podawany w wydrążonym bochenku chleba lub w koszyczku wypieczonym z ciasta naleśnikowego. Jego popularność przechodziła różne koleje. Jej apogeum przypada na okres stanu wojennego, kiedy to głęboki kryzys ekonomiczny przywrócił go do łask gości stołówek i restauracji.

Ilustracja 34 Tradycyjny lubelski cebularz i Forszmak lubelski.

Źródło: landbrand.

Źródło: www.lubelskie.pl.

Opisany powyżej potencjał firm spożywczych i produktów tradycyjnych, może być wyeksponowany i użyty w celu wzbogacenia oferty turystycznej miasta. Stworzenie koszyka produktów lokalnych oraz jego sprzedaż w miejscu o łatwej dostępności i wysokiej atrakcyjności turystycznej. Może on stanowić magnes dla odwiedzających i wzmocnienie produktu turystycznego miasta.

3.4.3. Szlaki turystyczne

Szlaki turystyczne stanowią niezwykle istotny składnik infrastruktury turystycznej, gdyż ich główną funkcją jest umożliwienie turyście lepszego poznania odwiedzanego miejsca. Dlatego też wytyczane są w miejscach potencjalnie atrakcyjnych z punktu widzenia turysty, a dzięki połączeniu pojedynczych punktów tworzą pewną zwartą sieć, kierunkującą ruch turystyczny. W literaturze przedmiotu można znaleźć wiele definicji szlaku turystycznego, a na potrzeby niniejszego opracowania warto przywołać termin słownikowy:

Szlak turystyczny to trasa naturalna lub specjalnie wytyczona, najczęściej oznakowana, służąca celom turystycznym.

Gwoli uzupełnienia warto wskazać najważniejsze cechy, jakimi powinien charakteryzować się szlak turystyczny:

- oznakowany,
- linearny,
- zagospodarowany dla potrzeb turystyki,
- wyodrębniony w ramach przestrzeni turystycznej,
- przypisane kryterium tematyczne.

Ponadto, ze względu na rodzaj ruchu turystycznego, jakiemu dedykowany jest szlak, wyodrębnić możemy m.in. szlaki piesze, rowerowe, wodne, narciarskie czy też konne. Z punktu widzenia turystyki miejskiej istotniejsze jest jednak kryterium tematyczne przypisane danej trasie. Dlatego też szczególną uwagę należy poświęcić szlakom kulturowym, które w ostatnich latach zaczynają stanowić coraz silniejsze elementy atrakcyjności miast czy regionów. Głównym motywem ich wytyczania jest chęć wyeksponowania miejsc ciekawych pod względem historycznym, architektonicznym czy kulturowym. Do najistotniejszych w tym zakresie zaliczamy szlaki:

- historyczne,
- dawne szlaki handlowe,
- architektoniczne i budowlane,
- etnograficzne, techniki i przemysłu,
- dawnych rzemiosł,
- inne, odpowiadające swoją tematyką poszczególnym typom wypraw turystyki kulturowej.[77]

Tematyczne szlaki turystyczne mogą pełnić obecnie jeszcze jedną istotną funkcję – miejsca gry, rozrywki czy edukacji. Wyposażone nie tylko w podstawowe oznakowanie kierunkowe, lecz także w nowoczesne tablice informacyjne, interaktywne urządzenia multimedialne czy nawet elementy rozszerzonej rzeczywistości, stają się atrakcją samą w sobie i stanowią podstawę oferty turystycznej miasta.

Diagnoza szlaków, które zostały wytyczone na terenie Lublina lub tych o większym zasięgu, na których miasto jest tylko jednym z przystanków wykazała następujące rodzaje szlaków:

I. Miejskie szlaki kulturowe,
II. Regionalne szlaki kulturowe,
III. Ponadregionalne szlaki kulturowe,
IV. Szlaki rowerowe,
V. Szlaki piesze,
VI. Szlaki kajakowe,
VII. Szlaki narciarstwa biegowego.

I. Miejskie szlaki kulturowe

Liczba miejskich szlaków kulturowych Lublina jest zaskakująco długa. W ramach tej kategorii opisane zostały następujące inicjatywy skupiające szlaki na terenie miasta:

- Sieć pięciu szlaków miejskich,

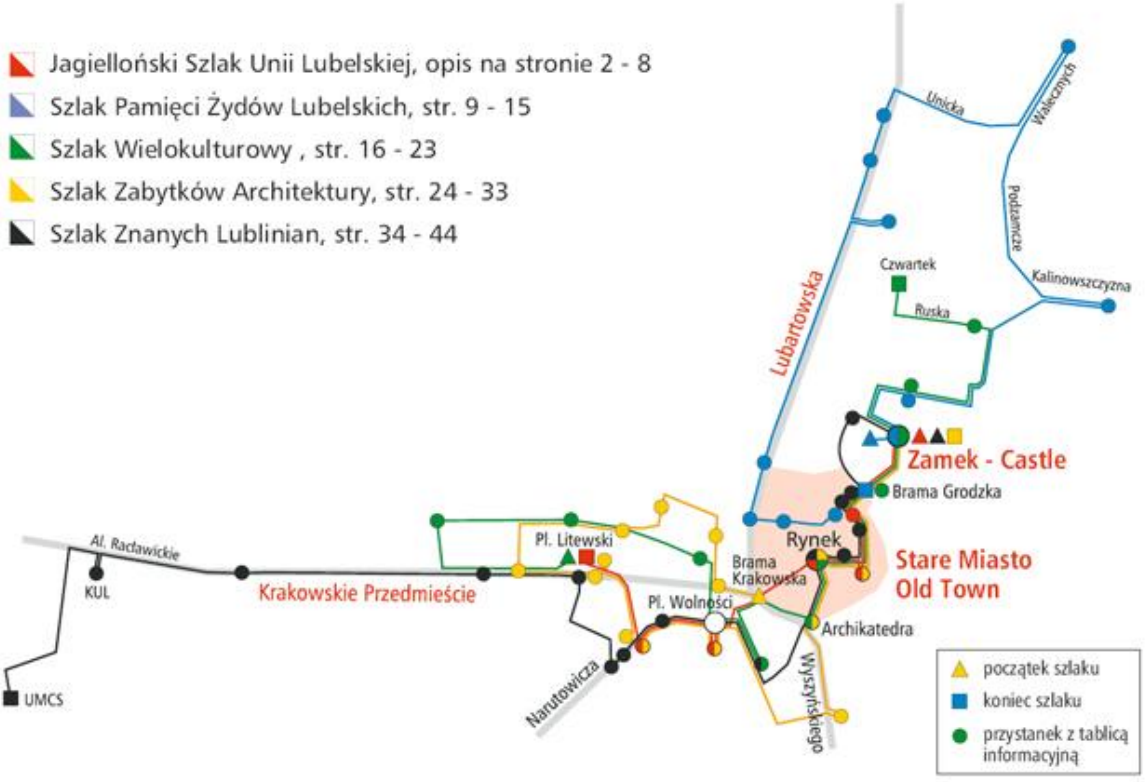
[77] Mikos von Rohrscheidt A., „Turystyka kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy", Gniezno, 2008.

- Szlak „Lublin Szeptany”,
- Lubelska Trasa Podziemna,
- Lubelskie szlaki edukacyjne (Ośrodka Brama Grodzka-Teatr NN).
-

Sieć pięciu szlaków miejskich[78]

Na terenie Lublina została wytyczona sieć składająca się z pięciu tematycznych szlaków o charakterze kulturowym. Każdy ze szlaków ma temat przewodni, który nawiązuje do różnych czasów i wydarzeń z historii Lublina. Punkty znajdujące się na szlakach zostały oznakowane, a schemat ich przebiegu dostępny jest w Internecie, na stronach Urzędu Miasta oraz LOITIK-u. Niestety turysta, który przyjechał do Lublina bez wcześniejszego rozpoznania może napotkać na istotne trudności związane z poznawaniem miasta z wykorzystaniem tych szlaków. Spowodowane będą one niedostatecznym oznakowaniem kierunkowym w przestrzeni miejskiej oraz brakiem poświęconych im wydawnictw lub mapek dostępnych np. w punkcie informacji turystycznej.

Ilustracja 35 Schemat pięciu miejskich szlaków kulturowych



Źródło: www.lublin.eu.

[78] www.lublintravel.pl

W skład sieci miejskich szlaków kulturowych w Lublinie wchodzą:

- JAGIELLOŃSKI SZLAK UNII LUBELSKIEJ (szlak czerwony)

Obejmuje 8 przystanków, przejście zajmuje ok. 2-3 h. Trasa związana jest z historią jednego z najważniejszych dokonań Jagiellonów, jakim było zawarcie w 1569 roku. Unii Polsko-Litewskiej w Lublinie. Samo zdarzenie miało miejsce 1 lipca 1569 roku, a związanych z nim jest kilka miejsc, w których zapadały kluczowe decyzje dotyczące historii państwa polskiego. Jednym z ważniejszych punktów na trasie jest Zamek Lubelski, w którym dokonano podpisania aktu Unii. Wydarzenie jest uwiecznione na płótnie autorstwa Jana Matejki, które znajduje się w tym budynku.

- SZLAK PAMIĘCI ŻYDÓW LUBELSKICH (szlak niebieski)

Obejmuje 13 przystanków, przejście zajmuje ok. 3-4 h. W XVI wieku Lublin był ośrodkiem, w którym swobodnie rozwijała się kultura hebrajska i aż do II wojny światowej Żydzi stanowili znaczący odsetek wśród mieszkańców miasta. Szlak ma na celu podkreślenie, jak istotną rolę pełnili oni w rozwoju Lublina. Na szlaku oznaczone są zabytki istniejące do dziś oraz miejsca pamięci, w których przed wojną istniały synagogi, domy i kirkuty żydowskie, które przypominają o tragedii, jaka spotkała naród żydowski. Na terenie Starego Kirkutu znajduje się najstarszy na ziemiach polskich nagrobek żydowski Jakuba Kopelmana z 1504 roku.

- SZLAK WIELOKULTUROWY (szlak zielony)

Obejmuje 12 przystanków, przejście zajmuje 2-4 h. Wielokulturowość Lublina to wypadkowa umiejscowienia na pograniczu kulturowym wschodniego i zachodniego chrześcijaństwa, przechodzących przez miasto szlaków handlowych oraz stykających się tu religii i języków. Szlak Wielokulturowy umożliwia poznanie najważniejszych miejsc i obiektów, które świadczą o tradycyjnej otwartości i tolerancji Lublinian wobec różnych religii oraz odmiennych idei społecznych, wywodzących się ze wspólnego dziedzictwa europejskiego, a także pozaeuropejskiego. Na Szlaku spotkamy obiekty reprezentujące katolicyzm, judaizm, prawosławie, ewangelicyzm, a także miejsca, w których owe kultury i religie łączą się, tworząc jednolitą, pełną tolerancji całość.

- SZLAK ZABYTKÓW ARCHITEKTURY (szlak żółty)

Obejmuje 16 przystanków, przejście zajmuje 2,5-3 h. Na Szlaku znajdują się najważniejsze obiekty architektury, od romańskiej po współczesną. Najstarszym zabytkiem w Lublinie jest wieża obronna na wzgórzu zamkowym - stanowi ona jeden z punktów szlaku Zabytków Architektury. Trasa podkreśla zarówno różnorodność, jak i zwraca uwagę na estetykę zabytków m.in. zamek, kościoły, budynki użyteczności publicznej, bramy.

- SZLAK ZNANYCH LUBLINIAN (szlak czarny)

Obejmuje 16 przystanków, przejście zajmuje ok. 2,5 – 3,5 h. Trasa związana jest z życiem i twórczością znanych mieszkańców Lublina, ale jednocześnie wielu ważnych dla historii kraju Polaków. Poszczególne miejsca opisują i podkreślają zasługi, jakie miały te osoby dla rozwoju miasta. Tabliczki umieszczone przy budynkach informują, z jaką postacią jest on związany. Na trasie można znaleźć ślady m.in. Czechowicza, Wyszyńskiego, Jana Pawła II, Wieniawskiego. Punktami na trasie są np. zamek czy Muzeum Literackie.

Szlaki „Lublin Szeptany"[79]

Opracowane w ramach projektu realizowanego przez lubelskie stowarzyszenie Homo Faber. Na stronie projektu do ściągnięcia jest kilkanaście multimedialnych przewodników w formacie mp3, które zabiorą odbiorcę na intrygujący tematyczny spacer, opowiadając historię mijanych miejsc. Do wyboru są między innymi tematy: Lublin Kryminalny, Szemrany, Żydowski, Historyczny, Anarchistów czy Drukarzy lub kilka tzw. Ścieżek Lubelskiej Opozycji, które opowiadają o genezie oraz wydarzeniach roku 1989.

Szlakom Szeptanego Lublina przyświeca idea: „Nie chcemy oprowadzać wszystkich. Oprowadzimy każdego z osobna!". Tak też czuje się turysta zwiedzający Lublin szeptanymi szlakami – jakby tuż obok miał swojego indywidualnego przewodnika, który prowadzi go po mniej przetartych ścieżkach i uchyla rąbka niejednej tajemnicy. W każdym z plików znajdziemy innego związanego z Lublinem narratora, który opowiada swoją historię, wskazując jednocześnie miejsca autentycznych wydarzeń. Pisarz kryminałów Marcin Wroński, aktor Dariusz Jeż, poeta Kazik Malinowski, a także architekci, historycy czy lubelscy działacze niepodległościowi zadbają o to, aby czas na zwiedzaniu Lublina upłynął zaskakująco szybko.

W ramach projektu opracowano również szlak pt. „Lublin dla początkujących", który dostępny jest również w 5 wersjach obcojęzycznych – angielskiej, francuskiej, ukraińskiej, białoruskiej i rosyjskiej.

Lubelska Trasa Podziemna[80]

Czas zwiedzania: ok. 45 minut, temperatura na trasie: 7-12 C. Istnieje możliwość wejść wieczornych (zwiedzanie przy pochodniach).

Nie jest typowym szlakiem turystycznym, lecz oryginalną atrakcją, która ma niektóre cechy wspólne ze szlakami, jak chociażby zagospodarowanie i linearność. Lubelskie Podziemia to ok. 280-metrowa trasa turystyczna, biegnąca pod Rynkiem i kamienicami Starego Miasta. W XVI wieku zaczęły powstawać miejskie piwnice, które połączone korytarzami stworzyły podziemną trasę turystyczną. Wędrówka lubelskimi podziemiami jest niezapomnianą lekcją historii. To, jak wyglądało miasto od XIII do XVI wieku pomagają sobie wyobrazić modele, dodatkowo znajduje się tu żywa makieta, wzbogacona światłem i dźwiękiem, która obrazuje pożar z 1719 roku. Podziemna trasa prowadzi od Trybunału Koronnego do ruin kościoła farnego.

Co poniedziałek, w podziemiach, odgrywana jest najsłynniejsza lubelska legenda – o Czarciej Łapie. Lubelska Trasa Podziemna organizuje również występy plenerowe, takie jak „Pożar Miasta", „Misterium Dzwonu", „Anioły i Diabły – Zaczarowany Lublin. Festiwal legend Lubelszczyzny", a także warsztaty edukacyjne i gry terenowe w przestrzeni miasta.

Lubelskie szlaki edukacyjne (Ośrodka Brama Grodzka-Teatr NN)

Ośrodek Brama Grodzka – Teatr NN, oprócz zarządzania jedną z największych atrakcji Starego Miasta jaką jest Lubelska Trasa Podziemna, podjął się również próby usieciowienia innych tematów

[79] www.szeptany.lublin.pl
[80] www.teatrnn.pl/podziemia/node/1

atrakcyjności kulturowej Lublina w ramach „szlaków edukacyjnych". Szlaki te nie zostały oznaczone w przestrzeni miejskiej, a jedynie skatalogowane i opisane w Internecie, na stronie instytucji. Po wcześniejszej weryfikacji i odpowiednim doborze najatrakcyjniejszych tematów, szlaki te stanowią silną podstawę dla uatrakcyjnienia oferty kulturowych szlaków Lublina w przyszłości. Poniżej opisane wybrane szlaki edukacyjne opracowane przez Ośrodek Brama Grodzka-Teatr NN.

- Spacer trasą Poematu o mieście Lublinie Czechowicza[81]

Spacer obejmuje 17 przystanków z 29 wyznaczonych miejsc związanych z Poematem. Odbywa się od 2003 roku w lipcową noc, przy pełni księżyca. Jest to przechadzka ulicami Lublina śladem wędrowca opisanego w utworze Czechowicza, który odwiedza zaledwie kilka miejsc, ale wspomina także inne, które znajdują się na trasie spaceru. Przejście szlakiem daje możliwość poznania Lublina w innej atmosferze, podróż w czasie do miasta zapamiętanego oczami Czechowicza.

- Szlak Renesansu Lubelskiego[82]

Styl Renesansu Lubelskiego najbardziej widoczny jest w budownictwie sakralnym, stąd też w Lublinie objęte są nim tylko kościoły. Na przełomie XVI/XVII wieku w Lublinie powstały liczne obiekty w stylu renesansowym. Wiele budynków noszących na sobie ślady pozostałych epok także zostało uzupełnionych elementami charakterystycznymi dla sztuki renesansu. Szlak obejmuje 9 zabytków architektury.

- Spacer po Lublinie Śladami Architektów[83]

Jest to szlak przedstawiający obiekty tworzone na przełomie kilku epok, które reprezentują rozmaite style architektoniczne. Trasa ma na celu przybliżenie twórczości i życia artystów i twórców, mających wpływ na rozwój architektury Lublina.

- Szlak Kupiecki Dawnego Lublina[84]

Szlak obejmuje pięć punktów, które przypominają o istnieniu niegdyś miejsc, związanych z kupieckim dorobkiem historycznym Lublina.

- Lubelski Szlak Historii Najnowszej[85]

Szlak przebiega przez miejsca i obiekty związane z historią najnowszą. Głównym celem trasy jest pokazanie, co znajdowało się w tych miejscach wcześniej, co było w danym budynku, jakie miał przeznaczenie.

- Szlak Lubelskiego Lipca[86]

Szlak obejmuje osiem obiektów związanych z wydarzeniami lipca 1980 roku, które zapoczątkowały zmiany polityczne w Polsce. Na szlaku znalazły się między innymi Lubelskie Zakłady Napraw Samochodów, Fabryka Samochodów Ciężarowych oraz Wytwórnia Sprzętu Komunikacyjnego w Świdniku.

---

[81] www.tnn.pl/pm,3204.html
[82] www.tnn.pl/Szlak_renesansu_lubelskiego,513.html
[83] www.tnn.pl/Spacer_po_Lublinie_%C5%9Bladami_architekt%C3%B3w,706.html
[84] www.tnn.pl/Szlak_kupiecki_dawnego_Lublina,589.html
[85] www.tnn.pl/Lubelski_Szlak_Historii_Najnowszej,413.htm
[86] www.tnn.pl/Szlak_Lubelskiego_Lipca,521.html

- Lubelski Szlak Edwarda Stachury[87]

Jest to szlak śladami Edwarda Stachury. Poeta studiował w Lublinie, tutaj miał swoje pierwsze wieczorki literackie i wydał swoje pierwsze utwory w druku. W skład szlaku wchodzą miejsca, które często odwiedzał. Szlak opisany jest cytatami z książek Edwarda Perlickiego, który opisał dwa lata z życia Stachury w Lublinie.

- Szlak Kultury i Tradycji Żydowskiej w Lublinie[88]

Szlak w dużej mierze pokrywa się z miejskim szlakiem Pamięci Żydów Lubelskich.

- Szlak architektury Barokowej w Lublinie[89]

Szlak Architektury Barokowej przedstawia obiekty sakralne, które powstały pierwotnie w stylu barokowym lub budynki powstałe wcześniej, ale przebudowane w stylu barokowym. Na jego trasie znajduje się 6 obiektów.

Pozostałe propozycje szlaków edukacyjnych opracowane przez Ośrodek Brama Grodzka – Teatr NN[90]

- Szlak stylów w architekturze Lublina
- Szlak lubelskiej secesji
- Szlak lubelskiego modernizmu
- Szlak gotyku lubelskiego
- Szlak architektury neostylowej w Lublinie
- Szlak wielokulturowy - Lublin
- Szlak stanu wojennego na Lubelszczyźnie
- Szlak wodociągów lubelskich
- Szlak lubelskiej kolei do młyna braci Krauze
- Lubelski szlak przemysłowy
- Przewodnik Władysława Panasa po magicznym Lublinie[91]

II. Regionalne szlaki kulturowe

Na terenie regionu Lubelszczyzny wytyczono szereg szlaków sieciujących atrakcje kulturowe w ramach jednego tematu przewodniego. Informacje o miejscach leżących na opisanych poniżej szlakach znaleźć można na stronie internetowej Urzędu Marszałkowskiego Województwa Lubelskiego. Opisano tam poszczególne punkty, prezentowane są także mapy z przebiegiem szlaku. Jednakże brak informacji o jakichkolwiek działaniach promocyjnych lub mających na celu ich oznakowanie w przestrzeni.

[87] www.tnn.pl/Lubelski_szlak_Edwarda_Stachury,2919.html
[88] www.tnn.pl/Szlak_kultury_i_tradycji_%C5%BCydowskiej_w_Lublinie,1081.html
[89] www.tnn.pl/Szlak_architektury_barokowej_w_Lublinie,702.html
[90] www.tnn.pl/pamiej.php?kat=512
[91] www.tnn.pl/Przewodnik_W%C5%82adys%C5%82awa_Panasa_po_magicznym_Lublinie,2934.html

- Szlak Przenikania Kultur[92]

Jego motywem przewodnim jest wielokulturowość Lubelszczyzny. Prowadzi on po zabytkach sakralnych różnych wspólnot wyznaniowych, które zamieszkują, bądź kiedyś zamieszkiwały region. Na trasie szlaku podziwiać można m.in. kościoły, żydowskie synagogi i kirkuty, tatarskie mizary czy prawosławne i unickie cerkwie. Szlak prowadzi od Lublina wpierw na północ do Białej Podlaskiej, a dalej na południe przez Chełm i Włodawę, aż po Zamość, po drodze wskazując wiele innych wielokulturowych miejscowości, takich jak Ortel Królewski, Studzianka czy Kostomłoty.

- Szlak Rezydencji Magnackich[93]

Szlak prowadzi po najcenniejszych obiektach pałacowych na Lubelszczyźnie, które są pozostałością po licznych rodach magnackich rządzących niegdyś na tych terenach. Na szlaku znajdują się tak znamienite zabytki jak: Pałac Zamoyskich w Kozłówce, Pałac Czartoryskich w Puławach czy Pałac Potockich w Radzyniu Podlaskim. Z kolei na obszarze Lublina na trasie szlaku rezydencji magnackich znalazły się pałace: Sobieskich, Lubomirskich, Lublinieckich, Czartoryskich oraz Pałac Rafała Leszczyńskiego.

- Szlak Zabytkowych Kościołów[94]

Obejmuje dużą część województwa i prowadzi po kościołach wybudowanych m.in. w stylu renesansowym, barokowym czy gotyckim. W Lublinie została nim objęta Archikatedra, Kaplica św. Trójcy, Bazylika Dominikanów oraz Kościół Bernardynów. W regionie, na szlaku zabytkowych kościołów, znajdują się m.in. miejscowości takie jak: Kazimierz Dolny, Puławy, Lubartów, Radzyń Podlaski, Włodawa, Chełm czy Zamość.

- Szlak Renesansu Lubelskiego[95]

Styl architektoniczny, jakim był renesans lubelski jest zauważalny w architekturze sakralnej także w mniejszych miejscowościach regionu, chociażby w: Bełżycach, Bobrownikach, Bychawie, Czemiernikach, Czerniejowie, Dąbrownicy, Dysie, Gardzienicach, Gołębiu, Janowcu, Kazimierzu Dolnym, Końskowoli, Łęcznej, Zamościu i Uchaniach. W planach Lubelskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej jest oznakowanie oraz wypromowanie tego szlaku.

- Szlak Chasydzki[96]

Projekt Szlaku Chasydzkiego został opracowany przez Fundację Ochrony Dziedzictwa Żydowskiego, a swym zasięgiem obejmuje miejscowości na terenie województw lubelskiego i podlaskiego, które związane są z tym religijno-mistycznym ruchem. Oprócz Zamościa, który jest centralnym, głównym punktem na szlaku, ujęte są także 22 miejscowości, m.in. Biłgoraj, Kraśnik, Leżajsk, Tarnobrzeg, Ustrzyki Dolne i Włodawa. W Lublinie wskazane są na szlaku 3 miejsca związane z chasydyzmem: Jesziwa Chachmej oraz stary i nowy kirkut.

---

[92] www.lubelskie.pl/index.php?pid=482
[93] www.lubelskie.pl/index.php?pid=484
[94] www.lubelskie.pl/index.php?pid=523
[95] www.turystyka-pojezierze.pl/region/szlaki-turystyczne/szlak-renesansu-lubelskiego.html?p=1
[96] www.fodz.pl/?d=5&id=32&l=pl

III. Ponadregionalne szlaki kulturowe

Lublin leży na trasie kilku kulturowych szlaków o zasięgu ponadregionalnym – krajowym lub międzynarodowym. Związane są one z historycznymi drogami, które w zamierzchłych czasach były często uczęszczane przez kupców, pielgrzymów czy władców, podróżujących między podległymi im ziemiami. Obecnie podejmowane są próby przywrócenia ich dawnej świetności poprzez rozwój ruchu turystycznego.[97]

- Lubelska Droga Świętego Jakuba[98]

Szlak o długości 135 km Łączy Lublin z Sandomierzem, jednocześnie z Małopolską i całą trasą Camino de Santiago de Compostella. Jest to cześć ogólnoeuropejskiego szlaku, który ma na celu zjednoczenie starego kontynentu jedną trasą, podkreślającą dorobek kulturowy i religijny. Obecnie każdego roku do Santiago dochodzi ok. 200 tys. pielgrzymów, w tym ok. 2 tys. Polaków. W Polsce oznakowanych jest 2700 km szlaku. Krajowym podmiotem odpowiedzialnym za szlak jest Stowarzyszanie „Przyjaciele Dróg Świętego Jakuba w Polsce".

- Via Regia - Europejska Droga Kultury[99]

Via Regia to dawna droga królewska (bezpośrednio podlegająca królowi), na której obowiązywały specjalne prawa. Pierwsze wzmianki o niej pochodzą z 1252 roku. Via Regia oznacza również historyczny trakt handlowy, prowadzący z Hiszpanii do Rosji i pokrywa się po części z Drogą św. Jakuba. Jest to międzynarodowa inicjatywa, mająca na celu podniesienie drogi do rangi symbolu jedności europejskiej, na poziomie kulturowym, turystycznym i gospodarczym.

- Szlak Jagielloński[100]

Przebiega na trasie Kraków – Lublin – Wilno. Po zawarciu Unii Lubelskiej szlak był bardzo często uczęszczany przez orszak królewski. Był to także szlak kupiecki, podążali nim uczeni, urzędnicy, dyplomaci, duchowni, artyści. Trakt odegrał wielką rolę w integracji Królestwa Polskiego i Wielkiego Księstwa Litewskiego. Szlak Jagielloński łączy dwa miasta wpisane na listę UNESCO i sam aspiruje do znalezienia się na niej.

- Szlak Kupiecki[101]

Szlak Kupiecki przebiega z Wrocławia przez Lublin do Wilna. Rozwinął się po 1450 roku, w którym to Kazimierz Jagiellończyk zezwolił kupcom jeździć z Rusi do Wrocławia. Trakt w latach 70. XV wieku odgrywał międzynarodową rolę. Do dnia dzisiejszego jego wygląd znacznie się zmienił. Pozostały tylko miejsca, przypominające o kupieckich korzeniach miast, które znajdowały się na szlaku: rynki, kościoły, zamki. Kupiecką atmosferę możemy poczuć na jarmarkach, które odbywają

[97] Miasto jest również zaangażowane w projekt dotyczący międzynarodowego szlaku kulturowego „Szlak Giedyminowiczów". Stosowne porozumienie w tej sprawie zostało podpisane w dniu 28 sierpnia 2013 roku pomiędzy Miastem Lublin a ukraińskim Stowarzyszeniem Władz Lokalnych „Szlak Giedyminowiczów.
[98] www.camino.net.pl/droga-lubelska-oznakowana
[99] www.via-regia.org, www.viaregia.info/pliki/2.pdf
[100] Podmiot odpowiedzialny: LOT „Szlak Jagielloński", www.szlakjagiellonski.pl
[101] Podmiot odpowiedzialny: Organizacja Turystyczna „Szlak Kupiecki", www.szlakkupiecki.pl

się w większości z miast objętych szlakiem m.in. na Jarmarku Jagiellońskim w Lublinie czy Jarmarku Świętojańskim we Wrocławiu.

IV. Szlaki rowerowe

Atrakcyjne okolice Lublina stwarzają możliwości do rozwoju kwalifikowanej turystyki rowerowej. Nawet dla amatora pokonanie na rowerze kilkudziesięciu kilometrów w ciągu jednego dnia, nie stanowi większego problemu. Za pomocą sieci szlaków rowerowych można zwiedzić region Lubelszczyzny i dotrzeć do Lublina, który leży na trasie kilku rowerowych dróg lokalnych i wojewódzkich.

Szlaki na terenie miasta

Na terenie Lublina istnieje obecnie około 32 km ścieżek rowerowych. Drogi te zlokalizowane są praktycznie na obszarze całego miasta. Obecnie nie tworzą jeszcze zamkniętej, powiązanej sieci, ale z roku na rok przybywa kolejnych kilometrów. Idealnym miejscem do uprawiania rekreacji na rowerze jest biegnąca dookoła Zalewu Zemborzyckiego ścieżka o długości 12 km, która została częściowo wybrukowana. [102]

Szlaki rowerowe rozpoczynające się w Lublinie lub na jego obrzeżach i prowadzące po terenach nieodległych od miasta:[103]

- Szlak po Gminie Konopnica (czarny, 30 km)

Szlak zaczyna się przy ul. Raszyńskiej, a kończy przy ul. Cienistej w Lublinie. Wśród ciekawych miejsc na szlaku można zobaczyć średniowieczne grodzisko i rezerwat przyrody Stasin, a także lotnisko sportowe w Radawcu.

- Szlak Doliną Nędznicy (zielony – 18 km, niebieski – 12 km)

Rozpoczynający się przy południowym skraju Zalewu Zemborzyckiego szlak, biegnie przez teren sąsiedniej gminy Niedrzwica Duża. Na trasie warto zobaczyć m.in. ruiny Dworu Dłuskich, który istniał tu od XVI wieku.

Szlaki rowerowe, na których Lublin jest jednym z punktów na dłuższej trasie, na obszarze województwa: [104]

- Szlak wyżynny Lublin – Nałęczów – Kazimierz Dolny (szlak czerwony, długość 62 km)

Szlak wiedzie przez najciekawsze miejsca zachodniej Lubelszczyzny. Jest to popularna trasa, łatwa, poprowadzona głównie drogami asfaltowymi, atrakcyjna krajobrazowo. Na trasie: Nałęczów – lubelskie uzdrowisko, Wąwolnica – słynna z kultu Matki Bożej Kębelskiej, Kazimierz Dolny – nadwiślańska perła renesansu, ostatni odcinek szlaku przebiega przez Kazimierski Park Krajobrazowy.

- Szlak Lublin – Zawieprzyce – J. Rogóźno – J. Piaseczno – Załucze Stare – Urszulin – Wereszczyn - Wojciechów (PPN) – Hańsk – Wola Uhruska (czerwony, ok. 110 km)

[102] www.mosir.lublin.pl
[103] www.lublin.turystyka.pl/szlaki-turystyczne/szlaki-rowerowe.html
[104] www.lubelskie.pl/index.php?pid=182

Szlak przebiega przez teren pojezierza Łęczyńsko-Włodawskiego. Trasa nie jest trudna, w większości prowadzi przez równiny i obszar Poleskiego Parku Narodowego, Parku Krajobrazowego Pojezierze Łęczyńskie i Poleskiego Parku Krajobrazowego, które stanowią Międzynarodowy Rezerwat Biosfery „Polesie Zachodnie". Czerwony szlak tworzy wokół Lublina niedomkniętą pętlę. Opisane powyżej odcinki są bezpośrednio połączone z Lublinem.

Szlaki europejskie

Lublin nie jest uwzględniony na trasie europejskiej sieci szlaków rowerowych Eurovelo. Najbliżej Lublina przebiega trasa EV11 z Warszawy do Krakowa, kolejna bliską trasą jest EV4, której odcinek w okolicach Lublina przebiega z Krakowa do Lwowa i Kijowa.[105] Warto by poczynić starania, aby włączyć Lublin w sieć tych europejskich „autostrad rowerowych", które przyciągają coraz liczniejszą grupę podróżujących cyklistów. Położenie miasta skłania do wytyczenia i oznakowania nowej, krótszej drogi z Warszawy do Lwowa i Kijowa.

Również na mapie zielonych szlaków „Greenways" nie znajdziemy Lublina. Na terenie województwa lubelskiego oznakowano ponad 500 km szlaków i utworzono 31 miejsc wypoczynkowych w ramach projektu Bursztynowy Szlak Greenways, jednak szlaki te przebiegają na zachód od Lublina, głównie przez tereny Lokalnej Grupy Działania „Zielony Pierścień".[106]

V. Szlaki Piesze

Szlaki piesze na terenie województwa lubelskiego, które przechodzą przez Lublin, można podzielić na dwie kategorie. Pierwszą stanowią szlaki, na których Lublin jest tylko jednym z wielu punktów na dłuższej trasie, na większym obszarze Lubelszczyzny. W drugiej znajdą się szlaki, które wytyczone zostały w Lublinie i jego pobliżu i sprzyjają poznawaniu terenów w okolicy miasta.

W skład pierwszej grupy szlaków wchodzą:

- Szlak Wyżynny Zachodni (czerwony, dystans 60,8 km)[107]

Przebiega od Kazimierza Dolnego, przez Nałęczów, do Lublina. Jest to bardzo malowniczy i urozmaicony szlak, który wiedzie przez lessowy krajobraz, między innymi na terenie Kazimierskiego Parku Krajobrazowego. Na trasie znajdują się liczne historyczne miejsca i zabytki architektury.

- Szlak Wyżynny Wschodni (czerwony, ok. 90 km)[108]

To dalsza część czerwonego szlaku wyżynnego, która przebiega od Lublina, przez Piaski, na wschód do Chełma. Na trasie szlaku leży m.in. Chełmski Park Krajobrazowy z licznymi torfowiskami węglanowymi.

- Szlak Szastarka – Lublin – Kaniwola (żółty, ok. 101 km)

Przebiega z krańców Roztocza Zachodniego (Szastarka) na Pojezierze Łęczyńsko-Włodawskie (Kaniwola).[109]

[105] www.ecf.com/projects/eurovelo-2
[106] www.szlakbursztynowy.pl
[107] www.kraina.org.pl/szlaki_piesze_id_1194.html
[108] www.lubelskie.pl/index.php?pid=181

Z kolei w bliższej okolicy Lublina znajdują się poniższe trzy szlaki piesze:[110]

- Szlak Doliny Ciemięgi (niebieski, 31 km)

Mający swój początek w Lublinie w okolicach Muzeum Wsi Lubelskiej szlak prowadzi na północ od miasta. Znaczna jego część wiedzie przez Obszar Chronionego Krajobrazu "Dolina Ciemięgi". Na trasie znajduje się kilka zabytków architektonicznych z okresu XVI-XVIII wieku.

- Szlak Lasów Podlubelskich (zielony, 43 km)

Prowadzi z okolic Zalewu Zemborzyckiego na wschód m.in. przez Las Dąbrowa, Las Mętowski i Las Krępiecki.

- Szlak im. Polskiego Towarzystwa Krajoznawczego (zielony, ok. 1 km)

Krótki szlak wytyczony na terenie Muzeum Wsi Lubelskiej umożliwia poznanie ciekawych obiektów architektury drewnianej.

Ilustracja 36 Kajak przy pomoście.

VI. Szlaki kajakowe

Źródło: www.sxc.hu.

Zaplecze Lublina daje też możliwość uprawiania sportów, do których nie jest niezbędna kosztowna infrastruktura lub specjalistyczne przygotowanie. Przykładem mogą być spływy kajakowe organizowane na rzece Bystrzycy, która przepływa przez Lublin. Możliwe są zarówno spływy jedno, jak i kilkudniowe, prowadzone przez firmę prywatną lub Miejski Ośrodek Sportu i Rekreacji. Podczas tych krótszych możemy rozpocząć spływ np. w okolicach Prawiednik (długość trasy 7 km) lub Osmolic (14 km) docierając na Zalew Zemborzycki, którego przepłynięcie również stanowi nie lada atrakcję. Kajakowy wypad można także rozpocząć na Zalewie w okolicach tamy, co daje możliwość podziwiania Lublina z perspektywy rzeki. Przy tej opcji spływ skończyć można w okolicach stadniny Lubelskiego Klubu Jeździeckiego lub przy Dworku Grafa, czyli prawie po drugiej stronie miasta. Jako że nurt Bystrzycy jest na tych odcinkach stosunkowo łagodny, a poza dwoma przenoskami nie występują większe trudności, w spływie z powodzeniem uczestniczyć mogą osoby niedoświadczone. Kolejny odcinek rzeki – od Lublina do Spiczyna (ok. 24 km), gdzie Bystrzyca uchodzi do Wieprza, może sprawiać już nieco trudności ze względu na liczniejsze przeszkody oraz silne meandry i jest polecany dla osób o wyższym stopniu zaawansowania. Z kolei rozpoczynając spływ w okolicach Strzyżewic (ok. 25 km od Lublina w górę rzeki) i kończąc w Spiczynie możemy spędzić cały weekend w kajaku, mijając na trasie Lublin, wiele malowniczych krajobrazów oraz podziwiając dziką przyrodę porastającą brzegi Bystrzycy.[111]

[109] www.lublin.turystyka.pl/szlaki-turystyczne/szlaki-piesze.html
[110] www.lublin.turystyka.pl/szlaki-turystyczne/szlaki-piesze.html
[111] Źródło: www.mosir.lublin.pl oraz www.kajaki.lublin.pl

VII. Szlaki narciarstwa biegowego

Dzięki położeniu na wschodnich krańcach Polski, stosunkowo daleko od Bałtyku, śnieg w Lublinie i jego okolicach obecny jest przez większość okresu zimowego. Długość zalegania pokrywy śnieżnej wynosi od 70 do 90 dni w roku, co sprzyja rozwojowi coraz popularniejszego w Polsce narciarstwa biegowego.[112] Obecnie jako trasy biegowe wykorzystywane są okolice Zalewu Zemborzyckiego – ścieżki rowerowe, trasy spacerowe w Starym Gaju lub ewentualnie zamarznięta tafla jeziora.[113] Jednak są to miejsca nieprzygotowane specjalnie do tego sportu, a jedynie prowizorycznie wybierane przez miłośników „biegówek". Przygotowanie tras z prawdziwego zdarzenia oraz zapewnienie wypożyczalni sprzętu, może dać silny impuls do rozwoju narciarstwa biegowego w Lublinie, tak jak to miało miejsce w przypadku Warszawy, gdzie w krótkim czasie powstało kilka miejsc zapewniających niezbędne usługi w tym zakresie.[114]

3.4.4. Baza kongresowa i konferencyjna

Ilustracja 37 Sala konferencyjna.

Źródło: www.sxc.hu.

Dzięki odpowiednio rozwiniętej ofercie sal kongresowych, konferencyjnych i innych obiektów, mogących stać się miejscem wystaw, szkoleń, prelekcji czy spotkań, rozwijać się może turystyka biznesowa, która odgrywa obecnie bardzo istotną rolę na światowym rynku. Ten rodzaj turystyki jest także bardzo korzystny dla branży hotelarskiej, ze względu na wysoką dochodowość oraz bardzo niewielką sezonowość. Wyróżnić można kilka form turystyki biznesowej:

- kongresy,
- turystyka targowa lub targowo- wystawowa,
- turystyka korporacyjna,
- turystyka konferencyjna zwana turystyką spotkań,
- turystyka motywacyjna lub integracyjna.

Od najpopularniejszych form turystyki utworzono często stosowany do określenia rynku turystyki biznesowej skrót MICE – akronim od angielskich słów: Meetings, Incentives, Conferencing, Exhibitions.

Poniżej przedstawiono wyniki audytu obiektów dysponujących salami konferencyjnymi i szkoleniowymi w Lublinie.

[112] Źródło: M. Nowosad, K. Bartoszek, „Wieloletnia zmienność grubości pokrywy śnieżnej w okolicy Lublina", Kraków 2007, oraz www.film.lublin.eu/33,klimat
[113] Za: www.lubelskieski.pl/viewtopic.php?f=1&t=702 oraz www.ave.net.pl/narty/biegowe.htm
[114] Zobacz: www.biegowkiwarszawa.pl, www.moczydloalpina.pl, www.tnbiegowki.pl

Tabela 9 Obiekty szkoleniowe, konferencyjne i wystawiennicze w Lublinie

LP	NAZWA I ADRES	LICZBA SAL	NAJWIĘKSZA SALA (MAKSYMALNA LICZBA OSÓB)*	ŁĄCZNA LICZBA MIEJSC*
1	Targi Lublin	-	-	4000
2	Hala Globus	-	-	-
3	Centrum Konferencyjno-Wystawiennicze Restauracja Etiuda	5	700	1800
4	Aula Collegium Maius Uniwersytetu Medycznego	2	554	790
5	Hotel Mercure Lublin Centrum	9	220	780
6	Hotel Focus Centrum Konferencyjne	3	450	745
7	Centrum Kongresowe Uniwersytetu Przyrodniczego	1	600	600
8	Hotel Trzy Róże	3	400	480
9	Hotel Luxor	4	300	470
10	Hotel Korona	5	180	450
11	Hotel Kmicic	2	250	450
12	Hotel Huzar	7	133	370
13	Hotel Lwów	4	200	350
14	Hotel Pod Kasztanami	3	250	300
15	Kino Bajka	1	292	292
16	Kompleks Restauracyjno-Noclegowy Rubikon	6	200	250
17	Hotel Europa	3	150	230
18	Sala konferencyjna Caritas Archidiecezji Lubelskiej	1	225	225
19	IBB Grand Hotel Lublinianka	3	150	200
20	Motel PZM	3		200
21	Pałac Akropol	2	170	190
22	Centrum Budownictwa OMEGA	4	100	190
23	Hotel Restauracja Focus	2	150	180
24	Centrum Restauracyjno-Konferencyjne Nowy Graf	2	100	150
25	Dom Małego Księcia	1	90	90
26	Hotel Logos (Dom Nauczyciela)	2	60	85
27	Inkubator Technologiczny	2	54	65
28	Hotel Victoria	6	450	b/d
29	Dom na Podwalu	4	35	b/d
30	Hotel Campanille Lublin	b/d	b/d	b/d
31	Locomotiva Hotel	1	b/d	b/d

Źródło: Opracowanie własne.
* Podana liczba miejsc dotyczy tak zwanego układu teatralnego (kinowego).

Zgodnie ze zgromadzonymi danymi w Lublinie dostępnych jest ponad 90 sal konferencyjnych i szkoleniowych, które jednocześnie mogą przyjąć około 10 tysięcy gości (nie wliczając lubelskich targów oraz hali GLOBUS). Zdecydowana większość sal jest bardzo nowoczesna, posiada wszelkie niezbędne udogodnienia, sprzęt oraz zaplecze, które umożliwia zorganizowanie cateringu. Należy

więc ocenić, iż oferta Lublina skierowana do turystów biznesowych jest bardzo atrakcyjna i urozmaicona.

Dzięki otwarciu Portu Lotniczego Lublin oraz w związku z budową Lubelskiego Centrum Konferencyjnego u zbiegu al. Racławickich i ul. Grottgera (planowane oddanie do użytku w 2014 roku), miasto powinno starać się o organizację międzynarodowych wydarzeń, na przykład kongresów.

Targi Lublin

Targi Lublin po modernizacji mogą pełnić rolę wiodącego ośrodka targowo-wystawienniczego Polski Wschodniej (obok Targów Kielce).

Targi Lublin są liderem w zakresie budowania produktu turystyki biznesowej w mieście. Wiąże się to w szczególności z posiadanym zapleczem pozwalającym na organizację: kongresów, konferencji, szkoleń, warsztatów, seminariów, prezentacji produktów, uroczystych gali, bankietów i eventów, koncertów i wszelkich imprez masowych.

Na potencjał infrastrukturalny Targów składają się między innymi[115]:

- dwie klimatyzowane hale jednonawowe bez podpór o łącznej powierzchni 10 000 m² (Hala A przystosowana do organizacji konferencji na 1500 osób oraz Hala C o wymiarach 60mx120m umożliwiająca organizację imprezy masowej na 5000 osób),
- hol recepcyjny z nowoczesnymi punktami obsługi klienta, boksami kasowymi i akredytacyjnymi,
- antresola części recepcyjnej umożliwiającą organizację szkolenia lub bankietu dla 500 osób.
- sala konferencyjna B1 na 150 osób,
- sala konferencyjną B2 na 150 osób,
- zewnętrzny plac wystawienniczy o powierzchni 5 tys.m² wraz z monitoringiem oraz elektrycznymi punktami przyłączeniowymi,
- 550 miejsc parkingowych.

W 2012 roku Targi Lublin S.A. obsłużyły ponad 119 tys. odwiedzających z tego ponad 1,1 wystawców i ponad 83 tys. gości targowych. Pozostała liczba to uczestnicy innego rodzaju spotkań biznesowych i kulturalnych. W 2012 roku na terenie targów odbyło się 23 imprezy targowe, 45 spotkań biznesowych (konferencji, kongresów, wykładów, seminariów i szkoleń) oraz 44 prezentacje i wystawy.

Convention Bureau

Niestety w mieście brakuje platformy integrującej całość wysiłków podejmowanych w kierunku obsługi gościa biznesowego. Taką rolę powinno pełnić Convention Bureau (CB). Jest to wyspecjalizowana komórka, która często wpisywana jest w ramy Urzędu Miasta. Jej głównym celem jest integracja oferty turystyki biznesowej w destynacji oraz pozyskiwanie imprez sektora MICE dla

[115] Źródło informacja przekazana przez dyrekcję Targów Lublin na potrzeby Strategii Rozwoju Turystyki

miasta. W Polsce istnieje obecnie 9 regionalnych (miejskich) CB w następujących lokalizacjach: Bydgoszcz, Toruń, Trójmiasto, Katowice, Kielce, Poznań, Warszawa i Wrocław. Na szczeblu krajowym działania branży MICE wspiera Poland Convention Bureau w Warszawie.[116] Mając na uwadze specyfikę branży i realia czasowe działania profesjonalnych planerów konferencji, istnienie lokalnego CB jest koniecznym warunkiem rozwoju sektora MICE w Lublinie.

NAJISTONIEJSZE INWESTYCJE W INFRASTRUKTURĘ

Lubelskie Centrum Konferencyjne

Ilustracja 38 Wizualizacja Lubelskiego Centrum Konferencyjnego.

Źródło: www.lubelskie.pl.

Zlokalizowane w centrum miasta Lubelskie Centrum Konferencyjne pomieści m.in. halę wystawienniczą (2500 m2) oraz sale konferencyjną (2200 m2) i będzie mogło stanowić zaplecze dla największych wydarzeń z zakresu turystyki biznesowej. Ponadto 200 m² powierzchni przeznaczone zostanie na pomieszczenia biurowe dla osób zajmujących się bieżącą obsługą Centrum. W otoczeniu budynku powstaną edukacyjne place zabaw odwołujące się do sześciu tematów takich, jak: piaskownice archeologiczne, osada słowiańska, siły natury, karuzele astronomiczne, zagroda zwierząt domowych, sławne budowle.[117] Lubelskie Centrum Konferencyjne to inwestycja realizowana przez Samorząd województwa lubelskiego, w ramach Programu Rozwój Polski Wschodniej. Jej koszt ma wynieść ok. 118 mln zł, a zakończenie budowy i oddanie Centrum do użytku planowane jest na 2015 rok.

3.4.5. Baza sportowo-rekreacyjna

Obiekty sportowe i rekreacyjne pełnią istotną funkcję dla rozwoju turystyki w miastach, gdyż z jednej strony są miejscami, gdzie turysta może spędzić czas w aktywny sposób, a z drugiej organizowane na nich zawody czy wydarzenia często są motywem przyjazdu do miasta. Lublin dysponuje stosunkowo dobrze rozwiniętą bazą sportową, nie brakuje przyszkolnych boisk (tzw. Orlików), hal sportowych czy basenów. Baza jest w tym zakresie stale rozbudowywana – obecnie trwają lub są planowane inwestycje, które wzbogacą ofertę Lublina. Poniżej wymieniono najistotniejsze dla generowania ruchu turystycznego obiekty sportowo-rekreacyjne w Lublinie:

[116] www.poland-convention.pl
[117] www.polskawschodnia.gov.pl/projekty/strony/lubelskie_centrum_konferencyjne.aspx

Ilustracja 39 Hala sportowo-widowiskowa Globus.

Źródło: www.mosir.lublin.pl

Hala sportowo-widowiskowa Globus – największa i najnowocześniejsza wielofunkcyjna hala sportowo-widowiskowa w regionie lubelskim, „miejsce największych imprez sportowych i artystycznych na wschodzie Polski."[118] Na imprezach estradowych może pomieścić 4500 widzów, z czego około 3900 na trybunach. Obiekt liczy 18 000 metrów kwadratowych powierzchni, którą można skonfigurować w celu organizacji różnorodnych imprez i widowisk o charakterze gali sportu, widowiska kulturalnego czy koncertu.

W Globusie odbyły się różnorodne imprezy sportowe i artystyczne zaliczane do największych na wschód od Wisły. W hali miały miejsce koncerty takich gwiazd jak: Ewa Farna, Maryla Rodowicz, Piotr Rubik (Tu Es Petrus, Psałterz Wrześniowy), Kombi, Boney M, Doda, Lady Pank, Golec Orkiestra, Stachursky, GaelForce Dance, Zespół Pieśni i Tańca Mazowsze. W hali zagościły również gwiazdy Musicalu Metro, programu Mam Talent, odbył się Festiwal Reggae, rewie na lodzie: Czarnoksiężnik z krainy Oz, Champions on Ice oraz wystawiono operę La Traviata i Baron Cygański. Globus był gospodarzem wielu dużych imprez sportowych m.in. Meczu Gwiazd PLK 2010, Turnieju Finałowrgo Pucharu Polski w koszykówce mężczyzn, Spalding Super Cup PLKK, Gal Boksu Zawodowego, Mistrzostw Polski w Kick-Boxingu, 2008 European Snooker Championschips Ladies/Masters/Men EBSA International Polish Open Lublin-Poland.[119]

- **Stadion MOSiR Bystrzyca** (Stadion Motoru Lublin) – wybudowany w 1961 roku piłkarsko-żużlowy stadion o pojemności 13 tys. miejsc.
- **Stok narciarski – GLOBUS Ski** – nowoczesny stok narciarski zlokalizowany przy hali sportowo-widowiskowej GLOBUS w centrum Lublina. Wyposażony jest w wyciąg talerzykowy, system sztucznego naśnieżania oraz oświetlenie, pozwalające zjeżdżać do późnych godzin wieczornych. Przy stoku miłośnicy białego szaleństwa mają również do dyspozycji wypożyczalnię sprzętu.
- **Zalew Zemborzycki** – jest sztucznym zbiornikiem retencyjnym utworzonym na rzece Bystrzycy w latach 70. XX wieku. Leży na terenie miasta Lublin, jego linia brzegowa wynosi 12 km, a powierzchnia około 280 ha. Pełni przede wszystkim funkcję rekreacyjną dla mieszkańców Lublina i okolic. Nad jego brzegami zlokalizowane są 3 ośrodki utworzone do obsługi ruchu turystycznego: Marina, Dąbrowa i Słoneczny Wrotków (boiska do siatkówki plażowej, zjeżdżalnie wodne, basen pływacki i 3 baseny rekreacyjne, brodzik dla dzieci, plac zabaw oraz wypożyczalnia sprzętu sportowego i wodnego).
  - „Słoneczny Wrotków" – kompleks sportowo-rekreacyjny nad Zalewem Zemborzyckim, na którego atrakcyjność składa się kompleks otwartych basenów i zjeżdżalni, boiska do

[118] www.mosir.lublin.pl/halaglobus
[119] http://www.teatrmuzyczny.eu/front/page/get/66/id:6

siatkówki plażowej oraz wypożyczalnia sprzętu wodnego i sportowego. W pobliżu znajduje się także park linowy.

- Wyciąg nart wodnych „Reland”[120] – zlokalizowany nad Zalewem Zemborzyckim, składający się z 4 masztów wyciąg o długości 760 m, stanowi zaplecze do uprawiania coraz popularniejszych w Polsce sportów – nart wodnych i wakeboardingu. Różnego typu przeszkody, bramki czy wyskocznie ustawione na trasie wyciągu mogą tworzyć arenę rozgrywania niezwykle widowiskowych zawodów.
- Planowana koncepcja zagospodarowania Zalewu przewiduje utworzenie markowego produktu turystyczno-rekreacyjnego, w formie kompleksu obejmującego zbiornik Zemborzycki oraz przyległe tereny. Na zlecenie MOSIR-u opracowano kompleksowy plan dla tych terenów.[121]
- Akademia Golfa – powstająca nad Zalewem Zemborzyckim akademia z 6-dołkowym polem może stanowić miejsce rozrywki dla turystów biznesowych odwiedzających Lublin.

- **BikePark Lublin** – składają się na niego przede wszystkim 3 tory rowerowe, rozciągające się na powierzchni ponad 12 ha. Tor BMX Racing to jedyny w Polsce tor do zawodów rowerowych najwyższej rangi, spełniający normy Międzynarodowej Unii Kolarskiej. Ponadto do dyspozycji miłośników ekstremalnej jazdy na rowerach oddane są tory Dirt i Slopestyle o zróżnicowanej trudności przeszkód ziemnych, drewnianych i różnej wysokości hop.
- **Lodowisko „Icemania”** – położone przy al. Zygmuntowskich lodowisko jest najnowocześniejszym obiektem tego typu w regionie. Zadaszenie oraz wymiary pozwalają na rozgrywanie zawodów hokejowych.

W Lublinie dostępne są również inne obiekty sportowe, jak mniejsze stadiony i boiska, 25-metrowe baseny czy lodowiska, jednak pełnią one głównie funkcję rekreacyjną dla mieszkańców i ich potencjał dla rozwoju ruchu turystycznego jest niewielki.

Jako że sporty drużynowe mają największy potencjał przyciągania publiczności, gdyż wydarzenia odbywają się na dużych obiektach, poniżej wylistowano kluby sportowe uczestniczące w rozgrywkach najwyższych klas rozgrywkowych lub w najpopularniejszych sportach:

- MKS Lublin – piłka ręczna (żeńska),
- Motor Lublin S.A. – piłka nożna,
- Stowarzyszenie Klub Motorowo-Żużlowy Lublin – żużel,
- MKS Start S.A. Lublin – koszykówka mężczyzn,
- Klub Sportowy Optima – tenis stołowy,
- Klub Sportowy Budowlani Lublin – rugby.”

Wydarzenia sportowe mają duży potencjał w kreowaniu ruchu turystycznego, jednak przede wszystkim, gdy odbywają się na międzynarodowym poziomie. Na zawody ligowe w większości

[120] www.nartywodne.pl
[121] www.mosir.lublin.pl/zalew/index.php?s=addcontent&id=47

sportów drużynowych rzadko przyjeżdżają kibice drużyny przeciwnej, którzy przyczynialiby się do rozwoju ruchu turystycznego. Najczęściej, gdy takie wyjazdy mają już miejsce, to nie są związane z dłuższym pobytem w odwiedzanym mieście, a jedynie ograniczają się do kilku godzin potrzebnych na obejrzenie zawodów. Rozgrywki europejskie (typu Liga Mistrzów czy Euroliga), a przede wszystkim międzypaństwowe zawody o randze mistrzowskiej, to wydarzenia, które mogą przyciągnąć do Lublina strumień turystów. Organizacji tego typu imprez sprzyjać będzie zakończenie trwających i planowanych inwestycji – basenu olimpijskiego czy stadionu piłkarskiego.

NAJISTONIEJSZE INWESTYCJE W INFRASTRUKTURĘ

Ilustracja 40 Projekt nowego stadionu miejskiego.

Źródło: www.um.lublin.pl.

Stadion Miejski - Pod koniec 2012 roku rozpoczęła się budowa nowego Stadionu Miejskiego, który będzie się mieścił przy ulicy Krochmalnej, na terenach po byłej cukrowni. Wartość inwestycji realizowanej przez miasto to około 155 mln złotych, z czego prawie połowa pochodzi z funduszy unijnych. Nowoczesny stadion piłkarski będzie miał pojemność 15,5 tysiąca miejsc. Obiekt będzie przystosowany do organizacji nie tylko sportowych wydarzeń, ale także np. dużych koncertów. Na ten cel przewidziano na nim m.in. specjalny system ochrony murawy oraz demontowane krzesełka za jedną z bramek. Na stadionie znajdzie się także 18 luksusowych lóż, tzw. skyboxów. Planowane oddanie do użytku ma nastąpić w II połowie 2014 roku.

Basen Olimpijski - Planowana budowa 50-metrowego basenu ma zakończyć się pod koniec 2015 roku. Po oddaniu obiektu do użytku Lublin będzie jednym z nielicznych miast Polski, dysponującym basenem o rozmiarze olimpijskim. Basen ma spełniać kryteria i być najnowocześniejszym obiektem pływackim w Polsce. Jego projekt był opiniowany przez Polski Związek Pływacki, tak by wypełniał wszystkie niezbędne warunki stawiane przez centrum przygotowań olimpijskich. Obiekt zlokalizowany przy Al. Zygmuntowskich, mogący pomieścić na trybunach 2100 widzów, ma kosztować ok. 100 mln zł, a umowa na jego budowę została podpisana w połowie 2013 roku. Koszt inwestycji szacowany jest na 30 mln złotych, Miasto otrzymało dofinansowanie na ten cel z Ministerstwa Sportu i Turystyki. Realizacja inwestycji umożliwi prowadzenie w mieście silnego klubu pływackiego, a także goszczenie obozów sportowych (na przykład dla kadry narodowej) i przede wszystkim organizację międzynarodowych zawodów pływackich o randze mistrzowskiej. Przy basenie ma także powstać kompleks basenów rekreacyjnych, który zostanie sfinansowany przez MOSiR.

Hala Lodowa - Budowa lodowiska w nowoczesnej hali pozwoli zastąpić namiot, w którym obecnie znajduje się lodowisko „Icemania". Hala Lodowa w przyszłości będzie tworzyć duży sportowy kompleks przy Al. Zygmuntowskich, wraz z basenem olimpijskim i aquaparkiem. Inwestycja realizowana przez Miejski Ośrodek Sportu i Rekreacji pochłonie ok. 10 mln zł i ma zakończyć się pod koniec 2013 roku.

Projekt „Europejska Stolica Turystyki Rowerowej" - W ramach inwestycji realizowanej przez Miasto Lublin ma powstać nowoczesna sieć wypożyczalni rowerów miejskich. W projekcie przewidziano: zakup 400 rowerów miejskich, budowę 40 stacji wraz z oprogramowaniem

informatycznym obsługującym wypożyczalnie, stanowisko Biura Obsługi Klienta, system zarządzający monitoringiem, kamery, audio-przewodnik, portal internetowy, stojaki na rowery prywatne, ok. 30 km tras rowerowych w ruchu miejskim oraz wybudowanie ścieżki rowerowej między Zalewem Zemborzyckim a Bike Parkiem. Koszt inwestycji to około 4 mln zł, a zakończenie jej realizacji przewidziano w pierwszej połowie 2014 roku.

OBIEKTY SPA W LUBLINIE

Obiekty typu SPA&Wellness odgrywają coraz to większe znaczenie w kreowaniu ruchu turystycznego, gdyż nierzadko są motywem odwiedzin danego miasta, stając się atrakcją samą w sobie. Osoby o ponadprzeciętnych zarobkach coraz częściej decydują się spędzić w hotelach SPA kilka dni, poddając się w tym czasie różnego rodzaju zabiegom relaksacyjnym, leczniczym, czy kosmetycznym. Wielokrotnie nagradzane obiekty, takie jak HOT_elarnia (SPA_larnia) w Puszczykowie czy Hotele SPA dr Ireny Eris, są obecnie znane w całym kraju właśnie ze względu na bogatą ofertę z zakresu SPA i Wellness. Oprócz licznych zabiegów kosmetycznych i masaży oferują także dostęp do basenów z hydromasażami, różnego rodzaju saun (suchych, parowych, fińskich, infrared), siłowni i sal fitness, a także pokoi relaksacyjnych i wielu innych.

- Ofertę obiektów SPA w Lublinie można określić jako przeciętną. Większość tego typu miejsc oferuje różnego rodzaju zabiegi kosmetyczne, realizując ideę SPA (łac. „Sanus Per Aquam", czyli „Zdrowie przez Wodę") jedynie przez saunę. Jakościowych miejsc z bogatszą ofertą można wskazać zaledwie kilka. Na szczególną uwagę zasługują:
- Hotel Korona SPA[122] – m.in. basen z hydromasażami, jacuzzi, 2 sauny.
- SPA Orkana Lublin[123] – oferuje m.in. strefę basenów z hydromasażami, 3 różne sauny i grotę solną.
- SPA Naturalis[124] – udostępnia m.in. 3 różne sauny, deszczownicę oraz hydromasaże.
- Shirin SPA (IBB Grand Hotel Lublinianka)[125] – sauna fińska i łaźnia parowa.

Powyższe obiekty dysponują potencjałem generowania ruchu turystycznego, zwłaszcza hotele Korona i Lublinianka, ze względu na możliwość oferowania pakietów z noclegami. Ponadto wskazać można też inne tzw. salony urody, które w swojej ofercie mają sauny i używają nazwy SPA:

- Księżycowe SPA,[126]
- SPA Hikari,[127]
- Bonsai SPA,[128]
- Centrum kosmetyki profesjonalnej i SPA Galatea.[129]

[122] www.spa.zlublina.pl
[123] www.spaorkana.lublin.pl
[124] www.n-spa.pl
[125] www.shirinspa.pl
[126] www.ksiezycowespa.pl
[127] www.spahikari.pl
[128] www.bonsai-spa.pl
[129] www.centrumkosmetyki.com

Miejsca tego typu jednak, ze względu na brak możliwości oferowania noclegów oraz niezbyt szeroką ofertę z wykorzystaniem wody, mają znikomy potencjał rozwojowy dla turystyki, ich oferta jest raczej skierowana do mieszkańców miasta.

3.4.6. Turystyka osób niepełnosprawnych

Ważnym zagadnieniem, któremu próbuje sprostać rozwój turystyki w ostatnich latach jest zaangażowanie do ruchu turystycznego osób z dysfunkcjami. W chwili obecnej trudno w Lublinie wskazać jakiekolwiek przykłady rozwiązań dedykowanych tej grupie odbiorców. W celu zaprzestania wykluczania z ruchu turystycznego osób niepełnosprawnych, można zastosować wiele różnych udogodnień. Poniżej przedstawiono wybrane z nich. Należy mieć jednak świadomość, że dostosowanie przestrzeni turystycznej do potrzeb osób niepełnosprawnych jest złożonym zagadnieniem i powinno być traktowane kompleksowo. Koniecznym jest również przeprowadzenie konsultacji społecznych ze środowiskiem osób niepełnosprawnych.

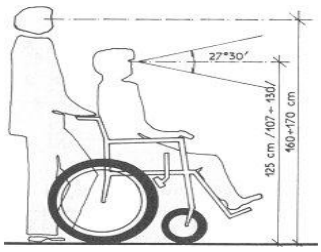
Dostosowanie tablic informacji turystycznej prezentowanej na tablicach informacyjnych do potrzeb osób poruszających się na wózku inwalidzkim

Planując rozwój turystyki należy wziąć pod uwagę także osoby poruszające się na wózkach inwalidzkich. W tym celu Wykonawca proponuje dostosować system tablic informacyjnych do możliwości percepcyjnych osób poruszających się na wózkach. Proponuje się dostosowanie wysokości oraz kąta nachylenie tablic, które umożliwią odczytanie wszystkich informacji. W praktyce oznacza to stworzenie możliwości odczytania treści zawieszonych około 125 cm od ziemi (zasięg wzroku osoby na wózku), oraz umieszczenie dolnej krawędzi tablicy na wysokości około 80 cm (możliwość podjechania pod tablicę wózkiem).

Ilustracja 41 Tabliczka w alfabecie Braille'a na dole tablicy informacyjnej na Szlaku Esperanto i Wielu Kultur w Białymstoku i Szlaku Modernizmu w Gdyni.

Źródło: landbrand.

Źródło: landbrand.



Źródło: www.aura.gda.pl.

Opisy podstawowych informacji dotyczących atrakcji turystycznych w alfabecie Braille'a

W celu umożliwienia korzystania osobom niewidomym z atrakcji położonych w ramach szlaku turystycznego warto jest zapisać choć część informacji dotyczących atrakcji zlokalizowanych na

tablicach informacyjnych i kierunkowych alfabetem Braille'a. Takie rozwiązania zastosowano między innymi na Szlaku Esperanto i Wielu Kultur w Białymstoku oraz na Szlaku Modernizmu w Gdyni.

Makiety obszarów atrakcyjnych turystycznie

Tego typu udogodnienia dla osób niewidomych i słabo widzących spotkać można między innymi w Krakowie czy Poznaniu. W Poznaniu znajdują się trzy makiety odlane z brązu, przedstawiające Stary Rynek, Stadion piłkarski przy ulicy Bułgarskiej, zabytkową dzielnicę na wyspie Ostrów Tumski. Każda z nich obrazuje zabudowania i układ urbanistyczny, dodatkowo z czterech boków makiety umieszczono opis w alfabecie Braille'a.

Ilustracja 42 Makieta na Ostrowie Tumskim w Poznaniu, Plan katedry na Ostrowie Tumskim w Poznaniu

Źródło: www.poznan.pl.

Źródło: www.poznan.pl.

Audiodeskrypcja

Jest to technika, umożliwiająca osobom niewidzącym, zapoznanie się z dorobkiem kultury obrazu. Dzięki dodatkowej warstwie słownej, opisującej rzeczywistość, osoba niewidząca może podążać nawet za dynamiczną akcją teatralnej sztuki czy filmu. Dzięki tej technice osoba niewidoma może także obcować ze sztukami plastycznymi, architekturą, ekspozycjami muzealnymi. Nagrania audio deskrypcji mogą znakomicie ułatwić odbiór ekspozycji prezentowanych w przyjaznych i bezpiecznych dla osób niewidomych środowiskach, takich jak muzea czy galerie. Mogą one również służyć poznaniu dzieł architektury, czy instalacji w przestrzeni miejskiej. Wtedy jednak osobie niewidomej konieczna jest asysta w postaci przewodnika.

3.4.7. System informacji turystycznej

System Informacji Turystycznej (SIT) powinien pełnić rolę spoiwa łączącego atrakcje turystyczne miasta i turystę, który przybywa do Lublina w celach wypoczynkowych. Ma on także działać niczym

Projekt współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej 2007-2013

„niewidoczny" przewodnik, który prowadzi turystę w pożądanym kierunku, jak za rękę. W ramach systemu informacji turystycznej wyróżnić możemy przynajmniej 3 klasyczne poziomy[130]:

- centrum / punkt informacji turystycznej,
- informacja internetowa realizowana przez miejski serwis turystyczny,
- system oznakowania dróg i ciągów pieszych znakami informującymi o atrakcjach i szlakach turystycznych.

Jako dodatkowe poziomy do szkieletu SIT można wskazać nie wymienione powyżej:

- serie wydawnicze zawierające konkretne informacje dotyczące szlaków i produktów turystycznych w mieście,
- aplikacje mobilne oparte o mapy online, wskazujące drogę dojścia do atrakcji turystycznych.

W momencie tworzenia strategii w mieście Lublinie nie funkcjonował spójny i w pełni zintegrowany SIT. Można jednak było stwierdzić, że na pewnych poziomach system istnieje i funkcjonuje dobrze lub bardzo dobrze, na innych nie istnieje jednak w ogóle lub funkcjonuje słabo.

Lubelski Ośrodek Informacji Turystycznej i Kulturalnej to w pełni profesjonalna placówka, pełniąca funkcje informacji turystycznej i kulturowej dla regionu lubelskiego i miasta Lublin. Wyposażenie, wystrój, dostępność materiałów i profesjonalne wsparcie informatorów zatrudnionych na miejscu, pozwala wysoko ocenić pracę ośrodka. Posiadające standard 4 gwiazdek Centrum otwarte jest codziennie do godziny 19:00. Swoją pracę rozpoczyna w dni tygodnia od 09:00, a w weekendy od 10:00. Jest niezbędnym i dla wielu turystów wciąż najważniejszym elementem SIT. Szczególnie istotną rolę pełni dla turystów zagranicznych, którzy mają w nawyku korzystanie z tego typu informacji.

Informacja internetowa dotycząca atrakcji i ofert turystycznych miasta Lublina w okresie przygotowania analizy była fragmentarycznie i w sposób niepełny realizowana przez kilka portali o charakterze turystycznym (np. www.lublin.eu/Turystyka, www.lublin.turystyka.pl, www.loitik.eu, www.magiczny-lublin.pl, www.teatrnn.pl). Brak było jednak serwisu całościowo i w sposób uporządkowany prezentującego informacje turystyczne. Nadzieję na powstanie serwisu, w pełni profesjonalnie prezentującego informacje turystyczne, można wiązać z pracami nad stworzeniem nowego portalu, prowadzonymi przez LROT.

W mieście widoczne są znaki kierunkujące turystów podróżujących samochodem do największych atrakcji turystycznych miasta. Oznakowanie dedykowane pieszym występuje sporadycznie na terenie śródmieścia. Jego stan i estetyka projektu nie pozwalają na pozytywną ocenę. W ramach tego oznakowania na uwagę zasługuje niegdyś spójny system oznakowania 5 miejskich szlaków turystycznych. Obecnie także i ten system wymaga gruntownego odświeżenia.

Podczas przeprowadzania wizji lokalnej w mieście, autorzy analizy nie byli w stanie odnaleźć wydawnictw turystycznych o charakterze informacyjnym, poświęconych produktom i szlakom turystycznym Lublina (poza opisem głównych atrakcji turystycznych miasta w ramach wydawnictw

[130] Za Polską Organizacją Turystyczną www.pot.gov.pl/system-informacji-turystycznej.

dostępnych pod szyldem „Miejsc Inspiracji"). Oferta miejska została zawarta za to w kartach produktowych, wydawanych przez LROT.

Audytując system informacji turystycznej miasta natrafiono na istotny zasób przewodników opartych o aplikacje mobilne opracowanych przez Ośrodek Brama Grodzka – Teatr NN. Przewodniki te wykorzystują aplikacje Layar oraz system GPS. Prowadzą do celu w 12 trasach tematycznych wykorzystując elementy poszerzonej rzeczywistości.

W trakcie prac analitycznych zapoznano się także z propozycją projektu Systemu Informacji Miejskiej autorstwa Pawła Furmana i Adama Stępniaka. Autorzy, studenci lubelskich uczelni, w swoim projekcie uwzględnili założenia systemu identyfikacji wizualnej marki miasta oraz, jak twierdzą, elementy projektów Systemów Informacji Miejskiej z Warszawy i Łodzi. Przedstawione założenia są interesujące i sprawiają wrażenie poprawnych. Należy jednak pamiętać, że System Informacji Miejskiej to kosztowna inwestycja, w której projekt stanowi jedynie ułamek kosztów wdrożenia. Dlatego też należy poddać przedstawioną propozycję analizie czytelności, przeprowadzając testy czytelności na makietach. Dodatkowo warto pamiętać, że system taki musi zostać także zaprojektowany z uwzględnieniem materiałów i technologii wykonania, gwarantujących trwałość i estetykę. Dlatego rekomenduje się analizę i dopracowanie istniejących pomysłów przez specjalistów, mających doświadczenie w projektowaniu Systemów Informacji Miejskiej. Warto także zastanowić się czy przedstawiona propozycja jest najlepszą z możliwych, czy nie warto byłoby przygotować propozycji alternatywnych, np. czarne tło z białymi znakami, co byłoby bliższe założeniom marki oraz bardziej wyróżnikowe w skali kraju. System z czarnym tłem stosowany jest między innymi w Londynie, a z tłem ciemnogranatowym w Bristolu.

Podsumowanie eksperckie i wskazania dotyczące możliwości rozwoju SIT w Lublinie

Informacja Turystyczna w Lublinie nie jest jeszcze realizowana w sposób systemowy. Pozytywnym przejawem integracji i wprowadzania wysokich standardów w świadczonej informacji jest działalność LOITiK-u. Należy dołożyć wszelkich starań żeby w nowoopracowanym serwisie turystycznym znalazły się wszelkie użyteczne informacje nt. oferty turystycznej miasta.

Konieczne jest jednak aktywowanie działań systemowych, obejmujących cały obszar recepcji turystycznej miasta spójnym systemem znaków informacji turystycznej, nawiązującym do marki miasta. Elementy SIT w formie znaków powinny być częścią większej całości, jaką jest System Informacji Miejskiej (SIM). W zakresie turystycznym elementami SIM są:

- Znaki kierunkowe prowadzące ruch pieszy do najważniejszych atrakcji turystycznych i budynków użyteczności publicznej, lokalizowane w punktach węzłowych dla ruchu turystycznego. Znaki takie najczęściej umieszczane są na specjalnie projektowanych słupach i nazywają się totemami.
- Tak zwane koła ratunkowe, zawierające mapę obszaru turystycznej eksploracji z oznaczeniem najważniejszych zabytków. Nośniki pełniące opisaną funkcję znajdują się już w śródmieściu Lublina.
- Opisy atrakcji turystycznych na specjalnych, dyskretnych nośnikach montowanych na fasadach budynków lub na słupkach własnych. Nośniki takie najczęściej nazywane są kartuszami.

Istotną sprawą jest także stworzenie założeń spójnej serii wydawniczej, odpowiadającej na zapotrzebowanie współczesnego turysty. W wydawnictwach takich podstawą narracji turystycznej powinna być mapa. Na jej kanwie prezentowane będą różnorodne szlaki i produkty turystyczne.

Opisane powyżej działania powinny znaleźć koordynatora z ramienia Urzędu Miasta w Lublinie, w postaci Wydziału Sportu i Turystyki, który odpowiadałby za merytoryczne przygotowanie zadań i nadzór nad ich realizacją.

3.5. Działania marketingowe Miasta Lublin

Od 2007 roku wszelkie działania marketingowe podejmowane przez Miasto Lublin wynikają z obowiązującej strategii marki "Lublin. Miasto Inspiracji". Zrealizowane dotychczas projekty promocyjne przyczyniają się w dużym stopniu do budowania pozytywnego wizerunku Lublina jako atrakcyjnej destynacji turystycznej. Zdefiniowana w strategii marki wizja:

- punkt widzenia: Lublin jest miastem, w którym świadomość bogactwa przeszłości powinna inspirować przyszłość. Przyszłość kulturalną, akademicką i biznesową;
- obietnica: Chcemy by Lublin wyzwalał w ludziach zmianę oraz odkrywcze i twórcze myślenie;
- sposób działania: Aby zrozumieć Lublin trzeba go poczuć. Lublin należy doświadczać a nie jedynie oglądać

odnosi się praktycznie do każdej dziedziny życia, w tym w bardzo widoczny i bezpośredni sposób do turystyki. Marka Lublina jest ciekawa, intrygująca, ambitna i bardzo dobrze odzwierciedla tożsamość miasta. Jednocześnie idealnie wpisuje się ona we współczesny nurt turystyki poznawczej (3E).

Z założeń przyjętych w strategii marki wynika Koncepcja Programu „Miejsce Inspiracji", którego cele obejmują:

- budowę spójnego, trwałego wizerunku Lublina wśród mieszkańców oraz odwiedzających,
- zwiększenie dostępności wiedzy o Lublinie oraz atrakcjach dostępnych w mieście,
- sprzedaż unikalnych usług mieszkańcom oraz odwiedzającym,
- wyróżnienie Podmiotów, które poprzez swoją działalność najpełniej wpisują się w ideę marki Lublin.

Z punktu widzenia programowania rozwoju turystyki, w tym doboru kluczowych elementów atrakcyjności turystycznej Lublina do budowania koncepcji produktowej, ogromne znaczenie ma hasło promocyjne – „Lublin. Miasto Inspiracji". Doskonale wpisuje się ono w potrzeby współczesnych turystów, którzy od miejsca wypoczynku wymagają takiej oferty, która pozwoli im na przeżycie czegoś niezapomnianego. „Miasto Inspiracji" niesie taką obietnicę, tak więc jest warte rozważenia podczas dokonywania wyboru destynacji turystycznej. Hasło samo w sobie jest coraz bardziej rozpoznawalne, pozytywnie należy ocenić, iż jest ono konsekwentnie stosowane prawie od 6 lat.

Kampanie promocyjne Lublina wspierają w dużym stopniu rozwój turystyki, często bowiem ich cele odnoszą się do wzrostu rozpoznawalności miasta i zachęcenia do odwiedzenia Lublina. Podkreślają historyczny charakter miasta, który stanowi o jego atrakcyjności i jest wykorzystywany w budowaniu oferty kulturalnej. Widoczne jest dążenie miasta do poszukiwania i realizowania działań spójnych oraz niestandardowych w swojej formule, co pozytywnie wpływa na budowanie ciekawej marki turystycznej.

Inicjatywy promocyjne Lublina były niejednokrotnie nagradzane i doceniane przez ekspertów marketingu miejsc. Ich wpływ na wizerunek Lublina wśród turystów nie został jeszcze zbadany, ale można niewątpliwie stwierdzić, iż prowadzone przez Miasto działania marketingowe konsekwentnie budują markę Lublina jako intrygującej, inspirującej destynacji turystycznej, w której przeszłość harmonijnie łączy się z teraźniejszością, a pomysłów na ciekawe spędzenie czasu wolnego nie zabraknie dla nikogo. Realizowane działania marketingowe wywierają pozytywny wpływ na mieszkańców Lublina. Według wyników badań przeprowadzonych w 2011 roku marka i elementy strategii „Miasto Inspiracji" stają się istotnym czynnikiem postrzegania miasta, chociaż droga do pełnego sukcesu jest jeszcze z pewnością daleka.

3.6. Syntetyczna ocena ekspercka atrakcyjności turystycznej miasta Lublin

Przedstawione poniżej podsumowanie ma służyć skrótowej ocenie zawartych w rozdziale dotyczącym atrakcyjności turystycznej danych. Ocena atrakcyjności turystycznej Lublina A.D. 2013, nie jest jednoznaczna.

Największy progres miasto poczyniło, w ostatnich kilku latach, w zakresie dostępności komunikacyjnej. Przyczyniło się do tego głównie otwarcie Portu Lotniczego Lublin. Dzięki niemu w niedługim czasie nastąpić może znaczne poszerzenie liczby potencjalnych turystów, odwiedzających miasto, w ofercie tak zwanych city breaks (krótkich wypadów do miasta). Do tej pory rynek ten ograniczony był w zasadzie do aglomeracji warszawskiej, obecnie poszerzył się aglomeracje Londynu, Liverpoolu, Oslo i Dublina. Stwarza to możliwości przyciągnięcia turystów o znacznych mocach nabywczych i wysokich kompetencjach poznawczych. Dostęp do rynku aglomeracji europejskich stawia jednak wyższe wymagania w kwestii zagospodarowania turystycznego, oferty produktowej i promocji funkcji turystycznej miasta. Należy jednak założyć, że wynikające z faktu utworzenia sieci połączeń lotniczych szanse, są najistotniejszym katalizatorem rozwoju turystyki jaki pojawił się w Lublinie w ostatnich latach.

Atrakcyjność turystyczną Lublina w zakresie walorów przyrodniczych można uznać za ponadprzeciętną, jak na tej skali miasto. W jego granicach bowiem funkcjonuje zarówno zalew umożliwiający rekreację oraz uprawiane żeglarstwa, spławna rzeka, która służyć może kajakarstwu, jak i wzniesienie umożliwiające naukę narciarstwa zjazdowego. Dodatkowo ze względu na liczne przewyższenia i wąwozy, Lublin jest atrakcyjnym obszarem do uprawiania turystyki rowerowej i pieszej. Istotny potencjał turystyczny związany jest także ze zlokalizowanymi w obrębie miasta obszarami parkowymi. Mogą one stworzyć przestrzeń turystyczną o zupełnie nowej jakości. W parkach tych powstaną przemyślane i wielofunkcyjne miejsca recepcji turystycznej. Ich rewitalizacja przyczyni się także do poszerzenia obszaru konsumpcji turystycznej w mieście. Szczególnie istotne pod tym względem są Ogród Saski, Park Ludowy i Park Rusałka. Wykorzystanie tego drugiego podczas Konwencji Żonglerów w 2012 roku pokazuje, jak istotną rolę dla obsługi ruchu turystycznego i organizacji wydarzeń mogą pełnić przestrzenie parkowe. Jeśli uda się zrealizować plany rewitalizacyjne wymienionych 3 obszarów, będą one stanowiły istotny potencjał do stworzenia całkowicie nowego produktu turystycznego Lublina w obszarze turystyki aktywnej i rekreacji oraz wzmocnienia produktów turystyki kulturowej.

Najpoważniejszym potencjałem turystycznym Lublina są atrakcje kulturowe. Mowa tutaj zarówno o zabytkach materialnych, w tym muzeach i obiektach zabytkowych, jak również bardzo

rozbudowanym i awangardowym kalendarium wydarzeń. Lublin posiada urokliwą zabytkową zabudowę Starego Miasta, instytucje muzealne, które generują ruch turystyczny na poziomie 500 tys. odwiedzających rocznie. Tyle samo uczestników gromadzą, według danych GUS, wydarzenia organizowane przez instytucje kultury w mieście. Pod względem propozycji wydarzeń ofertę miasta należy ocenić jako niezwykle bogatą i unikatową. O jej sile świadczy fakt, że w mieście nie są realizowane zakupione z zewnętrz formaty festiwalowe, ale prowadzone są projekty autorskie, pionierskie i często współgrające z założeniami ich marek.

Lublin A.D. 2013 jest jednak miastem o nie w pełni wykorzystanym potencjale turystycznym. Turysta nie odkrywa bowiem wszystkich, ani nawet najważniejszych, walorów i atrakcji turystycznych miasta. Najczęstszym powodem takiego stanu rzeczy jest brak informacji skierowanej do turysty o istniejących:

- szlakach turystycznych,
- nowoczesnych muzeach,
- festiwalach i wydarzeniach,
- nowoczesnych narzędziach, w tym aplikacjach, wykorzystujących rozszerzoną rzeczywistość.

Istniejąca oferta produktowa miasta, poza wydarzeniami festiwalowymi, składa się z elementów statycznych, takich jak: wizyta na Zamku Lubelskim, spacer po Starym Mieście, odwiedzenie Muzeum na Majdanku. Trudno określić Lublin przez pryzmat takiej oferty produktowej jako „miasto inspiracji". Brakuje rozwiązań systemowych, które odpowiednio poinformowałby o już istniejących elementach angażującej narracji turystycznej, do których zaliczyć można:

- Podziemną Trasę Turystyczną,
- wystawę „Lublin. Pamięć Miejsca" w Bramie Grodzkiej,
- Piwnicę pod Fortuną,
- ofertę przewodników szeptanych i wykorzystujących aplikacje mobilne.

Syntetyczna ocena ekspercka zagospodarowania turystycznego miasta Lublin

Obecny stan zagospodarowania turystycznego Lublina jest mocno zróżnicowany, w zależności od rozpatrywanego elementu. Najistotniejsze braki występują w bazie noclegowej. Brakuje przede wszystkim tzw. obiektów ekonomicznych, takich jak:

- hostele,
- pensjonaty,
- apartamenty,
- hotele w standardzie * i **,
- pokoje gościnne.

Obecnie w mieście jest niewiele miejsc, w których turysta o mniejszych zasobach finansowych może znaleźć niedrogi, lecz porządny nocleg. Zaliczyć do nich można przede wszystkim: Hostel Lublin, Hostel i Apartamenty Królewska, Willa Wanda oraz Pokoje Gościnne CDN. W Lublinie stosunkowo niewiele jest też obiektów noclegowych wyższej klasy – do dyspozycji są dwa hotele 4-gwiazdkowe, lecz nie ma żadnego 5-gwiazdkowego. Większa liczba tego typu miejsc może być niezbędna dla

planowanych w przyszłości wydarzeń, organizowanych w nowym Centrum Kongresowym oraz rozwijających się Targach Lubelskich. Baza noclegowa w Lublinie jest stosunkowo droga[131]. W mieście znajduje się niewiele miejsc noclegowych w przeliczeniu na mieszkańca. Pokazuje to wciąż jeszcze niewykształconą jego funkcję turystyczną.

Bardziej rozwinięta i konkurencyjna cenowo[132] jest baza gastronomiczna Lublina – znaczna liczba lokali, głównie w okolicach Starego Miasta i na Krakowskim Przedmieściu oraz różnorodna kuchnia, z pewnością stanowią niezbędne zaplecze obsługi ruchu turystycznego. Turysta odwiedzający Lublin nie będzie miał problemu z wyborem restauracji odpowiadającej jego potrzebom, jednakże znalezienie miejsca z kuchnią charakterystyczną dla obszaru, może już stanowić pewne wyzwanie. Mimo szerokiej oferty w mieście nie czuć, iż znajdujemy się w stolicy regionu, którego główną domeną są żyzne gleby oraz bogactwa rolne. Niewiele miejsc serwuje takie przysmaki jak forszmak czy pierogi z kaszą, częściej w menu można znaleźć pizzę czy też spaghetti. Przy odpowiedniej współpracy z regionalnymi przedsiębiorstwami z branży FMCG oraz szerszym wykorzystaniu i promocji lubelskich tradycji kulinarnych, Lublin jest w stanie stworzyć rozpoznawalną w kraju ofertę gastronomiczną.

Baza sportowo-rekreacyjna Lublina jest stosunkowo nowa i wciąż wzbogacana o nowe elementy. Jej głównymi atutami obecnie są Hala Sportowo-Widowiskowa Globus, wyciąg nart wodnych Reland, wyciąg orczykowy Globus Ski, lodowisko Icemania, BikePark Lublin. W niedługim zostanie ona wzbogacona przez pełnowymiarowy basen olimpijski, halę lodową i stadion piłkarski. Opisana infrastruktura stwarza dogodne warunki dla rozwoju turystyki aktywnej oraz widowisk sportowych, które również mogą generować ruch turystyczny.

W zakresie bazy towarzyszącej na uwagę zasługuje niezliczona liczba tematycznych szlaków turystycznych, stworzonych w Lublinie. Mimo, iż w przestrzeni miasta oznakowane zostało zaledwie 5 szlaków kulturowych, to ilość ogólnie dostępnych jest wielokrotnie większa – warto wspomnieć chociażby o szlakach audio nazywanych szeptanymi lub tych opracowanych przez Ośrodek Brama Grodzka - Teatr NN. Ponadto miasto leży na trasie istotnych szlaków turystycznych o charakterze regionalnym i ponadregionalnych. Niestety istniejące szlaki wydają się być niedostępne dla turystów, ze względu na brak kompleksowej informacji na ich temat. W LOITiK-u brakuje atrakcyjnych wydawnictw przedstawiających ofertę pięciu szlaków miejskich, z kolei pozostałe szlaki, których opisy można znaleźć w Internecie istnieją jedynie wirtualnie, a przeciętny turysta nie ma szansy z nich skorzystać. Z pewnością w tym aspekcie można wiele zmienić, poprzez jakościowe i kompleksowe działania, mające na celu selekcję oraz promocję najatrakcyjniejszych szlaków. Multimedialne formy prezentacji w przestrzeni miejskiej, rzeczywistość rozszerzona oraz aplikacje mobilne, wsparte atrakcyjnymi graficznie folderami, to narzędzia, dzięki którym Lublin będzie mógł skutecznie wykorzystać już wykonane prace koncepcyjne w zakresie pomysłów na szlaki turystyczne oraz znacznie podnieść jakość oferty turystycznej.

[131] Źródło: „Turystyczna konkurencyjność cenowa Poznania na tle największych miast Polski" Studenckie Centrum Badań Turystycznych EXPLORERS, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, 2012.
[132] Tamże.

W mieście nie funkcjonuje zintegrowany system informacji turystycznej. Jako konieczne elementy systemu informacji turystycznej, który w powinien spinać całościowo atrakcyjność i ofertę turystyczną miasta należy wskazać:

- serwis www skupiający całość oferty turystycznej miasta,
- informatory z mapami miasta, wskazujące na możliwość skorzystania ze szlaków turystycznych istniejących w mieście,
- system Informacji Miejskiej z elementami informacji turystycznej,
- dostępność informacji o ofercie produktowej w miejscach recepcji turystycznej.

Zakłada się, że tylko poprzez wprowadzenie kompleksowego systemu informacji turystycznej, jakość przeżycia turystycznego i zakres eksplorowanej przez turystę przestrzeni miejskiej wzrośnie.

Miasto zaskakuje ilością i zróżnicowaniem udostępnianych sal konferencyjnych i przestrzeni targowych, które w zdecydowanej większości, są nowoczesne i wielofunkcyjne. Ten fakt, w połączeniu z nowo otwartym lotniskiem oraz rozwijającą się funkcją targową predestynuje Lublin do rozwoju turystyki biznesowej. Możliwie szybkie powołanie Lublin Convention Bureau, które wspomoże działanie lokalnego sektora targowo-konferencyjnego, wydaje się być niezbędne dla sprawnego rozwoju tej formy turystyki przyjazdowej.

3.7. Analiza obecnego produktu turystycznego miasta Lublin

Chcąc przeanalizować obecny produkt turystyczny miasta Lublina należy ustalić jak rozumieć będziemy pojęcie produktu turystycznego. Z uwagi na wielość definicji i częste nadużywanie pojęcia produktu turystycznego, należy możliwie precyzyjnie określić zakres pojęcia po to, aby w najlepszym stopniu służyło ono zarówno diagnozie stanu obecnego jak i programowaniu rozwoju turystyki w mieście.

Produkt turystyczny – „To zbiór dóbr i usług, z których turyści korzystają, i które są dla nich szczególnym przedmiotem zainteresowania”[133].

Podkreślenie pojęcia „zbiór” wprowadza konieczność rozumienia produktu turystycznego jako pewnej złożonej całości. W jego skład mogą wchodzić wszelkiego rodzaju dobra materialne i niematerialne oraz usługi, które wykorzystywane są przez turystów i co ważne, są dla nich przedmiotem szczególnego zainteresowania. Produktem nie będzie zatem sama usługa noclegowa lub gastronomiczna, czy nawet odwiedzenie pojedynczej atrakcji turystycznej.

„Szczególne zainteresowanie turysty” może być rozumiane, jako rola produktu turystycznego, służąca zaspokojeniu konkretnych, specyficznych potrzeb i motywacji.

Uwzględniając powyższą definicję należałoby przeprowadzić badania na reprezentatywnej grupie turystów, które odpowiedziałyby, co jest przedmiotem ich szczególnego zainteresowania podczas podróży do Lublina oraz z jakich dóbr i usług korzystają podczas wizyty w mieście. Badania takie miałyby w pełni reprezentatywny charakter, gdyż odnosiłyby się do strony popytowej. Turyści sami wskazaliby, jakie zbiory usług i dóbr turystycznych są przez nich wykorzystywane i czy stanowią dla nich one przedmiot szczególnego zainteresowania.

[133] Aleksander Panasiuk, Ekonomika Turystyki, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.

Z uwagi na brak dostępnych badań w przywołanej formule, poniżej przeprowadzono ekspercką analizę obecnie funkcjonujących w mieście produktów turystycznych. Jej podstawą były dane źródłowe zebrane przez operatorów poszczególnych atrakcji oraz infrastruktury turystycznej. W analizie uwzględniono w szczególności: frekwencję w obiektach muzealnych[134], frekwencję podczas wydarzeń135, frekwencję na imprezach targowych[136], liczbę osób korzystających z przewodników mobilnych[137], strukturę narodowościową obsługiwanych gości[138], frekwencję w centrach handlowych[139].

Poniżej przedstawiono te produkty turystyczne, które spełniają założenia formalne definicji oraz, w przypadku których istniała możliwość oszacowania strumienia osób korzystających z dóbr i usług, w ich ramach.

- **Produkt Zwiedzanie Starego Miasta i oferty Muzeum Lubelskiego** (muzeum, Kaplica Trójcy świętej, donżon, filie muzeum).

Należy przyjąć, że osoby odwiedzające Muzeum Lubelskie, odwiedzają także znajdujące się w pobliżu Stare Miasto. Dodatkowo usługami, z których często korzystają wybierający ten produkt, będzie przewodnictwo turystyczne oraz usługa gastronomiczna. Odbiorcami tego produktu są zarówno uczestnicy wycieczek zorganizowanych jak i turyści indywidualni. Produkt ten należy do najpopularniejszych obecnie funkcjonujących w Lublinie, o czym świadczy frekwencja notowana w obiektach muzealnych.

W ramach produktu wskazać można atrakcje turystyczne, w których frekwencja została podana poniżej:

- Muzeum Lubelskie (muzeum, Kaplica św. Trójcy, donżon) – ponad 128 tys.
- Trasa Podziemna – 21 tys.
- Muzeum Martyrologii „Pod Zegarem” – 3 tys.
- Muzeum Archidiecezjalne – Brama Trynitarska – 12 tys.

- **Produkt Uczestnictwo w imprezach kulturalnych i wydarzeniach** (głównie festiwale, jarmarki)

Jak wynika z ostrożnych szacunków podawanych przez organizatorów wydarzeń festiwalowych, frekwencja podczas imprez sięga od kilkuset do nawet kilkuset tysięcy uczestników. Nie ma możliwości szczegółowego określenia, ilu z nich pochodzi z Lublina, a ilu z poza miasta. Poniżej podano szacunkowe estymacje ilości uczestników wydarzeń, udostępnione przez ich organizatorów. Można jednak z całą odpowiedzialnością przyjąć, że w przypadku kilkudniowych wydarzeń kulturalnych, w mieście znajdują się odbiorcy produktu turystycznego, na który składają się następujące dobra i usługi: nocleg w hotelu lub hostelu, uczestnictwo w imprezie kulturalnej,

[134] Frekwencja w obiektach muzealnych w Lublinie w 2012 roku, LOITiK 2013.
[135] Dane organizatorów wydarzeń uzyskane w rozmowach bezpośrednich i dane GUS.
[136] Dane przekazane przez Targi Lublin S.A.
[137] Dane przekazane przez Ośrodek Brama Grodzka – Teatr NN.
[138] Dane przekazane przez Państwowe Muzeum na Majdanku.
[139] Dane ze strony internetowej www.galeriehandlowe.pl

korzystanie z oferty restauracji lub pubów, zakup pamiątek z Lublina, uczestnictwo w warsztatach kulturowych.

Z danych GUS wynika, że w Lublinie w 2012 roku w imprezach organizowanych przez instytucje kultury, muzea i obiekty działalności wystawienniczej, wzięło udział ponad 542 tys. osób. Jest to liczba, w której znajduje się także strumień turystów odwiedzających Lublin w tym celu.

Poniżej przybliżono frekwencje podczas wybranych wydarzeń kulturalnych, odbywających się w Lublinie. Zakładając nawet, że turyści stanowili tylko 20% ich uczestników, produkt oparty o wydarzenia kulturalne zaliczyć należy do wiodących produktów turystycznych miasta.

Wskazane jest przeprowadzenie badania ankietowego wśród gości najpopularniejszych wydarzeń, które umożliwi dokładną odpowiedź na pytanie, jaki procent uczestników eventu pochodzi spoza Lublina.

- Jarmark Jagielloński – według szacunków organizatorów od 100 do 150 tysięcy uczestników[140]
- Festiwal Tradycji i Awangardy Muzycznej „Kody" - według szacunków organizatorów od 500 do 1500 uczestników
- „Otwarte Miasto – Open City". Brak możliwości oszacowania frekwencji ze względu na otwarty charakter festiwalu
- „Najstarsze pieśni Europy" – około 200 osób specjalnie przyjeżdżających na to wydarzenie do Lublina

- **Produkt turystyki miejskiej – wizyty w galeriach handlowych, odwiedzanie kawiarni, pubów i klubów, korzystanie z oferty kin i turystyki zdrowotnej**

W mieście, które stanowi centrum regionalne, administracyjne jak również istotny ośrodek handlowy, istnieje oferta turystyczna, która oparta jest na selekcji tych dóbr i usług, które nie są dostępne dla mieszkańców mniejszych miejscowości w regionie. Analizując możliwości spędzenia w Lublinie popołudnia lub dnia wolnego przez mieszkańców regionu, można wskazać na kompozycję następujących usług i dóbr, będących przedmiotem szczególnego zainteresowania turystów: wizyta w galerii handlowej, odwiedzenie kawiarni lub restauracji w centrum miasta, spacer do parku, skorzystanie z usług centrów rozrywki, wizyta u kosmetyczki, fryzjera.

Pomimo braku badań dotyczących rzeczywistej ilości turystów pośród odwiedzających centra handlowe, można z całą pewnością sądzić, że znaczący odsetek ich klientów pochodzi także spoza Lublina. W celu oszacowania wielkości tego strumienia należy wskazać jak wysoką frekwencją mogą pochwalić się lubelskie galerie handlowe. Dla przykładu Galeria Handlowa Olimp odwiedzana jest przez ponad 500 tys. klientów.[141]

Wskazane byłoby przeprowadzenie badania ankietowego wśród odwiedzających centra handlowe, mającego na celu określenie ilu z nich pochodzi z Lublina, a ilu spoza miasta.

[140] Z kolei badanie ruchu turystycznego „Jak Smakuje Lubelskie?" przeprowadzone przez LROT podczas Jarmarku Jagiellońskiego w 2011 roku mówi o dokładnie 10 210 osobach, które weszły na teren Starego Miasta (gdzie zlokalizowana jest duża część atrakcji Jarmarku) przez Bramę Grodzką lub Krakowską.
[141] Źródło: www.galeriehandlowe.pl

- **Produkt turystyki biznesowej – uczestnictwo w targach, wystawach, konferencjach, kongresach, szkoleniach**

W Lublinie funkcjonuje produkt turystyki biznesowej, którego podstawowym składnikiem jest oferta świadczona przez Targi Lubelskie S.A. W ramach tego produktu można mówić o wykorzystaniu następujących dóbr i usług turystycznych: infrastruktura i usługi dostarczane przez Targi Lublin S.A., wykorzystanie bazy noclegowej oraz konferencyjnej lubelskich hoteli, posiłki i usługi cateringowe świadczone przez lubelskie restauracje, korzystanie z przewozów taksówkami, uczestnictwo w imprezach kulturalnych, organizowanych w lubelskich teatrach i centrach kultury.

Opisany produkt turystyczny znajduje licznych odbiorców. Pomimo tego, że nie są prowadzone statystki wskazujące dokładną liczbę turystów wśród uczestników tego produktu, można przyjąć, że spora część gości targowych pochodzi spoza Lublina. W 2012 frekwencja w imprezach organizowanych przez Targi Lublin wynosiła ponad 120 tysięcy.

Wskazane byłoby przeprowadzenie badania ankietowego wśród gości targowych, mającego na celu określenie województwa lub kraju, z którego pochodzą.

- **Produkt turystyki sentymentalnej - powrót do miasta przodków**

W Lublinie obecnie funkcjonuje produkt turystyki sentymentalnej, skierowany do gości pochodzenia żydowskiego lub o żydowskich korzeniach. Część z nich odwiedza tylko Państwowe Muzeum na Majdanku, co nie oznacza jeszcze, że korzystają oni z produktu turystycznego, a jedynie, że odwiedzają atrakcję turystyczną. O produkcie turystycznym możemy mówić kiedy korzystają oni z szerszej oferty miasta, obejmującej miedzy np: odwiedzanie wystawy Lublin. Pamięć Miejsca i skorzystanie z usługi przewodnickiej w Ośrodku Brama Grodzka – Teatr NN, posiłek w restauracji z kuchnią żydowską Mandragora, wizytę na Starym Cmentarzu Żydowskim (Kirkucie), obejrzenie studni na ulicy Szerokiej, odwiedzenie Jesziwa Chachmej Lublin (Lubelska Szkoła Mędrców). Coraz popularniejszą usługą w ramach tego produktu jest także wykorzystanie multimedialnych przewodników, dostępnych na urządzenia mobilne, wykorzystujących technologię „Rozszerzonej Rzeczywistości". W 2012 roku odnotowano ponad 450 pobrań tych przewodników (pomimo całkowitego braku promocji[142]). Dodatkowym elementem produktu jest także oprowadzanie po Starym Mieście przez przewodnika miejskiego.

Z całą pewnością jest to jeden z wiodących produktów turystycznych Lublina. Na poparcie tego stwierdzenia można przedstawić dane dotyczące frekwencji w głównych atrakcjach turystycznych, w ramach tego produktu. Na rok 2012 frekwencja w Państwowym Muzeum na Majdanku wynosiła ponad 101 tys. osób. Warto zauważyć, że wśród turystów odwiedzających Państwowe Muzeum na Majdanku, około 50% stanowią Polacy, niemal równie liczna jest grupa turystów z zagranicy, co oznacza, że turyści ci musieli skorzystać z noclegu. W grupie turystów zagranicznych ponad 36 tys. osób pochodziło z Izraela, liczne grupy pochodzą także z USA, Francji, Niemiec, Belgii, Wielkiej Brytanii[143]. W Ośrodku Brama Grodzka – Teatr NN – 6,5 tys. osób odwiedziło wystawę „Lublin. Pamięć Miejsca". W wypadku wystawy Lublin. Pamięć Miejsca, zliczone zostały tylko odwiedziny w ramach grup zorganizowanych, których w 2012 roku było ponad 550. W głównej mierze osoby

[142] Dane przekazane przez Ośrodek „Brama Grodzka Teatr-NN".
[143] Za frekwencja od 1 stycznia do 31 grudnia 2012 r. Muzeum Państwowe na Majdanku.

odwiedzające wystawę pochodziły z Polski (2,5 tys.) i Izraela (2,1 tys.). Dodatkowo także z USA, Francji, Niemiec i innych krajów.

- **Produkt turystyki aktywnej - wykorzystanie infrastruktury oraz uczestnictwo w imprezach związanych z turystyką aktywną**

Lublin jest miastem, którego walory naturalne warunkują możliwość uprawiana turystyki aktywnej. W ramach produktu realizowanego w oparciu o atrakcje i infrastrukturę turystyki aktywnej, można wymienić różnorodne warianty. W każdym z nich, ze zmiennym natężeniem, wykorzystywane będę dobra i usługi z tego zakresu. Do przykładowych wariantów tego produktu będą należały między innymi: korzystanie z wyciągu nart wodnych „Reland", przejazd ścieżką rowerową wokół Zalewu Zemborzyckiego, skorzystanie z basenów i zjeżdżali w kompleksie rekreacyjnym „Słoneczny Wrotków". W wersji zimowej produkt turystyki aktywnej może występować w zmienionej formie np. skorzystanie z oferty lodowiska „Icemania", nauka narciarstwa zjazdowego na stoku narciarskim „Globus Ski". Kolejnym wariantem produktu turystyki aktywnej może być nauka i doskonalenie umiejętności jazdy na rowerze w „BikeParku Lublin" lub spływ rzeką Bystrzycą, połączony z przepłynięciem przez Zalew Zemborzycki.

Możliwości oszacowania aktualnego zainteresowania danym produktem turystycznym należy upatrywać w sprawozdawczości dotyczącej korzystających z wymienionej powyżej infrastruktury turystyki aktywnej, której operatorem jest Miejski Ośrodek Sportu i Rekreacji w Lublinie. Frekwencja w 2012 roku była następująca:[144]

- ilość osób korzystających z kąpieliska „Słoneczny Wrotków" – ok. 63 tys.
- ilość osób uczestniczących w spływach kajakowych organizowanych przez MOSIR – ok. 600
- ilość osób uczestniczących w imprezach organizowanych w Hali Globus – 42 tys.
- ilość osób korzystających z lodowiska „Icemania" – ok. 115 tys.
- ilość przejść przez kołowrót na stoku narciarskim „Globus Ski" – ok. 41 tys.

Powyższe dane ilościowe niestety nie są źródłem, które mówiłoby jedynie o ruchu turystycznym w ramach produktu turystyki aktywnej. Wskazane byłoby przeprowadzenie badania ankietowego wśród korzystających z wymienionych atrakcji, szacującego jaki procent użytkowników pochodzi spoza Lublina.

[144] Źródło: Raport frekwencyjny za 2012 rok, MOSIR w Lublinie.

4. Pozycjonowanie oferty turystycznej Lublina na tle miast konkurencyjnych

Oferta turystyczna Lublina rozpatrywana jest przez potencjalnych turystów w kontekście miast konkurencyjnych. Relatywne postrzeganie Lublina, w odniesieniu do innych ośrodków miejskich podobnej wielkości, może wpływać na częstotliwość wyboru tego miasta, jako rzeczywistego celu podróży turystycznych. Zarówno dziś, jak i po zakończeniu wdrażania strategii, należy postawić sobie pytanie: jaką pozycją na tle miast konkurencyjnych zajmuje Lublin? Określenie pozycji Lublina musi uwzględniać aspekty, w których możliwe jest przeprowadzenie analizy w oparciu o mierzalne wartości. Takie podejście zapewni możliwość monitorowania zmiany pozycji w czasie i przede wszystkim zagwarantuje obiektywność wskazań, dotyczących relatywnych przewag i słabości oferty turystycznej, wpływających na jej konkurencyjność.

Pozycjonowanie oferty turystycznej Lublina zostało przeprowadzone w porównaniu do koszyka miast o zbliżonej liczbie mieszkańców. W zestawieniu znalazły się więc miasta większe niż 300 tys. mieszkańców. Z uwagi na brak badań pierwotnych konieczne było oparcie pozycjonowania o dane wtórne. Do koszyka analizowanych miast zaliczono: Bydgoszcz, Gdańsk, Katowice, Kraków, Lublin, Łódź, Poznań, Szczecin, Wrocław. W pozycjonowaniu celowo nie uwzględniono Warszawy z tego względu, iż miasto to posiada daleko bardziej rozwiniętą funkcję turystyczną i zaciemniałoby ocenę pozostałych. Analogiczne założenie można by przyjąć w stosunku do Krakowa, jednak stolica Małopolski została obrana za punkt odniesienia dla Lublina w strategii marki, powstałej w 2007 roku.

W procesie wskazania pozycji konkurencyjnej Lublina posłużono się aspektami umożliwiającymi określenie relatywnej pozycji miasta, uwzględniającej jego konkurencyjność na wymiarach dwóch z głównych funkcji turystycznych realizowanych w mieście – turystyki kulturalnej i turystyki biznesowej. Kolejnym analizowanym aspektem było określenie pozycji miasta pod względem dostępności komunikacyjnej i dostępności miejsc noclegowych. W następnym kroku porównano konkurencyjność cenową, która często ma wpływ na faktyczną wielkość ruchu turystycznego. Na podstawie zebranych danych opracowano trzy mapy konkurencyjności Lublina na tle innych miast Polski. Na każdej z nich wielkość okręgu symbolizującego dane miasto jest proporcjonalna do liczby mieszkańców. W ostatnim punkcie przeanalizowano realizowane inwestycje infrastrukturalne, które mają istotne znaczenie dla przyszłego wizerunku i oferty turystycznej miast konkurencyjnych.

4.1. Pozycja konkurencyjna Lublina pod względem liczby uczestników wydarzeń kulturalnych oraz turystów biznesowych

Strumień uczestników wydarzeń kulturalnych oraz gości korzystających z noclegu podczas spotkań biznesowych może stanowić istotny aspekt porównawczy pozycji konkurencyjnej Lublina na tle badanych miast. Takie zestawienie danych miało na celu zweryfikować hipotezę o ponadprzeciętnie rozbudowanej ofercie wydarzeń kulturalnych w Lublinie. Pozwoliło ono również ocenić perspektywę relatywnego wzrostu pozycji Lublina na tle miast konkurencyjnych w zakresie obsługi gości biznesowych, w szczególności po zakończeniu inwestycji w infrastrukturę przemysłu spotkań w Lublinie.

Tabela 10 Uczestnicy wydarzeń biznesowych (2010) oraz imprez organizowanych przez instytucje kultury (2011) w wybranych miastach Polski

Miasto	Uczestnicy wydarzeń biznesowych korzystający z noclegu (2010)	Uczestnicy imprez organizowanych przez instytucje kultury (2011)	Wielkość miasta (w tys. osób)
Bydgoszcz	7 165	122 190	363
Gdańsk	195 700	162 860	460
Katowice	49 850	268 413	310
Kraków	258 000	1 030 011	759
Lublin	**44 362***	**542 984**	**349**
Łódź	78 408*	248 645	729
Poznań	221 800	315 021	553
Szczecin	59 450	110 816	409
Wrocław	74 600	313 853	631

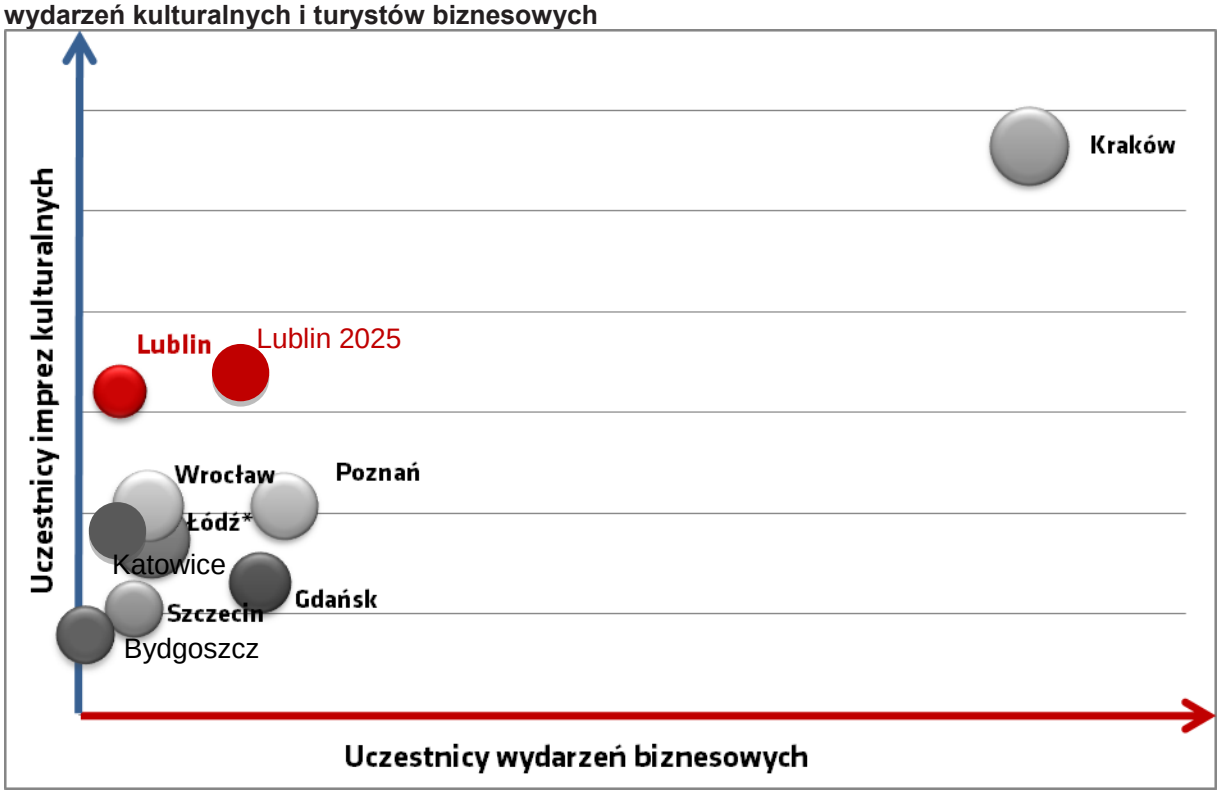
Źródło: Bank Danych Lokalnych GUS oraz Poland Convention Bureau, Raport „Przemysł Spotkań i Wydarzeń w Polsce 2011".
*Dane szacunkowe obliczone na podstawie danej liczby sal konferencyjnych w każdym z miast (według GUS 2009) oraz wartości średnich dla pozostałych miast.

W zakresie turystyki biznesowej dane dotyczące konferencji, kongresów i innych wydarzeń zaliczanych do sektora MICE publikuje Poland Convention Bureau, które zrzesza podmioty tego rodzaju z poszczególnych miast. Jako że w Lublinie oraz Łodzi podobne biura w 2012 roku nie funkcjonowały, konieczne było oszacowanie danych dla tych dwóch badanych ośrodków[145].

Dane dotyczące uczestników oferty eventów kulturalnych publikowane przez Główny Urząd Statystyczny, obejmują uczestników imprez organizowanych przez domy i ośrodki kultury, a także kluby i świetlice. Należy mieć na uwadze, iż w podawanych liczbach bez wątpienia sporą część stanowią mieszkańcy.

[145] Posłużono się w tym celu danymi GUS-u, mówiącymi o liczbie sal konferencyjnych w Lublinie i Łodzi (2009), a także średnią liczbą wydarzeń przypadających na jedną salę konferencyjną i średnią liczbą uczestników przypadających na jedno wydarzenie dla pozostałych miast ujętych w porównaniu. Otrzymano w ten sposób porównywalne dane, które wskazują na potencjalny rząd wielkości ruchu turystyki biznesowej w Lublinie i Łodzi. Wyniki te należy jednak traktować wyłącznie orientacyjnie.

Wykres 4 Mapa konkurencyjności wybranych miast Polski w zakresie liczby uczestników wydarzeń kulturalnych i turystów biznesowych



Źródło: opracowanie własne landbrand.

W przywołanym zestawieniu zaskakuje wysoka pozycja Lublina pod względem uczestników imprez kulturalnych. Ich liczba przekracza niemal dwukrotnie wartości dla miast takich jak Poznań, Wrocław, Łódź czy Katowice. Warto podkreślić, że są to miasta często dwa razy większe od Lublina. Jedynie Kraków, drugie największe miasto w kraju, pod względem wielkości angażuje w aktywność podczas imprez kulturalnych dwukrotnie więcej uczestników. Liczba uczestników imprez kulturalnych w Lublinie w roku 2025 może jeszcze wzrosnąć. Pod warunkiem jednak, że ich poziom jakościowy również będzie wzrastał z roku na rok i zachowają one swój autorskich charakter. Żeby liczba uczestników wydarzeń mogła się powiększać, zakłada się konieczność skuteczniejszej komunikacji oferty tych wydarzeń odbiorcy zewnętrznemu.

W zakresie gości odwiedzających miasto w ramach oferty turystyki biznesowej można przyjąć, że obecna pozycja Lublina ulegnie znacznej poprawie. Będzie to miało miejsce dzięki oddaniu do użytku nowych powierzchni konferencyjnych związanych z realizacją takich inwestycji jak Centrum Spotkania Kultur i Lubelskie Centrum Konferencyjne. Jednak w chwili obecnej pozycja Lublina należy do najmniej konkurencyjnych w grupie badanych miast, mniejsza liczba uczestników wydarzeń biznesowych notowana jest jedynie w Bydgoszczy.

4.2. Pozycja konkurencyjna Lublina w aspekcie oferty bazy noclegowej i dostępności komunikacji lotniczej

Zakłada się, że niezbędnym kryterium wyznaczenia pozycji konkurencyjnej miasta jest dostępność miejsc noclegowych w obiektach zakwaterowania zbiorowego. Wartość ta jest z jednej strony miernikiem podaży na rynku turystycznym w mieście, z drugiej strony silnie wpływa na popyt warunkując jego wielkość.

Możliwość dotarcia do miasta drogą lotniczą umożliwia skorzystanie z oferty miasta turystom z wielu odległych regionów europejskich. Atrakcyjność turystyczna Lublina może być promowana na rynkach docelowych, dotychczas nie dostępnych. Połączenia lotnicze również mogą istotnie wpłynąć na zainteresowanie ośrodkiem turystów biznesowych.

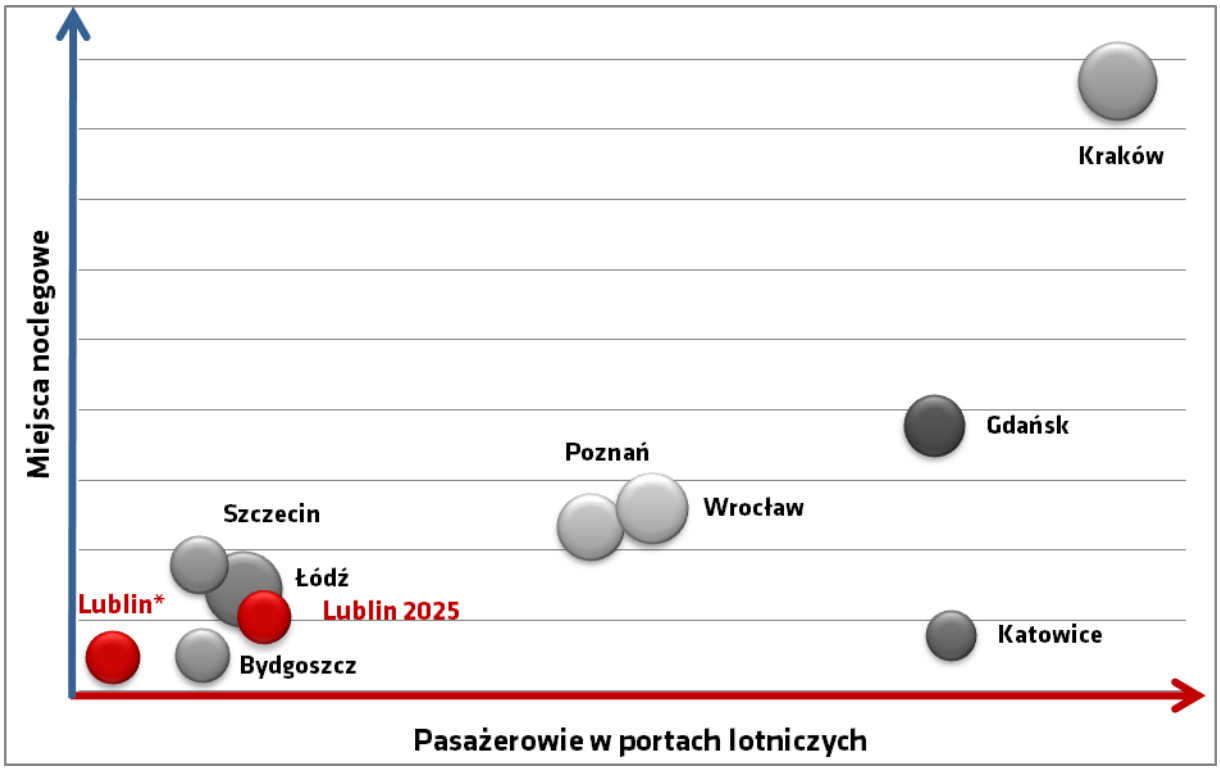
Analiza dwóch przywołanych wartości ma kluczowe znaczenie dla określenia pozycji miasta pod względem możliwości zainteresowania turystów zagranicznych. Oni to bowiem najczęściej korzystają z transportu lotniczego, a na nocleg wybierają obiekty zakwaterowania zbiorowego. Aby więc oferta miasta była dla niego konkurencyjna, musi mieć odpowiednio szeroki wybór miejsc noclegowych o zróżnicowanym standardzie i cenie, a także dogodne połączenie lotnicze. W przypadku turystów polskich częściej wykorzystywane będą możliwości noclegów u znajomych i rodziny oraz transport drogowy lub kolejowy.

Tabela 11 Konkurencyjność wybranych miast Polski w zakresie dostępnych miejsc noclegowych oraz obsłużonych pasażerów w portach lotniczych (2011)

Miasto	Miejsca noclegowe w obiektach zbiorowego zakwaterowania	Pasażerowie w portach lotniczych (w tys. osób)	Wielkość miasta (w tys. osób)
Bydgoszcz	2 513	268	363
Gdańsk	12 344	2 449	460
Katowice	3 372	2 500	310
Kraków	27 062	2 994	759
Lublin	**2 447**	**0***	**349**
Łódź	5 343	390	729
Poznań	8 021	1 425	553
Szczecin	6 394	258	409
Wrocław	8 807	1 606	631

Źródło: Bank Danych Lokalnych GUS oraz dane Urzędu Lotnictwa Cywilnego.
* Port Lotniczy w Lublinie otwarto pod koniec 2012 roku.

Wykres 5 Mapa konkurencyjności wybranych miast Polski dla turystów zagranicznych



Źródło: opracowanie własne landbrand.

Liczba pasażerów obsłużonych na lotniskach w ciągu roku oddaje wielkość strumienia zarówno wylatujących mieszkańców miasta, jak i przylatujących turystów. Trudno mówić z pełną odpowiedzialnością o procencie turystów ukrytym w tej liczbie. Można jednak założyć, że stanem normalnym jest to, że im więcej obsłużonych pasażerów, tym więcej turystów w danym porcie lotniczym. W momencie opracowania dokumentu Port Lotniczy w Lublinie był najnowszym lotniskiem w Polsce i Europie, działającym od niespełna kilku miesięcy, nie istniały z tego powodu jeszcze statystyki ukazujące wielkość strumienia podróżnych obsługiwanych na lotnisku. Powołując się jednak na prognozy, którymi posługuje się operator Portu Lotniczego Lublin można przyjąć, że osiągnięcie wielkości obsługi ruchu powyżej 500 tys. podróżnych do roku 2025 wydaje się bardzo realną prognozą. Lublin ma szansę obsługiwać większą liczbę turystów niż Łódź, paradoksalnie ze względu na mniej dogodne połączenia drogowe i kolejowe ze stolicą.

W drugim badanym wymiarze – ilości miejsc noclegowych wykorzystano dane GUS-u mówiące o liczbie miejsc noclegowych dostępnych w obiektach zbiorowego zakwaterowania w mieście. W tym aspekcie pozycja konkurencyjna Lublina przedstawiała się najsłabiej ze wszystkich badanych ośrodków miejskich. Liczba miejsc noclegowych była mniejsza niż w porównywalnych pod względem wielkości Katowicach czy Bydgoszczy. Zakłada się, że do roku 2025 ilość miejsc noclegowych w mieście może się podwoić. Prognoza opiera się na kilku założeniach. Po pierwsze w Lublinie bardzo dynamicznie rozwijać się będzie rynek hosteli, których w momencie powstawania dokumentu w mieście było tylko 3. Będzie to spowodowane faktem zwiększenia się zainteresowania miastem młodych turystów z kraju i Europy. Dostępność oferty turystycznej miasta wzrośnie, poprzez rozwój sieci połączeń niskobudżetowych linii lotniczych. Lublin posiada również bardzo interesującą dla odbiorcy w przedziale 18-35 lat ofertę wydarzeń. Po drugie w mieście przybędzie też hoteli

ekonomicznych i o wyższym standardzie. Będzie to następstwem rozwoju oferty turystyki biznesowej w mieście, co spowoduje wzrost popytu na tego typu ofertę noclegową.

4.3. Pozycja Lublina pod względem turystycznej konkurencyjności cenowej

Pod pojęciem konkurencyjności cenowej destynacji turystycznej rozumie się skłonność turystów do obierania za cel podróży określonej lokalizacji, w której łączna wartość kupowanych dóbr i usług będzie w ich ocenie najkorzystniejsza pod względem ceny. W miejscowości bardziej konkurencyjnej cenowo siła nabywcza turysty będzie relatywnie większa, tak więc miejscowość ta będzie wybierana częściej od pozostałych. Zgodnie z założeniami mikroekonomii, jeśli dwa dobra spełniają takie same lub podobne potrzeby konsumenta, gdy wzrośnie sprzedaż jednego z nich (tańszego), to zmaleć musi sprzedaż drugiego (droższego). W rzeczywistości cena obu dóbr jest nie jedynym, ale jednym z najistotniejszych kryteriów wyboru. Przykładem dobrze obrazującym to zjawisko we współczesnej turystyce jest ogromna w ostatnich latach popularność kurortów w Egipcie, Tunezji czy Chorwacji, które przejęły znaczną część konsumentów od tradycyjnych destynacji europejskich, takich jak Włochy, Francja i Hiszpania. Zmiana ta zaszła w ogromnej mierze ze względu na przystępniejsze ceny w tych pierwszych.

W badaniach przeprowadzonych na początku 2010 roku na Uniwersytecie Ekonomicznym w Poznaniu, zbadano turystyczną konkurencyjność cenową największych miast Polski, wśród których znalazł się także Lublin. Porównano 5 kategorii produktów nabywanych przez uczestników ruchu turystycznego. Były to: noclegi, wyżywienie, transport, zakupy na potrzeby własne oraz usługi rekreacyjne. Poniżej przedstawiono wyniki tych badań dla Lublina oraz ośmiu porównywalnych miast w zakresie dwóch najistotniejszych grup wydatków ponoszonych przez turystów – usług noclegowych i gastronomicznych.

Tabela 12 Konkurencyjność cenowa wybranych miast Polski w zakresie wyżywienia oraz noclegów (2010)

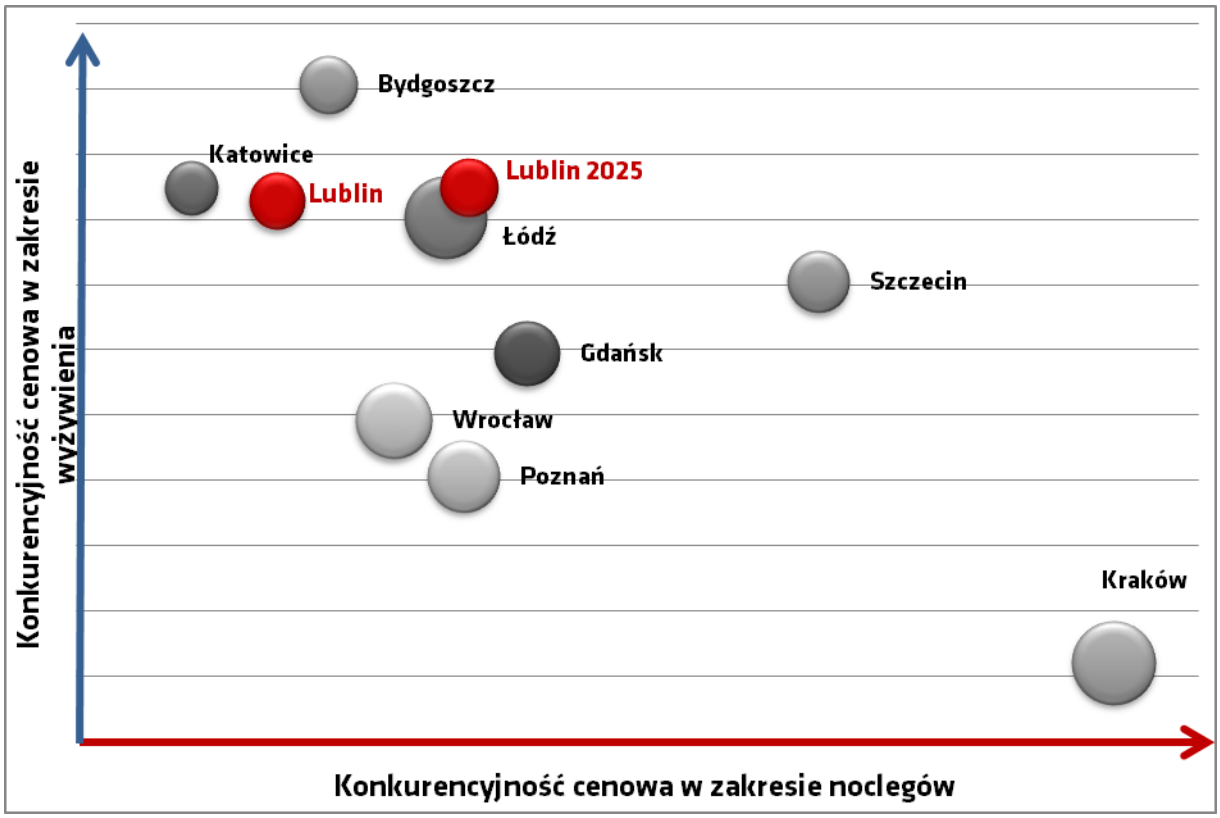
Miasto	Cena noclegu w hotelu (zł)	Cena wyżywienia (zł)	Wielkość miasta (w tys. osób)
Bydgoszcz	266,42	22,87	363
Gdańsk	239,85	31,10	460
Katowice	284,71	26,03	310
Kraków	161,32	40,59	759
Lublin	**273,34**	**26,43**	**349**
Łódź	250,75	26,94	729
Poznań	248,34	34,87	553
Szczecin	200,79	28,91	409
Wrocław	257,69	33,16	631

Źródło: „Turystyczna konkurencyjność cenowa Poznania na tle największych miast Polski", Studenckie Centrum Badań Turystycznych EXPLORERS, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, 2010.

Zaprezentowane dane posłużyły do wyznaczenia pozycji konkurencyjnej Lublina na tle porównywalnych miast, w zakresie wyżywienia oraz noclegów. Im dane miasto znajduje się dalej od

początku układu współrzędnych, tym jest bardziej konkurencyjne pod względem oferowanych cen, a jego siła przyciągania turystów większa. Wielkości kół symbolizujących miasta są proporcjonalne do ich liczby mieszkańców.

Wykres 6 Mapa konkurencyjności cenowej wybranych miast Polski w zakresie wyżywienia oraz noclegów



Źródło: opracowanie własne landbrand.

Przeprowadzone pozycjonowanie pokazuje, iż oferta Lublina jest bardzo konkurencyjna cenowo pod względem gastronomii. Lepszą pozycję ma jedynie Bydgoszcz, a Katowice i Łódź prezentują niemalże identyczny poziom cen w tym zakresie. Znacznie większe wydatki na wyżywienie turysta poniesie odwiedzając miasta większe, o bardziej rozwiniętej funkcji turystycznej. Widać to doskonale na przykładzie Poznania, Wrocławia, Gdańska oraz przede wszystkim Krakowa. Warto należycie wypromować ofertę gastronomiczną miasta, gdyż jej cena i relatywnie duże zróżnicowanie stanowią spore atuty miasta.

Z kolei w przypadku usług noclegowych Lublin plasuje się na przedostatniej pozycji, wyprzedzając tylko stolicę Górnego Śląska. Najbardziej konkurencyjną ofertą w tym aspekcie może pochwalić się Kraków, który posiada wysoce rozbudowaną bazę noclegową, podobnie jak całe województwo małopolskie.

W tym wymiarze konkurencyjności widać silną zależność między obowiązującymi cenami, a dostępnością obiektów hotelowych. Trzy najmniejsze z porównywanych miast dysponują najsłabiej rozwiniętą ofertę noclegową i to właśnie one okazują się być najmniej korzystne cenowo dla turystów. Jako że cena noclegu w odwiedzanym miejscu jest jednym z głównych składników całego kosztu, jaki

ponosi turysta, można ocenić, że pozycja konkurencyjna Lublina w badanym koszyku jest niska. Bez zwiększenia liczby oferowanych miejsc noclegowych, zwłaszcza w zakresie hosteli i hoteli typu low cost, Lublin nie będzie w stanie skutecznie konkurować o turystę z innymi miastami.

4.4. Pozycja konkurencyjna Lublina pod względem wizerunku wśród turystów zagranicznych

Oferta turystyczna Lublina nie jest powszechnie znana ani także dobrze promowana wśród odbiorców zagranicznych. W zestawieniach najbardziej znanych portali ułatwiających planowanie podróży, Lublin nie jest uwzględniony wśród najpopularniejszych miejsc podróży w Polsce.

W portalu społecznościowym Trip Advisor prezentowanych jest 10 najpopularniejszych destynacji turystycznych z Polski. Są to kolejno: Kraków, Warszawa, Gdańsk, Wrocław, Poznań, Łódź, Zakopane, Toruń, Szczecin, Sopot.

Przy wpisie dotyczącym naszego kraju na tym portalu znajduje się mapa, która z obszaru województwa lubelskiego obejmuje jedynie Zamość.

Ilustracja 43 Mapa Polski na portalu Trip Advisor

Źródło: www.tripadvisor.com.

W kolejnej kategorii Trip Advisora jaką jest „Things to do in Poland" zaprezentowano najciekawsze destynacje w kraju. Ranking powstał na podstawie popularności wpisów z ocenami użytkowników serwisu. W tym zestawieniu Lublin znajduje się na 17 pozycji wśród atrakcji. Dobrą informacją jest to, że w tej kategorii prezentowanych automatycznie jest 20 atrakcji. Przed Lublinem poza 10 miastami wymienionymi powyżej znalazły się. Radom, Katowice, Gliwice, Gdynia, Mrągowo i Bydgoszcz, w drugiej dziesiątce znalazły się także Zielona Góra, Zabrze i Białowieża. W Lublinie wskazano na 7 atrakcji do odwiedzenia. Są to według kolejności wynikającej z liczby ocen internautów: Muzeum na Majdanku, Stare Miasto w Lublinie, Muzeum Wsi Lubelskiej, Muzeum Lubelskie, Trybunał Koronny, Centrum Sportowo-Rekreacyjne Uniwersytetu Przyrodniczego w Lublinie, Stary Cmentarz Żydowski w Lublinie.

Można zatem wysunąć wniosek, że Lublin należy do drugiej dziesiątki miejsc, które stanowią atrakcje turystyczne dla turysty zagranicznego w Polsce. Co ciekawe, najważniejszą atrakcją miasta dla turysty zagranicznego wydaje się być nie Stare Miasto, tylko Muzeum na Majdanku.

Do roku 2025 istnieje realna szansa na zmianę tej pozycji i wzrost oceny atrakcyjności Lublina co najmniej do miasta znajdującego się wśród dziesięciu najwyżej ocenianych w Polsce przez turystów zagranicznych. Okolicznościami sprzyjającymi w tym zakresie są powstanie i rozwój Portu Lotniczego Lublin, unikatowa w skali europejskiej oferta wydarzeń i festiwali, wzrost integracji oferty kulturalnej Lublina i ukierunkowanie oferty kulturalnej Lublina na turystów, oznakowanie turystyczne miasta oraz realizacja innych zadań zapisanych w strategii.

4.5. Pozycjonowanie ze względu na realizowane wizje rozwoju wyróżnikowej funkcji turystycznej

Obecnie w większości miast konkurencyjnych do Lublina, ujętych w porównaniu, zostały zrealizowane lub właśnie są w fazie realizacji wizerunkowe inwestycje, które na trwałe zmienią atrakcyjność turystyczną wymienionych miast. W większości profil realizowanych inwestycji wzmacnia obrany przez dane miasta strategiczny kierunek rozwoju funkcji turystycznej. Należy założyć, że w roku 2025 konkurencyjne do Lublina ośrodki będą w znacznej mierze postrzegane przez pryzmat tych inwestycji.

Tabela 13 Porównanie strategicznych kierunków rozwoju funkcji turystycznej miast konkurencyjnych względem Lublina

Miasto / strategiczny kierunek rozwoju funkcji turystycznej	Pozycjonowania na turystycznej mapie kraju	Kluczowe inwestycje przyczyniające się do zbudowania przewagi konkurencyjnej
Bydgoszcz Turystyka wodna - śródlądowa	Brama wodna otwierająca Polskę na wody śródlądowe Europy Zachodniej. Miasto z najładniejszym waterfrontem w kraju.	W samym centrum miasta zrewitalizowano Wyspę Młyńską, która do 2004 roku popadała w ruinę. Na wyspie znajdują się między innymi Muzea, wodny pasaż, restauracje. W jej pobliżu wybudowano infrastrukturę dla turystów wodnych, w tym marinę. Jest to z całą pewnością najładniejsza marina w kraju i jedna z najładniejszych w Europie. Miasto prężnie rozwija także inicjatywę Bydgoskiego Węzła Wodnego.
Gdańsk Turystyka kulturowa - historyczna	Miasto wolności i Solidarności. Gdańsk, odegrał wyjątkową rolę w kształtowaniu ładu globalnego. Swoimi doświadczeniami chce w przyszłości dzielić się z Polską i ze światem. Dwie najważniejsze karty, po jakie sięga Gdańsk w budowaniu swojej nowej pozycji turystycznej to Solidarność i II wojna światowa.	W Gdańsku powstaje Europejskie Centrum Solidarności, które znajdzie siedzibę w nowoczesnym, monumentalnym budynku. Jego forma czerpie z symboliki upadku Muru berlińskiego, żelaznej kurtyny i przemysłu stoczniowego. W mieście realizowany jest również projekt pierwszego na świecie Muzeum Drugiej Wojny Światowej. Wybrano już lokalizację i projekt gmachu. Opracowano koncepcje programowe działalności Muzeum.
Katowice Turystyka biznesowa oraz kulturowa w przestrzeniach	Nowe centrum konferencyjno-kongresowe, Muzeum Śląskie, siedziba Narodowej Orkiestry Symfonicznej Polskiego Radia, położone w najbardziej dynamicznie rozwijającym się	W oparciu o istniejącą infrastrukturę katowickiego Spodka rozwijana jest funkcja obsługi turystyki biznesowej – przemysłu spotkań. Powstaje między innymi Międzynarodowe Centrum Kongresowe (MCK) z salą na 12 000 osób. W centrum miasta tworzona jest nowa strefa

Miasto / strategiczny kierunek rozwoju funkcji turystycznej	Pozycjonowania na turystycznej mapie kraju	Kluczowe inwestycje przyczyniające się do zbudowania przewagi konkurencyjnej
postindustrialnych	gospodarczo regionie w kraju.	atrakcyjności turystycznej, która połączy MCK z nową siedzibą Muzeum Śląskiego oraz z nową siedzibą Narodowej Orkiestry Polskiego Radia. W mieście powstał nowy dworzec PKP, w jego sąsiedztwie powstaje reprezentacyjna galeria handlowa. W rewitalizowanej przestrzeni kopalni Katowice powstaje Muzeum Śląskie. Wspólnie z gmachem MCK oraz siedzibą Narodowej Orkiestry Symfonicznej Polskiego Radia w Katowicach Muzeum Śląskie utworzy nową prestiżową przestrzeń w stolicy Śląska nazwaną – Oś kultury.
Łódź Turystyka związana z przemysłami kreatywnymi w tym - modą, sztuką, designem, filmem, komiksem	Miasto mody i designu. Słynące z rewitalizacji, sztuki współczesnej, loftów. Kreatywne i otwarte na przemysły kreacji.	Realizujące na największą skalę w kraju i w tej części Europy imprezy z kategorii design i moda. W tym od 2005 roku Fashion Week Poland oraz od 2008 roku LDZIGN czyli Międzynarodowy Festiwal Designu. W mieście miała miejsce jedna z największych na skalę europejską rewitalizacji. Powstała Manufaktura to największe centrum handlowo-rozrywkowe w Polsce. W Manufakturze mieści się także Muzeum Sztuki z największą w Polsce kolekcją sztuki XIX i XX wieku.
Poznań Turystyka biznesowa – historyczna - początki państwa polskiego	Miasto targowe i handlowe. Wymarzona destynacja na spotkania biznesowe, konferencje, targi i zakupy. Dobrze rozwinięta oferta gastronomiczna. W mieście odtworzono Zamek Przemysła – najstarszą rezydencję królewska w kraju. W 2013 roku zostanie otwarte Interaktywne Centrum Historii Ostrowa Tumskiego (ICHOT) prezentujące historię Polski z okresu pierwszych Piastów.	Rozbudowa i modernizacja Międzynarodowych Targów Poznańskich (MTP), w tym powstanie nowych pawilonów i Sali Ziemi mogącej pomieścić 2000 osób w układzie kinowym. Modernizacja dworca PKP i PKS i stworzenie centrum intermodalnego w samym sercu miasta w sąsiedztwie MTP, wraz z galerią handlową. Rewitalizacja Starego Browaru, uznanego za najlepsze centrum handlowe na świecie w kategorii obiektów średniej wielkości. Stary Browar połączony jest z Parkiem, pod którym powstać ma Muzeum Sztuki Współczesnej projektu wybitnego japońskiego architekta Tadao Ando. Obecnie obiekt realizuje funkcję 50/50, która postuluje 50% biznesu i 50% sztuki. Budowa ICHOT – interaktywne ekspozycje przeniosą zwiedzających w czasie do realiów X wieku, kiedy to Polska przyjmowała chrzest, a jej władcą był Mieszko I.
Szczecin Turystyka wodna	Miasto na wyspach ze sporym udziałem terenów zielonych, czyli wizja Szczecin Floating Garden 2050. Szczecin słynąc z rozwoju sportów wodnych i ich infrastruktury, jako jedyne miasto w Polsce ma posiadać nowoczesne dzielnice śródmiejskie usytuowane na opasanych rzecznymi wodami wyspach.	Zagospodarowanie obszarów nadodrzańskich i nad jeziorem Dąbie – budowa największego waterfrontu w Polsce, który w Szczecinie będzie strefą: turystyki, kultury i handlu. Budowa fontann na bazie zbiorników przeciwpożarowych.
Wrocław Przemysł spotkań	Nowoczesne miasto spotkań, zarówno tych odbywających się na Starym Rynku, ale także w okolicach Hali Stulecia oraz nowego stadionu. Przebudowa miasta	Trzy główne centra miasta zlokalizowane na Rynku, w okolicach stadionu piłkarskiego na Myślicach oraz w Hali Stulecia. Najważniejsza zaplanowana inwestycja to budowa wielkiej galerii handlowej Śląska Wrocław przy stadionie oraz prestiżowego osiedla mieszkaniowego

Miasto / strategiczny kierunek rozwoju funkcji turystycznej	Pozycjonowania na turystycznej mapie kraju	Kluczowe inwestycje przyczyniające się do zbudowania przewagi konkurencyjnej
	do modelu policentrycznego.	WUWA II nawiązującego do perły architektury – osiedla WUWA. W okolicy Hali Stulecia, która została wyremontowana i wzbogacona o centrum poznawcze, fontannę multimedialną, rozbudowane ZOO.
Kraków	Uznany ośrodek, numer jeden pod względem atrakcyjności zabytków i muzeów. Miasto poszerza stale zakres oferty ekspozycyjnej, opierając ją na multimediach i nowoczesnych formach ekspozycji także w zastosowaniu do tematyki historycznej. Świadomie i konsekwentnie budujący wizerunek najważniejszego miejsca w kraju na mapie wydarzeń kulturalnych skierowanych do turystów i mieszkańców.	Kraków powołał Krakowskie Biuro Festiwalowe – instytucję, która spacja całość oferty festiwalowej miasta, zajmując się jej promocją, upublicznianiem a także organizując szereg wydarzeń. Biuro prowadzi między innymi projekt 6 zmysłów – polegający na nieszablonowej promocji Krakowa poprzez wydarzenia kulturalne skierowane do turystów i mieszkańców. Założenia, termin, galeria fotografii jaki i program kolejnej edycji większości festiwali w Krakowie dostępne są w jednym miejscu. Strona Krakowskiego Biura Festiwalowego opisuje także szereg projektów turystycznych realizowanych w mieście i przez miasto w tym np. CORT – czyli Centrum Obsługi Ruchu Turystycznego. W 2010 roku w Krakowie udostępniono zwiedzającym oddział Muzeum Historycznego miasta Krakowa pod Rynkiem Głównym. Na ponad 6000 m kw. Powierzchni ekspozycyjnej prezentowane są między innymi tradycje kupieckie miasta. Muzeum znajduje się pod Sukiennicami i wykorzystuje multimedia jako formę prezentacji. Jego ekspozycję wykonała firma Trias, która wcześniej zrealizowała między innymi prace dla Muzeum Powstania Warszawskiego. Ogród Doświadczeń im. Stanisława Lema – to park, w którym można doświadczalnie poznać prawa fizyki. Służą temu umieszczone w przestrzeni parku urządzenia i instrumenty plenerowe.

Źródło: opracowanie własne landbrand.

4.6. Podsumowanie pozycjonowania

Jak pokazuje powyższe zestawienie większość miast konkurencyjnych określiła profil swojej docelowej oferty turystycznej przez pryzmat wizerunkowych inwestycji infrastrukturalnych. W szczególności miasta takie jak: Gdańsk, Bydgoszcz, Szczecin i Katowice silnie wzbogacą ofertę turystyczną na skutek nowych inwestycji. Pozwolą one wymienionym miastom zakomunikować istotną zmianę w profilu świadczonej oferty turystycznej (Gdańsk, Katowice) lub pojawić się po raz pierwszy z ofertą o ogólnokrajowej skali atrakcyjności (Bydgoszcz, Szczecin).

Interesującym benchmarkiem dla Lublina są działania Krakowa. Miasto o atrakcyjności budowanej na podobnych do Lublina podstawach – festiwalach i jagiellońskiej przeszłości. Kraków zdaje się raczej integrować ofertę wydarzeń i umiejętnie wzmacniać najsilniejsze wątki niż budować nowe wielomilionowe atrakcje turystyczne. Jest to zrozumiałe, gdyż miasto to posiada uznaną markę turystyczną zarówno w skali kraju, jak i Europy. W odróżnieniu od Bydgoszczy, Katowic czy Szczecina oferta Krakowa budzi w odbiorcach silne skojarzenia i wyobrażenia. Dodatkowo

skojarzenia te są pozytywne i ich podtrzymanie jest pożądanym zjawiskiem. Dlatego też miasto nie musi zadawać sobie trudu budowy oferty turystycznej opartej na nowych atrakcjach.

W przypadku Lublina mamy do czynienia z sytuacją, w której:

- analogicznie do Krakowa miasto posiada bardzo bogatą ofertę wydarzeń kulturalnych,
- analogicznie do Krakowa Lublin posiada autentyczne Stare Miasto i tradycje sięgające okresu Jagiellonów,
- odmiennie niż w Krakowie Lublin zaczyna być kojarzony z jedną tematyką – nowego cyrku,
- odmiennie niż w przypadku Krakowa miasto nie posiada silnej marki turystycznej na rynku krajowym i międzynarodowym,
- odmiennie niż w Krakowie miasto nie posiada silnie rozwiniętej oferty bazy noclegowej,
- miasto posiada konkurencyjną cenowo i zróżnicowaną ofertę kulinariów,
- miasto silnie rozwija infrastrukturę przemysłu spotkań,
- w mieście obecnie brak wyróżnikowej atrakcji turystycznej, która może być podstawą postrzegania oferty turystycznej Lublina w przyszłości,
- miasto podobnie jak Gdańsk ma wystarczające podstawy do rozwoju produktu w oparciu o drogi do wolności – w odróżnieniu od Gdańska atutem Lublina jest jego przygraniczne położenie i ukierunkowanie na Wschód, także pod względem transferu kultury i ruchów wolnościowych.

Na podstawie przeprowadzonego porównania pozycji konkurencyjnej oferty turystycznej Lublina na tle miast o zbliżonej wielkości i potencjale, istnieje kilka kluczowych działań, które warunkują sukces. Sukces rozumiany jako repozycjonowanie miasta na turystycznej mapie Polski. Pozycja jaką zajmie Lublin po wdrożeniu zapisów strategii, powinna być określona jako konkurencyjna destynacja turystyczna, znajdująca się w pierwszej dziesiątce miast uważanych za najatrakcyjniejsze turystycznie przez odwiedzających zagranicznych i w pierwszej piątce najatrakcyjniejszych turystycznie miast zdaniem turystów krajowych. Żeby osiągnąć tak określoną pozycję należy przede wszystkim:

- zintegrować i wspólnie promować ofertę wydarzeń kulturalnych miasta, nie zapominając o stałym rozwoju ich formuły,
- wykorzystać należycie potencjał i genius loci zdeponowany w Starym Mieście Lublina,
- zintegrować ofertę turystyczną bazującą na okresie Jagiellonów oraz wesprzeć ją ekspozycjami multimedialnymi i angażującymi turystę,
- osadzić w mieście na stałe tematykę związaną z nowym cyrkiem, stwarzając realne podstawy do całorocznego wykorzystania turystycznego atrakcyjności tego zjawiska,
- rozpocząć budowę turystycznej marki Lublina i jej spójną komunikację,
- stymulować rozwój bazy noclegowej, zwiększając jej konkurencyjność cenową i dostępność,
- zadbać o integracje wysiłków kierowanych w ramach rozwoju przemysłu spotkań w Lublinie,
- położyć nacisk na promocję i rozwój jakościowej oferty kulinarnej.

Opisane powyżej wskazania zostaną rozwinięte w formie przewidzianych do realizacji zadań w ramach propozycji produktów turystycznych miasta Lublina zawartych w części II SRT.

5. Analiza zaplecza instytucjonalno-organizacyjnego o istotnym znaczeniu dla rozwoju turystyki

W poniższym rozdziale wskazano na te podmioty, instytucje i NGO-sy, które współtworzą ofertę turystyczną miasta, takie jak LOT, ROT czy PTTK. Ponadto wzięto pod uwagę te, w których działalności obecne są elementy o istotnym dla rozwoju turystyki w Lublinie potencjale, m.in. instytucje kultury, stowarzyszenia i klastry branżowe lub też ośrodki akademickie, podejmujące w swej działalności zagadnienia z zakresu turystyki.

Zestawienie to ma na celu określenie potencjalnych kluczowych partnerów i liderów wdrożenia Strategii Rozwoju Turystyki w Lublinie.

Tabela 14 Instytucje o istotnym znaczeniu dla rozwoju turystyki

INSTYTUCJA	DZIAŁALNOŚĆ
Urząd Miasta Lublin Plac Króla Władysława Łokietka 1 20-109 Lublin www.lublin.eu	Funkcjonujący w ramach Departamentu Kultury, Sportu i Relacji Zewnętrznych Urzędu Miasta Lublin Wydział Sportu i Turystyki, realizuje zadania związane m.in. z przygotowaniem i realizacją projektów w zakresie turystyki i jej promocji, oraz pozyskiwania na ten cel środków finansowych. Ponadto odpowiada za politykę miasta w zakresie turystyki, sportu i wypoczynku, prowadzi ewidencję obiektów noclegowych oraz nadzoruje planowanie i wykonywanie budżetu na cele związane z turystyką, sportem i wypoczynkiem. Wydział jest organizatorem i koordynatorem tygodniowej akcji Sezon Lublin, podczas której kilkadziesiąt podmiotów bezpłatnie świadczy usługi na rzecz mieszkańców i turystów. W trakcie wydarzenia można m.in. wziąć udział w spływie kajakowym, zwiedzić lubelskie obiekty muzealne, czy poznać miasto podczas spaceru z przewodnikiem. Samorząd Miasta Lublin jest także członkiem Lubelskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej oraz Organizacji Turystycznej „Szlak Jagielloński". Powołanie i współfinansowanie LOITiK-u jest efektem udanej współpracy miasta Lublin z województwem lubelskim.
Urząd Marszałkowski Województwa Lubelskiego ul. Spokojna 4 20-074 Lublin www.lubelskie.pl	Urząd Marszałkowski dostrzega potencjał w turystce i silnie stymuluje jej rozwój. Dzięki inicjatywie Urzędu, w 2004 roku do życia powołano Lubelską Regionalną Organizację Turystyczną, a w 2010 roku uruchomiono Centrum Promocji Województwa Lubelskiego. W ramach Urzędu funkcjonuje Departament Promocji i Turystyki, który m.in. nadzoruje prace Centrum Promocji Województwa. Rozpoznawalna i konsekwentnie wdrażana marka Lubelskie, stanowi dużą wartość w procesie promowania atrakcji regionu.
Centrum Promocji Województwa Lubelskiego ul. Krakowskie Przedmieście 41 20-002 Lublin Www.lubelskie.pl/index.php?pid=2110 centrum.promocji@lubelskie.pl	Centrum Promocji Województwa Lubelskiego to jednostka Departamentu Promocji i Turystyki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Lubelskiego, powołana w celu promocji walorów turystycznych, kulturalnych i kulinarnych regionu. To także multimedialny punkt informacyjny, w którym turyści oraz mieszkańcy Lublina i województwa dowiedzą się o

	wydarzeniach oraz możliwościach wypoczynku na Lubelszczyźnie. Centrum kieruje swoją ofertę także do powiatów, gmin, instytucji kultury, stowarzyszeń społeczno-kulturalnych i organizacji turystycznych działających w regionie; chętnych aby np. zorganizować konferencję prasową, wystawę, warsztaty czy degustację regionalnych potraw.
Lubelska Regionalna Organizacja Turystyczna (LROT) ul. Jezuicka 1/3 20-113 Lublin www.lrot.pl info@lrot.pl	Jedna z 16 regionalnych organizacji turystycznych w kraju, prowadząca swoją działalność jako stowarzyszenie. Utrzymuje się ze składek członkowskich oraz dotacji z Polskiej Organizacji Turystycznej oraz Ministerstwa Sportu i Turystyki. LROT integruje środowiska związane z branżą turystyczną i zrzesza prawie 100 członków: Województwo Lubelskie, Miasto Lublin oraz 12 innych samorządów, Lokalne Organizacje Turystyczne i inne stowarzyszenia, uczelnie wyższe oraz firmy działające w branży turystycznej m.in. Port Lotniczy Lublin, hotele, restauracje i biura podróży. Misją LROT-u jest promowanie na terenie kraju i za granicą atrakcji turystycznych województwa lubelskiego. W tym celu stowarzyszenie prowadzi stronę internetową, poświęconą turystyce w regionie, promuje się na targach turystycznych oraz podejmuje różne inicjatywy, mające za zadanie podnieść stopień atrakcyjności Lubelszczyzny. Przykładem może być projekt „Lubelska Kuchnia", w ramach którego najwyższej jakości produkty regionalne są znakowane marką Lubelskie. Istotną inicjatywą jest także cykl szkoleń, podnoszących kwalifikacje zawodowe dla osób pracujących lub planujących podjęcie pracy w turystyce. LROT jest także koordynatorem Szlaku Renesansu Lubelskiego, który został wytyczony i oznakowany w województwie lubelskim. Organizacja zarządza także najnowocześniejszym muzeum w Lublinie – Piwnicą Pod Fortuną.
Lubelski Ośrodek Informacji Turystycznej i Kulturalnej (LOITiK) ul. Jezuicka 1/3 20-113 Lublin www.loitik.eu info@loitik.eu	Działający od 2011 roku LOITiK to podmiot zainicjowany i utrzymywany niemal w 100% przez Prezydenta Miasta Lublin i Marszałka Województwa Lubelskiego (strukturalnie powiązany z LROT). Jego misją jest przede wszystkim prowadzenie stacjonarnego punktu informacji turystycznej, czemu sprzyja doskonała lokalizacja – na Starym Mieście, zaraz za Bramą Krakowską. W odnowionym lokalu przy ul. Jezuickiej, znajdują się dwa punkty udzielające bezpłatnej informacji – jeden poświęcony miastu, a drugi regionowi, a także kącik dla dzieci. LOITiK prowadzi również sprzedaż wydawnictw (map, albumów, przewodników, książek) i pamiątek, oraz uczestniczy w tworzeniu oferty turystycznej Lublina, organizując np. spacery „szlakiem legend lubelskich". W siedzibie Ośrodka można także skorzystać z komputerów podłączonych do Internetu oraz wypożyczyć rowery.
Organizacja Turystyczna „Szlak Jagielloński" ul. Skłodowskiej 3 20-029 Lublin www.szlakjagiellonski.pl szlakjagiellonski@tlen.pl	Głównym celem działalności Organizacji jest reaktywowanie historycznego szlaku Kraków – Lublin – Wilno jako międzynarodowego szlaku turystycznego „Via Jagiellonica" (Szlak Jagielloński) oraz zapewnienie funkcjonowania na nim ruchu turystycznego. Organizacja prowadzi Międzynarodowy Park Turystyczno-Kulturowy "Via Jagiellonica" – Centrum

	Obsługi Turystycznej w Lublinie.
Oddział Miejski PTTK w Lublinie im. A. Janowskiego ul. Rynek 8 20-111 Lublin www.lublin.pttk.pl bort.pttk.lublin@wp.pl pttklublin@wp.pl	Lubelski PTTK prowadzi działalność Biura Obsługi Ruchu Turystycznego, które specjalizuje się w organizowaniu wycieczek oraz w obsłudze turystów odwiedzających Lubelszczyznę i jej stolicę. Doświadczona kadra pilotów wycieczek i przewodników PTTK, zapewnia fachową i kompetentną obsługę. W ramach lubelskiego oddziału PTTK zgromadzone są różne kluby i koła np. klub Imprez na Orientację „Inochodziec", Koło Przewodników Miejskich i Terenowych, czy też Klub Turystyki Kajakowej „Ciernik", które organizują różnego rodzaju imprezy turystyczne w Lublinie i na Lubelszczyźnie.
Klaster Restauratorów i Hotelarzy ul. Krótka 4 20-077 Lublin www.krih.pl biuro@krih.pl	Misją założonego w 2008 roku klastra jest promowanie dziedzictwa kulinarnego Lubelszczyzny. Jest to jedyne stowarzyszenie, skupiające przedstawicieli branży Horeca w regionie. Klaster realizuje projekty, mające na celu poprawę konkurencyjności i wzmocnienie potencjału ekonomicznego przedstawicieli branży, działających w województwie. Na przykład w ramach współpracy z Panią Marianną Baran z Adamowa poczyniono starania mające na celu popularyzację takich regionalnych przepisów jak: „wołowina po lubelsku, fusia (psiocha) oraz bandzwoły białe."
Katedra Turystyki i Rekreacji Uniwersytet Przyrodniczy ul. Akademicka 15 20-950 Lublin www.up.lublin.pl/368 bogusław.sawicki@up.lublin.pl	Katedra pod kierownictwem profesora Bogusława Sawickiego realizuje różnego rodzaju projekty badawcze, związane z turystyką w województwie lubelskim. Przykładowo: badania ruchu turystycznego i popytu na ofertę turystyczną województwa, badania nad kreacją markowych produktów turystycznych Lubelszczyzny, badania nad możliwościami realizacji na Lubelszczyźnie innowacyjnych rodzajów i form turystyki. Pracownicy katedry mogą stanowić istotne wsparcie przy kreowaniu oraz wdrażaniu oferty produktowej Lublina, a także w ramach badań gospodarki turystycznej miasta.
Wyższa Szkoła Społeczno-Przyrodnicza im. W. Pola Wydział Turystyki i Wychowania Fizycznego ul. Choiny 2 / pok. 42 20-816 Lublin www.wssp.edu.pl wtiwf@wssp.edu.pl	Powstała w 2000 roku uczelnia realizuje program nauczania na studiach I i II stopnia, na kierunku Turystyka i Rekreacja. Może więc stanowić o dostępności wykształconych kadr do obsługi ruchu turystycznego w mieście. Kandydaci do wyboru mają atrakcyjne specjalności: Hotelarstwo i gastronomia, Eko- i agroturystyka, Organizacja i zarządzanie w turystyce i rekreacji, a na studiach licencjackich także Turystyka religijna i Turystyka zdrowotna, W ofercie uczelni znajdują się także studia podyplomowe, poświęcone tym zagadnieniom.
Zakład Geografii Regionalnej i Turyzmu, Wydział Nauk o Ziemi i Gospodarki Przestrzennej UMCS al. Kraśnicka 2cd 20-718 Lublin www.geografia.umcs.lublin.pl/regionalna andrzej.swieca@umcs.pl	Największa uczelnia w Lublinie kandydatom na studia oferuje program nauczania m.in. na kierunku Turystyka i Rekreacja – zarówno na poziomie kształcenia licencjackim jak i magisterskim. Absolwenci kierunku mogą zasilić kadrę lubelskich przedsiębiorstw turystycznych, a realizowane na uniwersytecie badania mogą stanowić źródło cennej wiedzy dot. turystyki w mieście i regionie. W zainteresowaniach naukowych

	pracowników Zakładu Geografii Regionalnej i Turyzmu znajdują się m.in. kwestie związane z marketingiem turystycznym oraz współpraca w turystyce na poziomie lokalnym i regionalnym oraz kreowanie produktów turystycznych.
Regionalna Izba Turystyki Branżowy Oddział Regionalnej Izby Gospodarczej ul. Dolna 3 Maja 8/9 20-079 Lublin www.rig.lublin.pl/rit.htm info@rig.lublin.pl	Jest organizacją samorządową podmiotów gospodarczych branży turystycznej, mających siedziby na terenie województwa lubelskiego. Zrzesza 33 podmioty (stan na 2012 rok) świadczące m.in. usługi hotelarskie, przewodnickie oraz z zakresu organizacji wyjazdów turystycznych. Izba reprezentuje interesy gospodarcze swoich członków oraz dba m.in. o podnoszenie jakości obsługi turystycznej, czy o tworzenie warunków do rozwoju przemysłu turystycznego.
Stowarzyszenie Homo Faber ul. Chopina 15/12 20-026 Lublin www.hf.org.pl info@hf.org.pl	Homo Faber to lubelska organizacja pozarządowa, działająca w obszarze praw człowieka, realizująca także projekty z zakresu innych dziedzin, np. turystyki. Najważniejszym przedsięwzięciem w tym zakresie było utworzenie szlaków „Lublin Szeptany" (www.szeptany.lublin.pl), które wytyczają nowe interaktywne ścieżki zwiedzania miasta. W projekt zaangażowano znane osobistości, takie jak pisarz kryminałów Marcin Wroński.

Źródło: opracowanie własne na podstawie stron internetowych poszczególnych instytucji.

6. Wyniki przeprowadzonych analiz

Przeprowadzona analiza atrakcyjności turystycznej miasta umożliwiła wskazanie tych form turystyki, których uprawianie możliwe jest obecnie w Lublinie. Próba ich zdiagnozowania jest pierwszym krokiem w kierunku określenia możliwych obszarów tematycznych, wokół których zbudowane zostaną propozycje markowych produktów turystycznych Lublina. W następnym kroku zostały opisane możliwości rozwoju poszczególnych form turystyki, uwzględniające takie założenia jak: sieciowanie poszczególnych elementów atrakcyjności turystycznej, ich wspólna promocja, możliwość zastosowania nowoczesnych narzędzi ekspozycyjnych i promocyjnych, działania lobbingowe i inne.

Ponieważ Lublin jest stolicą regionu o istotnej atrakcyjności turystycznej, jego docelowa oferta turystyczna, w tym kompozycja markowych produktów turystycznych, powinna uwzględniać również aspekt wspólnych propozycji z Lubelszczyzną. Z tego powodu zostały przedstawione propozycje tematów, wokół których możliwe jest zbudowanie wspólnej oferty turystycznej. Możliwości te odnoszą się z jednej strony do wiodących form turystyki, wskazanych w Lublinie, z drugiej do potencjału i planów rozwoju, deklarowanych przez stowarzyszenia i organizacje turystyczne, działające na terenie Lubelszczyzny. Zawarte w tym podrozdziale wskazania zostaną przekute w propozycje produktów sieciowych i regionalnych, w ramach części strategicznej.

Kolejnym istotnym elementem diagnozy możliwości i przeszkód w rozwoju funkcji turystycznej miasta było przeprowadzenie analizy SWOT. Silne i słabe strony miasta Lublina, podobnie jak szanse i zagrożenia jakie stwarza otoczenie rynkowe, zostały zagregowane w ramach czterech obszarów analizy SWOT. Jako pierwsze przeanalizowano markę i wizerunek w kontekście istotnego dla turystyki postrzegania miasta, następnie analizie poddano elementy oferty turystycznej Lublina. Kolejnymi punktami analizy był obszar infrastruktury turystycznej oraz zasobów ludzkich i aktywności społecznej. Zawarte w analizie SWOT spostrzeżenia istotnie wpłyną na wskazania w zakresie misji i wizji rozwoju turystyki oraz konstrukcji struktury celowej części strategicznej dokumentu.

6.1. Analiza wiodących form turystyki w mieście

Lublin jest miastem, w którym turysta o różnych preferencjach spędzania czasu wolnego ma szansę znaleźć interesującą ofertę turystyczną. Niewątpliwie w Lublinie istnieje cały szereg atrakcji turystycznych, umożliwiających uprawianie wielu form turystyki. Jak zostało to przedstawione w analizie atrakcyjności turystycznej, w mieście znajduje się szereg atrakcji naturalnych i kulturalnych, które pozwoliły na wskazanie wiodących form turystyki, opartych na tych atrakcjach w Lublinie.

Możliwości rozwoju różnorodnych form turystyki w mieście warunkują zarówno jego historia, położenie geograficzne, jak również współczesna oferta wydarzeń o istotnym potencjalne generowania ruchu turystycznego. Mocno wpływa na nie silnie rozbudowana oferta festiwalowa, wynikająca z akademickiego charakteru miasta. Jako wiodąca metropolia Polski wschodniej, Lublin cechuje także rozwijająca się dynamicznie infrastruktura, mogąca służyć turystyce biznesowej. W granicach miasta znajdują się Zalew Zemborzycki, parki, tereny leśne oraz infrastruktura sportowa, umożliwiająca rozwój turystyki aktywnej.

Przyjmując jako punkt wyjścia analizę atrakcyjności turystycznej miasta, zaprezentowaną w ramach niniejszego dokumentu, wyróżnić można następujące wiodące formy turystyki:

- turystyka kulturowa – architektura, zabytki, muzea, kultura i sztuka współczesna, judaika, kulinaria,
- turystyka aktywna i kwalifikowana – turystyka rowerowa i piesza, kajakarstwo, żeglarstwo,
- turystyka miejska – wizyty w galeriach handlowych, odwiedzanie pubów i klubów, korzystanie z oferty kin i turystyki zdrowotnej,
- turystyka biznesowa – konferencje, kongresy, szkolenia,
- turystyka sentymentalna (turystyka korzeni) – powrót do miasta młodości, czasów studenckich, miasta przodków.

Opisane poniżej formy, wraz z oceną perspektyw ich rozwoju oraz przeprowadzonymi konsultacjami z branżą turystyczną, stanowić będą podstawę do propozycji koszyka markowych produktów turystycznych (zarówno wiodących jak i uzupełniających) w strategicznej części dokumentu. Zakłada się bowiem, iż w ramach każdej z przywołanych form powstać może więcej niż jedna propozycja kreacji markowego produktu turystycznego.

Dla każdej z form turystyki opisano profil odbiorcy, wskazując na preferencje dotyczące noclegu, środków komunikacji, a także preferowanych sposobów spędzania czasu wolnego w mieście. Wskazano także podstawowe elementy atrakcyjności miasta, które mogą stać się podstawą do kreacji produktów turystycznych, dla turystów zainteresowanych uprawianiem poszczególnej formy turystyki.

Tabela 15 Wiodące formy turystyki w Lublinie – turystyka kulturowa

Profil Odbiorcy	Wybrane istniejące elementy oferty
Turysta ciekawy świata i otwarty na nowości. Poszukuje autentyczności i kontaktu z „innym", rozumianym jako odmienna kultura, kuchnia. W turystyce widzi też szansę na realizację potrzeb poznawczych i edukacyjnych. Motywem podjęcia podróży przez niego może być zabytek skali europejskiej, poznanie ciekawej narracji historycznej lub festiwal o oryginalnym programie. Podróżuje indywidualnie, rodzinnie, w grupach przyjaciół lub w sposób zorganizowany. Może pochodzić z kraju, jak i zagranicy. Preferowanym środkiem transportu będzie samochód osobowy lub kolej, choć coraz częściej także samolot. Czas trwania: W mieście spędzi od kilku godzin do 3 dni, w wypadku turysty festiwalowego długość pobytu równać się może długości trwania wydarzenia. Chętnie zostanie na nocleg i pozna miasto o każdej porze, szczególnie wieczorowej. Preferowany rodzaj noclegu: Nocleg także może być elementem przeżycia turystycznego - wtedy liczy się jego lokalizacja, wystrój i pomysł. Cała rozpiętość bazy noclegowej znajduje się w sferze zainteresowań tego turysty. Najczęściej jednak wybierze on hostel lub ekonomiczny hotel.	- Zabytki architektoniczne związane z okresem jagiellońskim w historii Lublina. Przede wszystkim: Zamek Lubelski wraz z Kaplicą Trójcy Świętej i Donżonem, inne obiekty na Starym Mieście w szczególności: Trybunał Koronny, Brama Grodzka, Brama Krakowska, Plac po Farze, Teatr Stary, Archikatedra, Wieża Trynitarska, Kościół oo. Dominikanów. - Oferta muzeów, w szczególności: Muzeum Lubelskie wraz z oddziałami, Skansen – Muzeum Wsi Lubelskiej, Państwowe Muzeum na Majdanku, Muzeum Archidiecezjalne, Izba Drukarstwa, Piwnica Pod Fortuną. - Oferta festiwali i wydarzeń kulturalnych, których bogaty kalendarz i atrakcyjna forma mogą być magnesem turystycznym. - Obiekty sakralne w stylu renesansu lubelskiego, w tym kościół pw. św. Józefa, św. Wojciecha, Bernardynek. - Dziedzictwo kultury żydowskiej, w tym zebrane archiwalia związane z nieistniejącą już dzielnicą żydowską w Lublinie. - Sieć oznakowanych szlaków miejskich oraz nowych szlaków powstających w sferze audio i opisanych w zasobach sieci Internet. - Galerie sztuki – Galeria Biała, Galeria Labirynt - Oferta teatrów Lubelskich: Teatru Muzycznego, Teatru Starego, Teatru im, H. Ch. Andersena, Teatru im. J. Osterwy, teatrów alternatywnych

Źródło: opracowanie własne.

W przypadku turystyki kulturowej można mówić o bardzo zróżnicowanym i niejednorodnym potencjale atrakcji turystycznych, które mogą zainteresować różne grupy odbiorców. Widoczny jest także bardzo istotny potencjał rozwoju różnorodnych obszarów tematycznych, w ramach tej formy. Zakłada się, że nawet kilka wiodących produktów turystycznych będzie opartych o przywołany powyżej katalog atrakcji turystyki kulturowej.

Tabela 16 Wiodące formy turystyki w Lublinie – turystyka aktywna i kwalifikowana

Profil Odbiorcy	Wybrane istniejące elementy oferty
Podczas podróży turystycznej osoby te poszukują odmiany od codziennego biernego i siedzącego trybu funkcjonowania. W turystyce realizują swoją pasję, która często wiąże się z rekreacyjnym uprawianiem sportu: jazdą na rowerze, żeglarstwem, pieszym przemierzaniem szlaków. Dodatkowym segmentem poszukującym oferty miasta w tym zakresie mogą być profesjonaliści trenujący np. pływanie, którzy w Lublinie już wkrótce mogą znaleźć dogodne warunki do treningu. Czas trwania: W mieście spędzi od jednego do 2 dni, jeśli podróżuje szlakiem tematycznym. Uczestnicząc w obozie sportowym czas pobytu może wydłużyć się nawet do 14 dni. Preferowany rodzaj noclegu: Idący lub podróżujący rowerem po szlaku tematycznym będzie szukał noclegu w niewygórowanej cenie, w hostelu, hotelu lub apartamencie. Uczestnik obozu sportowego zwróci uwagę na cenę i lokalizacje noclegu, umożliwiającą uprawianie preferowanej aktywności. Zadowoli się standardem domku kempingowego czy ** hotelu.	- Położenie miasta na szlakach turystycznych o znaczeniu krajowym i europejskim w tym szlaki Via Reggia – Szlak Jagielloński i Szlak Kupiecki oraz Droga Św. Jakuba. Szlaki te z czasem mogą być przemierzane zarówno przez turystę pieszego jak i rowerowego. - Żeglarstwo, kajakarstwo, rozwijające się na 280 ha akwenie jakim jest Zalew Zemborzycki. - Turystyka rowerowa ma szansę na rozwój w Lublinie w szczególności w formie MTB (kolarstwo górskie). W mieście, z uwagi na istniejące przewyższenia, może być rozgrywanych szereg konkurencji i wydarzeń z tej dyscypliny. Może być to dość widowiskowy sport dla publiczności z terenu miasta, czy turysty z regionu. Przykładam może być Festiwal Rowerowy. Niestety Lublin omijają szlaki rowerowe europejskiej sieci Eurovelo, co nie umożliwia w chwili obecnej rozwoju turystyki krajoznawczej długodystansowej w skali europejskiej. Lublin połączony jest jednak szlakiem rowerowym z Kazimierzem Dolnym (szlak czerwony, Szlak Lublin - Nałęczów - Kazimierz Dolny, 62 km) czy Wolą Uhruską (szlak czerwony Lublin - Pojezierze Łęczyńsko-Włodawskie - Wola Uhruska, 110 km). - Wyciąg nart wodnych „Reland" nad Zalewem Zemborzyckim. - „Słoneczny Wrotków" kompleks sportowo-rekreacyjny nad Zalewem Zemborzyckim, - BikePark Lublin - Trasy do nart biegowych zlokalizowane m.in. wokół Zalewu Zemborzyckiego. - Położone przy al. Zygmuntowskich lodowisko „Icemania" jest najnowocześniejszym obiektem tego typu w regionie. - Narciarstwo zjazdowe można uprawiać na stoku Globus Ski. Jest to miejsce predestynowane do stawiana pierwszych kroków na nartach lub snowboardzie. Szczególnie dzieci i młodzież mogą nabrać tam pewności przed wyruszeniem w prawdziwe góry. Stok pełni też rolę centrum animacji sportów narciarskich i odbywają się na nim zawody narciarskie i snowboardowe, mogące być atrakcją turystyczną dla mieszkańców regionu. - Przestrzenie parkowe, w tym w szczególności Ogród Saski, Błonia pod Zamkiem, Park Ludowy, Park Rusałka

Źródło: opracowanie własne.

Możliwości uprawiania turystyki aktywnej w mieście Lublin są dość zróżnicowane. Co ciekawe, w mieście można zarówno rozpocząć swoją przygodę z żeglarstwem, jak i postawić pierwsze kroki na nartach zjazdowych czy biegowych. Przywołane atrakcje w większości będą składały się na produkty uzupełniające i sieciowe. Zdecydowana większość z nich nie będzie stanowiła magnesu dla turysty z terenu Polski czy Europy. Wyjątkiem w przywołanym zestawieniu mogą stać się oferty tworzone wokół turystyki pieszej i rowerowej, rozwijanej wspólnie z regionem. Tego typu oferty mogą znaleźć z czasem nabywców zarówno wśród mieszkańców Polski jak i Europy.

Tabela 17 Wiodące formy turystyki w Lublinie – turystyka miejska

Profil Odbiorcy	Wybrane istniejące elementy oferty
- Turysta zaspokajający podczas pobytu w mieście różnorodne cele. Będzie realizował swoistą mieszankę potrzeb kulturalnych, wypoczynkowych, zakupowych, aktywności fizycznej, zdrowotnych. Z reguły w mieście poszukuje takich funkcji, których nie odnajduje w miejscu swojego zamieszkania (pochodząc z mniejszych miast czy wsi). - Czas trwania: - W mieście spędzi od kilku godzin do jednego dnia. Nocleg możliwy tylko pod warunkiem zaaranżowania specjalnej oferty np. wyprzedażowej, kulturalnej lub akcji promocyjnej jak np. Poznań za pół ceny czy Sezon Lublin. - Preferowany rodzaj noclegu: - Raczej nie występuje. Jeśli już, będą to hotele ekonomiczne lub hostele.	- Galerie handlowe np. Galeria Olimp czy Lublin Plaza - Kina np. Cinema City, Bajka, Akademickie Centrum Kultury Chatka Żaka - Oferta lubelskich teatrów - Pojedyncze atrakcje kulturowe typu „Must See" np. Muzeum Wsi Lubelskiej lub Zamek Lubelski - Restauracje, kluby, puby, zlokalizowane w śródmieściu Lublina. - Parki miejskie w tym Ogród Saski, Park Ludowy czy Ogród Botaniczny UMCS - Baseny - Liczne atrakcje Zalewu Zemborzyckiego - Usługi spa, wellness i beauty

Źródło: opracowanie własne.

Turystyka miejska w Lublinie obecnie może stanowić często wybieraną formę wypoczynku wśród mieszkańców regionu. Można przyjąć, że istniejąca infrastruktura galerii handlowych, kin, restauracji jest obecnie w stadium dynamicznego rozwoju. Analizując istniejącą ofertę, w ramach tej formy turystyki, stopień jej rozwoju może być określony jako poniżej przeciętnej w porównaniu z innymi miastami Polski o wielkości powyżej 300 tys (w szczególności Łódź, Poznań, Warszawa). W mieście brak jest wizerunkowej galerii handlowej, która łączyłaby w sobie funkcje handlowe, rozrywkowe i kulturalne, która mogłaby być magnesem dla ruchu turystycznego oraz wizytówką miasta. Analizując jednak strumień realizowanych inwestycji można przyjąć, że już wkrótce nastąpi znaczny wzrost potencjału w tym zakresie.

Tabela 18 Wiodące formy turystyki w Lublinie – turystyka biznesowa

Profil Odbiorcy	Wybrane istniejące elementy oferty
- Turysta, dla którego liczy się czas i jakość, a nie najniższa cena. Podróżuje najczęściej samolotem, koleją w standardzie intercity lub szybkimi drogami. Podczas pobytu służbowego korzysta z	- Nowopowstały międzynarodowy port lotniczy Lublin z rozwijającą się siecią połączeń. - Targi Lublin, które obecnie dysponujące powierzchnią wystawienniczą 2,5 tys. m2 w jednej nowoczesnej hali.

Profil Odbiorcy	Wybrane istniejące elementy oferty
oferty restauracyjnej, wypożyczalni samochodów. Często z delegacji przywozi inspiracje gdzie udać się na rodzinne wakacje czy trzydniowy wypad. Podróżuje często samolotem, gdyż dla niego liczy się czas nie pieniądz lub samochodem jeśli pochodzi np. z Warszawy. - Czas trwania: - W mieście spędzi od kilku godzin do 2 dni. - Preferowany rodzaj noclegu: - Koniecznie w ofercie bed & breakfast. W wyborze hotelu będzie kierował się obecnością parkingu i dogodną lokalizacją (łatwa dostępność samochodem, położenie w centrum miasta). Interesują go hotele w standardzie od ** do ****.	- Centra konferencyjno-wystawiennicze, które posiadają istotny potencjał goszczenia wszelkiego typu wydarzeń biznesowych w mieście (np. Centrum Etiuda, które posiadało największe sale konferencyjne w momencie powstawania dokumentu) - Hala Globus, która może być miejscem wydarzeń biznesowych i konwencji liczących nawet do 4000 osób. - Zaplecze konferencyjno-kongresowe uniwersytetów w tym: Aula Collegium Maius Uniwersytetu Medycznego, Centrum Kongresowe Uniwersytetu Przyrodniczego - Hotele klasy biznes w tym posiadające zaplecze konferencyjne (łącznie to w sumie około 90 sal z miejscami dla około 10 tysięcy osób) lub oferujące usługi hotelowe w standardzie *** lub **** gwiazdek (np. Locomotiva czy Europa).

Źródło: opracowanie własne.

Turystyka biznesowa jest obecnie słabo rozwiniętą formą aktywności turystycznej w Lublinie. Mowa tutaj nie tylko o przeciętnym jak na tej wielkości miasto potencjale infrastrukturalnym, ale przede wszystkim o braku koordynacji i promocji turystyki biznesowej. Mając jednak na uwadze prowadzone lub planowane inwestycje w centra konferencyjne oraz nowo wybudowany Port Lotniczy Lublin, należy założyć, że miasto powinno dołożyć wszelkich starań do wsparcia jej rozwoju i promocji, gdyż w przyszłości ma ona szansę odegrać istotną rolę w rozwoju gospodarki turystycznej Lublina.

Tabela 19 Wiodące formy turystyki w Lublinie - Turystyka sentymentalna (turystyka korzeni)

Profil Odbiorcy	Wybrane istniejące elementy oferty
- W Lublinie grupę tę będą stanowić potomkowie ponad 43 tys. mniejszości żydowskiej, zamieszkującej miasto przed II Wojną Światową. Można również przyjąć, że miasto ma szczególne znaczenie dla całego narodu żydowskiego. Lublin i jego przedwojenni mieszkańcy wnieśli bowiem ogromny wkład w rozwój kultury żydowskiej. W okresie II wojny światowej na Majdanku zlokalizowano nazistowski obóz koncentracyjny, obecnie miejsce często odwiedzane przez turystów z Izraela. - Ponadto istotną część turystów wracających do miasta z sentymentem, będą stanowić studenci, którzy w Lublinie wkraczali w dorosłość i tu spędzili jedne z najlepszych lat swojego życia. Ze względu na fakt, iż co roku lubelskie uczelnie kończy kilkanaście bądź kilkadziesiąt tysięcy osób, z czego znaczna część to przyjezdni, strumień ten może być bardzo istotny. - Dodatkową grupą w tym segmencie turystów będą osoby niegdyś mieszkające w Lublinie, chcące	Dla społeczności żydowskiej: - Państwowe Muzeum na Majdanku – miejsce upamiętniające straszliwą zbrodnię hitlerowską, jest jednym z najliczniej odwiedzanych muzeów w Lublinie. - Jeszziwa Chachmej Lublin – miejsce niegdyś mieszczące szkołę Mędrców, obecnie odzyskane przez Gminę Żydowską w Warszawie. Mieści się tam synagoga oraz hotel Ilan, dysponujący 44 pokojami. - Pamiątki po dawnej dzielnicy żydowskiej w Lublinie gromadzone przez Ośrodek Brama Grodzka – Teatr NN, w tym wystawa „Lublin. Pamięć Miejsca" poświęcona historii Lublina i Lubelszczyzny, w tym dzielnicy żydowskiej w Lublinie. - Stary cmentarz żydowski z nagrobkiem Widzącego z Lublina. - Miejsca na Szlaku Pamięci Żydów Lubelskich są nielicznymi pozostałościami po kulturze żydowskiej, która była nierozerwalną częścią Lublina Dla byłych mieszkańców Lublina: - Lokale gastronomiczne, serwujące tradycyjną kuchnię

Profil Odbiorcy	Wybrane istniejące elementy oferty
odwiedzić swoje dawne miejsce zamieszkania, np. górnicy, którzy przed wieloma laty wyjechali do pracy na Śląsk i tam osiedli na stałe. - Czas trwania: - W mieście spędzi od jednego do 2 dni. Mógłby dłużej, ale wyłącznie pod warunkiem przygotowania dedykowanej oferty np. szlaku pamięci, warsztatów, oferty przewodnickiej. - Preferowany rodzaj noclegu: - Nocleg w standardzie 3 *** hotelu, możliwe także skorzystanie z oferty hosteli przez turystów indywidualnych.	regionalną – wielu turystów powracających do Lublina po latach może chcieć odnaleźć swoje „smaki z dzieciństwa” - Budynki należące do lubelskich uczelni – są miejscami, do których chętnie powrócą byli żacy „przenosząc się w czasie” do okresu studenckiego. - Studenckie miejsca spotkań np. puby, kluby czy obiekty kultury zawsze stanowiły istotną część studenckiego życia – byli lubelscy żacy będą mieli wiele wspomnień z nimi związanych, które będą chcieli odświeżyć.

Źródło: opracowanie własne.

Obecnie w mieście występuje jedynie zorganizowany ruch turystyczny w ramach strumienia odwiedzających pochodzących z Izraela. Ich eksploracja turystyczna miasta, jak wynika z rozmów z przewodnikami miejskimi, ogranicza się w dużej mierze do wizyty w Państwowym Muzeum na Majdanku i odwiedzenia Starego Miasta. Zakłada się możliwość zbudowania szerzej zakrojonej oferty dla tego segmentu odwiedzających, obejmującej również poznanie tradycji i kultury ludności żydowskiej, zamieszkującej niegdyś Lublin. Dodatkowo w ramach tej formy turystyki można także zaadresować ofertę do grupy osób, które mieszkały lub studiowały w Lublinie, co pozwoli wprowadzić do oferty turystycznej nowe atrakcje.

6.2. Możliwości rozwoju wiodących form turystyki w mieście, w obszarach tematycznych

Poniżej przedstawiono możliwości rozwoju poszczególnych form turystyki wokół pewnych obszarów tematycznych wynikających z bogactwa atrakcji turystycznych oraz potencjału wykreowania wartości dodanej, wokół poszczególnych tematów. W ramach formy turystyki kulturowej wskazano najwięcej możliwości rozwoju w obszarach tematycznych takich jak:

- Lublin Jagielloński
- Lublin Festiwalowy i Kultury Współczesnej
- Lublin Bramą na Wschód
- Lublin Kulinarny
- Lublin Historyczny
- Lublin Renesansowy

W pozostałych formach turystyki wskazano również możliwości rozwoju, które przedstawiono poniżej.

- Rozwój turystyki aktywnej w mieście wiąże się z podkreśleniem obecności Lublina na szlakach rowerowych, kajakowych i pieszych. W szczególności w odniesieniu do szlaków tematycznych silnie związanych z Lublinem i Lubelszczyzną. Nową jakością turystyki aktywnej w mieście mają szansę stać się również rewitalizowane: Park Ludowy, Park Rusałka i Ogród Saski.

- Rozważając możliwości rozwoju turystyki miejskiej warto zasygnalizować możliwości zbudowania pakietów ofertowych, które pozwolą wypromować ofertę krótkich pobytów w mieście dla mieszkańców regionu.
- W odniesieniu do turystyki biznesowej największe możliwości upatruje się w stworzeniu platformy koordynacji i promocji nowej infrastruktury konferencyjno-kongresowej, która pojawi się wraz z zakończeniem prowadzonych obecnie inwestycji.
- W ramach turystyki sentymentalnej możliwość rozwoju wskazano w dwóch równoległych kierunkach. Rozróżniono ofertę dla potomków żydowskich mieszkańców Lublina, jak również dla byłych studentów czy mieszkańców miasta, którzy byli z nim związani w latach powojennych.

Każda z wymienionych form turystyki posiada wystarczający potencjał do kreacji markowego produktu turystycznego. Należy jednak założyć, że w interesie turysty jest dokonanie selekcji i agregacji poszczególnych obszarów, aby w ramach oferty turystycznej miasta funkcjonowało kilka wiodących markowych produktów turystycznych. Pozostałe obszary tematyczne mogą wspólnie tworzyć jeden wiodący produkt markowy lub stanowić silną propozycję w ramach produktów uzupełniających.

Poniżej przedstawiono wskazania do rozwoju poszczególnych form turystyki, w oparciu o obszary tematyczne, spajające istotne atrakcje turystyczne. Zaprezentowany katalog nie wyczerpuje istniejących i możliwych działań, mających na celu budowę markowych produktów turystycznych w ramach obszarów tematycznych, a jedynie stanowi wstępną wersję możliwych do podjęcia działań proponowanych przez zespół autorów strategii.

Perspektywy rozwoju wiodących form turystyki w Lublinie

TURYSTYKA KULTUROWA

- **Lublin Jagielloński**

  - Opracowanie nowej interaktywnej atrakcji muzealnej, prezentującej Jagiellońskie karty historii Lublina oraz ten okres w historii Rzeczypospolitej i Europy.
  - Aktywna animacja wydarzeń związanych z Jagiellonami w Lublinie.
  - Wykorzystanie Jarmarku Jagiellońskiego do silniejszej promocji tego okresu historii Lublina.
  - Aktywna postawa Lublina na Szlaku Jagiellońskim, jako lidera inicjatyw.
  - Osadzenie w Lublinie atrakcji punktowych pozwalających turyście przenieść się w epokę Jagiellonów i zapoznanie z funkcją, jaką pełnił Lublin na Szlaku.
  - Aplikacja mobilna prezentująca inscenizacje historyczne.
  - Wykorzystanie legendy o Czarciej Łapie.
  - Gry miejskie przenoszące w realia średniowiecza i renesansu.
  - Przewodnictwo wcieleniowe.

- **Lublin Festiwalowy i sztuki współczesnej**

  - Osadzenie w mieście wizerunkowych atrakcji, czerpiących z tematyki najpopularniejszych festiwali np. interaktywne rzeźby sztukmistrzów z Lublina, obiekty powstające w ramach festiwalu Open City.
  - Dążenie do przedłużenia życia pofestiwalowego i przed festiwalowego – program before i after the event.
  - Lublin – miasto otwarte na poezję, zwiedzanie Lublina szlakiem wierszy zapisanych na ścianach, chodnikach.

- Festiwale w aplikacjach mobilnych, wykorzystujących rozszerzoną rzeczywistość (Augmented Reality).
- Open Lublin – program turystyki społecznościowej, obejmujący miejsca noclegowe, wydarzenia, a nawet kulinaria.
- Aplikacje mobilne oraz augmented reality, oparte na przestrzeni miejskiej Lublina, prezentujące najatrakcyjniejsze fragmenty wideo z lubelskich wydarzeń.
- Utworzenie infrastruktury klubowej, która żyje minionymi i kolejnymi festiwalami;
- Zakładka na portalu turystycznym, pokazująca w intrygującej formie kalendarium lubelskich festiwali.
- Stworzenie programu lojalnościowego dla uczestników festiwali np. narastających zniżek, informowania o nadchodzących wydarzeniach.
- Jedna strona internetowa umożliwiająca oglądanie na żywo jak największej ilości lubelskich wydarzeń.
- Większy nacisk na promocję wydarzeń i festiwali, których organizatorom często brakuje funduszy i doświadczenia, aby to robić skutecznie.
- Szkoła i warsztaty sztukmistrzów.
- Stworzenie portalu ze wspólnym repertuarem i opisem działalności wszystkich teatrów offowych Lublina.
- Opracowanie wspólnych pakietów turystycznych np. bilet w teatrze i zniżka na hotel i restaurację.
- Stworzenie miejsc w przestrzeni miejskiej indoor i outdoor, dedykowanych teatrom i stanowiących element marketingu miasta.
- Budowa planowanego Centrum Zabawy Wiedzą „Poznawalnia".

- **Lublin Bramą na Wschód**

- Stworzenie oddzielnej strony internetowej, poświęconej wszystkim inicjatywom i wydarzeniom lubelsko-wschodnim.
- Dalsze zacieśnianie współpracy Lublina ze Lwowem np. promocja krzyżowa w obu miastach.
- Organizacja festiwalu kultury wschodniej w Lublinie (np. kultury ukraińskiej i białoruskiej), który będzie jednym z głównych wydarzeń w kalendarzu miasta. Impreza może bazować na istniejącym Festiwalu „Sąsiedzi", który w założeniu miał promować sztukę krajów Europy środkowo-wschodniej.
- Organizacja wydarzeń kongresowych z obszarów biznes i kultura, zorientowanych na wymianę doświadczeń i kompetencji z krajami Europy Wschodniej.
- Okna na wschód – stała wystawa w Lublinie zdjęć z partnerskich miast wschodnich lub interaktywne okna, przez które można zobaczyć jak wygląda oferta turystyczna wschodu.

- **Lublin Kulinarny**

- Promowanie wraz z LROT-em kulinarnego dziedzictwa Lublina i Lubelszczyzny
- Opracowanie we współpracy z LROT-em kanonu kulinarnych specjałów i zebranie przepisów na tradycyjne dania Lublina i Lubelszczyzny.
- Promowanie tradycyjnych lubelskich dań wśród restauratorów – próba szerszego ich wprowadzenia do stałego menu.
- Stworzenie zakładki na portalu turystycznym, poświęconej kulinariom.
- Współpraca miasta i LROT-u z Klastrem „Dolina Ekologicznej Żywności" i Stowarzyszeniem „EkoLubelszczyzna".
- Opracowanie produktów z marką miasta we współpracy z lokalnymi producentami, takimi jak Lubella, Apis, Herbapol, Polmos, Solidarność czy Perła.
- Utworzenie produktu „Szlak Kulinarny Lublina", który skupi najlepsze restauracje serwujące najlepszą kuchnię i tradycyjne lubelskie przysmaki.
- Rozwój Europejskiego Festiwalu Smaków w Lublinie i jego promocja na arenie krajowej, a z czasem także europejskiej (np. we współpracy z tanimi przewoźnikami lotniczymi latającymi do Lublina).

- Stworzenie całorocznej oferty kulinarnej Lublina w oparciu o dorobek wypracowany przez Europejski Festiwal Smaków w Lublinie.

- **Lublin – droga do Wolności**

- Punkty na Szlaku Lubelskiego Lipca opracowanym przez Teatr NN, jak np.: Fabryka Samochodów Ciężarowych, Tablica pamiątkowa na Dworcu PKP ze słowami Jana Pawła II.
- Izba Drukarstwa – w przyszłości Dom Wolnego Słowa.
- Historyczna gra planszowa „W Zakładzie. Lubelski Lipiec ’80”.
- Mural przy ul. Mełgiewskiej z okazji 30-lecia LL.
- Szeptany Lublin (anarchistów, drukarzy, opozycji).
- Dom Wolnego Słowa.
- Animowane obchody Lubelskiego Lipca (rekonstrukcja wcieleniowa).
- Gra miejska – droga do wolności.
- Hostel tematyczny.
- Żuki wolności – mini ekspozycje mobilne z rzeczami z epoki.

- **Lublin Historyczny**

- Wyznaczenie w mieście trasy historycznej, obejmującej okresy od jego lokacji do okresu powstania III RP, ze szczególnym uwzględnieniem okresu II RP, kiedy to Lublin był miastem znajdującym się niemal w środku Polski.
- Na takiej trasie mogłyby znaleźć się zróżnicowane przykłady architektoniczno-urbanistyczne. Między innymi: Wzgórze Czwartek, jako miejsce najstarszego osadnictwa w mieście. Zabudowania Muzeum Wsi Lubelskiej, ilustrujące rozwój wsi i miasteczek Lubelszczyzny w epoce przedindustrialnej, wybrany obiekt w stylu Renesansu Lubelskiego, Pałace Czartoryskich, Lubomirskich, Potockich jako przykłady architektury XVII i XVIII wieku, fabryki i zabudowania przemysłowe Lublina z przełomu XIX i XX w, Osiedle Słowackiego, projektu Oscara Hansena jako przykład mieszkalnego budownictwa powojennego.
- Muzeum II Rzeczypospolitej – prezentujące Polskę w granicach z lat 1921-1939 wraz z jej dorobkiem kulturalnym, społecznym.

- **Lublin Renesansowy**

- Promocja renesansu.
- Starania o wpisanie Lubelskiego Starego Miasta na listę dziedzictwa UNESCO.
- Oznakowanie i wyróżnienie w ramach Szlaku Renesansu Lubelskiego zabytków wpisujących się w ten nurt architektoniczny.

TURYSTYKA AKTYWNA I KWALIFIKOWANA

- **Lublin Aktywny**

- Lobbowanie wraz z województwem lubelskim na rzecz włączenia Lublina w sieć rowerowych szlaków Eurovelo – idea połączenia Warszawy z Lwowem przez Lublin, poprzez wytyczenie dodatkowej nitki szlaku Eurovelo, łączącej już istniejące drogi numer 11 i 4 lub 2 i 4.
- Starania na rzecz organizacji międzynarodowych zawodów pływackich, na nowo wybudowanym basenie olimpijskim.
- Starania w Polskim Związku Motorowodnym o organizację Mistrzostw Polski w nartach wodnych i wakeboardingu na wyciągu „Reland” nad Zalewem Zemborzyckim
- Organizacja Lubelskiego Spływu Kajakowego – wydarzenia, którego celem będzie podziwianie Lublina z perspektywy rzeki Bystrzycy.
- Starania o organizację spotkań międzynarodowych młodzieżowych reprezentacji Polski w piłce nożnej (np. do lat 21) na nowym stadionie miejskim.
- Organizacja wycieczek szkolnych i obozów żeglarskich dla młodzieży z regionu nad Zalewem Zemborzyckim.

- Przygotowanie oraz oznakowanie zimą tras dla narciarzy biegowych, w okolicach Zalewu Zemborzyckiego (np. po letnich ścieżkach rowerowych) oraz organizacja wypożyczalni nart biegowych, mogą przyciągnąć miłośników tego sportu z całego regionu Lubelszczyzny i nie tylko.
- Stworzenie oferty dla turystów pieszych pochodzących z Polski i z terenu całej Europy w oparciu o Szlak Jagielloński i Szlak Kupiecki. Możliwy renesans turystyki pieszej na terenach innych niż górskie. Przekonuje o tym także przykład popularności Szlaków Jakubowych w Polsce i Europie.
- Stworzenie kompleksowego produktu w oparciu o rewitalizowane parki w przestrzeni miejskiej.

Inwestycje:

- Olimpijski basen pływacki będzie 4. tego typu obiektem w kraju. Umożliwi to przyciągnięcie do Lublina zawodowych sportowców oraz pasjonatów na obozy treningowe. W oparciu o ten obiekt mogą być również realizowane widowiskowe zawody szczebla międzynarodowego, co może stać się atrakcją turystyczną.
- Nowy stadion miejski pomieści 15,5 tysiąca widzów i da miastu możliwość organizacji atrakcyjnych wydarzeń sportowych np. meczy młodzieżowych reprezentacji piłkarskich.
- Powstająca nad Zalewem Zemborzyckim Akademia Golfa z 6-dołkowym polem może stanowić miejsce rozrywki dla turystów biznesowych odwiedzających Lublin.
- Rewitalizacja Ogrodu Saskiego, Parku Ludowego i Parku Rusałka.

TURYSTYKA MIEJSKA

- **Lublin weekendowy**

- Stworzenie jednodniowych i weekendowych ofert spędzenia czasu w Lublinie, uwzględniających urozmaicone formy spędzania czasu wolnego np. zwiedzanie, zakupy, teatr i rekreację.
- Promocja Lublina, jako turystycznej bramy Lubelszczyzny – miejsca, od którego trzeba zacząć poznawanie regionu.
- Promocja Zalewu Zemborzyckiego i jego atrakcji jako miejsc weekendowego wypoczynku, wśród mieszkańców regionu.

Inwestycje:

- Nowopowstające lub planowane centra handlowe: Tarasy Zamkowe, Centrum Handlowe IKEA, Atrium Felicity oraz rozbudowa Galerii Olimp.
- Planowana rewitalizacja Podzamcza – dzielnicy położonej w bezpośrednim sąsiedztwie Starego Miasta, które przyciąga najcenniejszymi zabytkami i bogatą ofertą gastronomiczną. Ta kosztochłonna inwestycja pozwoliłaby utworzyć nową atrakcyjną i prestiżową część miasta.

TURYSTYKA BIZNESOWA

- **Lublin turystyki biznesowej**

- Powołanie Lublin Convention Bureau, którego zadaniem będzie zapewnienie odpowiedniego wykorzystania lubelskich obiektów szkoleniowych, konferencyjnych i kongresowych.
- Promocja Lublina i jego oferty na targach turystyki biznesowej za granicą, np. IMEX we Frankfurcie, Confex w Londynie, International MICE Forum w Moskwie, EIBTM w Barcelonie czy Convene w Wilnie (poświęcone krajom bałtyckim).
- Rozwój infrastruktury konferencyjnej i bankietowej.
- Rozwój ekonomicznej bazy noclegowej np. hosteli i prywatnych apartamentów.
- Wykorzystanie lokalizacji najdalej wysuniętej na wschód metropolii Polski, do organizacji międzynarodowych spotkań i kongresów poświęconych partnerstwu wschodniemu.

- Organizacja Forum Promocji Regionów Polski Wschodniej – kilkudniowej konferencji, która będzie polem wymiany doświadczeń i pomysłów między działaczami samorządowymi.
- Wydanie katalogu dla planerów konferencji.

Inwestycje:

- Modernizowane Targi Lublin mogą w przyszłości pełnić rolę wiodącego ośrodka targowo-wystawienniczego Polski Wschodniej (obok Targów Kielce). Nowa hala targowa ma mieć powierzchnię 8 tys. m2 i mieścić m.in. 2 nowoczesne sale konferencyjne, a cały zmodernizowany kompleks będzie nosił nazwę Regionalnego Centrum Targowo-Wystawienniczego w Lublinie.
- W budowanym Centrum Spotkania Kultur znajdą się m.in. sale konferencyjne, seminaryjne oraz przestrzeń wystawiennicza, która mogą być także zapleczem dla wydarzeń biznesowych w Lublinie. Wielofunkcyjna sala, która będzie miejscem centralnym CSK, oprócz przedstawień teatralnych, operowych i koncertów, będzie służyła także, jako sala kongresowa.
- Lubelskie Centrum Konferencyjne, które pomieści halę wystawienniczą (2500 m2) oraz salę konferencyjną (2200 m2) będzie mogło stanowić zaplecze dla największych wydarzeń z zakresu turystyki biznesowej.

TURYSTYKA SENTYMENTALNA (KORZENI)

- **Lublin korzeni**

- Stworzenie i promocja kompleksowej oferty kilkudniowego pobytu w Lublinie, skierowanej do turystów żydowskich
- Utworzenie w oparciu o dorobek Ośrodka Brama Grodzka - Teatru NN aplikacji multimedialnych i augmented reality, zawierających mapy miasta i modele 3D budynków z czasów przedwojennych oraz z XIV, XVI i XVIII wieku. Aplikacje z czasem można rozbudować o zdjęcia i pocztówki z okresu XX wieku. Cały system stworzy interaktywną mapę, pozwalającą się przenieść w wybrany okres historii miasta za pomocą urządzenia mobilnego.
- Stworzenie oferty sentymentalnego Lublina dla byłych mieszkańców i studentów pokazującej jak Lublin wyglądał w czasach, kiedy zamieszkiwali oni miasto np. wydanie foldera a la czasy PRL, z miejscami, które w najmniejszym stopniu zmieniły się od tego okresu.

Inwestycje:

- Planowana rewitalizacja zabytkowego cmentarza żydowskiego na Kalinowszczyźnie, będąca efektem działań Fundacji „Chrońmy cmentarze żydowskie w Lublinie". Prace mają trwać przez kilka lat, a ich koszt szacowany jest na 7-10 mln złotych. W planach jest utworzenie m.in. ścieżki edukacyjnej dla uczniów szkół i turystów.

6.3. Możliwości kreacji wspólnej oferty turystycznej miasta i regionu

Lubelszczyzna i Lublin są uzupełniającymi się wzajemnie obszarami recepcji turystycznej. Ze względu na położenie regionu i jego stolicy, często w planach podróży turystycznej uwzględniane są atrakcje zarówno z Lubelskiego, jak i Lublina. Pozwala to optymalnie zorganizować podróż, czy to turyście rodzinnemu, grupowemu, czy wycieczce szkolnej.

Poniżej przeanalizowano te obszary tematyczne, wokół których możliwe jest zbudowanie wspólnej oferty turystycznej miasta i regionu.

W większości korespondują one z wymienionymi głównymi formami turystyki, które mogą być realizowane na terenie miasta Lublina. Ich wybór podyktowany jest zdiagnozowaną atrakcyjnością

turystyczną, zarówno po stronie miasta jak i regionu. Ich realizacja umożliwi osiągnięcie korzyści synergicznych z potencjału marki Lubelszczyzny i Lublina.

Jedną z podstaw do utworzenia poniższego zestawienia była analiza kart turystycznych, wydawanych przez LROT, a udostępnianych turystom m.in. w LOITiK-u, czy podczas targów turystycznych. Zawierają one różne propozycje gotowych do zakupu ofert kilkudniowych pobytów na Lubelszczyźnie. W wielu z nich Lublin jest jednym z punktów na trasie, podczas poznawania regionu. Analiza polecanych atrakcji turystycznych na tych kartach, dała podstawy do zaproponowania wspólnej oferty w ramach tematów Judaiki i Wielokulturowości. Propozycje dwóch kolejnych obszarów tematycznych powstały w oparciu o rozmowy w LROT, dotyczące planów rozwojowych w obszarze Renesansu Lubelskiego i Legend Lubelskich. Propozycja utworzenia oferty wokół tematu Szlaku Jagiellońskiego i Kupieckiego oparta została o analizę planów i działań Organizacji Turystycznej Szlak Jagielloński i Organizacji Turystycznej Szlak Kupiecki, prowadzonych na terenie Lublina i Lubelszczyzny. Tematem, wokół którego możliwa jest także współpraca regionu i jego stolicy są Judaica, jedną z podstaw wskazania elementów atrakcyjności turystycznej wokół tego tematu była analiza działań Ośrodka Brama Grodzka - Teatr NN. Kulinaria i ekorolnictwo to temat, którego elementy atrakcyjności wynikają z dotychczasowych działań, realizowanych między innymi przez Stowarzyszenie EkoLubelszyzna czy Europejski Festiwal Smaku.

Poniżej znajduje się lista tematów, wokół których możliwe jest zbudowanie wspólnej oferty turystycznej z krótkim uzasadnieniem dotyczącym wskazania każdego z nich:

- **Renesans Lubelski** – kluczowy styl architektoniczny reprezentowany zarówno w regionie jak i w mieście. W mieście i na Lubelszczyźnie funkcjonuje od niedawna stworzony przez LROT Szlak Renesansu Lubelskiego, który obejmuje 6 powiatów i 25 obiektów.
- **Kulinaria i ekorolnictwo** – Lublin i Lubelszczyzna są blisko powiązane poprzez produkty rolne, które powstają w Lubelskich zakładach przetwórstwa z surowców pochodzących z regionu.
- **Turystyka aktywna** – miasto w naturalny sposób łączy się z regionem poprzez sieć szlaków pieszych, rowerowych oraz możliwości zorganizowania spływów kajakowych.
- **Judaica** – prezentacja dziedzictwa żydowskiego w Lublinie i na Lubelszczyźnie może być podstawą do zbudowania oferty turystyki kulturowej, w ramach, której turysta będzie w stanie poznać realia życia i rozwoju ludności żydowskiej na terenie przedwojennej Polski.
- **Na Szlaku Jagiellońskim i Kupieckim** – tematy szlaków historycznych, które przebiegały przez region mogą stać się podstawą do zbudowania wspólnej oferty turystycznej z miastem, w szczególności w momencie zakończenia realizacji inwestycji Via Jagiellonica w miejscowościach Lubelszczyzny.
- **Legendy Lubelskie** – wokół tego tematu zarówno w mieście jak i w regionie można zbudować interesującą ofertę dla turysty rodzinnego. W szczególności w oparciu Szlak Legend Lubelskich, którego koncepcja została opracowana jest przez LROT.
- **Wielokulturowość** – odwołując się do wielokulturowej i wieloreligijnej historii regionu, można stworzyć ofertę turystyczną, w ramach której turysta zapozna się ze zróżnicowaną architekturą świątyń, różnymi zwyczajami i wierzeniami charakterystycznymi dla prawosławia czy Tatarów.

W tabeli wskazano na wybrane elementy atrakcyjności turystycznej, zarówno miasta jak i regionu, na bazie których możliwy jest rozwój ofert turystycznych wokół wskazanych tematów. Dla każdego z tematów wskazano również wiodącą formę turystyki w mieście, z którą koresponduje oraz wstępne

możliwości rozwoju. Temat Legend oraz Wielokulturowości nie został wskazany w Lublinie, jako możliwość rozwoju w ramach wiodących form turystyki. Z tego powodu, iż jego potencjalna konkurencyjność rynkowa, w wypadku kreowania oferty wyłącznie w oparciu o elementy atrakcyjności turystycznej występujące w mieście, nie wydaje się wystarczająca.

Tabela 20 Tematy wspólnej oferty turystycznej miasta i regionu

Temat oferty turystycznej forma turystyki w mieście wskazanie możliwości rozwoju	Wybrane elementy atrakcyjności turystycznej Miasta, stanowiące podstawę wspólnej oferty turystycznej	Wybrane elementy atrakcyjności turystycznej Regionu, stanowiące podstawę wspólnej oferty turystycznej
Renesans Lubelski Turystyka kulturowa Lublin renesansowy Możliwości stworzenia i oznakowania szlaku a na jego podstawie oferty produktowej wokół Renesansu Lubelskiego.	Kościół Karmelitów Bosych (pw. św. Józefa w Lublinie) Bazylika oo. Dominikanów (pw. św. Stanisława w Lublinie) Kościół pw. św. Mikołaja na Czwartku Kościół pw. św. Wojciecha Kościół Bernardynów (pw. Nawrócenia św. Pawła w Lublinie) Kościół pw. św. Agnieszki na Kalinowszczyźnie Kościół Salezjanów (pw. Matki Boskiej Wspomożenia Wiernych) Kościół Świętego Ducha Kościół Matki Bożej Zwycięskiej (kościół wizytek)	Katedra w Zamościu Uchanie – kościół pw. Wniebowzięcia NMP Radzyń Podlaski – Kościół pw. św. Trójcy Kodeń – Bazylika pw. św. Anny Łęczna – Kościół pw. św. Marii Magdaleny Stężyca Czemierniki – kościół pw. św. Stanisława Biskupa Męczennika Kazimierz Dolny – kościół farny pw. św. Jana Chrzciciela i św. Bartłomieja, Spichlerz Kobiałki Turobin – kościół pw. św. Dominika Szczebrzeszyn – kościół pw. św. Katarzyny Aleksandryjskiej
Kulinaria i ekorolnictwo Kulturowa Kulinarna Zbudowanie pierwszej w kraju połączonej oferty kulinarnej regionu i miasta	Kulinarne dziedzictwo Lublina Cafe Trybunalska Europejski Festiwal Smaków Produkty pod marką miasta i regionu współtworzone z lokalnymi przedsiębiorstwami z branży FMCG takimi jak Perła, Apis, Herbapol, Polmos Lublin, Lubella czy Soldarność	Kulinarne dziedzictwo Lubelszczyzny Działalność klastra EkoDolina i Stowarzyszenia EkoLubelszyzna – producenci rolniczych eko-produktów Europejski Festiwal Smaków Produkty pod marką regionu współtworzone z lokalnymi przedsiębiorstwami z branży FMCG takimi jak Perła, Apis, Herbapol, Polmos Lublin, Lubella czy Soldarność
Turystyka aktywna Aktywna i kwalifikowana Wpisanie Lublina w kontekst międzynarodowych szlaków rowerowych, przechodzących przez	Spływ kajakowy Bystrzycą przez Lublin. Zalew Zemborzycki jako punkt startowy lub końcowy dla szlaków turystycznych, spływów kajakowych oraz pozostałych turystów aktywnych. Możliwość rozwoju tras narciarstwa biegowego z Lublina do innych miejscowości, np. Nałęczowa.	Szlaki rowerowe łączące Lublin z dalszymi zakątkami regionu: Szlak wyżynny Lublin – Nałęczów – Kazimierz Dolny (szlak czerwony) Szlak Lublin – Wola Uhruska (czerwony) Szlaki rowerowe rozpoczynające się w Lublinie lub na jego obrzeżach i prowadzące po terenach nieodległych od miasta:

Temat oferty turystycznej forma turystyki w mieście wskazanie możliwości rozwoju	Wybrane elementy atrakcyjności turystycznej Miasta, stanowiące podstawę wspólnej oferty turystycznej	Wybrane elementy atrakcyjności turystycznej Regionu, stanowiące podstawę wspólnej oferty turystycznej
Lubelszczyznę. Budowanie wspólnych ofert dla turysty polskiego, zagranicznego i pochodzącego z regionu.		Szlak po Gminie Konopnica (czarny, 30 km Szlak Doliną Nędznicy (zielony – 18 km, niebieski – 12 km). Szlaki piesze, na których Lublin jest jednym z punktów na dłuższej trasie na obszarze województwa: Szlak Szastarka - Lublin – Kaniwola (żółty, ok. 101 km) Czerwony szlak pieszy po regionie prowadzący z Kazimierza Dolnego przez Lublin do Chełma. Szlaki piesze w bliższych okolicach Lublina: Szlak Doliny Ciemięgi (niebieski, 31 km) Szlak Lasów Podlubelskich (zielony, 43 km) Spływy kajakowe Bystrzycą, Wieprzem i Wisłą.
Sentymenalna / Kulturowa Judaica Zrozumienie charakteru osadnictwa i kultury żydowskiej w Polsce przed II wojną światową wymaga uwzględnienia specyfiki zarówno wielkomiejskiego ośrodka tamtych czasów jakim był Lublin jak i miasteczek, tak ważnych dla	Przed wojną około 30% mieszkańców Lublina stanowili Żydzi. Pozostałości ich dziedzictwa można podziwiać w mieście do dziś. Przykładowo: Synagoga Chewra Nosim Stary Kirkut Jeszywas Chachmej Lublin Akademia Talmudyczna z XVI w. Majdanek – niemiecki obóz koncentracyjny Sztetl – Lublin	Synagogi i kirkuty znajdują się w wielu miejscowościach regionu Lubelszczyzny, np. we Włodawie, Szczebrzeszynie czy Zamościu. Ponadto: Bełżec – Niemiecki Obóz Zagłady Sobibor – Niemiecki Obóz Zagłady Sztetle – m.in. Biłgoraj, Frampol, Janów Lubelski, Opole Lubelskie, Piaski, Izbica. Festiwal Śladami Singera Dawne sztetl146: Bełżyce, Biłgoraj, Bychawa, Janów Lubelski, Tyszowce, Turobin

[146] Za http://tnn.pl/Sztetl

Temat oferty turystycznej forma turystyki w mieście wskazanie możliwości rozwoju	Wybrane elementy atrakcyjności turystycznej Miasta, stanowiące podstawę wspólnej oferty turystycznej	Wybrane elementy atrakcyjności turystycznej Regionu, stanowiące podstawę wspólnej oferty turystycznej
kultury żydowskiej tzw. sztetl.		
Na Szlaku Jagiellońskim i Kupieckim Kulturowa Zbudowanie regionalnej oferty turystycznej wokół szlaku tematycznego ze szczególnym uwzględnieniem Lublina jako lidera inicjatyw.	Pomnik Unii Lubelskiej Park Turystyczno-Kulturowy „Via Jagiellonica” Wydarzenie – Jarmark Jagielloński	Parki Miejscowe "Via Jagiellonica" (w budowie): Park Nadwiślańskich Przepraw w Kosinie - Annopolu Park Łanów w Łanach - Gmina Gościeradów Park Tradycji Bitwy pod Warną w Bełżycach Wydarzenia – Jarmarki Jagiellońskie w Piszczacu i Kocku
Legendy Lubelskie – oferta turystyki rodzinnej Kulturowa Stworzenie wspólnej oferty turystycznej dla rodzin z dziećmi odwiedzających region.	Przykładowe legendy: „Sąd Diabelski” (Legenda o Czarciej Łapie) "Kamień nieszczęścia" "O wielkiej lubości Zofii Filipowiczowej czary czyniącej i za czary skazanej" "Podanie o Drzewie Krzyża Św. u Dominikanów" "Sen Leszka Czarnego" "Herb Lublina z koziołkiem" "Tajemniczy skarb" "Podanie o ojcu Ruszlu" "Nieszczęsna Rusałka" "Piękna złotniczanka" "Na początku był lin" "Jak Boczarski na młynie" "Piękna Rosjanka: Tamara Kondratiewowa" „Legenda o relikwiarzu i złodzieju” „Duch z zegara” Źródła: Zbigniew Włodzimierz Fronczek, „Encyklopedia lubelskich legend, sensacji i anegdot” cz. I, II i III; Magdalena Mazur-Ciseł, „Legendy Lublina dla dzieci”; Józef Czechowicz, "Legendy lubelskie" WYDARZENIE – Anioły I Diabły - Zaczarowany Lublin. Festiwal Legend Lubelszczyzny organizowany przez Ośrodek „Brama Grodzka-Teatr-NN” –	Istnieją liczne legendy dla wielu miejscowości w województwie. Na tej podstawie powstała koncepcja Szlaku Legend Lubelskich opracowana przez LROT. Przykładowe legendy woj. lubelskiego: Legendy z cyklu „skąd ta nazwa?” – o rzekach (Wieprz, Huczwa) i wielu miejscowościach (m.in. Niemce, Dorohusk, Końskowola, Młynki, Murzynowa Górka) Tajemniczy kamień koło Wohynia Zamek na Bugu Herb na bramie wjazdowej do Muzeum w Kozłówce Legendy Polesia: „Skąd jestem i dokąd zmierzam”, „Jak Bieda szukała człowieka” Tajemnice Zamkowej Góry w Motyczu

Temat oferty turystycznej forma turystyki w mieście wskazanie możliwości rozwoju	Wybrane elementy atrakcyjności turystycznej Miasta, stanowiące podstawę wspólnej oferty turystycznej	Wybrane elementy atrakcyjności turystycznej Regionu, stanowiące podstawę wspólnej oferty turystycznej
	podczas dwudniowego festiwalu odbywają się m.in. animacje legend lubelskich w Podziemiach oraz turniej gier planszowych opracowanych w oparciu o lubelskie legendy.	
Wielokulturowość Kulturowa Stworzenie wspólnej z regionem oferty poznania wielokulturowości historycznie i współcześnie wpisanej w Lubelszczyznę i Lublin.	Miejsca na Szlaku Wielokulturowym wytyczonym w Lublinie: 1. Pomnik Unii Lubelskiej na Placu Litewskim 2. Kościół ewangelicko-augsburski pw. Trójcy Świętej 3. Pałac Lubomirskich przy Placu Litewskim 4. Dawna cerkiew grecka 5. Zespół Szkół Ekonomicznych im. Augusta i Juliusza Vetterów 6. Plac Katedralny 7. Rynek Starego Miasta 8. Brama Grodzka 9. Wzgórze Zamkowe 10. Miejsce, gdzie wznosił się duży zespół synagogalny 11.Cerkiew prawosławna pw. Przemienienia Pańskiego 12. Wzgórze Czwartek	Dzisiejszy region Lubelszczyzny od wieków był obszarem, gdzie spotykały się różne narody, kultury i wyznania. Ze względu na swoje położenie był pograniczem etniczno-religijnym i politycznym, gdzie mieszały się różne wpływy. Słowianie wschodni i zachodni, katolicy, grekokatolicy, prawosławni, wyznawcy judaizmu czy też muzułmanie współżyli na tych ziemiach, tworząc unikatowe wielokulturowe społeczeństwo. Do dzisiejszych czasów przetrwało wiele miejsc przypominających te czasy – w znacznej większości są to zabytkowe obiekty sakralne. Na obszarze całego regionu znajdują się synagogi, cerkwie prawosławne, czy stare cmentarze, które świadczą o nie tak dawnej wielokulturowej historii. Poniżej wymieniono wybrane miejscowości: Zamość – cerkiew, synagoga Włodawa – cerkiew, Wielka Synagoga; odbywa się tu Festiwal Trzech Kultur Lebiedziew i Studzianka – to dawne osady Tatarów, z których do dnia dzisiejszego ostały się jedynie cmentarze muzułmańskie (tzw. mizary) Szczebrzeszyn – synagoga, cerkiew cmentarz żydowski Dodatkowo w regionie funkcjonuje także „Szlak Przenikania Kultur”, który według mapy dostępnej na stronie internetowej Województwa Lubelskiego także przechodzi przez Lublin. Zgodnie ze wspomnianą mapą przebieg szlaku jest następujący: Lublin – Studzianka – Ortel Królewski – Biała Podlaska – Lebiedziew – Kostomłoty –

Temat oferty turystycznej forma turystyki w mieście wskazanie możliwości rozwoju	Wybrane elementy atrakcyjności turystycznej Miasta, stanowiące podstawę wspólnej oferty turystycznej	Wybrane elementy atrakcyjności turystycznej Regionu, stanowiące podstawę wspólnej oferty turystycznej
		Kodeń – Jabłeczna – Włodawa – Chełm – Zamość.

Źródło: opracowanie własne.

6.4. Analiza SWOT

Analiza SWOT jest jedną z podstawowych technik analizy strategicznej, zarówno w przypadku określania aktualnej kondycji i możliwości rozwojowych przedsiębiorstw, jak również jednostek samorządu terytorialnego. Jej zastosowanie polega na przypisaniu poszczególnych atrybutów do jednej z czterech kategorii:

- SILNE STRONY (Strenghts) – obejmują wszystkie cechy i atuty badanej jednostki, które mogą stanowić o jej przewadze;
- SŁABE STRONY (Weaknesses) – wskazują na te właściwości i wartości, których badana jednostka nie posiada lub te, które osłabiają jej pozycję;
- SZANSE (Opportunities) – są to sprzyjające czynniki zewnętrzne, które mogą spowodować pozytywną zmianę dla badanej jednostki;
- ZAGROŻENIA (Threats) – obejmują zmiany mogące zajść w otoczeniu, które wpłyną na jednostkę ujemnie.

Odpowiednia analiza zebranych w ten sposób danych, daje silne podstawy do planowania strategicznych działań rozwojowych. Ze względu na wielkość miasta Lublin i co za tym idzie złożoność zagadnień wpływających na możliwości rozwoju turystyki, w mieście zdecydowano się przeprowadzić analizę SWOT w podziale na cztery kategorie, które są zgodne z priorytetowymi obszarami rozwoju turystyki wskazanymi w „Kierunkach rozwoju turystyki w Polsce do 2015 roku".

Jako pierwsze przeanalizowano markę i wizerunek w kontekście istotnego dla turystyki postrzegania miasta, następnie analizie poddano elementy oferty turystycznej Lublina. Kolejnymi punktami analizy był obszar infrastruktury turystycznej oraz zasobów ludzkich i aktywności społecznej. Zawarte w analizie SWOT spostrzeżenia istotnie wpłyną na wskazania w zakresie określenia misji i wizji rozwoju turystyki oraz konstrukcji struktury celowej części strategicznej dokumentu.

Poniższa analiza odnosi się do szeregu czynników środowiska zewnętrznego oraz innych istotnych dziedzin aktywności miasta, które mają istotny wpływ na rozwój turystyki, w perspektywie do roku 2025. Z tego powodu nie wszystkie przytoczone w niej wskazania i oceny mają swoje źródło w przedstawionych w poprzednich rozdziałach stwierdzeniach ze strategii. W celu zobrazowania w ramach analizy możliwie szerokiego spektrum informacji, została ona przeprowadzona wspólnie z przedstawicielami Urzędu Miasta Lublin, wchodzącymi w skład Zespołu ds. Strategii Rozwoju Turystyki, podczas spotkania roboczego w dniu 18.01.2013.

Tabela 21 Analiza SWOT: Marka i wizerunek Lublina

S – SILNE STRONY	W – SŁABE STRONY
• konsekwentnie wdrażana marka • wyrazisty System Identyfikacji Wizualnej marki • marka ciekawa, intrygująca i ambitna, świadoma, dobrze oddająca tożsamość Lublina • wizerunek liczącego się ośrodka uniwersyteckiego w Polsce Wschodniej • rozpoznawalne w skali kraju marki z branży FMCG związane z Lublinem – Perła, Apis, Solidarność, Polmos, Lubella, Herbapol • Prowadzony projekt miejsc inspiracji sygnowanych widoczną marką Lublina • Powiązanie największego wydarzenia w mieście z jego marką (Carnaval Sztuk-Mistrzów). • marka pro turystyczna – tj. jej wizerunek nie stoi w sprzeczności z rozwojem turystyki w mieście, wręcz wpisuje się idealnie we współczesny nurt turystyki poznawczej 3E (Enetrntainment, Excitement, Education, Rozrywka, Emocje, Edukacja) • Znak Dziedzictwa Europejskiego przyznany miastu Lublin (obok Wzgórza Lecha w Gnieźnie, Bazyliki archikatedralnej św. Stanisława i św. Wacława w Krakowie oraz Stoczni Gdańskiej)	• brak szeroko rozpoznawalnego symbolu architektonicznego miasta (tak zwanego landmarku) np. Ratusz z koziołkami w Poznaniu, Pałac Kultury i Nauki w Warszawie, Kościół Mariacki w Krakowie. • niska rozpoznawalność marki Lublin na arenie krajowej • bardzo słaba rozpoznawalność marki Lublin na arenie europejskiej • przekonanie o peryferyjności i trudnej dostępności komunikacyjnej Lublina • Lublin nie jest w powszechnej świadomości postrzegany jako atrakcyjny turystycznie • brak objęcia marką miasta wizerunkowych produktów spożywczych, pochodzących z Lublina • brak systemu informacji miejskiej nawiązującego w formie graficznej do marki • zmiana orientacji głównych obszarów zainteresowania marki z kultury na biznes, przed osiągnięciem należytej rozpoznawalności marki miasta w skali kraju • przesycenie kasetonami „Miejsce Inspiracji" na Starym Mieście (ul. Grodzka i okolice Trybunału Koronnego)
O – SZANSE	**T – ZAGROŻENIA**
• wykorzystanie pozytywnego szumu medialnego związanego z kandydowaniem do ESK 2016 do wykreowania wizerunku • promowanie marki Lublin poza granicami kraju – w miastach, z którymi Lublin ma połączenie lotnicze • możliwość osiągnięcia korzyści synergicznych z silnej marki Lubelszczyzny i innych miejscowości (Kazimierz, Nałęczów, Zamość, Roztocze) • wspólna kampania promocyjna oferty turystycznej marek Lublin i Lubelskie • możliwość powiązania marki Lublina z Lubelszczyzną, poprzez element ekologiczny przetwórstwa rolnego, renesansu, judaiców itp. • marka jeszcze nie najlepiej znana w skali kraju, z dużym potencjałem rozwojowym • wysoka aktywność i możliwa do osiągnięcia rozpoznawalność miasta we Lwowie oraz na Ukrainie • możliwości zaplanowania działań wizerunkowych, opartych o finansowanie ze środków RPO województwa lubelskiego w nowej perspektywie finansowania 2014-2020	• zdominowanie przez silną markę regionu – marka Lubelskie wchłania inne marki, które mogłyby być pod-markami miasta np. Browary Perła • ekspansywne kampanie marketingowe innych miast i regionów Polski Wschodniej m.in. Rzeszowa, woj. podlaskiego, warmińsko-mazurskiego w największych aglomeracjach w kraju • rozminięcie się i nie nawiązanie dialogu w promocji regionu lubelskiego i miasta Lublin. Budowanie wizerunku ofert turystycznych nie posiadających punktów wspólnych, a nawet wzajemnie się wykluczających.

Wskazania w zakresie obszaru marka i wizerunek

Założenia marki Lublin, a także jej wizerunek i podejmowane działania w kierunku jej rozwoju, są zbieżne z budowaniem obrazu Lublina jako miasta otwartego i przyjaznego turystom. Największa impreza wizerunkowa miasta, oparta o założeniach marki – Carnaval Sztuk-Mistrzów ma istotny potencjał generowania ruchu turystycznego, a także budowania oferty turystycznej miasta Lublina.

Istniejące braki w objęciu marką miasta konkretnej oferty turystycznej, mogą i powinny być w szybkim tempie nadrobione. Podstawą ku temu jest określenie takiej wiązanki produktów turystycznych miasta, która pozostanie w spójności z założeniami marki oraz uwzględnienie w wizji misji i celach rozwoju turystyki założeń marki miasta.

Koniecznym wydaje się opracowanie i wdrożenie, opartego o założenia graficzne marki, Systemu Informacji Miejskiej i Turystycznej, obejmującego strefę śródmieścia.

Wskazane jest także rozważenie wykorzystania założeń marki „Lublin – miasto inspiracji" do zbudowania horyzontalnego produktu turystycznego. Produkt taki byłby płynnym przejściem między płaszczyzną marki i konkretnymi produktami turystycznymi. W ramach takiego produktu znalazłby się wybrane elementy innych produktów turystycznych, wspólnie tworzące ofertę turystyczną o kluczowym znaczeniu dla poznania złożonej i wielowątkowej oferty turystycznej miasta Lublin. Alternatywnym rozwiązaniem pozwalającym na osadzenie marki miasta w ofercie turystycznej jest realizacja programu horyzontalnego, który miałby uwzględniać implementację założeń marki miasta w wiodących produktach turystycznych miasta.

Możliwym i koniecznym krokiem jest także zaangażowanie do współpracy w ramach prac nad produktami turystycznymi przedstawicieli Urzędu Marszałkowskiego Województwa Lubelskiego, odpowiedzialnych za rozwój turystyki i promocję. Umożliwi to osiągniecie korzyści synergicznych także na poziomie marki regionu i miasta.

Tabela 22 Analiza SWOT: Produkt turystyczny – oferta turystyczna Lublina

S – SILNE STRONY	W – SŁABE STRONY
• Stare Miasto – autentycznie zachowane - Trybunał Koronny, Bramy Grodzka i Krakowska, Kamienice, Kościół Dominikanów • skupienie najcenniejszych zabytków w mieście w zasięgu spaceru pieszego • unikatowe zabytki architektury – Kaplica Trójcy Św., Donżon, • bogata oferta festiwalowa – skierowana do różnych grup odbiorców, zarówno amatorów kultury wyższej jak i turysty masowego • bogate dziedzictwo kultury żydowskiej – najstarszy kirkut w Polsce, Jesziwa, informacje gromadzone przez Teatr NN (Lublin – miejsca pamięci) • silny związek Lublina z chasydyzmem i jednym z głównych jego przedstawicieli – Widzącym z Lublina • unikatowa trasa podziemna Lublina • bogata oferta muzeów – m. in. Państwowe Muzeum na Majdanku, Skansen – Muzeum Wsi Lubelskiej, Muzeum Lubelskie, Izba Drukarstwa i inne • Piwnica pod Fortuną – muzeum	• brak rozpoznawalnych w skali kraju atrakcji turystycznych • brak należytego wsparcia promocyjnego, bogatego kalendarza wydarzeń • niewielka ilość nowoczesnych form ekspozycji i multimediów w obiektach muzealnych i kulturalnych • słaba dostępność komunikacyjna Lublina (niskiej jakości drogi kołowe oraz lotnisko z niewielką liczbą połączeń) • brak wydawnictw i folderów turystycznych o mieście, brak mapek po szlakach • niewystarczające informowanie o dostępnych produktach i atrakcjach turystycznych przez ich operatorów • brak portalu integrującego całościową ofertę turystyczną Lublina. • brak systemu informacji miejskiej uwzględniającego potrzeby turysty • niekompletny system szlaków turystycznych – brak wsparcia wydawniczego, niekompletne oznakowanie • brak koordynacji generowanej w mieście przez różne ośrodki oferty turystycznej (np.

z nowoczesną ekspozycją multimedialną • dobra współpraca samorządu miejskiego i wojewódzkiego w ramach Lubelskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej • profesjonalnie prowadzony, nowoczesny i dogodnie położony Lubelski Ośrodek Informacji Turystycznej i Kulturowej przy ul. Jezuickiej 1-3 • oferta szlaków turystycznych i narzędzi wykorzystujących elementy multimedialne i rozszerzonej rzeczywistości np. szlaki turystyczne w wersji audio „Lublin Szeptany". • bogate dziedzictwo historyczne – Unia Lubelska, Trybunał Koronny, uatrakcyjniające program zwiedzania miasta • silne tradycje kupieckie – Jarmark Jagielloński, szlaki kupieckie, Wzgórze Czwartek • Zalew Zemborzycki o istotnym potencjale rozwoju turystyki aktywnej, w szczególności wodnej • istniejący w granicach miasta unikatowy Skansen – Muzeum Wsi Lubelskiej - prezentujący założenia urbanistyczne i kulturę epoki przed przemysłowej. • wyjątkowe tradycje kulinarne miasta i regionu, obecne w niektórych lokalach gastronomicznych • współpraca ze Lwowem – liczne wydarzenia i przedsięwzięcia, wspierające integrację dwóch państw oraz tworzące podstawę oferty dla turysty zagranicznego • wyróżniająca się w skali europejskiej impreza oparta na nowym cyrku, żonglerach, buskerach i kuglarzach	Teatr NN, Rozdroża, MOSiR itp.) • trudnodostępna oferta pakietów turystycznych integrujących wiele atrakcji turystycznych w mieście • brak rozwiązań systemowych takich jak: karta turysty, sieć wypożyczalni rowerów miejskich, wspólna prezentacja ofert turystycznych w Lublinie w hotelach
O – SZANSE	**T – ZAGROŻENIA**
• wykorzystanie lotniska do przyciągnięcia większej liczby turystów z nowych rynków emisyjnych • rozwój sieci połączeń kolejowych i drogowych – możliwość poprawy dostępności komunikacyjnej miasta, skrócenie czasu podróży do Lublina • finansowanie zewnętrzne rozwoju oferty turystycznej – fundusze unijne (m.in. Polska Wschodnia) oraz z funduszu szwajcarskiego • rosnąca popularność turystyki miejskiej – city break-ów wśród Polaków i Europejczyków • rosnąca popularność turystyki kulturowej oraz eventowej • możliwość utworzenia atrakcyjnej wspólnej oferty z innymi miastami Lubelszczyzny • możliwość wykorzystania wschodnich kompetencji Lublina dla rozwoju unikatowego produktu turystycznego	• postępująca degradacja zabytkowych obiektów, głównie kamienic Starego Miasta. • Brak uregulowanych spraw własnościowych w przypadku cennych zabytków architektury, w szczególności kamienic w obrębie Starego Miasta. • zdominowanie społeczeństwa przez kulturę masową, „niskich lotów" może skutkować mniejszym zainteresowaniem ofertą wydarzeń kulturalnych w miastach • rosnąca atrakcyjność turystyczna innych miast regionu (Zamościa, Kazimierza Dolnego), powodowana wzrostem strumienia inwestycyjnego z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Lubelskiego na lata 2014-2020 • Pogłębiający się kryzys ekonomiczny w Polsce i Europie może spowodować redukcję wydatków mieszkańców na turystykę

- ogólnoeuropejska fala zainteresowania młodzieży nowymi formami sztuki ulicznej i nowego cyrku np. diabolo, żonglowanie, slacklining itp.
- wykorzystanie narzędzi rozszerzonej rzeczywistości i aplikacji mobilnych w tworzeniu oferty turystycznej miasta.
- możliwość zdobycia miana lidera polskich miast w dziedzinie narzędzi turystycznych opartych na aplikacjach mobilnych i rozszerzonej rzeczywistości.
- efekt Euro 2012 – wzrost zainteresowania Polską wśród mieszkańców krajów starej Unii Europejskiej
- zbudowanie produktu dla nowych odbiorców pochodzenia żydowskiego – osób chcących odkryć swoje korzenie, wnuków Żydów mieszkających w Lublinie przed wojną
- wykorzystanie zasobów oferty festiwalowej miasta do utworzenia stałej oferty turystycznej Lublina

- Spadek atrakcyjności cenowej przewozów lotniczych oraz wzrost cen transportu, spowodowany wzrostem cen paliw

Wskazania w zakresie obszaru produkt turystyczny – oferta turystyczna miasta

Podstawowym katalizatorem i szansą dla rozwoju funkcji turystycznej miasta w najbliższych latach, stać się może poprawa dostępności komunikacyjnej Lublina, głównie poprzez rozwój sieci połączeń lotniczych z Portu Lotniczego Lublin. Może to być istotny impuls dla branży turystycznej i operatorów atrakcji turystycznych w kierunku budowy wspólnych produktów turystycznych.

W mieście w chwili powstawania dokumentu nie funkcjonowały markowe produkty turystyczne. Posiada ono za to bardzo konkurencyjny potencjał atrakcji kulturowych, zarówno w zakresie zabytków, muzeów, oferty sztuki współczesnej jak i przede wszystkim wydarzeń. W mieście jednak nie funkcjonuje sprawna platforma współpracy i promocji wielorakich działań o potencjale generowania ruchu turystycznego, podejmowanych przez różne instytucje. Ten stan rzeczy prowadzi do tego, że bardzo wartościowa i mająca szansę szerokiego powodzenia rynkowego oferta, często nie istnieje w świadomości potencjalnego, czy nawet odwiedzającego właśnie miasto, turysty. Mowa tutaj między innymi o tych atrakcjach, które funkcjonują w mieście, ale o ich istnieniu turyści nie mają szans się dowiedzieć, gdyż nie są one opisane w materiałach turystycznych czy nie posiadają oznakowania w ramach SIM (np. Brama Grodzka, Izba Drukarska, murale, Piwnica pod Fortuną).

W mieście zostały opracowane także niezwykle innowacyjne szlaki turystyczne audio i prezentowane w ramach aplikacji mobilnych, co stawia je w awangardzie polskich ośrodków miejskich. Jednak brak informacji o ich istnieniu wyklucza je z obszaru zainteresowania turystów. W Lublinie przeprowadzono także digitalizację zasobów archiwalnych, dotyczących przedwojennej historii miasta, co może stanowić również podstawę budowy innowacyjnych w skali kraju i Europy narzędzi wspierających aktywność turystyczną.

Przykładem wzorcowej współpracy miasta i regionu w zakresie dostarczania informacji turystycznej jest działający przy ul. Jezuickiej LOITiK. Zakłada się, że może to być idealne miejsce informujące także, o nowej ofercie produktów turystycznych i szlaków w Lublinie. Dobrym punktem odniesienia do tego jak może wyglądać komercjalizacja produktów turystycznych wytworzonych w ramach części

strategicznej dokumentu, są karty z gotowymi ofertami turystycznymi z regionu, ze wskazaniem na miejsce ich zakupu, dostępne między innymi w LOITiK-u oraz w hotelach.

Istnieje realna szansa na zbudowanie produktów turystycznych obejmujących atrakcje turystyczne z regionu i miasta. Produkty takie mogą odwoływać się do tematów takich jak kulinaria, renesans lubelski, legendy lubelskie, szlaki tematyczne, judaica, wielokulturowość, a miasto Lublin może stać się ich naturalnym liderem.

Lublin dysponuje również istotnym potencjałem do rozwoju turystyki aktywnej. W oparciu o atrakcje takie jak parki miejskie, rzeka przepływająca przez miasto czy przewyższenia pozwalające na uprawianie kolarstwa górskiego, w mieście może powstać wysoce atrakcyjny produkt uzupełniający jego podstawową ofertę turystyczną. W jego ramach można będzie otrzymać sporą dawkę adrenaliny i różnorodnej aktywności nie opuszczając granic miasta.

W Lublinie turysta odwiedza „wyspy" atrakcyjności turystycznej, które nie są w istotny sposób powiązane ze sobą i także nie tworzą spójnej całości tematycznej, w ramach oferty czy produktu turystycznego, z innymi atrakcjami. Obszary te można wskazać zarówno na obrzeżach miasta, mowa tutaj głównie o Państwowym Muzeum na Majdanku oraz Muzeum Wsi Lubelskiej, jak również w centralnych częściach miast np. Targi Lublin zlokalizowane w Parku Ludowym czy Hala sportowo-widowiskowa Globus położona przy ul. Kazimierza Wielkiego. Przywołane atrakcje generują bardzo istotny ruch turystyczny. Przykładowo około 100 000 turystów rocznie odwiedza muzeum na Majdanku, 60 000 turystów co roku zwiedza ekspozycje zlokalizowane w Skansenie. Brak powiązania tych obszarów w ramach produktów turystycznych z innymi tematycznie zbliżonymi atrakcjami w mieście może oznaczać, że około 33% turystów odwiedzających Lublin nie musi w chwili obecnej zapoznać się z atrakcyjnością obszarów zlokalizowanych w centrum miasta. Przywołane obszary powinny być traktowane jako kluczowe punkty recepcji turystycznej, a przestrzeń publiczna w ich otoczeniu powinna być obiektem szczególnego zainteresowania. Wszystkie one powinny zostać wyposażone między innymi w informację o produktach turystycznych Lublina oraz o kluczowych atrakcjach turystycznych i szlakach turystycznych w mieście. Całość zasobów multimedialnych dotyczących turystyki w mieście (w tym szlaki i aplikacje mobilne) powinna być zaprezentowana oraz możliwa do bezpłatnego i bezproblemowego pobrania.

Do kluczowych miejsc recepcji turystycznej zaliczyć można:

- Zamek Lubelski z Muzeum Lubelskim,
- Państwowe Muzeum na Majdanku,
- Muzeum Wsi Lubelskiej,
- Ogród Saski,
- Dworzec PKP,
- Port Lotniczy Lublin,
- Park Ludowy,
- Okolice Hali sportowo-widowiskowej Globus,
- Plac Litewski i pałace zlokalizowane tuż przy nim,
- Stare Miasto,
- Trakt Królewski.

W części strategicznej dokumentu zostanie zaproponowany cel strategiczny i szereg działań, mających na celu należyte wykorzystanie wymienionych miejsc dla obsługi i rozwoju ruchu turystycznego w Lublinie.

Tabela 23 Analiza SWOT: Infrastruktura turystyczna

S – SILNE STRONY	W – SŁABE STRONY
• znaczna liczba szlaków miejskich, tematycznych i kulturowych • nowy, nowoczesny port lotniczy • znaczna ilość restauracji i lokali gastronomicznych oraz stosunkowo konkurencyjne ceny w restauracjach • szereg działań modernizacyjnych, realizowanych na terenie Starego Miasta i nie tylko (modernizacja Klasztoru Dominikanów, rewitalizacja Podzamcza, rewitalizacja przejścia łączącego dawną dzielnice żydowską ze Starym Miastem) • silnie rozbudowana infrastruktura turystyki aktywnej ,w tym żeglarstwa, hale sportowe, stok narciarski, MTB.	• słabe oznakowanie oferty, nieczytelne oznakowanie • słabo rozwinięta baza noclegowa – bardzo mała ilość obiektów o standardzie ekonomicznym (hosteli, apartamentów, hoteli jednogwiazdkowych). • niewielkie zróżnicowania oferty gastronomicznej w mieście. Sporo restauracji typu „karczma" lub „stara piwnica" • brak lokali reprezentujących nowoczesne podejście do interpretacji tradycji kulinarnych regionu, organizujących kursy kulinarne i promujących lokalną żywność • brak kompleksowego oznakowania turystycznego dla turysty pieszego • brak dostosowania infrastruktury dla potrzeb osób niepełnosprawnych • dość wysokie ceny usług noclegowych w stosunku do ich jakości • brak obiektów łączących funkcje konferencyjne i noclegowe
O – SZANSE	**T – ZAGROŻENIA**
• finansowanie zewnętrzne – fundusze unijne (m.in. Polska Wschodnia) oraz z programu szwajcarskiego • możliwość wykorzystania nowoczesnych technologii do promocji i rozpowszechniania elementów obszernej oferty turystycznej • możliwość rozwoju ekonomicznej bazy noclegowej (np. hostele); ten segment jest stosunkowo nisko kapitałochłonny	• brak inwestorów zewnętrznych ze względu na kryzys ekonomiczny • brak zachęt dla inwestorów z branży hotelowej • wysoka konkurencja i skuteczność innych miejscowości z regionu Lubelszczyzny w pozyskiwaniu funduszy z RPO 2014-2020

Wskazania w zakresie obszaru Infrastruktura turystyczna

Infrastruktura turystyczna w momencie powstawania dokumentu nie stanowiła atutu Lublina. Jej najmocniejszą stroną była konkurencyjna cenowo oferta gastronomiczna, zaś najsłabszą mało zróżnicowana i stosunkowo droga baza noclegowa. Zakłada się, ze opracowanie i realizacja Strategii Rozwoju Turystyki przez Urząd Miasta Lublin, będzie odczytane jako silne wskazanie o perspektywiczności inwestycji w ten obszar gospodarki w mieście. Branża turystyczna i inwestorzy powinni odpowiedzieć na ten sygnał zwiększeniem strumienia inwestycji w szczególności w ekonomiczną bazę noclegową.

Istotną przeszkodą w odbiorze przestrzeni miejskiej przez turystów krajowych i zagranicznych może być brak Systemu Informacji Miejskiej przeznaczonego dla turystów. Wdrożenie kompleksowego oznakowania turystycznego umożliwi aktywizację dla potrzeb turystyki tych atrakcji turystycznych, które wciąż pozostają w mieście nieodkryte przez potencjalnych turystów.

Tabela 24 Analiza SWOT: Zasoby ludzkie – aktywność społeczna i kapitał społeczny dla turystyki

S – SILNE STRONY	W – SŁABE STRONY
• współpraca przedstawicieli samorządu wojewódzkiego i miejskieg,o w ramach LROT-u i LOITIK-u • próba integracji branży turystycznej podejmowana przez Wydział Sportu i Turystyki Urzędu Miasta Lublin • otwartość na budowanie wspólnych ofert produktowych przez branżę z regionu i miasta (potwierdzona wydanymi kartami produktowymi przez LROT) • integracja branży turystycznej z Regionu i Miasta w ramach Lubelskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej • istotny kapitał społeczny zgromadzony podczas walki o tytuł ESK 2016 • chęć współpracy mającej na celu rozwój turystyki przejawiana przez przedstawicieli urzędu miasta, w ramach prac nad Strategią Rozwoju Turystyki • otwartość miasta i jego mieszkańców na nowe pomysły i nietypowe przedsięwzięcia • Ośrodek Brama Grodzka – Teatr NN, który zgromadził olbrzymi potencjał możliwy do wykorzystania w ramach rozwoju oferty turystycznej • liczne oddolne inicjatywy – galerie, centra sztuki, miejsca animacji kultury • silny ośrodek uniwersytecki (inicjatywy kulturalne studentów np. Akademickie Centrum Kultury „Chatka Żaka") • liczne środowisko przewodników miejskich, trzymające rękę na pulsie rozwoju turystyki w mieście • istniejące biura podróży zajmujące się organizacją turystyki przyjazdowej do miasta i regionu (np. Perkoz, Lider Tour, Watra Travel i inne)	• wieloletnie braki w koordynacji polityki turystycznej miasta zdiagnozowane w ramach struktur Urzędu Miasta • niska aktywność w dziedzinie rozwoju turystyki i skupiania inicjatyw oddolnych Lokalnej Organizacji Turystycznej w Lublinie • brak umiejętności zarabiana na turystyce przez młodych ludzi np. jako przewodnicy, właściciele hosteli czy stowarzyszeń generujących ofertę turystyczną • brak umiejętności uspołeczniania efektów prac, które mogłyby służyć turystom. • niedostateczne komercjalizowanie podejmowanych przedsięwzięć (Instytucje Kultury)
O – SZANSE	**T – ZAGROŻENIA**
• wykreowanie ambasadorów oferty turystycznej miasta, wśród mieszkańców Lublina przyniesie pozytywne efekty marketingu szeptanego • zaangażowanie środowiska studenckiego i naukowego do procesu tworzenia nowej oferty turystycznej miasta • Dostrzeganie turystyki, jako szansy rozwojowej przez polskie samorządy	• odpływ młodych wykształconych ludzi z Lublina z powodu braku miejsc pracy – nie przekuwania wypracowanego kapitału na korzyści • wzrost stopy bezrobocia w kraju spowodowany kryzysem ekonomicznym, co może powodować atmosferę marazmu, przekładającą się na nastroje w branży turystycznej i tendencje dezintegracyjne

Wskazania w zakresie obszaru Zasoby ludzkie – aktywność społeczna i kapitał społeczny dla turystyki

W dziedzinie rozwoju i sieciowania współpracy zasobów ludzkich wokół tematu turystyki w Lublinie widoczne są wieloletnie zaniechania. Ich obrazem jest brak aktywnej lokalnej organizacji turystycznej,

ogniskującej uwagę i kierunkującej rozwój funkcji turystycznej miasta. Formalnie działająca Lubelska Lokalna Organizacja Turystyczna sprawie wrażenie struktury organizacyjnej, której wpływ na branżę turystyczną nie jest mierzalny. Brak organizacji-lidera, skupiającego przedstawicieli branży, spowodował uczucie niemocy i niechęć do angażowania się we wspólne prace przez część przedstawicieli środowiska turystycznego.

Zagadnieniem o istotnej wadze jest zaangażowanie jak najszerszego środowiska turystycznego w ramach prac warsztatowych, dotyczących rozwoju turystyki, prowadzonych w trakcie opracowania dokumentu strategicznego, a także po jego zakończeniu. W ramach tych prac powinny powstać grupy współpracujące w tematach konkretnych produktów turystycznych. Grupy takie maja kluczowe znaczenie dla powodzenia procesu wdrożenia strategii.

W ramach istniejącej struktury Urzędu Miasta należy zapewnić należyte miejsce tematowi rozwoju produktów turystycznych i ich promocji. Jest to koniecznym krokiem w celu realizacji założeń i wskazań wynikających ze strategii. Osoby oddelegowane do opisanych zadań powinny posiadać środki i możliwości skutecznego i stałego działania, mającego na celu inicjowanie i realizację zadań służących szeroko pojętemu rozwojowi i promocji turystyki w mieście.

Sam proces tworzenia strategii rozwoju turystyki ma istotne znaczenie dla aktywizacji potencjału oddolnego. Możliwie szerokie zakreślenie perspektyw rozwoju turystyki, może przyczynić się do wykorzystania potencjału aktywowanego w ramach ubiegania się o tytuł ESK 2016.

7. Analiza istniejących dokumentów strategicznych, istotnych dla rozwoju turystyki miasta

W ramach analizy zapoznano się z potencjałem rozwoju turystyki Lublina oraz kierunkami rozwoju realizowanymi przez miasto na mocy obowiązujących dokumentów strategicznych, w tym przyjętą 28 lutego 2013 roku Strategią Rozwoju Lublina na lata 2013-2020.

STRATEGIA ROZWOJU MIASTA LUBLIN 2020 (SRL)

Najważniejszy i najaktualniejszy dokument, który ukierunkowuje rozwój miasta na kolejne 7 lat. W nowoczesny sposób nakreśla obszary rozwojowe miasta oraz obszary inspiracji. Nie koresponduje to w pełni ze znaną z dotychczasowych dokumentów strukturą celową. Zawarte w nim zapisy są deklaracją rozwoju miasta w określonych kierunkach. Istotnym przesłaniem dokumentu jest otwartość na przyszłość i jej różnorodne scenariusze, które mogą się spełnić lub nie. Siła podejścia realizowanego w strategii to uspołecznienie i zaproszenie do realizacji jej zapisów szerokiego grona partnerów. Podkreśla się w niej konieczność budowy dobrych partnerstw, wokół priorytetów i działań, gdyż dopiero one mogą zagwarantować sukces wdrożeniowy. Takie podejście jest nie tylko istotnym warunkiem realizacji Strategii Rozwoju Lublina, ale również Strategii Rozwoju Turystyki – jako multidyscyplinarnej gałęzi gospodarki. Choć w strategii do 2020 roku nie zapisano wprost celów strategicznych i operacyjnych, które wiązałyby się z turystyką, można odnaleźć ukierunkowanie na rozwój tej właśnie dziedziny gospodarczej w wielu działaniach i fragmentach dokumentu. Dla porównania, w dokumencie Strategia Rozwoju Miasta Lublin z 2008 roku, w ramach celu strategicznego 1 – wzmocnienie dynamiki gospodarczej zapisano Cel operacyjny 1.4. Rozwój sektora turystyki.

Można przyjąć, że wraz ze zmianą myślenia strategicznego, w nowej SRL, rozwój funkcji turystycznej miasta zajmuje jeszcze ważniejsze miejsce niż w dokumencie z 2008 roku. Nierozerwalnie z rozwojem funkcji turystycznej wiążą się takie cechy jak otwartość (np. na gości, nowe trendy), przyjazność (np. przestrzeni miejskiej, instytucji kultury) czy przedsiębiorczość (chęć podejmowania ryzyka biznesowego przy tworzeniu elementów bazy turystycznej).

Sam sposób wyrażenia misji Lublina na łamach Strategii Rozwoju, pokazuje zbieżność myślenia z najnowszymi trendami w turystyce. Lublin jako miasto inspiracji, otwarte na inspiracje zewnętrzne i wewnętrzne, a także samo miasto stanowiące inspiracje dla innych ma istotne szanse na trwałe zaistnienie na rynku turystycznym. Obecnie turystyka kulturowa jest coraz bardziej otwarta, angażująca i wykorzystująca nowe technologie i formy przekazu. Można śmiało powiedzieć, że inspiracja weszła na stałe do kanonu relacji pomiędzy miastem, a turystą we współczesnym rozumieniu tego zjawiska.

Poniżej przedstawiono analizę SRL pod kątem zapisanych w niej działań i postulatów wpływających bezpośrednio lub pośrednio na rozwój funkcji turystycznej miasta. Jest to podstawa do kreacji wizji i projektów, które zostaną zaprogramowane w ramach Strategii Rozwoju Turystyki do roku 2025. Analizie poddano kolejno obszary rozwojowe i obszary inspiracji zapisane w SRL.

A. Otwartość

Dotyczy zarówno otwartości na przeszłość, jak i na przyszłość mieszkańców na siebie nawzajem oraz na relacje międzynarodowe. To podstawa stworzenia unikatowego produktu turystycznego, miasta świadomego swojej wyjątkowej historii i mówiącego o niej w sposób odważny i nowoczesny, wykorzystując technologie przyszłości.

Ten obszar rozwoju kładzie silny nacisk na poprawę dostępności komunikacyjnej Lublina, zarówno lotniczej, jak i drogowej. Jest to niezbędny czynnik rozwoju turystyki.

W ramach Otwartości wskazuje się w SRL w punkcie A.2. na rozwój relacji zewnętrznych, w szczególności w aspekcie cyberprzestrzeni i turystyki. Cyberprzestrzeń traktowana jest tutaj jako wirtualna forma poznania miasta, niekoniecznie zakładająca podróż do niego. Wskazuje to również na sporą pracę jaką instytucje miejskie, głównie Teatr NN, włożyły w digitalizację zasobów archiwalnych związanych z dziedzictwem i tożsamością miasta.

W ramach otwartości podkreśla się również istotne znaczenie rozwoju kompetencji wschodnich, które są również wyjątkowym wyróżnikiem Lublina na turystycznej mapie kraju. Można dość szeroko potraktować to zagadnienie widząc w Lublinie możliwość utworzenia „ambasady turystycznej" wschodu, w tym w szczególności miast takich jak Lwów, Grodno i Wilno.

W ramach działania A 2.3 Wzmocnienie atrakcyjności turystycznej Lublina wskazuje się na:

- Stworzenie i wdrożenie programu „Lublin gościnny" (wg aplikacji ESK 2016).
- Ustalenie i wdrożenie programu zintegrowanego zarządzania dziedzictwem kulturowym.
- Budowanie oferty turystycznej zróżnicowanej ze względu na potrzeby różnych odbiorców oraz integrującej walory miasta i regionu powiązanie z e-dostępem do jej usług.

W działaniu A 2.2. obejmującym Lublin 2.0 można także zauważyć istotną szansę na zbudowanie przewagi konkurencyjnej miasta, wokół nowoczesnych prezentacji w przestrzeni cyfrowej.

Z kolei Działanie A 2.4. - Promowanie Lublina w kraju i za granicą, ma kluczowe znaczenie dla wzrostu rozpoznawalności marki Lublin oraz osiągnięć miasta, co bezpośrednio przekładać się będzie na popularność wśród turystów.

Jedną z najistotniejszych podstaw kreacji produktu turystycznego miasta Lublina, będzie kultura. Dlatego działania zapisane w ramach A.3. – Wzmacnianie otwartości kulturowej, mają znaczenie także dla rozwoju turystyki. Miasta otwarte na inne kultury mają znacznie większy potencjał przyciągania strumienia turystów kulturowych (np. Berlin, Nowy Jork). W wypadku Lublina mowa tutaj o naturalnej otwartości na stykające się w tym miejscu kultury wschodu i zachodu oraz diasporę żydowską.

W ramach działań zapisanych w punkcie A.4. - Budowanie więzi regionalnych i metropolitalnych wskazuje się na silną potrzebę integracji oferty turystycznej regionu i Lublina. Wspólna oferta turystyczna stwarza szanse zwielokrotnienia zysków z obsługi ruchu turystycznego, który może i powinien coraz częściej dostrzegać Lublin i Lubelszczyznę.

B. Przyjazność

To niezwykle ważna również dla turystyki cecha, tworząca niepowtarzalną atmosferę miasta, w którym chce się przebywać i do którego chce się wracać. Dotyczy ona zarówno przestrzeni miejskiej, jak i sprawności funkcjonowania usług miejskich oraz dostępności atrakcyjnych form spędzania czasu wolnego.

W ramach tego obszaru rozwojowego wskazano w szczególności na:

B 1. Poprawa infrastruktury technicznej – realizacja tego postulatu wpłynie także na poprawę jakości przeżyć turystycznych w Lublinie.

B 2. Zwiększenie komfortu życia

B.3. Dbałość o kulturę przestrzeni – niezwykle ważna dla uatrakcyjnienia produktu turystycznego miasta. Szczególnie w zakresie poszanowania historycznych i estetycznych walorów przestrzeni miejskiej. Zgodnie z zapisami SRL miasto ma szansę zaoferować turyście w nieodległej perspektywie wysokiej jakości przeżycia estetyczne, związane z mądrym obcowaniem z miastem. „Wysoka kultura przestrzeni oznacza przyjazne otoczenie harmonijnie zaspokajające ludzkie potrzeby z priorytetowym traktowaniem walorów historycznych, krajobrazowych, ekologicznych i estetycznych. Cechami takiego otoczenia są m.in.: dostępność pieszo i rowerem codziennych celów podróży, wygodna i estetyczna mała architektura, obecność sztuki publicznej, brak hałasu akustycznego i wizualnego, możliwość łatwego obcowania z naturą i historią, urozmaicone widoki i obecność panoram, dobre warunki do rekreacji, atrakcyjne miejsca spotkań, dbałość o estetykę w dużej i małej skali, czytelny układ urbanistyczny itd.”.

Niezwykle istotne znaczenie dla turystyki ma działanie B.3.1. Realizacja Programu Rewitalizacji dla Lublina, w tym Przebudowa Podzamcza.

B.3.2. Wzmacnianie wartości kulturowych przestrzeni miasta jest działaniem o silnym impecie dla rozwoju turystyki. Specyficzne postulaty tego działania mają szansę trwale zmienić oblicze stref użytkowania turystycznego miasta. Sam fakt nadania znaczenia tym zagadnieniom na poziomie SRL ma kluczowe znaczenie dla rozwoju turystyki:

- Dokończenie i realizacja programu zintegrowanego zarządzania dziedzictwem kulturowym.
- Długofalowe starania o wpis zabytkowego centrum Lublina na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO.
- Powiększanie stref ruchu pieszego dogodnych dla kontaktów społecznych, z dbałością o ich estetykę i jakość użytkową.
- Aktywna ochrona panoram i widoków miasta.
- Program wprowadzania sztuki w przestrzeń miasta.
- Stworzenie i wdrażanie Systemu Informacji Miejskiej służącego orientacji w mieście.

C. Przedsiębiorczość

Niezwykle istotna cecha w rozwoju turystyki. Na łamach Strategii Rozwoju Turystyki uważamy, że przedsiębiorczość właśnie może w znaczący sposób wzmocnić potencjał bazy turystycznej i oferty turystycznej miasta (hostele, apartamenty, galerie sztuki, usługi przewodnickie, kawiarenki itp.).

Dla rozwoju turystyki w mieście istotne jest także to, że: „Lublin jest jednym z najważniejszych ośrodków przemysłu spożywczego w kraju”. Lokalizacja miasta w rolniczym regionie, który jest spichlerzem Polski, stanowi doskonałą bazę surowcową, głównie dla produkcji roślinnej. W kilku powiatach dominują tradycyjne metody produkcji rolnej, które stanowią doskonały początek rolnictwa ekologicznego. W okolicach Lublina usytuowane są także gospodarstwa rolne o wysokim potencjale, produkujące na potrzeby przetwórstwa owocowo-warzywnego. Producentów wspiera dobrze rozwinięta sieć instytucji otoczenia rolnictwa. Wobec niewątpliwych atutów rozwojowych tej branży, miasto Lublin ma szansę stać się czołowym ośrodkiem certyfikacji i badań nad żywnością w Polsce”.

D. Akademickość.

Nie wpływa wprost na rozwój turystyki, ale znacząco modyfikuje atmosferę i działania kulturalne w mieście. Szczególnie rozumiana jako magnes do przyciągania młodzieży z Polski i ze świata, działa także jako impuls do podejmowania decyzji wyjazdowych w grupie wiekowej 18-25 lat. Jakość życia akademickiego procentuje także inicjatywami festiwalowymi, koncertowymi czy animacją kulturalną pojmowana szeroko. Atrakcyjność turystyczna miasta jest także istotna dla rozwoju funkcji akademickiej, im więcej młodych ludzi odwiedzi Lublin w celach turystycznych, tym więcej wybierze miasto jako miejsce studiów.

W dokumencie SRL wskazano również na najważniejsze obszary, które będą motorami rozwoju miasta nazywając je obszarami inspiracji. Do najbardziej istotnych z perspektywy rozwoju turystyki zaliczyć można w szczególności:

7.7. Miasto 2.0. – miasto jako dynamiczny sieciowy system informatyczny

7.8.Dziedzictwo jako szansa – dziedzictwo odczytane na nowo i przedstawione za pomocą nowoczesnych środków, jako czynnik atrakcyjności miasta dla mieszkańców i turystów.

7.9. 700-lecie lokacji Lublina – szczególny charakter roku 2017 można wykorzystać jako dodatkowy aspekt promocji turystycznej Lublina.

7.10. Eksperyment i zabawa – zabawa rozumiana jako nowoczesna metoda poznania, interakcji, dla której przeciwieństwo stanowi nie praca… lecz depresja. Zakłada ona możliwość skuteczniejszej komunikacji z nowymi, szczególnie młodymi odbiorcami.

7.17. Kompetencje wschodnie – niezbędne również do kreacji autentycznego i niepowtarzalnego w skali Europy produktu turystycznego, o wysokiej atrakcyjności rynkowej zarówno dla odbiorców ze wschodu jak i zachodu Europy.

LUBLIN. EUROPEJSKA STOLICA KULTURY 2016, APLIKACJA FINAŁOWA, UM LUBLIN 2011

Turystyka kulturowa jest w dzisiejszych czasach jednym z głównych nurtów turystyki miejskiej na świecie. Konkurs Europejska Stolica Kultury 2016 dał Lublinowi bezprecedensową szansę na silne zaznaczenie swojej obecności na turystycznej mapie Polski i Europy, jako miejsca żywego i wielokulturowego, które warto odwiedzić. Aplikacja finałowa Lublina do tytułu ESK 2016 zakłada realizację wielu innowacyjnych projektów, związanych z szeroko pojętą kulturą, które z pewnością przyciągnęłyby niejednego turystę. Wykonana praca jest także bogatym źródłem inspiracji dla autorów niniejszej Strategii Rozwoju Turystyki, którzy dostrzegają ogromny potencjał w rozwoju turystyki kulturowej w mieście, dlatego też zamierzają czerpać pomysły bezpośrednio z zapisów analizowanego dokumentu.

Po lekturze aplikacji finałowej Lublina do Europejskiej Stolicy Kultury 2016 nie sposób oprzeć się wrażeniu, iż kultura oraz fakt ubiegania się o tytuł ESK trwale odmieniły Lublin. Mimo przegranej rywalizacji z Wrocławiem, w mieście widać efekty podjętych już kroków, które objawiają się na wiele sposobów. Pozytywna energia do zmian, powszechne wykorzystywanie efektów synergicznych oraz holistyczny charakter prowadzonych działań są w Lublinie zauważalne i przede wszystkim odczuwalne. Nieodzownym elementem obecnie wdrażanych projektów jest silne przywiązanie do roli konsultacji społecznych i międzysektorowej współpracy ponad podziałami, co z pewnością jest cenną

spuścizną „lubelskiej ESK-i". Powstałe pracownie czy „myślarnie" oraz Społeczny Komitet Organizacyjny „SPOKO", który zwany był „alternatywną radą miasta", są tego najlepszym przykładem, gdyż Lublin czerpie z ich dorobku, wdrażając niektóre z projektów lub opracowując „Nową Strategię Rozwoju Kultury – Lublin 2020". Klimat oraz zakres obecnie prowadzonych w mieście działań silnie koresponduje z zapisami zawartymi w aplikacji, a gdyby chciano określić je jednym, najlepiej charakteryzującym słowem, byłoby to słowo: OTWARTOŚĆ. Z całą pewnością prawdą są słowa zawarte we wstępie analizowanego dokumentu, mówiące, iż „Lublin dojrzał zarówno do udźwignięcia wygranej, jak i do przegranej", gdyż przyjeżdżając do miasta człowiek odnosi nieodparte wrażenie, że Lublin już wygrał.

Aplikacja finałowa Lublina jest dokumentem tak śmiałym, innowacyjnym i pełnym ciekawych inicjatyw, iż nie sposób wymienić w tym miejscu wszystkich najważniejszych. W zamierzeniu autorów kultura ma stać się kołem zamachowym dla rozwoju społeczno-gospodarczego całego miasta, a rozwijający się i odważnie kroczący w przyszłość Lublin, stawia sobie za cel pociągnięcie za sobą nie tylko całego regionu, ale całej Polski Wschodniej – z Białymstokiem i Rzeszowem na czele – oraz zachodnich rubieży Ukrainy, współpracując aktywnie z Lwowem. W ten sposób w ramach działań skupionych w osi tematycznej „Wobec Wschodu" Lublin realizuje ogólnopolską aspirację do bycia mostem łączącym Europę Wschodnią z Zachodem, a zarazem podkreśla swoje wyjątkowe położenie na styku dwóch przenikających się światów – rozwiniętej Unii Europejskiej i trochę „egzotycznego" dla większości Europejczyków Wschodu. Zawiązane kontakty między ludźmi oraz wytworzone partnerstwa z innymi miastami, to efekt silnej współpracy, wymiany opinii oraz wielu podróży odbytych między Lublinem a innymi europejskimi miastami – Liverpoolem, Budapesztem, Linzem, Koszycami, Istambułem, Tbilisi, Baku i wieloma innymi. To imponuje oraz wskazuje, w jaki sposób Lublin planuje współtworzyć i wykorzystywać ideę zjednoczonej Europy, w której obecnie funkcjonujemy.

Mimo pewnego elementu „utopijności", dokument zawiera ogromną liczbę pomysłów i planowanych do wdrożenia działań, które są śmiało realizowane. Przykładem może być chociażby Centrum Spotkania Kultur czy rozbudowa Ośrodka Praktyk Teatralnych w Gardzienicach. Jako iż autorzy za jeden z głównych celów stawiają sobie połączenie kultury z ekologią, turystyką i przedsiębiorczością, w dokumencie nie brakuje pomysłów na zainwestowanie w „turystykę kulturową, przez rozwój szlaków kulturowych, wiosek tematycznych, kultury tradycyjnej i rewitalizacji dziedzictwa duchowego".

W ramach aplikacji do ESK przygotowano szereg projektów, które mogłyby znacząco podnieść atrakcyjność turystyczną miasta. Wśród nich wymienić można przede wszystkim:

- KULTURA KULINARNA – Eko-Kulinaria w Lublinie – prezentowana od maja do października wielka wystawa naturalnej żywności odbywająca się w Muzeum Wsi Lubelskiej.
- WJAZD SITARZY DO LUBLINA – niegdyś sitarze wędrowali po całej Europie, sprzedając swoje wyroby. Ich witanie oraz żegnanie przybrało formę uroczystego obrzędu. Projekt przewidywał odtworzenie drogi sitarzy z Biłgoraja do Lublina.
- Lubelska Karta Gościnności – miała skodyfikować zasady, które stałyby się podstawą do stworzenia europejskiego znaku „Miasto Gościnne".
- Bramy Miasta – zapewnienie wszystkim odwiedzającym niezbędnych informacji w miejscach takich jak dworce, lotnisko, taksówki czy autobusy.
- Kwatery Kultury – „program udostępniania stancji, mieszkań studenckich i apartamentów prywatnych turystom." Wdrożenie tego programu pozwoliłoby czasowo podnosić dostępność tańszej bazy noclegowej, która obecnie nie jest dostatecznie rozwinięta.

- DŹWIĘKOWY ATLAS LUBELSZCZYZNY – „stworzenie utworów muzyki współczesnej w oparciu o dźwięki i melodie nagrane w ciągu jednego dnia, o różnych porach, w miastach i wioskach województwa lubelskiego.” Multimedialny odtwarzacz znajdujący się w Lublinie może stać się swoistą bramą do odkrycia atrakcyjności turystycznej całego regionu.
- TAJEMNICZY OGRÓD – „położony w centrum Lublina Ogród Saski zamieniony zostanie w dziecięcą, magiczną krainę marzeń, przygody i przyjaźni”. Powstanie także scena, na której będą odbywały się plenerowe spektakle przygotowane przez Teatr Lalki i Aktora.
- MIEJSKIE METAMORFOZY – czyli festiwal światła i „mappingu”, pokazywania wielkoformatowych obrazów na fasadach budynków.
- JUWENALIA EUROPEJSKIE – przy odpowiednio atrakcyjnym programie mogą stać się wydarzeniem ogólnopolskim na miarę warszawskich „Ursynaliów”.
- CENTRUM ZABAWY WIEDZĄ – nowoczesne miejsce edukacji poprzez zabawę. Centrum wpisuje się w trend tworzenia interaktywnych muzeów mocno angażujących odbiorcę, który podczas poznawania może dowolnie „bawić się” ekspozycją.
- KULTURA MIEJSKA – realizowany przy udziale zagranicznych miast-partnerów program wspierania „sztuki ulicy” i wszelkich jej przejawów, takich jak graffiti, skateboarding, parkour, freerun, czy kultura klubowa. Street art potrafi być wyjątkowo atrakcyjny dla masowego odbiorcy, stąd też konieczność silnego promowania wydarzeń odbywających się w ramach programu.

STRATEGIA WSPIERANIA ROZWOJU SPORTU I REKREACJI W LUBLINIE DO ROKU 2015, UM LUBLIN, 2011

Przyjęta w połowie roku 2012 przez Radę Miasta Strategia określa priorytety z zakresu wspierania sportu i rekreacji w mieście Lublin. Realizacja zapisów Strategii ma się przyczynić do upowszechnienia sportu i rekreacji wśród młodzieży i mieszkańców Lublina, a także umożliwić im podziwianie widowisk sportowych na wysokim poziomie krajowym i europejskim. Poza sportem wyczynowym i młodzieżowym obszerna część dokumentu poświęcona jest zagadnieniu rekreacji, która uznawana jest za jeden z kluczy do zdrowia lubelskiego społeczeństwa. Określona misja przewiduje m.in. stwarzanie warunków do uprawiania różnych form rekreacji, równomierny rozwój oraz udostępnianie obiektów sportowych. Realizacja zamierzonych celów skupionych wokół rekreacji oraz sportu kwalifikowanego i młodzieżowego jest w dużej mierze związana z inwestycjami infrastrukturalnymi: w bazę przyszkolną, miejską i osiedlową oraz w obiekty sportowo-widowiskowe. Wraz z tymi inwestycjami przewidywana jest również: intensyfikacja działań w ramach szkolenia, promocja zdrowego trybu życia oraz współpraca między różnymi podmiotami, zajmującymi się sportem – Ministerstwem Sportu i Turystyki, klubami, szkołami czy MOSiR-em.

Z punktu widzenia autorów SRT Miasta Lublin zapisy tego dokumentu są istotne w zakresie inwestycji w infrastrukturę, z której korzystać będą mogli także turyści odwiedzający miasto. Miejsca odpoczynku i rekreacji dedykowane przede wszystkim mieszkańcom wpływają także na wizerunek i przyjazność miasta w oczach odwiedzających, którzy chętnie spędzą czas w atrakcyjnym parku, na basenie czy też lodowisku. Ponadto warto pamiętać, iż duże obiekty sportowe, takie jak hala czy stadion, stać się mogą miejscami kongresów, wystaw czy konferencji, co zwiększy liczbę turystów biznesowych w Lublinie.

Dodatkową korzyścią dla sektora turystyki może być fakt korzystniejszego wizerunku Lublina, będącego efektem skutecznej promocji miasta poprzez sport kwalifikowany na wysokim poziomie.

Zarówno imprezy sportowe wysokiej rangi, jak i kluby uczestniczące w rozgrywkach na najwyższych szczeblach krajowych i w rozgrywkach europejskich, mogą skutkować pozytywnymi informacjami na temat Lublina w mediach. Oprócz imprez, które relacjonowane są na całym świecie (jak EURO 2012) sport może sławić imię danego miasta w inny, nieco zaskakujący sposób. Przykładem może być popularność miasteczka Wisła w Beskidzie Śląskim, rozsławionego przez sukcesy Adama Małysza lub angielskie „robienie Poznania" (ang. „do the Poznan") zapoczątkowane przez kibiców Lecha Poznań podczas meczu Ligi Europy w Manchesterze w październiku 2010.147

Wydarzenia sportowe mogą mieć także wymierne korzyści dla lokalnej branży turystycznej. Przy odpowiednim wsparciu finansowym oraz wykorzystaniu marketingowego potencjału lokalnych klubów i organizowanych imprez, sport może stać się jednym z motywów podróży turystycznych do Lublina, zapełniając przy tym obiekty noclegowe w mieście. Jest to z pewnością możliwe, jeśli odbywające się wydarzenia będą rozgrywane na międzynarodowym szczeblu.

STRATEGIA MARKI LUBLIN – MIASTO INSPIRACJI, UM LUBLIN 2007

Strategia marki Miasta Lublin obejmuje pozycjonowanie oraz elementy strategii komunikacji. Jej zapisy są niezwykle istotne z punktu widzenia rozwoju turystyki i budowania wizerunkowych produktów turystycznych, będą one miały bowiem kapitalne znaczenie dla budowania wizerunku Lublina nie tylko jako destynacji turystycznej, ale również miasta jako takiego. Analiza założeń Strategii marki pokazuje, iż występuje pełna kompatybilność między dwoma dokumentami.

Strategia marki Miasta Lublin definiuje:

- elementy pozycjonowania - Dziedzictwo - Lublin to miasto o blisko 700 – letniej historii obfitującej w ważne i malownicze wydarzenia rodzące się na styku kultury polskiej i wschodnich kresów Rzeczypospolitej. Nie można w pełni zrozumieć tego miasta bez poznania jego tradycji jagiellońskich, wielokulturowości i wieloreligijności, jak również przedwojennej wagi diaspory żydowskiej. Lublin to historycznie miejsce styku cywilizacji zachodniej z duchowością wschodnią. Dziedzictwo miasta jest jednym z bardziej znaczących na tle innych polskich miast;
- kluczowe wątki z historii marki ważne dla jej dzisiejszej tożsamości: świetność okresu jagiellońskiego, wielokulturowość i tradycja jarmarków, tolerancja religijna wspierająca wielowyznaniowość (żydzi, katolicy, ewangelicy i prawosławni), sztuka i literatura renesansowa, przedwojenna diaspora żydowska,
- wyjątkowość marki: bogactwo historyczne i kulturalne miasta w kameralnej, a przez to niepowtarzalnej, inspirującej odsłonie, potencjał kreatywny tkwiący w młodych ludziach,
- kompetencja „wschodnia" będąca pochodną bliskości geograficznej wschodu i specyficznej duchowości kresowej, potencjał ekologiczny produktów (organic food),

147 Charakterystyczny sposób stadionowej zabawy podpatrzony został przez kibiców Manchesteru City i szybko rozprzestrzenił się po Wyspach Brytyjskich pod nazwą „Poznan". Obecnie spotkać go można nie tylko na stadionach. 16 grudnia 2012 r. 15 tysięcy widzów wykonało „Poznan" podczas ceremonii wręczenia nagród Sportowych Osobistości Roku BBC (ang. BBC Sports Personality of the Year), w obecności między innymi brytyjskiej Księżnej Kate: http://www.bbc.co.uk/sport/0/sports-personality/20749871

- wizję marki: punkt widzenia - Lublin jest miastem, w którym świadomość bogactwa przeszłości powinna inspirować przyszłość. Przyszłość kulturalną, akademicką i biznesową; obietnica - Chcemy by Lublin wyzwalał w ludziach zmianę oraz odkrywcze i twórcze myślenie; sposób działania - Aby zrozumieć Lublin trzeba go poczuć. Lublin należy doświadczać a nie jedynie oglądać[148].

Przedstawione w części strategicznej SRT wizja oraz misja Lublina jako destynacji turystycznej w pełni oddają ideę marki Lublin – Miasto Inspiracji. Również zaproponowany program rozwoju produktów turystycznych odnosi się do wskazanych elementów pozycjonowania i tożsamości marki. Zdecydowanie więc wdrożenie Strategii rozwoju turystyki przyczyni się w dużej mierze do budowania marki miasta zgodnie z zapisami strategii marki.

* * *

Wśród dokumentów rozwojowych Lublina nie powstał dotychczas żaden, który ściśle odnosiłby się do zagadnień gospodarki turystycznej. W przeanalizowanych dokumentach pojawiają się co prawda nawiązania do turystyki, jednakże można odnieść wrażenie, iż jest to raczej wypadkowa podstawowej cechy turystyki – interdyscyplinarności. Turystyka czerpie bowiem z wielu różnych dziedzin życia, np. kultury, sportu i rekreacji. Dowodem na to są wskazane w tym rozdziale plany z aplikacji finałowej miasta do konkursu na Europejską Stolicę Kultury 2016. Ich realizacja z pewnością przyczyniłaby się do wzrostu atrakcyjności turystycznej Lublina, a co za tym idzie, zwiększenia intensywności ruchu turystycznego w mieście, jednak byłby to efekt osiągnięty niejako „przy okazji", podczas rozwoju innego sektora. Z kolei na łamach Strategii Rozwoju Lublin 2020 elementy gospodarki turystycznej wskazywane są jako czynnik wspierający lub uzupełniający rozwój miasta, w ramach obszarów takich jak otwartość, przyjazność czy akademickość. Dokument ten ze względu na mnogość tematów, które zostały w nim podjęte, nie traktuje turystyki priorytetowo.

Zapisy przeanalizowanych dokumentów odnoszące się do turystyki stanowiły wielokrotnie inspirację dla autorów niniejszej Strategii. Plany w nich przygotowane zostały potraktowane jako cenny wkład do dalszych prac nad programowaniem turystycznego rozwoju Lublina. Wiele pomysłów na ten rozwój zostało zaczerpniętych właśnie z powyższych dokumentów. Kompleksowe ujęcie turystyki w ramach sektorowej strategii da ogromne możliwości rozwoju tej dziedziny gospodarki i pozwoli uczynić w przyszłości Lublin jednym z najatrakcyjniejszych turystycznie miast Polski, z wypracowaną silną i wyróżniającą się marką miejsca.

[148] Źródło: www.um.lublin.pl

Słowniczek pojęć

A. POJĘCIA PODSTAWOWE

Ze względu na mnogość definicji pojęcia „turystyka" (a co za tym idzie także terminu „turysta"), niezbędne jest przyjęcie jednolitej terminologii, na potrzeby niniejszego dokumentu.

Generalnie, w literaturze przedmiotu dla opisania zjawiska przyjmuje się, że:

Turystyka – zespół stosunków i zjawisk, które wynikają z dobrowolnej podróży i pobytu osób przyjezdnych, jeśli nie występuje w związku z tym osiedlenie i podjęcie pracy zarobkowej.149 To aktywność czasu wolnego, zakładająca zmianę stałego miejsca pobytu. Więc to ruch, poruszanie się jest tym, co czyni turystę.150

Jednakże obecnie najczęściej stosowanymi, są definicje przyjęte przez Światową Organizację Turystyki (UNWTO), które precyzyjniej określają pojęcia turystyki i turysty. Jest to terminologia opracowana na potrzeby statystyczne, a jej wytyczne przyjmuje się jako wiążące na całym świecie, również w Polsce. Te definicje stosowane są przez Ministerstwo Sportu i Turystyki, Instytut Turystyki oraz Główny Urząd Statystyczny, tak więc autorzy dokumentu również przyjmują je za nadrzędne wobec wszelkich innych.

UNWTO przyjmuje co następuję:[151]

Turystyka – ogół czynności osób, które podróżują i przebywają w celach prywatnych lub zawodowych, nie dłużej niż rok bez przerwy, poza swoim codziennym otoczeniem, z wyłączeniem wyjazdów, w których głównym celem jest aktywność zarobkowa, wynagradzana w odwiedzanej miejscowości lub kraju.

Odwiedzający – każda osoba podróżująca do miejsca znajdującego się poza jej zwykłym otoczeniem, na czas nie dłuższy niż 12 miesięcy, jeśli podstawowy cel podróży jest inny niż podjęcie działalności zarobkowej, wynagradzanej w odwiedzanej miejscowości lub kraju. Odwiedzających dzielimy na turystów oraz odwiedzających jednodniowych (wycieczkowiczów).

Turysta – odwiedzający, który przynajmniej przez jedną noc korzysta z obiektów zakwaterowania zbiorowego lub kwater prywatnych w odwiedzanym kraju lub miejscowości.

Odwiedzający jednodniowy (wycieczkowicz) – odwiedzający, który spędza w odwiedzanym miejscu mniej niż 24 godziny i nie korzysta z obiektów zakwaterowania zbiorowego lub kwater prywatnych.

---

[149] Definicja wg Waltera Hunzikera. Za: A. Panasiuk, „Ekonomika Turystyki", Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.
[150] Definicja wg Marca Boyera. Za: A. Panasiuk, „Ekonomika Turystyki", Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.
[151] Źródło: www.intur.com.pl, www.media.unwto.org oraz „Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku", MSiT, Warszawa 2008.

Turystyka krajowa – podróże mieszkańców po własnym kraju.

Turystyka przyjazdowa – przyjazdy do kraju osób stale mieszkających poza nim.

Turystyka wyjazdowa – wyjazdy mieszkańców danego kraju do innych krajów.

B. RODZAJE TURYSTYKI

Podobnie jak w przypadku samej definicji turystyki, tak również w przypadku próby podziału mamy do czynienia z mnogością proponowanych definicji. Jednym z najczęściej stosowanych kryteriów jest podział ze względu na główny motyw podróży. Biorąc to pod uwagę, wyszczególniamy główne rodzaje turystyki:

Turystyka poznawcza (krajoznawcza) – turystyka krajoznawcza jest formą turystyki, której głównym celem podróży jest zwiedzanie określanego obiektu, miejsca, miejscowości czy regionu. Związana jest głównie z poznawaniem kraju ojczystego i jego różnorodnych walorów. Dominuje w niej motyw poznawczy, który połączony jest z celami edukacyjnymi i rekreacyjnym. Najsilniej rozwiniętą formą turystyki poznawczej na obszarach miejskich jest turystyka kulturowa.[152]

Turystyka kwalifikowana (aktywna) – turystyka łącząca poznawanie świata z pewnym wysiłkiem fizycznym. Wymaga ona przygotowania kondycyjnego i zawodowo-turystycznego. Wiąże się z zaspokajaniem potrzeb ruchu i wysiłku fizycznego, przyrodniczych i kulturowych oraz potrzeb informacyjno-poznawczych. Przykładem takiej turystyki jest turystyka piesza, wodna, narciarska, kolarska, motorowa.[153]

Turystyka zdrowotna – świadome i dobrowolne udanie się na pewien okres poza miejsce zamieszkania, w czasie wolnym od pracy, w celu regeneracji, dzięki aktywnemu wypoczynkowi fizycznemu i psychicznemu.[154]

Turystyka biznesowa – obejmuje wszystkie podróże służbowe lub w celach zawodowych, które nie są wynagradzane w docelowym miejscu podróży. Przykładami turystyki biznesowej mogą być: turystyka kongresowa, motywacyjna, korporacyjna bądź targowa.[155]

Turystyka religijna – turystyka, której głównym motywem są przede wszystkim aspekty religijno-poznawcze lub poznawcze. Wiąże się to z podróżami do miejsc związanymi z historią religii, obiektów sakralnych, miejsc kultu religijnego, czy też wydarzeń o charakterze religijnym.[156]

Turystyka wypoczynkowa – turystyka, której głównym motywem jest odpoczynek. Nie wymaga ona specjalistycznego przygotowania lub wiedzy ze strony uczestników. Obejmuje wiele form spędzania czasu i zależy głównie od upodobań turysty. Przykładem tej formy turystyki może być odpoczynek nad morzem (zob. Zasada „3 S") lub wyjazd w celu dokonania zakupów.[157]

---

[152] W. Kurek, „Turystyka", PWN,Warszawa 2007.
[153] W.W. Gaworecki, „Turystyka", Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2003.
[154] Tamże.
[155] R. Davidson, B. Cope, „Turystyka biznesowa", POT, Warszawa 2003.
[156] T. Jędrysiak, „Turystyka kulturowa", PWE, Warszawa 2008.
[157] A. Kowalczyk, „Geografia turyzmu", PWN, Warszawa 2002.

Z punktu widzenia turystyki w destynacji, jaką jest miasto, istotne jest zwrócenie uwagi i wyjaśnienie również innych rodzajów turystyki, wchodzących w skład opisanych wyżej.

Turystyka kulturowa – podrodzaj turystyki poznawczej, obejmujący podróże w celu zgłębiania kultury materialnej i niematerialnej odwiedzanego miejsca. Obejmuje zarówno wyjazdy turystyczne związane z dziedzictwem historycznym jak również kulturą współczesną (wysoką i popularną).[158]

Turystyka etniczna (sentymentalna, „turystyka korzeni") – podrodzaj turystyki poznawczej, której głównym celem jest poznawanie własnych „korzeni", historii rodowych i narodowych, odwiedzanie miejsc pamięci. Uczestniczący w ruchu turystycznym tego typu, w dużej mierze odbywają podróże międzynarodowe.[159]

Turystyka miejska – podróże, których głównych motywem jest korzystanie z bogatej i różnorodnej oferty miast, np. centrów handlowych, obiektów sportowych i rekreacyjnych, oferty kulturalnej oraz gastronomicznej miasta. Zakres aktywności podejmowanych przez uczestników tego typu ruchu turystycznego jest niezwykle szeroki i może stanowić różnorodne połączenie wcześniej wymienionych rodzajów np. turystyki aktywnej (aquapark), poznawczej (muzeum) i wypoczynkowej (centrum handlowe).

C. POZOSTAŁE POJĘCIA

Atrakcyjność turystyczna – składają się na nią właściwości destynacji turystycznej, które decydują o zainteresowaniu ze strony turystów. O stopniu atrakcyjności danej miejscowości, czy regionu stanowią: walory turystyczne, zagospodarowanie turystyczne oraz dostępność turystyczna.[160]

Destynacja turystyczna (ang. destination – cel, przeznaczenie) – docelowe miejsce podróży turysty, np. kraj, region lub miasto. Podczas jednej podróży turysta może zmierzać do wielu miejsc destynacji. Pojęcie jest często stosowane wymiennie z terminami: obszar recepcji turystycznej (przeciwność obszaru emisji turystycznej), miejscowość turystyczna lub region turystyczny.

Dostępność turystyczna (lub komunikacyjna) – określa możliwość dotarcia turysty do celu podjętej podróży, za pomocą środków komunikacji np. samochodowej, lotniczej, kolejowej, rowerowej, czy pieszej. Dostępność jest warunkiem koniecznym dla wykorzystania walorów turystycznych miejsca, recepcji przez turystów.[161]

Gospodarka turystyczna – dynamicznie rozwijająca się gałąź gospodarki, na którą składa się ogół środków i urządzeń oraz funkcji gospodarczych i społecznych, służących obsłudze ruchu turystycznego oraz ułatwiających zaspokojenie potrzeb turystów. Pojęcie gospodarki turystycznej jest czasami stosowane zamiennie z terminem „przemysł turystyczny".[162]

---

[158] T. Jędrysiak, „Turystyka kulturowa", PWE, Warszawa 2008.
[159] Tamże.
[160] W. Kurek, „Turystyka", PWN, Warszawa 2007.
[161] A. Kowalczyk, „Geografia turyzmu", PWN, Warszawa 2002.
162 G. Gołembski, „Kompendium wiedzy o turystyce", PWN Warszawa-Poznań 2009.

Markowy produkt turystyczny – produkt turystyczny posiadający atrybuty marki – produkt unikalny, mający coś, co wyróżnia go od innych. Marka pozwala na osiągnięcie przewagi nad konkurencją, wyróżnienie produktu na rynku i spowodowanie, że zostanie wybrany przez klientów. Posiada swoją tożsamość i wizerunek.

Produkt turystyczny – to zbiór dóbr i usług, z których turyści korzystają, i które są dla nich szczególnym przedmiotem zainteresowania.[163]

Przemysł turystyczny – kompleks przedsiębiorstw oraz innych organizacji, których działalność związana jest z zaspokajaniem potrzeb uczestników ruchu turystycznego. Do głównych sektorów przemysłu turystycznego zaliczamy: sektor bazy noclegowej i gastronomii, sektor atrakcji turystycznych, sektor transportu, sektor biur podróży, sektor promocji i informacji turystycznej. Przemysł turystyczny czasami jest utożsamiany z pojęciem „gospodarka turystyczna".[164]

Rozszerzona Rzeczywistość (ang. Augmented Reality, AR) – to system integrujący ze sobą elementy świata rzeczywistego i wirtualnego. Umożliwia wzbogacenie fizycznego otoczenia o dodatkowe treści np. grafiki 2D lub 3D, dźwięk, tekst i wideo, które możliwe są do wyświetlenia za pomocą nowoczesnego urządzenia mobilnego takiego jak smartfon czy tablet. Do poprawnego funkcjonowania aplikacji wykorzystujących rozszerzoną rzeczywistość niezbędny jest wbudowany nadajnik GPS, kompas i często, choć nie zawsze dostęp do Internetu. Dzięki połączeniu systemu AR z technologią rozpoznawania obiektów, urządzenie mobilne może obecnie służyć turyście jako multimedialny i interaktywny przewodnik i informator turystyczny o odwiedzanym miejscu.

Ruch turystyczny – zjawisko społeczno-ekonomiczne, tworzone przez zbiór podróżnych (motywowanych różnymi celami prywatnymi lub zawodowymi), czasowo i dobrowolnie opuszczających stałe miejsce zamieszkania.[165]

Szlak turystyczny – trasa naturalna lub specjalnie wytyczona, służąca celom turystycznym, którą najczęściej cechują: oznakowanie, linearność, zagospodarowanie dla potrzeb turystyki, wyodrębnienie w ramach przestrzeni turystycznej, przypisanie kryterium tematycznego. Najczęściej szlaki dzielone są ze względu na dominującą formę ruchu turystycznego, występującą na szlaku. Pod tym względem możemy wyróżnić przykładowo: szlaki piesze, rowerowe, wodne, narciarskie, konne oraz szczególnie ważne w miastach – szlaki kulturowe.[166]

Tożsamość – zbiór podstawowych dla marki wartości. Z tożsamości wypływa esencja marki, jej identyfikacja graficzna. Tożsamość jest zbiorem pierwotnych wartości dla marki, które mogą być zdefiniowane poprzez odpowiedź na pytanie o wizję, misję, wartości marki, wyimaginowanego klienta, styl i język marki.

---

[163] Aleksander Panasiuk, Ekonomika Turystyki, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.
[164] W.W. Gaworecki, „Turystyka", PWE, Warszawa 2003.
[165] Tamże.
[166] G. Gołembski, „Kompendium wiedzy o turystyce", PWN Warszawa-Poznań 2009 oraz A. Mikos von Rohrscheidt., „Turystyka kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy", Gniezno, 2008.

Walory turystyczne – zespół elementów środowiska naturalnego oraz pozaprzyrodniczego (pochodzenia antropogenicznego), które wspólnie lub każde z osobna, są obiektem zainteresowania ze strony turystów. Decydują więc o atrakcyjności turystycznej miejsca recepcji. Mogą się na nie składać np. jeziora, lasy, rzeki, rzeźba terenu czy też zabytki architektoniczne, wydarzenia i zbiory muzealne. Walor turystyczny to kategoria subiektywna, zależna od postrzegania i preferencji każdego z turystów – nie wszystkie elementy będą stanowiły walory dla wszystkich.[167]

Wskaźnik intensywności ruchu turystycznego – jeden z najczęściej stosowanych wskaźników do mierzenia zjawiska ruchu turystycznego w miejscu recepcji, obliczany jako liczba turystów odwiedzających dane miejsce w ciągu roku w przeliczeniu na 1000 mieszkańców badanego obszaru. Używany m.in. przez GUS i Eurostat, które za liczbę turystów przyjmują osoby korzystające z turystycznych obiektów zbiorowego zakwaterowania.

Wskaźnik funkcji turystycznej – mówi o zagospodarowaniu turystycznym danego miejsca w zakresie oferowanych miejsc noclegowych. Jest to suma wszystkich dostępnych miejsc noclegowych, przypadająca na 1000 mieszkańców badanego obszaru. W ten sposób liczony wskaźnik stosowany jest m.in. przez GUS i Eurostat.

Wizerunek – pierwotnie odnosił się do marki produktu, określając jej zewnętrzną percepcję. Przyjmuje się, że na wizerunek składa się szeroko pojęty odbiór marki produktu. Wizerunek jest wartością, która funkcjonuje w opiniach, sądach, przekonaniach odbiorców produktu (osób świadomych jego istnienia). Wizerunek w przypadku terytoriów, jest synonimem reputacji. Na świecie i w Polsce prowadzone są badania wizerunkowe terytoriów (krajów, regionów, miast), dostarczające reprezentatywnych danych na temat konkurencyjnej pozycji terytoriów.

Zagospodarowanie turystyczne – składają się na nie te wszystkie elementy, które umożliwiają lub ułatwiają turystom poznawanie walorów turystycznych. Są to przede wszystkim składniki bazy noclegowej i gastronomicznej, a także sportowo-rekreacyjnej, specjalistycznej lub też oznakowanie turystyczne.[168]

Zasada „3 E” – z języka angielskiego Entertainment (rozrywka), Excitement (emocje), Education (edukacja). Zgodnie z tą zasadą turysta jest zainteresowany autentycznymi przeżyciami, interakcją i zaspokojeniem potrzeb poznawczych podczas odbywania podróży turystycznej. Zasada „3 E” to współczesna przeciwność lub uzupełnienie dla tradycyjnego modelu „3 S”. Wymagający i bardzo świadomy turysta XXI wieku, oczekuje znacznie więcej niż słońce, morze i plaża – pragnie odkrywać, bawić się i poznawać inne kultury.

Zasada „3 S” – z języka angielskiego Sun (słońce), Sea (morze), Sand (plaża). To powszechny model odnoszący się do zjawiska turystyki masowej, którego rozwój zależy głównie od strefy klimatycznej danego miejsca recepcji turystycznej. Współcześnie, idea „3 S” jest coraz częściej wypierana lub uzupełniana przez model „3 E”, który w większym stopniu zaspokaja potrzeby coraz bardziej świadomych i wymagających turystów.

[167] A. Kowalczyk, „Geografia turyzmu”, PWN, Warszawa 2002.
[168] Tamże.

Spis tabel, wykresów i ilustracji

Tabela 1 Dostępność komunikacyjna Lublina 12
Tabela 2 Frekwencja obiektów muzealnych w Lublinie w 2012 roku 35
Tabela 3 Oferta cyklicznych wydarzeń w Lublinie, o największym potencjale generowania ruchu turystycznego 50
Tabela 4 Oferta wydarzeń turystycznych w Lublinie 60
Tabela 5 Turystyczne obiekty zbiorowego zakwaterowania w Lublinie wg rodzajów (2012) 65
Tabela 6 Obiekty hotelarskie w Lublinie w podziale na kategorie (sierpień 2013) 66
Tabela 7 Dane wskaźnikowe dla Lublina, województwa lubelskiego i Polski (2012) 67
Tabela 8 Wskaźniki turystyczne dla Lublina, województwa lubelskiego i Polski (2012) 67
Tabela 9 Obiekty szkoleniowe, konferencyjne i wystawiennicze w Lublinie 84
Tabela 10 Uczestnicy wydarzeń biznesowych (2010) oraz imprez organizowanych przez instytucje kultury (2011) w wybranych miastach Polski 105
Tabela 11 Konkurencyjność wybranych miast Polski w zakresie dostępnych miejsc noclegowych oraz obsłużonych pasażerów w portach lotniczych (2011) 107
Tabela 12 Konkurencyjność cenowa wybranych miast Polski w zakresie wyżywienia oraz noclegów (2010) 109
Tabela 13 Porównanie strategicznych kierunków rozwoju funkcji turystycznej miast konkurencyjnych względem Lublina 112
Tabela 14 Instytucje o istotnym znaczeniu dla rozwoju turystyki 116
Tabela 15 Wiodące formy turystyki w Lublinie – turystyka kulturowa 121
Tabela 16 Wiodące formy turystyki w Lublinie – turystyka aktywna i kwalifikowana 122
Tabela 17 Wiodące formy turystyki w Lublinie – turystyka miejska 123
Tabela 18 Wiodące formy turystyki w Lublinie – turystyka biznesowa 123
Tabela 19 Wiodące formy turystyki w Lublinie - Turystyka sentymentalna (turystyka korzeni) 124
Tabela 20 Tematy wspólnej oferty turystycznej miasta i regionu 132
Tabela 21 Analiza SWOT: Marka i wizerunek Lublina 137
Tabela 22 Analiza SWOT: Produkt turystyczny – oferta turystyczna Lublina 138
Tabela 23 Analiza SWOT: Infrastruktura turystyczna 142
Tabela 24 Analiza SWOT: Zasoby ludzkie-aktywność społeczna i kapitał społeczny dla turystyki .. 143

Wykres 1 Międzynarodowe podróże turystyczne (mln) – prognoza do roku 2030 5
Wykres 2 Uczestnictwo Polaków w krajowych podróżach tur. (w mln) – prognoza do 2017 roku 8
Wykres 3 Przyjazdy cudzoziemców do Polski (w mln) – prognoza do 2017 roku 8
Wykres 4 Mapa konkurencyjności wybranych miast Polski w zakresie liczby uczestników wydarzeń kulturalnych i turystów biznesowych 106
Wykres 5 Mapa konkurencyjności wybranych miast Polski dla turystów zagranicznych 108
Wykres 6 Mapa konkurencyjności cenowej wybranych miast Polski w zakresie wyżywienia oraz noclegów 110

Ilustracja 1 Znaczenie sektora turystyki w światowej gospodarce 6
Ilustracja 2 Natężenie krajowego ruchu turystycznego w 2010 r. (mapka lewa) i 2012 r. (mapka prawa) według województw i liczby krajowych podróży turystycznych, ogółem w mln. 7
Ilustracja 3 Liczby wizyt (w mln) turystów zagranicznych według województw w 2010 r. 7
Ilustracja 4 Udział turystyki w PKB Europy (%) 9

Ilustracja 5 Sektor turystyki w gospodarce narodowej Polski (% udział w PKB) 9
Ilustracja 6 Prognoza zmian zatrudnienia w sektorach gospodarki w Europie na lata 2012-2022 (% wzrostu w stosunku do roku poprzedniego) 10
Ilustracja 7 Procent zatrudnienia w sektorze turystyki w Polsce w całości osób zatrudnionych 10
Ilustracja 8 Położenie Lublina na mapie Polski. 12
Ilustracja 9 Port Lotniczy Lublin..... 15
Ilustracja 10 Położenie Lublina na Wyżynie Lubelskiej. 17
Ilustracja 11 Amfiteatr w Ogrodzie Saskim 20
Ilustracja 12 Freski z kaplicy Trójcy Świętej, Herb Władysława Jagiełły, króla Polski, Kaplica Trójcy Świętej. 24
Ilustracja 13 Logo Szlaku Jagiellońskiego i Szlaku Kupieckiego. 25
Ilustracja 14 Zamek Lubelski. 27
Ilustracja 15 Freski w Kaplicy Trójcy Św. 27
Ilustracja 16 Trybunał Koronny. 28
Ilustracja 17 Brama Grodzka. 29
Ilustracja 18 Brama Krakowska. 29
Ilustracja 19 Pomnik Unii Lubelskiej na Placu Litewskim. 30
Ilustracja 20 Kościół pw. św. Agnieszki 34
Ilustracja 21 Muzeum na Majdanku. 36
Ilustracja 22 Muzeum Wsi Lubelskiej. 36
Ilustracja 23 Izba Drukarstwa. 37
Ilustracja 24 Piwnica pod Fortuną. 37
Ilustracja 25 Zabytkowa studnia – pozostałość dzielnicy żydowskiej. 38
Ilustracja 26 Macewa Widzącego z Lublina na starym cmentarzu żydowskim. 38
Ilustracja 27 Okładka „Sztukmistrza z Lublina”. 39
Ilustracja 28 Ulica Grodzka, wejście do siedziby Teatru NN. 40
Ilustracja 29 Projekt Centrum Spotkania Kultur. 45
Ilustracja 30 Klasztor powizytkowski po renowacji. 45
Ilustracja 31 Restauracja Mandragora. 68
Ilustracja 32 Restauracja Sielsko Anielsko. 69
Ilustracja 33 W restauracji Grodzka 15. 69
Ilustracja 34 Tradycyjny lubelski cebularz i Forszmak lubelski. 71
Ilustracja 35 Schemat pięciu miejskich szlaków kulturowych 73
Ilustracja 36 Kajak przy pomoście. 82
Ilustracja 37 Sala konferencyjna. 83
Ilustracja 38 Wizualizacja Lubelskiego Centrum Konferencyjnego. 86
Ilustracja 39 Hala sportowo-widowiskowa Globus. 87
Ilustracja 40 Projekt nowego stadionu miejskiego. 89
Ilustracja 41 Tabliczka w alfabecie Braille’a na dole tablicy informacyjnej na Szlaku Esperanto i Wielu Kultur w Białymstoku i Szlaku Modernizmu w Gdyni. 91
Ilustracja 42 Makieta na Ostrowie Tumskim w Poznaniu, Plan katedry na Ostrowie Tumskim w Poznaniu 92
Ilustracja 43 Mapa Polski na portalu Trip Advisor 111

Lublin
MIASTO INSPIRACJI

STRATEGIA ROZWOJU TURYSTYKI MIASTA LUBLIN DO ROKU 2025
CZĘŚĆ II STRATEGICZNA

landbrand
wyróżniamy miejsca

ROZWÓJ POLSKI WSCHODNIEJ
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO

Projekt współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej 2007-2013

Spis treści

1. Wstęp do części strategicznej 3
2. Wizja i misja turystyki w Mieście Lublin 4
3. Cele strategiczne i operacyjne rozwoju turystyki w Lublinie 7
4. Program Rozwoju Produktów Turystycznych Miasta Lublina 9
4.1. Produkty wiodące 11
4.1.1. Obszar produktowy Lublin Open Culture 11
4.1.2. Produkt wiodący Lublin Jagielloński 21
4.1.3. Produkt wiodący Lublin Żydowski 29
4.1.4. Produkt wiodący Lublin Turystyki Biznesowej 33
4.1.5. Produkt wiodący Lublin Smaków 37
4.2. Produkty uzupełniające 42
4.2.1. Lublin Filmowy 42
4.2.2. Lublin. Drogi do Wolności 45
4.2.3. Lublin Aktywny 365 48
4.2.4. Lublin Historyczny 53
4.3. Produkty regionalne 58
4.3.1. Legendy Lubelskie 58
4.3.2. Aktywna Lubelszczyzna 60
4.3.3. Renesans Lubelski 62
4.3.4. Rezydencje Magnackie 64
4.3.5. Wielokulturowa Lubelszczyzna 66
4.4. Programy Horyzontalne 68
Słowniczek pojęć 74
Spis ilustracji 79

1. Wstęp do części strategicznej

Część strategiczna dokumentu Strategia Rozwoju Turystyki dla Miasta Lublin do roku 2025 określa pożądany stan rozwoju funkcji turystycznej Lublina w 2025 roku oraz wskazuje na niezbędne do podjęcia kroki do jego osiągnięcia.

Stan rozwoju funkcji turystycznej Lublina w 2025 roku jest opisany w wizji turystycznej miasta. Wskazuje ona na najważniejsze założenia funkcjonowania turystyki w Lublinie. W sposób syntetyczny przedstawia założenia, dzięki którym oferta turystyczna Lublina będzie unikatowa i konkurencyjna.

Realizacji wizji turystycznej miasta ma służyć misja. Misja turystyczna Lublina opisuje, w jaki sposób różnorodne podmioty, kreujące ofertę turystyczną miasta, powinny ze sobą współpracować. Koniecznym krokiem do osiągnięcia założeń opisanych w wizji jest postrzeganie turystyki jako gałęzi gospodarki, generującej istotne wpływy do budżetu miasta oraz przedsiębiorstw działających w Lublinie. Aby turystyka w Lublinie mogła rozwijać się bez przeszkód konieczne jest wypracowanie standardów współpracy podmiotów, których oferta może zainteresować odwiedzających. Mowa tutaj o instytucjach działających w takich sferach aktywności jak: sport, kultura, sztuka, kulinaria.

Kolejny poziom działań, które należy podjąć programując rozwój funkcji turystycznej Lublina do roku 2025, został opisany w strukturze celowej dokumentu. Cele strategiczne w dokumencie ogniskują się w kilku najważniejszych obszarach tematycznych. W każdym z nich wskazano bardziej szczegółowe zagadnienia w ramach celów operacyjnych. Ich realizacja zapewni niezbędne warunki współdziałania podmiotom tworzącym ofertę turystyczną miasta, przyczyni się do przystosowania przestrzeni publicznej Lublina dla potrzeb turystów, jak również umożliwi odwiedzającym skorzystanie z oferty miasta, o której informacja była trudno dostępna lub nawet nieosiągalna.

Kluczowe dla rozwoju funkcji turystycznej Lublina jest przygotowanie oferty produktów turystycznych. Ich koncepcja została przedstawiona w Programie Rozwoju Produktów Turystycznych Miasta Lublina. W celu optymalnego wykorzystania atrakcyjności turystycznej miasta, zdiagnozowanej w części analitycznej dokumentu, oraz mając na uwadze ograniczone środki przeznaczone na wdrożenie, zaproponowano 3 grupy produktów. Pierwsza grupa zawiera produkty wiodące – oparte na obszarach, które wyróżniają miasto w skali krajowej lub europejskiej i cechują się największym potencjałem generowania ruchu turystycznego w Lublinie. Kolejną grupę stanowią produkty uzupełniające, kierowane raczej do odbiorcy regionalnego i krajowego. Dodatkowo wskazano produkty turystyczne, które w pełni funkcjonować mogą dopiero w kontekście powiązania z ofertą regionu.

Na każdym poziomie konkretyzacji wskazań, począwszy od wizji, aż do rekomendowanych nowych działań, rozwijających produkty turystyczne, eksponowano unikatowe dla Lublina wartości podkreślające jego tożsamość i specyfikę. Pozwoliło to powiązać funkcję turystyczną miasta z założeniami przyjętymi przy kreowaniu oferty kulturowej miasta czy jego marki. W zakresie proponowanej wiązanki produktów turystycznych opracowano propozycje czterech programów horyzontalnych. Mają one na celu napełnienie oferty produktowej Lublina aspektami wynikającymi z powiązania z marką, regionem, wschodem Europy. Cechą wyróżniającą lubelskie produkty turystyczne ma być również wsparcie najnowszymi technologiami IT, służącymi interaktywnemu odbiorowi turystyki.

2. Wizja i misja turystyki w Mieście Lublin

Czym jest wizja?

Wizja opisuje docelowy obraz funkcjonowania turystyki w mieście po wdrożeniu zapisów *Strategii Rozwoju Turystyki Miasta Lublina do roku 2025*. Wizja jest swego rodzaju „pocztówką z przyszłości", opisującą jak może wyglądać turystyczny aspekt funkcjonowania Lublina przy założeniu, że nastąpią sprzyjające okoliczności w postaci realizacji celów i projektów zawartych w niniejszej strategii.

Wizja turystyczna Lublina

Motto Wizji: „Turystyczny Lublin – otwiera wszelkie zmysły, ubogaca, czerpie z historii w sposób fascynujący współczesnych, jest otwarty, profesjonalny i przyjazny, kroczy śmiałą, autorską ścieżką, przybliża Wschód. Inspiruje"

Lublin oferuje wyjątkowe przeżycia turystyczne, które angażują w pełni turystę i zapraszają do interakcji. Jego oferta turystyczna nie jest oglądana, jest doświadczana i przeżywana. Dlatego zapamiętywana jest na zawsze.

Miasto jest liderem w kształtowaniu oferty umiejętnie łączącej ważne dla Polski i Europy zagadnienia historyczne z najnowszymi technologiami ułatwiającymi ich zrozumienie.

Wizyta turystyczna w Lublinie odmienia. Daje poczucie odkrycia czegoś nowego i istotnego. Dodaje energii do wprowadzenia w życiu zmian na lepsze.

Miasto rozwija swoją ofertę turystyczną poprzez zastosowanie autorskiego i unikalnego podejścia do takich zagadnień jak: tożsamość miasta, kulinaria, sztuka w przestrzeni miejskiej, wydarzenia kulturalne, nowoczesne szlaki miejskie.

Jako największe miasto oraz ośrodek biznesowy i akademicki Polski Wschodniej, Lublin jest miejscem spotkań profesjonalistów, podczas wydarzeń turystyki biznesowej.

W Lublinie turysta ma do dyspozycji przyjazną i dobrze zorganizowaną przestrzeń turystyczną, zarówno w obszarze Starego Miasta, jak i kluczowych węzłów obsługi ruchu turystycznego.

Miasto otwiera turystę polskiego i europejskiego na możliwości poznania krajów położonych za wschodnią granicą Unii Europejskiej.

W powyższej wizji zawarte są kluczowe aspekty funkcjonowania Lublina jako celu podróży turystycznej: Miasto – które poprzez szczery i inspirujący dialog z turystą realizuje założenia nurtu turystyki 3 E (Enterntainment, Excitement, Education). Bawi, uczy i fascynuje, angażując w proces przeżycia turystycznego wszelkie zmysły, począwszy od wzroku, słuchu, smaku i zapachu, na dotyku skończywszy.

Lublin – otwiera wszelkie zmysły. Wizyta turystyczna w mieście zawsze wzbogaca kulturowo, poznawczo, duchowo, czy dostarcza nowej wiedzy lub umiejętności. Przez to wspomnienia z pobytu turystycznego w mieście są zapamiętywane na dłużej.

Lublin – historia, która fascynuje. Aspekty historii w ofercie turystycznej miasta są podstawą do zbudowania nowoczesnego i angażującego produktu turystycznego oraz szlaków turystycznych. Turysta ma wrażenie bezpośredniego uczestnictwa w jej wydarzeniach i osadzenia w jej realiach. Dzieje się tak z powodu wykorzystania najnowszych technologii ekspozycyjnych, narzędzi

bezpośredniego poznania opartych o rozszerzoną rzeczywistość, aplikacji mobilnych i elementów audiowizualnych w przestrzeni miasta.

Lublin – unikalna oferta turystyczna. Wydarzenia i festiwale odbywające się w mieście oparte są na autorskich pomysłach i podejściu wypracowanym w Lublinie. Oryginalność lubelskiej oferty wydarzeń gwarantuje jej konkurencyjność w skali kraju i Europy.

Festiwalowa atrakcyjność miasta przez cały rok. Kluczowe wydarzenia w mieście są kulminacyjnymi momentami w całorocznej ofercie turystycznej, świadczonej w ramach markowych produktów turystycznych. Dzięki nim rozwija się unikatowa oferta wokół tematów takich jak: Jagiellonowie, nowy cyrk, sztuka współczesna, czy kulinaria.

Miasto spotkań profesjonalistów. Oferta turystyczna w mieście świadczona jest w sposób profesjonalny. Istotnym jej elementem jest przemysł spotkań rozwijany w oparciu o potencjał Portu Lotniczego Lublin i Targów Lublin uzupełniany zasobami bazy hotelowo-konferencyjnej. Miasto posiada swoją specjalizację między innymi w organizowaniu spotkań dotyczących wymiany doświadczeń i know-how na linii kraje Unii Europejskiej – wschodni sąsiedzi Unii Europejskiej.

Lublin – miasto przyjazne i otwarte. Miasto jest otwarte na potrzeby turystów i przyjaźnie zagospodarowane. Turysta ma do dyspozycji dobrze zorganizowane i zróżnicowane przestrzennie atrakcyjne turystycznie. W węzłowych punktach obsługi ruchu turystycznego funkcjonuje zintegrowany system informacji turystycznej.

Czym jest misja?

Realizacji wizji turystycznej ma służyć misja, która określa, jakimi działaniami należy dążyć do osiągnięcia stanu opisanego w wizji. Misja odzwierciedla charakterystyczną formułę, w jakiej funkcjonować ma turystyka w Lublinie. Ma ona podkreślać odrębność działań i celów, do jakich dąży miasto w dziedzinie turystyki. Misja jest deklaracją spajającą wewnętrzne wysiłki, kierowane w stronę budowania funkcji turystycznej miasta. Wyraża ona marzenia i wyzwania, które stoją przed podmiotami współtworzącymi rzeczywistość turystyczną miasta Lublina.

Misja Turystyczna Lublina

Turystyka funkcjonuje jako platforma realizacji wspólnych celów i odnoszenia wspólnych korzyści podmiotów publicznych i prywatnych.

Jest rozumiana jako zjawisko o charakterze synergicznym. Generuje ona wartość dodaną i spaja dotychczas niewystępujące wspólnie elementy oferty i infrastruktury miejskiej.

Turystyka w Lublinie stwarza możliwość osiągnięcia wymiernych dodatkowych korzyści finansowych i wizerunkowych, w oparciu o wykorzystanie infrastruktury i aktywności ludzkiej z obszarów takich jak: kultura materialna i niematerialna, sport i rekreacja, gastronomia i kulinaria, wydarzenia kulturalne, sztuka współczesna.

W Lublinie funkcjonuje stała i efektywna platforma współpracy tworzona przez wszystkie środowiska zainteresowane rozwojem turystyki. Posiada ona sprawnego i skutecznego koordynatora.

Aktywnie i w sposób trwały miasto współpracuje z regionem, tworząc wyróżnikową w skali kraju i Europy ofertę turystyczną.

Rozwinięcie Misji Turystycznej Lublina

Turystyka w mieście rozumiana jest jako interdyscyplinarne zagadnienie, którego rozwój jest możliwy poprzez współpracę i wymianę informacji oraz tworzenie partnerstw projektowych.

Dzięki turystyce pojawiają się możliwości nowych sposobów wykorzystania i połączenia elementów do tej pory niewystępujących wspólnie. Wywodzący się z Lublina liderzy rynku spożywczego widzą w turystce możliwość promocji, sprzedaży i umacniania wizerunku swoich produktów i marek. Dzięki niej buduje się unikatowy związek odbiorcy z marką oraz następuje poszerzanie grona osób świadomych istnienia poszczególnych produktów. Instytucje kultury i nauki traktują turystykę jako efektywny sposób pozyskiwania nowych odbiorców. W ramach jednej oferty turystycznej pojawiają się obok siebie usługi hotelarskie, gastronomiczne, zakupu produktów spożywczych, płatnego i bezpłatnego uczestnictwa w ekspozycjach i wydarzeniach kulturowych. Coraz to nowe obszary stają się obiektem zainteresowania turystycznego. Stymuluje to wielopłaszczyznowy rozwój miasta, jak również sprawia, że turysta poznaje znacznie więcej atrakcji w Lublinie. Takie wykorzystanie zasobów występujących w mieście, daje możliwość dłuższego pobytu odwiedzających w Lublinie.

Władze Lublina intensyfikują działania wokół turystyki, co sprzyja budowaniu pozytywnych skojarzeń i pozytywnego doświadczenia z obcowania z miastem. Przekłada się to na zwiększenie zainteresowania Lublinem, także w sferze lokalizacji inwestycji biznesowych, wyboru miejsca na studia i do zamieszkania.

Turystyka jest pełnoprawną gałęzią gospodarki, której wagę dostrzegają podmioty i firmy działające w Lublinie. Instytucje kultury wykorzystują turystykę jako możliwość dotarcia do znacznie szerszego grona odbiorców, co przekłada się na skalę dotarcia ich oferty, możliwość współpracy ze sponsorami oraz, co za tym idzie, możliwość rozwoju ich statutowej działalności.

Stała platforma współpracy umożliwia współdziałanie i wymianę doświadczeń wszystkim podmiotom, współtworzącym branżę turystyczną. Jej formuła gwarantuje możliwość współpracy w ramach konkretnych projektów, służących rozwojowi i promocji turystyki. Jej funkcjonowanie ma na celu zagwarantowanie realizacji działań, służących rozwojowi zarówno konkretnych projektów, jak i zagwarantowania należytego miejsca turystyki w rozwoju miasta.

Koordynatorem działań w ramach platformy jest efektywnie działający podmiot. Jego umocowanie i osobowość prawna pozwala na wszechstronne zaangażowanie w proces inicjowania prac nad różnorodnymi projektami turystycznymi, ich promocję i komercjalizację.

Miasto i region budują wspólną ofertę turystyczną, stając się liderem w zakresie eko-żywności i kulinariów w skali regionalnej, a z czasem i krajowej. Do elementów współpracy należy także rozwój szlaków turystyki aktywnej i kulturowej, wspólny system informacji turystycznej oraz kreowanie marek terytorialnych miasta i regionu, które wzmacniają się i uzupełniają.

3. Cele strategiczne i operacyjne rozwoju turystyki w Lublinie

Kolejnym poziomem konkretyzacji założeń strategii są cele, które porządkują ogrom wyzwań. Ich realizacja umożliwi osiągnięcie założeń wizji.

Poniżej opisano cele strategiczne (1-4), oraz cele operacyjne (1.1-4.4).

1. **Cel 1. Rozwój lubelskich produktów turystycznych – kreacja, wdrożenie i rozwój konkurencyjnych produktów turystycznych, których potencjał wynika wprost z tożsamości i historii miasta Lublina.**

Cele operacyjne Celu 1:

1.1. Stworzenie partnerstw produktowych, które będą działały w celu wdrożenia i rozwoju poszczególnych produktów markowych

1.2. Stworzenie manuali (programów rozwoju) poszczególnych produktów ze szczegółowym rozpisaniem budżetów, źródeł finansowania, opracowaniem wymaganych prawem dokumentacji

2. **Cel 2. Lublin przyjazny turystom – zagospodarowanie pod kątem potrzeb turysty kluczowych obszarów atrakcyjności turystycznej i punktów węzłowych ruchu turystycznego. Zapewnienie turystom oczekiwanego standardu obsługi i infrastruktury.**

Cele operacyjne Celu 2:

2.1. Analiza urbanistyczna miasta Lublin pod kątem występowania obecnych i przyszłych kluczowych obszarów recepcji turystycznej

2.2. Przystosowanie do potrzeb ruchu turystycznego kluczowych obszarów recepcji turystycznej

2.3. Przygotowanie projektów wykonawczych małej architektury i rozwiązań urbanistycznych

2.4. Przystosowanie atrakcji i obszarów turystycznych do potrzeb ruchu osób z dysfunkcjami

2.5. Stworzenie warunków do rozwoju jakościowej bazy turystycznej przez podmioty prywatne

3. **Cel 3. Informacja i promocja turystyczna – stworzenie zasad i bieżące prowadzenie działalności, promującej ofertę turystyczną miasta. Kreacja kompleksowego systemu informacji turystycznej.**

Cele operacyjne Celu 3:

3.1. Stworzenie zintegrowanego systemu informacji turystycznej miasta Lublin w przestrzeni internetowej

3.2. Stworzenie wzorca graficznego i założeń merytorycznych wydawnictw turystycznych zgodnych z obowiązującym SIW marki Lublin. Miasto Inspiracji

3.3. Opracowanie nośników informacji turystycznej dedykowanej turyście pieszemu, rowerowemu i zmotoryzowanemu, w ramach systemu informacji miejskiej

3.4. Wypracowanie standardów opracowania i udostępniania przewodników audio i opartych o aplikacje mobilne

3.5. Dotarcie z informacją turystyczną do punktów pierwszego kontaktu turystów z Lublinem

3.6. Opracowanie systemu zintegrowanych szlaków turystycznych miasta Lublin

3.7. Dostosowanie standardów promocji i informacji turystycznej dla potrzeb ruchu turystów zagranicznych

3.8. Opracowanie standardów promocji i informacji turystycznej dla potrzeb ruchu turystów niepełnosprawnych

4. Cel 4. Turystyka platformą współpracy – stworzenie wydajnego systemu zarządzania, rozwoju, współpracy i monitoringu w turystyce.

Cele operacyjne Celu 4:

4.1. Stworzenie wydajnej struktury integrującej całość rozwoju i promocji turystycznej, w ramach Urzędu Miasta

4.2. Zbudowanie platformy współpracy i integracji branży turystycznej

4.3. Program grantów celowych Urzędu Miasta na realizację kluczowych działań dla rozwoju turystyki

4.4. Opracowanie standardów współpracy z organizatorami turystyki przyjazdowej do miasta i regionu

4.5. Budowa systemu komercjalizacji produktów turystycznych

4.6. Opracowanie modelu sprawozdawczości i monitoringu działań turystycznych w porozumieniu z uczelniami wyższymi

4.7. Przygotowanie i wdrożenie programu kształcenia kadr dla turystyki

4. Program Rozwoju Produktów Turystycznych Miasta Lublina

Pomimo, że turystyka jako gałąź gospodarki nie wytwarza produktów w rozumieniu namacalnych dóbr służących bezpośredniej konsumpcji, przyjęło się mówić o produktach turystycznych. Mnogość definicji występujących w literaturze przedmiotu zmusza do odpowiedzi, jak w dokumencie rozumiemy to kluczowe zagadnienie. Jedna z najbardziej rozpowszechnionych definicji została przytoczona poniżej.

Produkt turystyczny – to zbiór dóbr i usług, z których turyści korzystają, i które są dla nich szczególnym przedmiotem zainteresowania.

Analizując najważniejsze cechy produktów turystycznych na przykładzie praktyki rynkowej, warto zwrócić ponadto uwagę na kilka aspektów kluczowych dla ich poprawnego zrozumienia:

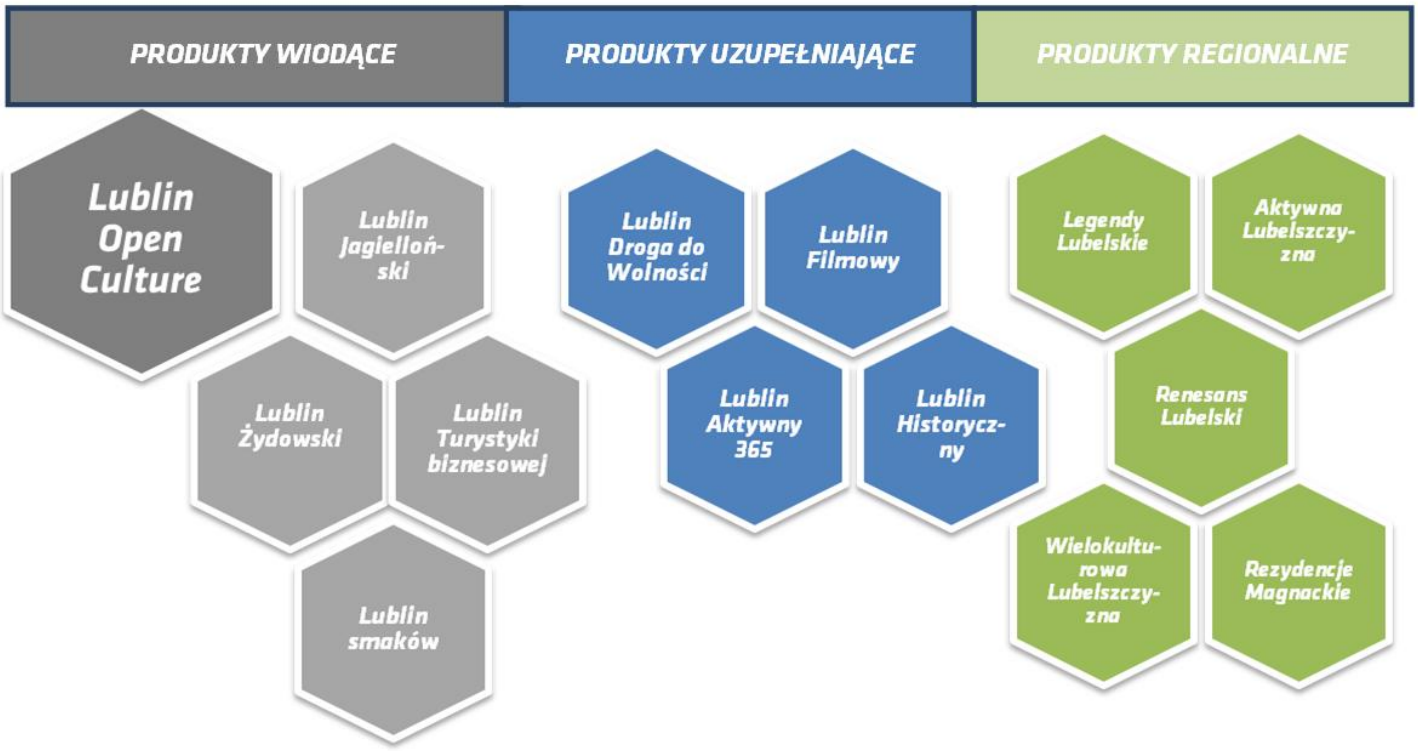
- produkt ma zawsze charakter złożony, nigdy nie będzie nim pojedyncza atrakcja, zabytek, proste wydarzenie;
- produkty są przedmiotem specjalnego zainteresowania i świadomego wyboru przez turystów. To właśnie na poziomie produktów często dokonuje się wybór celu podróży wakacyjnej;
- z produktów turystycznych korzystają turyści, oznacza to, że mają one charakter realny i rynkowy, nie zaś teoretyczny;
- w ramach produktu powiązane są ze sobą zarówno dobra materialne, jak i usługi. Produkt może zatem składać się z wszelkiego rodzaju elementów sumujących się na doświadczenie turysty w ramach przyjętego przedmiotu zainteresowania.

Proponując elementy składowe oraz obszary, wokół których możliwe jest wygenerowanie oferty produktowej Lublina, dołożono starań, aby cechowały się one unikatowością i konkurencyjnością. Miało to na celu zagwarantowanie możliwości wytworzenia z czasem markowych produktów turystycznych w ofercie miasta.

Markowość na gruncie produktu turystycznego może być rozumiana jako posiadanie tożsamości i wizerunku. Definicja produktu markowego została przytoczona poniżej.

Markowy produkt turystyczny – produkt turystyczny posiadający atrybuty marki – produkt unikalny, mający coś, co wyróżnia go spośród innych. Marka pozwala na osiągnięcie przewagi nad konkurencją, wyróżnienie produktu na rynku i spowodowanie, że zostanie wybrany przez klientów. Posiada swoją tożsamość i wizerunek.

Ilustracja 1 Schemat układu produktów turystycznych Lublina



Źródło: opracowanie własne landbrand.

Produkty wiodące

Mają największy potencjał rozwoju, gdyż ich rozwój opiera się o najistotniejsze, wyróżnikowe atrakcje turystyczne miasta. Ważne w ich rozwoju są także trendy zachodzące w turystce, takie jak Turystyka 3E oraz popularność turystyki biznesowej i kulinarnej. Mają szansę generować ruch turystyczny z całej Polski i Europy. Powinny stać się przedmiotem promocji i komunikacji marketingowej na rynkach polskich i zagranicznych. W perspektywie do roku 2025 będą stanowiły podstawę postrzegania oferty turystycznej Lublina oraz główny cel podróży turystycznej do Lublina.

Produkty uzupełniające

Wykorzystują ważne atrakcje turystyczne miasta. Z ich oferty skorzystają głównie turyści odwiedzający Lublin nie pierwszy raz lub zostający w mieście na dłużej. Stanowią atrakcyjne uzupełnienie programu pobytu turysty w mieście.

Produkty regionalne

Są naturalnymi łącznikami oferty miasta i regionu. Dzięki uwzględnieniu Lublina w ich kontekście, stolica regionu stanowi często miejsce początku podróży turystycznych po Lubelszczyźnie. Ich odbiorcą jest najczęściej turysta familijny, zmotoryzowany, eksplorujący Polskę Wschodnią.

4.1. Produkty wiodące

4.1.1. Obszar produktowy Lublin Open Culture

Lublin Open Culture odwołuje się do oferty kultury szerokiej, dostępnej w Lublinie, która może stać się przedmiotem szczególnego zainteresowania turystów. Z uwagi jednak na obszerność tematyki objętej tą propozycją, należy mówić raczej o obszarze produktowym Lublin Open Culture, w ramach którego wskazane zostały poszczególne podprodukty. Obszar produktowy będzie docelowo posiadał wspólną komunikację i promocję, co ułatwi korzystanie z całości oferty Lublina w tym zakresie, także odbiorcom nieznającym miasta tak dobrze i wielowarstwowo jak mieszkańcy.

Lublin Open Culture

IDEA

Obszar produktowy Lublin Open Culture integruje płaszczyzny silnie wyróżniające ofertę turystyczną Lublina, oparte o kulturę szeroką, obecną w mieście. W ramach obszaru można wyróżnić 5 podproduktów opartych o następujące sfery aktywności kulturalnej:

1. autorskie wydarzenia kulturalne i festiwale,
2. sztuka w przestrzeni miejskiej i galerie sztuki współczesnej,
3. kultura akademicka,
4. kultura wiedzy,
5. oferta teatrów alternatywnych.

W tym obszarze funkcjonuje spójny system dotarcia do turysty, z informacją o dostępnej ofercie. Sprawnie działający system stanowi podstawę turystycznej użyteczności wskazanych zagadnień kulturowych.

OPIS

Obszar produktowy OPEN CULTURE będzie wpisywał się w nurt turystyki 3 E (entertainment, excitement, education – rozrywka, emocje, edukacja), gwarantując odwiedzającemu możliwość wejścia w interakcję z miastem i jego dorobkiem kulturowym, przy zachowaniu najwyższego możliwego poziomu zaangażowania turysty. Genius loci silnie nasycony aktywnością kulturalną będzie motywować do szerszej, turystycznej eksploracji i powrotów do miasta.

Lublin kojarzony będzie z klimatem otwartości na kulturę, sztukę i turystów. Miasto powinno oferować jeden z najciekawszych kalendarzy wydarzeń kulturalnych w kraju. Do Lublina podróżować będą w poszukiwaniu świeżych przejawów oferty kulturalnej i sztuki młodzi, wykształceni Europejczycy o wyrobionych kompetencjach poznawczych. Będą mieli pewność, że w mieście co roku odnajdą nowe zastosowania nowoczesnych technologii do wzbogacenia przeżycia turystycznego, opartego na kulturze. Miłośnicy dziedzin takich jak: nowy cyrk, muzyka nowoczesna, teatr awangardowy, wielokulturowość, kino autorskie, poezja, street art, sztuka współczesna, chętnie wybiorą Lublin jako miejsce podróży turystycznej przez cały rok. Klimat lubelskich wydarzeń będzie wyczuwalny w kawiarniach, ośrodkach kultury i w przestrzeni publicznej.

Elementem spajającym obszar produktowy będzie wspólna promocja i informacja, zarówno w przestrzeni wirtualnej, jak i w ramach Lubelskiego Ośrodka Informacji Turystycznej i Kulturalnej, spójny układ wydawnictw oraz zastosowanie zbliżonych rozwiązań z zakresu aplikacji mobilnych. Wspólne działania promocyjno-informacyjne mają na celu dotarcie z informacją o dostępnej ofercie turystycznej do odbiorców. Umożliwi je wypracowanie standardów przekazywania informacji o ofercie przez podmioty zarządzające lub kreujące atrakcje i wydarzenia.

Dzięki zastosowaniu prezentacji oferty turystyki kulturowej w cyberprzestrzeni, turysta będzie mógł łatwiej podjąć decyzję o odwiedzeniu miasta. W sposób przystępny przybliżona zostanie mu szeroka oferta turystyki kulturowej, realizowana w ramach obszaru Open Culture. W jednym miejscu w przestrzeni internetowej zawarte będą użyteczne informacje dotyczące pięciu podproduktów obszaru produktowego Lublin Open Culture. Już w mieście turysta będzie mógł pod jednym adresem skorzystać z kompleksowej informacji turystycznej i kulturalnej, oferowanej w Lubelskim Ośrodku Informacji Turystycznej i Kulturalnej. Podczas wizyty otrzyma niezbędne informacje dotyczące harmonogramu i lokalizacji najważniejszych ofert z zakresu obszaru Lublin Open Culture. Będzie mógł także bezpłatnie wyposażyć się w aplikacje mobilne dotyczące każdego z produktów Lublin Open Culture.

Wiodące wydarzenia i festiwale będą posiadać zarówno własną stronę internetową zintegrowaną z innymi elementami obszaru produktowego Lublin Open Culture oraz profil na facebooku, jak i aplikację mobilnego Internetu, pozwalającą w pełni poznać ich ofertę oraz dorobek poprzednich edycji. Wiele z wydarzeń będzie posiadało swoje lokale (kawiarnie, kluby) patronackie, w których będzie można poznać ich ofertę przez cały rok. Kluczowe wydarzenia kulturalne w mieście zostaną wsparte przez elementy jakościowej i interaktywnej małej architektury, takie jak: ławeczka muzyczna Kody, interaktywne rzeźby sztukmistrzów, mini scena Sąsiedzi. Staną się one stałymi markerami wydarzeń w mieście. Dodatkowo dla wiodących imprez zostanie wdrożony program before the event i after the event, wydłużający potencjał generowania ruchu turystycznego przez event.

Miasto pozytywnie zaskoczy turystów elementami sztuki współczesnej, osadzonymi w przestrzeni publicznej. Będą to oryginalne instalacje, specjalnie zaprojektowane i wykonane z myślą o Lublinie, często powstające w ramach lubelskich festiwali. Pozwoli to dyskontować atrakcyjność lubelskich wydarzeń przez okres całego roku. Obecność nowych obiektów o wysokiej estetyce i intrygującej formie w przestrzeni miejskiej, wpłynie znacząco na zmianę jej postrzegania i wartościowanie przez turystów, jako miejsca nowoczesnego oraz otwartego na sztukę współczesną i jej odbiorców. Turysta w mieście będzie chętnie kroczył szlakiem sztuki współczesnej, stale rozszerzającym się po kolejnych edycjach festiwalu Open City.

Turystom odwiedzającym miasto zostaną wskazane i zaprezentowane galerie sztuki współczesnej. Realizowany przez nie program artystyczny ma charakter unikatowy i autorski, co może stanowić o ich atrakcyjności, także turystycznej. W jednym wydawnictwie, a także aplikacji mobilnej, będą dostępne informacje o programie, lokalizacji, profilu wszystkich działających w mieście galerii sztuki. Specjalne aplikacje wykorzystujące Rzeczywistość Rozszerzoną wspomogą prezentację sztuki współczesnej w mieście. Mowa tutaj zarówno o aplikacjach mobilnych, jak i stacjonarnych urządzeniach, pozwalających zobaczyć treści nakładane w czasie rzeczywistym na obraz przestrzeni realnej. Będzie to niezwykłe narzędzie, pozwalające np. przejrzeć wszystkie instalacje pojawiające się epizodycznie w przestrzeni publicznej.

Miasto jest jednym z najciekawszych celów podróży turystycznej dla studentów z kraju i Europy. Dzieje się tak za sprawą bardzo bogatego kalendarza imprez kultury studenckiej, a także dzięki

realizacji programu turystycznego dedykowanego dla studentów. W ramach programu oferowane są specjalne zniżkowe oferty zawierające: noclegi, wejściówki do instytucji kultury, pozycje z oferty kawiarni i lokali gastronomicznych. Dodatkowo program zawiera element Open for free, w ramach którego w formule społecznościowej wymiany świadczeń dostępne są miejsca noclegowe, możliwości udziału w niebiletowanych imprezach, warsztatach, kursach, itp.

W mieście, osoby w każdym wieku, mogą uczestniczyć w angażującym procesie poznawania kultury i zdobywania wiedzy. Lublin dostarcza turystom interesujących treści poznawczych, w formule bawiąc uczyć i daleko idącej interakcji. W mieście działa interaktywna atrakcja – Poznawalnia – centrum wiedzy i zabawy. Ulice, place i parki w mieście nierzadko służą jako aktywne pomoce naukowe w procesie poznania otaczającego świata i jego praw. W mieście stworzono model układu słonecznego, który można poznawać z uwzględnieniem relacji wielkości i odległości. Turystę zaskakują multimedialne atrakcje, takie jak multimedialny peryskop wschód-zachód znajdujący się na Placu Litewskim.

Miasto będzie przyciągało widzów i sympatyków teatru alternatywnego z całej Polski. Głównym wydarzeniem działającym jak magnes na fanów gatunku, będzie Lubelska Jesień Teatralna, skupiająca szereg mniejszych festiwali i przeglądów teatru alternatywnego. Miasto będzie cały rok oferowało ciekawy produkt dla poszukujących kontaktu z teatrem alternatywnym turystów. Będzie to miało miejsce między innymi dzięki opracowaniu wspólnej strony internetowej, prezentującej kalendarium wydarzeń oraz profil wszystkich zespołów. Dodatkowo w mieście powstaną: mobilny przewodnik teatralny, lokale i hostele czerpiące ze stylistyki gatunku oraz miejsca w przestrzeni miejskiej, dedykowane wydarzeniom teatru offowego.

UZASADNIENIE

W Lublinie odbywa się wiele ciekawych, unikatowych wydarzeń kulturalnych, które wypełniają kalendarz od początku kwietnia do końca grudnia. W sumie przyciągają one ponad 500 tys. osób, z czego znaczną część stanowią turyści. Niektóre z nich, z flagową imprezą miejską na czele – Carnavalem Sztuk-Mistrzów – znajdują odbiorców z całej Polski i Europy. Jednak turysta odwiedzający miasto, poza terminem ich realizacji, może się o nich w ogóle nie dowiedzieć. Lublin jest miastem, które ożywa za sprawą aktorów teatralnych, cyrkowców, muzyków, żonglerów czy instalacji sztuki współczesnej. Realizacja działań w ramach obszaru produktowego Lublin Open Culture pozwoli dyskontować atrakcyjność wydarzeń przez cały rok. Turysta, który nie będzie miał okazji uczestniczyć w największych i najbardziej intrygujących eventach, zobaczy co go ominęło. Z dużym prawdopodobieństwem wróci on do Lublina na kolejną edycję wydarzenia, które go zaciekawiło.

Miasto realizuje ambitny projekt festiwalu sztuki współczesnej Open City, który jest awangardą na skalę krajową. Efekty wypracowane w ramach festiwalu są dostępne jednak tylko przez krótką chwilę. Należy pomyśleć jak dedykowane Lublinowi i jego przestrzeni publicznej dzieła sztuki współczesnej wykorzystać do wzrostu atrakcyjności przestrzeni miejskiej i atrakcyjności turystycznej miasta na stałe. W mieście obecnie następuje rewitalizacja parków oraz toczy się debata o jakości przestrzeni publicznej. Elementy sztuki współczesnej mogą w znaczący sposób nadać niepowtarzalny charakter przestrzeniom miejskim Lublina.

Miasto jest największym ośrodkiem akademickim Polski Wschodniej, co ma swoje odzwierciedlenie w obfitości wydarzeń kulturalnych i ofert skierowanych do studentów oraz aktywności studenckich instytucji kultury. Sprawia to, że turysta w wieku studenckim w mieście odnajdzie ofertę dla siebie.

Prężne środowisko naukowe w Lublinie realizuje inicjatywy, które mają na celu popularyzację wiedzy i nauki. Należą do nich Uniwersytet dziecięcy czy Bawialnia edukacyjna.

Lublin jest jednym z wiodących ośrodków teatru alternatywnego w kraju. Jeszcze żadne miasto w Polsce nie wykorzystało szansy, jaką jest zbudowanie oferty turystycznej w oparciu o tę dziedzinę sztuki. Realizowane wydarzenia o charakterze przeglądów, warsztatów, festiwali obecnie ujmowane są w ramy jednego mega wydarzenia, jakim ma szansę stać się Lubelska Jesień Festiwalowa. Oferta miasta w tym zakresie reprezentuje wysoki poziom i ma silne oparcie w lubelskich tradycjach teatru studenckiego.

Lublin należy do liderów zastosowania nowoczesnych technologii mobilnych do prezentacji tożsamości miasta i jego atrakcyjności turystycznej. Wiodącą instytucją w tym zakresie jest Ośrodek Brama Grodzka – Teatr NN. W okresie powstawania dokumentu przygotował on 17 różnych przewodników mobilnego Internetu po mieście. Wykorzystanie tego dorobku jako punktu wyjścia do zbudowania kompleksowej oferty turystyki kulturowej opartej o nowoczesne technologie, wydaje się naturalnym krokiem w rozwoju oferty turystycznej miasta.

ISTNIEJĄCE ELEMENTY

- Różnorodna oferta lubelskich wydarzeń kulturalnych i festiwali muzycznych, w tym wydarzenia odbywające się w przestrzeni miejskiej i przyciągające bardzo szerokie grono publiczności, takie jak np.:
  - Carnaval Sztuk-Mistrzów
  - „Sąsiedzi" – Festiwal Teatrów Europy Środkowej
  - Festiwal Tradycji i Awangardy Muzycznej „Kody"
  - Inne Brzmienia Art&Music Festival
  - Lublin Jazz Festival
  - Noc Kultury – jako inkubator wielu samodzielnych eventów kulturalnych, odbywających się w Lublinie. Impreza o niezwykłej pojemności gatunkowej.
- Działalność Fundacji Sztukmistrze w tym przede wszystkim:
  - Cykliczne i jednorazowe warsztaty Akademia Sztukmistrzów
  - Festiwal uczestniczący – Żelka (Żonglerska Lubelska Konwencja)
  - Masterclass – warsztaty specjalistyczne przyciągające osoby z całego świata, organizowane cztery razy do roku
  - Variete – cykliczne wieczory artystyczne
- Sztuka w przestrzeni publicznej
  - Murale[1], np.:
    - ul. Dolna 3 Maja – mural „Kto pije i pali ten nie ma robali" grupy Monstfur zrealizowany przez Pracownię Sztuki Zaangażowanej Społecznie „Rewiry";

[1] Murale powstają w Lublinie podczas Lubelskiego Festiwalu Graffiti, a także przy okazji innych wydarzeń, np. Open City czy w ramach działalności Pracowni Sztuki Zaangażowanej Społecznie „Rewiry".

- ul. Farbiarska – mural „The Graffiti God" autorstwa Kaosa i Fitsa nawiązujący do Lubelskiego Festiwalu Graffiti:All My City zrealizowany przez Europejską Fundację Kultury Miejskiej i Brain Damage Gallery;
- ul. Jasna – mural autorstwa Waone / Interesni Kazki nawiązujący do Nocy Kultury zrealizowany przez Europejską Fundację Kultury Miejskiej przy współpracy z Miastem Lublin;
- ul. Jasna – mural "Piosenka" autorstwa Mariusza Tarkawiana powstały w ramach festiwalu Open City;
- ul. Junoszy – mural „Ściana Wschodnia" autorstwa Tomasza Bielaka;
- ul. Farbiarska – mural autorstwa Cekasa i Lumpa (Elo Melo) nawiązujący do Carnavalu Sztuk-Mistrzów, zrealizowany przez Europejską Fundację Kultury Miejskiej przy współpracy z Miastem Lublin;
- ul. Mełgiewska – mural „Lubelski Lipiec" z okazji 30. rocznicy strajków lipcowych autorstwa Kamila Kuzko, zrealizowany przez Europejską Fundację Kultury Miejskiej;
- ul. Narutowicza – mural nawiązujący do festiwalu Inne Brzmienia autorstwa Roberta TONE Procha, zrealizowany przez Europejską Fundację Kultury Miejskiej przy współpracy z Miastem Lublin;
- ul. Peowiaków / Skwer Lecha Kaczyńskiego - mural autorstwa Kamila Kuzko na otwarcie Centrum Kultury, zrealizowany przez Europejską Fundację Kultury Miejskiej;
- ul. Szkolna – mural autorstwa Nawera powstały w ramach festiwalu Open City;
- ul. Targowa – mural „Jest Super" autorstwa The Krasnals, zrealizowany przez Pracownię Sztuki Zaangażowanej Społecznie „Rewiry";
- ul. Wrońska – mural „Chleba! Pracy! Igrzysk!" autorstwa Pawła Hancela, zrealizowany przez Pracownię Sztuki Zaangażowanej Społecznie „Rewiry".

- Wiersze na budynkach szkół malowane przy okazji Festiwalu „Miasto Poezji":
  - Zespół Szkół nr 1, ul. Podwale, wiersz „Niektórzy lubią poezję" Wisławy Szymborskiej;
  - II Liceum Ogólnokształcące im. Hetmana Jana Zamoyskiego, ul. Ogrodowa, wiersz „Spalone mapy" Tomasza Różyckiego;
  - III Liceum Ogólnokształcące im. Unii Lubelskiej, Plac Wolności, wiersz „Choćbyście Unicestwili" Ryszarda Krynickiego;
  - V Liceum Ogólnokształcące im. Marii Skłodowskiej-Curie, ul. Lipowa, wiersz „Nie idźmy" Julii Hartwig;
  - VII Liceum Ogólnokształcące im. im. M. Konopnickiej, wiersz Piotra Matywieckiego.
- Instalacje powstające głównie podczas Festiwalu Sztuki w Przestrzeni Publicznej Open City, takie jak:
  - „Źródło. Strumień. Woda." Teresy Murak – nasadzenie z hyzopu w kształcie rzeki płynącej spod Zamku na wschód.
  - Obiekt „Przejście" Bohdana Rucińskiego znajdujący się na Krakowskim Przedmieściu.
  - Obraz „Piosenka" Mariusza Tarkawiana na budynku przy ul. Jasnej.
  - Mural „Nawera" na ścianie IV LO im. Stefanii Sempołowskiej na Czwartku

- Efemeryczna sztuka akcji pojawiająca się w przestrzeni miejskiej w formie festiwalu EPAF (Europejski Festiwal Sztuki Performance), PPL (Performance Platform Lublin).
- Działalność Brain Damage Gallery – wokół graffiti i sztuki ulicy.
- Różnorodne style architektoniczne, które mogą stanowić plastyczne tło dla wydarzeń od renesansu przez secesję do modernizmu i czystej formy.

- Galerie sztuki współczesnej w Lublinie
  - Galeria Sztuki Sceny Plastycznej KUL, Rynek 8, kierowana przez Leszka Mądzika. Program galerii jest związany z teatralnym credo L. Mądzika – wybitnego choreografa i reżysera, twórcy i kierownika artystycznego Sceny Plastycznej KUL.
  - Galeria Labirynt – w przyszłości planowane jest przekształcenie Galerii Labirynt w Centrum Sztuki Współczesnej. Realizuje ambitny program wystawienniczy, prezentując dzieła artystów zarówno młodych, jak i o uznanej marce. Upowszechnia malarstwo, film, rzeźbę czy instalacje, a także sztukę performance.
  - Galeria Biała, od 1985 roku działa w Centrum Kultury stara się ukazywać nowe zjawiska i tendencje sztuki najnowszej, w rozmaitych przejawach i formach
- Działalność mająca na celu popularyzację wiedzy i nauki prowadzona w ramach uniwersytetu dziecięcego czy bawialni edukacyjnej. Projekt budowy interaktywnej atrakcji – Centrum Zabawy Wiedzą Poznawalnia.
- Otwarte Archiwum (OA) – unikalne w skali kraju archiwum fotografii i wideo, dokumentujące sztukę performance. Działalność Fundacji Sztuki Performance.
- Elementy kultury akademickiej: Festiwal Kultury Studenckiej (Juwenalia, Kulturalia, Kozienalia), działalność Akademickiego Centrum Kultury UMCS-Chatka Żaka. W szczególności Inkubator Multimedialny, stanowiący centrum medialno-artystyczne stwarzające możliwości interakcji na linii sztuka – nowe media.
- Wykorzystanie potencjału studentów zagranicznych, w tym np. wydarzeń organizowanych podczas Nocy Kultury przez studentów Uniwersytetu Medycznego.
- Imprezy teatralne oraz teatry alternatywne, na stałe działające w Lublinie:
  - Scena Prapremier In Vitro,
  - Scena Plastyczną KUL,
  - Teatr Provisorium,
  - Kompania „Teatr”,
  - neTTheatre,
  - MAAT Projekt,
  - Lubelski Teatr Tańca,
  - Ośrodek Praktyk Teatralnych Gardzienice.
  - Teatr Centralny jako inicjatywa skupiająca wiele teatrów offowych (zaznaczone grubszą czcionką powyżej) – prezentującą ich repertuar i dorobek.2
  - Spektakle prezentowane w przestrzeni miejskiej w ramach Festiwalu Teatrów Europy Środkowej „Sąsiedzi”
  - Ogólnopolski Festiwal Teatrów Niewielkich

[2] www.teatrcentralny.com

- Konfrontacje Teatralne
- Międzynarodowe Spotkania Teatrów Tańca
- Epicentrum Technik Teatralnych – Eksperyment, Play, Improw – projekt Przemysława Buksińskiego skierowany do osób chcących podnieść swoje kompetencje komunikacyjne.

PROJEKTY ROZWIJAJĄCE

Rozwój oferty turystycznej produktu Open Culture wokół autorskich wydarzeń kulturalnych i festiwali:

- Program – before the event i after the event – czyli spotkania pasjonatów danego tematu, poruszanego przez festiwal, już na tydzień przed jego rozpoczęciem i trwające jeszcze tydzień po jego zakończeniu. Podczas tych meetingów społeczność wspólnie ogląda relacje z poprzednich edycji, wymienia się spostrzeżeniami, trenuje. Zwiedza Lublin i chłonie atmosferę festiwali.
- Kursy umiejętności, czy dziedziny sztuki jaką porusza dany festiwal, gdzie każdy mógłby się zapisać np. na kurs żonglowania, chodzenia, warsztaty z tworzenia muzyki, grafiki, śpiewu itp.
- Tematyczne kawiarnie i hostele festiwalowe – lokale gastronomiczne i obiekty noclegowe z tematem przewodnim, nawiązującym do poszczególnych wydarzeń, mających miejsce w Lublinie. W nich zbierane byłyby pamiątki po edycjach festiwalu, eksponowane fotosy, autografy, nagrania audio i wideo. W nich również mogłyby odbywać się konferencje prasowe.
- Stały namiot cyrkowy w przestrzeni miejskiej, zapewniający miejsce wydarzeniom z dziedziny nowego cyrku. Inwestycja o charakterze wizerunkowym i uwiarygodniającym dla Carnavalu Sztuk-Mistrzów, jako kluczowej imprezy Lublina.
- Program informowania krzyżowego turystów o wszelkich dostępnych wydarzeniach kulturalnych, odbywających się w mieście. W praktyce oznacza to, że organizator wydarzenia na jego zakończenie wskazuje możliwości uczestnictwa w innych imprezach kulturalnych w tym samym dniu. Dodatkowo działa system informacji o dostępnej ofercie turystyki kulturowej w mieście. Stałymi ogniwami systemu są LOITiK, dedykowana strona www, informacje na tablicach w hostelach i hotelach.
- Kupujesz bilet – kultura za free! Program promocji oferty turystyki kulturowej Lublina wspólny z liniami lotniczymi operującymi z Portu Lotniczego Lublin.
- Markery wiodących wydarzeń kulturalnych odbywających się w mieście. W tym postacie z nowego cyrku, ławeczka muzyczna Kody i ławeczka muzyczna Inne Brzmienia. W przypadku postaci z nowego cyrku – nazwa sugerowana: Sztukmistrze z Lublina – mają szansę powstać wizerunkowe rzeźby znajdujące się w śródmieściu, przedstawiające różnorodnych sztukmistrzów. Wykorzystujące do prezentacji techniki: światło, dźwięk, hologram i inne metody interakcji. Ich umiejscowienie, forma, możliwość wejścia w dialog – interakcje będzie znacząco wpływała na odbiór przestrzeni miejskiej przez turystów. (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Turystyka w Lublinie inspiruje")
- Budowa „mostów turystycznych" z miastami ze wschodu takimi jak Lwów, Grodno, Wilno poprzez realizację wspólnych wydarzeń festiwalowych, z telemostami, w tym imprezę o charakterze targów/festynu turystycznego w Lublinie, podczas której miasta te promowałby

się, a firmy turystyczne przedstawiały swoją ofertę. (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Lublin Bramą na Wschód").

Rozwój oferty turystycznej produktu Open Culture wokół sztuki w przestrzeni miejskiej i galerii sztuki współczesnej:

- **Lublin Open City 24/7/365** – projekt polegający na wyznaczeniu miejsc pod instalacje sztuki współczesnej na obszarze całego Lublina. Miejsca te będą z czasem zapełniały się dziełami sztuki, powstającymi na potrzeby festiwalu Open City. Docelowo stworzą szlak sztuki współczesnej w przestrzeni miejskiej. Po szlaku powstanie mapa z przewodnikiem. Każde dzieło będzie podpisane co do autora, daty powstania oraz edycji Festiwalu, z którego pochodzi. Projekt wpłynie na podniesienie walorów estetycznych obszarów recepcji turystycznej miasta. Projekt powinien być realizowany w ścisłej koordynacji z dyrektorem artystycznym festiwalu Open City oraz z przedstawicielami biura planowania przestrzennego.
- **Lublin miasto otwarte na poezję** – zwiedzanie Lublina szlakiem poezji z uwzględnieniem obecnie istniejących w mieście murali z poezją. Wykonanie aplikacji „Lublin szlakiem poezji" z elementami audio-video prezentującymi wydarzenia odbywające się w ramach festiwalu. Stworzenie programu zwiedzania Lublina z interaktywnym przewodnikiem mobilnym, zachęcającym do zapisania własnego utworu poetyckiego.
- **Szlak Lubelskich Murali** – ścieżka łącząca miejsca, w których można podziwiać istniejące w Lublinie grafiki ścienne. Wsparta przewodnikiem mobilnym i rozwiązaniami rozszerzonej rzeczywistości. Powodzenie realizacji przedsięwzięcia zapewnić może powołanie specjalnej organizacji dbającej o zachowanie już istniejących murali w odpowiednim stanie, jak również inicjującej powstawanie nowych dzieł z odpowiednią częstotliwością.
- **Open Park** – projekt stworzenia unikatowej małej architektury, instalacji dzieł sztuki oraz przestrzeni widokowych w rewitalizowanych parkach Lubelskich (Park Ludowy, Park Rusałka, Błonia pod Zamkiem Lubelskim, Dolina Czechówki). Mowa tutaj zarówno o np. meblach z ziemi i trawy, miejscach oferujących inspirujące i kojące walory widokowe, dziełach sztuki współczesnej współgrających z otoczeniem parku. Open Park powinien obejmować docelowo wszystkie obszary parkowe w mieście i ujmować je jako jedną ofertę przemysłu czasu wolnego i turystyki.
- **Ławki/łóżka inspiracji** – połóż się lub usiądź – spójrz do góry i zainspiruj się widokiem. Ławki lub inne platformy do siedzenia / leżenia wykonane z nietypowych materiałów w inspirujących, rzadko spotykanych kształtach. Np. ławki ziemne porośnięte trawą, miękkie platformy tartanowe. (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Turystyka w Lublinie inspiruje").
- **Open City Festiwal** w specjalnej aplikacji, która prezentowałaby instalacje zrealizowane w poprzedniej edycji festiwalu i byłaby połączona z lokalizatorem GPS. Wykorzystując technikę Rozszerzonej Rzeczywistości turysta mógłby zobaczyć wszystkie instalacje z edycji festiwalu w 3D na ekranie urządzenia mobilnego, skanując odpowiedni marker. (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Nowoczesne narzędzia IT w turystyce").
- **Przewodnik multimedialny i wydawnictwo prezentujące galerie sztuki współczesnej** w mieście, w formie poręcznego wydawnictwa papierowego i aplikacji mobilnej do pobrana w LOITiK. (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Nowoczesne narzędzia IT w turystyce").

- **Agora Wschodnia w Lublinie** – wizerunkowe miejsce dla otwarcia Lublina na Wschód. Plac w śródmieściu lub w którymś z lubelskich parków, prezentujący w sposób symboliczny związki Lublina ze wschodem Europy. Na placu pawilon czasowy ukazujący atrakcje turystyczne krajów Europy Wschodniej oraz lubelską ofertę festiwali, konferencji i projektów realizowanych w tej tematyce przez pryzmat zdjęć, filmów, nagrań audio. Atrakcja ta mogłaby być instalacją, która na stałe zlokalizowana byłaby w Lublinie, ale czasowo odwiedzałaby inne miejsca takie jak centra handlowe w Warszawie i innych dużych miastach Polski. Pomysł na jej formę powinien być przedmiotem konkursu architektonicznego. Może to być np. pawilon w kształcie trójkąta o wierzchołku skierowanym na wschód. W pawilonie wysokiej jakości ekrany z filmami prezentującymi atrakcje oraz interaktywne prezentacje. (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Lublin Bramą na Wschód").

Rozwój oferty turystycznej produktu Open Culture wokół kultury akademickiej

- **Open.org.free** – program turystyki społecznościowej i darmowych wydarzeń kulturalnych, obejmujący miejsca noclegowe, wydarzenia, a nawet kulinaria. Strona internetowa lub fanpage, który zbierałby wszelkie inicjatywy, które realizowane są w formule bezpłatnej. Np. społecznościowe noclegi (analogicznie do programu kwatery kultury), społecznościowe treningi żonglerki, społecznościowe pikniki w parku, wspólne śniadania czy projekcie filmów, darmowe koncerty, przedstawienia teatralne. Stałym elementem programu jest katalog atrakcyjnych zniżek obejmujących noclegi, wejściówki do instytucji kultury, pozycje z oferty kawiarni i lokali gastronomicznych oraz możliwość udziału w niebiletowanych inicjatywach oddolnych.

Rozwój oferty turystycznej produktu Open Culture wokół kultury wiedzy:

- **Interaktywna atrakcja** – Centrum Nauki Poznawalnia w Lublinie – prezentująca w przystępnej i interaktywnej formie treści naukowe z zakresu fizyki, matematyki, nauk przyrodniczych i humanistycznych. Centrum będzie inspirowało odwiedzających do wzięcia aktywnego udziału w odkrywaniu zjawisk i praw zachodzących w otaczającym nas świecie, które zostały opisane w ramach praw i teorii naukowych. Największy nacisk w Poznawalni będzie położony na interakcje i angażowanie poprzez: „kręcenie, ustawianie, układanie, odsuwanie i zakrywanie, a przede wszystkim myślenie". Centrum w swoich założeniach nawiązuje do istniejących w Europie od lat 80. XX wieku centrów nauki. W Polsce istnieje już kilka obiektów tego typu, a kluczową realizacją tego nurtu jest Centrum Nauki Kopernik w Warszawie. Sukces Centrum Kopernik pokazuje jak wielka jest potrzeba realizacji kolejnych centrów tego typu w Polsce.
- **Model Układu Słonecznego** – w mieście umieszczone zostaną makiety planet układu słonecznego w skali i odległości oddających ich wzajemne proporcje i ułożenie. Każda z planet będzie także dostępna z formie animowanej grafiki wraz z informacjami i danymi opisującymi ją, dzięki zastosowaniu możliwości narzędziowych, jakie stwarza Rozszerzona Rzeczywistość. Pozwoli to na stworzenie interaktywnego szlaku poznawczego o wysokiej wartości dla turystyki edukacyjnej.
- **Multimedialny peryskop wschód-zachód** znajdujący się np. przy Placu Litewskim pozwalający zobaczyć i dowiedzieć się więcej o miastach i atrakcjach z krajów partnerstwa wschodniego. W urządzeniu zostaną zastosowane wysokiej jakości wyświetlacze oraz

możliwość wysłuchania narracji w językach macierzystych dla poszczególnych krajów. (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Lublin bramą na Wschód").

- **Lublin – Open view** – urządzenia posiadające ekran dotykowy, kamerę i ruchomy wysięgnik, działające na zasadzie „dużego tabletu". Na podstawie Rozszerzonej Rzeczywistości na widok pojawiający się na bieżąco z kamery nałożone będą treści wizualne o różnym charakterze np. prezentacje dzieł sztuki nowoczesnej z Open City Festiwal lub widoki historyczne Lublina. Lublin Open view może mieć również swoją wersję z prezentacjami panoram historycznych z punktów widokowych, takich jak Wieża Trynitarska, wzgórze Czwartek. (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Nowoczesne narzędzia IT w turystyce").

Rozwój oferty turystycznej produktu Open Culture wokół oferty teatrów alternatywnych:

- **Lubelska Jesień Teatralna** – pakiet turystyczny zawierający zarówno wejściówkę na spektakle festiwalowe, jak i ofertę specjalnych zniżek na noclegi w hostelach, hotelach oraz wybranych lokalach gastronomicznych w mieście. Dodatkowo przed i po festiwalu można wdrożyć pakiety before i after the event, opisane w ramach działań rekomendowanych dla oferty wydarzeń kulturalnych.
- **Hostele i kawiarnie w klimacie teatru offowego**, realizujące podobne założenia do tych opisanych dla oferty wydarzeń kulturalnych.
- **Strona internetowa** prezentująca kalendarium wydarzeń oraz profil wszystkich zespołów, która może powstać na bazie strony teatru centralnego.
- **Teatroskop Lubelski** – instalacja multimedialna w przestrzeni miejskiej, prezentująca w atrakcyjnej formie, np. w kształcie sceny z kurtyną, lubelskie teatry alternatywne. W instalacji tej dostępny aktualny harmonogram wydarzeń oraz zdjęcia i ekran multimedialny z wybranymi fragmentami spektakli. (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Nowoczesne narzędzia IT w turystyce").

OBSZAR ROZWOJU PRODUKTU W PRZESTRZENI MIEJSKIEJ

Przede wszystkim obszar Starego Miasta i Śródmieścia, a w szczególności:

- Zamek Lubelski, Plac Zamkowy i Błonia Pod Zamkiem
- Plac po Farze
- Rynek
- ul. Krakowskie Przedmieście i Plac Władysława Łokietka
- Plac Litewski
- Park Ludowy
- Ogród Saski
- Park Rusałka
- Plac przed Teatrem im. H. Ch. Andersena
- Nowy Plac Targowy
- Wieniawa – dzielnica, w której zlokalizowana jest Galeria Labirynt.

PRZYKŁADY PODOBNYCH DZIAŁAŃ ZE ŚWIATA

- **Comic Trail w Brukseli** – idąc tym szlakiem zwiedzamy najatrakcyjniejsze punkty w stolicy Belgii, za przewodników mając bohaterów komiksów i bajek namalowanych na ścianach w formie murali.
- **Wrocławskie Krasnale** – rozmieszczone w całym Wrocławiu figurki krasnali stały się wyróżnikiem miasta. Mają m.in. dedykowaną stronę internetową, organizowana jest także gra miejska o nazwie Krasnalo.
- **Esperanto Cafe w Białymstoku** – lokal poświęcony tematowi języka Esperanto, który narodził się w Białymstoku.
- **Szlaki sztuki współczesnej w Munster oraz w York**. Wykorzystują ekspozycje pofestiwalową.

4.1.2. Produkt wiodący Lublin Jagielloński

Lublin Jagielloński

IDEA

Produkt Lublin Jagielloński proponuje turyście podróż dwiema ścieżkami, w odmienny sposób czerpiącymi z tradycji i kultury okresu Jagiellonów. Pierwsza ma charakter możliwie wiernej prezentacji historii, druga odważnie reinterpretuje tożsamość tego okresu w kulturze i sztuce.

Pierwsza ścieżka – historyczna – oferuje interaktywną podróż do czasów panowania dynastii Jagiellonów, które były złotym okresem w rozwoju Lublina i Polski. Turysta ma szansę przeżyć dzień w jednym z ważniejszych miast imperium, które rozpościerało się od Morza Czarnego po Bałtyk, gdzie kwitła tolerancja religijna i wymiana handlowa. Ta propozycja wpisuje się w nurt nowoczesnej narracji historycznej i zakłada przekazanie wiedzy historycznej w możliwie najbardziej angażujący sposób. Oferta ta zainteresuje turystę familijnego i szukającego sprawdzonych ofert.

Druga droga traktuje tradycje okresu jagiellońskiego jako punkt wyjścia do jego reinterpretacji, czego przykładem jest Jarmark Jagielloński. Umożliwia ona turyście zapoznanie się z dziełami sztuki ludowej i przykładami kultury tradycyjnej, jak i współczesnego designu. Nacisk położony jest na ukazanie jak silne i atrakcyjne mogą być związki między rzemiosłem i sztuką ludową, a oryginalną modą, designem i innymi dziedzinami przemysłów kreatywnych. Ta część oferty skierowana jest do turysty świadomie poszukującego nowości i świeżego spojrzenia w sztuce współczesnej, wzornictwie, jak i przejawach sztuki ludowej. Odbiorca oferty ma poczuć inspirację i dialog, jaki prowadzony jest w Lublinie ponad wiekami historii. Dialog ten ma w sposób angażujący oddziaływać na współczesnego odbiorcę, wskazując mu jak ważne jest zachowanie dziedzictwa kulturowego Europy Środkowo-Wschodniej.

OPIS

Odwiedzając Lublin możliwa będzie podróż w czasie do fascynującej epoki Jagiellonów. Podczas jej trwania turysta dowie się jak, generacja po generacji, Jagiellonowie budowali swoją potęgę w Europie. Punktem centralnym produktu będzie Ekspozycja Europa Jagiellonica. W jej ramach przedstawiony zostanie obraz Polski i Europy na przestrzeni od XIV do XVI wieku. Dostępny będzie również

przewodnik mobilny po Lublinie Jagiellonów, który pozwoli spojrzeć na miasto zanurzone w realiach historycznych.

W murach Starego Miasta będzie można przeżyć jeden dzień w Lublinie Jagiellonów. Realia epoki zostaną zaprezentowane w sposób namacalny, możliwy do doświadczenia wszelkimi zmysłami, stanie się tak między innymi dzięki: wizycie w karczmie-restauracji, serwującej potrawy inspirowane kuchnią z epoki, noclegowi w hostelu inspirowanym czasami Jagiellonów, czy możliwości potargowania się z kupcem z tamtej epoki. Turysta będzie mógł również skorzystać z oferty przewodnictwa wcieleniowego. Przewodnik ubrany w strój z epoki oprowadzi po Lublinie sprzed wieków. Podczas wycieczki po mieście odwiedzający zobaczy także wóz kupiecki, a przy odrobinie szczęścia usłyszy odgłosy uczty z udziałem króla z dynastii Jagiellonów lub zobaczy jego orszak. W produkcie zostaną użyte nowoczesne techniki prezentacji multimedialnej, on-line i rozszerzonej rzeczywistości w celu przybliżenia i uatrakcyjnienia tematyki historycznej współczesnym turystom, a w szczególności młodzieży.

Turysta zorientowany na poszukiwania w takich obszarach jak etnodesign czy pogranicze rękodzieła i wzornictwo przemysłowe, z powodzeniem odnajdzie propozycję dla siebie w ofercie Lublina Jagiellońskiego. W mieście odczuwalny będzie duch dziedzictwa kulturowego, który inspiruje sztukę współczesną. W Lublinie prezentowane będą oryginalne wyroby powstające jako efekt styku tradycyjnych technik i estetyki z najnowszymi trendami w projektowaniu, muzyce, modzie, sztukach plastycznych. Ten filar produktu związany będzie ściśle z marką Jarmarku Jagiellońskiego. Jarmarku, który nie tylko czerpie z rękodzieła, sztuki, muzyki i z historii, ale przede wszystkim wnosi świeże spojrzenie na te zjawiska. Jarmark stanie się wiodącą w skali kraju imprezą, która umożliwi stały dialog pomiędzy sztuką ludową i designem. W ramach tego komponentu będą prezentowane wybitne prace artystów i rzemieślników, wpisujące się w nurt etnodesign z Lubelszczyzny, a także z krajów Partnerstwa Wschodniego i Rosji. Jarmark Jagielloński zostanie silniej zaakcentowany w przestrzeni miasta i jego ofercie przez cały rok. Będzie to miało miejsce za sprawą projektu pod roboczą nazwą Jarmark – Etnodesign, w ramach którego będzie można wziąć udział w warsztatach rękodzielniczych, zakupić unikatowe wyroby rzemieślników i artystów. Zostanie stworzona także galeria projektów opartych o wzory inspirowane sztuką ludową i rękodziełem z obszaru Lubelszczyzny i Europy Środkowo-Wschodniej (postulowane utworzenie stałej ekspozycji z możliwością zakupu). Powstanie seria jakościowych pamiątek z miasta, których wzornictwo będzie czerpało ze sztuki ludowej oraz tradycji jagiellońskiej (koszulki, chusty, torby, etui na laptopa). W ten sposób w mieście powstanie oferta, którą będzie można nazwać Nowym Jarmarkiem. Pod tym hasłem odbywać się będą również w Lublinie zloty i konferencje twórców, projektantów, blogerów, zajmujących się wykorzystaniem tradycji rękodzieła i kultury ludowej we współczesnym świecie kultury i sztuki.

UZASADNIENIE

Wizja Europy Jagiellonów tylko w dwóch miastach w Polsce może być przedstawiona z pełną autentycznością i kolorytem. Są to Kraków i Lublin. Okres, który umownie mieści się pomiędzy koronacją Władysława Jagiełły w 1386 roku oraz śmiercią w 1572 roku Zygmunta II Augusta – ostatniego męskiego potomka rodu – był czasem, kiedy Rzeczpospolita była europejską potęgą. Dzięki przemyślanym układom politycznym Jagiellonowie uzyskali koronę Czech wraz ze Śląskiem (1471)

oraz Węgier (1490), a powstała w następstwie tych faktów wspólnota państw – Europa Jagiellonica – objęła swym zasięgiem olbrzymie terytoria o powierzchni ponad 2 mln km², sięgające od Bałtyku po Morze Czarne i Adriatyckie.[3]

Trwający prawie 200 lat okres panowania Jagiellonów w Polsce był czasem świetności w historii miasta. Dogodne położenie na szlaku między dwiema stolicami: Wilnem i Krakowem, czyniło z Lublina strategiczny punkt dla władców kraju oraz sprzyjało rozwojowi handlu. Na organizowane od połowy XV w. wielkie jarmarki, cztery razy do roku zjeżdżali kupcy ze wszystkich stron Europy oraz z Azji, zamieniając Lublin w wielobarwną mozaikę kultur, języków i wyznań. Z tego okresu pochodzi także wiele zabytków architektonicznych Lublina.

Organizowany od kilku lat Jarmark Jagielloński jest inicjatywą nawiązującą do złotego wieku w rozwoju Lublina. Podczas kilkudniowego wydarzenia, jak niegdyś zjeżdżają do miasta handlarze, kupcy i artyści nie tylko z Polski, ale też z zagranicy. Podczas Jarmarku miasto odwiedza od kilkudziesięciu do kilkuset tysięcy turystów. Ponadto przez organizację turystyczną „Szlak Jagielloński" podejmowana jest próba odtworzenia historycznych traktów królewskich i handlowych, na których Lublin jest istotnym punktem. Przytoczone fakty historyczne oraz obecnie organizowane przedsięwzięcia dają silną podstawę do rozwoju produktu turystycznego Lublin Jagielloński, który pozwoli odwiedzającym przenieść się do czasów świetności miasta oraz Korony Królestwa Polskiego. To opowieść o tym, jak miasto stało się jednym z najważniejszych ośrodków międzynarodowego handlu w średniowiecznej Europie, w którym w zgodzie żyli obok siebie przedstawiciele różnych narodów i wyznań.

Jarmark Jagielloński stanowi novum w ofercie eventów w Polsce. Jest to unikatowe połączenie jarmarku kupieckiego w dawnym, historycznym wydaniu oraz jarmarku kulturalnego, którego normy i ramy są wciąż wyznaczane. Impreza w naturalny sposób łączy unikatowe przejawy sztuki ludowej z regionu Europy środkowo-wschodniej oraz awangardowe ekspresje z obszarów takich jak teatr, muzyka, fotografia, kino. Jarmark jest miejscem spotkania odbiorcy z rzemieślnikiem, muzykiem, artystą czy projektantem, którzy w swoich działaniach poszukują ciągłości z tym, co obecne od wieków w kulturze i sztuce ludowej. Ten element łączy współczesność z przeszłością, ofertę regionu z ofertą miasta. Z tego powodu stanowi on bezcenną wartość w rozwoju oferty turystycznej miasta.

Impreza odbywa się w murach Starego Miasta w Lublinie, co dodaje jej autentyczności i kolorytu. Stanowią one doskonałą scenografię dla spektakli, korowodów, koncernów czy potańcówek organizowanych w ramach Jarmarku. Podczas wydarzenia jedną z atrakcji jest kondukt uczestników, któremu przewodzi miedziana kura wielkości ponad 2 m, będąca symbolem obfitości, dobrobytu i dostatku.

Jarmark przybliża także tematykę gier i zabaw tradycyjnych, które stanowią interesującą alternatywę dla rozrywek multimedialnych. Ich oferta skierowana jest głównie do najmłodszego odbiorcy. Jarmark oferuje wydarzenia dedykowane dzieciom takie jak: Muzyczny Plac Zabaw, park gier i zabaw tradycyjnych.

[3] www.mnw.art.pl/index.php/pl/wystawy_czasowe/wystawy/art149.html

PODSTAWA BUDOWY PRODUKTU

Komponent historyczny:

- Makiety 3D Lublina opracowane w formie cyfrowej przez Ośrodek Brama Grodzka – Teatr NN z XIV i XVI wieku. Stworzono w ich ramach również wizualizację wybranych obiektów.
- Kupieckie tradycje Lublina sięgające czasów, gdy na wzgórzu Czwartek regularnie odbywał się targ, na którym spotykali się kupcy i handlarze z okolicy.
- Wiodący niegdyś przez Lublin „Szlak Jagielloński", którym między Krakowem i Wilnem wielokrotnie podróżował orszak królewski, a także rycerze, urzędnicy, dyplomaci, uczeni, handlarze i artyści.
- Centrum Obsługi Turystycznej „Via Jagiellonica" w Lublinie prowadzone przez Organizację Turystyczną „Szlak Jagielloński", której Miasto Lublin jest członkiem.
- Historyczny „Szlak Kupiecki" prowadzący z Wrocławia przez Lublin do Lwowa, którego wytyczenie w połowie XV w. przyczyniło się do znaczącego wzrostu roli Lublina jako miasta handlowego.
- Istniejące do dziś zabytki architektury związane z okresem panowania Jagiellonów np.:
  - Kaplica Trójcy Świętej i znajdujące się w jej wnętrzu freski
  - Zamek, na którym obradował sejm koronny. Efektem tych obrad było zawarcie unii lubelskiej.
  - Piwnica pod Fortuną, w której znajdują się cenne polichromie z okresu jagiellońskiego
  - Kościół Matki Boskiej Zwycięskiej
  - Kościół św. Ducha
  - Kościół nawrócenia św. Pawła Apostoła
  - Kościół św. Mikołaja
  - Plac po Farze
  - Wieża wodna – interesująca pozostałość po systemie wodociągów lubelskich funkcjonujących w okresie Jagiellońskim
  - Bazylika i klasztor Ojców Dominikanów
  - Pomnik Unii Lubelskiej na Placu Litewskim
- Fakt podpisania w mieście Unii Lubelskiej (1569), która ustanowiła Rzeczpospolitą Obojga Narodów – największe państwo w ówczesnej Europie.
- Lublin był miastem często odwiedzanym przez Władysława Jagiełłę. Był on tutaj 35 razy. W kaplicy zamkowej znajdują się jego dwa portrety.
- Jagielloński Szlak Unii Lubelskiej – jeden z pięciu oznakowanych w mieście turystycznych szlaków kulturowych.

Komponent Nowy Jarmark Jagielloński:

- Jarmark Jagielloński, który jest jednym z najczęściej odwiedzanych wydarzeń w Lublinie i na Lubelszczyźnie.
- Sztuka i rzemiosło tradycyjne reprezentowane przez twórców ludowych z Polski, Ukrainy, Białorusi, Słowacji i Litwy i innych krajów reprezentowane podczas Jarmarku Jagiellońskiego (głównie krajów Europy Środkowo-Wschodniej).
- Warsztaty edukacyjne dla dzieci i dorosłych odbywające się podczas Jarmarku Jagiellońskiego.

- Kino Jarmarkowe – projekcje filmów ukazujących kulturę tradycyjną, jako pozostającą w dialogu ze sztuką współczesną.

DZIAŁANIA ROZWIJAJĄCE

Komponent historyczny

- Interaktywna wystawa muzealna „Europa Jagiellonica" – zwiedzający za sprawą interaktywnych ekspozycji będą mogli poznać historię miasta oraz Rzeczpospolitej za czasów panowania Jagiellonów. Na wystawie prezentowana zarówno genealogia Jagiellonów z biografiami kolejnych władców, jak również realia Polski i Europy okresu Jagiellonów. Dodatkiem do wystawy może być stała oferta warsztatów z zakresu rękodzieła, prowadzona przez artystów występujących podczas Jarmarku Jagiellońskiego. Naturalnym miejscem zlokalizowania takiej wystawy może być Muzeum Lubelskie na Zamku (miejsca alternatywne to np. Podzamcze, Plac po Farze). Inspiracją lub nawet podstawą do stworzenia takiej wystawy może być wystawa Europa Jagiellonica 1386-1572, będąca owocem współpracy Polski-Niemiec i Czech.
- Lublin w ramach Międzynarodowego Parku Turystyczno-Kulturowego "Via Jagiellonica", tworzonego przez Organizację Turystyczną „Szlak Jagielloński".
  - Rozbudowa Centrum Obsługi Turystycznej "Via Jagiellonica" w Lublinie (m.in. z ekspozycją muzealną, a docelowo Muzeum "Via Jagiellonica").
  - Powstanie Parku Unii Polsko-Litewskiej "Via Jagiellonica" w Lublinie – inicjatywy Organizacji Turystycznej "Szlak Jagielloński", we współpracy z Fundacją "Via Jagiellonica".
- Wzmocnienie pozycji Lublina jako jednego z najważniejszych miast na Głównej Drodze Kulturowej Rady Europy „Via Regia" poprzez:
  - Budowę Europejskiego Centrum Spotkań "Zachód - Wschód" w Lublinie (inicjatywy Unii Szlaków „Zachód-Wschód").
  - Odtworzenie przebiegu ulicy Szerokiej – istotnego fragmentu „Szlaku Jagiellońskiego" i „Szlaku Kupieckiego" w ramach planowanej modernizacji Podzamcza.
- Uwzględnienie – oprócz obchodów 700-lecia lokacji miasta w 2017 roku – rocznic międzynarodowych:
  - 2016 r. – 630. rocznica podróży księcia Jagiełły do Polski na trasie Wilno - Lublin – Kraków, gdzie odbyła się koronacja na króla Polski;
  - 2019 r. – 450. rocznica podpisania Unii Lubelskiej.
- Karczma z noclegiem – odtworzenie średniowiecznej karczmy, w której turysta będzie mógł poczuć się jak kupiec z okresu panowania Jagiellonów. Bryła budynku, jego wystrój oraz serwowane dania powinny jak najlepiej oddawać klimat tamtych czasów. Karczma mogłaby także stać się miejscem organizacji różnych wydarzeń związanych z rozwojem produktu.
- Doroczne inscenizacje historyczne przedstawiające wjazd do miasta kupców i handlarzy z różnych części Polski i Europy, akt podpisania Unii Lubelskiej, turnieje rycerskie. Inscenizacja co roku skupia się na innej grupie np. sitarzach z Biłgoraja, węgierskich winiarzach czy podlaskich plecionkarzach. Opracowanie stałego, corocznego programu inscenizacji historycznych, w ramach których zaprezentowany byłby historyczny charakter produktu.

- Wprowadzenie linii markowych produktów Jagiellońskie na miody pitne, słodkości i inne specjały wytwarzane według receptur nawiązujących do czasów Jagiellonów.
- Wprowadzenie odznaki lub paszportu Jagiellońskiego, które to można byłoby wykupić jedynie po odwiedzeniu miejsc związanych z Jagiellonami w Lublinie i po skorzystaniu z usług oferowanych w ramach produktu turystycznego Lublin Jagielloński.
- Oferta Jeden dzień w Lublinie Jagiellonów – obejmująca nocleg, strawę i przewodnictwo wcieleniowe w realiach z epoki.
  - Hostel tematyczny i restauracja, których motywem przewodnim będzie LUBLIN JAGIELLOŃSKI. Stroje, menu i sprzęty inspirowane realiami epoki.
  - Przewodnictwo wcieleniowe – usługa oprowadzania po mieście przez przebranego w stroje z epoki przewodnika. Dodatkowo wrażenia podczas spaceru będą potęgowane przez zaaranżowane postacie z epoki (rzezimieszek, kat, rycerz).
  - Możliwość wykonania zdjęć turystów przebranych w stroje z epoki.
  - Gadżety z epoki – dukaty, mieszki, akt podpisania Unii Lubelskiej.

  (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Turystyka w Lublinie inspiruje")
- W ramach programu horyzontalnego Lublin Bramą Regionu – warto wskazać informacje rozszerzające produkt Lublin Jagielloński o inne działania, w tym parki tematyczne realizowane przez Organizację Turystyczną „Szlak Jagielloński" w innych częściach Lubelszczyzny.
- Gra miejska, w której turysta odkrywa wszystkie miejsca związane z LUBLINEM JAGIELLOŃSKIM. Powinny powstać 2 wersje takiej gry. W pierwszej zwiedzający odkrywa kolejne punkty z mapą dostępną w Internecie oraz w LOITIK-u, a w drugiej z pomocą aplikacji mobilnej. Po zeskanowaniu odpowiedniego kodu, na ekranie smartfona wyświetlane są kolejne zadania do wykonania oraz inne interaktywne treści. Grę mogą opracować przewodnicy turystyczni po Lublinie. Obszarem stanowiącym „planszę do gry" powinien być fragment Lublina obejmujący: Zamek Lubelski, Stare Miasto, Kościół pobrygidkowski M.B. Zwycięskiej. (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Nowoczesne narzędzia IT w turystyce")
- Mobilny przewodnik – Lublin Jagiellonów. Przewodnik preinstalowany na urządzenie z ekranem dotykowym i słuchawkami, wyposażone w kompas i moduł lokalizacji GPS. W przewodniku wykorzystane makiety miasta z XIV i XVI wieku. Turysta po wypożyczeniu urządzenia będzie mógł obejrzeć wygląd poszczególnych fragmentów miasta w jednej z dwóch epok historycznych. Odpowiednie widoki 3D będą się wyświetlały we właściwym miejscu, zgodnie z lokalizacją i kątem skierowania urządzenia przez turystę. Dodatkowo ważniejsze obiekty będzie można również poznać od wewnątrz, podczas wirtualnej wycieczki. Wartością dodaną przewodnika będą materiały wideo, nagrane podczas inscenizacji historycznych. Przewodnik może być wykorzystywany zarówno przez gości indywidualnych, jak i grupowych, turystów z Polski i ze świata. Dodatkowo na podstawie przewodnika można będzie przeprowadzać multimedialne gry miejskie np. jako oferta incentive dla firm. Ciekawą opcją dla przewodnika może być również gra/quiz historyczny, podczas którego nt. każdego prezentowanego miejsc zostanie zadane pytanie. (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Nowoczesne narzędzia IT w turystyce").

Komponent Nowy Jarmark Jagielloński

- Seria jakościowych wyrobów i pamiątek sygnowanych marką NJJ (Nowy Jarmark Jagielloński), których wzornictwo będzie czerpało ze sztuki ludowej oraz tradycji jagiellońskiej (koszulki, chusty, torby, kosze, opakowania na laptopa i inne). Projektant każdego z przedmiotów wskazany z imienia, nazwiska i kraju pochodzenia. Wspólna seria opakowań, opisów, metek na produkty podkreślająca ich charakter wpisujący się w założenia Nowego Jarmarku Jagiellońskiego.
- Nowe Twarze Jarmarku (lub Nowe Jarmarki) – pod tym hasłem odbywać się będą w Lublinie zloty i konferencje twórców, projektantów, blogerów, teoretyków i menedżerów kultury, zajmujących się wykorzystaniem tradycji rękodzieła i kultury ludowej we współczesnym świecie kultury, sztuki, przemysłów kreatywnych. Spotkaniom z tego cyklu będą towarzyszyły spontaniczne „jarmarki" polegające na wymianie know how, warsztatach, ale także sprzedaży – targach. Każdorazowo nowe jarmarki będą dostosowane formułą do tematyki.
- Postulat – wydłużenie Jarmarku Jagiellońskiego do 8 a nawet 16 dni, gdyż właśnie tyle dni trwały lubelskie jarmarki w XV i XVI wieku. Możliwość podziału imprezy na wydarzenia cykliczne, polegające na odtwarzaniu historii i wydarzenia oparte o współczesną, awangardową sztukę z krajów Europy Środkowo-Wschodniej.
- Całoroczny projekt Nowy Jarmark Jagielloński Etnodesign – miejsce ogniskujące aktywność artystów i rzemieślników wpisujących się nurt etnodesignu i interpretacji sztuki ludowej przez okres całego roku. Jego atrakcyjność wynikać będzie z możliwości zakupu wyjątkowych produktów, spotkania się z twórcami oraz udziału w warsztatach rękodzielniczych, spektaklach, koncertach. W jego ramach zostanie stworzona także galeria projektów opartych o wzory inspirowane sztuką ludową i rękodziełem z obszaru Lubelszczyzny i Europy Środkowo-Wschodniej. (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Lublin Bramą na Wschód").
- Projekt ukierunkowania tematycznego poszczególnych edycji Jarmarku Jagiellońskiego – opracowanie formuły np. kraju/regionu partnerskiego Jarmarku, którego kultura ludowa, sztuka, a także przemysły kreatywne będą stanowiły przedmiot szczególnej prezentacji. Region lub kraj powinien pochodzić każdorazowo z rejonu Państw Partnerstwa Wschodniego, Rosji lub Unii Europejskiej. Dodatkowo każdego roku inny aspekt twórczości eksponowany byłby jako motyw przewodni – np. obrządek weselny lub przedmioty codziennego użytku, strój ludowy, taniec, gra itp. (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Lublin Bramą na Wschód").

OBSZAR ROZWOJU PRODUKTU W PRZESTRZENI MIEJSKIEJ

- Wzgórze Zamkowe
- Błonia pod Zamkiem
- Stare Miasto
- Śródmieście
- Wzgórze Czwartek
- Podzamcze
- Park Ludowy
- Park Rusałka

PRZYKŁADY PODOBNYCH DZIAŁAŃ ZE ŚWIATA

Komponent historyczny

- **La Guitarra Hostel** – to dwa hostele tematyczne zlokalizowane w Gdańsku i Poznaniu, które oddają hołd wirtuozom gitary z całego świata. Wiele detali w obiekcie nawiązuje do historii rocka, a każdemu z pokoi patronuje inny gwiazdor. Swój pokój mają miedzy innymi Carlos Santana, Eric Clapton, Jimmy Page czy Al di Meola.[4] Przykład ten pokazuje, jak w prosty sposób wyróżnić ekonomiczny obiekt noclegowy, jednocześnie zachęcając turystę do zapoznania się z tematem przewodnim. Klasyczna usługa noclegu zostaje tym samym wzbogacona o dodatkowe przeżycie, przez co zostaje w pamięci na dłużej.
- **Przewodnik mobilny po ruinach zamku Hardenburg w Niemczech**. Możliwość obejrzenia odtworzonych murów zamkowych, wejścia do wirtualnych komnat, podejrzenia zastawionych przed średniowieczną ucztą stołów. Do dyspozycji turystów urządzenie mobilne wyposażone w ekran dotykowy, geolokalizację i kompas (technologia przewodników firmy expedo).
- **Inscenizacja historyczne oblężenie Malborka** – wydarzenie co roku odbywa się według tego samego scenariusza, odgrywane jest oblężenie Malborka nawiązujące do nieudanej próby zdobycia Zamku Krzyżackiego przez wojska Polsko-Litewskie.

Komponent Nowy Jarmark Jagielloński

- **Działalność Zamku Cieszyn** – skupiająca się na rozwoju designu pozostającego w ciągłości z kulturą tradycyjną Śląska. Między innymi sklepik z autorskimi projektami twórców w stałej sprzedaży na miejscu i on-line, prowadzenie warsztatów otwartych z artystycznych technik twórczych, wymiana know-how i współpraca twórców z Polski i Czech.
- **Targi Arena Design w Poznaniu** – prezentujące możliwości interakcji pomiędzy twórcami, a przedstawicielami przemysłu. Targi odwiedza około 15 tys. gości, należą do nich głównie projektanci, architekci i przedsiębiorcy. Podczas targów przyznawana jest nagroda TOP DESIGN. Podczas targów odbywają się wykłady moderowane oraz seminaria z najlepszymi twórcami i teoretykami designu z Polski i Europy.
- **Gdynia Design Days** – początkowo, kiedy w Gdyni nie było jeszcze zorganizowanego środowiska wokół przemysłów kreatywnych, jej organizatorem był Instytut Wzornictwa Przemysłowego w Warszawie. Wydarzenie odbywa się w szczycie sezonu letniego, kiedy to na Pomorzu nie brakuje turystów z całej Polski. W ramach festiwalu dobre wzornictwo prezentują jego twórcy. Wydarzenia odbywają się w przestrzeni miejskiej np. w tymczasowych kontenerach oraz w wielu lokalizacjach w mieście. Impreza była pierwszym krokiem do stworzenia stałego centrum designu w Gdyni.

[4] www.lagitarra.com

4.1.3. Produkt wiodący Lublin Żydowski

LUBLIN ŻYDOWSKI

IDEA

Produkt Lublin Żydowski zachęca turystę do wędrówki po Lublinie, śladami jego dawnych mieszkańców wyznania mojżeszowego. Wykorzystuje przy tym zarówno nieliczne zachowane, materialne świadectwa kultury żydowskiej w mieście, jak i zgromadzone zasoby audiowizualne w przestrzeni Internetu.

OPIS

Skorzystanie z oferty produktu pomoże zrozumieć barwną i fascynującą kulturę mieszkańców Lublina wyznania mojżeszowego. Podczas poznawania produktu w Lublinie, turyści będą mieli także możliwość zapoznania się z podstawowymi założeniami religii żydowskiej (element ekspozycji). Ciężar atrakcyjności produktu będzie jednak położony na „przeniesienie się w czasie" do okresu, kiedy to istotny odsetek mieszkańców miasta stanowili Żydzi. Proponuje się wybranie dwóch okresów w historii miasta: lata 20-30 XX wieku oraz XIX wiek. Produkt poprowadzi ścieżkami dawnego Lublina. Turysta zobaczy niegdyś tętniącą życiem dzielnicę żydowską. Będzie mógł zaobserwować żydowskich mieszkańców miasta podczas ich codziennych rutynowych czynności (np. zabawa dzieci, wizyta w sklepie, ożywiona dyskusja na targu), jak również podczas obyczajów odświętnych (np. przygotowania do szabasu). Takie osadzenie produktu ma na celu zwrócenie uwagi odwiedzających na aspekt harmonijnego współistnienia, przez okres ponad 600 lat, mieszkańców religii żydowskiej i w Lublinie. W celu uporządkowania kilkusetletniej historii koegzystencji warto także stworzyć ekspozycję multimedialną, prezentującą główne fakty dotyczące historii Żydów w Lublinie i na Lubelszczyźnie. W ramach takiej ekspozycji powinny się też znaleźć podstawowe założenia pozwalające poznać religię i kulturę żydowską.

Założeniem realizacji produktu jest również pokazanie jak wyglądały Lublin i Lubelszczyzna w różnych epokach historycznych przez pryzmat kultury żydowskiej i życia tej społeczności. Żydowskie dziedzictwo będzie można odkrywać za pomocą nowoczesnych technologii – takich jak aplikacje mobilne czy rozszerzona rzeczywistość (Augmented Reality). Pozwoli to na stworzenie interesującej narracji dla odbiorcy z różnych części świata – z Polski, z Europy czy z Izraela. Ujrzenie na ekranie smartfona jak przed wojną wyglądała dzielnica żydowska oraz domu, w którym mieszkał Widzący z Lublina, będzie niezapomnianym wspomnieniem. Równie cenna może być wizyta w lubelskim miasteczku Sztetl, w którym tradycyjnie Żydzi stanowili większość mieszkańców.

Proponuje się, aby wirtualnymi przewodnikami po produkcie stały się barwne postacie literackie lub realnie związane z kulturą żydowską z Lublinie. Dla przełomu wieku XIX i XX mógłby to być charyzmatyczny Jasza Mazur – Sztukmistrz z Lublina, którego stworzył pisarz noblista pochodzenia żydowskiego Isaac Bashevis Singer.

Produkt zakłada ukazanie ciągłości historycznej współistnienia Chrześcijan i Żydów na przestrzeni ponad 600 lat. Aby odwiedzający mógł lepiej poznać i zrozumieć, jak daleko idąca koegzystencja miała miejsce w Lublinie, będzie miał do wyboru przeniesienie się w realia dwóch epok historycznych (z czasem możliwość rozbudowania o kolejne epoki, w zależności od dostępności materiałów

archiwalnych i ilustracyjnych). Po każdej z nich oprowadzał go będzie inny przewodnik np. Lublin Jaszy Mazura.

Podróż do każdej z epok będzie wspomagana mobilnymi przewodnikami, elementami ekspozycji stałych, pamiątkami (np. reprodukcjami pocztówek i zdjęć z epoki, albumami, książkami, grafikami, obrazami), rzeźbami (np. rzeźba Jaszy Mazura czy Widzącego z Lublina) lub instalacjami w przestrzeni publicznej. Podstawowym sposobem ukazania ich realiów będzie możliwość podróżowania po Lublinie z przewodnikiem mobilnym, wyposażonym w najwyższej jakości materiały audiowizualne obrazujące realia życia społeczności żydowskiej w danych czasach.

Oddzielnym elementem produktu będzie ukazanie wspomnień o lubelskich i polskich Żydach. Połączenie wystawy w Bramie Grodzkiej wraz z ekspozycją Państwowego Muzeum na Majdanku stanowić będzie podstawę do opowieści o tragicznym rozdziale w historii lubelskich i polskich Żydów. Rekomenduje się prowadzenie takich działań popularyzatorskich i promocyjnych, aby Lublin stał się narratorem barwnej i pełnej jasnych kart historii Żydów w mieście, regionie i Polsce. Należy dołożyć wszelkich starań, aby turyści zechcieli najpierw poznać Lublin Żydowski w odsłonach historycznych w przestrzeni miasta, a dopiero w kolejnym kroku np. następnego dnia skorzystali z oferty Państwowego Muzeum na Majdanku.

UZASADNIENIE

Od średniowiecza istotną część społeczności miasta Lublina stanowili Żydzi, którzy w XVI wieku założyli tu Akademię Talmudyczną, hebrajską drukarnię. W mieście został także powołany żydowski „Sejm Czterech Ziem". Przez lata gmina żydowska w Lublinie stała się jedną z najliczniejszych i najzasobniejszych na obszarze Rzeczpospolitej Obojga Narodów, walnie przyczyniając się do rozwoju gospodarczego miasta. Lublin był także istotnym ośrodkiem chasydyzmu – mistycznego odłamu judaizmu. W mieście mieszkał, oraz został pochowany, słynny chasydzki rabin, Jakub Izaak Horowitz zwany także Widzącym z Lublina. Lata 20 i 30 XX wieku to okres silnego rozwoju społeczności żydowskiej w Lublinie, wtedy powstaje Jesziwa Chachmej Lublin – czyli Lubelska Szkoła Mędrców. W mieście zamieszkuje około 40% ludności żydowskiej. Zgromadzone obecnie i opracowane przez Ośrodek Brama Grodzka – Teatr NN archiwalia, dotyczące tego okresu pozwalają na stworzenie unikatowej w skali kraju i Europy oferty turystycznej. Lublin i Majdanek są obecnie, obok Krakowa i Oświęcimia oraz Warszawy, miejscem często znajdującym się na trasie wycieczek z Izraela. Poprzez realizację produktu Lublin Żydowski zostanie wzmocniona pozycja miasta w tej grupie oraz powstanie unikatowa oferta turystyki kulturowej dla mieszkańców Polski i Europy.

Nieznane fakty dotyczące lubelskich Żydów można poznawać dzięki pracy wykonanej przez Ośrodek Brama Grodzka – Teatr NN, na rzecz zachowania pamięci o żydowskich mieszkańcach Lublina i ich wkładzie w kulturę i dobrobyt miasta.

ISTNIEJĄCE ELEMENTY

Działalność Ośrodka Brama Grodzka – Teatr NN, związana z dbaniem o pamięć o przedwojennej historii miasta oraz popularyzację wiedzy na temat wielokulturowego niegdyś Lublina.

Miejsca związane z Żydami w Lublinie, takie jak:

- Państwowe Muzeum na Majdanku – z nowoczesną ekspozycją multimedialną (m.in. z hologramami) w jednym z poobozowych baraków

Zebrane w ramach przewodnika – śladami lubelskich Żydów opracowanego przez Ośrodek Brama Grodzka – Teatr NN oraz w ramach Szlaku Pamięci Żydów Lubelskich, oznakowanego w przestrzeni miejskiej

- Brama Grodzka
- Latarnia Pamięci
- Plac Zamkowy. Tablica upamiętniająca miasto żydowskie
- miejsce po domu Widzącego z Lublina
- miejsce po synagodze Maharszala
- studzienka z dawnej ulicy Szerokiej
- stary cmentarz żydowski przy ulicy Kalinowszczyzna
- nowy cmentarz żydowski przy ulicy Walecznych
- Jesziwa Chachmej Lublin (Jesziwa Mędrców Lublina, Wyższa Uczelnia Rabinacka)
- dawny szpital żydowski
- dawny Dom Pereca
- synagoga Chewra Nosim
- miejsce po bramie do getta
- ulica Kowalska
- siedziba komitetów żydowskich
- sierociniec dla dzieci żydowskich (ochronka)
- pomnik ofiar getta

Dodatkowo:

- Działalność Gminy Wyznaniowej Żydowskiej w Lublinie
- Powieść „Sztukmistrz z Lublina" napisana przez noblistę Isaaca B. Singera
- Dom Anny Langfus
- Dom Henia Żytomirskiego
- Ekspozycja Miasteczko w Muzeum Wsi Lubelskiej

PROJEKTY ROZWIJAJĄCE

- Stworzenie miejsca flagowego dla produktu Lublin Żydowski, zawierającego kompleksową ekspozycję nowoczesnego muzealnictwa, dotyczącą historii Żydów w Lublinie i na Lubelszczyźnie, z naciskiem na nowe media i interaktywność. W miejscu tym znalazłaby się również ekspozycja multimedialna, poświęcona podstawowym założeniom religii żydowskiej oraz prezentacji lubelskich synagog. Ukazanie najbardziej barwnych postaci „żydowskiego Lublina" (realnych i fikcyjnych) na przestrzeni wieków. Miejsce takie pozwoliłoby zrozumieć w pełni kontekst religijno-kulturowy ponad sześćsetletniej obecności Żydów w Lublinie i na Lubelszczyźnie. Miejsce takie ma stanowić centrum ruchu turystycznego w ramach projektu Lublin Żydowski. Potrzeba jego powołania wynika z rozproszonej i fragmentarycznej, w chwili opracowywania dokumentu, prezentacji tematyki w Bramie Grodzkiej, Jesziwie i Izbie Pamięci na Nowym Cmentarzu Żydowskim. Preferowanym obszarem na realizację takiego działania jest miejsce po synagodze Maharszala. Na prawdopodobnie ocalałych fundamentach świątyni można zrealizować miejsce flagowe projektu pod nazwą – Multimedialne Muzeum Historii Żydowskiego Lublina.

- Lublin Widzącego – przeniesienie w czasy XVIII/XIX w., kiedy w mieście żył Widzący z Lublina. Ukazanie historii chasydyzmu, a także kabały, w której chasydyzm ma swoje korzenie. Stworzenie interesującej narracji o lekko zagadkowym charakterze, z wieloma niedopowiedzeniami, których nie brakuje chociażby w legendzie o lewitującym Jakubie Izaaku Horowitzu. Taka narracja może się przejawiać w grach miejskich stworzonych w wersji papierowej lub na aplikacje mobilne, w wydawnictwach promocyjnych oraz w przewodnikach multimedialnych (możliwe połączenie z miejscem flagowym produktu).
- Utworzenie jednego zintegrowanego szlaku w przestrzeni miejskiej skupiającego wszystkie najważniejsze miejsca pamięci żydowskiego Lublina, zamiast dwóch konkurencyjnych szlaków funkcjonujących obecnie w mieście.
- Wydawnictwa o Lublinie w języku hebrajskim i angielskim, dotyczące historii żydowskiego Lublina oraz produktu turystycznego Lublin Żydowski, dostępne w LOITIK-u, Państwowym Muzeum na Majdanku oraz w Bramie Grodzkiej.
- Stworzenie przewodnika typu audio-guide – wspomnienia, piosenki, dźwięki żydowskiego miasta.
- Galeria Sztukmistrza – miejsce, w którym w sposób ciekawy i interaktywny prezentowana będzie historia Jaszy Mazura. Jednocześnie może to być miejsce połączenia treści „Sztukmistrza z Lublina" z tematem nowego cyrku, jaki jest obecny w Lublinie podczas Carnavalu Sztuk-Mistrzów (możliwe połączenie z miejscem flagowym produktu). Dzięki realizacji tego działania powstanie pożądane połączenie między tematem głównej imprezy wizerunkowej miasta i postaci literackiej, która stanowiła dla niej inspirację. Taka ekspozycja może być zrealizowana w opisanym powyżej miejscu flagowym produktu Lublin Żydowski, jak i w zaplanowanej atrakcji, rozwijającej imprezę Carnaval Sztuk-mistrzów. (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Turystyka w Lublinie inspiruje").
- Umożliwienie pobrania, za pomocą darmowego szybkiego Internetu, aplikacji mobilnej z przewodnikiem Lublin Żydowski. Dodatkowo możliwość wypożyczenia przewodnika mobilnego tj. urządzenia z ekranem dotykowym, słuchawkami i preinstalowanym przewodnikiem turystycznym (możliwe połączenie z miejscem flagowym produktu). (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Nowoczesne narzędzia IT w turystyce")
- Stworzenie i promocja kompleksowej oferty kilkudniowego pobytu w Lublinie, skierowanej do turystów z Izraela opartego także na rekonstrukcji różnych epok historycznych żydowskiego Lublina. Może to być oferta corocznych warsztatów skupiających się na innym okresie historycznym.
- Promocja i zintegrowanie w ramach produktu aplikacji multimedialnych i Augmented Reality wytworzonych przez Ośrodek Brama Grodzka – Teatr NN, zawierających mapy miasta i modele 3D z czasów przedwojennych, a także z wieków wcześniejszych. Aplikacje można następnie rozbudowywać do jednego wzorca, zawierającego zdjęcia, pocztówki, nagrania dźwiękowe i filmowe z XX wieku. Cały system stworzy interaktywną mapę, pozwalającą się przenieść w dowolny okres z historii miasta, za pomocą urządzenia mobilnego. Tworzenie takiego systemu powinno zostać pilotażowo rozpoczęte od produktu Lublin Żydowski, a z czasem zostać rozszerzone także na inne produkty wiodące. (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Nowoczesne narzędzia IT w turystyce")
- Prezentacja realiów życia Żydów w tak zwanych Sztetl oraz fenomenu kulturowego, jaki stanowiły niewielkie miasteczka na Lubelszczyźnie i Podlasiu przed wybuchem II wojny światowej. Opracowanie aplikacji rozszerzonej rzeczywistości udostępnianej na przewodniki mobilne na terenie Muzeum Wsi Lubelskiej w Lublinie. Promocja oferty także w miejscu

flagowym produktu. (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Lublin Bramą Regionu").

OBSZAR ROZWOJU PRODUKTU W PRZESTRZENI MIEJSKIEJ

- Podzamcze
- Stare Miasto
- Kalinowszczyzna
- Wieniawa
- Państwowe Muzeum na Majdanku
- Muzeum Wsi Lubelskiej

PRZYKŁADY PODOBNYCH DZIAŁAŃ ZE ŚWIATA

- **Aplikacja mobilna wydana przez The Museum of London**, zawierająca zdjęcia historyczne przedstawiające scenki z ubiegłych wieków z ulic Londynu, pochodzące z biblioteki muzeum, nakładane na obraz z kamery urządzenia mobilnego w czasie rzeczywistym.
- **Naturalnej wielkości posąg żydowskiego uczonego Maimonidesa**, znajdujący się na jednym z podwórek żydowskiej dzielnicy w Kordobie.
- Muzeum Żuławskie w Nowym Dworze Gdańskim, prezentujące kulturę materialną i duchową przedwojennych mieszkańców Żuław Wiślanych – Mennonitów.
- **Stieg Larsson Millennium Tour** – Szlak miejsc z powieści Stiega Larssona w Sztokholmie, oferta zwiedzania miasta wraz z przewodnikiem, podczas której turysta poznaje miejsca z powieści Larssona oraz interesujące fakty dotyczące miasta. Alternatywą jest zwiedzanie miasta z mapą wskazującą około 20 miejsc z powieści Millenium. Mapa dostępna jest w kilku językach.
- **Stała oferta zwiedzania Berlina** – Jewish Life in Berlin Half Day Walking Tour – w cenie 15,5 euro, wliczona jest opieka przewodnika, mapka. Zwiedzanie rozpoczyna się w wyznaczonym miejscu, codziennie o godzinie 10:00. Rezerwacja miejsc via Internet.

4.1.4. Produkt wiodący Lublin Turystyki Biznesowej

Lublin turystyki biznesowej

IDEA

Turystyka biznesowa w Lublinie podkreśla istotny wkład miasta w rozwój takich tematów jak kultura uczestnicząca, kompetencje wschodnie, wykorzystanie technologii informacyjnych i telekomunikacyjnych do rozwoju miasta oraz akademickość. Wymienione tematy stanowią podstawę kreacji całorocznego produktu przemysłu spotkań, opartego na kongresach, konferencjach, wystawach, prezentacjach i szkoleniach. Ponadto oferta Targów Lublin S.A. stale zyskuje na atrakcyjności, poprzez poprawę infrastruktury targowej, transportowej, hotelowej i gastronomicznej.

OPIS PRODUKTU

W Lublinie będzie odbywać się proporcjonalnie najwięcej spotkań biznesowych, w których uczestniczą goście z całej Polski i Europy w tematach, w których miejskie firmy, instytucje, uczelnie i organizacje są liderami. Ich aktywność merytoryczna i gospodarcza będzie przekładać się na organizację licznych wydarzeń typu kongresy, targi, konferencje, wystawy, prezentacje, seminaria, szkolenia i warsztaty.

Regionalnym liderem przemysłu spotkań są Targi Lublin S.A. Ilość i jakość organizowanych przez nie wydarzeń targowych sprawia, że Lublin staje się wiodącym ośrodkiem przemysłu spotkań Polski Wschodniej i tej części Europy. Dogodne połączenia komunikacyjne, wsparte jakościową i przystępną cenowo bazą noclegową i gastronomiczną na najwyższym poziomie, będą stanowiły ofertę wysoko ocenianą przez profesjonalistów przemysłu spotkań z kraju i Europy.

Rozwój będzie uzależniony od powołania przez miasto Convention Bureau, które weźmie na siebie ciężar związany z promocją i koordynacją wydarzeń biznesowych. Do zadań tej jednostki będzie należało odpowiednie skatalogowanie dostępnych sal konferencyjnych, szkoleniowych oraz obiektów kongresowych i wystawienniczych, a także zapewnienie niezbędnej promocji. Dla dalszego rozwoju turystyki biznesowej w Lublinie konieczna jest również poprawa w zakresie dostępności miejsc noclegowych.

UZASADNIENIE

Zmodernizowana infrastruktura Targów Lublin, Port Lotniczy Lublin, czy też budowane Lubelskie Centrum Konferencyjne, to tylko niektóre inwestycje potwierdzające fakt, że Lublin stawia na biznes. Także dzięki poprawiającej się infrastrukturze komunikacyjnej – modernizacji dróg i kolei – strumień inwestycji napływających do Lublina będzie w nadchodzących latach wzrastał. Inauguracja w połowie 2012 roku gospodarczej marki miasta „Lublin. Inspiruje Biznes" jest dowodem, iż miasto jest świadome pojawiającej się przed nim szansy i chce ją w pełni wykorzystać. W niedalekiej przyszłości zagraniczni turyści biznesowi, ceniący sobie wschodnią gościnność i korzystny klimat dla inwestycji, będą częstymi gośćmi w mieście, korzystając z lokalnych hoteli, a także bogatej oferty kulturalnej Lublina. Rozwój biznesu w mieście powinien być dodatkowo wspierany przez miejscowe uczelnie wyższe, które stanowią istotne zaplecze badawcze oraz intelektualne.

Współpraca miasta z Wschodnim Klastrem ICT skutkuje rozwojem przemysłów kreatywnych w Lublinie oraz efektywniejszym wykorzystaniem nowoczesnych technologii. Aplikacje mobilne, rozszerzona rzeczywistość i technologia 3D jest w Lublinie stosowana z powodzeniem do odkrywania dziedzictwa historycznego oraz w innych dziedzinach bliskich tożsamości miasta. Rozwój Lublina w zakresie wykorzystania technologii informacyjnych jest także mocno akcentowany w obowiązującej Strategii Rozwoju Lublina do roku 2020.

Lublin świadomie buduje pozycję lidera w tematach spotkań profesjonalistów, zajmujących się partnerstwem wschodnim. Działalność powołanego w 2012 roku Centrum Kompetencji Wschodnich owocuje kongresami, na które zjeżdżają do miasta osoby zarządzające kulturą w wielu krajach Europy. Zacieśnianie współpracy w ramach partnerstwa wschodniego postępuje także podczas licznych festiwali kulturalnych, na które zapraszani są artyści z krajów wschodnich.

ELEMENTY ISTNIEJĄCE

- Zmodernizowana infrastruktura Targów Lublin S.A. i odbywające się tam wydarzenia biznesowe, np. Lubelskie Targi Energetyczne – Energetics, Targi Rolnicze Agro-Park, Targi Budowlane Lubdom, Targi Przemysłu Piekarskiego i Cukierniczego BAKEPOL.
- Port Lotniczy Lublin z rozwijającą się siatką połączeń lotniczych.
- Baza konferencyjna i kongresowa lubelskich hoteli, szkół wyższych (np. Aula Collegium Maius Uniwersytetu Medycznego, Centrum Kongresowe Uniwersytetu Przyrodniczego) i centrów kongresowo-wystawienniczych, mogąca jednocześnie przyjąć nawet 10 tysięcy osób
- Wielofunkcyjna hala sportowo-widowiskowa Globus, która może być miejscem odbywania się dużych kongresów, wystaw i imprez targowych.
- Lubelskie Centrum Konferencyjne (w budowie), które pomieści halę wystawienniczą (2500 m2) oraz salę konferencyjną (2200 m2), będzie mogło stanowić zaplecze dla największych wydarzeń z zakresu turystyki biznesowej.
- Centrum Spotkania Kultur (w budowie). Znajdą się w nim m.in. sale konferencyjne, seminaryjne oraz przestrzeń wystawiennicza, które mogą być także zapleczem dla wydarzeń biznesowych w Lublinie. Wielofunkcyjna sala, która będzie miejscem centralnym CSK, oprócz przedstawień teatralnych, operowych i koncertów, będzie służyła także jako sala kongresowa.
- Gospodarcza marka miasta „Lublin. Inspiruje Biznes" – powstała w 2012 roku. Poszerzenie tożsamości miasta o komponent gospodarczy podkreśla koncentrację Lublina na odbiorcy biznesowym.
- Projekt Lubelska Wyżyna IT realizowany przez Urząd Miasta Lublin we współpracy ze Wschodnim Klastrem ICT, który ma na celu rozwój w zakresie nowoczesnych technologii informacyjnych.
- Projekt „Lublin. Location 2.0" – wykorzystanie nowoczesnych technologii do odkrywania dziedzictwa historycznego i tożsamości miasta.
- Działalność Centrum Kompetencji Wschodnich, Warsztatów Kultury oraz Fundacji Trans Kultura na rzecz partnerstwa wschodniego – odbywające się w Lublinie kongresy są biznesowymi spotkaniami profesjonalistów, zajmujących się kulturą.
- Działalność Stowarzyszenia Lubelski Klub Biznesu, które zrzesza ponad 250 lokalnych przedsiębiorców i aktywnie działa na rzecz promocji rodzimych firm, m.in. organizując wydarzenia biznesowe takie jak seminaria, fora czy szkolenia.
- Działalność Izby Rzemiosła i Przedsiębiorczości w Lublinie, która zrzesza 31 organizacji rzemieślniczych. W strukturach 25 Cechów na terenie województwa lubelskiego zrzeszonych jest ok. 2000 przedsiębiorców – rzemieślników. Izba aktywnie działa na rzecz rozwoju przedsiębiorczości w całym województwie, posiada rozbudowaną sieć kontaktów oraz organizuje i współorganizuje wiele imprez / wydarzeń.

PROJEKTY ROZWIJAJĄCE

Istotne dla wdrożenia produktu są następujące działania:

- Rozwój bazy noclegowej, zwłaszcza w zakresie obiektów o standardzie *** i **** w przystępnych cenach i dobrej lokalizacji.
- Próba zbudowania partnerstwa celowego i finansowego wokół kluczowych obszarów działalności gospodarczej, naukowej i kulturowej w Lublinie, w celu wskazania możliwości

zbudowania kalendarza spotkań o europejskim poziomie atrakcyjności. Zbudowanie modelu finansowania najważniejszych wydarzeń przemysłu spotkań, z uwzględnieniem unijnych, samorządowych i krajowych środków finansowych.

- Organizacja Forum Promocji Regionów Polski Wschodniej – kilkudniowej konferencji, która będzie polem wymiany doświadczeń i pomysłów między działaczami samorządowymi z terenów Polski Wschodniej.
- Biznes-miksery dla Polski Wschodniej – kongresy, targi i fora organizowane przez Lublin jako jedyną wschodnią metropolię, lidera Polski Wschodniej. Podczas organizowanych dorocznych mikserów możliwa będzie wymiana doświadczeń, transfer wiedzy, przy jednoczesnym zacieśnianiu partnerstwa regionów Polski Wschodniej.
- Eksport innowacji na wschód – jako miasto liderujące partnerstwu wschodniemu na terenie Polski i Europy, Lublin powinien położyć nacisk na eksport opracowanych i sprawdzonych w mieście działań z zakresu przemysłów kreatywnych i ich wykorzystania w myśl idei smart cities.

W zakresie rozwoju turystyki biznesowej szansę upatruje się w powołaniu Lublin Convention Bureau, które będzie stanowiło niezbędną platformę koordynacji i promocji nowej infrastruktury konferencyjno-kongresowej, która pojawi się wraz z zakończeniem prowadzonych obecnie inwestycji. Do zadań Convention Bureau będzie należało przede wszystkim:

- Zapewnienie odpowiedniego wykorzystania lubelskich obiektów szkoleniowych, konferencyjnych i kongresowych.
- Przeprowadzenie audytu infrastruktury szkoleniowej i konferencyjnej oraz odpowiednie jej skatalogowanie.
- Wydanie katalogu dla planerów konferencji.
- Prowadzenie regularnych badań w zakresie biznesowego ruchu turystycznego w mieście. Cykliczne wyniki badań pozwolą na bieżąco reagować na zmieniające się warunki oraz stworzą możliwość weryfikacji pozycjonowania Lublina na tle miast konkurencyjnych.
- Prowadzenie działań wizerunkowych – wsparcie promocyjne konferencji i spotkań w zakresie kluczowych kompetencji Lublina: nowych technologii, kultury, partnerstwa wschodniego i akademickości.
- Promocja Lublina i jego oferty na targach turystyki biznesowej za granicą, np. IMEX we Frankfurcie, Confex w Londynie, International MICE Forum w Moskwie, EIBTM w Barcelonie czy Convene w Wilnie (poświęcone krajom bałtyckim).

OBSZAR ROZWOJU PRODUKTU W PRZESTRZENI MIEJSKIEJ

- Park Ludowy, gdzie znajdują się Targi Lublin S.A. oraz ulica Dworcowa, łącząca hale targowe z Dworcem PKP.
- Ciąg Stare Miasto – Krakowskie Przedmieście – Aleje Racławickie, wzdłuż którego znajduje się wiele lokali gastronomicznych, dwa 4-gwiazdkowe hotele (Europa oraz Lublinianka) oraz Lubelskie Centrum Konferencyjne i Centrum Spotkania Kultur.
- Okolice Dworca PKP i Dworca Autobusowego, gdzie w przyszłości planowana jest budowa nowoczesnego centrum komunikacyjnego miasta.
- Miejsca w sąsiedztwie licznych obiektów noclegowych, dysponujących zapleczem kongresowym i konferencyjnym.

PRZYKŁADY PODOBNYCH DZIAŁAŃ ZE ŚWIATA

- **Działalność Warsaw Destination Alliance (WDA)** – promocja Warszawy jako celu podróży turystycznych, w tym biznesowych. Fundacja skupiająca kilkadziesiąt podmiotów z branży hotelarskiej, rozrywkowej, ekspozycyjnej. Jej działalność statutowa finansowana jest ze składek członków oraz dobrowolnych darowizn o wysokości 1 Euro, przekazywanych przez gości hoteli zrzeszonych w Fundacji. Dzięki tym funduszom, WDA udało się zrealizować kilka kampanii promocyjnych w mediach globalnych, takich jak BBC World, promujących aspekty turystyki biznesowej w Warszawie.
- **Powstanie Katowice Convention Bureau (KCB)** – w momencie rozpoczęcia istotnych inwestycji infrastrukturalnych z zakresu przemysłu spotkań, w tym flagowej inwestycji w Międzynarodowe Centrum Kongresowe, Katowice utworzyły przy Urzędzie Miasta nową komórkę pod nazwą Katowice Convention Bureau. Finansowanie jej kluczowych działań zostało zapewnione przez pozyskanie funduszy unijnych na realizację projektu Promocja oferty MICE Katowic. W ramach projektu realizowanego z RPO 2007-2013 woj. śląskiego opracowano między innymi: system identyfikacji wizualnej Katowice Convention Bureau, wykonano stronę www oraz katalog z ofertą obiektów dla turystyki biznesowej, sfinansowano cykl konferencji i warsztatów dla branży turystycznej w Aglomeracji Górnośląskiej oraz prezentacji oferty MICE Katowic w Warszawie i Poznaniu. Dzięki powołaniu KCB udało się wpisać Katowice jako jedno z kluczowych centrów przemysłu spotkań w Polsce.
- **Forum Ekonomiczne w Krynicy** – Impreza, której pierwsza edycja odbyła się w 1991 roku, obecnie jest największym spotkaniem sfer biznesu i polityki w tej części Europy. Stała się marką parasolową, pod którą realizowany jest szereg spotkań na linii Unia Europejska – państwa europejskie sąsiadujące z UE od wschodu. Uzupełnieniem tematyki poruszanej w Krynicy są konferencje organizowane przez Instytut Wschodni, takie jak: Forum Energetyczne, Forum Europa-Rosja, Forum Europa-Ukraina, Forum Unia Europejska – Partnerstwo Wschodnie.

4.1.5. Produkt wiodący Lublin Smaków

LUBLIN SMAKÓW

IDEA

Lublin jest miejscem, w którym przez cały rok prezentowana jest tradycja dobrego, regionalnego smaku, opartego o najwyższej jakości produkty, pochodzące z rolniczego regionu Lubelszczyzny. Ofertę kulinarną miasta w skali kraju i Europy wyróżnia połączenie wielokulturowej tradycji i najnowszych trendów. Mowa tutaj przede wszystkim o umiejętnym połączeniu wysokiej jakości składników zaczerpniętych z kultury slow food'u oraz kreatywnej kuchni autorskiej. Dodatkową wartością i wyróżnikiem miasta na kulinarnej mapie Polski i Europy jest oferta unikatowych wydarzeń kulinarnych realizujących założenia miasta inspiracji.

OPIS PRODUKTU

Turysta odwiedzając miasto przez cały rok, będzie mógł skorzystać z bogatej oferty kulinarnej opartej na kilku filarach: jakościowych restauracjach czerpiących z i interpretujących tradycję kulinarną,

możliwości degustacji i zakupu najświeższych produktów regionalnych, możliwości zapoznania się z procesem produkcyjnym i szansie zakupu wyrobów uznanych marek spożywczych działających w mieście, uczestnictwie w festiwalach i imprezach kulinarnych o charakterze premium underground.

W mieście będzie funkcjonować także oferta warsztatów kulinarnych, współtworzonych z Kresową Akademią Smaku, w ramach których będzie można zapoznać się z najświeższymi lokalnymi składnikami, tradycyjnymi recepturami i własnoręcznie przygotować ciekawe potrawy pod okiem szefów kuchni.

Probiernia Lubelskich Smaków – tutaj wszystko się zaczyna. Dzięki zintegrowaniu oferty producentów spożywczych, lokalnych restauratorów, piekarzy, producentów rolnych itp. w Lublinie w jednym miejscu będzie można zapoznać się z całościową ofertą kulinarną. Miejsce to spełni rolę „ambasady" wszystkich elementów produktu Lublin Smaków. Tutaj będzie można zacząć swoją podróż degustacyjną po mieście, wziąć udział w warsztatach, spróbować najważniejszych produktów kulinarnych, otrzymać broszurę, pobrać aplikację mobilną, czy porozmawiać z pasjonatami lubelskich kulinariów oraz zakupić koszyk lokalnych specjałów, który będzie stanowić wyjątkową pamiątkę z pobytu w mieście. Miejsce to powinno znajdować się w dogodnej lokalizacji dla turystów. Jego wystrój powinien nawiązywać do charakteru największej imprezy kulinarnej miasta i regionu. Tutaj także powinny być prezentowane nagrania wideo oraz zdjęcia z kolejnych edycji imprezy.

Odkrycie smaku Lublina ułatwi połączenie najciekawszych autorskich restauracji w ramach szlaku kulinarnego. Restauratorzy współpracujący w ramach szlaku wspólnie wykreują ofertę wydarzeń cyklicznych o charakterze sezonowym, wypromują nowe menu czy warsztaty kulinarne. Ich działania będą miały na celu także wzmocnienie obecności regionalnych produktów na stołach lubelskich restauracji oraz wzrost świadomości istnienia tradycyjnych lubelskich dań wśród turystów.

Turyści chętni by dotrzeć do źródeł smaku będą mogli podróżować szlakiem lubelskich produktów spożywczych. Kluczowymi atrakcjami w jego ramach będą wizyty w zakładach lub sklepach przyzakładowych, oferujących największy wybór produktów danej marki. Odwiedzenie jednego dnia kilku producentów, umożliwi przygotowany pakiet turystyczny. Znajdą się w nim zarówno degustacje (np. miodów, czekolad lub piwa), jak również wizyty poznawcze w zakładach do tego przystosowanych. Oferta tego typu zwiedzania miasta będzie również wykorzystywana przez tour-operatorów przyjazdowych.

W ramach produktu LUBLIN SMAKÓW miasto zaoferuje kalendarz wydarzeń kulinarnych przyciągających turystów z całego kraju i Europy. Poza Europejskim Festiwalem Smaku, będą to także eventy takie jak specjalne edycje Nocy Restauracji i Dnia Restauracji. Ich charakter będzie spójny z marką Lublin. Miasto Inspiracji. Swoją ofertę będą kierować do wymagających mieszkańców europejskich metropolii, poszukujących autentyzmu i kreatywności. Będą wpisywały się w nurt wydarzeń outdoorowych opartych o założenia underground, ale z dbałością o każdy szczegół, co ustawi je wśród najciekawszych wydarzeń tego typu w Europie.

Miasto przyciągnie turystów kulinarnych z całej Europy, stając się najważniejszym punktem na mapie kulinarnej w Europie środkowo-wschodniej, podczas międzynarodowej imprezy skupiającej się na slow food i nowych trendach w kulinariach, wzorowanej na włoskim Salone del Gusto.

UZASADNIENIE

Lublin, jako stolica kojarzącej się ekologicznie Lubelszczyzny, jest miejscem predestynowanym do budowy produktu kulinarnego, opartego o lokalne smaki, naturalne wyroby i tradycyjne potrawy.

Takie marki jak: Perła, Apis, Herbapol czy Lubella są tego potwierdzeniem. Europejski Festiwal Smaków będzie wspaniałą okazją do ich wypromowania. Impreza nada tonu i unikatowego charakteru lubelskim kulinariom.

W mieście z powodzeniem można utworzyć komercyjnie osadzony Szlak kulinarny, na którym znajdą się nie tylko restauracje, ale także renomowani producenci żywności. W mieście warto także skomponować koszyk regionalnych smaków oraz wypromować silniej typowo lubelskie produkty takie jak cebularz czy forszmak.

ISTNIEJĄCE ELEMENTY

- Europejski Festiwal Smaku – jedna z największych i najbardziej interesujących imprez kulinarnych w Polsce. Silnie oparta o tradycje kulinarne Lubelszczyzny, kreatywnie łącząca jedzenie z kulturą, otwarta na nowe trendy, wpisująca się w założenia marki Lublina i regionu, inspirująca rozwój biznesu turystycznego.
- Lubelskie Święto Chleba – jedno z najważniejszych wydarzeń branży piekarskiej i cukierniczej we wschodniej Polsce. Impreza odbywa się od 15 lat, w unikalny sposób łączy prezentacje rzemieślnicze, tradycję i kulturę oraz rozrywkę, dzięki czemu cieszy się dużym zainteresowaniem zarówno ze strony mieszkańców, jak i turystów.
- Muzeum Wsi Lubelskiej – skansen organizuje imprezy związane z kulturą rolną, a także kulinariami.
- Renomowane restauracje lubelskie takie jak np.: Czarcia Łapa, Mandragora, Przedwojenne Smaki Lublina, Sielsko-Anielsko, Grodzka 15, Ulice Miasta, Hades, Szeroka, Czarny Tulipan.
- Rozpoznawalne w skali kraju marki sektora spożywczego, będące znaczącymi graczami lub liderami na rynku, takie jak: Lubella, Apis, Solidarność, Perła – Browary Lubelskie S.A., Herbapol Lublin, Polmos Lublin.
- Spożywcze produkty regionalne i kulinarne, charakterystyczne dla Lublina, takie jak cebularz czy forszmak lubelski.
- Działalność Stowarzyszenia „Partnerstwo Producentów Cebularza Lubelskiego", które podjęło się trudu zarejestrowania cebularza jako pierwszego lubelskiego produktu posiadającego Chronione Oznaczenie Geograficzne.
- Działalność Cechu Rzemiosł Spożywczych, który skupia większość inicjatyw związanych z utrzymaniem wysokiej jakości produktów oraz z ich promocją w kraju i za granicą. Cech jest także głównym organizatorem Lubelskiego Święta Chleba.
- Klaster Restauratorów i Hotelarzy, którego misją jest m.in. promowanie dziedzictwa kulinarnego Lubelszczyzny.
- Klaster Dolina Ekologicznej Żywności, promujący ekologiczną żywność pochodzącą z Lubelszczyzny.
- Kresowa Akademia Smaku, stowarzyszenie stymulujące rozwój oferty turystyki kulinarnej w Lublinie, w tym współorganizujące Europejski Festiwal Smaku w Lublinie. Stowarzyszenie stara się także odtworzyć i wykorzystać do celów turystycznych tradycje kulinarne Lublina.
- Stowarzyszenie Polskich Kucharzy i Cukierników Region Lubelski, które za cel stawia sobie m.in. promocję i kultywowanie kuchni lubelskiej.
- Odbywające się od 2013 roku Targi Przemysłu Piekarskiego i Cukierniczego BAKEPOL.

PROJEKTY ROZWIJAJĄCE

- Probiernia Lubelskich Smaków – ambasada smaków, centralne miejsce dla produktu, zarówno oferujące jego istotne elementy, jak i pełniące funkcje informacyjne. Mieszczące się w Śródmieściu. Byłoby to połączenie targu spożywczego, miejsca degustacji produktów spożywczych, miejsca prowadzenia warsztatów. Wiodącą atrakcją Probierni mógłby być „kompozytor smaków" pozwalający np. przygotować mieszankę ziół lubelskiego Herbapolu lub miodów Apis, według preferencji turystów. Stanowiłoby to jedyną w swoim rodzaju pamiątkę z miasta (nawiązanie do Herbaty inspiracji, opracowanej pod szyldem miasta w lubelskim Herbapolu). W Probierni znajdowałyby się także wszelkie wydawnictwa dotyczące kulinariów. Tutaj można by zarówno pobrać aplikację mobilną – przewodnik kulinarny po Lublinie, jak również zakupić wycieczkę po szlaku lubelskich produktów spożywczych. W tym miejscu znajdowałoby się również centrum warsztatów kulinarnych, wykorzystujących regionalne produkty i przepisy, prowadzone wspólnie z Kresową Akademią Smaku. Probiernia powinna łączyć wielu partnerów w tym Miasto Lublin, Kresową Akademię Smaku, Klaster Dolina Ekologicznej Żywności, Stowarzyszenie Polskich Kucharzy i Cukierników Region Lubelski.
- Lubelski Szlak Kulinarny z podszlakiem restauracji i lubelskich produktów spożywczych. W ramach podszlaku restauracji prezentacja około 20 autorskich restauracji, które pracują na produkcie regionalnym lub serwują kuchnię regionalną. W ramach szlaku prowadzone działania cykliczne, takie jak wydanie i dystrybucja mapki, prowadzenie portalu i profilu facebook, imprezy tematyczne pokrywające się z sezonowością. Dodatkowo imprezy specjalne, takie jak Noc Restauracji i Dzień Restauracji w Lublinie, charakteryzujące się podejściem undergroundowym – offowym. W podszlaku lubelskich produktów spożywczych spójna prezentacja oferty wiodących producentów żywności. Opracowanie jednej oferty z mapką, dedykowanym środkiem transportu i formułą zwiedzania, które umożliwią bezproblemowe poznanie wyrobów firm takich jak Lubella, Apis, Herbapol, Perła.
- Kalendarz wydarzeń kulinarnych o charakterze festiwalowym (Europejski Festiwal Smaku), społecznościowym (Dzień Restauracji) i wizerunkowym (Noc Restauracji), utrzymanych w charakterze nawiązującym do założeń marki miasta. Połączenie estetyki nowego cyrku, undergroundu i oferty kulinarnej premium. Stała promocja wydarzeń poprzez media społecznościowe oraz wydawnictwo i portal.
- Organizacja wizerunkowej imprezy targowej dla smakoszy i miłośników slow food z całej Europy, nawiązującej do Salone del Gusto w Turynie. Współpraca z Targami Lublin S.A. oraz Urzędem Marszałkowskim Województwa Lubelskiego.
- Stworzenie wydawnictwa o charakterze i jakości dobrej gazety kulinarnej, ukazującego się cyklicznie i promującego Lublin Smaków między innymi w hotelach, na lotnisku, na pokładzie samolotów i PKP Intercity.
- Stworzenie portalu turystyki kulinarnej Lublina i Lubelszczyzny pod nazwą Taste of Lublin. Strona poświęcona całości oferty turystyki kulinarnej miasta i regionu, produktom regionalnym, daniom, imprezom. Dodatkowo prezentowałaby treści analogiczne do tych opisanych w prezentacji mobilnej.
- Przepisy na smaki Lublina – zdiagnozowanie, selekcja, przygotowanie dokładnych receptur, publikacja na stronie szlaku kulinarnego, w wydawnictwie.
- Obwoźne budki z cebularzami, gryczakami i innymi lubelskimi smakołykami/przekąskami, pojawiające się w różnych miejscach miasta. Stworzenie dodatkowo ulicznych punktów

kulinarnych w stylistyce underground premium, np. w oparciu o całoroczne grille drzewne i piece chlebowe, co będzie wyróżniało miasto.

- Przewodnik Kulinarny po Lublinie – zarówno wydawnictwo w formie papierowej, jak i aplikacja mobilna. Umożliwi wyszukanie lokalu według preferowanego typu kuchni, opisze i zaprezentuje tradycyjne lubelskie potrawy, poinformuje o atrakcjach na kulinarnym szlaku, pokaże film jak wypieka się cebularze itp. Żywe kompendium wiedzy, które pozwoli w całości odkryć Lublin Smaków. Działanie prowadzone z lokalnymi autorytetami kulinarnymi, w tym szefami kuchni oraz red. Waldemarem Suliszem – znawcą kulinariów Lublina i regionu. (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Nowoczesne narzędzia IT w turystyce").
- Organizacja Dnia Kuchni Wschodniej podczas Europejskiego Festiwalu Smaków w Lublinie, gdzie na pierwszym planie będą tradycyjne dania krajów Partnerstwa Wschodniego: Białorusi, Ukrainy, Mołdawii, Gruzji, Azerbejdżanu i Armenii. (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Lublin Bramą na Wschód").
- Kreatywne pamiątki kulinarne typu: cebularz „do it yourself" – przepis plus odmierzona porcja każdego ze składników. Drobne wyroby piekarnicze i cukiernicze nawiązujące, poprzez wykorzystane składniki lub przyjętą formę do dziedzictwa kulinarnego Lublina. (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Turystyka w Lublinie inspiruje").
- Koszyk Regionalnych Smaków – opracowane różne wersje (mini, medium, maxi), zakup w restauracjach na szlaku kulinarnym, w probierni i w innych punktach obsługi ruchu turystycznego takich jak LOITiK oraz lubelskie hotele. (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Lublin bramą regionu").
- Promowanie wraz z LROT-em i Kresową Akademią Smaku kulinarnego dziedzictwa Lublina i Lubelszczyzny, jako możliwe pola współdziałania; należy wskazać miedzy innymi: imprezy, które od Lublina mogłyby promieniować na cały region; opracowanie kanonu kulinarnych specjałów i zebranie przepisów na tradycyjne dania Lublina i Lubelszczyzny; promowanie tradycyjnych lubelskich dań wśród restauratorów – próba szerszego ich wprowadzenia do stałego menu. (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Lublin bramą regionu").

OBSZAR ROZWOJU PRODUKTU W PRZESTRZENI MIEJSKIEJ

Głównie Stare Miasto i Śródmieście jako obszar:

- gdzie występuje największa kumulacja lokali gastronomicznych. Tutaj też znajdują się najbardziej rozpoznawalne lubelskie restauracje.
- gdzie odbywa się większość wydarzeń podczas Europejskiego Festiwalu Smaku (w szczególności Plac po Farze).
- miejsce, gdzie zlokalizowany jest LOITiK – punkt nabywania pamiątek, w tym również tych kulinarnych.
- gdzie powinny stanąć obwoźne punkty z lubelskimi smakołykami i przekąskami.
- gdzie powinna zostać zlokalizowana Probiernia Lubelskich Smaków.

PRZYKŁADY PODOBNYCH DZIAŁAŃ ZE ŚWIATA

- **Kulinarny Poznań** – szlak kulinarny skupiający autorskie restauracje w mieście, cechujące się dbałością o produkt, kreatywnymi, choć czerpiącymi z regionalnej tradycji przepisami,

wysmakowanym wystrojem wnętrza, a przede wszystkim pasją do kulinariów ich właścicieli i szefów kuchni. Szlak działa przez okres całego roku, animując wydarzenia kulinarne w restauracjach. W jego ramach wydawana i dystrybuowana jest mapka z restauracjami. Działa także fanpage na Facebooku i strona internetowa szlaku. Działania mają na celu promowanie wśród turystów kultury jedzenia w restauracjach.

- **Restaurant Day** – impreza otwarta, pod której marką każdy chętny może otworzyć jednodniową restaurację. Pomysł narodził się w Finlandii w 2012 roku. Obecnie kilkaset miast na całym świecie bawi się co kwartał w ramach Restaurant day. Menu i wystrój, a także pomysły na jednodniowe restauracje, wahają się w zależności od pory roku oraz inwencji autorów.
- **Tyskie Browarium** – centrum wycieczkowe z ekspozycją nt. piwowarstwa, na terenie Tyskich Browarów Książęcych. W jego ramach można skorzystać z: kina 3 D, wycieczki po zabytkowych obiektach browaru, pubu. Centrum stanowi atrakcję turystyczną, wchodzącą w skład Szlaku Zabytków Techniki na Śląsku.

4.2. Produkty uzupełniające

4.2.1. Lublin Filmowy

LUBLIN FILMOWY

IDEA

Lublin jest miejscem docenianym przez filmowców za jego unikatową zabudowę architektoniczną oraz wyjątkowe plenery. Dzięki produktowi LUBLIN FILMOWY turysta ma szansę odkryć w mieście plenery z wielu słynnych produkcji, poznając przy tym ciekawostki związane z tworzeniem filmu.

OPIS PRODUKTU

Lekka i przyjemna narracja związana z tematem polskiej i zagranicznej kinematografii, da turystom możliwość poznania Lublina od innej strony. Głównym elementem całorocznego produktu LUBLIN FILMOWY będzie szlak słynnych filmów i seriali, które zostały tu nakręcone. Szlak dyskretnie oznakowany w przestrzeni miejskiej oraz wsparty przez przewodniki drukowane i multimedialne, dostępne na urządzenia mobilne. Najważniejsze informacje oraz ciekawostki związane z filmami powstającymi w Lublinie uzyskać będzie można z dedykowanej strony internetowej, która w atrakcyjny wizualnie sposób zaprezentuje produkt LUBLIN FILMOWY.

W ramach produktu turysta będzie mógł także spędzić weekend w mieście, poznając miejsca akcji popularnego serialu „Wszystko przed nami” lub na warsztatach filmowych z profesjonalistami. Powstające w ramach Lubelskiego Funduszu Filmowego produkcje dotyczące Lublina dostępne będą do nabycia w LOITIK-u. Poświęcone będą im także cykliczne seanse filmowe i pogadanki z autorami, podczas których pogłębione zostaną tematy poruszone w filmach.

UZASADNIENIE

Lublin był wielokrotnie doceniany przez twórców filmowych, którzy decydowali się wykorzystać miasto jako plener filmowy. Rynek Starego Miasta odegrał Paryż w filmie „Chopin – pragnienie miłości" z Piotrem Adamczykiem w roli głównej. Lubelski Zamek wystąpił w międzynarodowej produkcji z 2004 roku „Aryjska Para" oraz w adaptacji słynnej powieści Henryka Sienkiewicza „Ogniem i Mieczem" reżyserowanej przez Jerzego Hoffmana. Z kolei obiekty Państwowego Muzeum na Majdanku można zobaczyć w „Lektorze", za który Kate Winslet otrzymała w 2009 roku Oscara dla najlepszej aktorki pierwszoplanowej. W mieście powstawały też seriale, takie jak kultowe „Czarne Chmury", w których Lublin udawał siedemnastowieczną Warszawę czy naszpikowany polskimi gwiazdami kina „Determinator" (w obsadzie m.in. Olaf Lubaszenko, Robert Gonera, Jan Wieczorkowski, Marian Dziędziel). W telewizji publicznej emitowany jest obecnie serial „Wszystko przed nami", którego fabuła osadzona jest w Lublinie.

Miasto Lublin od kilku lat organizuje konkurs Lubelskiego Funduszu Filmowego, na dofinansowanie filmów związanych z Lublinem i przyczyniających się do promocji miasta. Dzięki pozyskanym środkom powstać mogą produkcje różnego typu: filmy fabularne, seriale telewizyjne, filmy dokumentalne lub animowane, przeznaczone do emisji w telewizji, w Internecie, a ponadto wyświetlane w kinach oraz prezentowane podczas festiwali filmowych.

W 2008 roku zrealizowany został projekt pod nazwą „Lublin – Lwów: Miasta Filmowe", którego założeniem była promocja plenerów filmowych w obu miastach. W ramach projektu powstał m.in. trailer, ukazujący atrakcyjność Lublina i Lwowa, którego prezentacja miała miejsce na słynnym festiwalu filmowym w Cannes. Projekt został nominowany w konkursie „Polska Pięknieje – 7 cudów Funduszy Europejskich" w kategorii „Turystyka transgraniczna i międzynarodowa".

ISTNIEJĄCE ELEMENTY

- Miejsca na terenie miasta, w których kręcone były znane filmy i seriale, takie jak:
  - „Aryjska Para"
  - „Chopin – pragnienie miłości"
  - „Kronika wypadków miłosnych"
  - „Lektor"
  - „Ogniem i Mieczem"
  - „Wiosna 1941"
  - „Czarne Chmury"
  - „Determinator"
  - „Wszystko przed nami"
- Lubelski Fundusz Filmowy i powstające w jego ramach filmy dotyczące Lublina
- Kino w Browarze, wyświetlające w sezonie letnim bezpłatnie filmy na dziedzińcu przy Starym Browarze.

PROJEKTY ROZWIJAJĄCE

- Wytyczenie szlaku LUBLINA FILMOWEGO na terenie Starego Miasta i Śródmieścia, po wybranych miejscach, w których kręcono znane filmy i seriale. Początkowo szlak mógłby być dyskretnie oznakowany niewielkimi znacznikami na ścianach budynków lub płytach chodnikowych, co nie spowoduje dodatkowego „zaśmiecenia" przestrzeni publicznej,

a pozwoli oprowadzić turystę po mieście, zaciekawiając go nietypowym tematem przewodnim. Na szlaku mogą stanąć kinematografy lub niewielkie ekrany, w których będą prezentowane sceny z filmów. Przy każdym z punktów na szlaku zostanie umieszczony kod (marker), służący do pobrania mobilnego przewodnika lub odtworzenia treści zamieszczonych w Rzeczywistości Rozszerzonej. Każde z miejsc na szlaku będzie wyróżniało się zaskakującą ciekawostką dotyczącą wybranej produkcji lub aktora, który w niej zagrał.

- Wydawnictwa promujące LUBLIN FILMOWY, w których znajdzie się mapka centrum miasta z oznaczonym szlakiem oraz opis każdego z punktów znajdujących się na nim. Wydawnictwa dostępne w Internecie oraz w punkcie informacji turystycznej.
- Utworzenie atrakcyjnej wizualnie strony internetowej LUBLIN FILMOWY, gdzie prezentowane będą aktualności, ciekawostki i fotosy dotyczące produkcji zrealizowanych w Lublinie. Będzie można z niej również ściągnąć przewodniki po szlaku LUBLIN FILMOWY w wersji PDF, do samodzielnego wydrukowania lub multimedialne przeznaczone na urządzenia mobilne.
- Cykliczne seanse filmów dofinansowanych z Lubelskiego Funduszu Filmowego, połączone ze spotkaniem z twórcami i bohaterami tych produkcji. Jako że wiele dotychczas powstałych filmów ma charakter dokumentalny, a nie fabularny, to seanse mogą pełnić istotną rolę edukacyjną wśród młodzieży z miasta i regionu.
- Możliwość nabycia w LOITIK-u filmów związanych z Lublinem, które powstały w ramach Lubelskiego Funduszu Filmowego.
- Gra planszowa LUBLIN FILMOWY, stworzona we współpracy z Fabryką Gier Historycznych z Lublina. Tematyka gry związana z kinematografią oraz miejscami znajdującymi się na szlaku Lublina Filmowego.
- Geocaching LUBLIN FILMOWY – gra terenowa polegająca na poszukiwaniu przy pomocy urządzenia wyposażonego w GPS ukrytych skrzynek, których lokalizacja oraz zawartość związana jest z plenerami filmowymi w Lublinie.
- Przewodniki multimedialne do ściągnięcia na urządzenia mobilne. Dostępne w sieci na dedykowanej stronie internetowej oraz na stronach miasta i LOITIK-u, a także w przestrzeni miejskiej, dzięki umiejscowieniu odpowiednich markerów na szlaku LUBLINA FILMOWEGO. (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Nowoczesne narzędzia IT w turystyce").
- Warsztaty filmowe dla młodzieży z Lublina i z regionu, podczas których będzie możliwość zapoznania się techniką kręcenia filmów oraz wykorzystania profesjonalnego sprzętu zdjęciowego. Prowadzone przez zawodowych filmowców – reżyserów, scenarzystów, dźwiękowców i operatorów. (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Turystyka w Lublinie inspiruje").
- Reaktywacja Międzynarodowych Dni Filmu Dokumentalnego "Rozstaje Europy", festiwalu, który odbywał się w Lublinie w latach 2000-2009. (Idea festiwalu jest zgodna z założeniami programu horyzontalnego „Lublin Bramą na Wschód").

OBSZAR ROZWOJU PRODUKTU W PRZESTRZENI MIEJSKIEJ

- Przede wszystkim Stare Miasto i Śródmieście, a w szczególności:
  - Rynek, ulice Rybna, Olejna, Grodzka, Złota, Bramowa, Jezuicka, Dominikańska, Archidiakońska, Szambelańska
  - ul. Krakowskie Przedmieście

- Zamek Lubelski wraz Kaplicą Trójcy Świętej i Donżonem
- Muzeum Wsi Lubelskiej
- Państwowe Muzeum na Majdanku

PRZYKŁADY PODOBNYCH DZIAŁAŃ ZE ŚWIATA

- **Portal filmowy Wyspy Man**[5] – skierowany do turystów, producentów filmów oraz mieszkańców wyspy. Znaleźć można na nim m.in. mapę lokalizacji, w których kręcono produkcje z gwiazdami światowego kina, np. Patrickiem Swayze, Seanem Beanem czy Heleną Bonham-Carter.
- **Portal internetowy filmlondon.org.uk** – znajdziemy na nim wiele ofert zwiedzania miasta skierowanych do turystów. Na przykład The South Bank Movie Trail to szlak spacerowy umiejscowiony na południowym brzegu Tamizy, który prowadzi przez znane miejsca, jak Parlament, Katedra Świętego Pawła czy Tower Bridge. Do innych propozycji należy Filmowa Mapa Metra (Underground Movie Map), wskazująca znane filmy, które kręcono na stacjach londyńskiego metra (np. Harry Potter) oraz pełna ciekawostek mapa Londynu Bridget Jones.
- **Zwiedzanie Szkocji z „Meridą Waleczną”** (ang. „Brave”)[6] – biuro promocji turystycznej Szkocji wykorzystało oscarowy sukces animowanego filmu do stworzenia oferty turystycznej osadzonej w klimacie „Meridy”.
- **Oferty turystyki filmowej wokół Dirty Dancing** – Hotel Mountain Lake w Pembroke w Virginii, USA – promocja hotelu jako miejsca, gdzie czeka wielka miłość na miarę romansu Patricka Swayze i Jennifer Grey. Organizowane są weekendy Dirty Dancing, z zachowaniem scenariusza z filmu: nauka tańca, pokazy, karaoke
- **Wydawnictwa przewodnikowe turystyki filmowej w polskich miastach** – Filmowy przewodnik po Warszawie, Filmowy spacerownik po Trójmieście, Szlak dziedzictwa filmowego i Przewodnik po filmowej Łodzi. Niezbędne kompendia wiedzy dla miłośników turystyki filmowej, chcących przez jej pryzmat poznać miasto.
- **Szlak Pianisty w Warszawie** – aplikacja mobilna prowadząca turystów śladami ekipy filmowej, która w 2001 roku na warszawskiej Pradze wykonywała zdjęcia do filmu Pianista Romana Polańskiego.

4.2.2. Lublin. Drogi do Wolności

LUBLIN. DROGI DO WOLNOŚCI

IDEA

Lublin inspiruje do zastanowienia się nad rzeczami ważnymi, takimi jak wolność i demokracja. LUBLIN. DROGI DO WOLNOŚCI to produkt, który ukazuje zmagania polskiego społeczeństwa w celu obalenia poprzedniego ustroju. Multimedialna i nieszablonowa prezentacja faktów, w

[5] www.isleofmanfilm.com
[6] www.visitscotland.com/brave

połączeniu z interaktywnością, wyróżniają prezentowane w Lublinie podejście do tematu na tle innych miast polskich i europejskich.

OPIS PRODUKTU

Głównym punktem produktu LUBLIN. DROGI DO WOLNOŚCI, będzie ekspozycja w Domu Wolnego Słowa, która nie pozostawi obojętnym i sprawi, że odwiedzający zastanowi się nad zakresem wolności jakim dysponujemy dzisiaj. Multimedialna prezentacja w połączeniu z unikatowymi maszynami drukarskimi oraz innymi eksponatami przypomni nieodległe czasy, gdy wolność słowa zastąpiona była cenzurą, a za manifestowanie przeczących władzy poglądów można było trafić do więzienia. Oprócz odkrycia wystawy bogatej w materiały zdjęciowe, audio i wideo, w Domu Wolnego Słowa będzie można wziąć udział w warsztatach drukarskich, podczas których każdy stworzy unikatową pamiątkę z Lublina – personalizowany wydruk na bibule.

Dzięki szlakom „Lublin Szeptany" turysta zwiedzi miasto, mając za indywidualnych przewodników przedstawicieli lubelskiej opozycji. Przy okazji poznawania miejsc związanych z ich działalnością odkryje również inne ciekawe punkty na mapie miasta.

Do promocji produktu wykorzystywane będą między innymi żuki – samochody silnie kojarzące się z Lublinem oraz okresem PRL-u. Obwoźna ekspozycja prezentująca elementy produktu będzie zachęcać turystów przechadzających się po deptaku do odwiedzenia Domu Wolnego Słowa, a także może zostać wykorzystana na targach turystycznych.

UZASADNIENIE

Lublin jako miasto silnie zapisał się w polskiej drodze do wolności. Od 1954 roku z Katolickim Uniwersytetem Lubelskim związany był Karol Wojtyła, późniejszy papież Jan Paweł II. Był on kierownikiem Zakładu i Katedry Etyki Wydziału Filozoficznego. Jego związki z KUL trwały aż do 1978 roku, kiedy to zaczął pełnić funkcję głowy Kościoła Katolickiego. W 1977 roku, w mieście, trzech studentów założyło podziemną drukarnię, wśród nich był między innymi Bogdan Borusewicz, późniejszy marszałek Senatu. W podlubelskim Świdniku w lipcu 1980 roku rozpoczęły się strajki, które dały początek fali protestów na Pomorzu i w całym kraju.

Obecnie, głównie dzięki działalności Ośrodka Brama Grodzka – Teatr NN, odkrywany na nowo działalność lubelskiej opozycji z okresu PRL. Dbanie o dziedzictwo historyczne w tym zakresie doprowadziło do otwarcia interaktywnego muzeum, Izby Drukarstwa. Perspektywa jej przekształcenia w Dom Wolnego Słowa, w którym ekspozycja będzie poświęcona sile słowa w dążeniu do wolności, daje silną podstawę budowy produktu Lublin. Drogi do Wolności.

PODSTAWA BUDOWY PRODUKTU

- Działalność Ośrodka Brama Grodzka – Teatr NN:
  - Izba Drukarstwa – w przyszłości Dom Wolnego Słowa
  - Wydawnictwa „Lublin. Drogi do Wolności"
  - Szlak Lubelskiego Lipca– jako punkt wyjściowy do kreacji opowieści nt. Lubelskiego Lipca. Na szlaku m.in.: Tablica pamiątkowa w 10 rocznicę Lubelskiego Lipca na Dworcu

PKP w Lublinie, z cytatem z Jana Pawła II – Kolejarze nie dajcie się dzielić, pozostańcie zjednoczeni. Słowa te wypowiedział JP II w 1987 roku.
  - Lubelski Szlak Historii Najnowszej
  - Szlak stanu wojennego na Lubelszczyźnie
- Szlaki Lublin Szeptany: Ścieżki Lubelskiej Opozycji oraz Lublin Drukarzy, opracowane przez Stowarzyszenie Homo Faber
- Kilkudziesięciometrowy mural Lubelski Lipiec przy ul. Mełgiewskiej
- Historyczna gra planszowa „W Zakładzie. Lubelski Lipiec '80"

PROJEKTY ROZWIJAJĄCE

- Animowane obchody Lubelskiego Lipca – rekonstrukcja wcieleniowa, podczas której prezentowane są wydarzenia z lipca 80. Turyści mogą „na żywo" dowiedzieć się o co walczyli strajkujący.
- Gra miejska „LUBLIN – DROGI DO WOLNOŚCI" – wydrukowana (dostępna w LOITIK-u oraz w Izbie Drukarstwa) oraz opracowana na aplikacje mobilne gra, która zachęci turystów do poznania miasta ścieżkami lubelskiej opozycji.
- Hostel LUBELSKI LIPIEC – hostel tematyczny, w którym wystrój każdego pokoju nawiązuje do innego strajkującego zakładu produkcyjnego. W recepcji oraz innych ogólnodostępnych pomieszczeniach, na krótkiej wystawie prezentowane są najważniejsze fakty, związane z wydarzeniami lipca 1980 roku.
- „Żuki wolności" – mini ekspozycje mobilne z rzeczami z epoki PRL. Samochód jakim jest Żuk jednoznacznie kojarzy się z Lublinem oraz z okresem Polski Ludowej. Warto wykorzystać ten fakt do promocji miasta oraz produktu turystycznego LUBLIN. DROGI DO WOLNOŚCI w przestrzeni publicznej oraz na targach turystycznych.
- Warsztaty w Izbie Drukarstwa – interaktywna wycieczka, podczas której w ciągu kilku godzin turysta pozna różne techniki druku i będzie miał możliwość stworzenia od podstaw swojego własnego tekstu na bibule. (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Turystyka w Lublinie inspiruje").
- Aplikacja mobilna z przewodnikiem multimedialnym LUBLIN – DROGI DO WOLNOŚCI, która za pomocą rozszerzonej rzeczywistości przenosi turystę do lat 80. ubiegłego wieku. Na ekranie smartfona czy tabletu wyświetlane są m.in. zdjęcia z czasów strajków oraz relikty z epoki takie jak samochody marki Żuk. (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Nowoczesne narzędzia IT w turystyce").

OBSZAR ROZWOJU PRODUKTU W PRZESTRZENI MIEJSKIEJ

- Izba Drukarstwa oraz inne miejsca związane z podziemnym ruchem wydawniczym w Lublinie
- Miejsca strajków podczas wydarzeń Lubelskiego Lipca 1980
  - Lubelskie Zakłady Napraw Samochodów
  - Fabryka Maszyn Rolniczych
  - Fabryka Samochodów Ciężarowych
  - Miejskie Przedsiębiorstwo Komunikacyjne
  - Lokomotywownia PKP
  - Herbapol

- Port Lotniczy Lublin i znajdująca się w pobliżu zakładu Wytwórnia Sprzętu Komunikacyjnego
- ul. Mełgiewska, przy której znajduje się mural „Lubelski Lipiec”

PRZYKŁADY PODOBNYCH DZIAŁAŃ ZE ŚWIATA

- **Europejskie Centrum Solidarności w Gdańsku** –projekt realizowany w Gdańsku, którego przyszła siedziba będzie mieściła się w dzielnicy historycznie związanej z działalnością Lecha Wałęsy i Stoczni Gdańskiej. Projekt architektoniczny przyszłej siedziby jest na tyle oryginalny, że ECS z pewnością stanie się jedną z głównych ikon architektonicznych i atrakcji turystycznych Trójmiasta. Działalność centrum ma na celu szerzenie idei solidarności i wolności w społeczeństwie polskim jak również wśród narodów, które kroczą drogą ku wolności.
- **Drukarnia w Muzeum Powstania Warszawskiego** – w ekspozycji muzeum znajduje się kilka działających maszyn z okresu powstania. Są one zaaranżowane w formie wiernie oddającej realia konspiracyjnej drukarni. Odwiedzający Muzeum ma szansę własnoręcznie wydrukować biuletyny z użyciem matryc i materiałów, charakterystycznych dla czasów konspiracji.
- **Muzeum Czerwca 1956 w Poznaniu** – stała ekspozycja ukazująca realia roku 1956 kiedy to Poznań poderwał się do zrywu niepodległościowego. Czerwiec 1956 zwany także Powstaniem Poznańskim ukazał komunistycznym władzom głęboką niechęć i możliwość aktywnego oporu ze strony zwykłych Polaków. W Muzeum znajduje się między innymi mieszkanie poznaniaków z lat 50., sala zgromadzeń komitetu wojewódzkiego z mównicą i nagranymi przemówieniami, poznańska ulica z czołgiem i tramwajem, cela więzienna i inne oddające realia epoki eksponaty.

4.2.3. Lublin Aktywny 365

LUBLIN AKTYWNY 365

IDEA

Dla pasjonatów i amatorów aktywnego spędzania czasu w niemal każdej formie, od roweru, przez kajak, narty, żaglówkę, a na szczudłach skończywszy.

OPIS PRODUKTU

Niezależnie od pory roku amatorzy i pasjonaci aktywności znajdą w Lublinie interesującą propozycję, z której wybiorą swoją ścieżkę aktywności. Produkt ukierunkowany do mieszkańców regionu oraz kraju, którzy poszukują miejsca pierwszego kontaktu z daną aktywnością, pragną uczestniczyć w wydarzeniu skierowanym do hobbystów danego sportu lub zamierzają wziąć udział w dużym wydarzeniu sportowym, jako widzowie. Dodatkowo produkt oprze się na wypracowanych typowo lubelskich specjalizacjach rozwijanych w sieci zmodernizowanych parków. Możliwe jest także wykorzystanie atrakcyjności tematu nowego cyrku do propagowania aktywności ruchowej.

Nowoczesna infrastruktura sportowa oraz atrakcyjne obszary rekreacji zachęcą turystów, by w Lublinie pozostać na dłużej.

UZASADNIENIE

Istniejąca oraz powstająca infrastruktura sportowa i rekreacyjna w Lublinie jest silną podstawą do budowy produktu turystycznego, opartego o szeroko pojętą aktywność fizyczną. Ulubionym miejscem weekendowego i popołudniowego wypoczynku jest znajdujący się w granicach miasta Zalew Zemborzycki, nad którym atrakcje zapewnia kompleks rekreacyjny Słoneczny Wrotków oraz wyciąg do nart wodnych „Reland". Poprowadzone dookoła zbiornika szlaki rowerowe stanowią wyjątkowy, jak na duże miasto, potencjał rozwoju turystyki rowerowej w naturze. Ponadto Zalew jest jednym z głównych punktów na trasie spływów kajakowych organizowanych na rzece Bystrzycy – przy jego brzegach kończy się lub rozpoczyna wiele spływów. Przepływająca przez miasto Bystrzyca daje z kolei możliwość podziwiania Lublina z innej, nietypowej perspektywy – z pokładu kajaka. W centrum miasta, nad Bystrzycą, położone są dwa duże parki – Ludowy i Rusałka, dla których opracowano niezwykle śmiałe koncepcje zagospodarowania, zakładające stworzenie nowoczesnych miejsc rekreacji dla turystów i mieszkańców. Oprócz boisk sportowych znajdą się w nich także miejsca do jazdy na rowerach, łyżworolkach, do biegania, wspinania i uprawiania wielu innych rodzajów aktywności. W mieście znajdują się także miejsca nie pozwalające nudzić się zimą, jak stok narciarski „Globus SKI" czy lodowisko „Icemania".

W Lublinie mieści się najnowocześniejsza na wschód od Wisły hala widowiskowo-sportowa. W „Globusie" oprócz wydarzeń sportowych odbywa się szereg imprez innego typu jak targi, koncerty czy superprodukcje operowe. W najbliższym czasie Lublin wzbogaci się o nowoczesne obiekty sportowe, które pozwolą miastu na organizację dużych imprez sportowych. Mowa tu w szczególności o stadionie piłkarskim przystosowanym także do organizacji koncertów oraz o basenie olimpijskim, który będzie jednym z nielicznych tego typu obiektów w kraju. Realizacja planowanego przy basenie Aquaparku będzie oznaczać kolejny duży magnes turystyczny w Lublinie. Z kolei budowa Hali Lodowej da możliwość organizacji imprez na lodzie, przez większą część roku.

Wspomniana baza sportowo-rekreacyjna wraz z atrakcyjnym położeniem nad rzeką i urozmaiconym ukształtowaniem terenu, predestynuje Lublin do rozwoju wszelkich form aktywności i do budowy produktu LUBLIN AKTYWNY 365.

ISTNIEJĄCE ELEMENTY

Baza sportowa i rekreacyjna, a w szczególności:

- Hala sportowo-widowiskowa „Globus"
- Stok narciarski „Globus SKI"
- Lodowisko „Icemania"
- Strefa H2O
- „BikePark" Lublin
- Ścieżki rowerowe w centrum miasta, wokół Zalewu Zemborzyckiego oraz wzdłuż Bystrzycy
- Szlaki wykorzystywane zimą do uprawiania narciarstwa biegowego (np. w okolicach Zalewu Zemborzyckiego i Lasu Dąbrowa)
- Szlaki rowerowe, piesze i kajakowe łączące Lublin z okolicą i regionem

- Zalew Zemborzycki wraz z atrakcjami:
  - Kompleks rekreacyjny „Słoneczny Wrotków”
  - Wyciąg do nart wodnych „Reland”
- Boiska sportowe „Orlik”
- Infrastruktura powstająca i planowana w przyszłości:
  - Stadion Miejski
  - Basen olimpijski wraz z aquaparkiem
  - Hala Lodowa
  - Akademia Golfa
  - „Europejska Stolica Turystyki Rowerowej” – projekt, w ramach którego w Lublinie powstanie sieć wypożyczalni rowerów miejskich oraz blisko 30 km nowych dróg rowerowych
- Parki miejskie takie jak: Ludowy, Rusałka czy Ogród Saski

Miejskie wydarzenia sportowe:

- Maraton Lubelski,
- Lublin MTB Maraton,
- inne imprezy sportowe najwyższej rangi organizowane przez podmioty zewnętrzne, których Lublin będzie gospodarzem.

PROJEKTY ROZWIJAJĄCE

- Portal www LUBLIN AKTYWNY 365, który będzie skupiał wszelkie inicjatywy sportowe i rekreacyjne, mogące generować ruch turystyczny do miasta. Powinien być wyposażony w zakładki tematyczne takie jak biegi, rower, kajaki, sporty zimowe, sporty drużynowe i fitness. Na stronie powinno się też znaleźć kalendarium wydarzeń, które kompleksowo obejmie eventy z różnych dziedzin sportu i rekreacji. Przy każdym wydarzeniu powinna się znaleźć informacja czy dana impreza ma charakter otwarty dla amatorów czy też zamknięty, na który warto się wybrać, by zobaczyć w akcji profesjonalistów.
- Powiązanie w ramach pakietów weekendowych wydarzeń kulturalnych z wydarzeniami sportowymi, na wzór Maratonu Lubelskiego i Nocy Kultury.
- Karta Lublin Pro Active obejmująca infrastrukturę turystyki aktywnej zarządzanej przez MOSIR i nie tylko, uprawniająca do zniżek. Karta mogłaby być dostępna dla turystów, a także mieszkańców za niewielką opłatą lub, przy udziale sponsorów, darmowo.
- Wydarzenia pod marką Lublin Active – adresowane do pasjonatów sportów wodnych, rowerowych, biegania, pływania. Organizowane w formule dwudniowych imprez (najczęściej weekendowych) obejmujących zniżki w określonych obiektach bazy noclegowej, określonych restauracjach, gabinetach odnowy. W ramach cyklu mogłyby się znaleźć zarówno istniejące imprezy, jak i nowe wydarzenia.
- Stworzenie oferty dla turystów pieszych pochodzących z Polski i z terenu całej Europy w oparciu o Szlak Jagielloński i Szlak Kupiecki. Możliwy renesans turystyki pieszej na terenach innych niż górskie. Przekonuje o tym także przykład popularności Szlaków Jakubowych w Polsce i Europie.
- Organizacja w parkach miejskich codziennych zajęć sportowych i rekreacyjnych z różnych dziedzin i dyscyplin rozwoju fizycznego np. jogging, joga, pilates, zumba czy zajęcia typu cross fit. Atrakcyjna przestrzeń parkowa, w połączeniu z urozmaiconym programem oraz

fachową opieką trenerów mogą przyciągnąć duże grupy osób w każdym wieku, nie tylko w letnią pogodę. Projekt ten mógłby być realizowany poprzez inicjatywy oddolne, przy wsparciu promocyjnym Urzędu Miasta.

- Wykorzystanie boisk sportowych „Orlik" do organizacji różnych imprez sportowo-rekreacyjnych z udziałem dzieci, młodzieży i dorosłych z innych miast i państw.
- Specjalizacja rewitalizowanych lubelskich parków, w kierunku określonych aktywności. Np. przygotowanie ścieżek do joggingu, torów do gry w bulles, miejsc treningowych do chodzenia na szczudłach, ścianek wspinaczkowych. Opracowanie wskazanych obszarów i oznakowanie ich w jednorodny, systemowy sposób.
- Rozwój w parkach lubelskich oferty animacji aktywności nowego cyrku, takich jak monocykling, szczudła, żonglerka, slacklining, kiwido, itp.
- Wykreowanie oferty zwiedzania miasta na rowerze, z przewodnikiem. Dzięki wykorzystaniu rowerów turyści będą mieli możliwość w ramach jednej wycieczki rowerowej poznać atrakcyjne miejsca, które są od siebie zbyt oddalone, żeby udać się do nich pieszo. Turyści będą mogli skorzystać z rowerów oferowanych w ramach miejskiego systemu wypożyczalni.
- Budowa miejsc wypoczynku wzdłuż szlaków rowerowych i pieszych, które będą wyposażone w zadaszone stoły, siedziska, kosze na śmieci oraz miejsca do grillowania.
- Utworzenie na Zalewie Zemborzyckim toru regatowego, co będzie punktem wyjścia do organizacji zawodów wioślarskich i kajakarskich.
- Starania na rzecz organizacji międzynarodowych zawodów pływackich, na nowo wybudowanym basenie olimpijskim.
- Organizacja towarzyskiego spotkania międzynarodowego reprezentacji Polski w piłce nożnej na nowym stadionie miejskim.
- Organizacja meczy międzynarodowych z udziałem młodzieżowych reprezentacji Polski w piłce nożnej (np. do lat 21) na nowym stadionie miejskim.
- Organizacja wycieczek szkolnych i obozów żeglarskich dla młodzieży z regionu nad Zalewem Zemborzyckim.
- Aplikacja mobilna LUBLIN AKTYWNY 365 stworzona w oparciu o treści zamieszczone na dedykowanym portalu. Do głównych funkcjonalności będzie należało informowanie użytkownika o nadchodzących wydarzeniach sportowych i rekreacyjnych odbywających się w mieście (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Nowoczesne narzędzia IT w turystyce").
- Aplikacja mobilna „Rowerowy Lublin" wykorzystująca system GPS i dająca możliwość wytyczenia trasy po mieście, jaką turysta będzie chciał pokonać rowerem. Aplikacja powinna uwzględniać istniejące trasy i ścieżki rowerowe oraz być aktualizowana o nowopowstające. Dogodną funkcjonalnością byłaby możliwość wybrania różnych opcji trasy np. najdogodniejszej dla rowerów, najbardziej malowniczej lub najkrótszej do celu. (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Nowoczesne narzędzia IT w turystyce").
- Organizacja letniego rajdu rowerowego na trasie Lublin-Lwów dla mieszkańców obu miast oraz regionu. Start następuje w Lublinie, a po dotarciu do Lwowa powrót do stolicy Lubelszczyzny odbywa się wspólnie z rowerzystami z Ukrainy. (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Lublin bramą na Wschód").
- Przygotowanie oraz oznakowanie zimą tras dla narciarzy biegowych, w okolicach Zalewu Zemborzyckiego (np. wzdłuż ścieżek rowerowych) oraz organizacja wypożyczalni nart biegowych. Inicjatywy tego typu mogą przyciągnąć miłośników tego sportu z całego regionu

Lubelszczyzny i nie tylko. (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Lublin bramą regionu").

- Lobbowanie wraz z województwem lubelskim na rzecz włączenia Lublina w sieć rowerowych szlaków Eurovelo. Na przykład poprzez poprowadzenie nowego połączenia z Warszawy do Lwowa przez Lublin, poprzez wytyczenie dodatkowej nitki szlaku Eurovelo, łączącej już istniejące drogi numer 11 i 4 lub 2 i 4. (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Lublin bramą regionu").
- Koszyk inspiracji – do kupienia/wypożyczenia – na plantach i w parkach lubelskich. W jego skład wejdą przedmioty umożliwiające kreatywne i aktywne spędzenie czasu wolnego w Lublinie. Będą to np.: szczudła, leżaki w ciekawych kształtach, latawce o oryginalnej formie, gry planszowe i towarzyskie inspirowane tożsamością miasta. (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Turystyka w Lublinie inspiruje").
- Organizacja sportowych imprez akademickich o charakterze ogólnopolskim.

OBSZAR ROZWOJU PRODUKTU W PRZESTRZENI MIEJSKIEJ

- Zalew Zemborzycki wraz z okolicznymi terenami zielonymi
- Lasy położone w granicach miasta: Dąbrowa, Rudki i Stary Gaj (Stary Las)
- Rzeka Bystrzyca i jej okolice (w przyszłości być może bulwary wzdłuż Bystrzycy)
- Lubelskie parki i ogrody, w szczególności Park Ludowy i Rusałka, a także inne: Ogród Botaniczny UMCS, Ogród Saski, Błonia pod Zamkiem, obszar zieleni leżący w dolinie Czechówki (potencjalny obszar)
- Teren należący do MOSiR-u, zlokalizowany przy Al. Zygmuntowskich
- Okolice wzdłuż szlaków terenowych (pieszych i rowerowych)

PRZYKŁADY PODOBNYCH DZIAŁAŃ ZE ŚWIATA

- **Liverpool Active City** – program popularyzacji aktywności ruchowej wśród mieszkańców Liverpoolu wprowadzony przez miasto w 2005 roku na mocy strategii „Liverpool Active City Strategy" oraz kontynuowany w strategii na lata 2012-2017.[7] Wyróżnikiem podejścia prezentowanego w dokumencie jest kompleksowe ujęcie wielu form aktywności oraz współpraca między różnymi grupami podmiotów: instytucjami publicznymi, podmiotami prywatnymi oraz organizacjami pozarządowymi. W ramach strategii rozwinięto szereg projektów, które mają znaczący wpływ także dla rozwoju ruchu turystycznego w mieście. Oprócz korzystnych zmian wprowadzonych w przestrzeni publicznej, które sprzyjają bieganiu, jeździe na rowerze oraz innym formom aktywności ruchowej warto wskazać utworzoną stronę internetową www.liverpoolactivecity.co.uk, która pełni rolę platformy informacyjnej. Mieszkańcy, a także turyści mogą wyszukać za jej pomocą różnych propozycji spędzenia wolnego czasu w Liverpoolu – od rowerów, przez pływanie, aż po taniec. Nowoczesne i atrakcyjne wizualnie wykonanie strony zachęca jest również może być stawiane za wzorzec.

[7] www.ljmu.ac.uk/Faculties/SCS/SCS_Docs/ActiveCityStratFinal.pdf

- **Inicjatywy biegowe takie jak Parkrun[8] czy Night Runners** – coraz popularniejsze w Polsce i na świecie cykliczne spotkania amatorów biegania, w których nieodpłatnie może uczestniczyć każdy chętny. Często w wydarzeniach tego typu bierze udział wykwalifikowany instruktor, który odpowiada za profesjonalne przeprowadzenie treningu.
- **Wielkopolskie otwarcie i zamknięcie sezonu wodnego** – wielki wspólny spływ kajakarzy i motorowodniaków, odbywający się wiosną i jesienią na Warcie. Z roku na rok impreza przyciąga coraz większe grono amatorów aktywności wodnej.
- **SightRunning Augsburg** – to ciekawe połączenie aktywności fizycznej z doświadczeniem kulturalnym. Zwiedzamy Augsburg podczas biegu z wykwalifikowanym przewodnikiem miejskim.
- Karta zniżkowa The Stockholm Card – zakup karty upoważnia do skorzystania z oferty kilkudziesięciu muzeów, komunikacji miejskiej oraz wielu innych aktywności np. zwiedzania miasta rowerem lub łodzią.

4.2.4. Lublin Historyczny

LUBLIN HISTORYCZNY

IDEA

Kilkusetletnia historia Lublina prezentowana w ramach jednego produktu. Turysta odkrywa miasto poznając te miejsca, które odegrały najistotniejszą rolę na przestrzeni poszczególnych epok. Poznanie LUBLINA HISTORYCZNEGO stanowi także idealny wstęp do dalszego odkrywania miasta.

OPIS PRODUKTU

Istotny odsetek turystów odwiedzających Lublin po raz pierwszy lub kolejny, może zechcieć uporządkować wiedzę historyczną o Lublinie, rozwoju miasta, stylach architektonicznych i założeniach urbanistycznych, realizowanych w mieście. Ciekawość turystów w tym zakresie pobudzi Lubelska Trasa Podziemna z makietami miasta z różnych epok. W mieście znaleźć będzie można szlak po obiektach reprezentujących niemal każdy styl architektoniczny, od romańskiego po modernizm. Dodatkowym wzbogaceniem atrakcyjności produktu będzie Muzeum Wsi Lubelskiej, którego eksponaty stanowią interesujący kontekst ukazujący historię regionu na przykładzie zabudowań wiejskich, dworskich i małomiasteczkowych.

Trasa zwiedzania produktu Lublin historyczny, poprowadzi przez miejsca i zabytki związane z obszarami i atrakcjami na mapie Lublina, reprezentatywnymi dla różnych epok historycznych. Stanowić będzie doskonały element oferty skierowanej do odbiorców rodzinnych, edukacyjnych oraz szczególnie zainteresowanych historią i architekturą.

[8] www.parkrun.com

Miasto znane jest z doskonałej pamięci, na której zbudowana zostanie oferta turystyczna oparta o różnorodną tematykę historyczną. Szczególnie w historii miasta zapisał się okres II RP. Wtedy to w Lublinie intensywnie rozwijał się najnowocześniejszy przemysł lotniczy, a miasto wchodziło w skład Centralnego Ośrodka Przemysłowego. Miasto było wspólnym domem przedstawicieli wielu kultur, narodowości i religii. W mieście może powstać Muzeum II RP, w którym prezentowane będą takie aspekty jak wieloreligijność i wieloetniczność, rozwój gospodarczy i kulturowy, sztuka. Placówka ta powinna wpisywać się w założenia nowoczesnego, interaktywnego muzealnictwa. Muzeum będzie dodatkowym, a często podstawowym powodem wyboru Lublina jako destynacji turystycznej, szczególnie przez osoby zainteresowane historią i turystę rodzinnego.

Podróż przez różne odsłony historycznego Lublina turysta rozpocznie w miejscu, gdzie można odkryć jak wyglądały prapoczątki człowieka na terenie dzisiejszego miasta. Mowa o otwartej w 2013 roku stałej wystawie archeologicznej w Muzeum Lubelskim na Zamku. Następnie uda się do miejsca, gdzie rozpoczęło się osadnictwo słowiańskie na terenie dzisiejszego miasta, czyli na Wzgórze Czwartek. Tam dzięki kapsule czasu pozna koleje losu osady od VII wieku n.e. Trzecim miejscem, które zaoferuje bogatą narrację w ramach produktu jest Lubelska Trasa Podziemna. Ukazuje ona turyście rozwój miasta na przestrzeni od VIII do XVIII wieku. Ostatnim centrum skupiającym ruch turystyczny w ramach produktu będzie Muzeum Wsi Lubelskiej. W Skansenie znajdują się bowiem wiernie odtworzone wnętrza miejskich budynków, prezentujące realia życia w różnych epokach historycznych w Lublinie. Pozostałe atrakcje znajdą się już w tkance miejskiej. Obejmą one takie zagadnienia jak Renesans Lubelski, Lublin Rezydencji Magnackich, Lublin Industrialny, Lublin Modernistyczny. Przez wszystkie epoki historycznego rozwoju miasta poprowadzi przewodnik multimedialny w formie aplikacji mobilnej, wykorzystujący rozszerzoną rzeczywistość. Każdy okres historyczny i styl architektoniczny będzie posiadać oddzielną zakładkę i trasę na szlaku. Dodatkowym, typowo lubelskim oznaczeniem przynależności danego obiektu do odpowiedniego okresu historycznego, będą tak zwane „repery czasu”[9] – symboliczne oznaczenia odwołujące się do przedmiotów lub osób silnie kojarzących się z danym miejscem i okresem w historii.

UZASADNIENIE

Kilkusetletnia historia Lublina jako miasta jest możliwa do odtworzenia dzięki licznym obiektom zabytkowym, które rozsiane są po całym mieście. Przeróżne style architektoniczne możliwe do zaobserwowania są pretekstem do poprowadzenia ciekawej narracji o tym, jak powstał i zmieniał się Lublin na przestrzeni wieków.

Początki obecności człowieka na terenie dzisiejszego Lublina datuje się na koniec III tys. p.n.e., a Lublin uważa się za jedno z najstarszych miejsc osadnictwa w Polsce. Najstarszy gród z zabudowaną osadą istniał zapewne na lubelskim wzgórzu Czwartek już na przełomie VI i VII wieku n.e. Osada stała się miastem w XIII wieku. Z tamtego okresu pochodzi jeden z najważniejszych zabytków Lublina – donżon, będący reliktem po grodzie kasztelańskim.

[9] Określenie podane przez uczestnika warsztatów w pracach nad Strategią, Pana Grzegorza Miliszkiewicza.

Jako datę lokacji Lublina uznaje się 15 sierpnia 1317 roku. Data ta została potwierdzona na pergaminowym akcie lokacyjnym Władysława Łokietka. Po nadaniu królewskiego przywileju w mieście nastąpiła fala inwestycji. Powstały zabudowania Wzgórza Staromiejskiego, w tym domy mieszkalne i zespół klasztoru dominikanów. Znaczącym impulsem dla rozwoju miasta staje się unia personalna Korony i Litwy, związana z zaślubinami Jagiełły, Wielkiego Księcia Litewskiego, z Jadwigą, Królem Polski. Z inicjatywy Jagiełły w 1418 roku w Kaplicy Trójcy Świętej powstały freski rusko-bizantyjskie, do dziś jedna z największych atrakcji miasta.

Na przełomie XVI i XVII wieku miasto przechodziło falę przebudowy, podczas której duża część budynków zmieniła się z drewnianych w kamienne. Wiele budowli zyskało wtedy charakterystyczny rys renesansu lubelskiego. W mieście funkcjonuje Muzeum Wsi Lubelskiej, w którym znajdują się obiekty dające pewne wyobrażenie o tym jak wyglądało miasto w czasach kiedy większość jego zabudowy była drewniana. Dalszy rozwój miasta związany jest z licznymi rodami szlacheckimi, które w Lublinie lub na jego przedmieściach stawiały swoje pałace. Do dziś podziwiać można barokowe rezydencje Potockich, Czartoryskich czy Lubomirskich. W pierwszej połowie XIX wieku miała miejsce przebudowa jednego z najbardziej rozpoznawalnych budynków w mieście – Zamku Lubelskiego, który od tego czasu ma charakter neogotyku angielskiego. Zbliżony styl reprezentuje Most na Bystrzycy przy ulicy Zamojskiej, który został wzniesiony w 1908 roku.

Ślady pierwszej fali industrializacji Lublina najwyraźniej widać w dzielnicy Kośminek. W czasach II RP Lublin mieścił się na obszarze Centralnego Okręgu Przemysłowego, gdzie intensywnie rozwijał się przemysł ciężki, zbrojeniowy, chemiczny i lotniczy. Ten szczególny okres w Polskiej historii cechował się także wielokulturowym i wieloreligijnym społeczeństwem. Lublin jako jedno z miast w centrum II RP stanowił istotny ośrodek gospodarczy, społeczny, akademicki i kulturowy.

Z kolei z czasami współczesnymi związane jest Osiedle im. J. Słowackiego zaprojektowane przez Oskara i Zofię Hansenów na początku lat 60. Jego budowa trwała od 1964 do 1972 roku i uznawana jest za pierwsze i najbardziej udane urzeczywistnienie idei Formy Otwartej – autorskiej teorii Hansena, uważanej za jedną z najważniejszych nowoczesnych myśli polskiej architektury.

ISTNIEJĄCE ELEMENTY

- Piwnica pod Fortuną, prezentująca interaktywną ekspozycję dotyczącą historii Lublina
- Lubelska Trasa Podziemna, w której można podziwiać makiety z różnych epok
- Zabytkowe obiekty prezentujące różne style architektoniczne, np.:
  - romański Donżon,
  - gotycka Brama Krakowska i mury obronne,
  - neogotycka Wieża Trynitarska,
  - kościoły w stylu renesansu lubelskiego,
  - barokowe pałace magnackie i Archikatedra,
  - klasycystyczne i manierystyczne kamienice na Starym Mieście,
  - modrzewiowy Dworek Wincentego Pola,
  - Zamek Lubelski w stylu neogotyku angielskiego.
- Ważne miejsca związane z historią rozwoju osady poprzedzającej miasto, jak np. Wzgórze Czwartek
- Muzeum Wsi Lubelskiej prezentujące charakterystyczne zabudowania z różnych epok rozwoju lubelskich wsi i miasteczek

- Fakt, iż w czasie istnienia dwudziestolecia międzywojennego Lublin leżał praktycznie w samym centrum kraju, jako podstawa do opowiedzenia historii o II RP.
- Edukacyjny szlak stylów w architekturze Lublina opracowany przez Ośrodek Brama Grodzka – Teatr NN.

PROJEKTY ROZWIJAJĄCE

- Wyznaczenie w Lublinie trasy historycznej, obejmującej okresy od jego lokacji do czasu powstania III RP. Trasa zrealizowana w formie umożliwiającej działania edukacyjne w oparciu o nią. Wszystkie obiekty oznaczone – znakami czasu – „reperami czasu". Na szlaku mogłyby znaleźć się następujące punkty:
  - Wzgórze Czwartek, jako miejsce najstarszego osadnictwa w mieście;
  - Donżon na Zamku wzniesiony za panowania dynastii Piastów;
  - Kaplica Trójcy św. z freskami z okresu jagiellońskiego;
  - Rynek Starego Miasta z Trybunałem Koronnym pochodzącym z czasów istnienia wspólnego państwa polsko-litewskiego;
  - Rezydencje magnackie wzniesione w XVII i XVIII w.;
  - Piwnica pod Fortuną z cennymi freskami świeckimi z XVI w.;
  - Obiekty na terenie Muzeum Wsi Lubelskiej, ilustrujące rozwój wsi i miasteczek Lubelszczyzny w epoce przedindustrialnej;
  - XIX-wieczny Dworek Wincentego Pola;
  - Fabryki i inne obiekty z czasów rewolucji przemysłowej, takie jak np. Browar Vettera i obiekty poprzemysłowe dzielnicy Kośminek;
  - Dzielnica Podzamcze, na której rozciągała się przed wojną dzielnica żydowska;
  - Zamek Lubelski, w którym aż do lat 50. ubiegłego wieku mieściło się więzienie;
  - Neogotycki Most na Bystrzycy pochodzący z początku XX w.;
  - Osiedle Słowackiego projektu Oscara Hansena jako przykład mieszkalnego budownictwa powojennego.
- Przy okazji prezentacji zabytkowych obiektów charakterystycznych dla danego stylu lub epoki, możliwe jest wskazanie na inne interesujące obiekty z danego okresu lub nurtu architektonicznego na Lubelszczyźnie. (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Lublin bramą regionu").
- Przygotowanie tematycznych ofert dedykowanych dla szkół z regionu, a także innych województw. Przykładowe tematy mogłyby dotyczyć poznawania różnych stylów architektonicznych, okresu II RP lub okresu średniowiecza poznawanego na przykładzie Lublina. (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Lublin bramą regionu").
- Muzeum II Rzeczypospolitej – prezentujące Polskę w graniach z lat 1921-1939 wraz z jej dorobkiem kulturalnym, społecznym. Elementy ekspozycji ukazywałyby również jako tło realia Europy tych lat oraz życie w Lublinie. Muzeum prezentowałoby 3 poziomy: Lublin w II RP, II RP, Europa w czasach II RP. Szczególna waga położona byłaby na tematy takie jak wielokulturowość, wieloetniczność, wieloreligijność, ukazanie II RP jako kraju wielu narodów, które świetnie dogadywały się ze sobą. Ekspozycja Muzeum nie miałaby charakteru narodowościowego czy rewizjonistycznego. Podkreślałaby ona możliwości współdziałania ze wschodem na wielu płaszczyznach, w obliczu wspólnej historii i kultury, które łączą narody europejskie. (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Lublin bramą na Wschód").

- Przygotowanie aplikacji mobilnej wykorzystującej nawigację GPS oraz kompas. Aplikacja wskaże na mapie najdogodniejszą trasę do kolejnego punktu na historycznym szlaku, w zależności od tego czy turysta będzie się poruszał pieszo, rowerem czy samochodem. (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Nowoczesne narzędzia IT w turystyce").
- Lunety historyczne – widok w danym miejscu z możliwością przełączenia między wiekami, wirtualnego cofnięcia się do przeszłości. (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Turystyka w Lublinie inspiruje").

OBSZAR ROZWOJU PRODUKTU W PRZESTRZENI MIEJSKIEJ

- Wzgórze Czwartek na Podzamczu
- Stare Miasto i Śródmieście gdzie zlokalizowane są liczne zabytki architektoniczne reprezentujące różne style, a także Podziemia Lubelskie i Piwnica pod Fortuną
- Kalinowszczyzna, gdzie znajduje się Dworek Wincentego Pola
- Sławin – dzielnica, w której zlokalizowane jest Muzeum Wsi Lubelskiej
- Osiedle Słowackiego

PRZYKŁADY PODOBNYCH DZIAŁAŃ ZE ŚWIATA

- **Muzeum Powstania Warszawskiego** – w otwartym w 2005 roku Muzeum, w nowoczesny i interaktywny sposób prezentowane są eksponaty przybliżające wydarzenia z 1944 roku. Umiejętne połączenie dźwięków, obrazów i świateł, wraz z aranżacją wnętrza nawiązującą do Warszawy z okresu II wojny światowej, pozwala poczuć panujący wtedy klimat. Zwiedzający mogą poczuć się przez chwilę jak powstańcy, przeciskając się przez kanalizację miejską lub słuchając odgłosów walczącej Warszawy. Duże wrażenie robi też wykonana w skali 1:1 replika samolotu bombowego B-24, który był wykorzystywany przez Amerykanów do zrzucania pomocy walczącym. Takie oddziaływanie na wszystkie zmysły, w połączeniu z ogromną ilością zgromadzonych eksponatów, powoduje autentyczne przeżycia, które na długo zostają w pamięci.
- **Szlaki architektury w Brnie** (ang. The Brno Architecture Trails)[10] – to sieć 9 oznakowanych w przestrzeni miejskiej szlaków poświęconych architektonicznemu rozwojowi Brna w latach 1918-45. W ramach projektu wytyczenia szlaków powstały także foldery promocyjne, przewodniki, mapy oraz dedykowana strona internetowa, która stanowi bazę danych na temat 400 obiektów architektonicznych w tym czeskim mieście.
- **New Manchester City Walks**[11] – to oferta skierowana do mieszkańców i turystów chcących odkryć Manchester w ramach spacerów z przewodnikiem. Każdy z licznych spacerów do wyboru, ma temat przewodni związany np. ze sztuką, architekturą czy piłką nożną.
- **Szlak Architektury w Singapurze**[12] – jeden z kilku szlaków tematycznych wytyczonych w Singapurze.

[10] www.bam.brno.cz/en
[11] www.newmanchesterwalks.com

4.3. Produkty regionalne

4.3.1. Legendy Lubelskie

LEGENDY LUBELSKIE

IDEA

Turysta poznaje Lublin i Lubelszczyznę przez związane z nimi niezwykłe historie – legendy, baśnie czy podania ludowe.

OPIS PRODUKTU

Dzięki legendom, baśniom i innym fantastycznym opowiadaniom turyści otrzymają absorbujący temat, zachęcający do odkrywania Lublina oraz Lubelszczyzny. Przewodniki multimedialne dostępne w LOITiK-u lub na urządzenia mobilne, zachęcą turystów do odkrycia tajemnic Lublina, a pochowane w przestrzeni miejskiej skrytki do geocachingu nadadzą zwiedzaniu dodatkowy cel. Festiwal Legend Lubelszczyzny będzie jednym z najciekawszych wydarzeń w mieście, skierowanym do najmłodszych odbiorców. W czasie jego trwania miasto ożyje w niezwykły sposób i zapełni się postaciami z baśni i legend. W Lublinie oraz innych miejscowościach zlokalizowanych na Szlaku Legend Lubelszczyzny odbywać się wtedy będą wspólne gry terenowe z nagrodami. W każdym z miejsc na szlaku młodzi odkrywcy będą mieli do dyspozycji inspirowane legendami nowoczesne place zabaw, a w punktach informacji turystycznej czekać na nich będą unikatowe karteczki, naklejki i pamiątki z postaciami z legend.

UZASADNIENIE

Ponoć w każdej z legend jest ziarnko prawdy. Nawet jeśli nie zawsze tak jest, to z pewnością prawdą jest to, że legendy mogą stanowić interesujący motyw podróży po Lubelszczyźnie. Temat ten będzie szczególnie ciekawy dla turysty rodzinnego oraz dla osób młodych np. wycieczek szkolnych. Dla tych grup odbiorców tradycyjny sposób narracji związany z historią może być mało przystępny i nie dość angażujący. Fascynujące legendy związane z Lublinem oraz innymi miejscowościami w regionie nawiązują do historycznych wydarzeń, zabytkowych budowli oraz nazw własnych i mogą stanowić wyróżnikowy element oferty turystycznej o charakterze kulturowym.

[12] www.marina-bay.sg/funtrails.html

ISTNIEJĄCE ELEMENTY

- Liczne legendy związane z Lublinem, np. „Sąd Diabelski" (Legenda o Czarciej Łapie), „Kamień nieszczęścia", „Sen Leszka Czarnego", „Podanie o ojcu Ruszlu", „Nieszczęsna Rusałka", „Piękna złotniczanka", „Na początku był lin", „Duch z zegara"
- Monografie dotyczące tematu lubelskich legend takie jak:
  - „Legendy lubelskie", Józef Czechowicz,
  - „Encyklopedia lubelskich legend, sensacji i anegdot" cz. I, II i III, Zbigniew Włodzimierz Fronczek,
  - „Legendy Lublina dla dzieci", Magdalena Mazur-Ciseł.
- Liczne legendy związane z Lubelszczyzną i jej miejscowościami, np. „Tajemniczy kamień koło Wohynia", „Zamek na Bugu", „Herb na bramie wjazdowej do Muzeum w Kozłówce", „Tajemnice Zamkowej Góry w Motyczu" czy legendy z cyklu „skąd ta nazwa?" o rzekach (Wieprz, Huczwa) i wielu miejscowościach (m.in. Niemce, Dorohusk, Końskowola, Młynki, Murzynowa Górka)
- Projekt „Anioły i Diabły – Zaczarowany Lublin. Festiwal legend Lubelszczyzny", który obejmował m.in.:
  - Przeprowadzenie warsztatów edukacyjnych dla dzieci, młodzieży, osób dorosłych – w tym z niepełnosprawnościami, których efektem były gry planszowe, publikacja i animacje na temat legend lubelskich.
  - Organizację dwudniowego festiwalu, podczas którego odbywają się m.in. animacje legend lubelskich w Podziemiach oraz turniej gier planszowych.
  - Stworzenie gier planszowych: „Wesoły Koziołek" (wiek 3+), „Blaszany Kogucik", „Zaczarowany Lublin" (7+) i „Legendy Lubelskie"(12+).
  - Wydanie publikacji pn. „Anioły i Diabły – Zaczarowana Lubelszczyzna. Materiały edukacyjne do gier i zabaw, opartych na tradycjach ludowych regionu."
  - Przygotowanie animacji dla dzieci i młodzieży na temat legend lubelskich.
- Koncepcja szlaku legend Lubelszczyzny opracowana przez LROT
- Impreza skierowana do najmłodszych pt. Szlakiem Lubelskich Legend, organizowana w Lublinie przez LOITiK i Wydział Sportu i Turystyki UM
- Działalność Lubelskiego Centrum Gier Historycznych

PROJEKTY ROZWIJAJĄCE

- Szlak Legend Lubelszczyzny
  - Utworzenie mini-centrów poświęconych legendom w każdej z miejscowości znajdującej się na szlaku w regionie. Każdy z tych punktów składałby się z atrakcyjnego placu zabaw, urządzonego w nawiązaniu do wybranej legendy, tablicy z jej treścią oraz stylizowanych obiektów małej architektury.
  - Stworzenie przewodników multimedialnych po Szlaku Legend Lubelszczyzny, wyposażonych w GPS oraz odtwarzanie legend w wersji audio. Przewodniki mogą być dostępne do wypożyczenia w LOITiK-u lub oferowane do ściągnięcia na urządzenia mobilne w postaci aplikacji.
- Utworzenie gier terenowych w stylu geocaching. Skrytki zlokalizowane w tajemniczych miejscach na terenie Lublina zachęcą turystów do odkrycia mniej popularnych miejsc. Temat

legend wydaje się być idealnym motywem dla utworzenia tego typu scenariuszy gier miejskich.

- Segregator LEGENDY LUBELSZCZYZNY, w którym najmłodsi turyści będą kolekcjonować karteczki oraz naklejki z każdej miejscowości znajdującej się na regionalnym szlaku legend.
- Stworzenie serii animowanych ekranizacji wybranych legend Lublina, na podstawie dostępnych wydawnictw.
- Legendy lubelskie oraz gry planszowe im poświęcone, dostępne w punkcie informacji turystycznej.
- Rozwój Festiwalu Legend Lubelszczyzny do wydarzenia ogólnowojewódzkiego, odbywającego się w wielu miejscach jednocześnie lub np. tydzień po tygodniu. Atrakcjami festiwalu będą inscenizowane legendy, przewodnictwo wcieleniowe, a także gry planszowe i terenowe (geocaching) z nagrodami. W Lublinie jako kluczowym miejscu festiwalu, następuje kulminacja wydarzeń podczas sesji gier planszowych powiększonych do naturalnej wielkości rozmiarów w przestrzeni miasta. (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Lublin bramą na Wschód").

4.3.2. Aktywna Lubelszczyzna

AKTYWNA LUBELSZCZYZNA

IDEA

Turysta aktywny dotrze do Lublina dzięki spójnej sieci oznakowanych szlaków turystycznych na Lubelszczyźnie. Miasto znajduje się w centrum tej sieci, stanowiąc dla turystów rowerowych, kajakowych i pieszych bramę do eksploracji całego regionu.

OPIS PRODUKTU

Lublin jako kluczowy punkt na trasie podróży po Lubelszczyźnie dla grupy turystów aktywnych, którzy podczas dłuższej wycieczki rowerowej, kajakowej czy pieszej chętnie spędzą w mieście dzień lub dwa na poznawaniu walorów kulturowych. Przyciągać ich będzie atrakcyjna oferta wydarzeń, ciekawe ekspozycje muzealne oraz niepowtarzalne zabytki architektoniczne. Walory te, w połączeniu z centralnym położeniem Lublina na mapie regionu, wykreują miasto na idealny punkt docelowy lub startowy w podróży po województwie. Turyści aktywni będą licznie odwiedzać Lublin, korzystając z atrakcyjnej krajobrazowo i poznawczo sieci szlaków turystycznych wytyczonych na terenie Lubelszczyzny.

Szlaki te będą wzorcowo oznakowane na obszarze Lublina. Tablice z mapami w punktach węzłowych oraz znaki kierunkowe wskazujące odległości do interesujących miejsc, utworzą atrakcyjną i przyjazną dla turystów aktywnych przestrzeń. Całość oznakowania stworzy spójny system, nawiązujący graficznie do Systemu Informacji Miejskiej i Turystycznej Miasta Lublin.

UZASADNIENIE

Turystyka aktywna rozwija się przede wszystkim w miejscach o ponadprzeciętnych walorach przyrodniczych, nie stanowi więc podstawy ruchu turystycznego w dużych miastach. Możliwe jest

jednak przyciągniecie tej grupy turystów do Lublina dzięki połączeniu miasta z regionem siecią dobrze oznakowanych i wypromowanych szlaków terenowych. Atrakcyjność przyrodnicza Lubelszczyzny zapewni turystom aktywnym poszukiwany kontakt z naturą oraz dostarczy wielu niezapomnianych widoków, a Lublin stanie się kluczowym punktem w podróży, zachęcając walorami kulturowymi.

ISTNIEJĄCE ELEMENTY

- Szlaki rowerowe łączące Lublin z dalszymi zakątkami regionu:
  - Szlak wyżynny Lublin – Nałęczów – Kazimierz Dolny (szlak czerwony)
  - Szlak Lublin – Wola Uhruska (czerwony)
- Szlaki rowerowe rozpoczynające się w Lublinie lub na jego obrzeżach i prowadzące po terenach nieodległych od miasta:
  - Szlak po Gminie Konopnica (czarny, 30 km
  - Szlak Doliną Nędznicy (zielony – 18 km, niebieski – 12 km)
- Szlaki piesze, na których Lublin jest jednym z punktów na dłuższej trasie na obszarze województwa:
  - Szlak Szastarka – Lublin – Kaniwola (żółty, ok. 101 km)
  - Czerwony szlak pieszy po regionie prowadzący z Kazimierza Dolnego przez Lublin do Chełma
- Szlaki piesze w bliższych okolicach Lublina:
  - Szlak Doliny Ciemięgi (niebieski, 31 km)
  - Szlak Lasów Podlubelskich (zielony, 43 km)
- Szlak kajakowy na rzece Bystrzycy, łączący Lublin z większymi rzekami regionu: Wieprzem i Wisłą

PROJEKTY ROZWIJAJĄCE

- Stworzenie na terenie Lublina systemu oznakowania terenowych szlaków turystycznych (przede wszystkim rowerowych), na który złożą się:
  - Tablice w kluczowych punktach węzłowych oraz „na rogatkach" miasta np. przy Państwowym Muzeum na Majdanku, Muzeum Wsi Lubelskiej, Zalewie Zemborzyckim oraz w okolicach Gminy Wólka. Na każdej z tablic powinna znaleźć się duża mapa przedstawiająca szlaki terenowe w całym regionie, a także mniejsza, wskazująca na szlaki w Lublinie i najbliższej okolicy. Na tablicach powinny znajdować się także znaczniki umożliwiające ściągniecie mobilnych przewodników AKTYWNEJ LUBELSZCZYZNY. Warto także umiejscowić jedną z tablic w centrum Lublina, na trasie jednej ze ścieżek rowerowych wykorzystywanych przez mieszkańców, aby nakłonić ich do odbycia wycieczki poza miasto.
  - Znaki wskazujące odległość do innych miejscowości regionu, w których znajdują się miejsca warte odwiedzenia, np. Zamek w Janowcu, Świątynia Sybilli w Puławach, Muzeum Bolesława Prusa w Nałęczowie, Pałac w Kozłówce, Cerkiew w Hrubieszowie, Synagoga w Zamościu. Znaki te umieszczone w węzłowych punktach zachęcą turystów do odbycia dłuższej wycieczki po regionie. (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Lublin bramą na Wschód")

- Utworzenie w centrum Lublina stanicy kajakowej wyposażonej w pomost, plac rekreacyjny z miejscem na ognisko oraz zadaszone stoły i siedziska. Na terenie stanicy powinna znajdować się także tablica informacyjna wskazująca możliwość odbycia dłuższego spływu kajakowego po regionie, np. z Lublina do Dęblina Bystrzycą, Wieprzem i Wisłą.
- Organizacja Wielkiego Spływu Kajakowego Lubelszczyzny – wydarzenia odbywającego się latem, podczas którego duża grupa kajaków płynie z Zalewu Zemborzyckiego na Wisłę.
- Wytyczenie tras narciarstwa biegowego, łączących Lublin z gminami powiatu lubelskiego.
- Utworzenie przewodników AKTYWNA LUBELSZCZYZNA w postaci aplikacji mobilnych z funkcją nawigacji. Takie narzędzie umożliwi turystom lepsze poznanie regionu – nakieruje na atrakcyjne, lecz mało znane miejsca, wskaże najlepsze punkty widokowe oraz zabezpieczy przed niepożądanym zboczeniem z obranego szlaku. Ściągniecie aplikacji będzie możliwe przez Internet, w punkcie informacji turystycznej oraz za pomocą „markerów" umieszczonych na tablicach i znakach wchodzących w skład oznakowania sieci szlaków. (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Nowoczesne narzędzia IT w turystyce").

4.3.3. Renesans Lubelski

RENESANS LUBELSKI

IDEA

Lublin, z licznymi zabytkami w stylu renesansu lubelskiego, jest centralnym punktem na regionalnym szlaku renesansu lubelskiego. Rozpoczynając odkrywanie tego charakterystycznego dla regionu nurtu architektonicznego, właśnie w Lublinie turysta otrzymuje dużą porcję wiedzy przekazaną w atrakcyjny wizualnie i przystępny sposób.

OPIS PRODUKTU

Lublin, dzięki licznej reprezentacji zabytków wzniesionych w stylu renesansu lubelskiego, stanowi doskonałe miejsce do zapoznania się z historią oraz cechami tego nurtu. Podziwiając charakterystyczne elementy tego stylu na świątyniach zlokalizowanych w mieście, turyści zdobędą wiedzę jak rozpoznać lubelską odmianę renesansu, także w obiektach znajdujących się w innych miejscowościach regionu. Służyć temu będzie interaktywna prezentacja na dotykowym ekranie umieszczonym przy trzech kościołach, znajdujących się na regionalnym szlaku renesansu lubelskiego. Dzięki tym multimedialnym punktom turyści odwiedzający Lublin zostaną także zachęceni do odkrycia innych budowli z tego nurtu, znajdujących się na obszarze Lubelszczyzny.

UZASADNIENIE

Renesans lubelski to oryginalny nurt w architekturze, widoczny zwłaszcza w budynkach sakralnych. Kościoły budowane w tym stylu charakteryzują się wysmukłością i lekkością bryły, węższym od nawy prezbiterium i dostawianymi do korpusu głównego kaplicami fundatorów. Dodatkowym znakiem rozpoznawczym renesansu lubelskiego jest bogate zdobienie detalami architektonicznymi fasad i użycie ozdobnego stiuku na sklepieniach. Świątynie powstające w tym stylu lub czerpiące z jego założeń są charakterystyczne dla Lubelszczyzny oraz dla Lublina. W mieście zlokalizowane są

głównie na Starym Mieście, a także przy ulicach Krakowskie Przedmieście i Kalinowszczyzna. Na obszarze regionu styl ten można zaobserwować w wielu miejscowościach np. w Zamościu, Radzyniu Podlaskim, Łęcznej, Kazimierzu Dolnym czy Szczebrzeszynie.

ISTNIEJĄCE ELEMENTY

- Obiekty sakralne w stylu renesansu lubelskiego w Lublinie, to przede wszystkim:
  - Kościół Nawrócenia Św. Pawła Apostoła, ul. Bernardyńska
  - Kościół Rektoralny pw. Wniebowzięcia Najświętszej Maryi Panny Zwycięskiej, ul. G. Narutowicza
  - Kościół pw. Świętego Ducha, ul. Krakowskie Przedmieście
  - Kościół Karmelitów Bosych pw. św. Józefa Oblubieńca Najświętszej Marii Panny, ul. Świętoduska
  - Bazylika pw. św. Stanisława Biskupa i Męczennika, ul. Złota
  - Kościół pw. św. Wojciecha Biskupa i Męczennika, ul. Podwale
  - Kościół pw. św. Mikołaja na Czwartku, ul. ks. Michała Słowikowskiego
  - Kościół pw. św. Agnieszki, ul. Kalinowszczyzna
- Obiekty w stylu renesansu lubelskiego na Lubelszczyźnie, takie jak:
  - Zamość – Katedra Zmartwychwstania Pańskiego i św. Tomasza Apostoła
  - Uchanie – kościół parafialny p.w. Wniebowzięcia Najświętszej Marii Panny
  - Radzyń Podlaski – kościół parafialny pw. św. Trójcy
  - Kodeń – Sanktuarium Matki Bożej Kodeńskiej
  - Łęczna – kościół parafialny pw. św. Marii Magdaleny
  - Czemierniki – kościół parafialny pw. św. Stanisława Biskupa Męczennika
  - Kazimierz Dolny – kościół farny pw. św. Jana Chrzciciela i św. Bartłomieja; Spichlerz Kobiałki
  - Turobin – kościół parafialny pw. św. Dominika
  - Szczebrzeszyn – kościół parafialny pw. św. Katarzyny Aleksandryjskiej
- Szlak renesansu lubelskiego na Lubelszczyźnie opracowany przez Lubelską Regionalną Organizację Turystyczną, na trasie którego znajdują się trzy zabytkowe budynki z Lublina.

PROJEKTY ROZWIJAJĄCE

- Ekspozycja multimedialna RENESANS LUBELSKI w postaci dużego dotykowego ekranu, znajdująca się przy przynajmniej jednym z kościołów w Lublinie, reprezentującym ten charakterystyczny styl. Docelowo mogłaby zostać powielona przy wszystkich trzech świątyniach w mieście, które znajdują się na szlaku regionalnym. Interaktywna ekspozycja wykorzystująca wzrok i słuch, którą każdy turysta może dowolnie sterować, dotykając wyświetlacza zapewni duże możliwości edukacyjne. Prezentacja powinna składać się z czterech głównych komponentów:
  - Czym jest renesans lubelski? – wprowadzająca część prezentacji, przedstawiająca podstawowe informacje oraz historię wykształcenia się tego oryginalnego nurtu architektonicznego.
  - Cechy renesansu lubelskiego – kluczowa część edukacyjna ekspozycji, wskazująca cechy nurtu różniące go od „tradycyjnego" renesansu. Turysta, obserwując znajdujący się przed

nim kościół, z pomocą wyświetlanych treści uczy się rozpoznawać lubelską odmianę tego stylu.

- Obiekty w stylu renesansu lubelskiego w Lublinie – komponent wskazujący wszystkie obiekty znajdujące się w mieście i posiadające cechy tego stylu. Prezentacja daje możliwość poznania ich historii, spojrzenia na budowle z lotu ptaka oraz zajrzenia do ich wnętrz. Na każdym ze zdjęć wyróżnione zostają te elementy architektoniczne, które nadają zabytkowi cech renesansu lubelskiego. Ta część prezentacji wyposażona jest także w mapę umożliwiającą wyznaczenie trasy do każdej ze świątyń.
- Szlak renesansu lubelskiego na Lubelszczyźnie – element prezentacji, zachęcający do odwiedzania innych obiektów charakterystycznych dla tego nurtu, znajdujących się na terenie województwa i ujętych w ramach regionalnego szlaku.

(Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Lublin bramą na Wschód" oraz „Nowoczesne narzędzia IT w turystyce")

- Opracowanie scenariuszy jednodniowych zajęć edukacyjnych dla młodzieży szkolnej oraz studentów architektury i uczelni artystycznych, które pozwolą prowadzić zajęcia poświęcone renesansowi lubelskiemu. W połączeniu z produktem LUBLIN HISTORYCZNY można utworzyć weekendowe pakiety, które poświęcone będą różnym stylom architektonicznym możliwym do zaobserwowania w Lublinie.
- Wydanie albumu RENESANS LUBELSKI, prezentującego zabytki w tym stylu architektonicznym w Lublinie oraz w regionie.

4.3.4. Rezydencje Magnackie

REZYDENCJE MAGNACKIE

IDEA

Historia szlacheckich rodów, które przed wiekami rządziły Polską, ożywa w Lublinie dzięki zachowanym do dziś okazałym rezydencjom magnackim.

OPIS PRODUKTU

W ramach produktu przedstawiona zostanie w sposób angażujący turystów historia znamienitych rodów magnackich, których przedstawiciele licznie osiedlali się na terenie Lubelszczyzny, wznosząc swe okazałe rezydencje. Najwięcej z nich zachowało się w dobrym stanie właśnie w Lublinie, więc to właśnie tu turyści zaczną swą podróż po regionie. Centralnym punktem na szlaku będzie multimedialna ekspozycja zlokalizowana w jednym z lubelskich pałaców, w której turyści będą mogli poznać genealogię takich rodów jaki Czartoryscy, Potoccy, Radziwiłłowie czy Zamoyscy. Dzięki tej interaktywnej prezentacji będzie można dowiedzieć się także wielu ciekawostek np. jakie różne funkcje przez lata pełnił pałac należący niegdyś do Króla Jana III Sobieskiego.

UZASADNIENIE

Przedstawiciele rodów magnackich odgrywali znaczącą rolę w rozwoju i historii miasta oraz regionu. Ich rezydencje pełniły funkcję ośrodków sztuki i nauki. Lublin, jako jeden z największych centrów

politycznych, gospodarczych i kulturowych w okresie I RP, przyciągał szlachciców i magnatów z całego kraju. Niemały wpływ na rozwój miasta miało również utworzenie Trybunału Koronnego. Niemal sto lat po tym wydarzeniu w Lublinie istniało aż dziewięćdziesiąt pałaców i dworów. Rezydencie magnackie i szlacheckie są interesującym przykładem architektury i sztuki okresu od XVI do nawet XIX wieku, kiedy wiele z nich poddanych zostało przebudowom. Część z tych zabytkowych budowli została ujęta w ramach Szlaku Rezydencji Magnackich na terenie województwa lubelskiego.

ISTNIEJĄCE ELEMENTY

- Szlak Rezydencji Magnackich na Lubelszczyźnie, na którym znajdują się m.in. Pałac Czartoryskich w Puławach oraz Muzeum Zamoyskich w Kozłówce. W Lublinie na szlaku zlokalizowanych jest pięć pałaców: Sobieskich, Lubomirskich (zwany również Radziwiłłowskim), Rafała Leszczyńskiego, Lubienieckich (obecnie Seminarium Duchowne) oraz Czartoryskich
- Oprócz wskazanych powyżej, w mieście znajdują się również inne interesujące przykłady zabudowań pałacowych, takie jak:
  - Pałac Krebsa,
  - Pałac Suchodolskich/Konsystorski,
  - Pałac Tarłów/Olizara,
  - Pałac Parysów,
  - Pałac Potockich,
  - Pałac Pawęczkowskiego,
  - Pałac Morskich,
  - Pałac Gubernialny.

PROJEKTY ROZWIJAJĄCE

- Multimedialne Centrum Szlaku Rezydencji Magnackich zlokalizowane w jednym z pałaców w Lublinie. To miejsce początkowe szlaku, w którym turysta dowie się podstawowych informacji na temat każdego z ważnych rodów szlacheckich, pozna ich genealogię oraz wypożyczy przewodnik multimedialny po mieście, prowadzący do innych pałaców. Prezentowana jest tu również historia samych rezydencji, które były wielokrotnie przebudowywane w różnych stylach architektonicznych. Ekspozycja obfituje też w ciekawostki związane z najrozmaitszymi funkcjami, jakie przez wieki pełniły pałace na szlaku (np. młyn, klasztor czy koszary).
  (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Lublin bramą na Wschód")
- Światowid magnacki – słup informujący o odległości do poszczególnych rezydencji magnackich na Lubelszczyźnie z podaniem ich lokalizacji, herbu rodowego i odległości, znajdujący się w okolicy Placu Litewskiego w Lublinie. (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Lublin bramą na Wschód")
- Stworzenie przewodników multimedialnych do wypożyczenia lub ściągnięcia na aplikacje mobilne. (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Nowoczesne narzędzia IT w turystyce")
- Planszowa gra historyczna „Szlakiem rezydencji magnackich na Lubelszczyźnie"
- Wydanie albumu zdjęć pt. „Szlakiem rezydencji magnackich na Lubelszczyźnie".

4.3.5. Wielokulturowa Lubelszczyzna

WIELOKULTUROWA LUBELSZCZYZNA

IDEA

Dzięki produktowi WIELOKULTUROWA LUBELSZCZYZNA turysta ma szansę odkryć dziedzictwo historyczne Lublina i województwa lubelskiego, związane z przedstawicielami różnych kultur: mojżeszowymi, grekokatolikami, muzułmanami, ewangelikami czy wyznawcami prawosławia. Produkt wykorzystuje zachowane do dziś świadectwa materialne, a także angażujące przewodnictwo i nowoczesne technologie.

OPIS PRODUKTU

Skorzystanie z oferty da możliwość poznania wielobarwnej mozaiki społecznej, jaka przez wieki wykształciła się na obszarze Lubelszczyzny. Rozpoczęcie wycieczki po regionie będzie następować w Lublinie, gdzie znajdzie się atrakcyjna ekspozycja multimedialna prezentująca historię, wierzenia i tradycyjne obrządki różnych religii – judaizmu, islamu oraz kościołów chrześcijańskich: katolicyzmu, protestantyzmu i prawosławia. Celem wystawy będzie wprowadzenie w temat wielokulturowości, przybliżenie innych wyznań, zainteresowanie ich tradycją. Każda z religii traktowana będzie na równi z innymi. Ekspozycja zlokalizowana w Muzeum Wsi Lubelskiej lub Centrum Spotkania Kultur, wykorzysta nowoczesne techniki prezentacji i różne multimedia, którymi zwiedzający będą mogli dowolnie sterować, odkrywając kolejne treści w indywidualnym tempie.

Poznanie tematu wielokulturowości i wielonarodowości byłoby jednak niepełne bez wykwalifikowanego przewodnika, który wyjaśni kluczowe zagadnienia, zadba o odpowiedni poziom zrozumienia u odbiorców, zachęcając do tolerancji religijnej, etnicznej i narodowej. Pomogą mu w tym specjalnie przygotowane scenariusze zwiedzania Lublina, wykorzystujące parateatralizację, która maksymalnie zaangażuje grupę odbiorców w przedstawiany temat. Rekwizyty oraz elementy strojów charakterystyczne dla różnych kultur, w połączeniu z aktywnym uczestnictwem turystów w odgrywane scenki, zapewnią dobrą zabawę i lepsze zapamiętanie odkrywanej wiedzy.

Miasto wielobarwnie ożyje podczas festiwalu „Wielokulturowy Lublin", przybliżającego kulturę mniejszości narodowych, etnicznych i religijnych. Liczne koncerty, wystawy, wycieczki i degustacje potraw pozwolą różnymi zmysłami pojąć jak Lublin i Lubelszczyzna wyglądały przez wieki.

UZASADNIENIE

Dzisiejszy region Lubelszczyzny od wieków był obszarem, gdzie spotykały się różne narody, kultury i wyznania. Ze względu na swoje położenie był pograniczem etniczno-religijnym i politycznym, gdzie mieszały się różne wpływy. Słowianie wschodni i zachodni, katolicy, grekokatolicy, prawosławni, wyznawcy judaizmu czy też muzułmanie współżyli na tych ziemiach, tworząc unikatowe wielokulturowe społeczeństwo. Do dzisiejszych czasów przetrwało wiele miejsc przypominających ten okres, w znacznej większości są to zabytkowe obiekty sakralne. Na obszarze całego regionu znajdują się synagogi, cerkwie prawosławne, czy stare cmentarze, które świadczą o nie tak odległej wielokulturowej historii. Najatrakcyjniejsze z nich ujęto w ramach Szlaku Przenikania Kultur po województwie lubelskim. Również w Lublinie miejsca związane z różnymi kulturami i religiami

zostały zebrane w jeden tematyczny szlak oznakowany w przestrzeni miejskiej. Ponadto bardzo istotnym w tym temacie punktem na mapie miasta jest Muzeum Wsi Lubelskiej. Wśród prezentowanych tam zbiorów znajdują się m.in. żydowska chata i cerkiew greckokatolicka.

ISTNIEJĄCE ELEMENTY

- Miejsca na Szlaku Wielokulturowym wytyczonym w Lublinie:
  - Pomnik Unii Lubelskiej na Placu Litewskim,
  - Kościół ewangelicko-augsburski p.w. Świętej Trójcy,
  - Pałac Lubomirskich przy Placu Litewskim,
  - Dawna cerkiew grecka, obecnie kościół rzymskokatolicki pw. Św. Jozafata,
  - Zespół Szkół Ekonomicznych im. Augusta i Juliusza Vetterów,
  - Plac Katedralny,
  - Rynek Starego Miasta,
  - Brama Grodzka,
  - Wzgórze Zamkowe,
  - Miejsce, gdzie wznosił się duży zespół synagogalny (przy Zamku),
  - Cerkiew prawosławna p.w. Przemienienia Pańskiego,
  - Wzgórze Czwartek.
- Ekspozycja w Muzeum Wsi Lubelskiej, zawierająca wiele elementów związanych z różnymi wyznaniami i kulturami, np. cerkiew greckokatolicka czy żydowska chata.
- Festiwal „Wielokulturowy Lublin" organizowany przez Centrum Kultury w Lublinie.
- Miejscowości na terenie regionu, w których zachowały się obiekty związane z innymi kulturami i religiami, m.in.:
  - Zamość – Cerkiew prawosławna p.w. Św. Mikołaja Cudotwórcy, Synagoga,
  - Włodawa – Cerkiew prawosławna p.w. Narodzenia Najświętszej Maryi Panny, Wielka Synagoga; wydarzenie Festiwal Trzech Kultur,
  - Lebiedziew i Studzianka – to dawne osady Tatarów, z których do dnia dzisiejszego ostały się jedynie cmentarze muzułmańskie (tzw. mizary),
  - Szczebrzeszyn – Cerkiew prawosławna p.w. Zaśnięcia Przenajświętszej Bogurodzicy Synagoga, cmentarz żydowski.
- Szlak Przenikania Kultur wytyczony na terenie województwa lubelskiego, który rozpoczyna się w Lublinie i prowadzi przez wiele miejscowości na Lubelszczyźnie, m.in.:
  - Studzianka,
  - Ortel Królewski,
  - Biała Podlaska,
  - Lebiedziew,
  - Kostomłoty,
  - Kodeń,
  - Jabłeczna,
  - Włodawa,
  - Chełm,
  - Zamość.

PROJEKTY ROZWIJAJĄCE

- Multimedialna ekspozycja WIELOKULTUROWA LUBELSZCZYZNA – miejsce, gdzie przez cały rok turysta będzie mógł poznać historię, główne wierzenia oraz symbole wyznawców każdej z religii, którzy swą kulturą przez wieki wzbogacali miasto i region. Nie brakuje też fascynujących ciekawostek, np. związanych ze strojami kapłanów lub obowiązującymi kalendarzami. Ekspozycja mogłaby zostać na stałe zlokalizowana w Muzeum Wsi Lubelskiej lub budowanym Centrum Spotkania Kultur. Miejsce to będzie również jedną z bram do regionu – prezentowany będzie tu Szlak Przenikania Kultur, prowadzący przez cerkwie, synagogi, kirkuty i mizary zlokalizowane na terenie województwa. (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Lublin bramą na Wschód").
- Angażujące przewodnictwo – opracowanie scenariuszy oprowadzania po Lublinie, których celem będzie maksymalne zaangażowanie turystów w poznawany temat. Jednym ze sposobów na skuteczne zrealizowanie tego założenia jest parateatralizacja, polegająca na odgrywaniu przez grupę zwiedzających krótkich scenek tematycznych, pod kierownictwem przewodnika i z wykorzystaniem elementów kostiumowych. Charakteryzacja oraz różne przedmioty związane z poszczególnymi religiami zapewnią dokładniejsze zrozumienie, a aktywne uczestnictwo turystów będzie gwarancją lepszego zapamiętania poznawanego tematu. Zastosowanie tej metody wprowadza do zwiedzenia element zabawy, co jest kluczowe podczas oprowadzania najmłodszych odwiedzających. Przygotowane zestawy gadżetów niezbędnych do zrealizowania każdego ze scenariuszy powinny znajdować się w LOITiK-u i być nieodpłatnie wypożyczane lubelskim przewodnikom.
- Drukowane przewodniki WIELOKULTUROWA LUBELSZCZYZNA, prezentujące wybrane treści ze stałej ekspozycji zlokalizowanej w Lublinie, dotyczącej różnych kultur i religii, a także zachęcające do odwiedzenia Szlaku Przenikania Kultur. Wydawnictwa obfitujące w atrakcyjne zdjęcia i najważniejsze informacje, mogą zostać wzbogacone o samochodową mapkę regionu oraz przewodnik po szlaku nagrany na płycie CD audio, co będzie stanowiło kompleksową ofertę dla turysty zmotoryzowanego.
- Przewodniki multimedialne po Lublinie opracowane w dwóch wersjach – do ściągnięcia na urządzenia mobilne oraz wypożyczenia w kilku punktach na terenie miasta np. w LOITiK-u, w Skansenie oraz Centrum Spotkania Kultur. (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Nowoczesne narzędzia IT w turystyce").
- Aplikacje mobilne wykorzystujące GPS, nawigujące turystów zmotoryzowanych oraz rowerowych po Szlaku Przenikania Kultur na Lubelszczyźnie. (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Nowoczesne narzędzia IT w turystyce").
- Projekt Okna na Wschód – billboardy lub telebimy prezentujące zdjęcia historyczne, współczesne atrakcje turystyczne oraz aspekty wielokulturowości miast Europy Wschodniej. (Projekt realizuje założenia programu horyzontalnego „Lublin bramą regionu").

4.4. Programy Horyzontalne

Programy horyzontalne – konieczne do zapewnienia wyróżnikowego charakteru w całości działań turystycznych w mieście

Realizacja programów horyzontalnych ma zapewnić osiągnięcie zapisów zawartych w wizji turystycznej miasta Lublina, we wdrażaniu produktów turystycznych. Ich założenia ogniskują się na

najistotniejszych obszarach tematycznych, których uwzględnienie w lubelskich produktach turystycznych zapewni ich konkurencyjność rynkową, wyjątkowość i autentyczność.

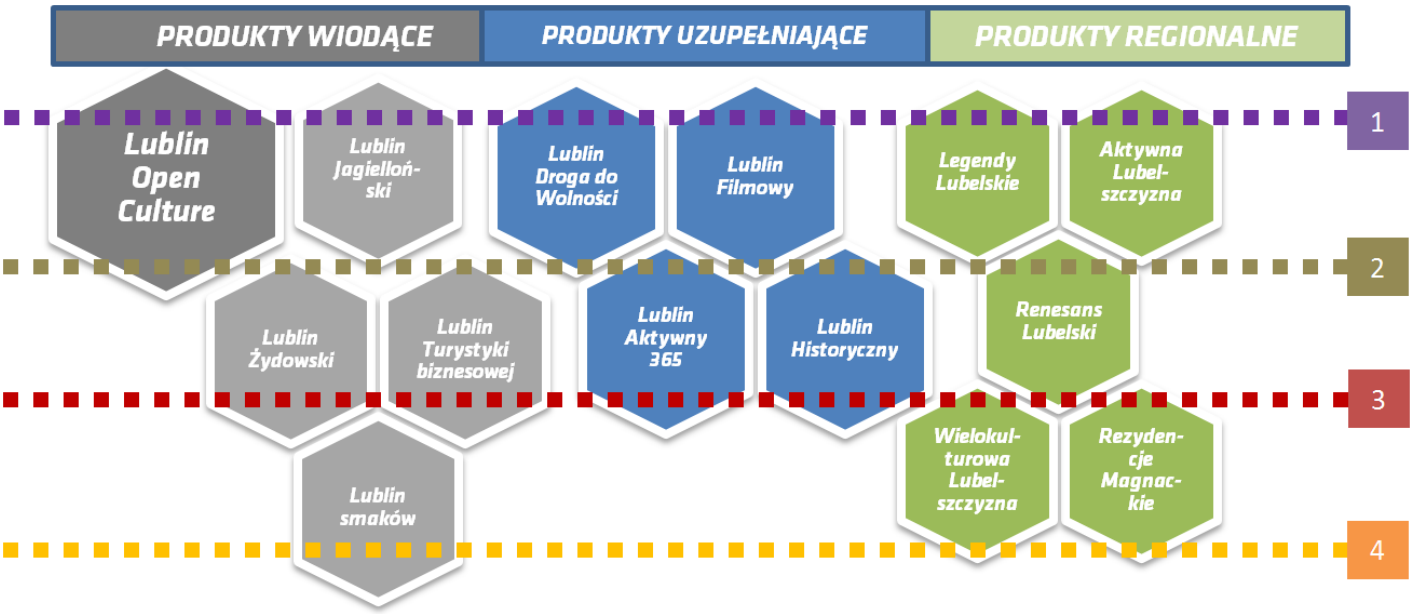
Każdy z programów horyzontalnych będzie gwarantował nacechowanie oferty turystycznej pewną szczególną ideą, która została przybliżona w znajdujących się poniżej opisach. W każdym z programów wskazane także będą konkretne projekty i działania, które realizowane będą w ramach poszczególnych produktów.

Dzięki temu powstanie pewna wspólna jakość w ofercie turystycznej miasta. Nie będzie ona dominująca w każdym z produktów z osobna. Będzie za to mocno wpływała na budowanie spójnego przeżycia turystycznego, podkreślającego unikatowość Lublina.

Poniżej przedstawiono cztery programy horyzontalne rekomendowane do realizacji w perspektywie do 2025 roku:

- **Turystyka w Lublinie inspiruje**
- **Lublin bramą regionu**
- **Nowoczesne narzędzia IT w turystyce**
- **Lublin bramą na Wschód**

Ilustracja 2 Schemat powiązania programów horyzontalnych z produktami turystycznymi Lublina



Źródło: opracowanie własne landbrand.

Legenda: Programy horyzontalne

1. Turystyka w Lublinie inspiruje
2. Lublin bramą regionu
3. Nowoczesne narzędzia IT w turystyce
4. Lublin bramą na Wschód

Każdy z programów będzie posiadał partnera wiodącego, którego rola będzie kluczowa na etapie wdrożenia.

W pierwszym będzie to komórka Urzędu Miasta w Lublinie odpowiedzialna za marketing miasta, w drugim Lubelska Regionalna Organizacja Turystyczna, w trzecim Ośrodek „Brama Grodzka-Teatr NN" oraz ACK „Chatka Żaka" z inkubatorem multimedialnym, w czwartym komórka Urzędu Miasta w Lublinie, odpowiedzialna za budowanie relacji z krajami położonymi za wschodnią granicą Unii Europejskiej.

TURYSTYKA W LUBLINIE INSPIRUJE

Inspiracja wpisuje się tutaj w nurt założeń turystyki 3E – Entertainment, Education, Excitement (rozrywka, edukacja, emocje). W ramach programu realizowane będą niestandardowe działania, które pozwolą turyście na wyjście poza stereotypowe postrzeganie oferty miasta.

Program będzie podkreślał możliwość zwolnienia i „naładowania akumulatorów" w mieście. Realizacja programu „turystyka w Lublinie inspiruje" ma również na celu zmianę perspektywy postrzegania przez turystę. Z codziennej, często bezrefleksyjnej i mechanicznej, na nastawienie poznawcze i zaangażowanie. Dzięki temu wizyta turystyczna w Lublinie umożliwi poznanie wszelkimi zmysłami, przełamanie stereotypów, a także regenerację sił życiowych.

Mowa tutaj zarówno o wprowadzeniu markerów i małej architektury w przestrzeni miejskiej, jak i możliwości interaktywnej kompozycji produktu, zdobycia nowej umiejętności, nietypowego wykorzystania danego miejsca w przestrzeni, wprowadzenie gry scenariuszowej, itp.

Poniżej przedstawiono wybrane przykłady działań realizujących program:

- Markery oferty festiwalowej w przestrzeni miejskiej w formie rzeźb, instalacji, małej architektury (Lublin Open Culture)
- Wypożyczalnia leżaków i koców Jagiellońskich na plantach (Lublin Jagielloński)
- Lunety historyczne – widok w danym miejscu z możliwością przełączenia między wiekami (Lublin Historyczny)
- Ławki/łóżka inspiracji – połóż się lub usiądź – spójrz do góry i zainspiruj się widokiem. Wykonane z nietypowych materiałów w nietypowych kształtach. Np. ławki ziemne porośnięte trawą, miękkie platformy tartanowe (Lublin Open Culture)
- Koszyk inspiracji – do kupienia/wypożyczenia – na plantach i w parkach lubelskich. W jego skład wejdą przedmioty umożliwiające kreatywne i aktywne spędzenie czasu wolnego w Lublinie. Będą to np.: szczudła, leżaki w ciekawych kształtach, latawce o oryginalnej formie, gry planszowe i towarzyskie inspirowane tożsamością miasta. (Lublin Aktywny 365)
- Program Lojalnościowy „Śladami inspiracji" – program stworzony w oparciu o system elektronicznych kart lojalnościowych oraz terminali przenośnych znajdujących się w specjalnie wyselekcjonowanych miejscach oraz w punktach informacji podczas wybranych imprez. Zbierane punkty zapisywane będą na pamięci karty uprawniając do odebrania nagrody z katalogu, zaś system Centralnej Bazy Danych stanowić będzie również cenne źródło informacji w działalności badawczej.
- Zaułek Inspiracji – specjalnie zagospodarowana przestrzeń na terenie pl. Rybnego, gdzie umieszczona zostanie podświetlona fontanna oraz ławeczki z inspirującymi cytatami i/lub dedykacją dla osób wyróżnionych ze względu na ich twórczość, kreatywność bądź artyzm.

LUBLIN BRAMĄ REGIONU

Program ma na celu uzyskanie sprzężenia zwrotnego wynikającego z krzyżowej informacji i promocji turystycznej atrakcji turystycznych w Lublinie i na terenie województwa lubelskiego. Jego realizacja ma na celu zwiększenie odsetka turystów, odwiedzających zarówno stolicę regionu, jak i region. Zakłada się, że Lublin coraz częściej będzie odgrywał rolę kluczowego miejsca recepcji i dystrybucji ruchu turystycznego w regionie. To tutaj turyści rozpoczynają poznawanie Lubelszczyzny, tu docierają na lotnisko, dworzec PKP.

Miejska oferta produktów turystycznych prezentuje wiele tematów atrakcyjnych także w skali regionu. Tam, gdzie jest to możliwe wskazuje się na odwołania do oferty turystycznej regionu, które pozwalają rozszerzyć prezentowane w mieście zagadnienia. Turysta zostaje poinformowany o nowych możliwościach turystycznej eksploracji w tematach, które go pasjonują. Odwołanie to może mieć charakter np. opisu oferty regionu w danym temacie na tablicy informacyjnej o produkcie, wskazania w przestrzeni publicznej na atrakcje z regionu, wskazania pochodzenia składników użytych w daniach i produktach, podkreślenia regionalnego charakteru szlaku turystyki kulturowej lub aktywnej, przebiegającego przez Lublin, wskazania na plenery filmowe z tej samej produkcji, która powstawała w Lublinie.

Dodatkowo zakłada się, że w miejscach położonych na Lubelszczyźnie realizujących wspólne z miastem tematy, także pojawią się z czasem informacje wiążące ich ofertę z miejską. Zapewni to większą integrację oferty miast położonych na Lubelszczyźnie takich jak: Janów Lubelski, Kazimierz Dolny, Nałęczów, czy Zamość z ofertą turystyczną stolicy regionu.

Poniżej przedstawiono wybrane przykłady działań realizujących program:

- Światowid magnacki – słup informujący o odległości do poszczególnych rezydencji magnackich na Lubelszczyźnie z podaniem ich lokalizacji, herbu rodowego i odległości, znajdujący się w okolicy Placu Litewskiego w Lublinie (Produkt Rezydencje Magnackie).
- Przy okazji prezentacji obiektów architektonicznych charakterystycznych dla danego stylu lub epoki, wskazanie na inne interesujące obiekty z danego okresu na Lubelszczyźnie (Lublin Historyczny).
- Wprowadzenie oznakowania szlaków rowerowych w mieście, wskazującego na ich regionalny kontekst, poprzez podanie ich orientacji, nazwy oraz kilometrażu kolejnych punktów na szlaku (Lublin Aktywny 365).
- Prezentacja regionów Lubelszczyzny, z których pochodzą poszczególne produkty spożywcze prezentowane w ramach oferty Eko-bazaru (Lublin smaków).
- Opis i prezentacja tego, jak wyglądała Lubelszczyzna pod względem wielokulturowości i wieloetniczności na mapie regionu z lat 30. XX wieku, w ramach produktu Wielokulturowa Lubelszczyzna.

NOWOCZESNE NARZĘDZIA IT W TURYSTYCE

Lubelska oferta turystyczna cechuje się wysokim poziomem integracji informacji i ich dostępności, zarówno w przestrzeni Internetu stacjonarnego, jak i mobilnego. Wiele ekspozycji turystycznych wykorzystuje interaktywne narzędzia poznawcze, przez co turysta pozostaje zainspirowany i poruszony prezentowanymi treściami.

W tym zakresie największy dorobek w mieście został wypracowany przez Ośrodek Brama Grodzka - Teatr NN. Pod hasłem Przewodniki Lublin 2.0, opracowano różnorodne przewodniki i formy prezentacji miasta wykorzystujące najnowocześniejsze technologie audio-wizualne w tym animacje 3D.

W momencie powstawania strategii, Lublin posiada pozycję lidera w ilości opracowanych narzędzi tego typu. Zakłada się, że w niedalekiej przyszłości powszechność urządzeń mobilnego Internetu znacznie wzrośnie. Aby należycie wykorzystać szansę, jaką jest przybliżenie turystom dorobku miasta w tym zakresie, należy zintegrować już opracowane narzędzia oparte o aplikacje mobilne i animacje 3D, w ramach produktów turystycznych miasta.

Nowoczesne narzędzia IT staną się jedną z podstaw wyróżniających ofertę produktów turystycznych Lublina. Aplikacje mobilne dedykowane turystyce będą często pełniły funkcję rozbudowanego folderu z mapą. Do ich podstawowych użyteczności należeć będą: połączenia atrakcji w szlaki, możliwość ich prezentacji na mapie miasta i geolokalizacji, możliwość wskazania najbliższej drogi dojścia do atrakcji, uzyskania opisu atrakcji, dodania materiałów graficznych, wideo i audio. W bardziej zaawansowanej formie mogą również zawierać aktualizowane na bieżąco kalendaria wydarzeń czy bieżące informacje o zmianach w ofercie. W ramach aplikacji możliwe jest wykorzystanie cyfrowych archiwów kultury i sztuki w celu ich udostępnienia w produktach. W wybranych aplikacjach, jak i nośnikach stacjonarnych wykorzystane będą także możliwości rzeczywistości rozszerzonej (Augmented Reality AR). Polega ona na nałożeniu na obraz rzeczywisty (dostarczany np. przez kamerę wbudowaną w smartfon) obrazu generowanego komputerowo. Jego charakter może się zasadniczo różnić, poczynając od zdjęć archiwalnych na animacjach 3D kończąc. Za pomocą AR można w zasadzie nanieść wszelkiego rodzaju treści, zależnie od zapotrzebowania np. w celu zaprezentowania animacji i historycznych rekonstrukcji panoram miasta lub nieistniejących obiektów zabytkowych. Innymi nowoczesnymi narzędziami informatycznymi wykorzystywanymi w prezentacji oferty turystycznej będzie prezentacja hologramowa.

Poniżej przedstawiono wybrane przykłady działań realizujących program:

- Aplikacja mobilnego Internetu pozwalająca w pełni poznać ofertę i dorobek wiodących wydarzeń i festiwali (Lublin Open Culture).
- Aplikacja mobilna z informacjami o programie, lokalizacji, profilu wszystkich działających w mieście galerii sztuki (Lublin Open Culture).
- Multimedialny peryskop wschód-zachód znajdujący się na Placu Litewskim.
- Open City Festiwal w specjalnej aplikacji, która prezentowałaby instalacje zrealizowane w poprzedniej edycji festiwalu i byłaby połączona z lokalizatorem GPS.

LUBLIN BRAMĄ NA WSCHÓD

Lublin przybliża Polakom i mieszkańcom Unii Europejskiej wschód. Wschód Europy w rozumieniu Krajów Partnerstwa Wschodniego, do których zaliczane są: Ukraina, Białoruś, Gruzja, Mołdawia, Armenia i Azerbejdżan. W zakresie turystyki owe przybliżenie ma miejsce zarówno w ofercie opartej o walory kultury i sztuki współczesnej, jak i przemysłu spotkań. Miasto pełni rolę eksperta w relacjach kulturowych i biznesowych na linii wschód-zachód Europy, gdyż w czasach II RP położone było w centrum Polski, która sięgała daleko za obecną wschodnią granicę kraju.

Lublin jest aktywnym centrum spotkań na linii wschód-zachód. W mieście odbywa się szereg spotkań cyklicznych: konferencji, targów, wystaw i wydarzeń kulturalnych, które zbliżają do siebie kraje

Europy Wschodniej i Zachodniej. W mieście spotyka się biznes, polityka, nauka z dwóch części Europy. Spotkania te często dają podwaliny istotnym projektom współpracy we wszelkich rodzajach aktywności kulturowej i gospodarczej. Miasto jest sceną wspólnych wydarzeń kulturalnych z zakresu teatru, muzyki, kulinariów, sztuk plastycznych. Tutaj artyści ze wschodu czują się jak u siebie, a publiczność uczestnicząca w wydarzeniach odbywa podróż wirtualną za wschodnią granicę Unii Europejskiej. Miasto prowadzi stały projekt kulturalnych wydarzeń relacji wschód–zachód.

Jako najdalej wysunięta na wschód metropolia Polski, dysponująca międzynarodowym portem lotniczym, Lublin jest predestynowany do rozwoju w zakresie kompetencji wschodnich. Miasto jest swego rodzaju łącznikiem między Europą Wschodnią i Zachodnią, i może uczyć Polaków oraz pozostałych Europejczyków, jak rozumieć i integrować się ze społeczeństwami zza wschodniej granicy. Pierwszy krok w odkrywaniu ich kultury można poczynić właśnie w Lublinie. Liczne wydarzenia angażujące międzynarodowe grono artystów oraz współpraca ze Lwowem są tego przejawem, tak samo jak Instytut Europy Środkowo-Wschodniej w Lublinie czy działające do niedawna Europejskie Kolegium Polsko-Ukraińskich uniwersytetów. Miasto i jego mieszkańców cechuje inny poziom uwrażliwienia i otwarcia na kraje Europy Wschodniej.

Poniżej przedstawiono wybrane przykłady działań realizujących program:

- Rozwój Szlaku Kupieckiego Wrocław – Lublin – Lwów (Lublin Jagielloński)
- Agora Wschodnia w Lublinie – wizerunkowe miejsce dla otwarcia Lublina na Wschód. Plac w śródmieściu lub w którymś z lubelskich parków prezentujący w sposób symboliczny związki Lublina ze wschodem Europy. Na placu pawilon czasowy ukazujący atrakcje turystyczne krajów Europy Wschodniej oraz lubelską ofertę festiwali, konferencji i projektów realizowanych w tej tematyce przez pryzmat zdjęć, filmów, nagrań audio. Atrakcja ta mogłaby być instalacją, która na stałe zlokalizowana byłaby w Lublinie, ale czasowo odwiedzałaby inne miejsca takie jak centra handlowe w Warszawie i innych dużych miastach Polski. Pomysł na jej formę powinien być przedmiotem konkursu architektonicznego. Może to być np. pawilon w kształcie trójkąta o wierzchołku skierowanym na wschód. W pawilonie wysokiej jakości ekrany z filami prezentującymi atrakcje oraz interaktywne prezentacje. (Lublin Open Culture)
- Budowa „mostów turystycznych" z miastami ze wschodu takimi jak Lwów, Grodno, Wilno poprzez realizację wspólnych wydarzeń festiwalowych, z telemostami, w tym imprezę o charakterze targów/festynu turystycznego w Lublinie, podczas której miasta te promowałby się, a firmy turystyczne przedstawiały swoją ofertę. (Lublin Open Culture)
- Projekt Okna na Wschód – billboardy lub telebimy prezentujące zdjęcia historyczne, współczesne atrakcje turystyczne oraz aspekty wielokulturowości miast Europy Wschodniej.
- Organizacja wydarzeń kongresowych z obszarów biznes i kultura, zorientowanych na wymianę doświadczeń i kompetencji z krajami Europy Wschodniej w tym Forum „Biznes-mixer" – biznesowe targi wschód-zachód Europy
- Stworzenie dedykowanej strony internetowej, poświęconej wszystkim inicjatywom i wydarzeniom (dziejącym się w Lublinie lub tworzonym przy udziale lubelskich instytucji), w których istotnym elementem jest współpraca z krajami zza wschodniej granicy.

Słowniczek pojęć

A. POJĘCIA PODSTAWOWE

Ze względu na mnogość definicji pojęcia „turystyka" (a co za tym idzie także terminu „turysta"), niezbędne jest przyjęcie jednolitej terminologii, na potrzeby niniejszego dokumentu.

Generalnie, w literaturze przedmiotu dla opisania zjawiska przyjmuje się, że:

Turystyka – zespół stosunków i zjawisk, które wynikają z dobrowolnej podróży i pobytu osób przyjezdnych, jeśli nie występuje w związku z tym osiedlenie i podjęcie pracy zarobkowej.13 To aktywność czasu wolnego, zakładająca zmianę stałego miejsca pobytu. Więc to ruch, poruszanie się jest tym, co czyni turystę.14

Jednakże obecnie najczęściej stosowanymi, są definicje przyjęte przez Światową Organizację Turystyki (UNWTO), które precyzyjniej określają pojęcia turystyki i turysty. Jest to terminologia opracowana na potrzeby statystyczne, a jej wytyczne przyjmuje się jako wiążące na całym świecie, również w Polsce. Te definicje stosowane są przez Ministerstwo Sportu i Turystyki, Instytut Turystyki oraz Główny Urząd Statystyczny, tak więc autorzy dokumentu również przyjmują je za nadrzędne wobec wszelkich innych.

UNWTO przyjmuje co następuję:[15]

Turystyka – ogół czynności osób, które podróżują i przebywają w celach prywatnych lub zawodowych, nie dłużej niż rok bez przerwy, poza swoim codziennym otoczeniem, z wyłączeniem wyjazdów, w których głównym celem jest aktywność zarobkowa, wynagradzana w odwiedzanej miejscowości lub kraju.

Odwiedzający – każda osoba podróżująca do miejsca znajdującego się poza jej zwykłym otoczeniem, na czas nie dłuższy niż 12 miesięcy, jeśli podstawowy cel podróży jest inny niż podjęcie działalności zarobkowej, wynagradzanej w odwiedzanej miejscowości lub kraju. Odwiedzających dzielimy na turystów oraz odwiedzających jednodniowych (wycieczkowiczów).

Turysta – odwiedzający, który przynajmniej przez jedną noc korzysta z obiektów zakwaterowania zbiorowego lub kwater prywatnych w odwiedzanym kraju lub miejscowości.

Odwiedzający jednodniowy (wycieczkowicz) – odwiedzający, który spędza w odwiedzanym miejscu mniej niż 24 godziny i nie korzysta z obiektów zakwaterowania zbiorowego lub kwater prywatnych.

---

[13] Definicja wg Waltera Hunzikera. Za: A. Panasiuk, „Ekonomika Turystyki", Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.
[14] Definicja wg Marca Boyera. Za: A. Panasiuk, „Ekonomika Turystyki", Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.
[15] Źródło: www.intur.com.pl, www.media.unwto.org oraz „Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku", MSiT, Warszawa 2008.

Turystyka krajowa – podróże mieszkańców po własnym kraju.

Turystyka przyjazdowa – przyjazdy do kraju osób stale mieszkających poza nim.

Turystyka wyjazdowa – wyjazdy mieszkańców danego kraju do innych krajów.

B. RODZAJE TURYSTYKI

Podobnie jak w przypadku samej definicji turystyki, tak również w przypadku próby podziału mamy do czynienia z mnogością proponowanych definicji. Jednym z najczęściej stosowanych kryteriów jest podział ze względu na główny motyw podróży. Biorąc to pod uwagę, wyszczególniamy główne rodzaje turystyki:

Turystyka poznawcza (krajoznawcza) – turystyka krajoznawcza jest formą turystyki, której głównym celem podróży jest zwiedzanie określanego obiektu, miejsca, miejscowości czy regionu. Związana jest głównie z poznawaniem kraju ojczystego i jego różnorodnych walorów. Dominuje w niej motyw poznawczy, który połączony jest z celami edukacyjnymi i rekreacyjnym. Najsilniej rozwiniętą formą turystyki poznawczej na obszarach miejskich jest turystyka kulturowa.[16]

Turystyka kwalifikowana (aktywna) – turystyka łącząca poznawanie świata z pewnym wysiłkiem fizycznym. Wymaga ona przygotowania kondycyjnego i zawodowo-turystycznego. Wiąże się z zaspokajaniem potrzeb ruchu i wysiłku fizycznego, przyrodniczych i kulturowych oraz potrzeb informacyjno-poznawczych. Przykładem takiej turystyki jest turystyka piesza, wodna, narciarska, kolarska, motorowa.[17]

Turystyka zdrowotna – świadome i dobrowolne udanie się na pewien okres poza miejsce zamieszkania, w czasie wolnym od pracy, w celu regeneracji, dzięki aktywnemu wypoczynkowi fizycznemu i psychicznemu.[18]

Turystyka biznesowa – obejmuje wszystkie podróże służbowe lub w celach zawodowych, które nie są wynagradzane w docelowym miejscu podróży. Przykładami turystyki biznesowej mogą być: turystyka kongresowa, motywacyjna, korporacyjna bądź targowa.[19]

Turystyka religijna – turystyka, której głównym motywem są przede wszystkim aspekty religijno-poznawcze lub poznawcze. Wiąże się to z podróżami do miejsc związanymi z historią religii, obiektów sakralnych, miejsc kultu religijnego, czy też wydarzeń o charakterze religijnym.[20]

Turystyka wypoczynkowa – turystyka, której głównym motywem jest odpoczynek. Nie wymaga ona specjalistycznego przygotowania lub wiedzy ze strony uczestników. Obejmuje wiele form spędzania czasu i zależy głównie od upodobań turysty. Przykładem tej formy turystyki może być odpoczynek nad morzem (zob. Zasada „3 S") lub wyjazd w celu dokonania zakupów.[21]

---

[16] W. Kurek, „Turystyka", PWN,Warszawa 2007.
[17] W.W. Gaworecki, „Turystyka", Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2003.
[18] Tamże.
[19] R. Davidson, B. Cope, „Turystyka biznesowa", POT, Warszawa 2003.
[20] T. Jędrysiak, „Turystyka kulturowa", PWE, Warszawa 2008.
[21] A. Kowalczyk, „Geografia turyzmu", PWN, Warszawa 2002.

Z punktu widzenia turystyki w destynacji, jaką jest miasto, istotne jest zwrócenie uwagi i wyjaśnienie również innych rodzajów turystyki, wchodzących w skład opisanych wyżej.

Turystyka kulturowa – podrodzaj turystyki poznawczej, obejmujący podróże w celu zgłębiania kultury materialnej i niematerialnej odwiedzanego miejsca. Obejmuje zarówno wyjazdy turystyczne związane z dziedzictwem historycznym jak również kulturą współczesną (wysoką i popularną).[22]

Turystyka etniczna (sentymentalna, „turystyka korzeni") – podrodzaj turystyki poznawczej, której głównym celem jest poznawanie własnych „korzeni", historii rodowych i narodowych, odwiedzanie miejsc pamięci. Uczestniczący w ruchu turystycznym tego typu, w dużej mierze odbywają podróże międzynarodowe.[23]

Turystyka miejska – podróże, których głównych motywem jest korzystanie z bogatej i różnorodnej oferty miast, np. centrów handlowych, obiektów sportowych i rekreacyjnych, oferty kulturalnej oraz gastronomicznej miasta. Zakres aktywności podejmowanych przez uczestników tego typu ruchu turystycznego jest niezwykle szeroki i może stanowić różnorodne połączenie wcześniej wymienionych rodzajów np. turystyki aktywnej (aquapark), poznawczej (muzeum) i wypoczynkowej (centrum handlowe).

C. POZOSTAŁE POJĘCIA

Atrakcyjność turystyczna – składają się na nią właściwości destynacji turystycznej, które decydują o zainteresowaniu ze strony turystów. O stopniu atrakcyjności danej miejscowości, czy regionu stanowią: walory turystyczne, zagospodarowanie turystyczne oraz dostępność turystyczna.[24]

Destynacja turystyczna (ang. destination – cel, przeznaczenie) – docelowe miejsce podróży turysty, np. kraj, region lub miasto. Podczas jednej podróży turysta może zmierzać do wielu miejsc destynacji. Pojęcie jest często stosowane wymiennie z terminami: obszar recepcji turystycznej (przeciwność obszaru emisji turystycznej), miejscowość turystyczna lub region turystyczny.

Dostępność turystyczna (lub komunikacyjna) – określa możliwość dotarcia turysty do celu podjętej podróży, za pomocą środków komunikacji np. samochodowej, lotniczej, kolejowej, rowerowej, czy pieszej. Dostępność jest warunkiem koniecznym dla wykorzystania walorów turystycznych miejsca, recepcji przez turystów.[25]

Gospodarka turystyczna – dynamicznie rozwijająca się gałąź gospodarki, na którą składa się ogół środków i urządzeń oraz funkcji gospodarczych i społecznych, służących obsłudze ruchu turystycznego oraz ułatwiających zaspokojenie potrzeb turystów. Pojęcie gospodarki turystycznej jest czasami stosowane zamiennie z terminem „przemysł turystyczny".[26]

---

[22] T. Jędrysiak, „Turystyka kulturowa", PWE, Warszawa 2008.
[23] Tamże.
[24] W. Kurek, „Turystyka", PWN, Warszawa 2007.
[25] A. Kowalczyk, „Geografia turyzmu", PWN, Warszawa 2002.
26 G. Gołembski, „Kompendium wiedzy o turystyce", PWN Warszawa-Poznań 2009.

Markowy produkt turystyczny – produkt turystyczny posiadający atrybuty marki – produkt unikalny, mający coś, co wyróżnia go od innych. Marka pozwala na osiągnięcie przewagi nad konkurencją, wyróżnienie produktu na rynku i spowodowanie, że zostanie wybrany przez klientów. Posiada swoją tożsamość i wizerunek.

Produkt turystyczny – to zbiór dóbr i usług, z których turyści korzystają, i które są dla nich szczególnym przedmiotem zainteresowania.[27]

Przemysł turystyczny – kompleks przedsiębiorstw oraz innych organizacji, których działalność związana jest z zaspokajaniem potrzeb uczestników ruchu turystycznego. Do głównych sektorów przemysłu turystycznego zaliczamy: sektor bazy noclegowej i gastronomii, sektor atrakcji turystycznych, sektor transportu, sektor biur podróży, sektor promocji i informacji turystycznej. Przemysł turystyczny czasami jest utożsamiany z pojęciem „gospodarka turystyczna".[28]

Rozszerzona Rzeczywistość (ang. Augmented Reality, AR) – to system integrujący ze sobą elementy świata rzeczywistego i wirtualnego. Umożliwia wzbogacenie fizycznego otoczenia o dodatkowe treści np. grafiki 2D lub 3D, dźwięk, tekst i wideo, które możliwe są do wyświetlenia za pomocą nowoczesnego urządzenia mobilnego takiego jak smartfon czy tablet. Do poprawnego funkcjonowania aplikacji wykorzystujących rozszerzoną rzeczywistość niezbędny jest wbudowany nadajnik GPS, kompas i często, choć nie zawsze dostęp do Internetu. Dzięki połączeniu systemu AR z technologią rozpoznawania obiektów, urządzenie mobilne może obecnie służyć turyście jako multimedialny i interaktywny przewodnik i informator turystyczny o odwiedzanym miejscu.

Ruch turystyczny – zjawisko społeczno-ekonomiczne, tworzone przez zbiór podróżnych (motywowanych różnymi celami prywatnymi lub zawodowymi), czasowo i dobrowolnie opuszczających stałe miejsce zamieszkania.[29]

Szlak turystyczny – trasa naturalna lub specjalnie wytyczona, służąca celom turystycznym, którą najczęściej cechują: oznakowanie, linearność, zagospodarowanie dla potrzeb turystyki, wyodrębnienie w ramach przestrzeni turystycznej, przypisanie kryterium tematycznego. Najczęściej szlaki dzielone są ze względu na dominującą formę ruchu turystycznego, występującą na szlaku. Pod tym względem możemy wyróżnić przykładowo: szlaki piesze, rowerowe, wodne, narciarskie, konne oraz szczególnie ważne w miastach – szlaki kulturowe.[30]

Tożsamość – zbiór podstawowych dla marki wartości. Z tożsamości wypływa esencja marki, jej identyfikacja graficzna. Tożsamość jest zbiorem pierwotnych wartości dla marki, które mogą być zdefiniowane poprzez odpowiedź na pytanie o wizję, misję, wartości marki, wyimaginowanego klienta, styl i język marki.

---

[27] Aleksander Panasiuk, Ekonomika Turystyki, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.
[28] W.W. Gaworecki, „Turystyka", PWE, Warszawa 2003.
[29] Tamże.
[30] G. Gołembski, „Kompendium wiedzy o turystyce", PWN Warszawa-Poznań 2009 oraz A. Mikos von Rohrscheidt., „Turystyka kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy", Gniezno, 2008.

Walory turystyczne – zespół elementów środowiska naturalnego oraz pozaprzyrodniczego (pochodzenia antropogenicznego), które wspólnie lub każde z osobna, są obiektem zainteresowania ze strony turystów. Decydują więc o atrakcyjności turystycznej miejsca recepcji. Mogą się na nie składać np. jeziora, lasy, rzeki, rzeźba terenu czy też zabytki architektoniczne, wydarzenia i zbiory muzealne. Walor turystyczny to kategoria subiektywna, zależna od postrzegania i preferencji każdego z turystów – nie wszystkie elementy będą stanowiły walory dla wszystkich.[31]

Wskaźnik intensywności ruchu turystycznego – jeden z najczęściej stosowanych wskaźników do mierzenia zjawiska ruchu turystycznego w miejscu recepcji, obliczany jako liczba turystów odwiedzających dane miejsce w ciągu roku w przeliczeniu na 1000 mieszkańców badanego obszaru. Używany m.in. przez GUS i Eurostat, które za liczbę turystów przyjmują osoby korzystające z turystycznych obiektów zbiorowego zakwaterowania.

Wskaźnik funkcji turystycznej – mówi o zagospodarowaniu turystycznym danego miejsca w zakresie oferowanych miejsc noclegowych. Jest to suma wszystkich dostępnych miejsc noclegowych, przypadająca na 1000 mieszkańców badanego obszaru. W ten sposób liczony wskaźnik stosowany jest m.in. przez GUS i Eurostat.

Wizerunek – pierwotnie odnosił się do marki produktu, określając jej zewnętrzną percepcję. Przyjmuje się, że na wizerunek składa się szeroko pojęty odbiór marki produktu. Wizerunek jest wartością, która funkcjonuje w opiniach, sądach, przekonaniach odbiorców produktu (osób świadomych jego istnienia). Wizerunek w przypadku terytoriów, jest synonimem reputacji. Na świecie i w Polsce prowadzone są badania wizerunkowe terytoriów (krajów, regionów, miast), dostarczające reprezentatywnych danych na temat konkurencyjnej pozycji terytoriów.

Zagospodarowanie turystyczne – składają się na nie te wszystkie elementy, które umożliwiają lub ułatwiają turystom poznawanie walorów turystycznych. Są to przede wszystkim składniki bazy noclegowej i gastronomicznej, a także sportowo-rekreacyjnej, specjalistycznej lub też oznakowanie turystyczne.[32]

Zasada „3 E” – z języka angielskiego Entertainment (rozrywka), Excitement (emocje), Education (edukacja). Zgodnie z tą zasadą turysta jest zainteresowany autentycznymi przeżyciami, interakcją i zaspokojeniem potrzeb poznawczych podczas odbywania podróży turystycznej. Zasada „3 E” to współczesna przeciwność lub uzupełnienie dla tradycyjnego modelu „3 S”. Wymagający i bardzo świadomy turysta XXI wieku, oczekuje znacznie więcej niż słońce, morze i plaża – pragnie odkrywać, bawić się i poznawać inne kultury.

Zasada „3 S” – z języka angielskiego Sun (słońce), Sea (morze), Sand (plaża). To powszechny model odnoszący się do zjawiska turystyki masowej, którego rozwój zależy głównie od strefy klimatycznej danego miejsca recepcji turystycznej. Współcześnie, idea „3 S” jest coraz częściej wypierana lub uzupełniana przez model „3 E”, który w większym stopniu zaspokaja potrzeby coraz bardziej świadomych i wymagających turystów.

[31] A. Kowalczyk, „Geografia turyzmu”, PWN, Warszawa 2002.
[32] Tamże.

Spis ilustracji

Ilustracja 1 Schemat układu produktów turystycznych Lublina ……10

Ilustracja 2 Schemat powiązania programów horyzontalnych z produktami turystycznymi Lublina 69

MIASTO INSPIRACJI

STRATEGIA ROZWOJU TURYSTYKI MIASTA LUBLIN DO ROKU 2025
CZĘŚĆ III WDROŻENIOWA

wyróżniamy miejsca

ROZWÓJ POLSKI WSCHODNIEJ
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO

Projekt współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej 2007-2013

Spis treści

1. Wstęp do części wdrożeniowej 3
2. Struktura organizacyjna – wdrożenie Strategii Rozwoju Turystyki 5
2.1. Charakterystyka podmiotów o kluczowej roli we wdrażaniu Strategii 6
3. Opis działań wdrożeniowych Strategii 9
3.1. Wdrożenie celu 1 – Rozwój lubelskich produktów turystycznych 9
3.2. Wdrożenie celu 2 – Lublin przyjazny turystom 10
3.3. Wdrożenie celu 3 – Informacja i promocja turystyczna 12
3.4. Wdrożenie celu 4 – Turystyka platformą współpracy 16
4. System monitoringu wraz ze wskaźnikami realizacji celów 19
4.1. Wskaźniki realizacji Strategii 20
4.2. System badań ruchu turystycznego 24
5. Potencjalne źródła finansowania działań wdrożeniowych 26
5.1. Model finansowania 26
6. Liderzy i partnerzy wdrożenia Strategii – załącznik 31
Słowniczek pojęć 34
Spis ilustracji 39

1. Wstęp do części wdrożeniowej

We wdrożeniu Strategii Rozwoju Turystyki Miasta Lublin do roku 2025 najważniejsze jest stworzenie efektywnej i trwałej struktury organizacyjnej, w ramach której współpracujące ze sobą podmioty będą dążyły do osiągnięcia wspólnych celów. Jako motto tego procesu warto przyjąć poniższe sformułowanie.[1]

> ORGANIZOWANIE TURYSTYKI TO NAJBARDZIEJ ZESPOŁOWA GRA, JAKĄ KIEDYKOLWIEK WYMYŚLONO.

Turystyka bowiem jako heterogeniczna gałąź gospodarki wymaga przyjęcia postawy współpracy i otwartości przez wiele podmiotów, które w swojej działalności muszą zauważyć i zrozumieć potrzeby turysty. Konieczne jest także stworzenie w mieście instytucji, służących koordynacji i sieciowaniu współdziałania podmiotów z zakresu kultury, infrastruktury noclegowej, czy bazy turystyki biznesowej. Z tego powodu rozdział otwierający część wdrożeniową Strategii Rozwoju Turystyki Miasta Lublin do roku 2025 został poświęcony właśnie strukturze organizacyjnej, w ramach której rekomenduje się rozwój funkcji turystycznej w mieście.

Kolejny rozdział opisuje działania wdrożeniowe, które zostały przedstawione zgodnie ze strukturą celów operacyjnych, przyjętych w części II dokumentu. Ich realizacja pozwoli na osiągnięcie czterech wskazanych celów strategicznych oraz pośrednio wpłynie także na wypełnienie zapisów zawartych w misji i wizji rozwoju turystyki w Lublinie.

Zakłada się, że skuteczność działań wdrożeniowych w okresie 2014-2025 będzie przedmiotem stałego monitoringu i cyklicznych badań. W ramach tego procesu rekomenduje się prowadzenie pomiaru skuteczności osiągania założeń celów strategicznych za pomocą wskaźników realizacji dopasowanych do każdego z czterech celów strategicznych. Aby móc ocenić na bieżąco stan rozwoju funkcji turystycznej miasta, zaleca się wdrożenie systemu badań ruchu turystycznego. System taki powinien składać się z dwóch komponentów: stałej sprawozdawczości prowadzonej przez podmioty branży turystycznej Lublina, przy pomocy i koordynacji środowiska naukowego oraz cyklicznych badań zleconych profesjonalnym agencjom badawczym.

Osobny rozdział został poświęcony wskazaniu potencjalnych źródeł finansowania wdrożenia zapisów Strategii. Warto w tym zakresie podjąć próbę skorzystania nie tylko z funduszy Urzędu Miasta Lublin, ale także zapewnić partycypowanie finansowe branży. Zakłada się bowiem, że wdrożenie strategii w sposób istotny przyczyni się poprawy finansowych aspektów funkcjonowania branży turystycznej

[1] Autor cytatu nie jest znany.

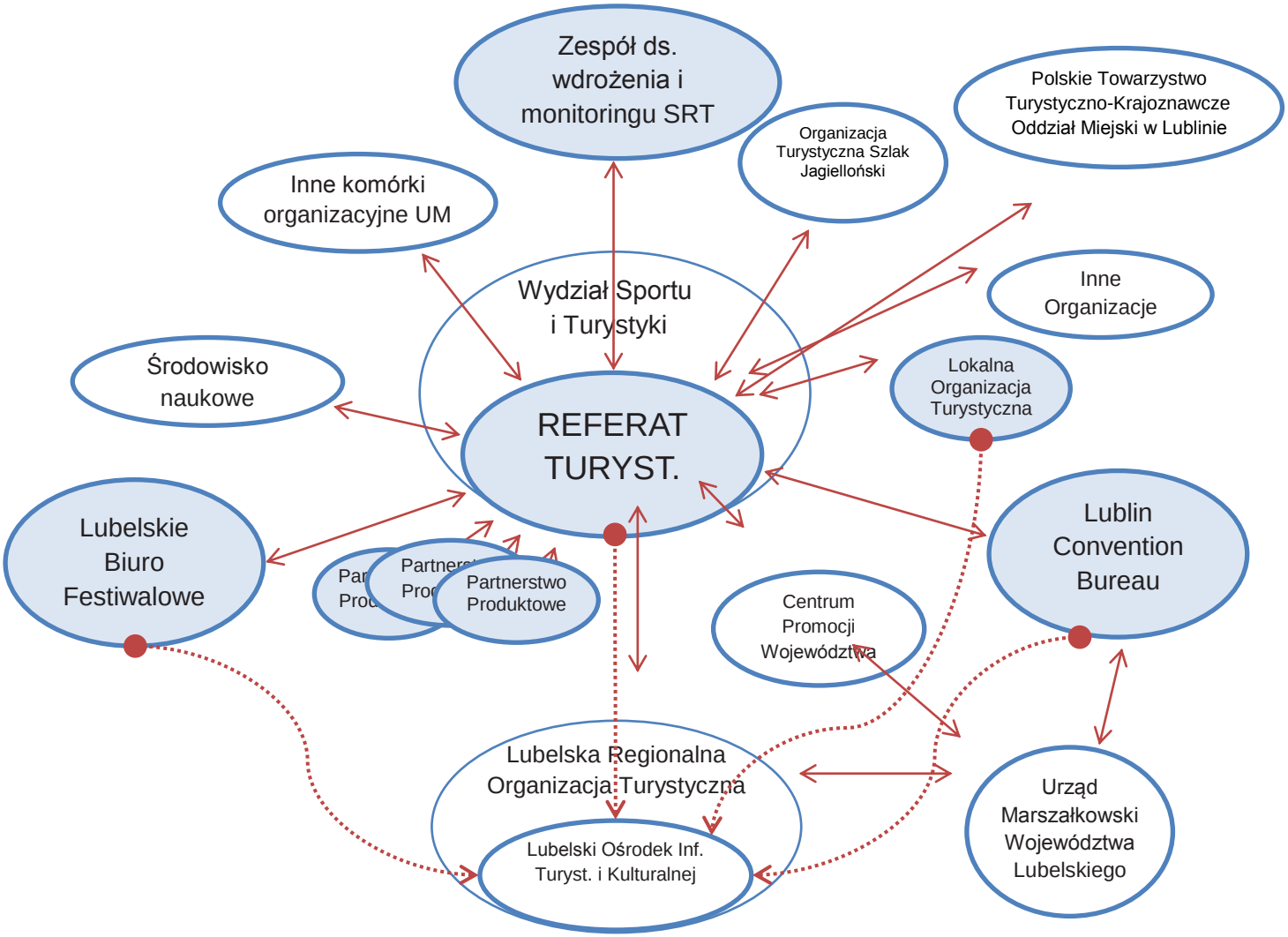
w mieście. Udział w finansowaniu ma także przekładać się na udział branży w procesie decyzyjnym, co i kiedy powinno być realizowane w ramach działań wdrożeniowych. Z uwagi na fakt, że podczas opracowywania dokumentu fundusze w ramach RPO Województwa Lubelskiego na lata 2007-2013 nie były już dostępne dla nowych inicjatyw, a nowy program operacyjny obejmujący perspektywę 2014-2020 nie został jeszcze opracowany w wersji ostatecznej, koniecznym było odwołanie się jedynie do celów tematycznych polityki spójności Unii Europejskiej na lata 2014-2020 oraz do projektu RPO WL 2014-2020. Jako uszczegółowienie poziomu polityk spójności wskazano interpretację Ministerstwa Sportu i Turystyki, dotyczącą możliwości realizacji projektów dedykowanych turystyce w ramach nowej struktury celowej.

W załączniku wskazane zostały podmioty, które aktywnie uczestnicząc w pracach nad Strategią dały wyraz zaangażowaniu i chęci uczestnictwa również w procesie jej wdrażania. Rekomenduje się utworzenie Partnerstw Produktowych na bazie listy organizacji i osób, które współtworzyły strategię, przekazując cenne wskazówki podczas prac nad produktami turystycznymi.

2. Struktura organizacyjna – wdrożenie Strategii Rozwoju Turystyki

Aby umożliwić skuteczne wdrożenie Strategii konieczne jest zrozumienie zależności instytucjonalnych i organizacyjnych, które będą warunkowały współdziałanie podmiotów zainteresowanych rozwojem turystyki w mieście. Poniżej wskazano kluczowe dla skutecznego wdrożenia zapisów dokumentu podmioty wraz z określeniem układu ich wzajemnych powiązań. Schemat wskazuje zarówno na obecnie istniejące organizacje (pola z białym wypełnieniem), jak również na nowe podmioty (pola z niebieskim wypełnieniem), których powstanie warunkuje możliwość skutecznego rozwoju funkcji turystycznej w mieście. W samym centrum umieszczono Referat Turystyki, który powinien pełnić kluczową rolę w procesie koordynacji i planowania wdrażania.

Ilustracja 1 Schemat organizacyjny wdrożenia Strategii Rozwoju Turystyki Miasta Lublin



2.1. Charakterystyka podmiotów o kluczowej roli we wdrażaniu Strategii

Poniżej opisano założenia do funkcjonowania poszczególnych podmiotów, które rekomenduje się utworzyć, aby stworzyć realne fundamenty rozwoju funkcji turystycznej miasta Lublina. Zakłada się bowiem, że dopiero poprzez osadzenie rozwoju turystyki w stabilnej strukturze organizacyjnej możliwe jest osiągnięcie realnej zmiany w funkcjonowaniu tego sektora gospodarki w Lublinie. Najważniejszym podmiotem dla rozwoju turystyki w mieście i pierwszym, który powinien powstać, jest, z punktu widzenia wdrożenia tego dokumentu, Referat Turystyki, w ramach Wydziału Sportu i Turystyki. Poniżej wskazano podmioty, których funkcjonowanie w zasadniczy sposób ułatwi osiągnięcie celów zakładanych w strategii:

- Referat Turystyki,
- Zespół ds. wdrożenia i monitoringu SRT,
- Lubelskie Biuro Festiwalowe (LBF),
- Lublin Convention Bureau (LCB),
- Lokalna Organizacja Turystyczna (LOT),
- Partnerstwa Produktowe.

Referat Turystyki (RT) – powołana w ramach Wydziału Sportu i Turystyki UM Lublin (WSiT) oddzielna komórka, odpowiadająca za realizację zapisów niniejszej Strategii. Utworzenie Referatu Turystyki jest podstawą realizacji strategicznego celu 4. – Turystyka platformą współpracy.

W Referacie ogniskują się działania innych podmiotów zarządzających turystyką w mieście, takich jak: Lubelskie Biuro Festiwalowe i Lublin Convention Bureau. Istotną funkcją jednostki jest także koordynacja współpracy na linii miasto – województwo, poprzez współpracę z LROT-em i Centrum Promocji Województwa Lubelskiego. RT utrzymuje również ścisłe relacje partnerskie z LOT-em, którego członkami są przedstawiciele lubelskiej branży turystycznej (operatorzy atrakcji, hotelarze, restauratorzy) oraz z mieszkańcami, skupionymi w organizacjach pozarządowych (NGO).

Kooperacja Referatu ze środowiskiem naukowym lubelskich wyższych uczelni daje obopólne korzyści. Uczeni współtworzą system monitoringu ruchu turystycznego w Lublinie, a RT oferuje studentom możliwość odbycia staży i praktyk w podmiotach zarządzających turystyką w mieście. W celu zapewnienia odpowiednich warunków dla rozwoju gospodarki turystycznej, RT współpracuje również z innymi wydziałami i biurami Urzędu Miasta Lublin takimi jak: Wydział Kultury, Strategii i Obsługi Inwestorów, Funduszy Europejskich, Projektów Nieinwestycyjnych czy Biurem Miejskiego Konserwatora Zabytków.

Działalność Referatu Turystyki jest aktywnie wspierana przez Zespół ds. wdrożenia i monitoringu SRT, składający się z przedstawicieli różnych wydziałów Urzędu Miasta oraz innych podmiotów merytorycznie zaangażowanych w rozwój turystyki w mieście. RT z kolei moderuje prace zespołów skupionych w Partnerstwach Produktowych, nadając im pożądany kierunek oraz organizuje konkursy na wdrożenie produktów turystycznych Miasta Lublin.

Zarówno Referat Turystyki, jak i pozostałe podmioty organizujące turystykę w Lublinie, wykorzystują LOITiK do promocji swoich działań wśród turystów.

W ramach Referatu powinny powstać przynajmniej 3 stanowiska:

- Stanowisko 1 – Kierownik Referatu
  - koordynacja całości prac nad wdrożeniem SRT
  - organizacja prac nad rozwojem produktów turystycznych
- Stanowisko 2 – Specjalista ds. promocji i informacji turystycznej
  - przygotowywanie materiałów promocyjnych i informacyjnych
  - współpraca z podmiotami kluczowymi w zakresie promocji i informacji turystycznej: LOITiK, Biuro Festiwalowe, Convention Bureau, Port Lotniczy Lublin, LROT, Centrum Promocji Województwa Lubelskiego
- Stanowisko 3 – Specjalista ds. rozwoju produktów turystycznych
  - koordynacja wdrożenia produktów
  - realizacja wdrożenia w ramach konkursów, w których wybierany jest podmiot wdrażający
  - współpraca z zespołami/partnerstwami produktowymi
- Stanowisko 4 – Specjalista ds. współpracy z podmiotami turystycznymi (stanowisko fakultatywne)
  - monitoring ruchu turystycznego w Lublinie – organizacja współpracy z uczelniami wyższymi
  - kontakt bieżący z podmiotami z szeroko rozumianej branży turystycznej, takimi jak: LOITiK, LROT, Organizacja Turystyczna „Szlak Jagielloński", Biuro Festiwalowe, Convention Bureau, Port Lotniczy Lublin, Targi Lublin, Centrum Promocji Województwa Lubelskiego, LLOT, branża turystyczna, środowisko naukowe, instytucje kultury, NGO-sy.

Zespół ds. wdrożenia i monitoringu SRT – interdyscyplinarny zespół monitorujący postępy we wdrażaniu Strategii Rozwoju Turystyki. W skład Zespołu powinni wejść przedstawiciele kluczowych z punktu widzenia rozwoju turystyki wydziałów Urzędu Miasta, takich jak Sport i Turystyka, Kultura, Marketing, a także reprezentanci LROT-u, LOT-u i lubelskiego środowiska naukowego. Na cyklicznych (np. kwartalnych) obradach zespołu Referat Turystyki zdaje relację z prowadzonych zadań oraz ustalane są priorytety i plan działań na kolejny okres.

Lubelskie Biuro Festiwalowe (LBF) – instytucja powołana w celu realizacji i promocji wydarzeń kulturalnych, odbywających się w Lublinie. Biuro mogłoby powstać w ramach lub na styku dwóch istniejących instytucji – Centrum Kultury i Warsztatów Kultury, które obecnie są organizatorami lub współorganizatorami największych imprez w mieście. Do najważniejszych zadań LBF należy: koordynacja kalendarza wydarzeń kulturalnych, odbywających się w mieście oraz prowadzenie tematycznej strony internetowej dedykowanej turystom. Biuro specjalizuje się w promocji działalności instytucji kultury, NGO-sów oraz innych podmiotów, mogących przyciągać turystów do Lublina. Powołanie LBF jest kluczowe w zakresie wdrożenia obszaru produktowego Open Culture, który w przyszłości powinien stać się turystycznym magnesem Lublina. Biuro jest jednym z liderów Partnerstwa Produktowego Open Culture, aktywnie uczestniczącym w realizacji zapisów SRT. Status

prawny jednostki powinien umożliwiać jej działalność komercyjną. Znalezienie odpowiedniej formuły prawnej jednostki musi uwzględniać uwarunkowania lokalne.

Lublin Convention Bureau (LCB) – jednostka, której działalność poświęcona jest rozwojowi turystyki biznesowej w Lublinie. Jej powołanie jest pierwszym i zarazem kluczowym krokiem we wdrożeniu produktu LUBLIN TURYSTYKI BIZNESOWEJ. Utworzenie LCB powinno odbyć się we współpracy z Urzędem Marszałkowskim Województwa Lubelskiego, który jest udziałowcem Targów Lublin S.A. oraz Portu Lotniczego Lublin S.A., a także inwestorem Lubelskiego Centrum Konferencyjnego i Centrum Spotkania Kultur – podmiotów kluczowych dla rozwoju sektora MICE w Lublinie.

Szerszy opis założeń funkcjonowania Lublin Convention Bureau znajduje się na stronach części I SRT w ramach opisu bazy kongresowej i konferencyjnej oraz części II strategicznej SRT w ramach produktu turystycznego LUBLIN TURYSTYKI BIZNESOWEJ.

Lokalna Organizacja Turystyczna (LOT) – to jednostka skupiająca miejscową branżę turystyczną: operatorów atrakcji turystycznych, hotelarzy, restauratorów, pilotów i przewodników miejskich. Miastu metropolitalnemu takiemu jak Lublin niezbędny jest prężnie działający i efektywny LOT. Działająca obecnie w mieście Lubelska Lokalna Organizacja Turystyczna (LLOT) nie spełnia tych założeń. W przyszłości musi zostać stworzony alternatywny podmiot, np. LOT „Lubelski Klaster Turystyczny" bądź też aktywność LLOT musi ulec znacznej poprawie. Celem LOT powinna być przede wszystkim integracja podmiotów z branży turystycznej działających w mieście, aktywne uczestnictwo we wdrażaniu Strategii Rozwoju Turystyki, współtworzenie produktów turystycznych miasta oraz wspólna promocja turystyczna. Sprawnie funkcjonujący LOT stanowi niezbędne ogniwo we współpracy Referatu Turystyki z lokalnymi podmiotami gospodarki turystycznej.

Partnerstwa Produktowe – otwarte, nieformalne zespoły, powołane do współpracy we wdrożeniu oraz rozwoju produktów turystycznych Miasta Lublin. Szerzej ich ideę opisano w ramach opisu działań wdrożeniowych celu operacyjnego 1.1.

Inne Organizacje Pozarządowe – w tej szerokiej kategorii znajdują się takie stowarzyszenia, jak Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze, wszelkiego rodzaju klastry skupiające branżę turystyczną i okołoturystyczną, fundacje działające w otoczeniu turystyki.

3. Opis działań wdrożeniowych Strategii

Wdrożenie Strategii będzie oparte na realizacji działań, które pozwolą na osiągnięcie celów operacyjnych i celów strategicznych, wskazanych w części strategicznej dokumentu. Poniżej przedstawiono szczegółowo, jakimi działaniami rekomenduje się realizację założeń opisanych w poszczególnych celach.

3.1. Wdrożenie celu 1 – Rozwój lubelskich produktów turystycznych

Poniżej opisano jakimi działaniami i z udziałem jakich instytucji i partnerstw osiągnąć można założenia celu 1. Strategii Rozwoju Turystyki w Lublinie, dotyczącego rozwoju lubelskich produktów turystycznych. Każdorazowo odniesiono się do poszczególnych celów operacyjnych zachowując ich numerację.

1.1. Stworzenie partnerstw produktowych, które będą działały w celu wdrożenia i rozwoju poszczególnych produktów markowych

Zakłada się, że wszystkie podmioty, które mogą być zainteresowane współtworzeniem oferty turystycznej w ramach wskazanych w strategii produktów turystycznych, zostaną zaproszone do udziału w Partnerstwach Produktowych. Zakłada się, iż będą to nieformalne grupy robocze, które powstaną dla każdego z wdrażanych produktów. Udział podmiotu w takim partnerstwie będzie stwarzał możliwość realnego wpływu na wdrożenie i promocję poszczególnych produktów. Podstawą do zawiązania partnerstwa będzie lista podmiotów aktywnie uczestniczących w procesie konsultacji prac nad Strategią Rozwoju Turystyki. Ich katalog może być rozszerzony o każdy podmiot, którego działalność może stanowić element poszczególnych produktów turystycznych. Zakłada się, że do zadań partnerstw będzie należało między innymi:

- wskazywanie na najpilniejsze zadania do realizacji w ramach wdrożenia poszczególnych produktów,
- współtworzenie ofert komercyjnych, które promowane będą pod wspólną marką produktu turystycznego,
- aktualizacja danych nt. świadczonej przez podmioty oferty, dostępnych w ramach systemu informacji i promocji turystyki, zarządzanego przez Urząd Miasta Lublin,
- uczestnictwo w procesie wyboru podmiotów realizujących zadania zlecone, mające na celu wdrożenie produktów turystycznych.

1.2. Opracowanie programów rozwoju poszczególnych produktów ze szczegółowym rozpisaniem budżetów, źródeł finansowania, opracowaniem wymaganych prawem dokumentacji

Zakłada się, że wdrożenie każdego z produktów turystycznych wskazanych w Strategii zostanie zorganizowane w formie dedykowanego projektu, który będzie szczegółowo opisany w ramach programu rozwoju produktu turystycznego. Rekomenduje się w pierwszej kolejności opracowanie programów rozwoju dla każdego z produktów wiodących. W ramach programu zostaną szczegółowo rozpisane parametry czasowo-finansowe wdrożenia produktu. Każde z działań rekomendowanych do realizacji w niniejszej Strategii zostanie ujęte w tygodniowy harmonogram wdrożenia obejmujący

także kosztorys planowanych działań. W ramach takich programów powinny także powstać wymagane prawem projekty i koncepcje niezbędne do skutecznego wdrożenia inicjatywy.

Na podstawie opracowanego programu rozwoju produktu powinien zostać opracowany regulamin konkursowy dotyczący realizacji działań wdrożeniowych. Ich wykonawcą powinien być podmiot, który przedstawi najkorzystniejszą ofertę. W przypadku mniej skomplikowanych produktów rekomenduje się możliwość samodzielnej koordynacji procesu wdrażania produktu przez pracowników Referatu Turystyki.

3.2. Wdrożenie celu 2 – Lublin przyjazny turystom

Lublin ma szansę stać się miastem, w którym turysta dociera nie tylko na Stary Rynek oraz do Muzeum Wsi Lubelskiej i do Państwowego Muzeum na Majdanku. Aby odwiedzający miasto w celach turystycznych mieli szanse na pełniejsze jego poznanie, należy przystosować do ich potrzeb główne przestrzenie recepcji turystycznej. Dopiero opisanie ich w ramach Systemu Informacji Miejskiej pozwoli powiązać ze sobą miejsca atrakcyjnie turystycznie, które do tej pory leżały poza szlakami eksploracji miasta przez turystów. Dodatkowym czynnikiem niezbędnym, aby Lublin należał do miejsc chętnie wybieranych jako destynacja turystyczna, jest wzrost liczby miejsc noclegowych w standardzie ekonomicznym.

Poniżej znajduje się rozwinięcie opisu działań przewidzianych do realizacji w ramach celów operacyjnych, których realizację umożliwi wdrożenie Strategii.

2.1. Analiza urbanistyczna miasta Lublin pod kątem występowania obecnych i przyszłych kluczowych obszarów recepcji turystycznej

W mieście powinno powstać opracowanie stworzone przez specjalistów ds. urbanistyki i turystyki, w ramach którego wskazane zostaną obszary recepcji turystycznej kluczowe dla rozwoju funkcji turystycznej miasta. W pierwszym kroku rekomenduje się przygotowanie analizy dla:

- węzłów komunikacyjnych – Dworca PKP, Portu Lotniczego Lublin, PKS Lublin,
- okolic najliczniej odwiedzanych atrakcji Miasta, takich jak Państwowe Muzeum na Majdanku, Muzeum Lubelskie oddział na Zamku Lubelskim,
- rewitalizowanych parków takich jak Ogród Saski, Park Rusałka, Park Ludowy,
- okolic Starego Miasta oraz Krakowskiego Przedmieście i Placu Litewskiego.

2.2. Przystosowanie do potrzeb ruchu turystycznego kluczowych obszarów recepcji turystycznej

Kolejnym krokiem we wdrożeniu celu strategicznego: Lublin Przyjazny Turystom, jest zagospodarowanie kluczowych obszarów wskazanych w analizie urbanistycznej, do potrzeb ruchu turystycznego. Mowa tutaj zarówno o ich spójnym oznakowaniu w ramach SIM Lublina, jak również o uwzględnieniu realizacji potrzeb turystów takich jak:

- potrzeba zdobycia informacji – realizowana poprzez umieszczenie tablic informacyjnych, drogowskazów, map ze wskazaniem najważniejszych atrakcji turystycznych, pobrania treści multimedialnych, możliwość otrzymania informacji w formie folderu/mapy,
- potrzeba odpoczynku/regeneracji sił w danym miejscu – wskazanie miejsc realizacji odpoczynku, ławek, platform rekreacyjnych, miejsc spotkań, trawników,

- możliwość zainspirowania i dostarczenia treści edukacyjnych – umieszczenie interaktywnych i inspirujących informacji, związanych tematycznie z miejscem produktów turystycznych,
- potrzeba przebywania w estetycznym otoczeniu – zapewnienie ładu przestrzennego poprzez, między innymi, usunięcie chaotycznych treści reklamowych, poprawę jakości ciągów pieszych, fasad budynków.

2.3. Przygotowanie projektów wykonawczych małej architektury i rozwiązań urbanistycznych

W Lublinie nie funkcjonują obecnie w przestrzeni miejskiej jakościowe meble miejskie, czy obiekty małej architektury. Tego typu rozwiązania wprowadzają ład przestrzenny i podnoszą zarówno walory estetyczne, jak i użytkowe przestrzeni publicznej. Są wyróżnikiem architektonicznym przestrzeni, którą można określić jako salon miasta. Nowoczesne wzornictwo wysokiej jakości powinno być naturalnym dopełnieniem przestrzeni publicznej w mieście i przeciwwagą do historycznego charakteru śródmieścia Lublina. W katalogu projektów opracowanych z myślą o wysokiej jakości i funkcjonalności przestrzeni miejskiej dla turystów, powinny znaleźć się między innymi: latarnie, kosze na śmieci, ławki, platformy wypoczynkowe, wiaty przystankowe, nośniki informacyjne zawierające mapę miasta, donice na kwiaty, zabezpieczenia drzew i klombów, stojaki i wiaty rowerowe.

Opisane elementy powinny być spójne w formie z nośnikami przewidzianymi w ramach SIM, takimi jak słupy z informacją kierunkową, tablice informacyjne.

2.4. Przystosowanie atrakcji i obszarów turystycznych do potrzeb ruchu osób z dysfunkcjami

Osoby z dysfunkcjami stanowią coraz większy odsetek w ruchu turystycznym, co jest naturalnym zjawiskiem w miarę starzenia się społeczeństwa. Są to często osoby słabo widzące, słabo słyszące lub poruszające się na wózkach inwalidzkich. Z myślą o nich należy zaplanować wszelkie nowe inwestycje w infrastrukturę turystyczną. Mowa tutaj zarówno o uwzględnieniu możliwości odczytu informacji znajdujących się na tabliczkach informacyjnych przez osoby posługujące się alfabetem Braille'a, jak również o zastosowaniu audiodeskrypcji w mobilnych przewodnikach turystycznych. Koniecznym jest także zaprojektowanie wszelkich elementów Systemu Informacji Miejskiej, w tym znaków kierunkowych, tablic informacyjnych, z uwzględnieniem możliwości odczytu przez osoby z dysfunkcją wzroku czy poruszające się na wózku. Koniecznym jest uwzględnienie możliwości percepcyjnych osób z dysfunkcjami, szczególnie przy projektowaniu nowych ekspozycji i atrakcji turystycznych. Rekomenduje się opracowanie programu przystosowania głównych atrakcji i przestrzeni turystycznych Lublina do potrzeb osób niepełnosprawnych. Taki program powinien powstać jako efekt współpracy ekspertów ds. turystyki i ekspertów ds. przystosowania przestrzeni dla osób z dysfunkcjami.

Więcej informacji o stosowanych w ww. zakresie technikach i technologiach znajduje się w części I SRT w ramach opisu turystyki osób niepełnosprawnych.

2.5. Stworzenie warunków do rozwoju jakościowej bazy turystycznej przez podmioty prywatne

Jak wynika z przeprowadzonych analiz oferta bazy noclegowej dostępnej w Lublinie nie jest konkurencyjna w stosunku do miast o porównywalnej wielkości. Wynika to przede wszystkim z niewielkiej liczby miejsc noclegowych znajdujących się w obiektach zbiorowego zakwaterowania. Należy zachęcić inwestorów do realizowania projektów, których efektem będzie wzrost liczby jakościowych miejsc noclegowych w standardzie ekonomicznym. Mowa tutaj głównie o działaniach wspierających, takich jak przygotowanie pakietu promocyjnego dla obiektów noclegowych w Lublinie:

- utworzenie wizytówek promocyjnych, prezentowanych na stronie www.lublin.eu, dotyczących jakościowej bazy noclegowej w kategoriach odpowiadających ich standardowi (oddzielnie hostele, apartamenty, hotele różnych kategorii, schroniska młodzieżowe),
- umieszczenie w wydawnictwach o charakterze informatorów turystycznych, poświęconych poszczególnym produktom turystycznym, informacji o najczęściej wybieranej bazie noclegowej przez odbiorcę danego produktu,
- uwzględnienie obiektów hotelowych w systemie informacji miejskiej,
- realizacja projektu typu pomysł na biznes, dla osób chcących otworzyć biznes w sektorze turystyki (w tym hostele lub pensjonaty).

3.3. Wdrożenie celu 3 – Informacja i promocja turystyczna

Lublin jest miastem, które ma do zaoferowania turyście znacznie więcej niż tylko to, co turysta odkrywa samodzielnie, eksplorując miasto. W momencie opracowywania dokumentu w mieście istniał Lubelski Ośrodek Informacji Kulturalnej i Turystycznej, który pełni rolę miejsca pierwszego kontaktu turysty z ofertą miasta. Funkcjonowała także podstrona portalu internetowego Urzędu Miasta Lublin: www.lublin.eu. We wspomnianych miejscach jednak nie można było odnaleźć kompletnej informacji o atrakcjach i wydarzeniach dostępnych dla turystów w Lublinie. Koniecznym jest zbudowanie od podstaw systemu informacji i promocji turystycznej, który umożliwi operatorom atrakcji, bazy turystycznej i wydarzeń dotarcie do turysty z niezbędną informacją o ofercie. System taki powinien obejmować cztery podstawowe platformy informacji:

- informacja w Internecie umożliwiająca zapoznanie się z ofertą Lublina w momencie planowania podróży turystycznej, a także z wykorzystaniem urządzeń mobilnych, podczas zwiedzania miasta,
- informacja w wydawnictwach promocyjnych i informacyjnych, umożliwiająca zainteresowanie ofertą turystyczną miasta oraz sprawne odszukanie w Lublinie interesujących turystów atrakcji,
- uwzględnienie potrzeb turystów w Systemie Informacji Miejskiej funkcjonującym w przestrzeni fizycznej miasta ,
- informacja w punktach informacyjnych, świadczących usługi na wysokim poziomie, przystosowanych do obsługi turystów z różnych stron świata.

Poniżej wskazano główne działania mające na celu wdrożenie poszczególnych celów operacyjnych. Wskazówki dotyczące działań mających na celu wdrożenie celu 3 znajdują się również w części I SRT w ramach analizy informacji turystycznej.

3.1. Stworzenie zintegrowanego systemu informacji turystycznej miasta Lublin w przestrzeni internetowej

Zebranie pod jednym adresem internetowym wszystkich użytecznych informacji służących do zaplanowania podróży turystycznej i ułatwiających turyście pobyt w mieście. Zintegrowanie informacji dotyczących wydarzeń kulturalnych, oferty rekreacyjnej i aktywnego wypoczynku, produktów i ofert turystycznych, miejsc noclegowych, możliwości dotarcia do miasta, szlaków turystycznych. Całość strony powinna być uporządkowana według intuicyjnego i czytelnego schematu np.:

- Podróż – jak dojechać do miasta, jak najsprawniej przemieszczać się w mieście,
- Nocleg – prezentacja różnorodnych opcji zakwaterowania od hosteli, apartamentów, kwater prywatnych, couch surfingu po hotele najwyższej kategorii,
- Na apetyt – oferta kulinarna, restauracje, produkty lokalne, zwiedzanie zakładów producentów lokalnych,
- Co robić – przedstawienie wszelkich możliwości turystycznej konsumpcji miasta w podkategoriach takich jak: wydarzenia kulturalne, muzea, atrakcje, zakupy, oferty turystyczne, szlaki.

Operatorem takiej strony powinna być instytucja zaangażowana w proces integrowania informacji turystycznych. Wskazuje się możliwość zlecenia realizacji funkcji administracyjnych portalu LOITiK lub planowanemu Referatowi Turystyki.

3.2. Stworzenie wzorca graficznego i założeń merytorycznych wydawnictw turystycznych zgodnych z obowiązującym SIW marki Lublin. Miasto Inspiracji

Wskazane jest opracowanie założeń graficznych i merytorycznych dla różnorodnych form wydawnictw, koniecznych do prowadzenia skutecznej komunikacji z turystami odwiedzającymi Lublin. W ramach wzorca powinny zostać określone formaty i główne założenia do wydawnictw. Proponuje się opracowanie następujących pozycji:

- Mapa kieszonkowa (składana do formatu karty kredytowej) z oznaczeniem szlaków turystycznych,
- Informator kieszonkowy – składany do formatu nie większego niż 8 cm na 8cm lub do formatu karty kredytowej – poświęcony poszczególnym produktom turystycznym; dla każdego produktu planuje się opracowanie oddzielnego informatora,
- Niezbędnik turysty składający się z informacji o kluczowych atrakcjach turystycznych miasta, bazie hotelowej, ofercie restauracyjnej; format nie większy niż 12 na 18 cm.

W ramach założeń merytorycznych należy określić elementy składowe opisu, które będą zbieżne dla wszystkich wydawnictw w ramach jednego formatu. Przykładowo dla informatora kieszonkowego mogłyby to być pola tekstowe takie jak: „Musisz zobaczyć”, „Koniecznie spróbuj”, „Czy wiesz, że…”.

3.3. Opracowanie nośników informacji turystycznej dedykowanej turyście pieszemu, rowerowemu i zmotoryzowanemu, w ramach systemu informacji miejskiej

W ramach nowego Systemu Informacji Miejskiej w Lublinie należy przewidzieć wszelkie nośniki informacji przeznaczone dla turysty pieszego, rowerowego i podróżującego samochodem. Poza konkretnymi nośnikami należy zaprojektować tak zwany alfabet SIM w zakresie graficznym. Najważniejszymi elementami w tym zakresie są:

- piktogramy dla każdej z kategorii atrakcji turystycznej (np. kościół, park, galeria, muzeum),
- opracowanie mapy turystycznej – schematu miasta, w sposób intuicyjny ukazującej jego przestrzeń,
- opracowanie kolorystyki, czcionki, zestawu landmarków (graficznego obrazu najbardziej charakterystycznych dla miasta obiektów architektonicznych),

- opracowanie niezbędnych elementów w alfabecie Braille'a, znajdujących się na wszystkich nośnikach turystycznych SIM.

Podstawowymi nośnikami w zakresie turystycznej strony SIM powinny być:

- światowidy – czyli słupy z kierunkowskazami wskazującymi odległość do poszczególnych atrakcji turystycznych; odległość powinna być podanaw metrach; w ramach tego systemu powinno się objąć informacją najważniejsze obiekty,
- totemy – estetyczne nośniki przestrzenne, zawierające mapę turystyczną oraz opis poszczególnych produktów turystycznych,
- tablice informacyjne – nowoczesne i estetyczne nośniki, prezentujące opisy oraz grafiki ilustrujące najważniejsze atrakcje na szlakach; niezbędne jest połączenie treści statycznych z odniesieniem do chmury internetowej, w której powinny znaleźć się informacje rozszerzające prezentowane treści np. o filmy i prezentacje multimedialne, dodatkowe wersje językowe.

3.4. Wypracowanie standardów opracowania i udostępniania przewodników audio i opartych o aplikacje mobilne

W mieście już obecnie opracowano kilkanaście różnych przewodników opartych o technologię mobilnego Internetu i audioguidy. Istnieje kilka ośrodków, które równolegle opracowują wspomniane treści. W momencie opracowywania Strategii informacje dotyczące przewodników nie były w sposób intuicyjny dostępne dla turystów.

W celu ułatwienia dostępu turystom do opracowanych treści proponuje się:

- przygotowanie inwentaryzacji wszystkich przewodników audio i multimedialnych powstałych w Lublinie,
- stworzenie miejsca w obecnie istniejącej oraz docelowej strukturze portalu informacyjnego, o ofercie turystycznej miasta, eksponującego powstałe przewodniki i umożliwiającego ich pobranie,
- promocja opracowanych przewodników poprzez media miejskie, w tym główną stronę internetową miasta, wydawnictwa turystyczne,
- umożliwienie bezpłatnego pobrania przewodników w hotelach, centrach informacji turystycznej, restauracjach, poprzez opcję dostępową w miejskim hotspocie,
- stworzenie wspólnego, standardowego układu graficznego dla stron startowych wszystkich przewodników.

3.5. Dotarcie z informacją turystyczną do punktów pierwszego kontaktu turystów z Lublinem

W ramach tego działania należy zadbać o systematyczne dostarczanie informacji przez operatorów atrakcji i organizatorów imprez w Lublinie do punktów pierwszego kontaktu z turystą. Powinien tutaj zadziałać system dystrybucyjny, w ramach którego np. raz w miesiącu powstawałby pakiet aktualnych informacji, użytecznych dla turystów. Rekomenduje się, aby takie informacje miały ustandaryzowany wygląd i przyjęły formę „wizytówek" turystycznych.

- W miejscach pierwszego kontaktu powinien znaleźć się wystandaryzowany stojak na ulotki.
- W stojaku takim powinny być wydzielone miejsca na ofertę teatrów, wydarzeń kulturalnych, turystyki aktywnej.

- Wizytówki cechowałaby jedna wielkość oraz pewien standard graficzny. W celu zapewnienia ekonomiki ich wytwarzania produkcja wizytówek mogłaby się odbywać w ramach jednego zlecenia.

Dodatkowo sugeruje się stworzenie mobilnych punktów informacji turystycznej, które funkcjonowałaby podczas odbywających się w Lublinie dużych wydarzeń i imprez.

3.6. Opracowanie systemu zintegrowanych szlaków turystycznych miasta Lublin

W mieście istnieje 5 szlaków turystycznych, które zostały ponad 10 lat temu wyznakowane w przestrzeni miejskiej. Ich oznakowanie uległo w znacznej mierze zniszczeniu. W ostatnich latach powstał również szereg nowych inicjatyw, inicjujących szlaki turystyczne o różnej tematyce. Rekomenduje się zbudowanie systemu szlaków, w ramach którego funkcjonowałby jeden standard, porządkujący inicjatywy o charakterze szlaków turystycznych w mieście. W ramach tego standardu planuje się:

- Wskazanie kilku najważniejszych szlaków, których oznakowanie powinno być umieszczone w przestrzeni miejskiej i opracowane w ramach SIM Lublina. Rekomenduje się, żeby były to szlaki, które realizują założenia niniejszej Strategii, a przede wszystkim produktów turystycznych rekomendowanych do realizacji. Jako szlaki wyznakowane w ten sposób wskazuje się:
  - Jagielloński Szlak Unii Lubelskiej
  - Szlak żydowski
  - Szlak zabytków architektury
- Dla każdego z wymienionych szlaków powinny zostać wykonane między innymi:
  - Totemy mówiące o idei szlaku wraz z mapą wskazującą jego przebieg
  - Nowe tablice informacyjne zawierające grafikę, treść informacyjną oraz odnośnik do dalszych informacji, poszerzających tematykę w Internecie
- Pozostałe szlaki powstające w mieście powinny zostać zaprezentowane turystom w spójny sposób obejmujący:
  - przedstawienie w jednym miejscu na stronie internetowej dedykowanej turystyce w Lublinie - w układzie: idea, opis, galeria zdjęć związanych, przebieg, propozycje wycieczek po szlaku,
  - każdy z nich powinien zostać opisany także w ramach wizytówki dla turystów, która przedstawi jego idee i przebieg,
  - szlaki powinny posiadać markery w przestrzeni miejskiej - jeden główny, np. kubik z opisami idei wszystkich szlaków oraz dyskretne, np. punktory w różnych kolorach, nabite w chodnikach, znajdujące się przy atrakcjach na szlaku.

3.7. Dostosowanie standardów promocji i informacji turystycznej dla potrzeb ruchu turystów zagranicznych

Należy wypracować standard dotyczący zarówno druku, jak i publikacji internetowych i umieszczania w przestrzeni miejskiej informacji skierowanych do turystów, w tym do turystów zagranicznych.

- Rekomenduje się, żeby wydawnictwa turystyczne, także te dotyczące produktów turystycznych i głównych atrakcji i szlaków oraz informacje dostępne w sieci Internet, przetłumaczone były każdorazowo na język angielski i ukraiński (lub rosyjski – konieczność konsultacji ze specjalistami z zakresu turystyki z kierunków wschodnich w tym zakresie).
- Informacja znakująca atrakcje na tablicach informacyjnych, przy zabytkach i w ramach szlaków turystycznych, powinna być dwujęzyczna. Obok wersji polskiej rekomenduje się także opracowanie wersji angielskiej. Pozostałe wersje językowe warto opracować w formie cyfrowej i umieścić stosowny odnośnik na tablicy, wskazujący na miejsce w sieci Internet gdzie umieszczony został opis.
- Rekomenduje się także przetłumaczenie wydawnictwa o charakterze ogólnego informatora turystycznego na wersje językowe skierowane do odbiorcy z rynków docelowych, z którymi połączy się Lublin za sprawą komunikacji lotniczej. W chwili opracowania dokumentu był to rynek angielski, irlandzki oraz norweski.

3.4. Wdrożenie celu 4 – Turystyka platformą współpracy

Ponieważ jedną z podstawowych wartości w turystyce jest współdziałanie różnorodnych podmiotów, co wynika w dużej mierze z heterogenicznego charakteru tej gałęzi gospodarki, w Strategii specjalny nacisk położony jest na rozwój platform współpracy branży. W okresie opracowywania dokumentu w mieście turystyka nie była w należyty sposób wpisana w struktury Urzędu Miasta (brak referatu turystyki). Brakowało również platformy współpracy branży (faktycznie nie działająca Lokalna Organizacja Turystyczna). Poniżej znajduje się opis działań wdrożeniowych rekomendowanych do realizacji w ramach celów operacyjnych.

4.1. Stworzenie optymalnej struktury integrującej całość rozwoju i promocji turystycznej, w ramach Urzędu Miasta Lublin

Turystyka w większości polskich miast i regionów poważnie traktujących jej rozwój, jest reprezentowana w ramach struktur urzędu w formie samodzielnych jednostek / zespołów. Również w ramach Urzędu Miasta Lublin, zachodzi konieczność powołania stałej struktury, odpowiedzialnej za realizację polityki rozwoju turystycznego miasta, w tym wdrożenie zapisów strategii. Struktura takiej jednostki oraz realizowane przez nią zadania zostały rozpisane w innym miejscu części III Strategii.

4.2. Zbudowanie platformy współpracy i integracji branży turystycznej

W mieście powinna funkcjonować prężnie działająca i reprezentująca interes branży organizacja turystyczna. Jak wynika z ustawy o Polskiej Organizacji Turystycznej, w naszym kraju zakłada się funkcjonowanie trójstopniowego systemu promocji i rozwoju turystyki. System ten tworzą lokalne organizacje turystyczne, regionalne organizacje turystyczne oraz Polska Organizacja Turystyczna. Do najważniejszych zadań lokalnych organizacji turystycznych należą[2]:

[2] www.pot.gov.pl

- integracja społeczności lokalnej, głównie jednostek samorządu lokalnego i branży turystycznej,
- kreowanie produktu turystycznego (tworzenie, rozwój i promocja) wokół lokalnych atrakcji turystycznych,
- gromadzenie i aktualizacja informacji o atrakcjach i produktach turystycznych,
- utrzymanie i prowadzenie lokalnych punktów informacji turystycznej.

Podczas prac nad dokumentem nie udało się nawiązać współpracy z Lubelską Lokalną Organizacją Turystyczną. Jak wynika z analizy działalności i profilu członków organizacji nie reprezentuje ona i nie integruje w sposób dostateczny lokalnej branży turystycznej.

Lokalna Organizacja Turystyczna powinna być naturalnym partnerem dla Regionalnej Organizacji Turystycznej oraz POT. Brak aktywności LOT w regionie turystycznym powoduje negatywne skutki, brakuje bowiem zinstytucjonalizowanej platformy współpracy na linii branża turystyczna – samorząd. W przypadku gdy próby zaktywizowania działalności LLOT nie przyniosą oczekiwanych rezultatów, do życia powinna zostać powołana nowa LOT, która będzie się aktywnie angażowała we wdrażanie SRT.

4.3. Program grantów celowych Urzędu Miasta na realizację kluczowych działań dla rozwoju turystyki

Rekomenduje się realizację wybranych działań wdrożeniowych, wynikających z niniejszej Strategii, delegując podmiotom wyłonionym na drodze konkursów ich wykonanie. Konkursy takie mogą objąć zadania o spójnym charakterze, dotyczące np. wdrożenia poszczególnych produktów turystycznych. Specyfikacja konkursowa tworzona będzie w oparciu o zapisy Strategii oraz wskazania przekazane przez reprezentantów branży turystycznej, skupionych w Partnerstwach Produktowych.

4.4. Opracowanie standardów współpracy z organizatorami turystyki przyjazdowej do miasta i regionu

W celu zapewnienia maksymalnej efektywności finansowej działań rozwijających funkcję turystyczną miasta, istotne jest przyciągnięcie do miasta powiększającego się strumienia turystów z różnych części Polski i Europy. Wzrost ruchu turystycznego do miasta najskuteczniej osiągnąć można wspierając rozwój oferty turystyki przyjazdowej. Efektywnym narzędziem wsparcia może okazać się współfinansowanie przez miasto oferty biur turystycznych nastawionych na obsługę turystyki przyjazdowej. Mowa tutaj głównie o organizacji wspólnej promocji miasta i ofert komercyjnych na rynkach kluczowych, wyodrębnionych geograficznie, takich jak rynki zagraniczne: Izrael czy Norwegia. Warto także wesprzeć branżę w nawiązywaniu kontaktów z touroperatorami zagranicznymi, którzy w swojej ofercie mogą oferować zwiedzanie Lublina jako element większej całości lub jako pakiet turystyczny z województwem lubelskim.

4.5. Budowa systemu komercjalizacji produktów turystycznych

Działaniem o istotnym znaczeniu, które stanowi zakończenie prac nad każdym produktem, jest jego wprowadzenie na rynek. Produkt funkcjonujący na konkurencyjnym rynku powinien cechować się wysokim stopniem dopracowania oraz określoną ceną. W przypadku produktów turystycznych

oferowanych na rynku krajowym, turyście indywidualnemu trudno jest mówić o zamkniętej ofercie produktowej, w pełni określonej co do jej zawartości i wyceny. Z uwagi na obszerność i różnorodność elementów – dóbr i usług wpisanych w produkty turystyczne, należy raczej przyjąć, że turysta nie zakupi w całości wszystkich elementów oferty, a jedynie wybierze te spośród nich, które są dla niego najbardziej interesujące. W celu uproszczenia wyboru, turyście rekomenduje się opracowanie kart produktowych. Karty będą do nabycia w hotelach i punktach informacji turystycznej. W ramach kart będą oferowane zniżki na skorzystanie z oferty atrakcji, muzeów, bazy gastronomicznej, transportu miejskiego obsługi przewodnickiej. Wraz z nabyciem kart produktowych turysta otrzyma także wszelkie informacje nt. oferty w ramach produktu tj. foldery, aplikacje mobilne, mapy.

4.6. Opracowanie modelu sprawozdawczości i monitoringu działań turystycznych w porozumieniu z uczelniami wyższymi

Cel ten został szczegółowo opisany w ramach rozdziału czwartego – System monitoringu wraz ze wskaźnikami realizacji celów.

4.7. Przygotowanie i wdrożenie programu kształcenia kadr dla turystyki

Turystyka jest branżą niezwykle zależną od czynnika ludzkiego. To od wiedzy, kwalifikacji i doświadczenia szeroko pojętych kadr turystycznych zależy w dużej mierze sukces turystyczny danej destynacji. Stąd też rekomenduje się przygotowanie Programu Podnoszenia Wiedzy i Umiejętności dla Kadr Turystycznych, w ramach którego – na bazie przeprowadzonych wcześniej badań – wdrażany będzie program szkoleń zawodowych dla osób pracujących w obsłudze ruchu turystycznego oraz szkoleń ogólnych (dot. tworzenia oferty, promocji, źródeł finansowania, etc.) dla wszystkich interesariuszy rynku turystycznego. Prace badawcze w tym zakresie, jak również przygotowanie Programu należy konsultować z lubelskim środowiskiem naukowym, w szczególności z pracownikami Wydziału Nauk o Ziemi i Gospodarki Przestrzennej UMCS oraz Uniwersytetu Przyrodniczego i Wyższej Szkoły Społeczno-Przyrodniczej w Lublinie.

4. System monitoringu wraz ze wskaźnikami realizacji celów

Monitoring polega na systematycznym gromadzeniu danych ilościowych i jakościowych, które mogą posłużyć do analizy stanu realizacji założonych celów oraz umożliwią reagowanie na zmieniające się czynniki wewnętrzne i zewnętrzne. Jest to proces ciągły, który powinien być prowadzony podczas całego okresu obowiązywania Strategii. Pozwoli to na śledzenie zachodzących zmian, identyfikowanie nieprawidłowości oraz podejmowanie działań naprawczych na bieżąco. Do głównych zasad, jakimi powinien cechować się system monitoringu należy:

- cykliczność pomiarów – spełnienie tego warunku jest kluczowe, gdyż umożliwia obserwowanie zachodzących zmian;
- standaryzacja metod dokonywania pomiarów i obserwacji – zapewnia skuteczne gromadzenie danych oraz rzetelność pomiaru;
- standaryzacja interpretacji wyników – gwarantuje porównywalność otrzymanych wyników.

Kompleksowy system monitoringu i ewaluacji Strategii powinien być oparty na dwóch filarach:

- **Systemie wskaźników realizacji Strategii** – określenie wskaźników dot. realizacji zapisów niniejszej Strategii Rozwoju Turystyki. Zestaw wskaźników produktu, rezultatu i oddziaływania powinien odpowiadać każdemu z czterech celów strategicznych, dzięki czemu możliwa będzie obiektywna ewaluacja osiąganych efektów, zarówno w kontekście ilościowym, jak i jakościowym.
- **Systemie badań ruchu turystycznego** – regularnie gromadzone dane statystyczne oraz cykliczne badania ilościowe i jakościowe, prowadzone we współpracy z uczelniami wyższymi oraz zlecane agencjom badawczym.

Ponadto ocena realizacji niezbędnych działań w ramach wdrażania Strategii Rozwoju Turystyki powinna być prowadzona w oparciu o:

- monitoring wewnętrzny prowadzony przez podmioty wdrażające elementy Strategii (np. Partnerstwa Produktowe) – m.in. na podstawie określonych procedur oraz systemu jakości,
- monitoring na poziomie operacyjnym, w tym produktów turystycznych oraz pojedynczych projektów rozwijających – zastosowanie metodyki zarządzania projektem, we współpracy z wybranym ekspertem zewnętrznym lub partnerem społecznym programu,
- monitoring cykliczny z przebiegu i efektów prac bieżących – przez Referat Turystyki oraz Zespół ds. wdrażania i monitoringu SRT,
- raport z oddziaływania Strategii Rozwoju Turystyki oraz wdrożonych przez nią działań.

Do opracowania kompleksowego systemu monitoringu i zasad zbierania danych powinni zostać zaangażowani pracownicy naukowi lubelskich uczelni wyższych, podejmujący w pracach badawczych tematy związane z turystyką oraz polityką regionalną. Za bieżące funkcjonowanie systemu powinien odpowiadać Referat Turystyki, powołany w ramach Wydziału Sportu i Turystyki, do którego będą spływały dane od innych podmiotów, zaangażowanych w organizowanie turystyki w Lublinie. Do najważniejszych jednostek, które mogą współtworzyć system gromadzenia danych należą:

- obiekty noclegowe,
- operatorzy atrakcji turystycznych (np. muzea),
- instytucje kultury i organizatorzy imprez kulturalnych (docelowo dane przekazywane przez Lubelskie Biuro Festiwalowe),
- organizatorzy wydarzeń biznesowych, tacy jak Targi Lublin, obiekty szkoleniowe i konferencyjne oraz uczelnie wyższe (docelowo dane przekazywane przez Lublin Convention Bureau),
- Port Lotniczy Lublin,
- organizacje turystyczne – LOT, LROT, Organizacja Turystyczna „Szlak Jagielloński".

Część danych może zostać pozyskana w oparciu o ewidencje prowadzone przez Główny Urząd Statystyczny i Urząd Marszałkowski Województwa Lubelskiego.

Istotne znaczenie w zakresie oceny i analizy wyników powinien pełnić Zespół ds. wdrażania i monitoringu SRT. W skład Zespołu powinni wejść przedstawiciele kluczowych z punktu widzenia rozwoju turystyki wydziałów Urzędu Miasta, takich jak Sport i Turystyka, Kultura, Marketing, a także reprezentanci LROT-u, LOT-u i lubelskiego środowiska naukowego. Podczas cyklicznych spotkań Zespołu prezentowane są przez Referat Turystyki dane, pochodzące z prowadzonej akwizycji, które stanowią podstawę dla podejmowanych decyzji przez Zespół.

W dalszej części rozdziału przedstawiono szczegółowy opis trzech kluczowych elementów systemu monitoringu.

4.1. Wskaźniki realizacji Strategii

System monitoringu powinien umożliwić ocenę efektywności działań podejmowanych, aby osiągnąć cele strategiczne i operacyjne ujęte w Strategii Rozwoju Turystyki. Ocena ta będzie możliwa dzięki opracowanemu zestawowi wskaźników produktu, rezultatu i oddziaływania, przyporządkowanych każdemu z czterech celów strategicznych. We wstępnej fazie wdrażania Strategii system wskaźników należy zoperacjonalizować poprzez nadanie im odpowiednich wartości bazowych (rok 2014), pośrednich (rok 2020 oraz wartości pośrednie dla każdego roku realizacji Strategii w rocznych planach Referatu Turystyki) i docelowych (rok 2025). Prowadzone regularnie badania wskaźników realizacji Strategii w odniesieniu do zaplanowanych wartości pozwolą na dokonywanie realnej oceny wdrażania na każdym jej etapie. Na podstawie gromadzonych danych Referat Turystyki powinien opracowywać i publikować roczne raporty z postępów we wdrożeniu Strategii Rozwoju Turystyki wraz z proponowanymi wytycznymi na lata następne.

Wskaźniki realizacji celu 1. Rozwój lubelskich produktów turystycznych

Wskaźniki produktu

- Liczba funkcjonujących Partnerstw Produktowych
- Liczba podmiotów uczestniczących w ramach prac Partnerstw Produktowych
- Liczba spotkań zorganizowanych w ramach Partnerstw Produktowych poszczególnych produktów turystycznych

- Liczba stworzonych programów wdrożenia poszczególnych produktów
- Liczba opracowanych projektów i planów wymaganych prawem dla poszczególnych projektów rozwijających produkty turystyczne
- Liczba złożonych wniosków o dofinansowanie zewnętrzne (w tym np. RPO, MSiT) projektów rozwijających nowe produkty turystyczne
- Liczba dofinansowanych projektów, rozwijających nowe produkty turystyczne
- Liczba projektów zrealizowanych w ramach każdego z nowych produktów turystycznych
- Liczba nowych produktów turystycznych

Wskaźniki rezultatu

- Liczba turystów korzystających z nowych produktów turystycznych
- Liczba przedsiębiorstw / osób prowadzących działalność gospodarczą angażujących się w komercjalizację produktów turystycznych

Wskaźniki oddziaływania

- Liczba turystów pozytywnie oceniających ofertę turystyczną Lublina
- Liczba turystów identyfikujących Lublin z nowymi produktami turystycznymi
- Liczba przedsiębiorstw / osób prowadzących działalność gospodarczą w sektorze turystyki

Wskaźniki realizacji celu 2. Lublin przyjazny turystom

Wskaźniki produktu

- Liczba lokalizacji, które zostaną objęte opracowaniami urbanistycznymi, pod kątem diagnozy kluczowych obszarów recepcji turystycznej
- Liczba powstałych obiektów małej architektury i mebli miejskich, spójnych w formie i wzornictwie (obiekty infrastruktury okołoturystycznej)
- Liczba lokalizacji w przestrzeni miejskiej przystosowanych do ruchu osób z dysfunkcjami
- Liczba elementów Systemu Informacji Miejskiej przystosowanych do potrzeb osób z dysfunkcjami
- Liczba atrakcji przystosowanych do potrzeb osób z dysfunkcjami
- Liczba obiektów noclegowych przystosowanych do potrzeb osób z dysfunkcjami
- Liczba obiektów gastronomicznych przystosowanych do potrzeb osób z dysfunkcjami
- Liczba obiektów noclegowych objętych programem wizytówek promocyjnych, prezentowanych na turystycznej stronie internetowej Lublina
- Długość oznakowanych szlaków turystycznych (rowerowych, pieszych, kajakowych)

Wskaźniki rezultatu

- Liczba osób korzystających z obiektów małej architektury i mebli miejskich

- Liczba osób z dysfunkcjami korzystających z obiektów noclegowych przystosowanych do ich potrzeb
- Liczba osób z dysfunkcjami korzystających z obiektów gastronomicznych przystosowanych do ich potrzeb
- Liczba osób korzystających ze szlaków turystycznych
- Liczba nowoutworzonych podmiotów gospodarczych działających w branży turystycznej i okołoturystycznej
- Liczba nowopowstałych miejsc pracy w branży turystycznej i okołoturystycznej
- Liczba inwestorów branży hotelowej, którzy skorzystali z preferencyjnych warunków zakupu lub najmu nieruchomości miejskich
- Liczba osób, które skorzystały z projektu typu pomysł na biznes, w sektorze turystyki

Wskaźniki oddziaływania

- Atrakcyjność turystyczna Lublina jako miasta przyjaznego osobom z dysfunkcjami

Wskaźniki realizacji celu 3. Informacja i promocja turystyczna

Wskaźniki produktu

- Liczba powstałych portali turystycznych Miasta Lublin
- Liczba założonych profili Miasta Lublin na portalu facebook.com
- Liczba stworzonych wzorców graficznych i założeń merytorycznych dla wydawnictw turystycznych w Lublinie
- Nakład opracowanych wydawnictw dedykowanych turystom: mapek i informatorów kieszonkowych oraz niezbędników turysty
- Liczba tytułów wydawnictw dedykowanych turystom dostępnych w punktach informacji turystycznej
- Liczba zainstalowanych nośników dedykowanych turystom, w zakresie Systemu Informacji Miejskiej (światowidów, totemów, tablic informacyjnych)
- Liczba opracowanych aplikacji mobilnych dedykowanych turystom, dostępnych na portalu turystycznym Lublina
- Liczba opracowanych przewodników turystycznych w wersji audio, dostępnych na portalu turystycznym Lublina
- Liczba stojaków na ulotki turystyczne, zlokalizowanych w różnych punktach na terenie Lublina
- Liczba mobilnych punktów informacji turystycznej
- Liczba „wizytówek" turystycznych opracowanych na stojaki na ulotki
- Nakład „wizytówek" turystycznych opracowanych na stojaki na ulotki
- Liczba wdrożonych systemów zintegrowanych szlaków turystycznych miasta Lublin

- Liczba i nakład wydawnictw, poświęconych szlakom turystycznym

Wskaźniki rezultatu

- Liczba odwiedzin nowego portalu turystycznego Miasta Lublin
- Liczba odbiorców newslettera portalu turystycznego Lublina
- Liczba znaczników „Lubię to!" profilu turystycznego Lublina, na portalu facebook.com
- Liczba pobrań aplikacji mobilnych dedykowanych turystom
- Liczba pobrań przewodników turystycznych w wersji audio
- Liczba turystów obsłużonych w punktach informacji turystycznej (stacjonarnych i mobilnych)
- Liczba publikacji zamieszczonych w prasie oraz w Internecie na temat atrakcji turystycznych i wydarzeń odbywających się w Lublinie (PR)

Wskaźniki oddziaływania

- Liczba turystów pozytywnie postrzegających markę turystyczną Lublina
- Liczba turystów wysoko oceniających system informacji turystycznej Lublina (oznakowania miasta w przestrzeni, publikacji promocyjnych tradycyjnych i mobilnych, strony www, etc.)

Wskaźniki realizacji celu 4. Turystyka platformą współpracy

Wskaźniki produktu

- Liczba nowo powołanych referatów ds. wdrażania Strategii w ramach Wydziału Sportu i Turystyki
- Liczba powołanych zespołów ds. wdrożenia i monitoringu SRT
- Liczba nowopowstałych instytucji zaangażowanych we wdrażanie SRT
- Liczba członków Lokalnej Organizacji Turystycznej
- Liczba uczestników szkoleń dla pracowników publicznych instytucji i podmiotów mających styczność z turystą
- Liczba zrealizowanych ankiet w ramach badań ruchu turystycznego
- Liczba uczestników szkoleń dla mieszkańców Lublina, z zakresu możliwych biznesowych realizacji turystycznych, wpisujących się w produkty turystyczne opisane w SRT
- Liczba opracowanych raportów badawczych powstałych w wyniku realizacji badań ruchu turystycznego
- Liczba opracowanych programów szkolenia kadr turystycznych

Wskaźniki rezultatu

- Liczba osób z podwyższonymi kwalifikacjami i większą wiedzą zdobytą dzięki programowi szkoleń dla kadr turystycznych
- Liczba projektów realizowanych w ramach współpracy instytucji ważnych dla rozwoju turystyki w mieście

Wskaźniki oddziaływania

- Liczba mieszkańców Lublina pozytywnie oceniająca współpracę na linii samorząd – przedsiębiorstwa - NGO
- Wartość nakładów inwestycyjnych na inwestycje turystyczne

4.2. System badań ruchu turystycznego

System zakłada utworzenie we współpracy z lokalnymi uczelniami wyższymi zintegrowanego, kompleksowego systemu mierzenia ruchu turystycznego w Lublinie, opartego na 3 modułach:

I. **Podstawa** – moduł ilościowy obejmujący statystykę osób korzystających z obiektów noclegowych, konferencyjnych, muzealnych, oferty instytucji kultury, centrów handlowych, portu lotniczego oraz biorących udział w wydarzeniach.

II. **Uzupełnienie** – moduł ilościowy obejmujący regularne badania ankietowe prowadzone w Lublinie podczas wydarzeń kulturalnych, imprez targowych, w miejscach rekreacji, obiektach noclegowych, lokalach gastronomicznych.

III. **Rozszerzenie** – moduł mieszany obejmujący badania ilościowe na dużych grupach respondentów (np. metodą CATI) z całej Polski oraz badania jakościowe (np. wywiady pogłębione i badania fokusowe).

I. Podstawa

Podstawowym elementem systemu monitoringu są ogólne mierniki i wskaźniki turystyczne. Dzięki danym na temat liczby osób korzystających z obiektów noclegowych, możliwe jest poznanie intensywności ruchu turystycznego oraz stopnia rozwinięcia funkcji turystycznej miasta. Z kolei informacje od organizatorów imprez kulturalnych, wydarzeń biznesowych oraz sportowych wskazywać będą na liczebność segmentów turystów odwiedzających Lublin.

W ramach opisywanego komponentu systemu monitoringu istotne jest wypracowanie uniwersalnych rozwiązań, które pozwolą na skuteczne gromadzenie oraz analizę danych pochodzących od różnych typów podmiotów gospodarki turystycznej: obiektów noclegowych, organizatorów imprez, operatorów atrakcji turystycznych itd. Zbiorcze dane w formie elektronicznych raportów powinny być cyklicznie udostępniane podmiotom turystycznym objętym systemem.

Podstawowe mierniki i wskaźniki rozwoju turystyki w mieście Lublin:

- Liczba obiektów noclegowych
- Liczba miejsc noclegowych
- Liczba udzielonych noclegów
- Wskaźnik funkcji turystycznej miasta
- Wskaźnik intensywności ruchu turystycznego w mieście
- Wskaźnik wykorzystania miejsc noclegowych
- Liczba odwiedzających biletowane obiekty i atrakcje turystyczne
- Liczba odbywających się imprez/wydarzeń kulturalnych

- Liczba turystów uczestniczących w odbywających się imprezach/wydarzeniach kulturalnych
- Liczba odbywających się wydarzeń biznesowych (szkoleń, konferencji, kongresów, wystaw)
- Liczba turystów uczestniczących w wydarzeniach biznesowych
- Liczba turystów uczestniczących w wydarzeniach na Targach Lublin
- Liczba turystów uczestniczących w odbywających się imprezach sportowych
- Liczba połączeń lotniczych obsługiwanych przez Port Lotniczy Lublin
- Liczba pasażerów przylatujących do Portu Lotniczego Lublin (ew. ogólna liczba obsłużonych pasażerów)

II. Uzupełnienie

W ramach modułu II powinny być prowadzone ciągłe badania ankietowe pośród turystów przebywających w Lublinie. Zaangażowane w ten komponent byłyby różne podmioty z branży turystycznej np. centra i punkty informacji turystycznej, obiekty noclegowe, operatorzy atrakcji czy organizatorzy imprez. W kwestionariuszu ankiety znalazłyby się pytania m.in. o cel przyjazdu do Lublina, długość pobytu oraz ocenę poszczególnych składników oferty turystycznej miasta. Odpowiedzi na tego typu pytania stanowiłyby cenne źródło wiedzy, rozszerzające względem podstawowych danych liczbowych gromadzonych w ramach modułu I. Wskazówki dotyczące tematyki badań znajdują się m.in. w części I SRT w ramach analizy obecnego produktu turystycznego miasta Lublin.

III. Rozszerzenie

Ostatni moduł systemu badań ruchu turystycznego w Lublinie zakłada przeprowadzenie obszernych badań ilościowych i jakościowych na respondentach z całego kraju. Badanie tego typu powinno zostać zlecone wyspecjalizowanym agencjom badawczym, dysponującym odpowiednim doświadczeniem i zapleczem technicznym (np. studio do badań CATI). Badanie składałoby się z kilku komponentów, obejmujących metody ilościowe, jakościowe oraz desk-research. Przedmiotem badania w module III powinny być m.in. wizerunek turystyczny, atrakcyjność turystyczna oraz ruch turystyczny w Lublinie na tle innych miast Polski. W okresie obowiązywania niniejszej Strategii, rekomendowane jest przeprowadzenie badań tego typu trzykrotnie – w 2014 (dla określenia wartości bazowych), 2019 i 2024 roku.

5. Potencjalne źródła finansowania działań wdrożeniowych

Podstawą zapewnienia finansowania działań wdrożeniowych jest delegowanie środków Urzędu Miasta Lublin na rozwój turystyki. Kluczowym elementem warunkującym sukces wdrożenia jest stworzenie stałej i profesjonalnej struktury w ramach organizacyjnych Urzędu Miasta. Powołanie Referatu Turystyki pozwoli na zapewnienie ciągłości prac wdrożeniowych oraz koordynację procesu realizacji strategii, pomiędzy różnymi podmiotami i środowiskami. Ma to być także ośrodek koordynujący wdrożenie od strony źródeł finansowania.

5.1. Model finansowania

Finansowanie realizacji zadań wdrożeniowych będzie możliwe dzięki zaangażowaniu finansowemu Urzędu Miasta. Koniecznym jest jednak także współfinansowanie części zadań przez branżę. Docelowa formuła wdrażania może wyglądać tak, że opracowanie programu rozwoju poszczególnych produktów turystycznych finansowane jest z budżetu LOT – czyli de facto przez branżę. Dopiero koszty wdrożenia produktów ponosi samorząd. Takie rozwiązanie zapewni współdzielenie odpowiedzialności za podejmowane decyzje i zagwarantuje większe zainteresowanie rozwojem funkcji turystycznej miasta przez branżę. Posiadanie strategii umożliwi planowanie realizacji działań wdrożeniowych z wyprzedzeniem. Jest to niezbędne w celu sięgnięcia po finansowanie ze źródeł zewnętrznych, takich jak fundusze dostępne w ramach RPO 2014-2020. Rekomenduje się opracowanie wniosków o dofinansowanie projektów wdrożeniowych w ramach RPO. Po otrzymaniu dotacji Urząd Miasta może ogłosić konkurs lub przetarg na realizację zadań wdrożeniowych. Po nim następuje kluczowa faza wdrożenia, jaką jest osadzenie produktu w przestrzeni miejskiej i wypracowanie metod współpracy oraz narzędzi służących komercjalizacji i promocji produktu. Ten etap finansuje samorząd przy udziale środków zewnętrznych, najczęściej unijnych. Niezbędne jest jednak zaangażowanie branży i stałe informowanie o efektach wdrożenia. Bowiem właśnie branża turystyczna ma przejąć docelowy ciężar finansowania wdrożenia.

Ilustracja 2 Fazy finansowania wdrożenia projektów zapisanych w Strategii

I. Referat Turystyki wybiera projekty rekomendowane do wdrożenia na kolejny rok. Prace referatu prowadzone są w ramach urzędu i finansowane ze środków budżetowych samorządu. Wybór konsultowany jest z Partnerstwami Projektowymi oraz Lokalną Organizacją Turystyczną

II. Opracowywany jest szczegółowy program realizacji projektu. Docelowo działanie to jest finansowane z funduszy pochodzących od branży turystycznej.

III. Realizowane jest wdrożenie pilotażowe – najbardziej skomplikowany, czasochłonny i kosztowny proces. Można go przyrównać do wykonania prototypu produktu w innych branżach. Tutaj finansowanie zapewnia samorząd, korzystając możliwie często z funduszy unijnych.

IV. Następuje komercjalizacja – samorząd przestaje ponosić ciężar finansowy wdrożenia. Przejmuje go branża. Projekt osiąga rynkową dojrzałość i dochodowość.

Fundusze Urzędu Miasta Lublina

Urząd Miasta Lublin powinien zabezpieczyć środki w budżetach na kolejne lata przeznaczone na koszty opracowania programów operacyjnych produktów wiodących i uzupełniających oraz kluczowych działań, koniecznych do osiągnięcia celów strategicznych.

Dodatkowo finansowanie działań wdrażających SRT z udziałem gminy Lublin odbywać się winno poprzez wnoszenie składek członkowskich do LROT (której gmina jest członkiem) oraz Lokalnej Organizacji Turystycznej (której gmina powinna być członkiem, pod warunkiem zaktywizowania działań Lubelskiej LOT lub powołania do życia nowej LOT).

Fundusze pochodzące od branży

Fundusze pochodzące głównie ze składek przekazywanych do Lokalnej Organizacji Turystycznej. Zakłada się, że może to być kwota od 50 do 200 tys. rocznie. Wielkość tej kwoty jest uzależniona od liczby podmiotów współtworzących LOT. Warunkiem koniecznym jest tutaj jednak aktywna działalność LOT i jej zaangażowanie we wdrażanie SRT (czyli zaktywizowanie obecnie funkcjonującej Lubelskiej Lokalnej Organizacji Turystycznej, w tym ponowne przystąpienie do niej gminy Lublin lub też powołanie nowej LOT).

Dodatkową możliwością zwiększenia wskazanego finansowania przez branżę jest wdrożenie modelu finansowania bezpośrednio z portfela turystów, sprawdzającego się między innymi w funkcjonowaniu Warsaw Destination Alliance. Hotele mogą doliczać do usługi noclegowej kwotę np. 1 euro, jako dobrowolną składkę gości na cele promocyjne. Podobne rozwiązania mogą funkcjonować w restauracjach.

Fundusze zewnętrzne

Czas powstania niniejszej Strategii (przełom 2012 i 2013 roku, pierwsza aktualizacja – sierpień 2013) przypadł na tzw. „martwy okres" w gospodarowaniu funduszami unijnymi. W perspektywie 2013 roku, czy to w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Lubelskiego na lata 2007-2013 czy Programu Rozwój Polski Wschodniej, nie był prowadzony nabór wniosków

o dofinansowanie dla beneficjentów. Jednocześnie w toku przygotowań jest cały czas nowa perspektywa finansowania z budżetu Unii Europejskiej na lata 2014-2020. Na dzień dzisiejszy pewnym jest, iż na realizację polityki spójności Polska otrzyma 72,9 mld euro. Środki te będzie można zainwestować m.in. w badania naukowe i ich komercjalizację, kluczowe połączenia drogowe (autostrady, drogi ekspresowe), rozwój przedsiębiorczości, transport przyjazny środowisku (kolej, transport publiczny), cyfryzację kraju (szerokopasmowy dostęp do Internetu, e-usługi administracji) czy włączenie społeczne i aktywizację zawodową. Cały czas nie jest jednak znana szczegółowa struktura oraz kształt poszczególnych programów operacyjnych, które wskazują jak wdrażane będą Fundusze Europejskie w poszczególnych obszarach. Umowa Partnerstwa oraz programy operacyjne podlegać będą negocjacjom z Komisją Europejską w okresie październik-grudzień 2013 roku. Ponadto, równolegle prowadzone są prace nad przygotowaniem zmian prawnych, które będą dostosowane do zapisów rozporządzeń na kolejną perspektywę budżetową3

Opracowanie szczegółowego schematu, wskazującego źródła finansowania w ramach funduszy unijnych, będzie zatem możliwe najwcześniej po zakończeniu wspomnianych negocjacji oraz podpisaniu Umowy Partnerstwa i akceptacji przez Komisję Europejską, proponowanych programów operacyjnych polityki spójności.

Na chwilę obecną znane są cele tematyczne polityki spójności oraz priorytety inwestycyjne zaproponowane w założeniach Umowy Partnerstwa, które zostały przyjęte przez rząd 15 stycznia 2013 roku. W perspektywie finansowej na lata 2014-2020 najprawdopodobniej zabraknie celu bezpośrednio poświęconego turystyce, jak miało to miejsce w okresie budżetowym 2007-2013 (był to Priorytet VI. Turystyka i środowisko kulturowe), co oznacza, że źródeł finansowania na projekty z zakresu rozwoju turystyki będzie trzeba szukać w ramach innych, bardziej ogólnych celów.

Na podstawie celów tematycznych polityki spójności Departament Turystyki Ministerstwa Sportu i Turystyki przygotował wstępne założenia prezentujące, jakiego typu działania będą mogły zostać dofinansowane w latach 2014-2020.

Poniżej przedstawiono te wskazania:[4]

Cele tematyczne polityki spójności Unii Europejskiej na lata 2014-2020 - przykładowe działania możliwe do realizacji w ramach poszczególnych celów

Cel 1. Wspieranie badań naukowych, rozwoju technologicznego i innowacji

- wdrażanie innowacji w obszarze usług i produktów turystycznych, na rzecz rozwoju konkurencyjności turystyki (np. rozwiązania nowoczesne, nowatorskie w technologii, w rodzaju oferty, w promocji; wprowadzenie nowych, wcześniej nie znanych usług, sposobów

[3] http://www.mrr.gov.pl/fundusze/fundusze_europejskie_2014_2020/strony/start.aspx
[4] „Turystyka w nowej perspektywie finansowej UE", Olga Piekarzewska, Departament Turystyki Ministerstwa Sportu i Turystyki, prezentacja z konferencji „Nowe trendy w turystyce" – Gdańsk 13 marca 2013 r.

spędzania wolnego czasu; wykorzystanie technologii mobilnej i serwisów społecznościowych, w zachęcaniu turystów do odwiedzenia regionu),

- budowa klastrów poprzez inteligentną specjalizację, rozumianą jako dopasowanie kierunków rozwoju regionu do uwarunkowań społeczno-gospodarczych,

Cel 2. Zwiększenie dostępności, stopnia wykorzystania i jakości technologii informacyjno-komunikacyjnych

- wdrażanie nowych technologicznie narzędzi promocyjnych,
- rozwój produktów i usług opartych na technologiach informacyjno-komunikacyjnych, w celu podniesienia efektywności konkurencyjności przedsiębiorstw turystycznych,
- budowanie nowoczesnych, zintegrowanych systemów informacji turystycznej, obejmujących dane, dotyczące rozproszonych do tej pory atrakcji turystycznych, w skali ponadregionalnej,

Cel 3. Podnoszenie konkurencyjności MŚP, sektora rolnego oraz sektora rybołówstwa i akwakultury

- wsparcie przedsiębiorców w zakresie promocji oferty turystycznej Polski,
- tworzenie zintegrowanych, ponadregionalnych produktów turystycznych w oparciu o rozproszone do tej pory oferty niezależnych podmiotów, z uwzględnieniem nowoczesnych, zintegrowanych systemów informacji turystycznej, wspólnego oznakowania, a także inwestycji w infrastrukturę, służącej ujednoliceniu prowadzonej działalności,
- wsparcie dla powstawania turystycznej bazy noclegowej, ze szczególnym uwzględnieniem obiektów historycznych,

Cel 4. Wspieranie przejścia na gospodarkę niskoemisyjną we wszystkich sektorach

Cel 5. Promowanie dostosowania do zmian klimatu, zapobiegania ryzyku i zarządzanie ryzykiem

Cel 6. Ochrona środowiska naturalnego i wspieranie efektywności wykorzystania zasobów

- rewitalizacja obszarów zdegradowanych, poprzemysłowych lub wymagających kompleksowych inwestycji (mających wyskoki potencjał do przyciągania turystów, np. stare kopalnie, fabryki, szlaki wodne), obejmująca zarówno inwestycje w infrastrukturę publiczną jak i dofinansowanie przedsięwzięć komercyjnych, skierowanych do turystów (w tym powstawania obiektów turystycznych o wysokim poziomie świadczonych usług),
- promocja turystyki kulturowej i dziedzictwa przemysłowego, w tym szlaków wodno-komunikacyjnych,

Cel 7. Promowanie zrównoważonego transportu i usuwanie niedoborów przepustowości w działaniu najważniejszych infrastruktur sieciowych

- rozwój i promocja turystyki rowerowej,
- wsparcie dla transportu rowerowego, jako elementu transportu publicznego (integracja obszarów funkcjonalnych miast).

Cel 8. Wspieranie zatrudnienia i mobilności pracowników

- wsparcie dla sprawnego zarządzania turystyką w Polsce,

- podnoszenie kwalifikacji zawodowych pracowników branży turystycznej,

Cel 9. Wspieranie włączenia społecznego i walka z ubóstwem

- rozwój turystyki społecznej skierowanej w szczególności do grup marginalizowanych i słabszych społecznie – działania aktywizacyjne,

Cel 10. Inwestowanie w edukację, umiejętności i uczenie się przez całe życie

- stworzenie systemu ustawicznego podnoszenia kwalifikacji kadr turystycznych – przygotowanie zespołu trenerów, materiałów szkoleniowych, zastosowanie metody szkoleń kaskadowych,

Cel 11. Wzmacnianie potencjału instytucjonalnego i skuteczności administracji publicznej.

Zgodnie z założeniami Umowy Partnerskiej turystyka nie stanowi jednego z głównych celów rozwoju i powinna być traktowana jako jeden z elementów w realizacji celów 1-11. Analiza powyższych propozycji wskazuje, iż w ramach Funduszy Europejskich na lata 2014-2020 będzie istniała możliwość pozyskania środków na działania związane z promocją turystyki, rozwojem nowoczesnej i multimedialnej sieci informacji turystycznej, czy opracowanie aplikacji mobilnych, które będą cechowały się innowacyjnością. Dofinansowane będą mogły zostać także projekty przewidujące rewitalizację obiektów historycznych, zabytkowych, które wykazują potencjał rozwoju turystyki kulturowej. Należy także upatrywać szansy w dalszym rozwoju turystyki rowerowej jako jednym z elementów realizacji idei transportu zrównoważonego. Można też wstępnie zakładać, iż w ramach funduszy unijnych część środków na turystykę będzie mogła zostać pozyskana dla realizacji celów społecznych (8-10), co pomoże w podniesieniu kwalifikacji kadr oraz zaktywizuje turystycznie osoby z dysfunkcjami.

Jeżeli chodzi o wsparcie turystyki z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Lubelskiego, na dzień dzisiejszy można stwierdzić, iż projekty turystyczne będą mogły być realizowane przede wszystkim w ramach osi priorytetowej 3, Cel tematyczny 6, Zrównoważony rozwój: Dziedzictwo kulturowe, ochrona bioróżnorodności. Planowana w RPO WL 2014-2020 interwencja w zakresie ochrony, promocji i rozwoju dziedzictwa kulturowego koncentruje się na wsparciu prac konserwatorskich, restauratorskich, prac budowlanych na rzecz zabytków nieruchomych, które zostały wpisane do wojewódzkiego rejestru zabytków, jak również zabezpieczenie obiektów dziedzictwa kulturowego znajdujących się w sytuacji stanowiącej zagrożenie. W uzupełnieniu działań infrastrukturalnych wsparcie uzyskają działania promocyjne obiektów poddanych w/w pracom, a także działania polegające na opracowaniu zintegrowanego systemu informacji przedstawiającego ofertę turystyczną i kulturową regionu. W obszarze środowiska wsparcie skoncentrowane będzie m.in. na działaniach służących edukacji ekologicznej, przywróceniu i ochronie różnorodności biologicznej, ochronie i rekultywacji gleb oraz redukcji zanieczyszczeń powietrza[5].

[5] Wstępny projekt Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Lubelskiego na lata 2014 - 2020, maj 2013.

6. Liderzy i partnerzy wdrożenia Strategii – załącznik

1. **Lubelskie Biuro Festiwalowe**

- Instytucje Kultury, teatry repertuarowe i alternatywne, instytucje muzyczne, inne:
  - Centrum Kultury
  - Warsztaty Kultury
  - Ośrodek Brama Grodzka – Teatr NN
  - Ośrodek Międzykulturowych Inicjatyw Twórczych „Rozdroża”
  - Akademickie Centrum Kultury UMCS „Chatka Żaka”
  - Galeria Labirynt
  - Galeria Biała
  - Filharmonia im. H. Wieniawskiego w Lublinie
  - Teatr im. Juliusza Osterwy
  - Teatr im. Hansa Christiana Andersena
  - Teatr Muzyczny w Lublinie
  - Teatr Stary w Lublinie
  - Zespół Pieśni i Tańca „Lublin” im. Wandy Kaniorowej
  - Scena Prapremier In Vitro
  - Scena Plastyczna KUL
  - Teatr Provisorium
  - Kompania „Teatr”
  - neTTheatre
  - MAAT Projekt
  - Lubelski Teatr Tańca
  - Ośrodek Praktyk Teatralnych Gardzienice

2. **Convention Bureau**

- Targi Lublin
- Port Lotniczy Lublin
- Współpraca z Centrum Promocji Województwa Lubelskiego
- Lubelskie Centrum Konferencyjne

- Hotele
  - Hotel Mercure Lublin Centrum
  - Hotel Focus Centrum Konferencyjne
  - Hotel Luxor
  - Hotel Korona
  - Hotel Huzar
  - Hotel Lwów
  - Hotel Pod Kasztanami
  - Hotel Campanile Lublin
  - Hotel Europa
  - IBB Grand Hotel Lublinianka
  - Locomotiva Hotel
  - Hotel Logos (Dom Nauczyciela)
  - Hotel Victoria
  - Hotel Restauracja Focus
  - Hotel AGIT Congress & SPA
  - Hotel Bellis
  - Hotel & Restaurant Willowa
  - Hotel Na Rogatce
  - Vanilla Hotel
  - Hotel Młyn
- Inne miejsca z zapleczem konferencyjnym, szkoleniowym, kongresowym, wystawienniczym, targowym
  - Hala Globus
  - Centrum Kongresowe Uniwersytetu Przyrodniczego
  - Aula Collegium Maius Uniwersytetu Medycznego
  - Centrum Konferencyjno-Wystawiennicze Restauracja Etiuda
  - Sala konferencyjna Caritas Archidiecezji Lubelskiej
  - Kino Bajka
  - Inkubator Technologiczny
  - Centrum Budownictwa OMEGA
  - Centrum Restauracyjno-Konferencyjne Nowy Graf

3. Informacja turystyczna

- Lubelski Ośrodek Informacji Turystycznej i Kulturalnej
- Lubelska Regionalna Organizacja Turystyczna
- Centrum Promocji Województwa Lubelskiego
- Port Lotniczy Lublin

Słowniczek pojęć

A. POJĘCIA PODSTAWOWE

Ze względu na mnogość definicji pojęcia „turystyka" (a co za tym idzie także terminu „turysta"), niezbędne jest przyjęcie jednolitej terminologii, na potrzeby niniejszego dokumentu.

Generalnie, w literaturze przedmiotu dla opisania zjawiska przyjmuje się, że:

Turystyka – zespół stosunków i zjawisk, które wynikają z dobrowolnej podróży i pobytu osób przyjezdnych, jeśli nie występuje w związku z tym osiedlenie i podjęcie pracy zarobkowej.6 To aktywność czasu wolnego, zakładająca zmianę stałego miejsca pobytu. Więc to ruch, poruszanie się jest tym, co czyni turystę.7

Jednakże obecnie najczęściej stosowanymi, są definicje przyjęte przez Światową Organizację Turystyki (UNWTO), które precyzyjniej określają pojęcia turystyki i turysty. Jest to terminologia opracowana na potrzeby statystyczne, a jej wytyczne przyjmuje się jako wiążące na całym świecie, również w Polsce. Te definicje stosowane są przez Ministerstwo Sportu i Turystyki, Instytut Turystyki oraz Główny Urząd Statystyczny, tak więc autorzy dokumentu również przyjmują je za nadrzędne wobec wszelkich innych.

UNWTO przyjmuje co następuję:[8]

Turystyka – ogół czynności osób, które podróżują i przebywają w celach prywatnych lub zawodowych, nie dłużej niż rok bez przerwy, poza swoim codziennym otoczeniem, z wyłączeniem wyjazdów, w których głównym celem jest aktywność zarobkowa, wynagradzana w odwiedzanej miejscowości lub kraju.

Odwiedzający – każda osoba podróżująca do miejsca znajdującego się poza jej zwykłym otoczeniem, na czas nie dłuższy niż 12 miesięcy, jeśli podstawowy cel podróży jest inny niż podjęcie działalności zarobkowej, wynagradzanej w odwiedzanej miejscowości lub kraju. Odwiedzających dzielimy na turystów oraz odwiedzających jednodniowych (wycieczkowiczów).

Turysta – odwiedzający, który przynajmniej przez jedną noc korzysta z obiektów zakwaterowania zbiorowego lub kwater prywatnych w odwiedzanym kraju lub miejscowości.

Odwiedzający jednodniowy (wycieczkowicz) – odwiedzający, który spędza w odwiedzanym miejscu mniej niż 24 godziny i nie korzysta z obiektów zakwaterowania zbiorowego lub kwater prywatnych.

Turystyka krajowa – podróże mieszkańców po własnym kraju.

---

[6] Definicja wg Waltera Hunzikera. Za: A. Panasiuk, „Ekonomika Turystyki", Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.

[7] Definicja wg Marca Boyera. Za: A. Panasiuk, „Ekonomika Turystyki", Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.

[8] Źródło: www.intur.com.pl, www.media.unwto.org oraz „Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku", MSiT, Warszawa 2008.

Turystyka przyjazdowa – przyjazdy do kraju osób stale mieszkających poza nim.

Turystyka wyjazdowa – wyjazdy mieszkańców danego kraju do innych krajów.

B. RODZAJE TURYSTYKI

Podobnie jak w przypadku samej definicji turystyki, tak również w przypadku próby podziału mamy do czynienia z mnogością proponowanych definicji. Jednym z najczęściej stosowanych kryteriów jest podział ze względu na główny motyw podróży. Biorąc to pod uwagę, wyszczególniamy główne rodzaje turystyki:

Turystyka poznawcza (krajoznawcza) – turystyka krajoznawcza jest formą turystyki, której głównym celem podróży jest zwiedzanie określanego obiektu, miejsca, miejscowości czy regionu. Związana jest głównie z poznawaniem kraju ojczystego i jego różnorodnych walorów. Dominuje w niej motyw poznawczy, który połączony jest z celami edukacyjnymi i rekreacyjnym. Najsilniej rozwiniętą formą turystyki poznawczej na obszarach miejskich jest turystyka kulturowa.[9]

Turystyka kwalifikowana (aktywna) – turystyka łącząca poznawanie świata z pewnym wysiłkiem fizycznym. Wymaga ona przygotowania kondycyjnego i zawodowo-turystycznego. Wiąże się z zaspokajaniem potrzeb ruchu i wysiłku fizycznego, przyrodniczych i kulturowych oraz potrzeb informacyjno-poznawczych. Przykładem takiej turystyki jest turystyka piesza, wodna, narciarska, kolarska, motorowa.[10]

Turystyka zdrowotna – świadome i dobrowolne udanie się na pewien okres poza miejsce zamieszkania, w czasie wolnym od pracy, w celu regeneracji, dzięki aktywnemu wypoczynkowi fizycznemu i psychicznemu.[11]

Turystyka biznesowa – obejmuje wszystkie podróże służbowe lub w celach zawodowych, które nie są wynagradzane w docelowym miejscu podróży. Przykładami turystyki biznesowej mogą być: turystyka kongresowa, motywacyjna, korporacyjna bądź targowa.[12]

Turystyka religijna – turystyka, której głównym motywem są przede wszystkim aspekty religijno-poznawcze lub poznawcze. Wiąże się to z podróżami do miejsc związanymi z historią religii, obiektów sakralnych, miejsc kultu religijnego, czy też wydarzeń o charakterze religijnym.[13]

Turystyka wypoczynkowa – turystyka, której głównym motywem jest odpoczynek. Nie wymaga ona specjalistycznego przygotowania lub wiedzy ze strony uczestników. Obejmuje wiele form spędzania czasu i zależy głównie od upodobań turysty. Przykładem tej formy turystyki może być odpoczynek nad morzem (zob. Zasada „3 S") lub wyjazd w celu dokonania zakupów.[14]

---

[9] W. Kurek, „Turystyka", PWN,Warszawa 2007.
[10] W.W. Gaworecki, „Turystyka", Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2003.
[11] Tamże.
[12] R. Davidson, B. Cope, „Turystyka biznesowa", POT, Warszawa 2003.
[13] T. Jędrysiak, „Turystyka kulturowa", PWE, Warszawa 2008.
[14] A. Kowalczyk, „Geografia turyzmu", PWN, Warszawa 2002.

Z punktu widzenia turystyki w destynacji, jaką jest miasto, istotne jest zwrócenie uwagi i wyjaśnienie również innych rodzajów turystyki, wchodzących w skład opisanych wyżej.

Turystyka kulturowa – podrodzaj turystyki poznawczej, obejmujący podróże w celu zgłębiania kultury materialnej i niematerialnej odwiedzanego miejsca. Obejmuje zarówno wyjazdy turystyczne związane z dziedzictwem historycznym jak również kulturą współczesną (wysoką i popularną).[15]

Turystyka etniczna (sentymentalna, „turystyka korzeni") – podrodzaj turystyki poznawczej, której głównym celem jest poznawanie własnych „korzeni", historii rodowych i narodowych, odwiedzanie miejsc pamięci. Uczestniczący w ruchu turystycznym tego typu, w dużej mierze odbywają podróże międzynarodowe.[16]

Turystyka miejska – podróże, których głównych motywem jest korzystanie z bogatej i różnorodnej oferty miast, np. centrów handlowych, obiektów sportowych i rekreacyjnych, oferty kulturalnej oraz gastronomicznej miasta. Zakres aktywności podejmowanych przez uczestników tego typu ruchu turystycznego jest niezwykle szeroki i może stanowić różnorodne połączenie wcześniej wymienionych rodzajów np. turystyki aktywnej (aquapark), poznawczej (muzeum) i wypoczynkowej (centrum handlowe).

C. POZOSTAŁE POJĘCIA

Atrakcyjność turystyczna – składają się na nią właściwości destynacji turystycznej, które decydują o zainteresowaniu ze strony turystów. O stopniu atrakcyjności danej miejscowości, czy regionu stanowią: walory turystyczne, zagospodarowanie turystyczne oraz dostępność turystyczna.[17]

Destynacja turystyczna (ang. destination – cel, przeznaczenie) – docelowe miejsce podróży turysty, np. kraj, region lub miasto. Podczas jednej podróży turysta może zmierzać do wielu miejsc destynacji. Pojęcie jest często stosowane wymiennie z terminami: obszar recepcji turystycznej (przeciwność obszaru emisji turystycznej), miejscowość turystyczna lub region turystyczny.

Dostępność turystyczna (lub komunikacyjna) – określa możliwość dotarcia turysty do celu podjętej podróży, za pomocą środków komunikacji np. samochodowej, lotniczej, kolejowej, rowerowej, czy pieszej. Dostępność jest warunkiem koniecznym dla wykorzystania walorów turystycznych miejsca, recepcji przez turystów.[18]

Gospodarka turystyczna – dynamicznie rozwijająca się gałąź gospodarki, na którą składa się ogół środków i urządzeń oraz funkcji gospodarczych i społecznych, służących obsłudze ruchu turystycznego oraz ułatwiających zaspokojenie potrzeb turystów. Pojęcie gospodarki turystycznej jest czasami stosowane zamiennie z terminem „przemysł turystyczny".[19]

---

[15] T. Jędrysiak, „Turystyka kulturowa", PWE, Warszawa 2008.
[16] Tamże.
[17] W. Kurek, „Turystyka", PWN, Warszawa 2007.
[18] A. Kowalczyk, „Geografia turyzmu", PWN, Warszawa 2002.
19 G. Gołembski, „Kompendium wiedzy o turystyce", PWN Warszawa-Poznań 2009.

Markowy produkt turystyczny – produkt turystyczny posiadający atrybuty marki – produkt unikalny, mający coś, co wyróżnia go od innych. Marka pozwala na osiągnięcie przewagi nad konkurencją, wyróżnienie produktu na rynku i spowodowanie, że zostanie wybrany przez klientów. Posiada swoją tożsamość i wizerunek.

Produkt turystyczny – to zbiór dóbr i usług, z których turyści korzystają, i które są dla nich szczególnym przedmiotem zainteresowania.[20]

Przemysł turystyczny – kompleks przedsiębiorstw oraz innych organizacji, których działalność związana jest z zaspokajaniem potrzeb uczestników ruchu turystycznego. Do głównych sektorów przemysłu turystycznego zaliczamy: sektor bazy noclegowej i gastronomii, sektor atrakcji turystycznych, sektor transportu, sektor biur podróży, sektor promocji i informacji turystycznej. Przemysł turystyczny czasami jest utożsamiany z pojęciem „gospodarka turystyczna".[21]

Rozszerzona Rzeczywistość (ang. Augmented Reality, AR) – to system integrujący ze sobą elementy świata rzeczywistego i wirtualnego. Umożliwia wzbogacenie fizycznego otoczenia o dodatkowe treści np. grafiki 2D lub 3D, dźwięk, tekst i wideo, które możliwe są do wyświetlenia za pomocą nowoczesnego urządzenia mobilnego takiego jak smartfon czy tablet. Do poprawnego funkcjonowania aplikacji wykorzystujących rozszerzoną rzeczywistość niezbędny jest wbudowany nadajnik GPS, kompas i często, choć nie zawsze dostęp do Internetu. Dzięki połączeniu systemu AR z technologią rozpoznawania obiektów, urządzenie mobilne może obecnie służyć turyście jako multimedialny i interaktywny przewodnik i informator turystyczny o odwiedzanym miejscu.

Ruch turystyczny – zjawisko społeczno-ekonomiczne, tworzone przez zbiór podróżnych (motywowanych różnymi celami prywatnymi lub zawodowymi), czasowo i dobrowolnie opuszczających stałe miejsce zamieszkania.[22]

Szlak turystyczny – trasa naturalna lub specjalnie wytyczona, służąca celom turystycznym, którą najczęściej cechują: oznakowanie, linearność, zagospodarowanie dla potrzeb turystyki, wyodrębnienie w ramach przestrzeni turystycznej, przypisanie kryterium tematycznego. Najczęściej szlaki dzielone są ze względu na dominującą formę ruchu turystycznego, występującą na szlaku. Pod tym względem możemy wyróżnić przykładowo: szlaki piesze, rowerowe, wodne, narciarskie, konne oraz szczególnie ważne w miastach – szlaki kulturowe.[23]

Tożsamość – zbiór podstawowych dla marki wartości. Z tożsamości wypływa esencja marki, jej identyfikacja graficzna. Tożsamość jest zbiorem pierwotnych wartości dla marki, które mogą być zdefiniowane poprzez odpowiedź na pytanie o wizję, misję, wartości marki, wyimaginowanego klienta, styl i język marki.

---

[20] Aleksander Panasiuk, Ekonomika Turystyki, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.
[21] W.W. Gaworecki, „Turystyka", PWE, Warszawa 2003.
[22] Tamże.
[23] G. Gołembski, „Kompendium wiedzy o turystyce", PWN Warszawa-Poznań 2009 oraz A. Mikos von Rohrscheidt., „Turystyka kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy", Gniezno, 2008.

Walory turystyczne – zespół elementów środowiska naturalnego oraz pozaprzyrodniczego (pochodzenia antropogenicznego), które wspólnie lub każde z osobna, są obiektem zainteresowania ze strony turystów. Decydują więc o atrakcyjności turystycznej miejsca recepcji. Mogą się na nie składać np. jeziora, lasy, rzeki, rzeźba terenu czy też zabytki architektoniczne, wydarzenia i zbiory muzealne. Walor turystyczny to kategoria subiektywna, zależna od postrzegania i preferencji każdego z turystów – nie wszystkie elementy będą stanowiły walory dla wszystkich.[24]

Wskaźnik intensywności ruchu turystycznego – jeden z najczęściej stosowanych wskaźników do mierzenia zjawiska ruchu turystycznego w miejscu recepcji, obliczany jako liczba turystów odwiedzających dane miejsce w ciągu roku w przeliczeniu na 1000 mieszkańców badanego obszaru. Używany m.in. przez GUS i Eurostat, które za liczbę turystów przyjmują osoby korzystające z turystycznych obiektów zbiorowego zakwaterowania.

Wskaźnik funkcji turystycznej – mówi o zagospodarowaniu turystycznym danego miejsca w zakresie oferowanych miejsc noclegowych. Jest to suma wszystkich dostępnych miejsc noclegowych, przypadająca na 1000 mieszkańców badanego obszaru. W ten sposób liczony wskaźnik stosowany jest m.in. przez GUS i Eurostat.

Wizerunek – pierwotnie odnosił się do marki produktu, określając jej zewnętrzną percepcję. Przyjmuje się, że na wizerunek składa się szeroko pojęty odbiór marki produktu. Wizerunek jest wartością, która funkcjonuje w opiniach, sądach, przekonaniach odbiorców produktu (osób świadomych jego istnienia). Wizerunek w przypadku terytoriów, jest synonimem reputacji. Na świecie i w Polsce prowadzone są badania wizerunkowe terytoriów (krajów, regionów, miast), dostarczające reprezentatywnych danych na temat konkurencyjnej pozycji terytoriów.

Zagospodarowanie turystyczne – składają się na nie te wszystkie elementy, które umożliwiają lub ułatwiają turystom poznawanie walorów turystycznych. Są to przede wszystkim składniki bazy noclegowej i gastronomicznej, a także sportowo-rekreacyjnej, specjalistycznej lub też oznakowanie turystyczne.[25]

Zasada „3 E” – z języka angielskiego Entertainment (rozrywka), Excitement (emocje), Education (edukacja). Zgodnie z tą zasadą turysta jest zainteresowany autentycznymi przeżyciami, interakcją i zaspokojeniem potrzeb poznawczych podczas odbywania podróży turystycznej. Zasada „3 E” to współczesna przeciwność lub uzupełnienie dla tradycyjnego modelu „3 S”. Wymagający i bardzo świadomy turysta XXI wieku, oczekuje znacznie więcej niż słońce, morze i plaża – pragnie odkrywać, bawić się i poznawać inne kultury.

Zasada „3 S” – z języka angielskiego Sun (słońce), Sea (morze), Sand (plaża). To powszechny model odnoszący się do zjawiska turystyki masowej, którego rozwój zależy głównie od strefy klimatycznej danego miejsca recepcji turystycznej. Współcześnie, idea „3 S” jest coraz częściej wypierana lub uzupełniana przez model „3 E”, który w większym stopniu zaspokaja potrzeby coraz bardziej świadomych i wymagających turystów.

[24] A. Kowalczyk, „Geografia turyzmu”, PWN, Warszawa 2002.
[25] Tamże.

Spis ilustracji

Ilustracja 1 Schemat organizacyjny wdrożenia Strategii Rozwoju Turystyki Miasta Lublin 5
Ilustracja 2 Fazy finansowania wdrożenia projektów zapisanych w Strategii 26

Uzasadnienie

Turystyka rozumiana jako zjawisko interdyscyplinarne jest ważną gałęzią lokalnej gospodarki. Jej rozwój powinien być oparty na długofalowej strategii wykorzystania już istniejących i potencjalnych atrakcji turystycznych Lublina. Opracowany dokument strategiczny wskazuje możliwości rozwoju funkcji turystycznej miasta oraz umożliwia dogłębne poznanie nie tylko stanu obecnego turystyki w mieście, ale także wartości związanych z dziedzictwem Lublina oraz z wizjami jego rozwoju w przyszłości. Strategia Rozwoju Turystyki Lublina do roku 2025 jest dokumentem składającym się z czterech części: Wprowadzenia, Części I Analitycznej, Części II Strategicznej i Części III Wdrożeniowej, które tworzą integralną całość, nie tracąc autonomicznego charakteru. Jest to pierwsze kompleksowe opracowanie diagnozujące stan obecny miejskiej turystyki oraz wskazujące możliwości jej dynamicznego rozwoju przy uwzględnieniu aspektów regionalnych.Warto podkreślić, że Strategia spełnia wszystkie obowiązujące w tym zakresie standardy, co potwierdza m. in. ocena ekspercka Polskiej Agencji Rozwoju Turystyki S.A. w Warszawie. Pozytywna opinia wyrażona przez mieszkańców Lublina oraz Radę Działalności Pożytku Publicznego Miasta Lublin sprzyjać będzie skutecznej realizacji założeń Strategii. Ponadto dowodzi, że opracowany w okresie od września 2012 r. do października 2013 r. metodą partycypacyjno-ekspercką dokument spełnia oczekiwania i zaspokaja potrzeby zdecydowanej większości interesariuszy w obszarze miejskiej turystyki. Warto również podkreślić fakt, że dokument uzyskał przychylną opinię Regionalnego Dyrektora Ochrony Środowiska w Lublinie oraz Lubelskiego Państwowego Wojewódzkiego Inspektora Sanitarnego w Lublinie. Efektywna i terminowa realizacja precyzyjnie zdefiniowanych i zaplanowanych w ramach Strategii działań pozwoli na skuteczne jej wdrażanie, co umożliwi skrócenie dystansu dzielącego Lublin od innych miast w Polsce i Europie. Mając na uwadze powyższe argumenty uważam przyjęcie przedmiotowej uchwały za jak najbardziej wskazane i uzasadnione.