



Strategia rozwoju turystyki dla
miasta Torunia na lata 2013-2020

Toruń 2012

SPIS TREŚCI

1. WPROWADZENIE	4
1.1. CEL I ZAKRES STRATEGII	4
1.2. METODOLOGIA PRAC NAD DOKUMENTEM STRATEGII	5
2. MONITORING DZIAŁAŃ DOKONANYCH W RAMACH STRATEGII ROZWOJU TURYSTYKI DLA TORUNIA NA LATA 2007-2013.....	6
3. ANALIZA TRENDÓW W TURYSTYCE	15
3.1. NAJWAŻNIEJSZE TRENDY WE WSPÓŁCZESNEJ TURYSTYCE	15
3.2. ŚWIATOWY I EUROPEJSKI RYNEK TURYSTYCZNY	17
3.3. POLSKI RYNEK TURYSTYCZNY	19
3.3.1. TURYSTYKA PRZYJAZDOWA DO POLSKI.....	19
3.3.2. UCZESTNICTWO POLAKÓW W WYJAZDACH TURYSTYCZNYCH.....	24
3.3.3. UCZESTNICTWO POLAKÓW W KRAJOWYCH WYJAZDACH DŁUGOOKRESOWYCH.....	26
3.3.4. UCZESTNICTWO POLAKÓW W KRAJOWYCH WYJAZDACH KRÓTKOOKRESOWYCH.....	29
4. UWARUNKOWANIA ROZWOJU TURYSTYKI W TORUNIU WYNIKAJĄCE Z DOKUMENTÓW STRATEGICZNYCH.....	34
5. ANALIZA ATRAKCYJNOŚCI TURYSTYCZNEJ TORUNIA	39
5.1. POŁOŻENIE ORAZ DOSTĘPNOŚĆ KOMUNIKACYJNA.....	39
5.2. WALORY TURYSTYCZNE.....	41
5.2.1. WALORY PRZYRODNICZE	41
5.2.2. WALORY HISTORYCZNE I KULTUROWE.....	42
5.2.3. IMPREZY I ŻYCIE KULTURALNE	45
6. ANALIZA STANU ZAGOSPODAROWANIA TURYSTYCZNEGO TORUNIA	55
6.1. BAZA NOCLEGOWA.....	55
6.2. BAZA GASTRONOMICZNA.....	57
6.3. SZLAKI TURYSTYCZNE.....	58
6.4. BAZA KULTURALNO-ROZRYWKOWA	59
6.5. BAZA SPORTOWO-REKREACYJNA	61
6.6. INFORMACJA TURYSTYCZNA	62
7. ANALIZA RUCHU TURYSTYCZNEGO W TORUNIU	64
7.1. RUCH TURYSTYCZNY REJESTROWANY W BAZIE NOCLEGOWEJ.....	64
7.2. SEGMENTACJA RYNKU TURYSTYCZNEGO	67
7.3. CHARAKTERYSTYKA TURYSTÓW ODWIEDZAJĄCYCH MIASTO	70
7.4. KIERUNKI ROZWOJU TURYSTYKI W TORUNIU.....	76
8. ANALIZA SWOT	79
9. MISJA I WIZJA TURYSTYCZNA TORUNIA	81
9.1. MISJA.....	81
9.2. WIZJA	81
10. PRIORYTETY I CELE ROZWOJU TURYSTYKI W TORUNIU	82
10.1. PRIORYTET I – TORUŃ PRZYJAZNY	83
10.2. PRIORYTET II – TORUŃ HISTORYCZNY.....	86
10.3. PRIORYTET III – TORUŃ AKTYWNY.....	889



10.4.	PRIORYTET IV – TORUŃ EDUKACYJNY.....	91
10.5.	PRIORYTET V – TORUŃ BIZNESOWY	92
11.	IDENTYFIKACJA I OCENA PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH TORUNIA.....	93
11.1.	ISTNIEJĄCE PRODUKTY TURYSTYCZNE	93
11.2.	PROPOZYCJE NOWYCH PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH	95
12.	SYSTEM REALIZACJI I ZARZĄDZANIA STRATEGIĄ.....	97
12.1.	SYSTEM WDRAŻANIA STRATEGII	97
12.2.	RAMOWY HARMONOGRAM WDRAŻANIA STRATEGII	98
12.3.	MONITOROWANIE I EWALUACJA REALIZACJI STRATEGII.....	100



1. WPROWADZENIE

1.1. Cel i zakres Strategii

Niniejszy dokument stanowi aktualizację *Strategii rozwoju turystyki dla miasta Torunia* z 2006 r., która dokonana została na mocy postanowienia Rady Programowej ds. Wdrożenia Strategii Rozwoju Turystyki dla Torunia.

Strategia rozwoju turystyki dla miasta Torunia dotyczy obszarów oraz zagadnień, które są przedmiotem interwencji publicznej i formułuje, przede wszystkim dla podmiotów publicznych, zadania, których realizacja zależy od aktywności wszystkich jednostek zaangażowanych w rozwój turystyki w mieście.

Dokument określa misję, wizję, priorytety oraz cele rozwoju turystyki w Toruniu, dzięki czemu zapewniona zostaje spójność pomiędzy działaniami lokalnego samorządu oraz jednostek powiązanych z turystyką w mieście. Takie podejście umożliwi koordynację oraz wzajemne wspieranie i uzupełnianie działań podejmowanych przez powyższe podmioty.

Strategia jest podstawowym dokumentem w procesie planowania i prognozowania kierunków rozwoju turystyki w Toruniu. Ponadto dla podmiotów zewnętrznych stanowi niejako kompendium wiedzy na temat obszaru, wskazując jego mocne strony i szanse, lecz także identyfikując problemy i zagrożenia.

Dokument dostarcza przesłanek do formułowania decyzji, wyznaczania konkretnych zadań oraz zabezpieczania lub poszukiwania środków na realizację tych zadań. Poprzez jasne wytyczenie celów i priorytetów w kierunkach rozwoju, Strategia ułatwia również pozyskiwanie finansowania konkretnych przedsięwzięć.

Rezultatem wdrażania Strategii ma być podniesienie atrakcyjności turystycznej Torunia. Przekładać się to będzie na wzrost liczby turystów odwiedzających miasto oraz wydłużenie ich pobytu w Toruniu.

Rozwój turystyki będzie miał pozytywny wpływ na takie dziedziny jak zatrudnienie, rozwój regionalny, edukacja, środowisko, transport czy kultura. Jednocześnie rozwój turystyki zależeć będzie od wielu działań w innych gałęziach gospodarki. Wystąpi więc tutaj sprzężenie zwrotne. Głównymi beneficjentami tego procesu będą mieszkańcy i lokalni przedsiębiorcy.

Zakres Strategii obejmuje lata 2013-2020, przy czym jej bezpośrednie skutki odczuwalne będą również w latach kolejnych. Przy zakreślaniu horyzontu czasowego wdrażania Strategii brano pod uwagę przede wszystkim perspektywę czasową wdrażania innych programów rozwoju, zwłaszcza zaś *Strategii rozwoju miasta Torunia do 2020 r.* oraz przyszłego okresu programowania funduszy europejskich.

1.2. Metodologia prac nad dokumentem Strategii

Przeprowadzenie aktualizacji *Strategii rozwoju turystyki dla miasta Torunia* z 2006 r. wiązało się z koniecznością dokonania zasadniczych zmian w stosunku do wersji pierwotnej. W obecnym dokumencie, w odróżnieniu od poprzedniego, wykonana została analiza i diagnoza stanu obecnego rozwoju turystyki w mieście, zidentyfikowane zostały walory turystyczne Torunia oraz określone obszary charakteryzujące się największym potencjałem w zakresie rozwoju turystyki. Na tej podstawie przeprowadzona została analiza SWOT, będąca jednym z najważniejszych narzędzi wykorzystywanych w procesie planowania strategicznego. Na nowo określone zostały również priorytety, cele i działania oraz misja i wizja turystyczna. Ponadto zdefiniowano nowe proponowane do wdrożenia produkty turystyczne.

Podjęcie to uwzględnić musiało przeprowadzenie prac analogicznych do opracowania pierwotnego dokumentu, w tym również przeprowadzenie badań ankietowych oraz konsultacji społecznych. Aktualizacja *Strategii rozwoju turystyki dla miasta Torunia* została przeprowadzona zgodnie z zasadami planowania strategicznego, metodą partycypacyjno-ekspercką, co oznaczało ścisłą współpracę zewnętrznych ekspertów z podmiotami odpowiedzialnymi za rozwój turystyki w mieście, tj. Urzędem Miasta Torunia i jego jednostkami oraz Radą Programową ds. Wdrażania Strategii Rozwoju Turystyki dla Torunia na każdym etapie opracowywania dokumentu.

Zastosowanie takiej metody pracy wykluczyło możliwość popełnienia ewentualnych błędów na etapie przeprowadzania analiz oraz zagwarantowało wiarygodność i precyzyjność pozyskanych danych, a na etapie koncepcyjnym pozwoliło na wykreowanie priorytetów i celów rozwoju turystyki oraz produktów turystycznych zgodnych z oczekiwaniami podmiotów współpracujących.

Dokument aktualizacji *Strategii rozwoju turystyki* dzieli się na trzy główne obszary: analityczno-diagnostyczny, strategiczno-koncepcyjny oraz wdrożeniowy. Pierwszą część dokumentu stanowi analiza trendów w turystyce światowej i polskiej oraz audyt turystyczny Torunia, w szczególowy sposób analizujący zasoby i walory turystyczne miasta. W części tej został również przeprowadzony monitoring obowiązującej *Strategii rozwoju turystyki* poprzez wskazanie zrealizowanych zadań i kierunków działań. Pierwsza część zakończona została analizą SWOT.

Druga część dokumentu prezentuje koncepcję priorytetów i celów rozwoju turystyki w mieście oraz działań służących ich realizacji. Przedstawia także nowe propozycje produktów turystycznych.

Ostatnim elementem dokumentu jest opis procedur wdrażania Strategii wraz z harmonogramem oraz zalecenia dotyczące sposobu monitorowania i ewaluacji jej realizacji.

2. MONITORING DZIAŁAŃ DOKONANYCH W RAMACH STRATEGII ROZWOJU TURYSTYKI DLA TORUNIA NA LATA 2007-2013

Strategia rozwoju turystyki dla Torunia przyjęta została Uchwałą Rady Miasta Torunia nr 1167/06 z dnia 26 października 2006 r. Dokument określa kierunki rozwoju miasta w obszarze kreacji i wdrażania produktów turystycznych, kształtowania przestrzeni turystycznej i rozwoju infrastruktury turystycznej, rozwoju zasobów ludzkich oraz budowy silnej marki turystycznej i kształtowania wizerunku. Jako dokument strategiczny miasta identyfikuje obszary priorytetowe będące obszarami koncentracji środków finansowych i organizacyjnych służących rozwojowi turystyki w Toruniu.

Do marca 2011 r. realizacja zadań związanych z koordynacją wdrażania Strategii pozostawała w gestii Biura Toruńskiego Centrum Miasta. W związku z wejściem w życie zarządzeń nr 76 i 77m z dnia 11 marca 2011 r., zmieniających wewnętrzną strukturę organizacyjną oraz szczegółowe zakresy zadań Biura Toruńskiego Centrum Miasta oraz Wydziału Sportu i Turystyki, kompetencje dotyczące wdrażania *Strategii rozwoju turystyki dla Torunia* zostały od 2011 r. przeniesione do Wydziału Sportu i Turystyki.

Dokument Strategii Rozwoju Turystyki dla Miasta Torunia z 2006 r. identyfikował 11 programów operacyjnych, obejmujących kluczowe grupy działań służących realizacji misji, celów pośrednich oraz celów operacyjnych. W 2011 r. realizowanych było 10 z 11 programów, za których wdrażanie odpowiedzialny był Wydział Sportu i Turystyki Urzędu Miasta Torunia. Poniżej przedstawiono poszczególne zrealizowane zadania.

Program operacyjny 1 – Zamek „Dybów” – proturystyczna kolonia (osada) artystów

Projekt zakładał utworzenie miasteczka – osady artystów, które tworzyłyby zespół ekologicznych domków, chatek z zapleczem warsztatowym, zapleczem do pracy twórczej, w tym dedykowanym dla twórców sztuki wizualnej i multimedialnej, malarzy, muzyków, fotografów, rzeźbiarzy czy twórców performance. Główną scenę prezentacji tworzyć miał naturalny amfiteatr Zamku „Dybów”.

Brak zadań zrealizowanych w ramach programu.

Program operacyjny 2 – Toruń atrakcyjny nocą

Program zakładał podniesienie atrakcyjności Torunia w porze wieczorowo-nocnej, wydłużenie pobytów turystycznych i zatrzymanie w mieście turystów na nocleg.

W ramach programu zrealizowane zostały następujące zadania:

- Nocne zwiedzanie Fortu IV w dniach 23-25 kwietnia 2011 r.,



- Toruńskie Noce w Muzeum w dniach 16 kwietnia, 14 maja, 25 czerwca oraz 10 września 2011 r.,
- Nocna panorama Torunia i fontanna Cosmopolis – widowiska „woda-światło-dźwięk”,
- Nocne zwiedzanie Torunia z przewodnikiem,
- Nocne rejsy statkiem po Wiśle,
- Nocne zwiedzanie panoramy Torunia.

Program operacyjny 3 – Festiwalowy Toruń

Program koncentruje się na działaniach zmierzających do uczynienia z Torunia silnego ośrodka kultury współczesnej, miasta spektakularnych wystaw, przedsięwzięć sztuki wizualnej, festiwali muzycznych i teatralnych.

W 2011 r. miasto Toruń zrealizowało następującą ofertę w ramach programu:

1. Kulturalne Lato 2011

Była to już ósma edycja wydarzenia, obejmująca festiwale muzyczne, filmowe, imprezy plenerowe, wernisaże, warsztaty, wystawy, spektakle, koncerty. Imprezy odbywały się m.in. na Rynku Staromiejskim, w toruńskich kościołach, m.in. MB Zwycięskiej, Wniebowzięcia NMP, Akademickim pw. Duchy Św., katedrze św. Janów; Dworze Artusa, Ratuszu Staromiejskim, Zamku Krzyżackim, Teatrze Baj Pomorski, toruńskich klubach, Motoarenie, Forcie IV, Galerii Copernicus, Muzeum Okręgowym, Muzeum Etnograficznym, Centrum Sztuki Współczesnej „Znaki Czasu”, Galerii Sztuki Wozownia, Domu Muz czy Domu Harcerza,. Do najważniejszych z nich zaliczyć należy:

- XXVI Świętojański Festiwal Organowy (czerwiec);
- Święto Muzyki (21 czerwca);
- Dni Torunia i Święto Miasta (czerwiec);
- Koncert Roda Stewarta (11 czerwca);
- Piernikowa Aleja Gwiazd (24 czerwca);
- III Toruńska Noc Muzealna (25 czerwca);
- II Turniej Miast Kopernikańskich;
- 9. Międzynarodowy Festiwal Filmowy Tofifest (25 czerwca – 1 lipca);
- XV Międzynarodowy Festiwal „Europa-Toruń. Muzyka i Architektura” (25 czerwca – 27 sierpnia);
- 5. Artus Jazz Festival (2 lipca – 12 sierpnia);
- Zamkowe spotkania z historią (lipiec-sierpień);
- Lato z Flisakiem (lipiec);
- II Festiwal Głos Afryki (16 lipca);



- Festiwal Piosenki i Ballady Filmowej (4-6 sierpnia);
- Międzynarodowy Festiwal Światła Skyway (9-13 sierpnia);
- Międzynarodowy Festiwal Harmonijki Ustnej Harmonica Bridge – Toruń 2011 (25-28 sierpnia).

2. Koncert Roda Stewarta

W koncercie, który odbył się 16 czerwca 2011 r. na toruńskiej Motoarenie, uczestniczyło ponad 16 tys. widzów.

3. Prezydencja Polski w Unii Europejskiej

Podczas przewodnictwa Polski w Radzie UE (VII-XII 2011r.) w Toruniu odbywało się szereg imprez pod patronatem prezydencji, m.in. Puchar Europy w Wielobojach, Speedway Grand Prix of Poland, Europejski Dzień Języków, Dizajn Dialogu, Spotkanie Polskich Miast-Orędowników Pokoju, IX Półmaraton św. Mikołajów, obóz „Młodzież dla Pokoju”, Artus Jazz Festival.

Program operacyjny 4 – Zamek Krzyżacki – żywa atrakcja Torunia

Program zakładał uczynienie z Zamku Krzyżackiego miejsca istotnej, żywej atrakcji turystycznej, obowiązkowego punktu programu turystyczno-pobyтового w Toruniu, w tym w porze wieczorno-nocnej.

Wdrażanie programu operacyjnego objęło organizację następujących wydarzeń:

- Rock-opera „Krzyżacy” – w ramach cyklu wydarzeń odbywających się pod hasłem „Toruń miastem pokoju” (16.05.2011 r.);
- IV Ogólnopolski Przegląd Piosenki Poetyckiej i Wędrownej „Lochowisko” (19.11.2011 r.);
- Impreza o charakterze historyczno-edukacyjnym „Dwa oblicza Torunia” (20.08.2011 r.);
- IV Toruńskie Medievalia z galą profesjonalnych walk rycerskich (17.09.2011 r.).

Ponadto stała oferta Centrum Kultury Zamek Krzyżacki obejmuje:

- Spektakl „Komturia”;
- Pokazy bicia monet;
- Zwiedzanie z pochodniami;
- Pokaz walk rycerskich z lekcją zamkową;
- Strzelanie z łuku.



Program operacyjny 5 – Centrum Nowoczesności – Młyn Wiedzy

Program zakłada powstanie obiektu wielofunkcyjnego interaktywnego muzeum, żywego laboratorium i eksperymentatorium, w którym prezentacje naukowe i edukacja będą prowadzone w połączeniu z zabawą, przekazywaniem wiedzy, w tym najnowszych osiągnięć nauki, w sposób atrakcyjny dla odbiorcy.

Projekt Centrum Nowoczesności uzyskał dofinansowanie ze środków Unii Europejskiej w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego 2007-2013. Zakłada przeprowadzenie kompleksowej renowacji i adaptacji do nowych funkcji budynku dawnych silosów zbożowych i młyna żytniego, wchodzącego w skład kompleksu Młynów Toruńskich przy ul. Kościuszki, Łokietka i Dworcowej. W ramach rewitalizacji zdegradowanego obiektu przemysłowego powstanie nowoczesne centrum nauki z funkcją interaktywnej edukacji. Obiekt ma zostać udostępniony zwiedzającym w połowie 2013 r.

21 kwietnia 2012 r. odbyła się pierwsza z wystaw organizowanych przez Centrum Nowoczesności – Młyn Wiedzy (jeszcze poza miejscem docelowym). Podczas 12 Toruńskiego Festiwalu Nauki i Sztuki zorganizowano w Centrum Sztuki Współczesnej wystawę interaktywną oraz warsztaty pt. „Woda”.

Program operacyjny 6 – Gastronomia toruńska z charakterem

Założeniem programu jest rozwój i promocja oferty gastronomicznej Torunia, ze szczególnym nastawieniem na ofertę slow-food. W ramach programu zorganizowano konkurs „Markowy Lokal Torunia”, którego celem jest promocja najlepiej ocenianych przez klientów i najlepiej zarządzanych lokali gastronomicznych w Toruniu. Nagrodą dla laureatów jest przyznanie certyfikatu gwarantowanego przez Urząd Miasta Torunia w postaci tytułu „Markowy Lokal Torunia”, poświadczonego dyplomem i plakietą wręczaną przez prezydenta miasta. Tytuł przyznawany jest na jeden rok.

Program operacyjny 7 – Ochrona dziedzictwa kulturowego Starego i Nowego Miasta – estetyczne i funkcjonalne zabytkowe centrum miasta

Program skupia się na działaniach zmierzających do rewitalizacji i podniesienia estetyki Starego i Nowego Miasta oraz zwiększenia funkcjonalności przestrzeni miejskich powiązanych z historycznym centrum miasta.

Realizacja programu przebiega głównie w oparciu o projekty współfinansowane ze środków Unii Europejskiej.

W 2011 r. zakończyła się realizacja projektu „Toruń – Hanza nad Wisłą”, którego istotą była kompleksowa modernizacja i konserwacja obiektów użyteczności publicznej, mających duże znaczenie dla rozwoju turystyki. Zakres realizacji projektu obejmował: modernizację Ratusza Staromiejskiego, zagospodarowanie przestrzeni publicznej ul. Szerokiej i Królowej Jadwigi jako osi łączącej Stare i Nowe Miasto, modernizację kompleksu budynków Domu Eskenów oraz wykonanie prezentacji 3D Torunia średniowiecznego, konserwację, rewitalizację



i zagospodarowanie turystycznego Zamku Krzyżackiego z uwzględnieniem możliwości organizacji pokazów spektaklu „światło i dźwięk” dotyczących historii zakonu krzyżackiego, montaż na Rynku Nowomiejskim figury Przekupki oraz na skrzyżowaniu ulic Królowej Jadwigi i Małe Garbary rzeźby Piernikarki Toruńskiej. W ramach projektu powstały panele informacyjno-promocyjne oraz nowe stoiska kwiatowe, zlokalizowane w okolicy Ratusza Staromiejskiego.

W 2010 r. podpisana została umowa o dofinansowanie kolejnego projektu pn.: „Toruńska Starówka – ochrona i konserwacja dziedzictwa kulturowego UNESCO”. Celem projektu są prace konserwatorskie, remontowe i adaptacyjne na wybranych obiektach zabytkowych zespołu staromiejskiego – obszaru wpisanego na Listę Światowego Dziedzictwa Kulturowego i Naturalnego UNESCO. Realizacja tak szerokiego zakresu działań ma doprowadzić do poprawy stanu zachowania zabytkowej architektury, właściwego użytkowania poprzez poprawną adaptację oraz skuteczniejszą ochronę oryginalnej substancji zabytkowej o znaczeniu ogólnopolskim i europejskim oraz do wzrostu atrakcyjności Torunia pod względem kulturalnym, artystycznym, historycznym i turystycznym dla mieszkańców, zwiedzających i inwestorów. Przedsięwzięcie realizowane jest w partnerstwie 7 podmiotów. Jego zakończenie planowane jest w połowie 2014 r.

Ponadto w ramach programu operacyjnego wykonana została dotykowa makieta toruńskiej starówki dla osób niewidomych i niedowidzących. Makieta umożliwia poznanie wyjątkowej architektury Starego i Nowego Miasta osobom, które do tej pory nie miały na to szans.

Program operacyjny 8 – Poszerzenie strefy turystycznej

Program opiera się na założeniu, że rozwój turystyki w Toruniu wiąże się z koniecznością zagospodarowania pod funkcje turystyczne przestrzenie miasta poza zabytkowym centrum. Wskazuje na konieczność wypromowania w Toruniu innych ciekawych miejsc, które również mogą stanowić niezwykłą atrakcję dla turystów.

Realizacja priorytetu w dużej mierze opiera się na projektach współfinansowanych ze środków Unii Europejskiej. Do tej pory trzy projekty w ramach priorytetu pomyślnie przeszły procedurę pozyskania dofinansowania:

1. Projekt „Zagospodarowanie parku na Bydgoskim Przedmieściu”, który obejmuje m.in.:
 - Budowę amfiteatru;
 - Rozbudowę oświetlenia parkowego wzdłuż alejek;
 - Zagospodarowanie terenu na miejsca postojowe podczas imprez masowych;
 - Urządzenie boiska sportowego;
 - Remont i doposażenie alejek wraz z dostosowaniem ich do potrzeb osób niepełnosprawnych.
2. Projekt „Zielony Pomost”, w ramach którego planuje się:



- Opracowanie projektu, budowę i oznakowanie tarasu widokowego na Kępie Bazarowej wraz z sezonowym zapleczem i małą architekturą;
 - Budowę drewnianej platformy widokowej na Bulwarze Filadelfijskim na wysokości wylotu ulicy Mostowej jako elementu zagospodarowania tej przestrzeni oraz iluminację przebiegu starego, XIV-wiecznego mostu przez Wisłę;
 - Budowę informatycznego, trójwymiarowego modelu zespołu staromiejskiego wraz z otuliną, ze szczególnym uwzględnieniem obszaru chronionego Kępy Bazarowej.
3. Projekt rozbudowy, przebudowy i remontu campingu Tramp, w którego zakres wchodzi:
- Przebudowa i rozbudowa istniejącego budynku hotelowo-gastronomicznego o nowe pokoje i sale;
 - Remont istniejących domków campingowych;
 - Budowa boiska wielofunkcyjnego z nawierzchnią poliuretanową;
 - Przebudowa i modernizacja istniejącej kawiarni turystycznej.

Istotna dla realizacji priorytetu jest również działalność Motoareny, jednego z najbardziej znanych obiektów sportowych w mieście. Toruńska arena żużlowa to jeden z najnowocześniejszych tego typu obiektów na świecie. Imprezy odbywające się na Motoarenie rokrocznie przyciągają do Torunia wielu gości. W 2011 r. odbyły się tu następujące wydarzenia:

- Zawody Speedway Grand Prix (27.08.2011 r.);
- Koncert Roda Stewarta (16.06.2011 r.);
- Akcja „Motoserce” (16.04.2011 r.);
- Mistrzostwa Polski w Duathlonie (08.10.2011 r.);
- Arena Summer Dance (22.06.2011 r.);
- Finał maratonów MTB (24.09.2011 r.);
- Finał Międzynarodowych Motorowych Mistrzostw Służb Mundurowych Polskiego Związku Motorowego „Uniform-Motor-Rally” (17-18.09.2011 r.);
- Otwarte Rajdowe Mistrzostwa Torunia (impreza odbywająca się w kilku rundach przez cały rok);
- Enea Mecz Polska – Reszta Świata (16.10.2011 r.).

Na rzecz rozwoju turystyki w Toruniu działa także Oddział Miejski PTTK im. M. Sydowa, który od wielu lat zabiega o zatrzymanie turystów w mieście na dłuższy pobyt. Działania Oddziału są nakierowane na popularyzowanie i propagowanie walorów turystyczno-krajoznawczych miasta, mają na celu



rozszerzenie ruchu turystycznego poza Stare Miasto na inne atrakcyjne dzielnice oraz okolice Torunia, a przy tym uzupełniają przygotowaną ofertę turystyczną. Prace Oddziału koncentrują się przede wszystkim na:

- administrowaniu i utrzymaniu dwóch sieci turystycznych szlaków: 6 pieszych oraz 8 rowerowych, wyznaczonych w mieście i najbliższej okolicy Torunia,
- administrowaniu i utrzymaniu odcinków: Europejskiego Szlaku Kulturowego św. Jakuba na trasie: Ława – Brodnica – Toruń – Gniewkowo – Kruszwica – Strzelno – Trzemeszno oraz międzynarodowego szlaku pieszego E-11 (Holandia – Niemcy – Polska – Litwa – Łotwa),
- organizacji imprez i wycieczek (około 120–130) turystyki kwalifikowanej dla dzieci i młodzieży szkolnej, upowszechniających walory turystyczno-krajoznawcze Torunia i okolic,
- przygotowaniu własnego systemu odznak krajoznawczych, promujących Toruń i jego walory krajoznawczo-turystyczne np. Kujawsko-Pomorska Odznaka św. Jakuba, „Miłośnik Twierdzy Toruń” oraz Kujawsko-Pomorska Odznaka Krajoznawcza,
- tworzeniu i doskonaleniu jedno i wielodniowej turystycznej oferty przyjazdowo-pobytovej, dla turystów indywidualnych i grupowych,
- działalności wydawniczej, w ramach której realizowane są trzy serie folderów: roślinność Torunia, Twierdza Toruń oraz opisy poszczególnych szlaków turystycznych pieszych i rowerowych Torunia i najbliższych okolic – popularyzujące walory historyczne, krajoznawcze, przyrodnicze i turystyczne.

Program operacyjny 9 – Silny wizerunek – silna marka

Założeniem programu jest programowanie skutecznych działań promocyjnych, w szczególności ich koordynacja i konsolidacja mająca za zadanie podniesienie ich efektywności. W ramach programu prowadzone były różnorodne akcje promocyjne, wystawiane stoiska na targach turystycznych, organizowane imprezy itp. Do najważniejszych działań w 2011 r. należy zaliczyć:

1. Udział w „Ciclovía AmberOne – Pikniku Mobilności Aktywnej” na odcinku Lisewo – Nowe Marzy (25.09.2011 r.), podczas którego zamknięto kilkadziesiąt kilometrów autostrady w celu jej udostępnienia miłośnikom uprawiania wszelkich możliwych form mobilności aktywnej, takich jak: jazda na rowerze, rolnach, nordic-walking i spacerów. Sercem imprezy było usytuowanie na autostradzie Miasteczka Promocji Regionów, w którym swoją ofertę prezentował również Toruń. Specjalną atrakcją przygotowaną przez Gminę Miasta Toruń było nieodpłatne szkolenie nordic walking.
2. Udział w targach turystycznych w:
 - Oslo (13-16.01.2011r.);



- Berlinie (9-13.03.2011r.);
 - Goteborgu (24-27.03.2011r.);
 - Londynie (10-11.09.2011r.);
 - Guilin (16-18.09.2011r.);
 - Warszawie (22-24.09.2011r.);
 - Poznaniu (19-22.10.2011r.).
3. Przeprowadzenie akcji promocyjnej „Wycieczka do Torunia – to się opłaca”, której celem jest zachęcenie grup szkolnych do odwiedzenia Torunia także w miesiącach dotychczas mniej popularnych wśród organizatorów wycieczek, poprzez oferowanie w określonym czasie usług turystycznych w specjalnych cenach.
 4. Organizacja w Toruniu Turnieju Miast Kopernikańskich i Partnerskich – w 2011 r. miała miejsce druga edycja tego wydarzenia, w którym wzięły udział cztery miasta: Elbląg, Frombork, Olsztyn i Toruń. Zawodnicy rywalizowali w dziewięciu konkurencjach: regatach żeglarskich, zerwiłowie kapuścianej, karate po toruńsku, rzucie kapeluszem kowbojskim do celu, wyścigu narciarskim, jedzeniu na czas pierników i ryb oraz ścinaniu cebuli. Miasta uczestniczące w II Turnieju Miast Kopernikańskich i Partnerskich wystawiły również swoje stoiska promocyjne, na których można było skosztować regionalnych specjalów, otrzymać upominki czy zasięgnąć informacji o miastach.
 5. Organizacja inauguracji sezonu turystycznego w Toruniu – 7 maja 2011 r. na Rynku Nowomiejskim powstało turystyczne miasteczko z ponad 40 stoiskami przygotowanymi przez samorządy lokalne z całego regionu.
 6. Organizacja Targów Turystycznych „Wypoczynek”, które odbyły się w dniach 5-6 marca 2011 r. w Centrum Targowym „Park”. W imprezie wzięło udział 40 wystawców z całej Polski oraz ok. 3 tys. zwiedzających.
 7. Promocja w mediach – w 2011 r. powstało wiele artykułów i programów dotyczących Torunia, przede wszystkim w związku z dużymi imprezami kulturalnymi i sportowymi. Informacje o Toruniu pojawiły się m.in. w: TVN, TVN Turbo, TVN 24, TVP, TVP Kultura, TVP Sport, TVP Bydgoszcz, Polsat, Polsat Cafe, Polsat 2, Onet.pl, WP.pl, Interia.pl, KulturaOnline.pl, dziennik.pl, rp.pl, Przekroju, Wprost, Wiadomościach Turystycznych, Welcome to Toruń & Kujawsko-Pomorskie.

Program operacyjny 10 – Profesjonalne zarządzanie turystyką

Program zakładał przygotowanie struktury organizacyjnej zarządzania turystyką w Toruniu. Jego głównym zadaniem było wsparcie starań miasta w ubieganiu się o tytuł Europejskiej Stolicy Kultury (zadanie to ostatecznie się nie powiodło). W ramach programu w listopadzie 2011 r. Toruń Convention Bureau Copernicus było gospodarzem Gali Ambasadorów Kongresów Polskich, niezwykle prestiżowego dla świata nauki i turystyki biznesowej przedsięwzięcia.



Program operacyjny 11 – Toruń przyjazny turystom

Celem programu jest przygotowanie mieszkańców i miasta do roli przyjmującego gości gospodarza oraz stworzenie platformy wzajemnych interakcji mieszkańców i turystów odwiedzających miasto. W ramach programu organizowane były różnorodne imprezy i akcje promocyjne, m.in.:

1. Święta ulic:
 - 5 czerwca – Most Pauliński;
 - 18 czerwca – Szeroka i Królowej Jadwigi;
 - 23 lipca – św. Jakuba;
 - 27-28 sierpnia – ul. Podmurna;
 - 11 września – Pod Krzywą Wieżą;
 - 17 września – Przedzamcze.
2. Akcja „Toruń za pół ceny” przeprowadzona została w dniach 23-25 września 2011 r. Wzięło w niej udział 65 podmiotów (hotele, lokali gastronomicznych, instytucji kultury itp.).



3. ANALIZA TRENDÓW W TURYSTYCE

3.1. Najważniejsze trendy we współczesnej turystyce

Turystyka została uznana na arenie międzynarodowej za jeden z najszybciej rozwijających się sektorów i jedną z nielicznych dziedzin, w której wzrost wpływów przekłada się na realne tworzenie miejsc pracy. Jest jednocześnie potężnym instrumentem polityki regionalnej, przyczyniającym się do wyrównywania różnic społeczno-ekonomicznych. Turystyka pozwala przełamywać stereotypy, wzbogacać wiedzę, rozwijać się intelektualnie. Jest doskonałą podstawą do aktywizacji społeczeństw lokalnych i rozwoju regionów.

Rozwój turystyki zależy zarówno od czynników społecznych, jak i technologicznych. Wraz z bogaceniem się społeczeństw rośnie popyt na produkty turystyczne. Również rozwój ekonomiczno-społeczny, istnienie międzynarodowych powiązań gospodarczych, globalnej konkurencji i globalnych rynków wymuszają na ludziach potrzebę podróżowania w celach służbowych.

Wraz z postępującym procesem globalizacji, rozwojem technologii komunikacyjnych oraz coraz większą dostępnością szybkich sposobów przemieszczania się podróżowanie przestaje być rozrywką dla wybranych, nie wiąże się również z koniecznością powierzenia organizacji podróży podmiotom wyspecjalizowanym. Współczesny turysta posiada możliwość samodzielnego wyboru miejsca podróży, zorganizowania sobie transportu i pobytu. Popularyzacja i spadek cen transportu lotniczego wymuszony przez rosnącą konkurencję sprawia, że nawet najbardziej odległe miejsca stają się dostępne dla coraz szerszej grupy odbiorców. Osoby podróżujące zyskują coraz większą decyzyjność i dowolność w wyborze destynacji turystycznych, długości pobytu, odwiedzanych miejsc czy sposobów spędzenia wolnego czasu. Pozwala to na realizację indywidualnych pasji i zainteresowań. Indywidualizacja procesów podróżowania sprawia, że powoli wyczerpuje się tradycyjna formuła wycieczek i pobytów organizowanych przez biura podróży, których oferta w związku z tym musi być coraz bardziej elastyczna. Równocześnie nadal istnieje duża grupa odbiorców preferujących wyjazdy zorganizowane przez podmioty zewnętrzne, zdejmujące z nich odpowiedzialność za konieczność zapewnienia sobie pobytu. Odbiorcy ci stają się jednak coraz bardziej wymagający i również nastawieni na zaspokajanie swoich indywidualnych potrzeb. Aby nadążyć za rosnącymi wymaganiami klientów, tradycyjne biura podróży oprócz pobytu oferują katalog wycieczek fakultatywnych, dodatkowych atrakcji itp. Dużą popularnością cieszą się również oferty typu „wypoczynek i zwiedzanie”, łączące możliwość zaznajomienia się z kulturą i dziedzictwem odwiedzanego miejsca i jednocześnie pozwalające na odpoczynek stacjonarny.

Wzrost zamożności oraz rosnąca liczba konkurencyjnych możliwości spędzenia wolnego czasu sprawiają, iż wakacje przestają być dobrem luksusowym. Jednocześnie zauważalna jest tendencja do dzielenia dostępnego urlopu na kilka krótszych wyjazdów, zamiast podejmowanie jednego długiego wypoczynku. Tak więc liczba podróży w przeliczeniu na osobę ciągle wzrasta. Istotnymi elementami wyboru kierunku podróży stają się jakość, autentyczność i różnorodność oferty turystycznej.



Rośnie również moda na turystykę aktywną zawierającą elementy ruchu i podnoszenia sprawności fizycznej, ale także elementy kultury, edukacji, historii itp. Jednocześnie odpoczynek i relaks nadal pozostają bardzo ważną cechą warunkującą wybór miejsca podróży. Popularnością wciąż cieszą się także wyjazdy typu „all inclusive”. Wiąże się to oczywiście, ze wspomnianą wcześniej rosnącą indywidualizacją i chęcią dopasowywania do konkretnych potrzeb sposobu spędzania urlopu.

Ciekawym zjawiskiem jest turystyka ludzi młodych, głównie studentów, których coraz częściej cechuje przedsiębiorczość w zdobywaniu środków na podróż. Popularność wyjazdów typu „work and travel” czy poświęcanie części wakacji w celu zarobienia na późniejszy wyjazd zdają się to potwierdzać. Nowe możliwości (szczególnie ludziom młodym, którzy nie osiągnęli jeszcze pełnej niezależności finansowej) stwarza rozwój sposobów taniego przemieszczania się – tanich przewoźników oraz promocyjnych przejazdów i przelotów oferowanych przez przewoźników tradycyjnych. Znamiennym zjawiskiem są inicjatywy typu „The Hospitality Club” zrzeszające ludzi z całego świata oferujących sobie wzajemnie możliwość np. darmowego noclegu.

Kolejną grupą coraz aktywniej biorącą udział w światowej wymianie turystycznej są ludzie starsi. Ma na to wpływ zarówno rozwój medycyny pozwalający coraz dłużej cieszyć się dobrym zdrowiem i gwarantujący zachowanie sprawności nawet w podeszłym wieku, jak i zmiany mentalne tej grupy wiekowej, nastawionej w coraz większym stopniu na realizowanie się i korzystanie z życia. Stosunkowo duża ilość czasu, którą dysponują osoby kończące swoją aktywność zawodową, czyni z nich atrakcyjnych odbiorców oferty turystycznej. Wzrost udziału w rynku turystycznym osób w wieku 60+ wiąże się jednak z konkretnymi wymaganiami co do jakości, komfortu i bezpieczeństwa podróżowania.

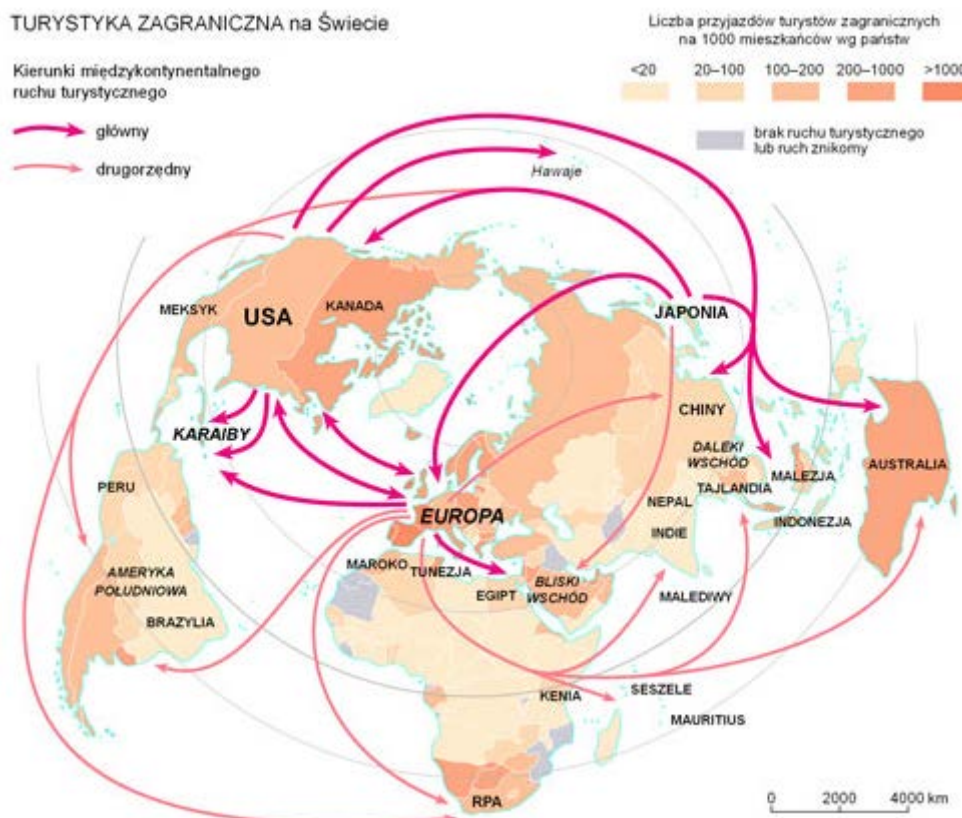
Obserwowanym w ostatnich latach zjawiskiem jest wzrost popytu na produkty dla osób podróżujących pojedynczo, tzw. singli. Rosnąca presja na rozwój i karierę zawodową oraz wzrost indywidualizacji i wychodzenie z utartych wzorców odnoszących się do życia prywatnego sprawiają, że rynek osób samotnych staje się bardzo perspektywiczny. Jednocześnie, istniejąca oferta turystyczna rzadko dopasowana jest do potrzeb tej grupy turystów.

Opisane powyżej zjawiska są jedynie tymi najbardziej charakterystycznymi i nie wyczerpują spisu zjawisk występujących na światowym rynku turystycznym, pozwalają jednak na dostrzeżenie ogólnej tendencji koniecznego zapewnienia coraz bardziej różnorodnej oferty turystycznej, przy jednoczesnej jej specjalizacji i nastawieniu na konkretne, świadome swoich oczekiwań grupy odbiorców.

3.2. Światowy i europejski rynek turystyczny

Liczba międzynarodowych przejazdów turystycznych wyniosła w 2010 r. 940 mln, co stanowiło wzrost o 6,6% (58 mln) w stosunku do roku 2009. W podróż zagraniczną wybrało się o 23 mln więcej osób niż w przedkryzysowym 2008 r.

Rysunek 1. Główne i drugorzędne kierunki ruchu turystycznego na świecie.



Źródło: <http://www.wiking.edu.pl>

Najchętniej odwiedzanym regionem świata pozostała Europa, choć ogólny wzrost liczby przyjazdów do Europy był na tle pozostałych części świata niewielki (3,3%). Największy wzrost liczby przyjazdów na kontynencie europejskim zanotowały kraje Europy Środkowej i Wschodniej (5,3%). Najmniej liczba turystów wzrosła w krajach Europy Północnej.

Najintensywniejszy wzrost turystyki przyjazdowej w 2010 r. nastąpił w regionie Azji i Pacyfiku, wyniósł w sumie 12,7%. Natomiast subregionami cieszącymi się największym wzrostem zainteresowania były Bliski Wschód oraz Ameryka Południowa.

Tabela 1. Przyjazdy turystów zagranicznych na świecie wg regionów w latach 2007-2010.

Wyszczególnienie	2007	2008	2009	2010	Zmiana 10/09
	mln				%
Świat ogółem	898	917	882	940	6,6
Europa	482,9	485,2	461,5	476,7	3,3
Europa Północna	62,6	60,8	57,7	58,5	1,4
Europa Zachodnia	153,9	153,2	148,6	153,6	3,4



Wyszczególnienie	2007	2008	2009	2010	Zmiana 10/09
Europa Środkowo-Wschodnia	96,6	100,0	90,2	94,9	5,3
Europa Południowa i Śródziemnomorska	169,9	171,2	165,1	169,7	2,8
Azja i Pacyfik	182,0	184,1	180,8	203,8	12,7
Azja Północno-Wschodnia	101,0	100,9	98,0	111,6	13,8
Azja Południowo-Wschodnia	59,7	61,8	62,1	69,6	12,1
Oceania	11,2	11,1	10,9	11,6	6,0
Azja Południowa	10,1	10,3	9,8	11,1	13,3
Ameryki	143,9	147,8	140,6	149,8	6,6
Ameryka Północna	95,3	97,7	92,2	98,2	6,6
Karaiby	19,9	20,1	19,5	20,2	3,3
Ameryka Środkowa	7,8	8,2	7,6	7,9	3,8
Ameryka Południowa	21,0	21,8	21,3	23,5	10,4
Afryka	43,2	44,4	46,0	49,2	6,9
Afryka Północna	16,3	17,1	17,6	18,7	6,2
Afryka Subsaharyjska	26,9	27,2	28,4	30,5	7,3
Bliski Wschód	45,6	55,2	52,9	60,3	14,1

Źródło: W. Bartoszewicz, T. Skalska „Zagraniczna turystyka przyjazdowa do Polski w 2010 r.”, Instytut Turystyki Sp. z o.o., Warszawa 2011, s. 27.

Wpływy z turystyki międzynarodowej na świecie sięgnęły w 2010 r. 919 mld dolarów (693 mld euro), w porównaniu z 851 mld dolarów (610 mld euro) w 2009 r. W ujęciu realnym (po korekcie wahań kursu walutowego i inflacji) wpływy z turystyki międzynarodowej wzrosły o 4,7%. Wzrost wpływów pozostawał więc w tyle za wzrostem liczby międzynarodowych przyjazdów.

Wszystkie regiony, z wyjątkiem Europy, zanotowały wzrost wpływów z turystyki w ujęciu realnym. Największy wzrost osiągnął Bliski Wschód (14%) oraz kraje Azji i Pacyfiku (13%). W regionie Ameryk wzrost ten wyniósł 5%. Europa, pomimo spadku o 0,4% globalnych wpływów, nadal pozostawała ich największym udziałowcem. Na region ten przypadało aż 44% globalnych wpływów z turystyki międzynarodowej.

Wstępne dane Światowej Organizacji Turystyki (UNWTO) dla 2011 r. wskazują na kontynuację tendencji zwykłych z 2010 r. Liczba międzynarodowych przyjazdów turystycznych wzrosła w tym okresie o ok. 5% i to pomimo niepokojów w Afryce Północnej, a co za tym idzie załamania w turystyce na Bliskim Wschodzie oraz klęsk żywiołowych w Japonii. W tempie wzrostu przodują Azja i Pacyfik oraz Europa, zwłaszcza Środkowo-Wschodnia¹.

Krajem przyjmującym najwięcej turystów zarówno w Europie, jak i na świecie pozostaje Francja. Kolejną pozycję zajmują Stany Zjednoczone. Następna w rankingu popularności jest Hiszpania. Polska na liście najczęściej odwiedzanych krajów na świecie oscyluje w okolicach 20 miejsca.

¹ W. Bartoszewicz, T. Skalska, „Zagraniczna turystyka przyjazdowa do Polski w 2010 roku”, Instytut Turystyki Sp. z o.o., Warszawa 2011, s. 28.

3.3. Polski rynek turystyczny

3.3.1. Turystyka przyjazdowa do Polski

Wg danych Instytutu Turystyki, w 2010 r. granice Polski przekroczyło około 58,3 mln cudzoziemców, a więc o ok. 8,4% więcej niż w 2009 r. Największy wzrost przyjazdów nastąpił z następujących kierunków:

- sąsiedzi ze wschodu (Ukraina, Białoruś i Rosja) – o 31%,
- nowe kraje członkowskie UE (zwłaszcza Słowacja i Rumunia) – o 12%,
- ważne kraje zamorskie (Stany Zjednoczone, Australia, Kanada, Korea Płd. i Japonia) – o 21%².

Liczba przyjazdów z krajów „starej Unii” znacząco się nie zmieniła, zmienił się jedynie proporcjonalny udział turystów z poszczególnych krajów w strukturze ruchu przyjazdowego.

W odniesieniu do przyjazdów turystycznych, to w 2010 r. zarejestrowano ich ok. 12,5 mln, czyli o 4,9% więcej niż w 2009 r. Liczba turystów z Unii Europejskiej w skali całego roku wzrosła o ok. 2%. Ruch przyjazdowy sąsiadów spoza strefy Schengen wzrósł o blisko 10%. Zauważalny był zwłaszcza znaczący wzrost liczby turystów

z Rosji, których w stosunku do 2009 r. przyjechało do Polski o 25% więcej. Podobne tendencje odnotowano również w stosunku do przyjazdów turystów z krajów pozaeuropejskich.

Tabela 2. Przyjazdy turystów do Polski w latach 2009-2010. (w tys.)

Wyszczególnienie	2009	2010	Zmiana (%)
Ogółem	11 890	12 470	4,9
27 krajów Unii Europejskiej	8 345	8 500	1,9
Stara UE	6 750	6 875	1,9
Niemcy	4 560	4 520	-1
Wielka Brytania	450	485	8
Holandia	300	335	12
Austria	280	310	11
Włochy	245	265	8
Francja	215	225	5
Szwecja	155	150	-3
Dania	100	90	-10
Belgia	85	100	18
Hiszpania	110	125	14
Irlandia	65	60	-8
Finlandia	75	90	20
Portugalia	70	75	7
Grecja	40	35	-13
Luksemburg	0	10	-

² *Ibidem*, s. 35.

Wyszczególnienie	2009	2010	Zmiana (%)
Nowa UE	1 595	1 625	1,9
Republika Czeska	175	175	0
Słowacja	85	95	12
Litwa	620	620	0
Łotwa	230	270	17
Węgry	200	195	-3
Estonia	115	90	-22
Rumunia	75	90	20
Bułgaria	75	70	-7
Słowenia	20	20	0
Cypr	0	0	-
Malta	0	0	-
Sąsiedzi spoza Schengen	2 480	2 720	9,7
Ukraina	1 295	1 350	4
Białoruś	865	970	12
Rosja	320	400	25
Ważne zamorskie	390	460	17,9
USA	215	240	12
Kanada	68	75	10
Republika Korei	35	35	0
Japonia	35	55	57
Australia	37	55	49
Inne	675	790	17
Norwegia	115	120	4
Szwajcaria	60	60	0
Izrael	75	70	-7
Turcja	55	70	27
Pozostałe	370	470	27

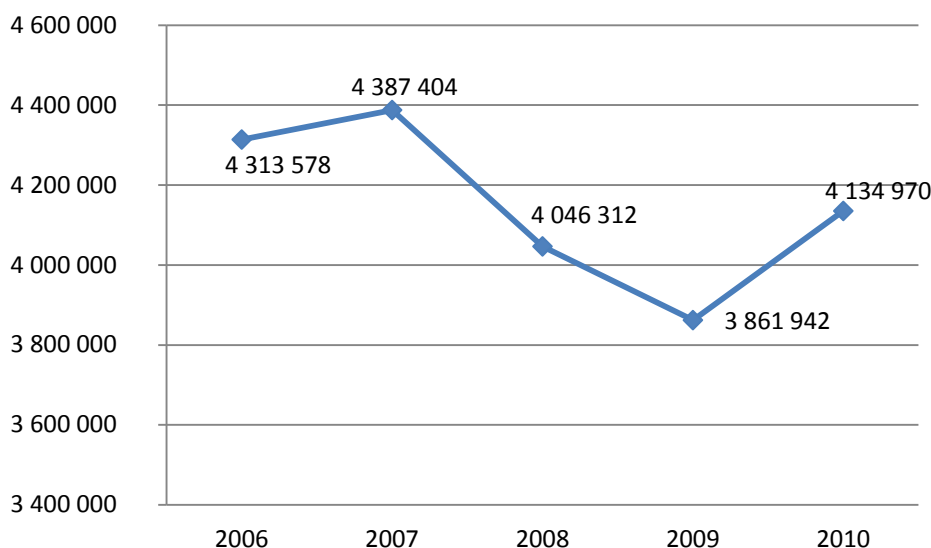
Źródło: W. Bartoszewicz, T. Skalska, op. cit., s. 36.

W strukturze przyjazdowej dominowali turyści z krajów Unii Europejskiej, którzy w 2010 r. stanowili aż 68% ogółu turystów odwiedzających Polskę. Znacznie większą popularnością cieszyła się ona wśród obywateli państw tzw. starej UE, którzy stanowili aż 55% odwiedzających nasz kraj. Podobny wskaźnik dla obywateli państw „nowej UE” wyniósł 13%. Najchętniej nasz kraj odwiedzany był przez turystów z Niemiec. Znaczący był również udział turystów z Ukrainy, Białorusi i Wielkiej Brytanii.

Największy wzrost zainteresowania naszym krajem nastąpił wśród turystów z Japonii, których w 2010 r. przyjechało o 57% więcej niż w roku 2009 oraz turystów z Australii, dla których wskaźnik ten wyniósł 47%.

Powyższe dane dotyczą wszystkich turystów, również jednodniowych, bez względu na cel ich podróży czy miejsce, gdzie nocowali, i oparte zostały o szacunki Instytutu Turystyki. W tym kontekście warto również przeanalizować dane GUS pochodzące z rejestrowanej bazy noclegowej.

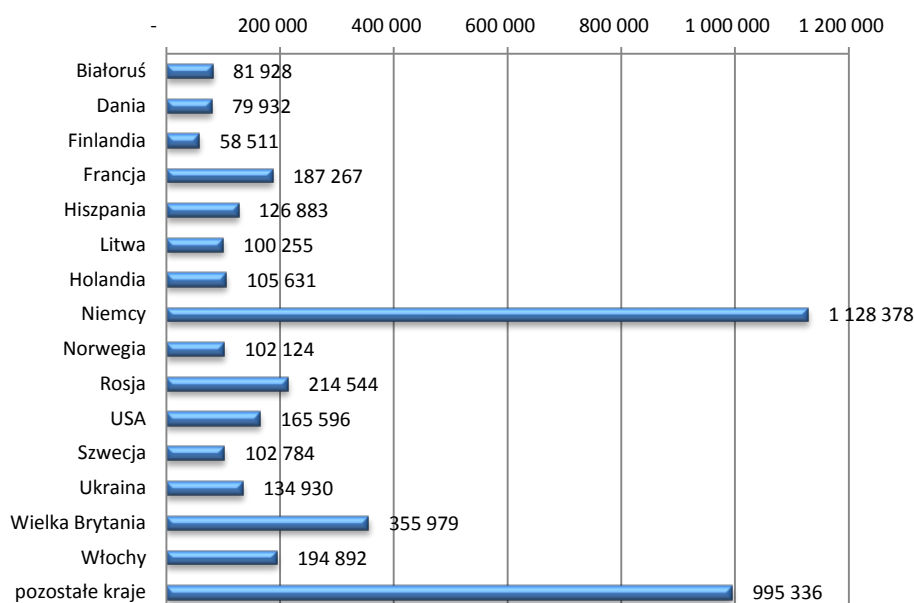
Wykres 1. Turyści zagraniczni korzystający z noclegów w latach 2006-2010.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Wg danych Głównego Urzędu Statystycznego w 2010 r., z noclegów w Polsce skorzystało ponad 4,1 mln turystów zagranicznych, co przełożyło się na blisko 7% wzrost w stosunku do roku 2009 r. Jednak po gwałtownym załamaniu na rynku turystycznym z lat 2008-2009, które było wynikiem światowego kryzysu ekonomicznego, liczba turystów zagranicznych nie wróciła jeszcze do poziomu z 2007 r., który był najlepszy dla polskiej turystyki pod względem odwiedzin naszego kraju przez turystów zagranicznych w analizowanym okresie.

Wykres 2. Turyści zagraniczni korzystający z bazy noclegowej w Polsce w 2010 r. wg kraju pochodzenia.

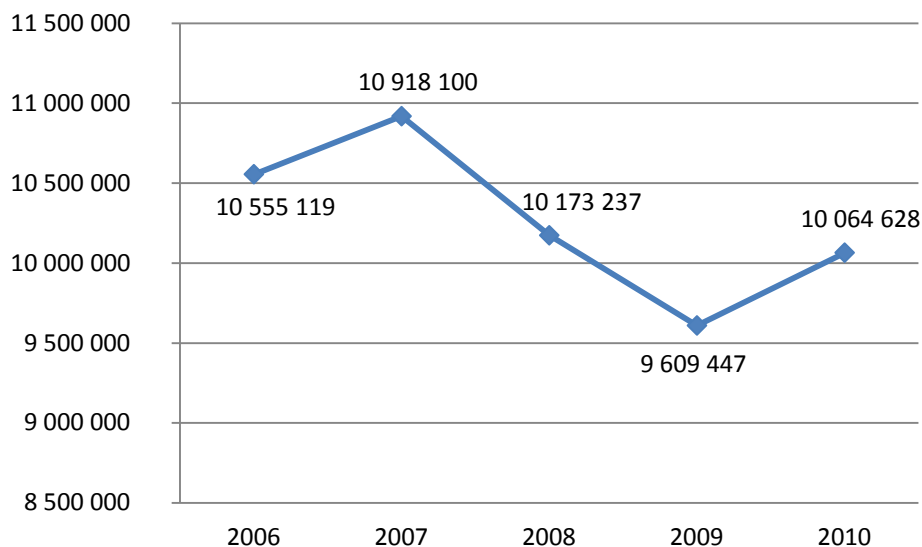


Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS.

W 2010 r., podobnie jak w latach poprzednich, z największej liczby noclegów skorzystali turyści z Niemiec – 1 128 378, którzy stanowili aż 27% ogółu turystów zagranicznych korzystających z noclegów w Polsce.

Wg danych GUS, w 2010 r. obiekty zbiorowego zakwaterowania udzieliły turystom zagranicznym ponad 10 mln noclegów. Oznacza to, że statystyczny turysta zatrzymał się w Polsce na ok. 2,5 noclegu. Wartość ta ulegała jedynie nieznacznym wahaniom w całym analizowanym okresie.

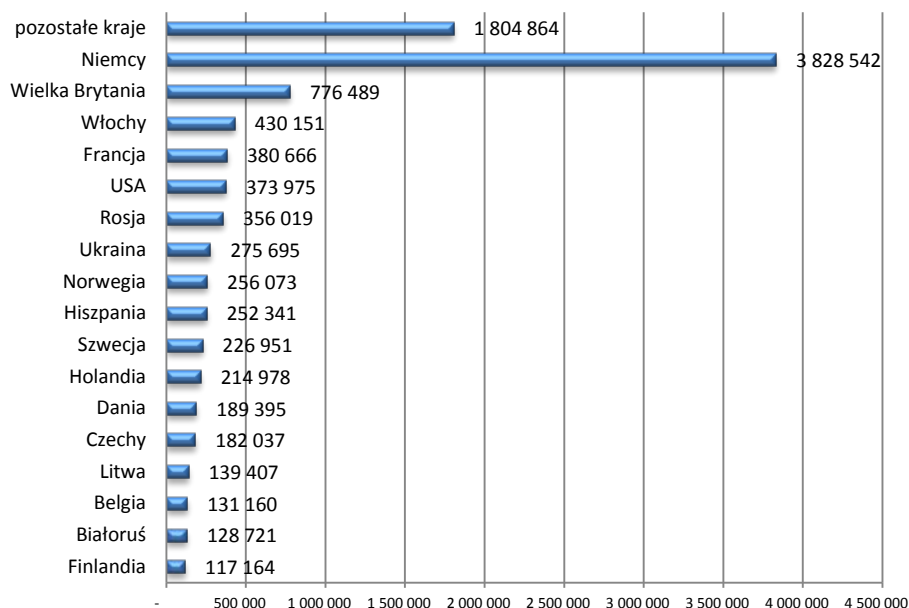
Wykres 3. Noclegi udzielone turystom zagranicznym w Polsce w latach 2006-2010.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS.

W 2010 r. zaobserwować można odwrócenie negatywnej tendencji spadkowej w liczbie udzielonych noclegów, która rozpoczęła się w 2008 r., a jej kulminacja nastąpiła w 2009 r. i była wynikiem spadku liczby turystów z zagranicy odwiedzających Polskę.

Wykres 4. Liczba noclegów udzielonych turystom zagranicznym w Polsce w 2010 r. wg krajów pochodzenia.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Z największej liczby noclegów w naszym kraju skorzystali turyści z Niemiec. Aż 38% noclegów udzielonych zostało naszym sąsiadom zza zachodniej granicy i jest to wartość znacznie przekraczająca udział niemieckich turystów w ogóle przyjazdów cudzoziemców do Polski. Wiąże się to z wyższą od średniej liczbą noclegów udzielonych statystycznemu turyście, która w przypadku Niemców kształtowała się na poziomie 3,4. Znamiennym pozostaje, że liczba turystów niemieckich w 2010 r. nieznacznie spadła w stosunku do 2009 r., ale wzrosła za to liczba udzielanych im noclegów.

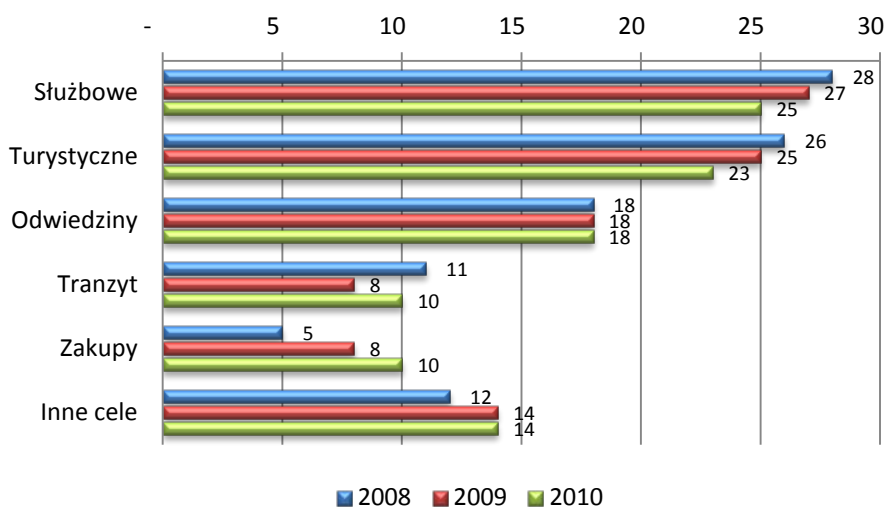
Najdłużej zatrzymywali się w Polsce w 2010 r. turyści z Malty, którzy skorzystali średnio z 3,6 noclegu. Kolejnymi w tej kategorii byli właśnie turyści z Niemiec – 3,4 noclegu. Następni byli turyści z Cypru. Przeciętny turysta z tego kraju skorzystał z ok. 2,7 noclegu w Polsce. Na dłużej zatrzymywali się również obywatele Irlandii i Norwegii. Statystyczny turysta z tych krajów wykorzystał w Polsce 2,5 noclegu.

Najchętniej odwiedzanymi regionami Polski były województwa małopolskie i mazowieckie, gdzie w 2010 r. skorzystało z noclegów odpowiednio: 896 tys. i 895 tys. turystów. Dużą popularnością cieszyły się również województwa dolnośląskie i zachodniopomorskie, gdzie w celach turystycznych zatrzymało się odpowiednio 415 tys. i 378 tys. obcokrajowców³.

W województwie kujawsko-pomorskim z noclegów w 2010 r. skorzystało w sumie 79 tys. zagranicznych turystów, z których blisko 45 tys. zatrzymało się w Toruniu. W skali kraju Toruń był 11. najchętniej odwiedzanym przez obcokrajowców miastem w Polsce.

W strukturze celów pobytu turystów zagranicznych wciąż dominują przyjazdy służbowe i w interesach. W 2010 r. 25% odwiedzających Polskę turystów przyjechało w celach biznesowych. Istotnymi powodami przyjazdów do Polski były również wypoczynek i zwiedzanie oraz odwiedziny u krewnych lub znajomych.

Wykres 5. Cele pobytu turystów zagranicznych w Polsce w latach 2008-2009.



Źródło: Badania Instytutu Turystyki.

³ Dane GUS.

Analizując trendy w motywacjach podróży turystów zagranicznych do Polski z lat 2008-2010, zauważyć można stałą tendencję spadkową, jeżeli chodzi o przyjazdy w celach służbowych i turystycznych. Na stabilnym poziomie pozostają wizyty, których celem są odwiedziny krewnych i znajomych. Rośnie natomiast zainteresowanie Polską jako miejscem zakupów.

Najchętniej w celach wypoczynkowych przyjeżdżają do Polski turyści z Niemiec, aż 34% deklaruje chęć spędzenia wakacji w naszym kraju. Odwiedziny u krewnych i znajomych stanowią powód wizyty dla 33% turystów z głównych krajów zamorskich (USA, Kanady, Australii), którzy również najczęściej obok turystów z pozostałych państw świata odwiedzają Polskę w celach zawodowych. Charakterystykę celów pobytu w Polsce turystów wg regionów pochodzenia przedstawia tabela 3.

Tabela 3. Cele pobytu obcokrajowców w Polsce w 2010 r. (%)

Wyszczególnienie	Niemcy	Stara UE (bez Niemiec)	Nowa UE	Rosja Białoruś Ukraina	Pozostałe kraje Europy	Główne zamorskie	Reszta świata
Służbowe	19	28	27	29	26	29	31
Turystyczne	34	27	11	7	25	21	14
Odwiedziny	18	22	12	15	16	33	3
Tranzyt	8	4	29	7	31	4	28
Zakupy	7	2	7	30	2	1	1
Inne cele	14	17	14	12	10	12	23

Źródło: *Badania Instytutu Turystyki*, <http://www.intur.com.pl>.

Niepokojącym zjawiskiem jest niezbyt wysokie zainteresowanie Polską jako ciekawym miejscem do wypoczynku i zwiedzania wśród turystów z krajów nowej UE, pozostałych krajów europejskich oraz rozpatrywanych odrębnie Rosji, Białorusi i Ukrainy. Turyści z nowej UE oraz pozostałych krajów europejskich odwiedzają Polskę głównie przejazdem, będąc w drodze do innych destynacji, natomiast nasi wschodni sąsiedzi najczęściej przekraczają granicę Polski w celu zrobienia zakupów.

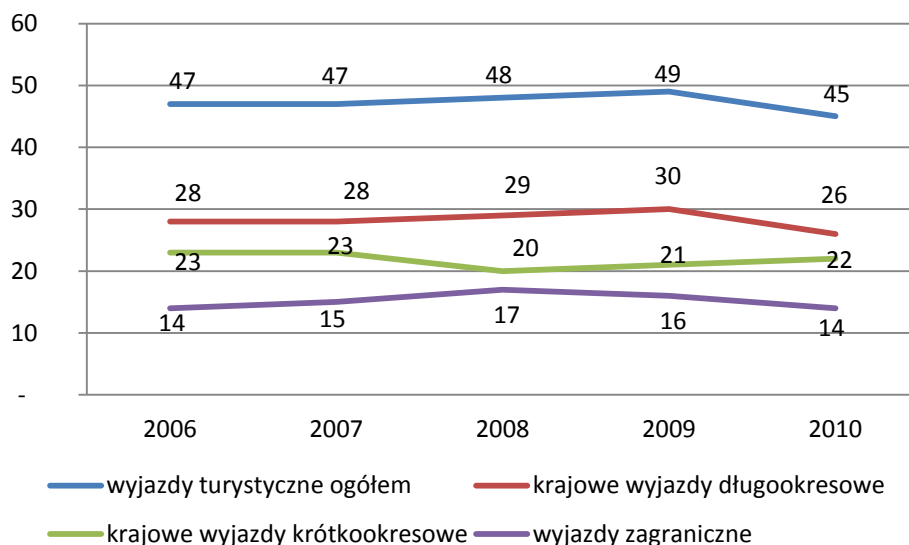
Przeciętne wydatki turystów poniesione na terenie Polski wyniosły około 390 USD na osobę i około 75 USD dziennie. Oznacza to niewielki spadek średniej na osobę w stosunku do 2009 roku (o 4,6%) i utrzymanie średniej na 1 dzień pobytu na zbliżonym poziomie. Średnie wydatki odwiedzających jednodniowych wyniosły w 2010 r. 113 USD na osobę, a więc o około 10% więcej niż rok wcześniej. W 2010 roku łączne przychody z tytułu przyjazdów cudzoziemców wyniosły 10 392 mln USD, z czego 5 230 mln (tj. 50,3% wobec 54,4% w poprzednim roku) to wpływy od turystów, pozostała zaś część – od odwiedzających jednodniowych. W stosunku do 2009 roku łączne przychody wzrosły o 9,3%⁴.

3.3.2. Uczestnictwo Polaków w wyjazdach turystycznych

W 2010 r. uczestnictwo Polaków w podróżach turystycznych spadło o 4 punkty procentowe w stosunku do roku 2009. W kraju lub za granicę wyjechało w sumie ok. 45% mieszkańców Polski.

⁴ W. Bartoszewicz, T. Skalska, *op. cit.*, s. 47.

Wykres 6. Uczestnictwo Polaków w wyjazdach turystycznych w latach 2006-2010 (% populacji 15 lat i więcej).



Źródło: Badania Instytutu Turystyki, <http://www.intur.com.pl>.

Największy spadek miał miejsce w krajowych wyjazdach długookresowych, które zmniejszyły się o 4pp. O 2pp. spadły również wyjazdy zagraniczne. Wzrosła natomiast o 1pp. wartość dla krajowych wyjazdów krótkookresowych. Powyższy trend uwidacznia, iż skutki światowego kryzysu ekonomicznego ujawniły się w polskiej turystyce dopiero w 2010 r., a nie już w 2008 r., jak to miało miejsce w turystyce światowej.

Nieuczestniczący w co najmniej pięciodniowych wyjazdach Polacy stanowili w 2010 r. ok. 65% ogółu osób powyżej 15 roku życia (łącznie 21,3 mln osób). Najczęstszą przyczyną były względy ekonomiczne. Powody nieuczestniczenia Polaków w wyjazdach długookresowych w latach 2006-2010 przedstawia tabela 4.

Tabela 4. Przyczyny nieuczestniczenia w wyjazdach długookresowych w latach 2006-2010 (%).

Przyczyny	2006	2007	2008	2009	2010
Przyczyny ekonomiczne	46	41	43	44	47
Brak ochoty, potrzeby	9	11	10	9	9
Względy rodzinne	8	10	8	8	9
Choroba	7	7	7	7	7
Praca zawodowa	8	8	8	7	6
Inne	22	23	24	25	22

Źródło: Opracowania własne na podstawie badań sondażowych Instytutu Turystyki.

W analizowanym okresie zauważyć można, iż po gwałtownym spadku w roku 2007 stale rosła liczba osób rezygnujących z wyjazdu ze względów ekonomicznych. Pozytywnym trendem była natomiast powoli spadająca liczba osób, które odmówiły sobie wyjazdu ze względu na pracę zawodową. Wśród innych przyczyn nieuczestniczenia w podróżach Polacy podawali m.in.:

- duże wydatki (kupno samochodu, mieszkania, itp.),
- konieczność zajęcia się gospodarstwem rolnym,
- podeszły wiek,

- prace domowe, remonty itp.

3.3.3. Uczestnictwo Polaków w krajowych wyjazdach długookresowych

W 2010 r. w krajowych wyjazdach długookresowych uczestniczyło 26% mieszkańców Polski powyżej 15 roku życia. Na jedną podróż przypadło średnio 9,8 noclegu. Jedna osoba w ciągu roku odbyła średnio 1,6 wyjazdu. Przy wielkości populacji powyżej 15 roku życia wynoszącej 32,4 mln osób, można przyjąć, że z wyjazdów długookresowych skorzystało 8,5 mln osób.

Tabela 5. Częstotliwość wyjazdów i średnia długość pobytu w latach 2006-2010.

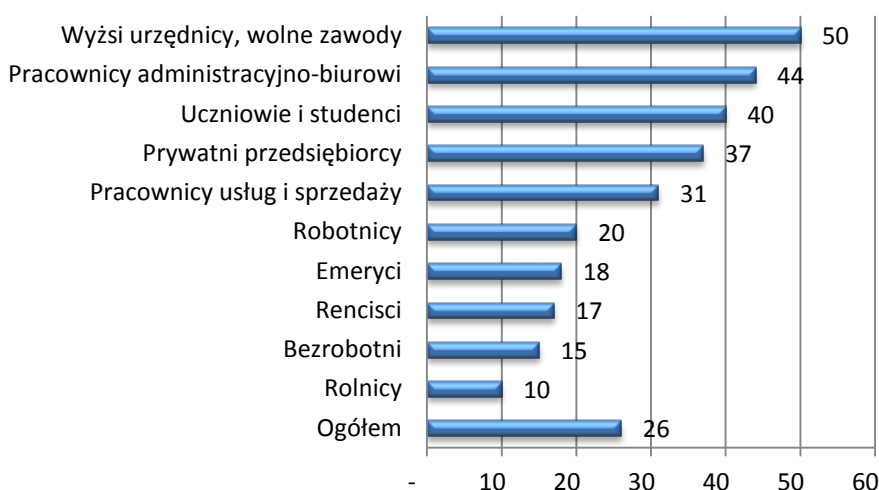
	2006	2007	2008	2009	2010
Liczba wyjazdów na osobę	1,9	1,7	1,5	1,4	1,6
Średnia długość pobytu	8,9	8,8	9,1	9,0	9,8

Źródło: Badania Instytutu Turystyki, <http://www.intur.com.pl>.

W analizowanym okresie zauważyć można stały spadek liczby podróży przypadających na statystycznego turystę, przy jednoczesnym wydłużaniu się długości pobytu. Nieznaczny wzrost liczby podróży nastąpił dopiero w 2010 r., ale biorąc pod uwagę, iż liczba wyjeżdżających w tym okresie spadła, można założyć wzrost częstotliwości wyjazdów osób podróżujących.

Wg danych Instytutu Turystyki, najrzadziej na wypoczynek decydują się rolnicy, w 2010 r. tylko 10% z nich uczestniczyło w krajowych wyjazdach długookresowych. Najczęściej wypoczywają wyżsi urzędnicy oraz przedstawiciele wolnych zawodów, a także pracownicy administracyjno-biurowi.

Wykres 7. Uczestnictwo w krajowych wyjazdach długookresowych w 2010 r. wg grup społeczno-zawodowych (%).



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań Instytutu Turystyki, <http://www.intur.com.pl>.

Poziom uczestnictwa w wyjazdach długookresowych skorelowany jest oczywiście z odczuciami dotyczącymi sytuacji materialnej. W 2010 r. z wyjazdów takich skorzystało 46% osób oceniających swoją sytuację materialną jako dobrą,

26% jako średnią i jedynie 11% tych, którzy uważali, że ich sytuacja materialna jest zła.

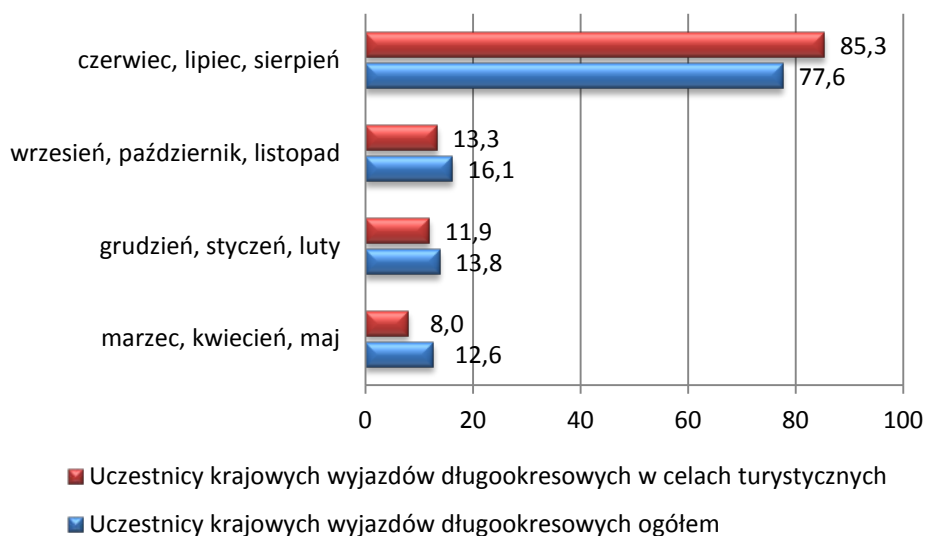
Ważnymi czynnikami decydującymi o poziomie uczestnictwa w podróżach pozostają również poziom wykształcenia czy miejsce zamieszkania. Osoby z wyższym wykształceniem oraz mieszkańcy dużych miast znacznie częściej decydują się na wyjazd.

Najwięcej, bo 69,9%, uczestników krajowych wyjazdów długookresowych jako cel podróży deklarowało wypoczynek i turystykę. Kolejną grupę stanowiły osoby, które zdecydowały się na odwiedzinę krewnych lub znajomych – 24,8%. W celach zdrowotnych podróżowało w 2010 r. 6% ogółu wyjeżdżających, natomiast w celach służbowych 3%. Nieznaczna grupa podróżowała w celach religijnych – 0,7%. Inny cel wyjazdu zadeklarowało 2,1% ogółu uczestników krajowych wyjazdów długookresowych.

Polacy w zdecydowanej większości samodzielnie organizują sobie wyjazdy. Jedynie nieznaczna grupa osób korzysta przy planowaniu wyjazdów krajowych z pomocy biur podróży. Dla części podróżujących wyjazdy organizowane są przez szkoły czy zakłady pracy.

Najwięcej uczestników krajowych wyjazdów długookresowych podróżuje w miesiącach letnich – blisko 78%. Najmniej osób decyduje się natomiast na wyjazdy w marcu, kwietniu i maju. Wartości te rozkładają się trochę inaczej dla ogółu podróżujących oraz dla podróżujących wyłącznie w celach turystycznych, co obrazuje wykres 8.

Wykres 8. Uczestnictwo Polaków w krajowych wyjazdach długookresowych w 2010 r. wg terminów wyjazdów.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań Instytutu Turystyki, <http://www.intur.com.pl>.

Podróżując w granicach kraju, Polacy najchętniej wybierają się nad morze. Co prawda popularność tej destynacji spada, jednak w dalszym ciągu wybierana jest przez 37% uczestników krajowych wyjazdów długookresowych. Kolejnym kierunkiem podróży chętnie wybieranym przez Polaków są góry. Na wyjazd na południe kraju

w 2010 r. zdecydowało się 26% podróżnych. Aż $\frac{1}{5}$ wyjeżdżających na cel podróży wybrała miasto.

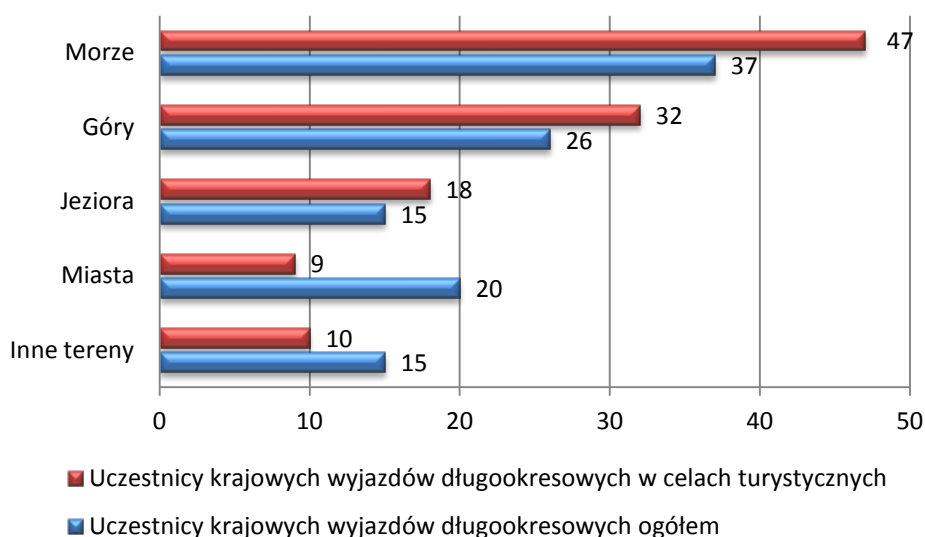
Tabela 6. Uczestnictwo Polaków w krajowych wyjazdach długookresowych w latach 2007-2009 wg kierunku podróży (%).

Kierunek podróży	2007	2008	2009	2010
Morze	39	36	37	37
Góry	25	25	27	26
Jeziora	18	18	16	15
Miasta	19	18	21	20
Inne tereny	17	18	12	15

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań Instytutu Turystyki, <http://www.intur.com.pl>.

Tabela 6 dotyczy wszystkich uczestników krajowych wyjazdów długookresowych bez względu na cel ich podróży. Wartości dla podróżujących wyłącznie w celach turystycznych rozkładają się trochę inaczej. Różnice te przedstawia wykres 9.

Wykres 9. Uczestnicy krajowych wyjazdów długookresowych wg kierunków podróży w 2010 r. (%).



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań Instytutu Turystyki, <http://www.intur.com.pl>.

Nadal dominującym kierunkiem podróży pozostaje morze. Swoje wakacje spędza tam aż 47% turystów. Najmniejszą popularnością cieszą się miasta, gdzie w 2010 r. zdecydowało się spędzić urlop jedynie 9% turystów.

W 2010 r. wyjeżdżający na dłużej Polacy, jako środek transportu najchętniej wybierali samochód (71%). Z usług kolei skorzystało 15% badanych. Autobusem podróżowało ok. 8% uczestników krajowych wyjazdów długoterminowych, natomiast autokarem niecałe 7%. Wśród innych środków transportu pojawiały się jeszcze: rower, motocykl, samolot itp., jednak ten sposób przemieszczania się dotyczył jedynie niewielkiego odsetka podróżnych.

Podczas wyjazdów długookresowych Polacy preferują bierne sposoby spędzania czasu: spokojny wypoczynek połączony z krótkimi spacerami, życie towarzyskie i rozrywki oraz przebywanie w ciszy i miejscach mało uczęszczanych. Tak więc z jednej strony ceniony jest kameralny wypoczynek w ciszy i spokoju,

z drugiej zaś zabawa wśród spędzających czas w ten sam sposób. Zachowania mieszkańców Polski podczas wyjazdów są znacznym stopniu utrwalone i z roku na rok kształtują się podobnie⁵.

Tabela 7. Sposoby spędzania czasu przez Polaków podczas podróży długookresowych w latach 2007-2010 (%).

Sposoby spędzania czasu	2007	2008	2009	2010
Spokojny wypoczynek, krótkie spacery	70	69	71	74
Życie towarzyskie i rozrywki	31	34	32	27
Przebywanie w ciszy, spokoju, z dala od ludzi	21	24	23	23
Poprawa kondycji fizycznej	20	17	18	20
Chodzenie do kawiarni, restauracji	13	15	15	15
Zwiedzanie muzeów, skansenów, zabytków	15	14	15	11
Odwiedzanie parków narodowych lub krajobrazowych	12	12	12	10
Słuchanie radia, oglądanie telewizji	9	11	10	6
Turystyka kwalifikowana (żeglarstwo, kajakarstwo, jazda konna itp.)	8	10	11	9
Zajęcia hobbystyczne (wędkowanie, fotografowanie, grzybobranie)	7	8	8	8
Zabiegi lecznicze, sanatoryjne	6	7	7	6
Czytanie	5	5	6	5
Zdobywanie wiedzy i umiejętności	5	4	4	2
Odwiedzanie miejsc kultu religijnego	3	4	3	4
Narciarstwo	4	3	3	3
Specjalistyczne zabiegi rehabilitacyjne	3	3	2	2
Udział w imprezach kulturalnych	3	1	2	2
Inne zajęcia	21	16	19	15

Źródło: *Badania Instytutu Turystyki*, <http://www.intur.com.pl>.

Systematycznie rośnie liczba osób preferujących spokojny wypoczynek, spada natomiast tych, którzy nastawieni są na życie towarzyskie i rozrywki. Wśród bardziej istotnych zmian zachowań urlopowych Polaków należy zaznaczyć coraz większą świadomość potrzeby dbania o kondycję fizyczną – sposób spędzania wyjazdu wybrało w 2010 r. aż 20% badanych. Coraz mniej osób decyduje się za to na wyjazdy długookresowe mające na celu zdobywanie nowej wiedzy i umiejętności.

3.3.4. Uczestnictwo Polaków w krajowych wyjazdach krótkookresowych

Wg danych Instytutu Turystyki, w 2010 r. w krajowych wyjazdach krótkookresowych (2-4 dni) uczestniczyło 22% Polaków i wartość ta była o 1 pp. wyższa niż w roku 2009. Na jedną osobę przypadało ok. 2,8 podróży, a na jedną podróż 1,9 noclegu. Przy wielkości populacji powyżej 15 roku życia, wynoszącej 32,4 mln osób, można przyjąć, że z wyjazdów krótkookresowych skorzystało 7,2 mln osób, co oznaczało wzrost o 5,9% w stosunku do roku 2009.

Tabela 8. Częstotliwość wyjazdów i średnia długość pobytu w latach 2006-2010 (%).

	2006	2007	2008	2009	2010
Liczba wyjazdów na osobę	2,9	2,6	3,1	2,6	2,8

⁵ J. Łaciak „Uczestnictwo Polaków w wyjazdach turystycznych w 2010 r.”, Instytut Turystyki Sp. z o.o., Warszawa 2011, s. 46.

	2006	2007	2008	2009	2010
Średnia długość pobytu	1,8	1,9	1,9	1,9	1,9

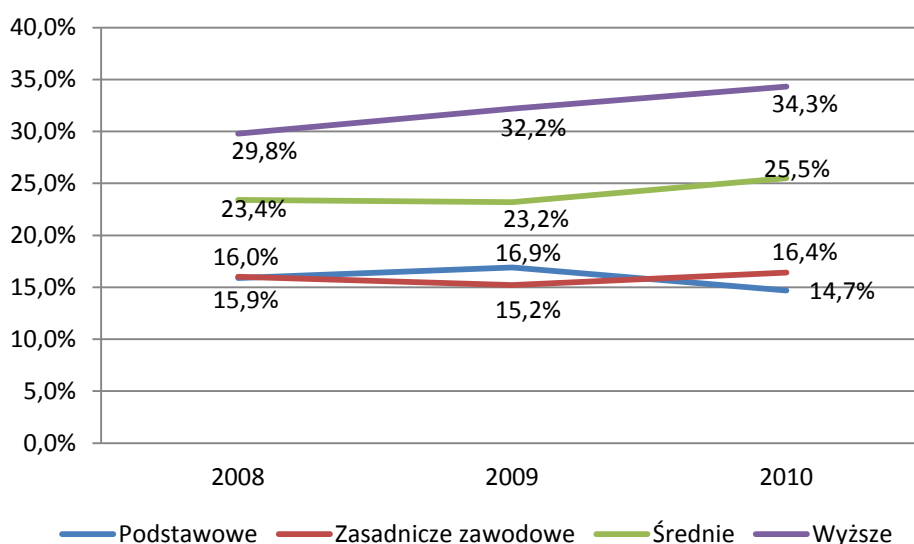
Źródło: Badania Instytutu Turystyki, <http://www.intur.com.pl>.

Z przedstawionych powyżej danych wynika, że o ile średnia liczba wyjazdów na osobę z roku na rok ulega zmianom, o tyle średnia długość pobytu od lat utrzymuje się na tym samym poziomie.

Wg kategorii sytuacji materialnej najczęściej podróży krótkookresowych w 2010 r. odbywały osoby określające swoją sytuację jako średnią. Na jedną wyjeżdżającą osobę przypadało ok. 2,9 podróży. Paradoksalnie najmniej podróży krótkookresowych odbywały osoby podróżujące w dobrej sytuacji materialnej – 2,5. Liczba wyjazdów osób w złej sytuacji materialnej kształtowała się na poziomie 2,7.

Do cech najbardziej różnicujących uczestnictwo Polaków w wyjazdach turystycznych krótkookresowych należało wykształcenie. W 2010 r. ponad 34% osób odbywających krótkookresowe podróże posiadało wykształcenie wyższe i zależność ta pogłębia się z roku na rok.

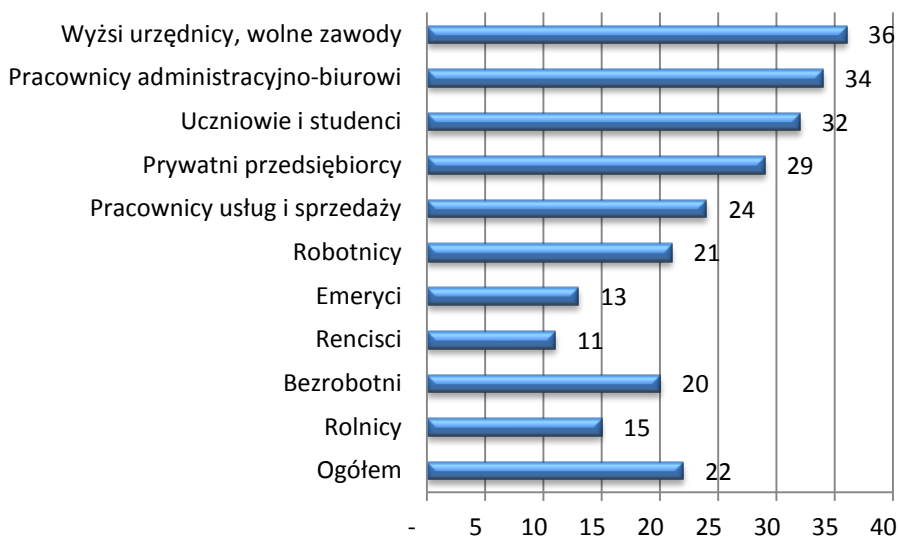
Wykres 10. Uczestnictwo Polaków w krajowych wyjazdach krótkookresowych w latach 2008-2010 wg wykształcenia.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań Instytutu Turystyki, <http://www.intur.com.pl>.

Najliczniejszą grupą zawodową uczestniczącą w wyjazdach krótkookresowych byli wyżsi urzędnicy i przedstawiciele wolnych zawodów, którzy stanowili 36% ogółu podróżujących oraz pracownicy administracyjno-biurowi – 34%, co może się wiązać z częstą koniecznością podróży w celach biznesowych i służbowych.

Wykres 11. Uczestnictwo Polaków w krajowych wyjazdach krótkookresowych w 2010 r. wg grup społeczno-zawodowych (%).



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań Instytutu Turystyki, <http://www.intur.com.pl>.

Wg danych Instytutu Turystyki, w 2010 r. najczęściej w krótkie podróże Polacy wybierali się, aby odwiedzić rodzinę lub znajomych. Aż 52% skorzystało z wyjazdu właśnie w tym celu, co stanowiło wzrost o 2 pp. w stosunku do roku 2009. Kolejną motywacją do podróży był wyjazd turystyczno-wypoczynkowy – 31% (wzrost o 1 pp.). Z powodów służbowych wyjechało 12% Polaków i wskaźnik dla tego celu wyjazdu spadł w ciągu roku o 3 pp. Inne cele wyjazdów stanowiły 5% ich ogółu.

Krótkie podróże krajowe organizowane były na ogół całkowicie samodzielnie. Około 90% wyjeżdżających na krótki okres nie korzystało z usług podmiotów zewnętrznych w celu zorganizowania wyjazdu. Drugą znaczącą formą, ale statystycznie znacznie mniej istotną, były wycieczki i krótkie pobyty organizowane całkowicie lub częściowo przez zakłady pracy lub inne instytucje. Najmniej turystów w tym zakresie korzystało z oferty biur podróży (ok. 1%).

W przeciwieństwie do wyjazdów długookresowych, w przypadku wyjazdów krótkookresowych pora roku nie odgrywa tak istotnej roli. Oczywiście nadal na termin wyjazdu Polacy najchętniej wybierają lato, ale wartości dla poszczególnych sezonów rozłożone są bardziej równomiernie.

Tabela 9. Uczestnictwo Polaków w krajowych podróżach krótkookresowych wg pory roku w latach 2008-2010 (%).

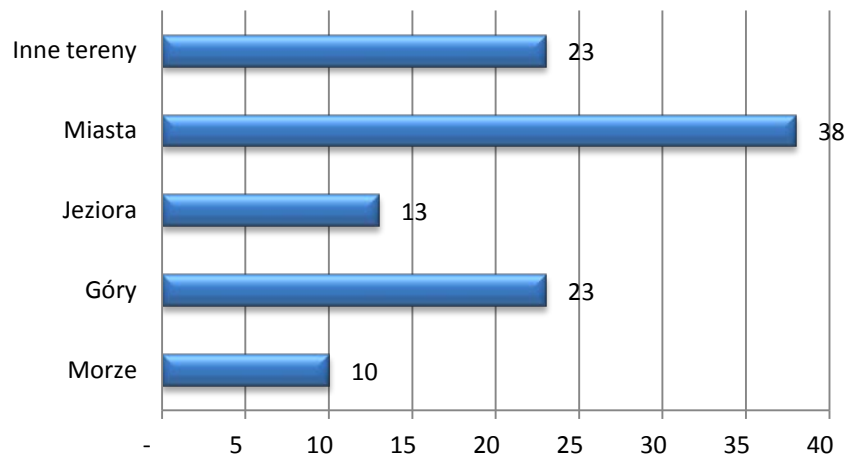
	2008	2009	2010
Wiosna	28	25	22
Lato	32	32	33
Jesień	21	21	23
Zima	19	22	22

Źródło: Badania Instytutu Turystyki, <http://www.intur.com.pl>.

W analizowanym okresie największy wzrost odnotować można w zakresie zimowych wyjazdów krótkookresowych, których popularność wzrosła w sumie o 3 pp. Największy spadek dotyczył zaś wyjazdów wiosennych, w odniesieniu do których zainteresowanie spadło aż o 6 pp.

Inaczej niż w przypadku wyjazdów długookresowych kształtowała się również struktura podróży wg kierunków wyjazdu. Wg badań Instytutu Turystyki, główną destynacją krótkich wyjazdów w 2010 r. stanowiły miasta, morze natomiast było najrzadziej wybieranym kierunkiem.

Wykres 12. Struktura krajowych wyjazdów krótkookresowych wg kierunków podróży w 2010 r. (%)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań Instytutu Turystyki, <http://www.intur.com.pl>.

Podobnie jak w przypadku wyjazdów długookresowych, podczas podróży krótkookresowych najpopularniejszym sposobem spędzania wolnego czasu jest spokojny wypoczynek i krótkie spacery oraz życie towarzyskie i rozrywki. W tym wypadku jednak odsetek turystów poświęcających się spokojnemu wypoczynkowi jest znacznie niższy. W 2010 r. wyniósł 58% (w stosunku do 74% w przypadku wyjazdów długookresowych). Zdecydowanie więcej Polaków podczas takich wyjazdów poświęca za to czas na życie towarzyskie i rozrywki – 36% (w stosunku do 27% w przypadku wyjazdów długookresowych).

Tabela 10. Sposoby spędzania czasu przez Polaków podczas podróży krótkookresowych w latach 2007-2010 (%)

Sposoby spędzania czasu	2007	2008	2009	2010
Spokojny wypoczynek, krótkie spacery	53	53	59	58
Życie towarzyskie i rozrywki	39	37	35	36
Przebywanie w ciszy, spokoju, z dala od ludzi	17	16	14	14
Poprawa kondycji fizycznej	9	10	10	6
Chodzenie do kawiarni, restauracji	9	11	9	10
Zwiedzanie muzeów, skansenów, zabytków	7	9	8	10
Odwiedzanie parków narodowych lub krajobrazowych	6	6	6	6
Słuchanie radia, oglądanie telewizji	11	10	10	6
Turystyka kwalifikowana (żeglarstwo, kajakarstwo, jazda konna itp.)	5	5	5	4
Zajęcia hobbystyczne (wędkowanie, fotografowanie, grzybobranie)	7	6	7	9
Zabiegi lecznicze, sanatoryjne	1	1	1	1
Czytanie	3	2	4	2
Zdobywanie wiedzy i umiejętności	6	4	6	5
Odwiedzanie miejsc kultu religijnego	7	7	6	6
Narciarstwo	2	1	2	1
Specjalistyczne zabiegi rehabilitacyjne	0	0	0	1



Sposoby spędzania czasu	2007	2008	2009	2010
Udział w imprezach kulturalnych	3	1	2	4
Inne zajęcia	29	20	24	23

Źródło: *Badania Instytutu Turystyki*, <http://www.intur.com.pl>.

Podczas wyjazdów krótkookresowych Polacy preferują bierne spędzanie wolnego czasu. Wskazania dla zajęć związanych np. z aktywnością fizyczną pozostają na stałym, niskim poziomie lub wręcz spadają. Rośnie natomiast zainteresowanie udziałem w imprezach kulturalnych, co jest ważną częścią składową turystyki miejskiej, najbardziej popularnej podczas wyjazdów krótkookresowych.



4. UWARUNKOWANIA ROZWOJU TURYSTYKI W TORUNIU WYNIKAJĄCE Z DOKUMENTÓW STRATEGICZNYCH

Cele, priorytety i działania wyznaczane przez *Strategię rozwoju turystyki dla miasta Torunia na lata 2013-2020* muszą być zgodne z najważniejszymi dokumentami strategicznymi na poziomie krajowym, regionalnym i lokalnym, definiującymi kierunki rozwoju społeczno-gospodarczego, w tym również turystycznego, Polski i jej regionów. Dokumenty te zostały opisane poniżej.

Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku

Celem dokumentu jest ukierunkowanie rozwoju turystyki na szczeblu administracji rządowej poprzez określenie strategicznych kierunków jej rozwoju dla pełnego wykorzystania potencjału Polski w tym zakresie.

Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku definiują misję polskich władz w tej dziedzinie, którą jest wykorzystanie dziedzictwa kultury, tradycyjnej gościnności i bogactwa przyrody do wzrostu znaczenia turystyki w tworzeniu dochodu narodowego oraz budowania pozytywnego obrazu Polski w kraju i na świecie. Cel nadrzędny określony został jako tworzenie warunków prawnych, instytucjonalnych, finansowych i kadrowych rozwoju turystyki, sprzyjających rozwojowi społeczno-gospodarczemu Polski oraz podniesienie konkurencyjności regionów i kraju, przy jednoczesnym zachowaniu walorów kulturowych i przyrodniczych.

W ramach realizacji celu nadrzędnego wyznaczono następujące obszary priorytetowe rozwoju turystyki w Polsce:

1. Rozwój produktów turystycznych;
2. Rozwój zasobów ludzkich;
3. Wsparcie marketingowe;
4. Kształtowanie przestrzeni turystycznej;
5. Wsparcie instytucjonalne.

Każdy z powyższych obszarów priorytetowych jest składową celów pośrednich i wyznaczonych przez nie działań. Realizacja założeń stawianych w dokumencie opiera się na szerokim traktowaniu turystyki i celów jej rozwoju, wykraczającym poza uwzględnianie aspektów rynkowych, zmierzającym do określenia pozycji turystyki zarówno w rozwoju społecznym jak i gospodarczym kraju. W tym kontekście dokument definiuje następujące założenia:

- wykorzystywanie nieuaktywnionych lub niewłaściwie użytkowanych potencjałów, zwłaszcza zaś potencjału ludzkiego, kulturowego i środowiskowego,
- wzmacnianie kapitału społecznego, kreowanie lokalnych liderów, rozwijanie korzystnych postaw i wartości,
- tworzenie nowych szans dla obszarów o słabszym tempie rozwoju i zwiększenie spójności społecznej i gospodarczej kraju i regionów,



- eksponowanie i zachowywanie cennych wartości kulturowych i środowiskowych,
- stymulowanie przedsiębiorczości oraz postaw innowacyjnych związanych z umiejętnością kreowania nowych usług, tworzenia nowych produktów oraz zdolnością do ich stałego doskonalenia.

Przedstawione powyżej założenia zmierzają do rozwijania turystyki w oparciu o łączenie aktywności wielu podmiotów i potencjałów będących w ich dyspozycji.

Strategia rozwoju województwa kujawsko-pomorskiego na lata 2007-2020

Strategia rozwoju województwa jest jednym z podstawowych dokumentów polityki rozwoju, które z mocy ustawy sporządza i realizuje samorząd województwa. Cel nadrzędny rozwoju województwa zdefiniowany w dokumencie to poprawa konkurencyjności regionu i podniesienie poziomu życia mieszkańców przy respektowaniu zasad zrównoważonego rozwoju. Cel ten wyznacza trzy obszary priorytetowe realizacji Strategii, do których należy:

- rozwój nowoczesnej gospodarki,
- unowocześnienie struktury funkcjonalno-przestrzennej regionu,
- rozwój zasobów ludzkich.

W ramach pierwszego obszaru priorytetowego „rozwój nowoczesnej gospodarki” jedno z działań skupia się na konieczności promocji rozwoju turystyki. Autorzy dokumentu konkludują, iż niezbędna jest aktywna promocja najbardziej charakterystycznych produktów turystycznych regionu, pochodnych zarówno walorów rekreacyjno-uzdrowiskowych i turystyczno-krajoznawczych środowiska przyrodniczego, jego dziedzictwa kulturowego jak i bogatej oferty imprez kulturalnych. Poprawy wymaga również sektor usług turystycznych, który rozwijając się powinien różnicować oferty, znacząco zwiększyć swój potencjał wykonawczy, uwzględniając przy tym struktury potrzeb potencjalnych gości województwa.

Strategia rozwoju turystyki w województwie kujawsko-pomorskim

Turystyka pozostaje dla województwa kujawsko-pomorskiego jednym z obszarów w sferze działalności gospodarczej, który może mieć znaczący wpływ na jego rozwój. Optymalne wykorzystanie wszystkich możliwości w tym zakresie wiąże się z prowadzeniem odpowiedniej polityki, zarówno przez władze regionalne jak i szczebla lokalnego. Musi to być polityka bazująca na realiach zdefiniowanych uwarunkowaniami wewnętrznymi oraz spójna z ogólnymi założeniami rozwoju kraju.

Misją samorządu województwa dostrzegającego turystyczny potencjał regionu jest wspieranie dalszego rozwoju działalności turystycznych. Ich udział w tworzeniu dochodów firm i mieszkańców regionu ma być wyższy niż obecnie, a turystyka traktowana ma być jako pełnoprawny sektor gospodarki. Wizją rozwoju staje się wykreowanie województwa kujawsko-pomorskiego jako powszechnie znanego, atrakcyjnego miejsca z szeroką ofertą turystyczną, obejmującą różne dziedziny, skierowaną do mieszkańców regionu, mieszkańców pozostałej części kraju oraz



gości z zagranicy. Rozwój turystyki przyczynić się ma do pełniejszego wykorzystania walorów województwa i aktywizacji gospodarczej, czyli tworzenia nowych i rozszerzania działalności istniejących miejsc pracy, generowania dochodów i poprawy sytuacji materialnej mieszkańców. Zwiększenie ruchu turystycznego przyczyni się również do lepszego wypromowania województwa.

Cele rozwoju turystyki w województwie zakreślone są bardzo szeroko, definiując newralgiczne działania ukierunkowane na wzmocnienie sektora turystyki. Celem nadrzędnym jest podniesienie konkurencyjności i atrakcyjności turystycznej województwa. Na osiągnięcie tego celu złożyć się ma realizacja celów strategicznych, do których należy:

1. zwiększenie ruchu turystycznego,
2. rozwój instytucjonalnej obsługi turystyki,
3. zapewnienie dostępności walorów i produktów turystycznych.

Każdy z celów strategicznych opiera się na szeregu celów operacyjnych tj.:

- 1.1. rozwój produktu turystycznego województwa,
- 1.2. opracowanie zintegrowanych programów turystyki dla ośrodków i obszarów turystycznych,
- 1.3. dbałość o zasoby środowiska kulturowego i przyrodniczego,
- 1.4. rozwój infrastruktury paraturystycznej

- 2.1. stworzenie sprawnego systemu informacji turystycznej,
- 2.2. promocja turystyczna regionu,
- 2.3. kształcenie kadr turystyki,
- 2.4. rozwój instytucji turystycznych i paraturystycznych,
- 2.5. zapewnienie bezpieczeństwa publicznego w turystyce,

- 3.1. zapewnienie dostępności zewnętrznej województwa,
- 3.1. zapewnienie dostępności wewnętrznej województwa.

W ramach celów operacyjnych wyznaczone zostały szczegółowe zadania, których realizacja jest czynnikiem warunkującym prawidłowy rozwój funkcji turystycznej województwa kujawsko-pomorskiego.

Strategia rozwoju miasta Torunia do 2020 r.

Strategia rozwoju miasta Torunia jest dla lokalnego samorządu najważniejszym dokumentem określającym kierunki rozwoju społeczno-gospodarczego miasta. Kierunki te wyznacza wizja miasta Torunia do 2020 r. zawierające się w następującej formule: Toruń nowoczesnym miastem europejskiej przestrzeni rozwoju.

Głównym wykonawcą założeń Strategii jest lokalny samorząd, którego misją jest uczynienie z Torunia miasta społeczności otwartej i przedsiębiorczej, która



pamięta o dziedzictwie swoich przodków i wykorzystuje je do zbudowania nowoczesnego ośrodka metropolitalnego.

Określone w *Strategii rozwoju miasta Torunia* cele zostały podzielone pomiędzy cztery główne priorytety, na których opierać się będzie rozwój miasta. Priorytety te zostały określone następująco:

1. Toruń miastem kultury,
2. Toruń miastem turystyki,
3. Toruń ośrodkiem akademickim i miastem innowacyjnych przedsiębiorstw,
4. Toruń ośrodkiem metropolitalnym.

Turystyka została więc podniesiona do jednego z czterech priorytetowych kierunków rozwoju miasta. Warto podkreślić, że realizacja celów zdefiniowanych dla pozostałych priorytetów również przyczyniać się będzie do podnoszenia atrakcyjności turystycznej miasta. Do zdefiniowanych w Strategii celów, które bezpośrednio lub pośrednio będą miały wpływ na rozwój funkcji turystycznej miasta, należą:

- wzmocnienie instytucjonalne działalności w sferze kultury,
- wzmocnienie i poszerzenie oferty kulturalnej miasta,
- rewitalizacja obiektów zabytkowych i obszarów zdegradowanych,
- rozwój marki i konkurencyjnych produktów turystycznych,
- przygotowanie społecznych podstaw do rozwoju turystyki w Toruniu,
- Toruń miastem międzynarodowych spotkań biznesmenów,
- kształtowanie międzynarodowego wymiaru uniwersytetu,
- Toruń miastem międzynarodowych spotkań naukowców,
- rozwój sportu szkolnego, kwalifikowanego oraz miejskiej rekreacji,
- poprawa stanu środowiska naturalnego na terenie miasta,
- poprawa warunków komunikacyjnych w układzie przestrzennym miasta.

Na dobór celów wpływ miał fakt, iż już w chwili obecnej Toruń należy do jednych z najchętniej odwiedzanych przez turystów miast w Polsce. Wciąż jednak miasto posiada ogromny potencjał do zintensyfikowania ruchu turystycznego oraz uniezależnienia się od sezonu turystycznego.

Strategia rozwoju kultury miasta Torunia do roku 2020

Bogactwo kulturowe Torunia jest jednym z głównych elementów stanowiących o jego atrakcyjności turystycznej. Toruń to miasto wpisane na Listę Światowego Dziedzictwa Kulturowego i Naturalnego UNESCO. Miasto o bogatej tradycji oraz długiej i ciekawej historii. Miasto, którego związki z kulturą są niepodważalne. Jednocześnie kultura jest dla Torunia jednym z najważniejszych motorów rozwoju



miasta w powiązaniu z rosnącym ruchem turystycznym powodowanym m.in. ciekawą i przyciągającą ofertą kulturalną.

Oddzielenie sfery kultury od sfery turystyki w Toruniu nie wydaje się możliwe, dlatego też te dwa obszary powinny wzajemnie się zazębiać dając efekt synergii.

Strategia rozwoju kultury miasta Torunia wyznacza następujące cele strategiczne:

- Toruń siedzibą kreatywnych podmiotów kultury,
- Toruń miejscem prestiżowych wydarzeń kulturalnych,
- Ochrona dziedzictwa kulturowego,
- Efektywne zarządzanie kulturą.

W ramach powyższych celów strategicznych zdefiniowany został szereg celów operacyjnych, wśród których następujące pośrednio przyczyniają się do realizacji działań zmierzających do rozwoju funkcji turystycznej miasta:

- Rozwój oferty kulturalnej Torunia,
- Wykreowanie produktów kulturowych Torunia,
- Rozwój turystyki kulturalnej w Toruniu,
- Pielęgnacja przestrzeni publicznej miasta,
- Promocja miasta przez kulturę.

5. ANALIZA ATRAKCYJNOŚCI TURYSTYCZNEJ TORUNIA

5.1. Położenie oraz dostępność komunikacyjna

Toruń jest miastem na prawach powiatu położonym w województwie kujawsko-pomorskim. Miasto zlokalizowane jest w zalesionej Kotlinie Toruńskiej, po obu stronach Wisły i otoczone prawie ze wszystkich stron lasami.

Rysunek 2. Położenie Torunia na mapie Polski.



Źródło: <http://pl.wikipedia.org>, data pobrania 12 marca 2012 r.

Toruń jest znaczącym węzłem komunikacyjnym w regionie. W sąsiedztwie miasta przebiega autostrada A1 Gdańsk – Toruń oraz droga ekspresowa S-10 stanowiąca południową obwodnicę miasta. O dostępności komunikacyjnej Torunia decyduje istniejąca autostrada oraz sieć dróg krajowych i wojewódzkich przebiegających przez miasto:

- DK 1 (docelowo 91) [E65] Gdańsk – Świecie – Toruń – Łódź – Piotrków Trybunalski – Częstochowa – Wojkowie Kościelne – Dąbrowa Górnicza – Tychy – Bielsko Biała – Cieszyn – Boguszowice – granica państwa.
- DK 10 granica państwa – Lubieszyn – Szczecin – Stargard Szczeciński – Wałcz – Piła – Pawłówek – Białe Błota – Wypaleniska – Solec Kujawski – Przyłubie – Toruń – Lipno – Sierpc – Drobin – Płońsk.
- DK 15 Trzebnica – Milicz – Krotoszyn – Jarocin – Miąskowo – Miłostów – Września – Gniezno – Trzemeszno – Wylatowo – Strzelno – Inowrocław – Toruń – Brodnica – Lubawa – Ostróda.
- DK 80 Pawłówek – Bydgoszcz – Fordon – Toruń – Lubicz.
- DW 200 Wielka Nieszawka – Cierpice.
- DW 257 Toruń – Mała Nieszawka.
- DW 258 Toruń – Obrowo.
- DW 273 Mała Nieszawka – Wielka Nieszawka – Cierpice.

- DW 552 Różankowo – Lubicz.
- DW 553 Toruń – Wybcz.
- DW 585 Toruń.
- DW 654 Toruń – Silno.
- DW 657 Złotoria – Lubicz.

Uzupełnieniem układu transportowego miasta jest rozwinięta sieć dróg gminnych i powiatowych.

Toruń jest również ważnym węzłem kolejowym, w zakresie obsługi regionalnych i aglomeracyjnych powiązań kolejowych decydujące znaczenie ma tu funkcjonowanie 5 linii kolejowych, które zapewniają bezpośrednie połączenie z większością miast w województwie.

Tabela 11. Linie kolejowe funkcjonujące w Toruniu

Linia	Nr D29	Sąsiednie ważniejsze węzły	Operator przewozów pasażerskich
Kutno – Piła Główna	18	Aleksandrów Kuj. – Bydgoszcz Wschód	PKP Intercity, PKP Przewozy Regionalne (BiT-City)
Poznań Wschód – Skandawa (GP) – Żelieznodorożnyj	353	Inowrocław – Jabłonowo Pom.	PKP Przewozy Regionalne
Toruń Wschodni – Malbork	207	Grudziądz	Arriva PCC
Nasielsk – Toruń Wschodni	27	Sierpc	Arriva PCC
Toruń Wschodni – Olek (daw. Chełmno)	246	(dawniej) Unisław Pom.	linia towarowa

Źródło: Opracowanie własne.

Dworce kolejowe obsługujące ruch pasażerski to Toruń Główny i Toruń Wschodni, przystanki osobowe to Toruń Miasto, Toruń Kluczyki, Toruń Czerniewice i Toruń Grębocin.

Na północno-zachodnich krańcach miasta znajduje się lotnisko sportowe Toruń-Bielany należące do Aeroklubu Pomorskiego. W aeroklubie działają sekcje sportowe (lotnicza, szybowcowa, lotniarska i spadochroniarska). Prowadzone są także spacerowe loty turystyczne. W szczególnych przypadkach lotnisko wykorzystywane jest przez pogotowie ratunkowe.

Najbliższym portem lotniczym, 45 km od centrum Torunia, jest Port Lotniczy Bydgoszcz im. Ignacego Jana Paderewskiego. Gmina Miasta Toruń jest współdziałowcem Portu Lotniczego w Bydgoszczy (posiada 0,0589% udziałów).

Główną miejską arterią wodną Torunia jest Wisła, nie pełni ona jednak obecnie roli szlaku transportowego. Rzeka wykorzystywana jest jedynie w celach turystycznych i sportowych, do rejsów spacerowych, w turystyce jachtowej i regatach.

Toruń pełni funkcje makroregionalne w zakresie kultury, służby zdrowia, handlu, nauki, bankowości, turystyki, będące pochodną wielkości miasta i jego położenia geograficznego. Jest on obok Bydgoszczy największym ośrodkiem miejskim województwa kujawsko-pomorskiego. Miasto jest siedzibą szeregu instytucji, organizacji, a także administracji państwowej, administracji samorządowej,



administracji kościelnej, organów sądowniczych, administracji spółdzielczej oraz ważnym ośrodkiem akademickim.

5.2. Walory turystyczne

5.2.1. Walory przyrodnicze

Toruń nie bez powodu nazywany jest zielonym miastem, gdyż tereny zielone stanowią ok. 30% jego powierzchni. Są to głównie lasy, duży udział mają również ogródki działkowe i tereny zieleni urządzonej. Specyficzną formą zieleni, charakterystyczną dla Torunia jest zieleń forteczna, towarzysząca obiektom fortecznym wchodzącym w skład Twierdzy Toruń.

Najważniejszymi formami zieleni urządzonej są liczne w Toruniu parki. W mieście wyróżnić można kilka ich rodzajów:

- parki miejskie: park na Bydgoskim Przedmieściu, park Tysiąclecia, park na Jakubskim Przedmieściu, planty;
- parki dworskie: park na Bielawach, park przy Bielańskim Dworze (Bielany), park przy dawnym folwarku „Katarzynka” na Przedmieściu Mokrym;
- parki leśne: Kępa Bazarowa, Piekarskie Góry, las przy ul. Bema.

W Toruniu występuje również wiele terenów i obiektów objętych prawną ochroną przyrody w rozumieniu ustawy o ochronie przyrody.

Rezerваты przyrody

- Kępa Bazarowa – rezerwat leśny (łęg wierzbowo-topolowy), utworzony w 1987 r.
- Rzeka Drwęca – rezerwat wodny ichtiofaunistyczny utworzony w 1961 r.

Obszary chronionego krajobrazu

- Obszar Chronionego Krajobrazu Wydm Kotliny Toruńsko-Bydgoskiej, którego fragment zlokalizowany jest w południowej części miasta, gdzie znajduje się jeden z największych kompleksów wydm śródlądowych występujących w Polsce.
- Obszar Chronionego Krajobrazu Strefy Krawędziowej Kotliny Toruńskiej, w obrębie którego położone są północne krańce miasta.
- Obszar Chronionego Krajobrazu Dolina Drwęcy graniczący ze wschodnią częścią Torunia.



Pomniki przyrody

W granicach miasta znajduje się 47 obiektów uznanych za pomniki przyrody. W zdecydowanej większości są to pomniki przyrody żywej, tj. szczególnie wartościowe egzemplarze drzew.

Do najciekawszych obiektów przyrodniczych na terenie Torunia należą przede wszystkim zespoły parkowe m.in.:

- planty wokół zespołu staromiejskiego,
- park Dolina Marzeń,
- Ogród Zoobotaniczny,
- park na Bydgoskim Przedmieściu wraz z błoniami nadwiślańskimi,
- Barbarka – duże obszary leśne w północno-zachodniej części Torunia,
- wyspa Kępa Bazarowa.

Liczne i rozległe tereny zielone w Toruniu są szczególnie istotną wartością krajobrazową, będącą ważnym składnikiem postrzegania i atrakcyjności miasta. Stanowią one istotny element przestrzeni publicznej Torunia oraz strategiczny czynnik wyposażenia miasta w ogólnodostępne tereny do zebrań oraz szeroko pojmowanej rekreacji zarówno dla mieszkańców, jak i turystów. Lasy, parki oraz zieleńce w Toruniu są ważnym elementem kształtowania fizjonomii miasta poprzez budowanie kompozycji przestrzennej. Są nie tylko czynnikiem wpływającym na komfort i jakość życia mieszkańców, lecz również przyczyniają się do pozytywnego odbioru miasta przez osoby przyjezdne.

5.2.2. Walory historyczne i kulturowe

Toruń jest jednym z najstarszych miast w Polsce. Wielowiekowa i bogata historia odcisnęła swoje piętno na strukturze i wyglądzie miasta. Toruń przetrwał bez poważnych zniszczeń okres II wojny światowej, tak więc znajdujące się tu zabytki są w pełni autentyczne, dzięki czemu miasto posiada wyjątkową atmosferę oraz walory historyczne i architektoniczne.

Toruń charakteryzuje szereg znaków rozpoznawczych, poprzez które identyfikowany jest w Polsce i na świecie. Do najważniejszych z nich zaliczane są przede wszystkim:

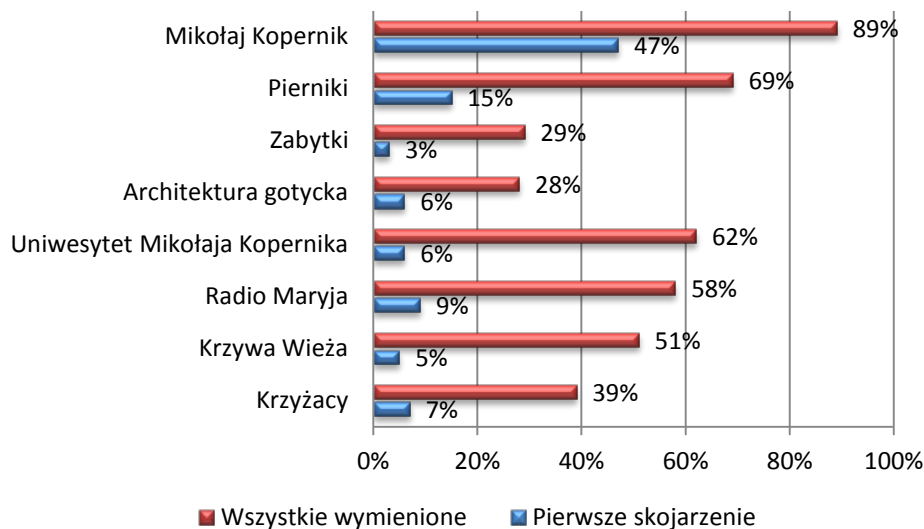
Wyszczególnienie	Opis
Zabytki	
Stare Miasto i zabytki gotyckie	Toruń posiada po Krakowie największą w Polsce liczbę zachowanych, autentycznych zabytków gotyckich i najlepiej zachowany zespół gotyckiej architektury mieszkalnej w Europie północnej. Starówka Torunia jest jednym z najcenniejszych zespołów zabytkowych w Polsce. W 1997 r. został on wpisany na Listę Światowego Dziedzictwa Kulturowego i Naturalnego UNESCO. Obejmuje Stare i Nowe Miasto, z zachowanym prawie bez zmian XIII-wiecznym układem urbanistycznym. Zabytki Torunia znajdują się na Europejskim Szlaku Gotyku Ceglanego. W 2007 r. w plebiscycie „Rzeczpospolitej” toruńska starówka została uznana za jeden z siedmiu cudów Polski, a toruński Rynek i Ratusz Staromiejski zajęły trzecie miejsce w plebiscycie czytelników polskiej edycji „National Geographic Polska” na 30 najpiękniejszych miejsc na świecie. Ponadto Stare Miasto usytuowane jest na Europejskim Szlaku Kulturowym św. Jakuba i Międzynarodowym Szlaku Pieszym E-11.
Twierdza Toruń	Wybudowany w XIX wieku przez Prusaków system fortyfikacyjny jest unikatem na skalę europejską. Pas forteczny ma długość ok. 20 km i składa się z przeszło 200 instalacji obronnych, w tym 15 kilkukondygnacyjnych fortów. Niestety jedynie część obiektów udostępniona jest turystom.
Bydgoskie Przedmieście	Bydgoskie Przedmieście to jedna z prawobrzeżnych dzielnic Torunia. Osiedle stanowiło kiedyś tereny podmiejskie Torunia, skierowane w stronę Bydgoszczy. Było pierwszym osiedlem kompleksowo zabudowanym na taką skalę poza granicami Starego Miasta (murów miejskich). Było także usytuowane za średniowieczną Bramą Starotoruńską. Do największych atrakcji dzielnicy należą: <ul style="list-style-type: none"> ▪ zabytkowe secesyjne kamienice XIX-wieczne oraz rezydencje jednorodzinne, często o charakterze zabudowy szachulcowej, ▪ jeden z najstarszych publicznych parków miejskich w Polsce, założony w 1817, ▪ Ogród Zoobotaniczny, najstarszy, założony w 1797 ogród w Polsce, ▪ zajezdnia tramwajowa powstała po roku 1891, ▪ koszary ułanów z XIX w., ▪ przystanek tramwaju konnego „Grzybek” z 1843 r.
Ludzie	
Mikołaj Kopernik	Astronom, matematyk, ekonomista, lekarz, duchowny - wszechstronny człowiek Renesansu jest najwybitniejszą postacią kojarzoną z Toruniem oraz jednym z najsłynniejszych naukowców w dziejach Polski, twórcą astronomicznego przewrotu opartego na teorii heliocentrycznej.
Samuel Bogumił Linde	Twórca pierwszego, 6-tomowego „Słownika języka polskiego” o charakterze historycznym, zawierającego 60 tysięcy haseł z zestawu druków i języka potocznego. To wybitne osiągnięcie nauki polskiej doby Oświecenia po raz pierwszy zostało opublikowane w latach 1807-1814.
Krzyżacy	Miasto zostało założone przez Krzyżaków w 1233 r. na mocy aktu lokacyjnego wydanego przez Hermana von Salza, mistrza krzyżackiego. To tutaj powstał pierwszy zamek Zakonu na ziemiach polskich. Rycerze zakonni sprawowali kontrolę nad Toruniem aż do 1454 r., kiedy to w ramach aktu inkorporacyjnego Prus do Korony Polskiej miasto zostało włączone do Rzeczpospolitej.
Wydarzenia	
Pokój toruński	W Toruniu miało miejsce zawarcie dwóch traktatów pokojowych kończących wojny Królestwa Polskiego z zakonem krzyżackim. I pokój toruński zawarty w 1411 r. kończył tzw. wielką wojnę z lat 1409-1411. II pokój toruński z 1466 r. kończył wojnę trzynastoletnią, trwającą w latach 1454-1466.
Symbole	

Wyszczególnienie	Opis
Piernik toruński	Pomimo iż pierwszy cech piernikarzy powstał w Krakowie, to obecnie pierniki kojarzone są głównie z Toruniem. Początki toruńskiego piernikarstwa sięgają XIII w. Najbardziej znanymi toruńskimi piernikami są katarzynki, wypiekane od kilku stuleci.
Postać anioła	Toruń jest jedynym miastem, którego tarcza herbowa trzymana jest przez anioła. To jeden z najważniejszych symboli miasta, towarzyszący mu od wojny trzynastoletniej w XV w. Jego wizerunek obecny jest zwłaszcza na toruńskiej starówce. Znajduje się m.in. na szczycie budynku w Łuku Cezara, na fasadzie Dworu Artusa, nad bramą Ratusza Staromiejskiego, czy w witrażu nad wejściem do głównego budynku Urzędu Miasta Torunia.
Pomnik Mikołaja Kopernika	Pomnik odsłonięty 25 października 1853 r. znajduje się na Rynku Staromiejskim w Toruniu. Został wykonany z brązu przez berlińskiego rzeźbiarza Fryderyka Abrahama Tiecka. Obecnie pomnik stał się jednym z najbardziej rozpoznawalnych symboli Torunia. Jest głównym motywem większości pocztówek, obowiązkowym punktem pamiątkowych zdjęć dla turystów odwiedzających miasto, jak również popularnym miejscem spotkań.
Figurki prof. Filutka i jego psa Filusia	Profesor Filutek jest postacią, której w Toruniu nie trzeba przedstawiać. Jego wierny towarzysz - pies Filuś - na stałe zadomowił się na toruńskiej starówce. Obu wymyślił Zbigniew Lengren. Historyjki obrazkowe, w których pojawiał się sympatyczny profesor i jego pupil, przez lata bawiły czytelników "Przekroju".
Toruński flisak	Pomnik – fontanna toruńskiego flisaka otoczonego gromadą żab ustawiona przy południowo-zachodnim narożniku Ratusza Staromiejskiego przypomina o toruńskich tradycjach flisackich, związanych z handlowym charakterem miasta. Z postacią flisaka związana jest jedna z najsłynniejszych legend toruńskich opowiadająca o flisaku grającym na skrzypcach, któremu udało się w trakcie plagi żab wyprowadzić tysiące płazów z miasta. Na cześć tego bohatera w 1914 r. w Toruniu powstał pomnik Flisaka.
Nadwiślańska panorama miasta	Widok Starego Miasta oglądany z lewego brzegu Wisły jest znakiem rozpoznawczym Torunia. Mury obronne, bramy miejskie, ruiny Zamku Krzyżackiego, kościoły, Ratusz Staromiejski, rzędy spichlerzy i kamienic oraz Bulwar Filadelfijski tworzą niezapomniany widok. W nocy dzięki iluminacji panorama prezentuje się jeszcze okazalej.
Instytucje	
Uniwersytet Mikołaja Kopernika	To największa i najstarsza uczelnia w regionie. Od lat utrzymuje się w pierwszej piątce najlepszych polskich uniwersytetów. Częścią uniwersytetu jest Centrum Astronomii w podtoruńskich Piwnicach, z trzecim co do wielkości w Europie radioteleskopem.

W kontekście wymienionych powyżej największych atrakcji charakterystycznych dla Torunia ciekawie wypadają badania marketingowe przeprowadzone na potrzeby *Strategii promocji miasta Torunia*. Przeciętnemu turyście kojarzy się on przede wszystkim z Mikołajem Kopernikiem oraz toruńskimi piernikami. Kolejną pozycję zajęło Radio Maryja prowadzone przez ojca Tadeusza Rydzyska⁶. Jedynie 3% turystów jako pierwsze skojarzenie podało toruńskie zabytki.

⁶ Skojarzenia z Toruniem Top of Mind – pierwsze wskazania – Strategia promocji miasta Torunia.

Wykres 13. Skojarzenia z Toruniem.



Źródło: Strategia Promocji Miasta Torunia.

Wysoką rozpoznawalnością cieszy się za to Uniwersytet Mikołaja Kopernika, co dowodzi wysokiego prestiżu uczelni.

Toruń kojarzony jest też często z Radiem Maryja, katolicką rozgłośnią prowadzoną przez zakonnik Tadeusza Rydyka. Działalność rozgłośni i skupionych wokół niej przedsięwzięć powoduje, że miasto staje się ważnym ośrodkiem turystyki religijno-pielgrzymkowej.

5.2.3. Imprezy i życie kulturalne

Uzupełnieniem oferty turystycznej Torunia są liczne odbywające się w mieście imprezy kulturalne i artystyczne. Są to zarówno jednorazowe, jak i organizowane co roku wydarzenia. Najbardziej znane imprezy cykliczne w Toruniu przedstawia tabela 12.

Tabela 12. Najważniejsze cykliczne imprezy kulturalne i artystyczne w Toruniu.

Wyszczególnienie	Opis
styczeń	
Afryka Reggae Festiwal	"Afryka" to jeden z najstarszych polskich festiwali reggae - odbywa się nieprzerwanie od 1991 roku. Od innych imprez tego typu odróżnia go to, że jest wielką akcją charytatywną; całkowity dochód ze sprzedaży biletów oraz honoraria muzyków trafiają do konkretnych miejscowości w najbardziej ubogich rejonach Afryki. Festiwal wsparł do tej pory m.in. realizację przedsięwzięć humanitarnych w Zambii, Kenii, Ruandzie, Burundi i Tanzanii. W ciągu kilkunastu lat w klubie Od Nowa zaprezentowało się ponad 200 zespołów - grała tutaj praktycznie cała czołówka polskiej sceny reggae/ska oraz wykonawcy zagraniczni. Popularność "Afryki" spowodowała, że od roku 1993 festiwal odbywa się w rozszerzonej, dwudniowej formule, zawsze w ostatnim tygodniu stycznia. Od kilku lat partnerem festiwalu jest Polska Akcja Humanitarna.

Wyszczególnienie	Opis
Ogólnopolski Festiwal Pieśni i Piosenki Bożonarodzeniowej	Festiwal organizowany przez Stowarzyszenie Rodzin Katolickich. Ma wymiar charytatywny. Co roku na scenie pojawia się kilkuset wykonawców z całej Polski: soliści, zespoły wokalnie-instrumentalne i chóry. Impreza trwa dwa dni: pierwszego dnia odbywa się część konkursowa, drugiego – koncert galowy połączony z kwestą na rzecz Hospicjum dla Dzieci "Nadzieja".
Tydzień Kultury Żydowskiej w Toruniu	Impreza cykliczna, organizowana przez Wyższą Szkołę Filologii Hebrajskiej w Toruniu. W trakcie imprezy odbywają się liczne wykłady, koncerty i wystawy prezentujące codzienne życie Żydów i ich kulturę.
luty	
Jazz Od Nowa Festiwal	<p>Jazz Od Nowa Festiwal zainaugurowany został w 2001 roku. Na festiwal zapraszani są artyści reprezentujący różne odmiany muzyki jazzowej, m.in. akustyczny mainstream, free jazz, jazz rock. W ramach Jazz Od Nowa Festiwal koncertowali m.in.: Jan Ptaszyn Wróblewski, Zbigniew Namysłowski, Tomasz Stańko, Michał Urbaniak, Włodzimierz Nahorny, Janusz Muniak i Jarosław Śmietana. Z drugiej strony należy wymienić formacje Miłość, Łoskot, Pink Freud, Robotobibok, braci Olesiów, Leszka Możdżera, Tymona Tymańskiego, Adama Pierończyka, a nawet grającego tematy Hendrixa czarnoskórego gitarzystę Hiram Bullocka. Organizatorzy rezerwują również miejsce dla bardziej konserwatywnej jazzowej młodzieży (Soundcheck, Contemporaray Noise Quintet, Sing Sing Penelope), a nawet przedsięwzięć o wymiarze bez mała parateatralnym ("Koncert Figur Niemożliwych" w wykonaniu znanego performerera Andrzeja Mitana z towarzyszeniem doborowej ekipy jazzowo-elektronicznej).</p> <p>W ciągu kilku lat Jazz Od Nowa Festiwal zyskał rozgłos i renomę - tak znaczną, że mieszkający w USA legendarny pianista Adam Makowicz w 2007 roku przyleciał do Polski wyłącznie na występ w Od Nowie.</p>
Tuba Satyrica	Ogólnopolski Konkurs na Rysunek Satyryczno – Humorystyczny Tuba Satyrica po raz pierwszy został ogłoszony w 2004 roku. Jest kierowany do artystów profesjonalnie uprawiających karykaturę i rysunek satyryczny oraz do studentów wyższych szkół plastycznych. Odbywa się cyklicznie w formie biennale. Organizatorem konkursu jest Centrum Kultury Dwór Artusa, natomiast współorganizatorami - Urząd Miasta Torunia, Muzeum Karykatury w Warszawie oraz Stowarzyszenie Polskich Artystów Karykatury.
marzec	
Klamra Akademickie Spotkania Teatralne	Impreza odbywająca się w marcu każdego roku w toruńskiej „Od Nowie”, prezentujące dokonania teatrów nieinstytucjonalnych poszukujących nowych środków wyrazu. Na deskach klubu wystąpiło wiele znakomitych zespołów, m.in. Teatr Ósmego Dnia, Wierszalin, Kana, Biuro Podróży, Cogitaur, Cinema, Porywacze Ciało. Oprócz teatrów znanych i bardzo znanych Klamra pokazuje również debiutantów, amatorskie grupy studenckie, "młodych gniewnych", czasami totalnych performerów.
„Dzieło Roku”	„Dzieło Roku” jest najstarszą polską imprezą plastyczną, podczas której prezentowana jest twórczość artystów środowiska toruńskiego. Zwana jest także Salonem Wiosennym. Po raz pierwszy zorganizowano ją w latach 60. Pomysłodawcy stawiają sobie za cel aktywizację twórczą artystów zrzeszonych w ZPAP. Jest to także okazja do zintegrowania grupy twórców. Odbiorcy z kolei mają jedyną możliwość zobaczenia najnowszych wytworów powstałych w miejscowych pracowniach.
CoCArt Music Festival	Festiwal niezwykle, unikatowy w tej części Europy, łączący nowe trendy we współczesnej muzyce awangardowej i eksperymentalnej o charakterze elektronicznym i elektroakustycznym z projektami opartymi o estetyczną waloryzację multimediów, traktowanych jako pełnoprawny komponent działania twórczego. Impreza odbywa się w Centrum Sztuki Współczesnej „Znaki Czasu” w Toruniu.
kwiecień	

Wyszczególnienie	Opis
Toruński Festiwal Nauki i Sztuki	Kilkudniowa impreza upowszechniająca naukę i sztukę wśród mieszkańców Torunia i regionu. Aktywny udział w imprezie biorą nie tylko pracownicy toruńskich uczelni, ale także lokalnych przedsiębiorstw oraz instytucji, którzy prezentują stosowane w swojej pracy osiągnięcia naukowe lub działania związane ze sztuką. Właśnie to odróżnia toruński festiwal od podobnych przedsięwzięć organizowanych w innych ośrodkach akademickich.
Festiwal „Audiowizje”	Festiwal, który łączy fotografię i muzykę. Ma na celu pokazanie nierozzerwalnego związku między sztuką obrazu i dźwięku. Impreza obejmuje wiele punktów miasta i ma promować toruńskich twórców. W ramach festiwalu odbywają się koncerty, wystawy i spotkania.
Etniczny Zawrót Głowy	Festiwal „Etniczny Zawrót Głowy” to jedyne wydarzenie w regionie Kujaw i Pomorza, które prezentuje dorobek polskiej muzycznej sceny etnicznej. Przez sześć lat zyskał już renomę i uznanie, a także dorobił się licznej publiczności, która co roku wiernie przybywa do Studenckiego Klubu Pracy Twórczej Od Nowa w Toruniu. "Etniczny Zawrót Głowy" to dwudniowa impreza, podczas której odbywają się warsztaty tańca i rzemiosła artystycznego. To także liczne koncerty i jarmark rękodzieła, promujący wyroby z recyklingu i postawę tzw. "fair trade". Festiwal powstał z inicjatywy młodych ludzi, którzy chcą wzmocnić promocję kultury w regionie Kujaw i Pomorza, a także w innowacyjny, ciekawy sposób namówić do szerszego odbioru muzyki korzeni. Festiwal sprzyja rozwijaniu tolerancji i dialogu międzykulturowego. Organizatorzy chcą, aby projekt z roku na rok stawał się platformą wymiany myśli i pomagał dostrzegać etniczne różnicowanie naszego kraju. Przez sześć lat w festiwalu wzięło udział około 40 zespołów z całej Polski, a także jeden z Białorusi - Nasta Niakrasawa & FolkRoll.
maj	
Festiwal Muzyki i Sztuki Krajów Bałtyckich Probaltica	Festiwal promuje kulturę i sztukę krajów nadbałtyckich. Impreza ma charakter muzyczno-plastyczny i w opinii Komisji Europejskiej jest jednym z najlepszych przykładów wcielania w życie idei integracji europejskiej. Patronat nad tym wydarzeniem sprawuje Minister Spraw Zagranicznych RP. „Probaltica” organizowana jest w Toruniu od 1994 r. W dotychczasowych edycjach imprezy brały udział dziesiątki profesjonalnych zespołów, znakomitych artystów muzyków i plastyków z 10 krajów bałtyckich. Festiwalowe koncerty odbywają się nie tylko w Toruniu, ale także w Warszawie. Do kręgu miast festiwalowych dołączyły również Kłajpeda na Litwie oraz Visby-Gotlandia w Szwecji.
"Kontakt" Międzynarodowy Festiwal Teatralny	Toruński festiwal jest jednym z najważniejszych organizowanych w Polsce przeglądów teatralnych. Odbywa się nieprzerwanie od 1991 r. Pozwala na nawiązanie międzynarodowych kontaktów i dokonanie przeglądu przedstawień teatrów wschodu, zachodu, północy i południa. Podczas festiwalu prezentowane są spektakle wyrosłe z różnych tradycji kulturowych i ukształtowane przez różne estetyki twórcze. W dotychczasowych festiwalach wzięły udział teatry m.in. z Australii, Białorusi, Belgii, Bułgarii, Chin, Czech, Danii, Estonii, Finlandii, Francji, Grecji, Gruzji, Hiszpanii, Holandii, Jugosławii, Korei Południowej, Litwy, Łotwy, Niemiec, Norwegii, Polski, Rosji, Rumunii, Szwajcarii, Szwecji, Turkmenistanu, Ukrainy, USA, Uzbekistanu, Węgier, Wielkiej Brytanii, Wietnamu, Włoch. W ramach "Kontaktu" odbywają się imprezy towarzyszące - wystawy plastyczne, projekcje filmów, koncerty. Prezentacji przedstawień towarzyszą spotkania z twórcami. Festiwal odbywa się co dwa lata zamiennie z Festiwalem Debiutantów Pierwszy Kontakt.

Wyszczególnienie	Opis
Festiwal Debiutantów Pierwszy Kontakt	Festiwal Debiutantów Pierwszy Kontakt jest festiwalem teatralnym zainauguowanym w maju 2011 r. o ogólnopolskim i konkursowym charakterze. Celem imprezy jest prezentacja i promocja najciekawszych młodych i bardzo młodych twórców teatralnych – reżyserów i aktorów. Jest to pierwsze w Polsce spotkanie teatralnych debiutantów. Słowo debiut interpretujemy tu dosłownie: jako pierwszą realizację sceniczną i pierwszą rolę w zawodowym teatrze.
Majowy Buum Poetycki	Impreza prezentująca twórców wywodzących się z niezależnego środowiska literackiego. Nawiązuje do tradycji poetyckich spotkań, które odbywały się w Studenckim Klubie Pracy Twórczej „Od Nowa” w latach 70. i na początku 80. Podczas festiwalu odbywają się sceniczne prezentacje poezji, spotkania z autorami, projekcje filmowe, koncerty, wystawy plastyczne oraz targi wydawnictw. Majowy Buum Poetycki jest okazją do zaprezentowania twórczości głównie młodych, undergroundowych poetów oraz niezależnych pism poetyckich.
Międzynarodowy Festiwal Plakatu i Typografii „Plaster”	Wydarzenie promujące młodych grafików związanych z twórczością plakatu i projektowaniem graficznym, ukazujące typografię i plakat jako dziedziny sztuki bardzo aktywnie podążające za nowoczesną technologią, przełamujące stereotypy i obowiązujące konwencje, a z drugiej strony odwołujące się do nieprzemijających wartości związanych z tradycją. Festiwal stawia sobie za cel podkreślanie wielkiego znaczenia, jakie projektowanie graficzne wywiera na kształt współczesnej kultury wizualnej i tym samym – naszego otoczenia. „Plaster” jako wydarzenie kulturalne i intelektualne wskazuje drogę do zapoznania się z pewną estetyką i filozofią charakterystyczną dla współczesnej grafiki projektowej. Impreza odbywa się w Centrum Sztuki Współczesnej „Znaki Czasu” w Toruniu.
Festiwal „Celtycki Gotyk”	Festiwal żywiołowego tańca i porywającej muzyki celtyckiej. W ramach festiwalu odbywają się warsztaty taneczne, spektakle teatralne oraz liczne koncerty. Ważnym elementem imprezy są wykłady poświęcone kulturze celtyckiej oraz wystawy ukazujące gotycki Toruń.
czerwiec	
Toruńskie Święto Miasta	Święto stanowi cykl imprez, konkursów, zawodów sportowych oraz występów tanecznych. Cechą święta jest jego wiślany charakter, gdyż większość koncertów, pokazów i spotkań mieszkańców w jego ramach odbywa się na Bulwarze Filadelfijskim i na błoniach nadwiślańskich. Tradycyjnymi punktami Święta Miasta są pokazy artystyczne i występy toruńskich zespołów muzycznych i tanecznych, swoje umiejętności pokazują też toruńscy aktorzy i sportowcy. Ukoronowaniem święta jest Noc Świętojańska, podczas której na Wiśle puszczane są wianki.
Święto Muzyki	Toruń jest pierwszym polskim miastem i jednym spośród 400 na całym świecie, które uczestniczy w Święcie Muzyki. Impreza odbywa się każdego roku 21 czerwca. Grać może każdy. Święto Muzyki (fr. Fête de la Musique) organizowane jest od 1982 roku. Pomysł narodził się we Francji, szybko został kupiony w wielu innych krajach. Impreza jest dzisiaj znaczącym wydarzeniem artystycznym. Każdego roku instytucje muzyczne - filharmonie, opery, teatry muzyczne, szkoły, a także kluby, ośrodki kultury, organizacje pozarządowe, puby, kawiarnie oraz osoby prywatne na całym świecie, organizują w czerwcu darmowe koncerty pod hasłem "Muzyka wszędzie, koncert nigdzie". W miastach rozbrzmiewa wtedy muzyka klasyczna, jazz, rock, poezja śpiewana, muzyka chóralna, muzyka elektroniczna, etno, reggae, ska, muzyka klubowa... Grają młodzi i starzy, amatorzy i profesjonalści, solo i w zespołach, wprost na ulicy, czasem w bramie i na specjalnie przygotowanych scenach, unplugged i z użyciem elektryczności. W Toruniu co roku działa tego dnia kilkadziesiąt punktów muzycznych, szczególnie na starówce, ale muzyka rozbrzmiewa również w wielu innych zakątkach miasta. Spacerując, co rusz można się natknąć na różnorodne brzmienia. Wielokrotnie są to miejsca na co dzień nie kojarzone z muzyką. Koordynatorem wydarzenia jest Toruńska Agenda Kulturalna.

Wyszczególnienie	Opis
lipiec-sierpień	
Letni Festiwal "Toruń – Muzyka i Architektura"	Festiwal muzyczny, w ramach którego koncerty odbywają się w każdy weekend wakacji w starych, zabytkowych wnętrzach. Festiwal jest organizowany przez Toruńską Orkiestrę Symfoniczną. W koncertach biorą udział głównie zespoły instrumentalne, zespoły wokalne, zespoły muzyki dawnej i organiści oraz znani soliści - wokaliści i instrumentalni z kraju i zagranicy.
Artus Jazz Festiwal	Artus Jazz Festiwal to jeden z najmłodszych toruńskich festiwali. Pierwsza edycja imprezy odbyła się w 2007 roku. W lipcowe i sierpniowe wieczory dziedziniec Ratusza Staromiejskiego rozbrzmiewa wszystkimi odcieniami swingu, hard-bopu i jazzu. Koncerty, stosownie do pory roku, utrzymane są w letnim klimacie. W Toruniu występują artyści, których nie powstydziliby się festiwale o ustalonej renomie. Od 2007 na toruńskiej scenie jazzowej wystąpili m.in. Lora Szafran, Francis Wong Trio, Marcin Wasilewski Trio, New Bone, Kwartet Grzegorza Nagórskiego, Dorota Miśkiewicz, Kuba Badach, Włodek Pawlik, Anna Maria Jopek.
Międzynarodowy Festiwal Harmonijki Ustnej Harmonica Bridge Toruń	Impreza ma na celu spotkanie sympatyków harmonijki ustnej oraz popularyzację tego instrumentu. W ramach festiwalu odbywają się koncerty światowej klasy wirtuozów harmonijki, grających muzykę poważną, jazz, rock, folk i bluesa. Podczas kolejnych edycji festiwalu wystąpili m.in.: Keith Dunn, Adam Wendt, Przemysław Raminiak, Piotr Biskupski, Bogdan Rypina & Easy Rider, The Beggars (Słowacja), Michał Kielak & Dubska, Julian Jackson (GB) & Los Angeles Trio, Teatr "Wielkie Koło", Memo Gonzales (USA) & The Bluescasters (Niemcy), Livin' Blues Xperience (Holandia) & Francois Spannenburg (Francja), Łukasz Wiśniewski & Doktor Blues, Boogie Chilli, Blueszcz Blues Band czy Orkiestra Salonowa pod dyr. Marka Czeakały.
Międzynarodowy Festiwal Światła „Skyway”	Międzynarodowy Festiwal Światła „Skyway” to wydarzenie dla wszystkich pokoleń. Organizowany jest nieprzerwanie od 2009 roku. Festiwal łączy trzy aspekty: naukę (sposób realizacji i projekcje festiwalu nawiązują do astronomii i innych nauk ścisłych), sztukę oraz ludzi, bowiem festiwalowi przyświeca hasło "kultura dla wszystkich". Ważnym aspektem Skyway'a jest możliwość zaangażowania się w towarzyszące akcje specjalne. Na festiwal składają się instalacje, których podstawową materią jest światło. Rozproszone w wielu punktach miasta świetliste dzieła sztuki, projekcje, interaktywne prezentacje przygotowane są przez międzynarodowe grono artystów specjalnie do prezentacji w Toruniu. Dzięki podświetleniom i projekcjom swój kształt zmieniają budynki i place, zyskując nowe, nieznane dotąd oblicze.
Festiwal Piosenki i Ballady Filmowej	Festiwal stanowi pierwszą w Polsce i nieposiadającą odpowiednika w Europie imprezę artystyczną poświęconą fenomenowi piosenki i ballady filmowej w kinematografii polskiej, europejskiej i światowej. Celem Festiwalu Piosenki i Ballady Filmowej jest popularyzacja najciekawszych osiągnięć artystów, którzy nadali tej formie twórczości filmowej autorski wymiar i stworzyli utwory, które po dziś dzień oczarowują walorami artystycznymi. Formuła festiwalu polega na połączeniu dwóch części: przeglądu konkursowego - skierowanego do wokalistów, aktorów, studentów szkół artystycznych, zwłaszcza laureatów ogólnopolskich przeglądów piosenki i uczestników konkursów telewizyjnych poświęconych piosence, oraz koncertu galowego, w którym udział biorą polskie i zagraniczne gwiazdy, aktorzy i artyści estradowi oraz laureaci przeglądu konkursowego.

Wyszczególnienie	Opis
Koncerty pod Gwiazdami	Letni, plenerowy cykl imprez organizowany przez Centrum Kultury Dwór Artusa odbywa się w Toruniu od kilkunastu lat. Koncerty organizowane są pod gołym niebem na obszarze toruńskiej starówki, na dziedzińcu Ratusza Staromiejskiego oraz w ruinach Zamku Krzyżackiego. W czasie festiwalu odbywają się koncerty artystów prezentujących różnorodne gatunki muzyczne i sceniczne od jazzu poprzez piosenkę literacką czy pop. Ponadto organizowane są wystawy plastyczne, występy grup kabaretowych i teatralno-muzycznych.
wrzesień	
Dni Dziedzictwa Europejskiego	Europejskie Dni Dziedzictwa organizowane są z inicjatywy Rady Europy i pomyślane jako święto zabytków. Nacisk kładziony jest również na wymiar regionalny. Swoje podwoje otwierają placówki muzealne i instytucje związane z pielęgnowaniem dorobku minionych lat. Toruń zawsze bardzo aktywnie włącza się w EDD, zaś jedną z najbardziej zaangażowanych w nie placówek jest Muzeum Etnograficzne. Poza tym w EDD włącza się również Muzeum Okręgowe.
Festiwal Sztuki na Bilbordach „Art. Moves”	Ideą festiwalu jest prezentacja i popularyzacja sztuki na bilbordach, jak i popularyzacja wiedzy oraz wymiana doświadczeń na temat działań w przestrzeni publicznej, ikonosfery miasta i wizualnych aspektów kultury współczesnej. Twórcom festiwalu przyświeca przekonanie, że sztuka pokazywana w przestrzeni miasta może być istotna dla współczesnego człowieka, gdyż jest doskonałym medium rezonansowym, które może wprowadzać umysł odbiorcy w drgania, wytrącać go z rutyny i ukazywać nowe tropy rzeczywistości. W ramach festiwalu pokazywane są prace artystów na bilbordach, odbywają się spotkania z artystami, kuratorami i teoretykami zajmującymi się namysłem nad współczesną kulturą i wizualnością, prezentowane są projekty i dokumentacje działań w przestrzeni publicznej. Pierwsza edycja festiwalu odbyła się w 2008 r.
Żywy Skansen	Impreza cykliczna organizowana co roku przez Muzeum Etnograficzne w Toruniu, podczas której zwiedzający mają okazję zapoznać się z kulturą wsi. Każda impreza opatrzona jest tematem przewodnim. Ponadto imprezie towarzyszy kiermasz wyrobów współczesnego rzemiosła wiejskiego i ludowego.
Anielskie Spotkania Festiwal	Festiwal dedykowany jest wolontariuszom, którzy, tak jak anioły, pomagają potrzebującym. Jego celem jest wspieranie i promowanie idei wolontariatu. W ramach imprezy odbywa się m.in. jarmark anielski, pokaz anielskich filmów, warsztaty plastyczne, koncerty, w tym także o charakterze charytatywnym. Co roku wręczane są statuetki aniołów dla tych osób, które poprzez swoją działalność na rzecz innych przybliżają niebo do ziemi. Organizatorem festiwalu jest Katolickie Stowarzyszenie "Civitas Christiana".
„Kolor w grafice” Międzynarodowe Triennale Grafiki	„Kolor w grafice” to najstarsza cykliczna impreza plastyczna Torunia. Organizowany jest przez toruńską galerię „Wozownia” od początku lat 80-tych, a w formule międzynarodowej od 1994 roku. Wystawy „Koloru w grafice” pokazują to, co dzieje się we współczesnym świecie grafiki pod względem techniki, tematyki i języka sztuki. Jest to sztuka ciągle poszukująca nowych rozwiązań i eksperymentująca. Podczas triennale prezentowane są prace artystów z krajów europejskich i całego świata m.in. Izraela, Japonii, Kanady, USA, Bangladeszu, Argentyny.
październik	

Wyszczególnienie	Opis
Międzynarodowy Festiwal Teatrów Lalek „Spotkania”	Jedna z największych międzynarodowych imprez odbywających się w Toruniu. Do miasta Kopernika co roku przyjeżdża kilkanaście teatrów z różnych zakątków Europy, by pokazywać przedstawienia, których głównym aspektem jest animacja. Jest to festiwal adresowany do dzieci i dorosłych. Nagrodami dla laureatów są Złote Pierniki. Spotkania są okazją do zaobserwowania, jak zmienia się teatr lalkowy w ostatnich latach i jak różne mogą być elementy poddawane animacji: od klasycznych marionetek przez bohaterów wyczarowywanych z różnych materiałów (tkaniny, gąbki, nawet dętki rowerowe), aż po projekcje multimedialne. Festiwalowi od kilku lat towarzyszy Przegląd Twórczości Teatralnej Osób Niepełnosprawnych, a także prezentacje przedstawień studentów szkół teatralnych oraz Akcja Animacja Prezentacja - studenckie pokazy animacji i sztuki wideo. Organizatorem festiwalu jest Teatr Baj Pomorski
Toruń Film Festival „Tofifest”	Festiwal „niepokorny”, o niepowtarzalnym zarysie programowym, prezentujący twórczość młodych filmowców z całego świata – profesjonalne kino niezależne, filmy krótkometrażowe i twórczość reżyserów dopiero rozpoczynających karierę. Kino prezentowane podczas Toffiestu to sztuka kreatywnie komentująca życie i będąca jego integralną częścią. Od początku istnienia festiwal hołduje zasadzie pokazywania „kina zbuntowanego”, szukającego prawdy o współczesnym człowieku, prowokującego do dyskusji o trudnych tematach społecznych, politycznych i wszystkich tych sprawach ludzkich, wobec których trudno jest przejść obojętnie. Twórcy nietuzinkowi, idący pod prąd pewnym tendencjom czy utartym opiniom. Ale także zjawiska z historii kina, okrzyknięte kultowymi, co do których wielu wstydzi się przyznać, że je uwielbia.
Forte Artus Festiwal	Festiwal jazzowy jest spadkobiercą wcześniejszego Międzynarodowego Festiwalu FORTE piano, którego organizatorem jest Centrum Kultury „Dwór Artusa”. W ramach festiwalu odbywają się liczne koncerty gwiazd polskiej i zagranicznej jazzowej sceny muzycznej, a także spotkania, spektakle i wystawy. Do tej pory podczas festiwalu gościli m.in. Leszek Możdżer, Justyna Steczkowska, Grzegorz Turnau, Maja Kleszcz oraz Ray Wilson.
Od Nowa Metal Fest	Festiwal prezentujący współczesne trendy w muzyce metalowej. Zespoły zapraszane na festiwal grają różne odmiany metalu. Obok gwiazd i weteranów polskiej sceny metalowej na festiwalu pojawiają się różne młode formacje, dla których festiwal jest szansą na zaprezentowanie swojej twórczości. Pierwsza edycja festiwalu odbyła się w 2010 roku.
Toruński Festiwal Książki	Toruński Festiwal Książki to szereg spotkań, warsztatów i dyskusji na temat literatury. Jest on okazją do kontaktu z postaciami polskiego życia literackiego oraz promocji lokalnych wydawnictw. W ramach imprezy przewidziane są także atrakcje dla dzieci m.in. warsztaty literacko-plastyczne czy ilustratorskie.
Colloquia Torunensia	Colloquia Torunensia (Rozmowy Toruńskie) – cykl corocznych spotkań. Ideą jest promocja dialogu społecznego w różnych dziedzinach życia: nauce, religii, kulturze, polityce i życiu społecznym. Debaty upamiętniają toruńskie tradycje tolerancji i ekumenizmu. Colloquia Thorunensia nawiązują do Colloquium Charitativum, tj. Braterskiej rozmowy z 1645 r., która odbyła się w Toruniu. Uczestnicy ówczesnego spotkania - teolodzy katoliccy, luterkańscy i kalwińscy - podjęli wysiłek przywrócenia jedności między Kościołami, które reprezentowali. Chociaż postawiony cel nie został osiągnięty, to debata miała wielką wartość. To wydarzenie pozytywnie zapisało się w historii kontaktów pomiędzy Kościołami chrześcijańskimi a oczyma współczesnych postrzegane jest jako spotkanie o charakterze ekumenicznym. Jego historyczna wartość przypomniana została podczas uroczystych obchodów 350. rocznicy w 1995 r. w Międzynarodowym Roku Tolerancji i skłoniła organizatorów obchodów rocznicowych do kontynuowania działalności na rzecz dialogu społecznego.

Wyszczególnienie	Opis
listopad	
„Toruń Blues Meeting” Ogólnopolski Festiwal Muzyki Bluesowej	„Toruń Blues Meeting” to wyjątkowy festiwal muzyki bluesowej, odbywający się zawsze w przedostatni weekend listopada. Ideą festiwalu jest prezentacja różnych form i stylów bluesa oraz połączenie młodości z doświadczeniem. Na deskach toruńskiego klubu Od Nowa występowali artyści scen polskich i międzynarodowych, m.in.: Tadeusz Nalepa, Irek Dudek, Dżem, Nocna Zmiana Bluesa, Martyna Jakubowicz, Easy Rider, Kasa Chorych, Mira Kubasińska, Gang Olsena, Jan „Kyks” Skrzek, Obstawa Prezydenta, Blues Flowers, After Blues, Boogie Boys oraz czarnoskórzy bluesmani z USA - Keith Dunn, Carlos Johnson, John „Broadway” Tucker, Michael Roach, Guitar Crusher i Earl Green oraz wykonawcy z Wlk. Brytanii, Holandii, Niemiec, Szwecji, Włoch, Węgier, Czech, Słowacji, Litwy, Białorusi, a nawet z dalekiej Australii.
Festiwal Performance „Koło Czasu”	„Festiwal Sztuki Performance – sztuki, która wzbudza największe emocje: zachwyca, szokuje, wywołuje podziw lub sprzeciw, ale na pewno dociera głęboko do każdego odbiorcy... - jest wydarzeniem artystycznym, odbywającym się co roku w Centrum Sztuki Współczesnej „Znaki Czasu” w Toruniu. Podczas festiwalu swoje działania prezentują nie tylko artyści – performerzy, ale również studenci z polskich uczelni plastycznych i osoby zainteresowane szeroko rozumianymi działaniami performatywnymi. Idea festiwalu zrodziła się w 2007 r. Autorem koncepcji i kuratorem projektu jest Marian Stępak – artysta i pracownik naukowo dydaktyczny Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu.
Festiwal Antropologii Wizualnej Aspekty	Międzynarodowe wydarzenie, którego głównym celem jest promocja i prezentacja filmów z zakresu antropologii wizualnej. Aspekty organizowane są przez Fundację Emic z Torunia, od 2007 r. Dzięki międzynarodowemu charakterowi festiwalu prezentowane są różnorodne filmy z całego świata. Ta różnorodność pozwala na zapoznanie się z różnymi kulturami oraz odmiennymi spojrzeniami na świat i zamieszkującego go człowieka.
Toruńskie Spotkania Teatrów Jednego Aktora	Spadkobierca odbywającego się przed laty Ogólnopolskiego Festiwalu Teatrów Jednego Aktora. Stanowi on przegląd najlepszych monodramów, nagradzanych podczas innych festiwali. Wybitni twórcy teatru oraz debiutanci prezentują swoje umiejętności na scenie toruńskiego Teatru „Baj Pomorski”.
Festiwal „Przejrzeć...”	Festiwal, który wieloaspektowo analizuje ważne zjawiska kina. Oprócz pokazów filmowych odbywają się warsztaty tematyczne, spotkania dyskusyjne oraz koncerty.
Festiwal Filmów Rosyjskich „Sputnik nad Polską”	Celem festiwalu jest zaprezentowanie największych osiągnięć rosyjskiej kinematografii. Podczas imprezy w toruńskim Centrum Sztuki Współczesnej „Znaki Czasu” pokazywane są zarówno dzieła mistrzów kina rosyjskiego, jak i produkcje młodego pokolenia reżyserów, a także filmy dla dzieci. Wybrane filmy prezentowane są w całej Polsce. Podczas festiwalu odbywa się szereg imprez towarzyszących, m.in. koncertów, wystaw, wykładów, debat, spotkań z twórcami filmowymi i krytykami.
grudzień	
„Katar” Konfrontacje Amatorskiej Twórczości Artystycznej Regionu	Konfrontacje Amatorskiej Twórczości Artystycznej Regionu „Katar” to coroczne spotkania twórców amatorów z województwa kujawsko-pomorskiego. Podczas imprezy młodzi artyści prezentują swoje umiejętności artystyczne w dziedzinach: filmu, teatru, muzyki i fotografii. Organizatorem „Kataru” jest Wojewódzki Ośrodek Animacji Kultury w Toruniu.

Wyszczególnienie	Opis
Koncert Specjalny Pamięci Grzegorza Ciechowskiego i wręczenie Nagrody Artystycznej Miasta Torunia im. Grzegorza Ciechowskiego	Koncert Specjalny Pamięci Grzegorza Ciechowskiego odbywa się co roku. Tego dnia w toruńskim klubie muzycznym „Od Nowa” usłyszeć można utwory lidera zespołu „Republika” w nowych aranżacjach. W minionych latach podczas koncertu wystąpili m.in. Muniek Staszczuk, Artur Rojek (Myslovitz), Kasia Nosowska, Justyna Steczkowska, Lipali, Adam Nowak (Raz Dwa Trzy) czy Renata Przemyk. Podczas koncertu wręczana jest Nagroda Artystyczna Miasta Torunia im. Grzegorza Ciechowskiego, którą ustanowiono uchwałą Rady Miasta Torunia z 11 kwietnia 2002 roku. Wyróżnieniem honorowane są osobowości artystyczne, czerpiące w swej twórczości inspirację z różnych dziedzin sztuki. Wyróżnienie to przeznaczone jest dla młodych twórców za dokonania w minionym sezonie artystycznym.
Toruń Short Film Festival	Toruń Short Film Festival (TSFF) jest pierwszą platformą festiwalową w Polsce w całości poświęconą prezentacji filmów krótkometrażowych. Co roku organizatorzy organizują konkurs filmów polskich, podczas którego widzowie wybierają najlepszą produkcję. TSFF obejmuje także przeglądy tematyczne, prezentacje, dorobek artystów oraz spotkania z twórcami filmów i wydarzenia specjalne. Zamykający toruński rok filmowy festiwal jest krótkim przewodnikiem po dynamicznie zmieniającym się świecie filmów krótkometrażowych oraz doskonałym uzupełnieniem programów Międzynarodowego Festiwalu Filmowego Toffest i toruńskich kin. Organizatorem jest Kino Centrum w Centrum Sztuki Współczesnej.
"Sztuka Natury" Międzynarodowy Festiwal Fotografii Przyrodniczej	Festiwal, podczas którego na licznych wystawach i prezentacjach oglądać można najpiękniejsze zdjęcia przyrodnicze wykonywane przez polskich i zagranicznych fotografów. Prezentowane są również filmy. Publiczność ma też okazję spotkać się z fotografami i posłuchać ich pasjonujących opowieści o próbach utrwalenia w obiektywie tego, co ulotne i często niedostępne dla oka zwykłego śmiertelnika. Ich dzieła mają zazwyczaj nie tylko dokumentalny, ale także artystyczny charakter. Niezaprzeczalna jest też ich wartość krajoznawcza i dydaktyczna. Festiwalowi towarzyszą konkursy fotografii przyrodniczej. Organizatorem imprezy jest Polskie Zrzeszenie Inżynierów i Techników Sanitarnych o. Toruń, Urząd Miasta Torunia.

Życie kulturalne w Toruniu animowane jest przez wiele instytucji. Do najważniejszych z nich należą:

- Muzeum Okręgowe;
- Muzeum Etnograficzne;
- Centrum Kultury „Dwór Artusa”;
- Centrum Sztuki Współczesnej „Znaki Czasu”;
- Galeria Sztuki Wozownia;
- Galeria i Ośrodek Plastycznej Twórczości Dziecka;
- Centrum Kultury "Zamek Krzyżacki”;
- Dom Muz;
- Toruńska Agenda Kulturalna;
- Toruńska Orkiestra Symfoniczna;
- Wojewódzki Ośrodek Animacji Kultury (WOAK);
- Teatr Wilama Horzycy;



- Teatr Baj Pomorski;
- Akademyckie Centrum Kultury „Od Nowa”;
- Młodzieżowy Dom Kultury.

Imprezy oraz wydarzenia kulturalne w mieście, zarówno cykliczne, jak i okazjonalne, promowane są przez toruński informator kulturalno-artystyczny IKAR. Jest to bezpłatny miesięcznik wydawany przez Wydział Komunikacji Społecznej i Informacji Urzędu Miasta Torunia od września 2003 r. Ukazuje się w nakładzie 2 300 egzemplarzy. Dociera do odbiorców za pośrednictwem wszystkich toruńskich instytucji kultury, Ośrodka Informacji Turystycznej oraz często odwiedzanych klubów i restauracji. Pismo podzielone jest na dwie części. W jednej znajdują się szersze zapowiedzi ważniejszych wydarzeń, artykuły dotyczące miasta oraz wywiady z ciekawymi twórcami. Drugą część stanowi kalendarium, w którym przedstawione są propozycje poszczególnych instytucji na cały miesiąc.

Kalendarz wydarzeń artystycznych i kulturalnych w Toruniu jest więc bogaty i stanowi znaczący wkład w poszerzenie oferty turystycznej miasta.

6. ANALIZA STANU ZAGOSPODAROWANIA TURYSTYCZNEGO TORUNIA

6.1. Baza noclegowa

Baza noclegowa stanowi niezbędny element zagospodarowania turystycznego i ma kluczowe znaczenie dla rozwoju turystyki na danym obszarze. Odpowiedni standard i różnorodność obiektów noclegowych ze zróżnicowanymi cenami jest kluczowym elementem w procesie podejmowania decyzji o wyborze miejsca pobytu zarówno krótkiego, jak i dłuższego.

Baza noclegowa Torunia jest stosunkowo dobrze rozbudowana. Wg statystyk prowadzonych przez GUS, w 2010 r. funkcjonowało w mieście 36 obiektów zbiorowego zakwaterowania, z czego 34 stanowiły obiekty całoroczne. Działające obiekty oferowały w sumie 2 702 miejsca noclegowe. Charakterystykę bazy noclegowej Torunia przedstawia tabela 13.

Tabela 13. Charakterystyka bazy noclegowej w Toruniu w 2010 r.

Wyszczególnienie	2010
ogółem	
obiekty ogółem	36
obiekty całoroczne	34
miejsca noclegowe ogółem	2 702
miejsca noclegowe całoroczne	2 550
hotele	
obiekty ogółem	22
obiekty całoroczne	22
miejsca noclegowe ogółem	1 900
miejsca noclegowe całoroczne	1 900
pokoje ogółem	1 057
pokoje z własną łazienką i WC	1 009
inne obiekty hotelowe	
obiekty ogółem	7
obiekty całoroczne	7
miejsca noclegowe ogółem	388
miejsca noclegowe całoroczne	388
pokoje ogółem	137
pokoje z własną łazienką i WC	100
schroniska	
obiekty ogółem	1
obiekty całoroczne	1
miejsca noclegowe ogółem	138
miejsca noclegowe całoroczne	138
szkolne schroniska młodzieżowe	
obiekty ogółem	1
obiekty całoroczne	1
miejsca noclegowe ogółem	60
miejsca noclegowe całoroczne	60
hostele	
obiekty ogółem	1

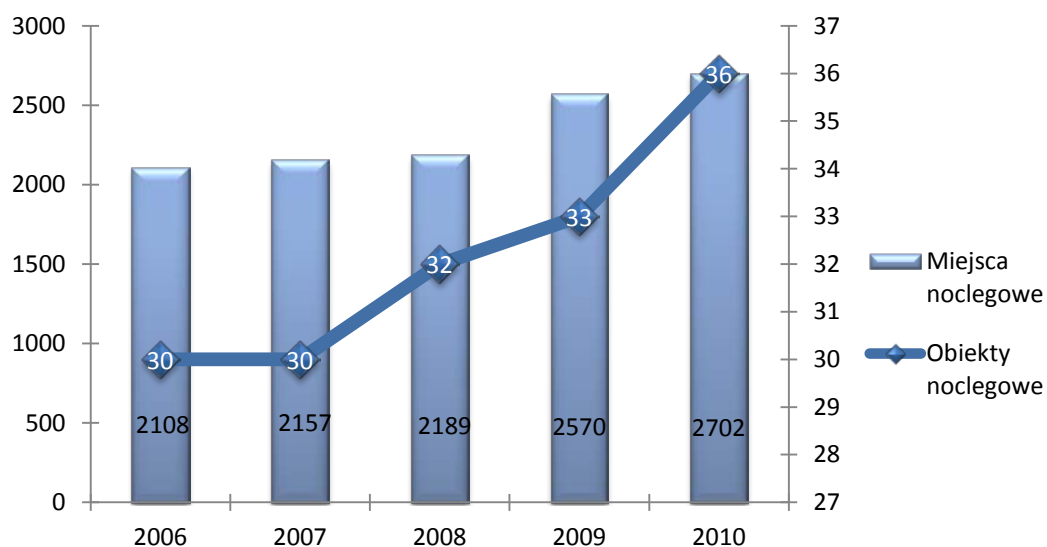
Wyszczególnienie	2010
obiekty całoroczne	1
miejsca noclegowe ogółem	35
miejsca noclegowe całoroczne	35
zespoły domków turystycznych	
obiekty ogółem	1
miejsca noclegowe ogółem	62
kempingi	
obiekty ogółem	1
miejsca noclegowe ogółem	90
pozostałe obiekty niesklasyfikowane	
obiekty ogółem	2
obiekty całoroczne	2
miejsca noclegowe ogółem	29
miejsca noclegowe całoroczne	29

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS.

W analizowanym okresie w ofercie bazy noclegowej w Toruniu przeważały hotele oraz obiekty hotelowe. Wśród hoteli najliczniejszą grupę stanowiły obiekty trzygwiazdkowe, których było w sumie 10. Ponadto w mieście funkcjonowało 8 obiektów dwugwiazdkowych, 3 obiekty czterogwiazdkowe oraz jeden jednogwiazdkowy. Brakowało natomiast w Toruniu obiektów o najwyższym standardzie usług, czyli hoteli pięciogwiazdkowych.

Liczba obiektów oraz miejsc noclegowych w Toruniu systematycznie rośnie. Zgodnie z danymi GUS, w latach 2006-2010 liczba obiektów noclegowych w mieście powiększyła się o 20%. W analizowanym okresie wzrosła przede wszystkim liczba hoteli oraz obiektów hotelowych. Świadczy to o zapotrzebowaniu na usługi noclegowe w obiektach o podwyższonym standardzie.

Wykres 14. Obiekty i miejsca noclegowe w Toruniu w latach 2006-2010.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Wykorzystanie miejsc noclegowych w Toruniu pozostaje wysokie, przy czym największym powodzeniem cieszą się hotele o podwyższonym standardzie, co potwierdza zapotrzebowanie na tego typu obiekty w mieście. Średnioroczne dane Instytutu Turystyki wskazują na wykorzystanie miejsc noclegowych na poziomie ok. 34% jednak w sezonie urlopowym lub podczas organizowanych w mieście imprez obłożenie obiektów noclegowych jest znacznie wyższe.

Badania dotyczące bazy noclegowej miasta prowadzi również Ośrodek Informacji Turystycznej w Toruniu. Dane zebrane przez OIT nieznacznie odbiegają od zawartych w statystykach GUS. Przede wszystkim uwzględniono w nich więcej kategorii obiektów noclegowych. Niestety, podobnie jak w analizach GUS, OIT nie uwzględnia pokoi i kwater prywatnych. Liczbę obiektów noclegowych prezentowanych na stronach OIT przedstawia tabela 14.

Tabela 14. Baza noclegowa w Toruniu sklasyfikowana w OIT.

Wyszczególnienie	Liczba
Hotele****	4
Hotele***	8
Hotele**	12
Hotele*	1
Hostele	8
Motele	2
Schroniska szkolne	1
Kempingi	1
Inne obiekty hotelarskie	19
Apartamenty	14
Ogółem	70

Źródło: Opracowanie własne UMT

Poszerzonych danych na temat bazy noclegowej w Toruniu dostarczają także prowadzone corocznie przez Ośrodek Informacji Turystycznej badania ruchu turystycznego w Toruniu. Wg danych OIT zawartych w raporcie „Turystyczny Toruń 2010”, miasto dysponowało w 2010 r. łączną liczbą 3 237 miejsc noclegowych całorocznych. Miejsca te znajdowały się w sumie w 41 obiektach. Dodatkowo w sezonie letnim funkcjonowało 380 miejsc w obiektach sezonowych.

6.2. Baza gastronomiczna

Baza gastronomiczna jest obok bazy noclegowej podstawowym elementem zagospodarowania turystycznego. Jej znaczenie w odbiorze miejsca jest bardzo istotne. Wysoka dostępność lokali gastronomicznych oraz ich standard, zróżnicowanie pod względem menu i cen bezpośrednio wpływają na zadowolenie turystów oraz opinię na temat odwiedzanego obszaru. Może być także jednym z powodów wyboru danej destynacji turystycznej.

Zestawienie bazy gastronomicznej Torunia wg poszczególnych kategorii obiektów zawiera tabela 15.

Tabela 15. Obiekty bazy gastronomicznej w Toruniu.

Wyszczególnienie	Liczba
Restauracje	106
Pierogarnie	4
Bary	28
Drink bary	56
Pizzerie	13
Kawiarnie/Cukiernie	12
Winiarnie	2
Puby	26
Kluby	50
Ogółem	297

Źródło: Opracowanie własne na podstawie <http://www.it.torun.pl>, data pobrania: 12 marca 2012 r.

Zgodnie z danymi z Wydziału Ewidencji i Rejestracji UMT na bazę gastronomiczną miasta składa się w sumie 297 lokali. W ofercie dominują restauracje, przy czym są to zarówno obiekty przyhotelowe jak i samodzielne punkty. Lokale te zróżnicowane są zarówno pod względem standardu jak i oferowanego menu. Przeważają lokale z kuchnią polską i międzynarodową. Element egzotyczny w toruńskiej gastronomii stanowią lokale oferujące menu chińskie, japońskie, francuskie, indyjskie, tureckie, włoskie i hiszpańskie. Uzupełnieniem ofert restauracji są działające w mieście pierogarnie i pizzerie.

Baza gastronomiczna Torunia jest zatem zróżnicowana i jej aktualna liczebność wydaje się wystarczająca.

6.3. Szlaki turystyczne

Przez Toruń przebiega kilka oznakowanych szlaków turystycznych. Ich administratorem i gospodarzem jest Oddział Miejski PTTK im. M. Sydowa. Szlaki te, o ogólnej długości około 1 100 km, łączą najciekawsze obiekty turystyczno-krajoznawcze, historyczne i przyrodnicze. W Toruniu i okolicach istnieją zarówno szlaki piesze jak i rowerowe. Każdy szlak opatrzony jest kolorem a także specjalnym kodem. Ponadto przez miasto przebiega międzynarodowy szlak turystyczny pn. Szlak św. Jakuba.

Najcenniejsze zabytki miasta znajdują się w obrębie Starego Miasta i to tam najczęściej kierują się turyści pragnący zwiedzić Toruń. Rekomendowana przez Ośrodek Informacji Turystycznej w Toruniu trasa zwiedzania Starówki stanowi zamkniętą pętlę o długości około 3,5 km. Czas potrzebny na jej pokonanie oszacowany został na 1,5 – 2,5 godziny. Po drodze zwiedzający mają okazję zobaczyć ok. 30 największych atrakcji turystycznych Torunia.

Takie podejście nie wydaje się właściwe. Rekomendowanie obejrzenia w tempie ekspresowym najbardziej charakterystycznych obiektów w mieście nie zachęca turystów do dłuższego pobytu i lepszego zapoznania się z dziedzictwem historycznym oraz kulturowym Torunia.

6.4. Baza kulturalno-rozrywkowa

Baza kulturalno-rozrywkowa jest ważną składową oferty turystycznej miasta. Jej dostępność może być elementem przesądającym o wyborze danego miejsca wypoczynku. Pozwala turyście na pełne wykorzystanie czasu wolnego oraz stanowi alternatywę w razie niedostatecznych warunków pogodowych. Wśród obiektów bazy kulturalno-rozrywkowej należy wymienić zarówno muzea i galerie, jak również teatry, kina i kluby.

Największą placówką muzealną w mieście jest Muzeum Okręgowe w Toruniu. W nim wyodrębniono następujące działy:

- dział archeologii,
- dział historii i dziejów miasta,
- dział „Dom Mikołaja Kopernika”,
- dział sztuki polskiej i europejskiej,
- dział kultur pozaeuropejskich,
- dział historii toruńskiego piernikarstwa.

Zbiory muzealne prezentowane są w kilku reprezentacyjnych budynkach w Toruniu:

Ratusz Staromiejski	Główna siedziba muzeum. Znajdują się tu następujące zbiory: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Galeria sztuki gotyckiej, ▪ Dawny Toruń. Historia i rzemiosło artystyczne 1233-1793, ▪ Sala Mieszczańska z galerią portretu mieszczańskiego XVI-XVIII w., ▪ Sala Królewska. Poczet królów polskich, ▪ Złotnictwo świeckie, polskie i obce, ▪ Galeria malarstwa polskiego od poł. XVIII w. do poł. XX w., ▪ Skarb ze Skrwilna, skarb z Nieszawy.
Dom Mikołaja Kopernika	W kamienicy mieszczącej się przy ulicy Kopernika 15 zobaczyć można następujące ekspozycje: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Makieta średniowiecznego Torunia, ▪ Kultura mieszczańska w Toruniu w czasach Mikołaja Kopernika, ▪ Mikołaj Kopernik – życie i dzieło, ▪ Wystawa rapperswilska, ▪ Pracownia uczonego, ▪ Świat toruńskiego piernika.
Kamienica pod Gwiazdą	W Kamienicy mieszczą się zbiory sztuki Orientu. Kolekcja obejmuje zabytki z Chin, Syjamu, Tybetu, Korei, Wietnamu, Indii i Japonii. Są to zarówno obrazy, drzeworyty, brązy, rzeźby kamienne oraz drewniane, jak i wyroby z kamieni półszlachetnych, ceramika i tkanina.
Dom Eskenów	W muzeum prezentowane są wystawy stałe: <ul style="list-style-type: none"> ▪ „Księga Toruń” 3D – pokazy makiety historycznej Torunia, ▪ Odkrywanie przeszłości – wystawa archeologiczne ukazująca historię osadnictwa na obszarze województwa kujawsko-pomorskiego, ▪ Toruń 1793-1920. Miasto pogranicza, ▪ Militaria europejskie od Średniowiecza do XX w.

Muzeum Podróżników

Wystawa „Tony Halik. Urodzony dla przygody” zawiera zbiory poświęcone słynnemu toruńskiemu podróżnikowi - Tony'emu Halikowi i pamiątkom z jego wypraw, darowane jego rodzinnemu miastu przez Elżbietę Dzikowską w 1999 roku.

Innym ciekawym obiektem muzealnym w Toruniu jest Muzeum Etnograficzne. Muzeum gromadzi zbiory i materiały dokumentacyjne z zakresu etnografii i etnologii oraz dziedzin pokrewnych. Przy muzeum znajduje się park etnograficzny, w którym obejrzeć można budownictwo ludowe z terenu Pomorza i Kujaw.

Poza wyżej wymienionymi w mieście działają również:

- **Muzeum Przyrodnicze UMK** – na ekspozycje muzeum składają się m.in. przykłady fauny i flory z różnych części świata oraz materiały i eksponaty z wypraw naukowych.
- **Muzeum Uniwersyteckie UMK** – muzeum, poza dokumentowaniem dziejów i dorobku toruńskiej uczelni, jest instytucją propagującą kulturę i sztukę narodową i światową. Głównym kierunkiem gromadzenia są dzieła sztuki artystów polskich żyjących poza Polską w XX wieku.
- **Muzeum Piśmiennictwa i Drukarstwa** – muzeum znajduje się we wsi Grębocin, 8 km od Torunia. Można w nim obejrzeć prywatne zbiory związane z papiernictwem i drukiem w formie interaktywnych warsztatów edukacyjnych. Muzeum nawiązuje do bogatej historii regionu i jego tradycji związanych z papiernictwem.
- **Żywe Muzeum Piernika** – muzeum jest interaktywną formą poznawania historii Torunia i piernikarstwa, gdzie każdy zwiedzający ma okazję do własnoręcznego wyrobu pierników według tradycyjnych, pochodzących sprzed pięciuset lat receptur. Muzeum jest laureatem konkursu „7 nowych cudów Polski” organizowanego przez „National Geographic Polska” oraz otrzymało certyfikat Polskiej Organizacji Turystycznej przyznawany najlepszym produktom turystycznym.

Instytucją łączącą elementy tradycyjnego muzeum z funkcją kulturalną jest Centrum Kultury Zamek Krzyżacki, które zajmuje się turystycznym i kulturalnym zagospodarowaniem ruin Zamku Krzyżackiego. Oprócz ekspozycji prezentujących życie codzienne braci zakonnych główną atrakcją zamku jest spektakl „Komturia” – widowisko łączące elementy gry światłem i dźwiękiem, opowiadające historię zakonu krzyżackiego oraz Torunia. W ofercie zamku znajdują się również pokazy bicia monet, pokazy walk rycerskich, lekcje strzelania z łuku itp.

Jedną z najnowszych przestrzeni dedykowaną w całości kulturze i sztuce współczesnej w Polsce jest Centrum Sztuki Współczesnej „Znaki Czasu” otwarte w 2008 r. Zróżnicowany program CSW pozwala na prezentację w nowoczesnej, intermedialnej i interdyscyplinarnej formule najważniejszych zjawiska w sztuce. Poprzez wystawy, wykłady, seminaria, programy rezydencyjne dla artystów, publikacje, działania edukacyjne, a także tworzenie kolekcji CSW Znaki Czasu aktywnie włącza się w obieg sztuki współczesnej.

Ważna z punktu widzenia oferty kulturalnej pozostaje działalność toruńskich teatrów. Do najważniejszych z nich należą:

- Teatr im. Wilama Horzycy,
- Teatr Baj Pomorski,
- Teatr Lalek Zaczarowany Świat

W mieście działa również Toruńska Orkiestra Symfoniczna, utrzymywana przez Gminę Miasta Toruń i stanowiąca jego wizytówkę podczas festiwalu krajowych i europejskich. Orkiestra ma na swym koncie nagrania dla Polskiego Radia i Telewizji oraz Radia Suisse Romande. Toruńska Orkiestra Symfoniczna na przestrzeni swojej trzydziestoletniej działalności dała około dwa tysiące koncertów we wszystkich znaczących miastach Polski oraz w wielu krajach Europy.

Instytucją nierozzerwalnie związaną z Toruniem jest Centrum Popularyzacji Kosmosu „Planetarium”, oferujące oprócz pokazów astronomicznych także dwie interaktywne wystawy Orbitarium i Geodium. Planetarium jest jedną z najpopularniejszych atrakcji turystycznych Torunia i regionu i jednocześnie jednym z najliczniej odwiedzanych planetariów w Europie. Instytucja została wyróżniona certyfikatem Polskiej Organizacji Turystycznej przyznawanym najlepszym produktom turystycznym.

Na bazę kulturalno-rozrywkową Torunia składają się również 4 kina, 50 klubów oraz inne atrakcje i obiekty stanowiące o różnorodności oferty Torunia, tak więc obecnie możliwości stwarzane turystom w dziedzinie rozrywki i kultury wydają się wystarczające.

6.5. Baza sportowo-rekreacyjna

Baza sportowo-rekreacyjna stanowi element uzupełniający oferty turystycznej oraz wzbogaca ją. Umożliwia turystom aktywne spędzenie czasu. Dostępność oferty sportowo-rekreacyjnej jest szczególnie istotna w momencie kiedy zawodzi pogoda. Toruńskie obiekty sportowo-rekreacyjne przedstawia tabela 16.

Tabela 16. Obiekty sportowo-rekreacyjne w Toruniu.

Wyszczególnienie	Liczba
Miejskie pływalnie kryte	2
Baseny przyszkolne	9
Baseny letnie	1
Przystanie sportów wodnych	2
Kompleksy sportowo-rekreacyjne – „Moje Boisko-Orlik 2012”	24
Boiska piłkarskie	4
Boiska wielofunkcyjne	2
Obiekty do siatkówki plażowej	4
Lodowiska	2
Lodowiska sezonowe	2
Stadion miejski	1
Boisko do hokeja na trawie	1
Stadion żużlowy	1
Zespoły kortów tenisowych	6



Hale sportowe	2
Sale szermiercze	2
Strzelnica sportowa	1
Kręgielnie	2
Centra wellness	8
Park linowy	1
Pole golfowe	1
Skate park	2
Centrum wspinaczkowe	1
Tory kartingowe	2
Tor speedrowerowy	1
Ogółem	84

Źródło: Opracowanie na podstawie danych z Wydziału Sportu i Turystyki UMT.

Poza wyżej wymienionym obiektami w Toruniu obecnie powstaje również nowa hala sportowo-widowiskowa. Obiekt będzie mógł pomieścić (zależnie od rodzaju zawodów) od 5192 do 6248 osób. W przypadku imprez o charakterze widowiskowym będzie możliwe powiększenie liczby miejsc siedzących o 3000 krzeseł rozstawionych na płycie areny.

Ponadto we wrześniu 2012 r. rozpoczęto budowę hali tenisowej obejmującej cztery korty tenisowe ze sztucznej nawierzchni wraz z infrastrukturą techniczną, której odbiór planowany jest w drugim kwartale 2013 r.

Władze miasta planują też wdrożenie w Toruniu systemu roweru publicznego, w postaci bezobsługowych wypożyczalni rowerów miejskich. W najważniejszych punktach miasta uruchomionych zostanie 20 stacji, w których znajdzie się w sumie ok. 100 rowerów.

Tak więc oferta Torunia w zakresie bazy rekreacyjno-sportowej jest wystarczająca. Plusem jest również obecność obiektów niestandardowych np. motoareny, parku linowego, centrum wspinaczkowego, torów: speedrowerowego i dwóch kartingowych.

6.6. Informacja turystyczna

Punkty informacji turystycznej są niezbędnym elementem infrastruktury turystycznej. Pozwalają one turystom zasięgnąć wszelkich potrzebnych informacji, prowadzą także działalność promocyjną.

Ośrodek Informacji Turystycznej w Toruniu mieści się na Rynku Staromiejskim. Działalność OIT koncentruje się na:

- udzielaniu informacji o atrakcjach turystycznych Torunia,
- zbieraniu i aktualizacji danych na temat bazy turystycznej Torunia i kraju,
- informowaniu o najważniejszych imprezach turystycznych, kulturalnych i sportowych Torunia,



- współpracy z krajowymi i międzynarodowymi instytucjami i organizacjami turystycznymi,
- pomocy w nawiązywaniu kontaktów turystycznych w kraju i za granicą,
- pośrednictwie z popularyzacji ofert turystycznych,
- udostępnianiu wydawnictw turystycznych,
- prowadzeniu badań, analiz i prognoz ruchu turystycznego w Toruniu,
- uczestnictwie w krajowych i zagranicznych targach oraz giełdach turystycznych,
- przygotowywaniu informacji turystyczno-użytkowych dla wydawnictw i mass-mediów,
- obsłudze touroperatorów i dziennikarzy z kraju i zagranicy,
- wydawaniu materiałów informacyjnych.

Ośrodek prowadzi również sprzedaż materiałów promocyjno-informacyjnych o mieście. Ponadto na stronach internetowych OIT zamieszczane są informacje na temat aktualnej oferty i bazy turystycznej Torunia oraz jego największych atrakcji.

Pewną niedogodność stanowią godziny działalności Punktu Informacji Turystycznej, które wydają się niedostosowane do potrzeb. Uwidacznia się to zwłaszcza w weekendy, kiedy miasto wizytuje najwięcej turystów. Informacja Turystyczna otwarta jest w poniedziałki i soboty w godzinach od 9.00 do 16.00, od wtorku do piątku od 9.00 do 18.00, w dni świąteczne od 11.00 do 15.00. Natomiast w niedziele OIT funkcjonuje od 11.00 do 15.00 i to tylko od maja do września. W mieście brakuje rozproszonego systemu informacji turystycznej umożliwiającego mobilny dostęp do informacji przez całą dobę.

Działalność w zakresie udzielania informacji turystycznej prowadzi również Oddział Miejski PTTK im. M. Sydowa. Biuro oddziału mieści się w granicach zespołu staromiejskiego na ulicy Piekary.

Oddział udziela informacji turystycznej w zakresie:

- krajoznawstwa, ochrony zabytków i przyrody,
- turystyki kwalifikowanej,
- przebiegu szlaków turystycznych w regionie,
- walorów krajoznawczo-turystycznych regionu.

Wydaje również i rozprawdza materiały turystyczne i krajoznawcze (mapy, foldery, opisy szlaków turystycznych itp.).

Biuro oddziału czynne jest w poniedziałki, wtorki, czwartki i piątki w godzinach od 8.00 do 15.30 oraz w środy w godzinach od 8.00 do 18.00. W lipcu i sierpniu w godzinach od 8.00 do 16.00. W weekendy, a więc w dni, kiedy Toruń odwiedza najwięcej turystów, biuro jest zamknięte.

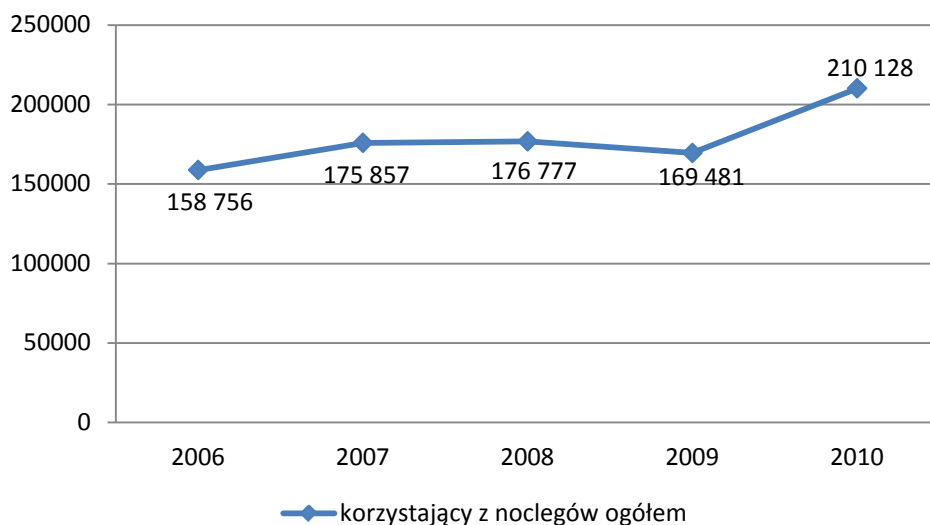
7. ANALIZA RUCHU TURYSTYCZNEGO W TORUNIU

7.1. Ruch turystyczny rejestrowany w bazie noclegowej

Ruch turystyczny rejestrowany w bazie noclegowej jest jednym z bardziej miarodajnych wskaźników pozwalających oszacować liczbę turystów odwiedzających miasto. Nie daje on co prawda pełnej informacji o całkowitym ruchu turystycznym gdyż nie uwzględnia turystów jednodniowych, jednak stanowi twarde dane będące punktem wyjściowym do dalszych analiz. Biorąc pod uwagę, iż przedsiębiorstwa turystyczne i obiekty noclegowe mają obowiązek dostarczania Głównemu Urzędowi Statystycznemu niektórych informacji, w tym danych o liczbie udzielonych noclegów, można oszacować aktualne trendy i zmiany w wielkości ruchu turystycznego w Toruniu.

Szacując liczbę turystów pozostających w mieście więcej niż jeden dzień, a więc korzystających z noclegu, należy jednak wziąć pod uwagę, że dane GUS obejmują jedynie turystów korzystających z rejestrowanej bazy noclegowej. Nie są w nich uwzględnione osoby nocujące u rodziny bądź znajomych lub korzystające z szarej strefy noclegowej.

Wykres 15. Turyści korzystający z noclegów w Toruniu w latach 2006-2010.

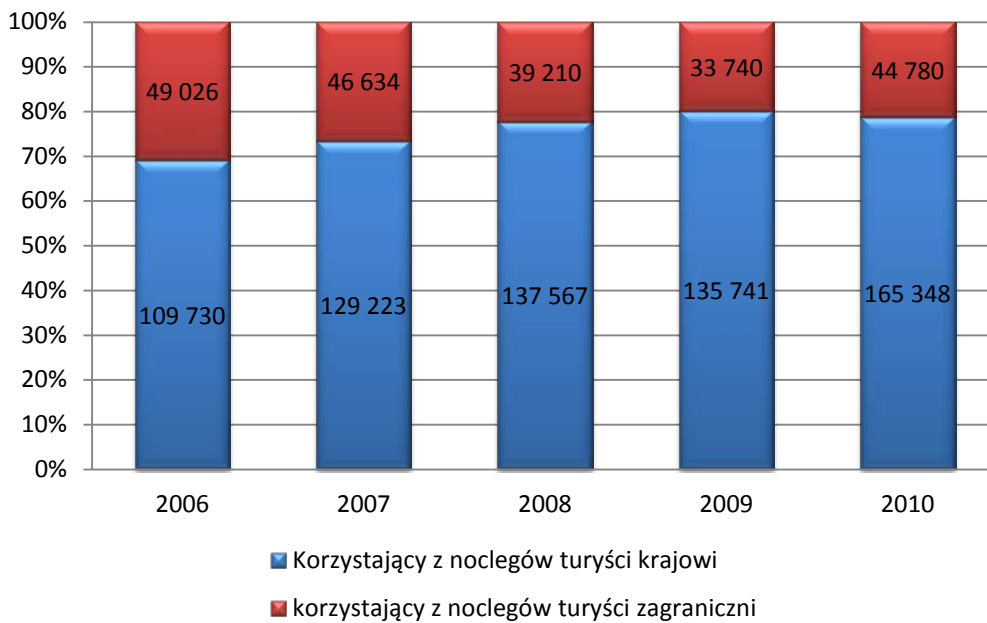


Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Zgodnie z danymi GUS w 2010 r. z noclegów w Toruniu skorzystało 210 128 osób. Stanowiło to wzrost o blisko 25% w stosunku do roku 2009, kiedy liczba ta kształtowała się na poziomie 169 481 osób i zarazem największy wzrost w całym analizowanym okresie.

Ogólnie w stosunku do liczby osób korzystających w mieście z bazy noclegowej zauważyć można pozytywną tendencję wzrostową. Z wyjątkiem roku 2009, kiedy nastąpiło lekkie załamanie w liczbie udzielonych noclegów, bilans dla lat 2006-2010 wychodzi zdecydowanie na plus. Świadczyć to może o wzrastającej atrakcyjności turystycznej miasta.

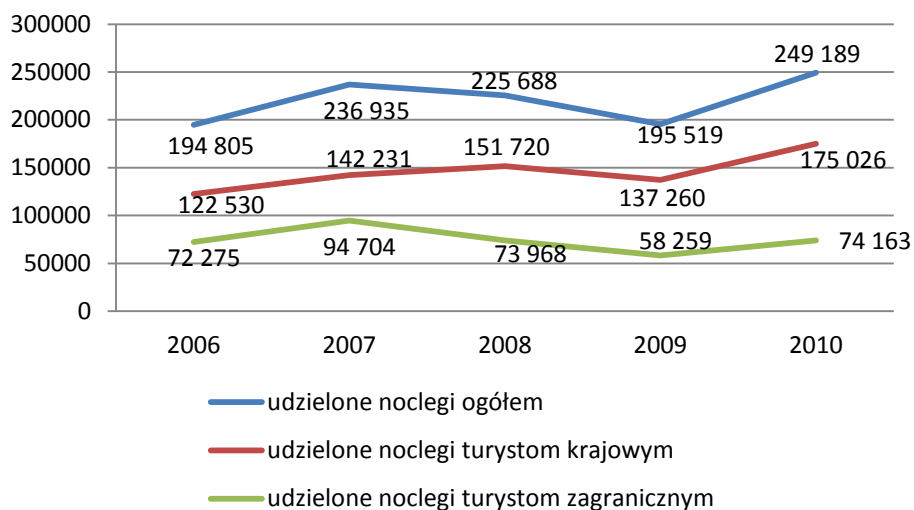
Wykres 16. Struktura turystów ze względu na miejsce pochodzenia.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Toruń jest chętnie odwiedzany przez turystów z zagranicy. W 2010 r. stanowili oni ok. 21% ogółu turystów korzystających z noclegów w mieście. Ich liczba w stosunku do roku poprzedniego wzrosła natomiast o $\frac{1}{3}$. Najlepszym rokiem w analizowanym okresie, jeżeli chodzi o liczbę i udział turystów z zagranicy w ogóle osób korzystających z noclegów, był rok 2006. Z noclegów w Toruniu skorzystało wtedy blisko 50 tys. osób spoza Polski. Stanowiły one aż 31% ogółu turystów korzystających z noclegów w mieście. W następnych latach zarówno liczba turystów zagranicznych, jak i ich proporcja w stosunku do turystów krajowych ulegały spadkowi. To niekorzystne zjawisko odwróciło się dopiero w 2010 r., który ogólnie był korzystny dla turystyki w Toruniu.

Wykres 17. Liczba noclegów udzielonych turystom w latach 2006-2010.

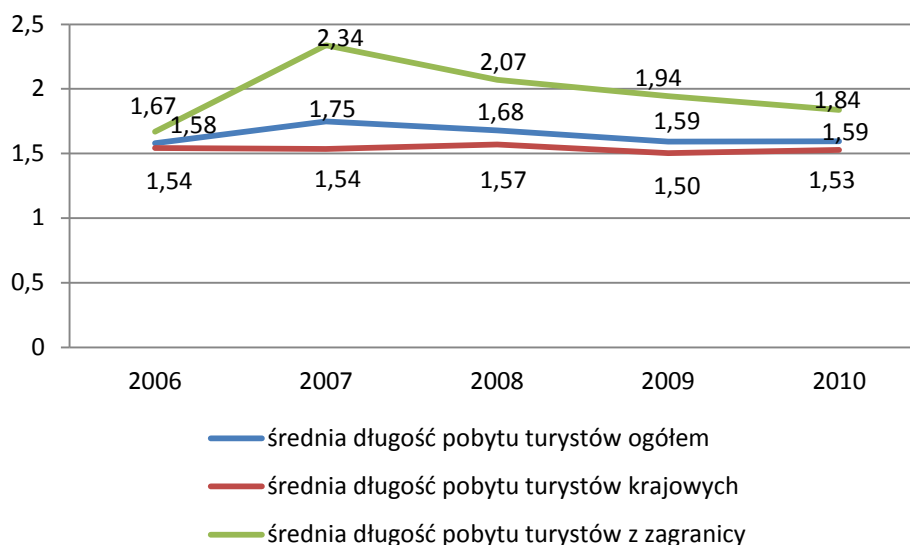


Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS.

W 2010 r. w rejestrowanej bazie noclegowej w Toruniu udzielono 249 189 noclegów ogółem, co stanowiło wzrost o 27,5% w stosunku do roku poprzedniego. Przyrost liczby udzielonych noclegów był więc procentowo nieznacznie wyższy niż wzrost liczby turystów korzystających z noclegów.

Procentowy przyrost liczby noclegów udzielonych turystom z zagranicy oraz turystom krajowym rozłożył się równomiernie, gdyż obie wartości były zbliżone. Nieznacznie przeważał wskaźnik dla wzrostu liczby noclegów udzielonych turystom krajowym.

Wykres 18. Średnia długość pobytu turystów w Toruniu w latach 2006-2010.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Średnia liczba noclegów udzielonych statystycznemu turyście w 2010 r. wyniosła 1,59. Lepiej wskaźnik ten kształtował się w przypadku turystów z zagranicy, którzy spędzili w Toruniu średnio 1,84 noclegu. Przeciętny turysta krajowy zatrzymał się natomiast w mieście na 1,53 noclegu.

Analizując dane, które zawiera wykres 18, zauważyć można, iż po gwałtownym wzroście w 2007 r. w stosunku do roku 2006 r. średnia długość pobytu turysty w Toruniu ulegała skróceniu. Sytuacja ta miała miejsce nawet w 2010 r., kiedy liczba turystów i udzielonych im noclegów zdecydowanie wzrosła, jednak średnia długość ich pobytu pozostała podobna jak w roku poprzednim.

Analiza bazy noclegowej wykazuje, że w Toruniu przeważają turyści kulturowi, nastawieni na zwiedzenie najciekawszych i najcenniejszych miejsc. W strukturze przyjazdów turystycznych do miasta dominują więc krótkie, weekendowe wypady. Toruń nie jest postrzegany przez turystów jako odpowiednie miejsce do spędzenia dłuższego urlopu. Konieczne jest zatem stworzenie oferty alternatywnej, zachęcającej turystów do dłuższego pobytu.



7.2. Segmentacja rynku turystycznego

Głównym motorem zmian zachodzących w turystyce są stale zmieniające się wymagania i potrzeby turystów. W związku z powyższym rynek turystyczny podlega ciągłej ewolucji, dopasowując się do oczekiwań konsumentów.

Jednym z przejawów dynamiki ruchu turystycznego jest rozszczepienie i dywersyfikacja popytu turystycznego. Dlatego też produkty turystyczne nie mogą być nastawione na przeciętnego, anonimowego odbiorcę, tylko powinny być kierowane do określonych grup odbiorców o jasno zdefiniowanych preferencjach. Określenie takiej grupy klientów rodzi potrzebę segmentacji rynku, czyli podziału na względnie jednorodne grupy konsumentów, które ze względu na podobieństwo cech ujawniają podobny popyt. Określenie docelowych segmentów rynku pozwala na odpowiednie skonstruowanie produktu, a także wybór najbardziej efektywnych środków przekazu informacji, czyli kanałów dystrybucji oraz promocji. Dotyczy to zarówno klientów, którzy w chwili obecnej są odbiorcami oferty, jak i tych, których warto pozyskać na etapie kształtowania i rozwoju produktów turystycznych.

Segmentacja rynku następuje na podstawie określenia profilu odbiorcy usługi turystycznej, który opierać się może na szeregu zmiennych, tj.:

- pochodzeniu,
- miejscu zamieszkania,
- pozycji społecznej,
- wieku,
- płci,
- wykształcenia,
- wyznawanych wartościach,
- dochodzie i jego źródłach,
- stanie zdrowia,
- stanie cywilnym,
- stylu życia,
- osobowości.

Powyższy katalog zmiennych może być poszerzany o kolejne pozycje, jednak pozwala na zidentyfikowanie docelowego rynku dla potencjalnego konsumenta.

Podstawowym kryterium segmentacji rynku jest jednak motyw podróżowania. Zgodnie z powyższym, w znacznym uproszczeniu na rynku turystycznym wyróżnić można trzy podstawowe motywy podróżowania:

- wypoczynek,
- odwiedziny u krewnych i znajomych,
- podróże biznesowe.

W turystyce biznesowej wyróżnić można następujące kryteria podziału rynku:



- konferencje, kongresy, seminaria,
- podróże motywacyjne,
- wystawy, targi, pokazy,
- spotkania korporacyjne,
- podróże służbowe.

Wyjazdy mające na celu odwiedzić krewnych lub znajomych połączone być mogą (lecz nie muszą) z motywem wypoczynkowym, który generuje najwięcej segmentów docelowych rynku, opierających się o określony profil odbiorców i dążących do zaspokojenia ich indywidualnych potrzeb.

Do podstawowych segmentów rynku turystycznego, wokół których koncentrować się mogą określone produkty turystyczne przeznaczone dla konkretnych grup odbiorców, zaliczyć należy:

Turystyka miejska i kulturowa

Obejmuje zorganizowane i indywidualne podróże w celu zwiedzania miast, muzeów, obiektów zabytkowych oraz uczestnictwo w imprezach i wydarzeniach kulturalnych. Formą udziału w podróżach turystycznych o przesłankach kulturowych jest turystyka religijna i pielgrzymkowa. Formy turystyki miejskiej i kulturowej to: zwiedzanie miast o wysokim nagromadzeniu atrakcji kulturowych, udział w imprezach kulturalnych, sportowych i innych, krótkie pobyty grupowe i indywidualne w ramach objazdu, podróże sentymentalne i etniczne, zwiedzanie obiektów przemysłowych, pomilitarnych.

Turystyka biznesowa

Obejmuje wyjazdy związane z aktywnością zawodową: kongresy, targi i wystawy, spotkania biznesowe, zbiorowe imprezy oraz spotkania motywacyjne. Koszty wyjazdów ponoszone są przez instytucje i przedsiębiorstwa.

Turystyka rekreacyjna, aktywna i specjalistyczna

Realizowana jest w celu regeneracji sił fizycznych i psychicznych, uwzględnia szeroki zakres rekreacji przy wykorzystaniu walorów środowiska naturalnego, a także imprezy turystyki specjalistycznej (tzw. kwalifikowanej), uwzględniającej wszystkie rodzaje specjalistycznych zainteresowań. Zaliczane są do niej również wyjazdy wypoczynkowe i/lub lecznicze do uzdrowisk, wykorzystujących naturalne warunki lecznicze, czyli tzw. turystyka zdrowotna.

Turystyka na terenach wiejskich

Przejawia się we wszelkich formach aktywności turystycznej na terenach wiejskich, w tym pobyty w gospodarstwach rolnych, imprezy folklorystyczne, rzemiosło ludowe, tradycyjne życie w gospodarstwach wiejskich. Do jej formy można zaliczyć: agroturystykę, ekoturystykę itp.

Turystyka przygraniczna i tranzytowa

Wiąże się z jednodniową turystyką przygraniczną i krótkimi wizytami w danym miejscu w celu zrobienia zakupów, wzięcia udziału w imprezach, zwiedzania itp.

Oferta turystyczna Torunia koncentruje się wokół segmentów związanych z turystyką miejską i kulturową, w mniejszym stopniu zaś z turystyką biznesową. Wokół powyższych segmentów powinny być budowane specyficzne produkty turystyczne, dostosowane do poszczególnych grup odbiorców. Najważniejsze grupy odbiorców oferty turystycznej Torunia to:

Turyści kulturowi

Wśród turystów kulturowych wyróżnić można dwie podstawowe grupy:

1. Osoby odwiedzające miejsce funkcjonujące w powszechnej świadomości jako atrakcyjne kulturowo, jednak bez specjalnego poszukiwania określonych wydarzeń, imprez itp. Głównym celem wizyty jest zwiedzanie zabytków, muzeów itp.
2. Turyści aktywnie uczestniczący w organizowanych imprezach i wydarzeniach kulturalnych, poszukujący odpowiadających im ofert w ofercie kulturalnej miasta, nastawieni na łączenie wypoczynku z rozwojem osobistym, poszerzaniem wiedzy, rozwojem zainteresowań.

Dzieci i młodzież szkolna

Osoby podróżujące w wyjazdach szkolnych nastawionych na poznawanie wartości kulturowych i historycznych kraju poprzez aktywne uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych, zwiedzanie zabytków i muzeów. Decyzja o kierunku wyjazdu podejmowana jest przez nauczycieli, realizujących program dydaktyczny. To oni oceniają jakość oferty. Istotnym czynnikiem wpływającym na decyzje o wyjeździe jest cena.

Turyści biznesowi

W przeważającej mierze zorganizowane grupy odbiorców, dla których ważniejsze od atrakcji są dobre warunki pobytowe. Osoby podróżujące w celach biznesowych, biorące udział w targach, konferencjach, spotkaniach służbowych. Nastawione na maksymalną konsumpcję w trakcie wyjazdu, oczekujące oferty dostępnej w godzinach wieczornych.

Grupy pasjonatów

Osoby podróżujące w grupie o takich samych zainteresowaniach. Dla nich najważniejsze jest to, co bezpośrednio pozwala na realizację pasji i zainteresowań. Inne elementy oferty turystycznej pełnią rolę uzupełniającą. Osoby te przeważnie organizują wyjazd samodzielnie. Terminy wyjazdów nie są ściśle powiązane z sezonem turystycznym.

Turyści jednodniowi

Osoby, które niejako przy okazji odwiedzają Toruń w trakcie swoich podróży czy pobytów wakacyjnych. Dla tej grupy ważna jest zarówno podstawowa oferta turystyczna, jak i spektakularne wydarzenia realizowane w mieście. Jest to największa grupa turystów, stanowiąca blisko 60% osób odwiedzających Toruń.

Diagnozę tą potwierdza przeprowadzona w punkcie 7.3 szczegółowa charakterystyka turystów odwiedzających Toruń.

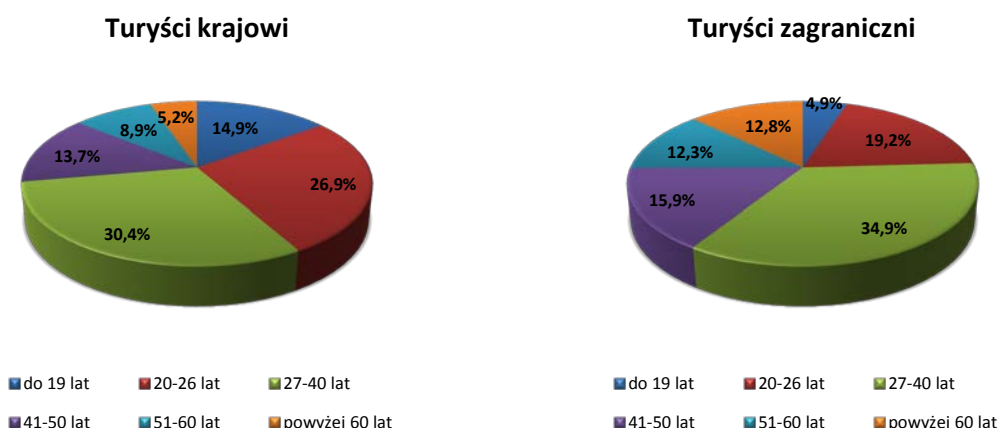
7.3. Charakterystyka turystów odwiedzających miasto

Charakterystyka turystów odwiedzających miasto przeprowadzona została w oparciu o *Monitoring ruchu turystycznego „Turystyczny Toruń 2010”*, czyli raport z badań nad wielkością i strukturą przyjazdowego ruchu turystycznego do Torunia w 2010 r. Badania przeprowadzone zostały już po raz szósty przez Ośrodek Informacji Turystycznej w Toruniu.

Zgodnie z powyższymi badaniami Toruń odwiedziło w 2010 r. ok. 1 600 000 turystów (przy uwzględnieniu turystów jednodniowych). Nasilenie sezonu turystycznego wystąpiło od maja do września, wykazując nieznaczne załamanie w lipcu.

Średnia wieku turystów wyniosła 34,7 lat⁷, przy czym dla turystów polskich średnia ta wyniosła 33,7 lat, natomiast dla turystów zagranicznych 39,2 lat, tak więc turyści krajowi byli statystycznie młodszy od zagranicznych. Najliczniejszą grupą turystów krajowych były osoby w wieku 27-40 lat, które stanowiły 30,4% ogółu Polaków odwiedzających miasto. Podobna tendencja wystąpiła wśród turystów zagranicznych, wśród których osoby z tej grupy wiekowej stanowiły aż 34,9% ogółu przyjezdnych.

Wykres 19. Turyści krajowi i zagraniczni wg grup wiekowych w 2010 r.



Źródło: Raport Monitoring ruchu turystycznego „Turystyczny Toruń 2010”.

Analizując powyższe wykresy, zauważyć można, że dominującą grupą turystów krajowych odwiedzających Toruń w 2010 r. były osoby młode, do 40 roku życia, które stanowiły aż 72,2% ogółu. Analogiczny wskaźnik dla turystów z zagranicy kształtował się na poziomie 59%. Nieliczną grupę wśród turystów polskich stanowili za to turyści po 60. roku życia, mimo że zwykle są to osoby w wieku emerytalnym, dysponujące największą ilością czasu wolnego. Mogłoby to świadczyć o niedostosowaniu oferty turystycznej miasta do potrzeb tej grupy wiekowej, jednak wśród turystów z zagranicy odsetek ten wyniósł aż 12,8%.

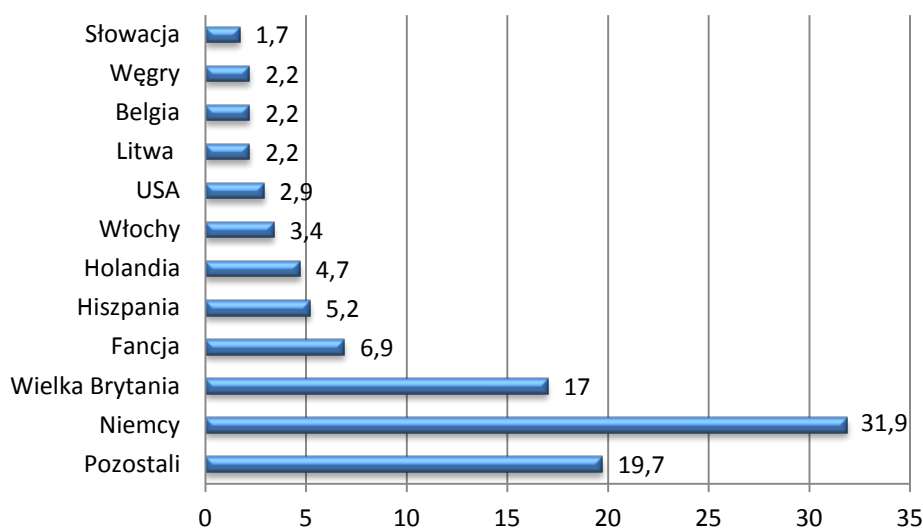
Wg danych GUS udział turystów zagranicznych w strukturze przyjazdów do Torunia wyniósł w 2010 r. ok. 21%. Przeprowadzone badania ruchu turystycznego określiły ten odsetek na poziomie 18,4% ogółu turystów. W badaniu uwzględniono

⁷ W badaniu brały udział tylko osoby, które ukończyły 12 rok życia.

odrębną kategorię dla Polonusów, czyli osób na co dzień mieszkających za granicą, ale pod względem narodowości uważających się za Polaków. Stanowili oni 2% ogółu turystów w Toruniu, tak więc można uznać, że dane GUS oraz informacje otrzymane podczas badania ruchu turystycznego w 2010 r. są zbliżone.

W strukturze przyjazdów turystów zagranicznych pod względem kraju pochodzenia dominują turyści z Europy, w szczególności z Niemiec, którzy w 2010 r. stanowili blisko $\frac{1}{3}$ ogółu turystów spoza Polski. Kolejną co do wielkości grupą są turyści z Wielkiej Brytanii. Toruń odwiedzają też osoby z bardziej egzotycznych regionów świata, np. Tajlandii, Chin, Japonii, Indii czy RPA.

Wykres 20. Turyści zagraniczni w Toruniu wg krajów pochodzenia w 2010 r. (%)

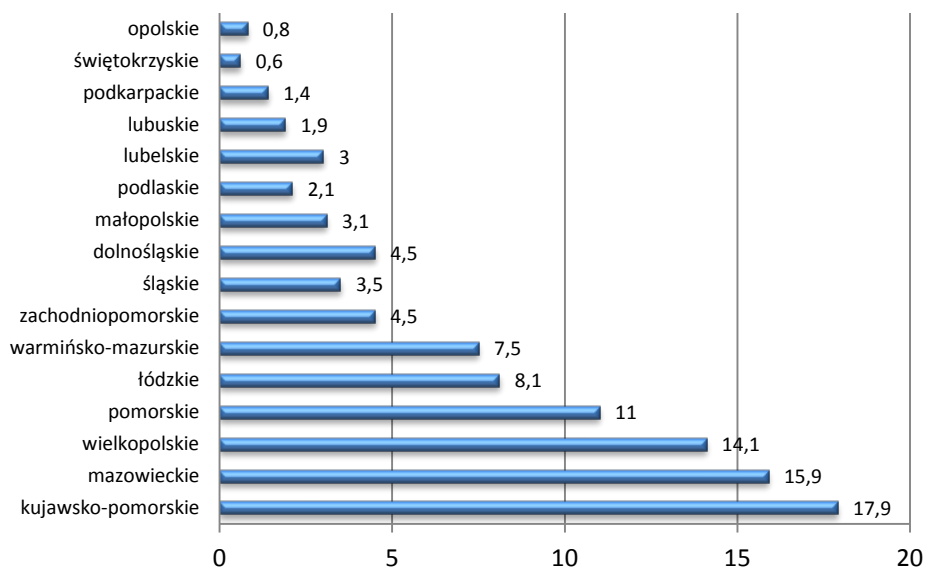


Źródło: Raport Monitoring ruchu turystycznego „Turystyczny Toruń 2010”.

Zauważalny jest natomiast nikły udział turystów z krajów sąsiadujących z Polską (oczywiście poza Niemcami). Najliczniejszą grupę w tej kategorii stanowią Litwini (2,2%). Kolejne pozycje zajmują turyści ze Słowacji (1,7%), Czech (1,5%), Ukrainy (1,5%), Rosji (1,2%) oraz Białorusi (0,5%).

W kierunkach przyjazdów turystów z Polski wg badań dominują osoby z województwa kujawsko-pomorskiego (17,9%) oraz mazowieckiego (15,9%). Toruń chętnie odwiedzają też turyści z sąsiednich województw: wielkopolskiego, pomorskiego, łódzkiego oraz warmińsko-mazurskiego.

Wykres 21. Kierunki przyjazdów turystów krajowych w 2010 r. (%)



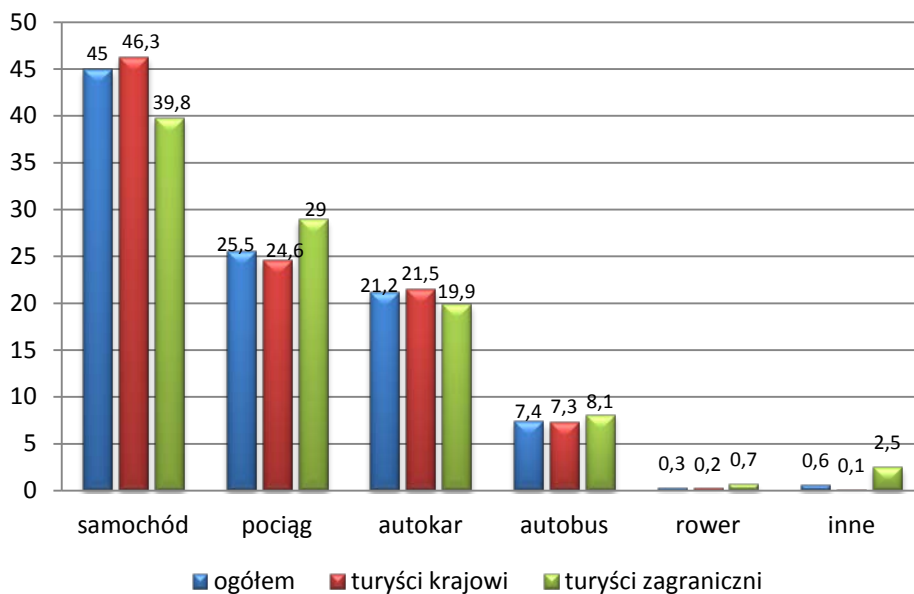
Źródło: Raport Monitoring ruchu turystycznego „Turystyczny Toruń 2010”.

Najmniej liczną grupę turystów krajowych stanowią osoby z województwa świętokrzyskiego oraz opolskiego. Pomimo, iż nie są to regiony najbardziej oddalone od miasta, decydujące może być ich nie najlepsze skomunikowanie z Toruniem.

Pod względem wykorzystanego środka transportu, w 2010 r. największą grupę turystów stanowiły osoby korzystające z samochodu. Ich udział wyniósł aż 45% ogółu turystów odwiedzających Toruń. Częściej na ten środek transportu decydowali się turyści krajowi (46,3%) niż zagraniczni, samochód wybrało niespełna 40% ogółu obcokrajowców.

Drugim co do popularności środkiem transportu był pociąg, wskazany przez ok. 25% respondentów biorących udział w badaniu. Z komunikacji kolejowej w większym stopniu korzystali turyści zagraniczni, których blisko $\frac{1}{3}$ dostała się w ten sposób do Torunia. Wśród turystów krajowych wskaźnik ten kształtował się na poziomie ok. 25%.

Wykres 22. Środki transportu wybierane przez turystów w 2010 r. (%).

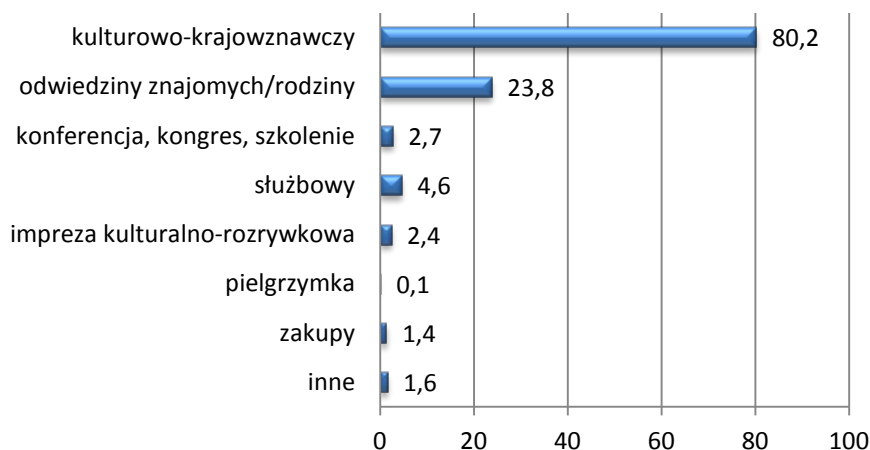


Źródło: Raport Monitoring ruchu turystycznego „Turystyczny Toruń 2010”.

Ok. $\frac{1}{5}$ osób odwiedzających Toruń, zarówno wśród turystów krajowych, jak i zagranicznych jako środek transportu wskazywała autokar, co świadczy o tym, iż znaczna liczba odwiedzających przyjeżdżała do miasta w zorganizowanych grupach. Niską popularnością cieszył się za to autobus. Może to być spowodowane faktem, że część przewoźników prywatnych omija Toruń, wożąc pasażerów tylko do Bydgoszczy. Dodatkowym utrudnieniem są także korki w mieście znacznie wydłużające czas podróży. Fakt ten nie powoduje jednak wśród turystów chęci do rezygnacji z transportu indywidualnego.

Głównym motywem podróży do Torunia w 2010 r. zarówno dla turystów krajowych, jak i zagranicznych był cel kulturowo-krajoznawczy, co koresponduje z zabytkowym charakterem miasta. Tę odpowiedź wskazało aż 80,2% przyjezdnych. Drugim w kolejności powodem była chęć odwiedzenia rodziny lub znajomych.

Wykres 23. Motywy podróży do Torunia (%).



Źródło: Raport Monitoring ruchu turystycznego „Turystyczny Toruń 2010”.

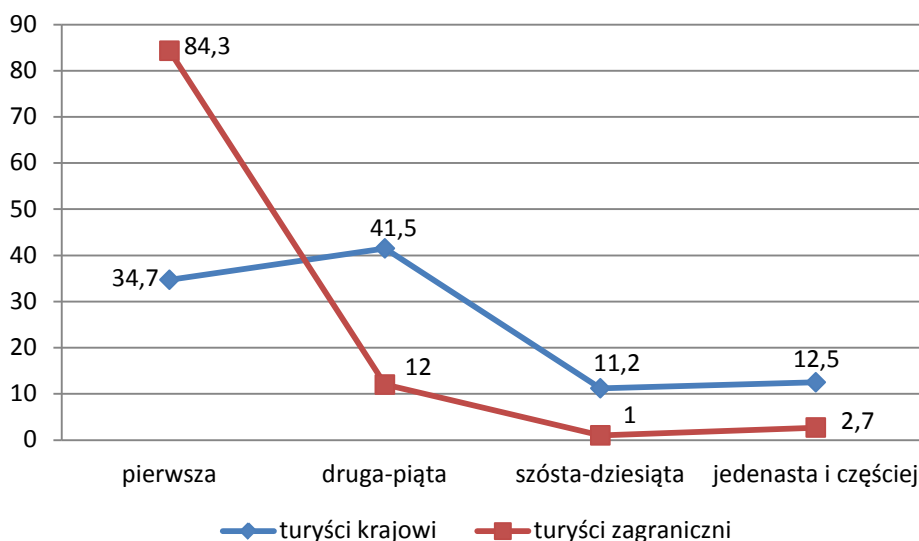
Pomimo licznych i ciekawych wydarzeń kulturalnych organizowanych w mieście stosunkowo niewielu turystów zadeklarowało udział w imprezie kulturalno-rozrywkowej jako główny motyw ich podróży. Toruń nie był też często wykorzystywany w turystyce konferencyjno-kongresowej.

Biorąc pod uwagę istnienie w mieście wielu cennych obiektów sakralnych oraz działające tu Radio Maryja i związane z nim instytucje, dziwi niski wskaźnik przyjazdów w celach pielgrzymkowych. Znaczyć to może, że potencjał Torunia dla turystyki religijnej nie jest wykorzystywany. Przyczynę stanowić może również zniekształcenie wyników badania poprzez miejsce jego przeprowadzania. Ankietyzacja przeprowadzana w obszarze staromiejskim mogła nie uwzględnić turystów odwiedzających Toruń w celu uczestnictwa w wydarzeniach religijnych organizowanych przez Radio Maryja, które zlokalizowane są w innej części miasta.

Osoby odwiedzające Toruń najczęściej przejeżdżają w towarzystwie rodziny (blisko 30% wskazań) oraz z wycieczką, najczęściej szkolną (22,7%). Toruń chętnie odwiedzany jest również przez grupy znajomych. Aż 18,5% respondentów wskazało znajomych jako swoich towarzyszy podróży. Osoby odwiedzające miasto z partnerem stanowią 14,8% ogółu turystów, natomiast turyści przejeżdżający do Torunia sami 13,5%.

Częstotliwość przyjazdów do Torunia w przypadku turystów krajowych i zagranicznych wykazywała duże rozbieżności. Blisko 85% ankietowanych turystów z zagranicy odwiedziło Toruń po raz pierwszy, podczas gdy wśród turystów polskich wskaźnik ten wyniósł niecałe 35%. Dlatego też w tym wypadku uogólnianie wyników dla obcokrajowców i turystów krajowych pozbawione jest wartości poznawczej.

Wykres 24. Częstotliwość wizyt w Toruniu turystów polskich i zagranicznych w 2010 r. (%)



Źródło: Raport Monitoring ruchu turystycznego „Turystyczny Toruń 2010”.

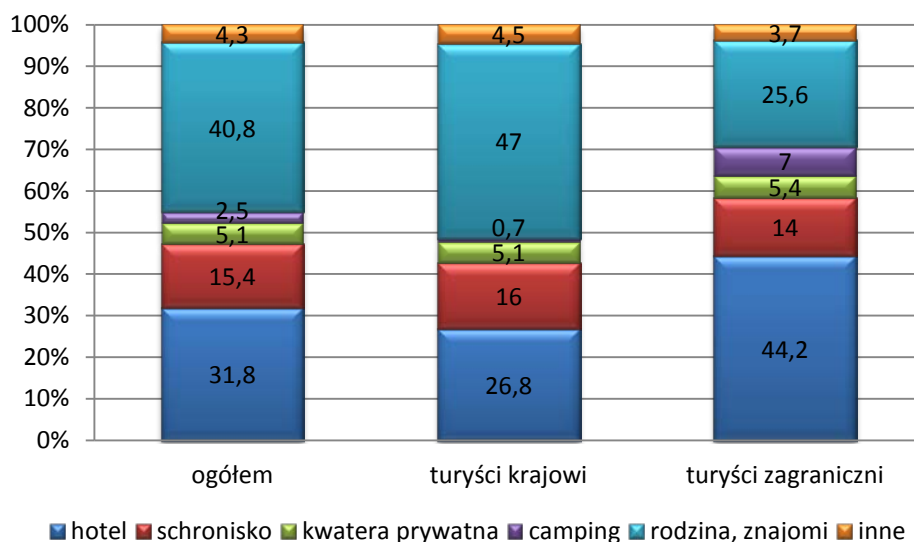
Większość ankietowanych turystów polskich odwiedziło Toruń co najmniej drugi raz. Ogółem odsetek osób, które odwiedziły miasto wielokrotnie (dwa razy lub więcej), wyniósł aż 65%. Przeciwnie tendencje wystąpiły w przypadku turystów z zagranicy, spośród których jedynie ok. 16% było wcześniej w Toruniu. Spośród tej

grupy większość stanowili tzw. Polonusi, mieszkający na co dzień za granicą i odwiedzających raz na jakiś czas rodzinne strony.

Blisko 60% z ankietowanych turystów nie planowało noclegu w Toruniu. Z ogółu respondentów 41,9% zdecydowało się spędzić w mieście co najmniej jedną noc, przy czym częściej na nocleg decydowali się turyści z zagranicy – 59,9% ogółu, niż turyści krajowi, dla których wskaźnik ten wyniósł 37,4%.

Turyści najczęściej wybierali zakwaterowanie u rodziny lub znajomych. Drugim najczęściej wybieranym miejscem noclegu był hotel. Wartości te rozkładały się inaczej dla turystów krajowych i zagranicznych, dlatego też szczegółowo prezentuje je Wykres 25.

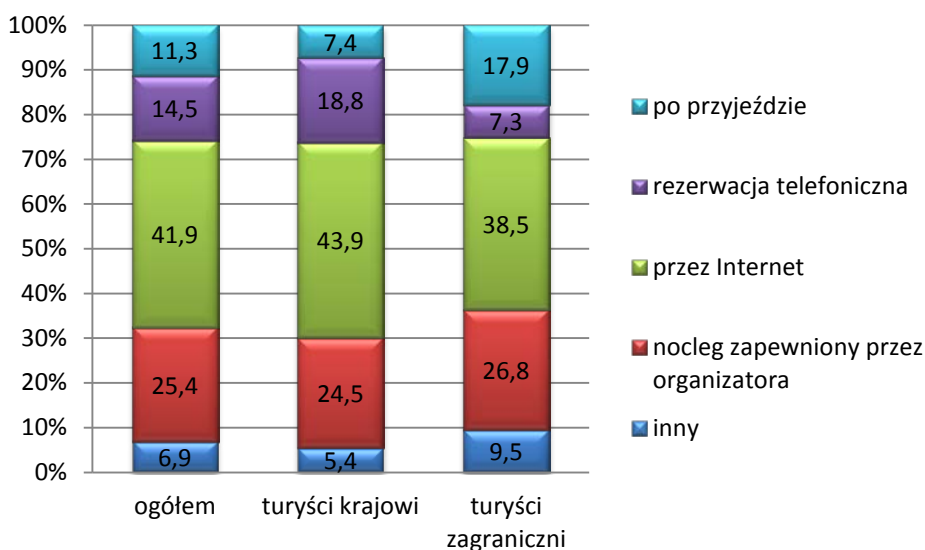
Wykres 25. Segmentacja ruchu turystycznego ze względu na wybrany rodzaj noclegu w 2010 r. (%)



Źródło: Raport Monitoring ruchu turystycznego „Turystyczny Toruń 2010”.

Wśród turystów, którzy zdecydowali się na pozostanie w Toruniu na noc i jednocześnie nie zadeklarowali spędzenia go u znajomych lub rodziny, największą grupę stanowiły osoby znajdujące nocleg za pomocą Internetu. W 2010 r. taki sposób znalezienia noclegów zadeklarowało w badaniu 41,9% ogółu przyjezdnych. Średnio co czwarty turysta z grupy badanych nocleg miał zapewniony przez organizatora wycieczki lub biuro podróży. Aż 11,3% turystów zdecydowało się na przyjazd „w ciemno” z zamiarem znalezienia noclegu na miejscu. Znaczna grupa przyjezdnych rezerwowała sobie nocleg telefonicznie (14,5%). Niektórzy z turystów korzystali również z pomocy znajomych przy szukaniu noclegu bądź też przyjeżdżali do wcześniej poleconego miejsca. Grupa ta stanowiła 6,9% ogółu turystów.

Wykres 26. Sposób znajdowania noclegu przez turystów w 2010 r. (%)



Źródło: Raport Monitoring ruchu turystycznego „Turystyczny Toruń 2010”.

Analizując wykres 26, zauważyć można, iż turyści polscy częściej korzystają z Internetu przy wyborze i rezerwacji obiektu noclegowego, natomiast turyści zagraniczni cechują się większą „spontanicznością”, gdyż ponad dwukrotnie więcej z nich decyduje się na znalezienie noclegu już na miejscu, nie rezerwując wcześniej miejsca zakwaterowania. Może się to wiązać z bardziej elastycznym podejściem do budżetu wycieczki przez obcokrajowców, dla których w stosunku do zarobków Polska nie jest droga. Jedynie 3,2% ogółu z tej grupy zadeklarowało, iż cena ich noclegu była zbyt wysoka w stosunku do oferowanego standardu (wskaźnik deklarujących podobną opinię turystów polskich wyniósł 17,4%), podczas gdy 17,2% turystów zagranicznych twierdziło, iż toruńskie obiekty noclegowe są tanie (5,7% wskazań wśród turystów krajowych).

7.4. Kierunki rozwoju turystyki w Toruniu

Określenie kierunków rozwoju turystyki w Toruniu wiąże się przede wszystkim z koniecznością zdefiniowania obszarów wyróżniających się potencjałem w tym zakresie. Na podstawie dokonanych analiz atrakcyjności i walorów turystycznych miasta oraz charakterystyki turystów je odwiedzających możliwe było zidentyfikowanie najważniejszych kierunków rozwoju turystyki w Toruniu.

Turystyka w Toruniu oparta jest na zespole marek nierozzerwalnie związanych z miastem. Do marek tych należą Mikołaj Kopernik, toruńskie pierniki oraz zabytki gotyckie. Jest to zestaw produktów – symboli łatwy do odczytania dla każdego turysty oraz definiujący Toruń pośród innych ośrodków turystyki miejskiej.

Powyższe uwarunkowania sprawiają, iż podstawową formą turystyki w Toruniu jest turystyka kulturowo-krajoznawcza. Ponad 80% turystów odwiedzających Toruń deklaruje kulturowo-krajoznawcze motywy wizyty. Ma na to wpływ bogactwo zabytkowej substancji miasta, głównie w zespole staromiejskim, wpisanym na Listę



Światowego Dziedzictwa Kulturowego i Naturalnego UNESCO. Obszar ten jest stosunkowo dobrze zagospodarowany i wykorzystywany w ofercie turystycznej. Sytuacja ta jednak ma również swoje wady. Jednowymiarowe postrzeganie Torunia, jako miejsca atrakcyjnego jedynie ze względu na zabytki zgromadzone za murami staromiejskimi wpływa na ograniczenie percepcji turystycznej miasta. Negatywnie przekłada się to na długość pobytu turystów, którzy w zdecydowanej większości nie decydują się na nocleg w mieście. Jednocześnie oferta Torunia w tym zakresie zbyt mało wyróżnia się spośród ofert innych miast nastawionych na ten sam rodzaj odbiorców. Brakuje możliwości szerszego spojrzenia, ukazania miasta jako teatru wielowiekowej historii i możliwości jej przeżywania. Niedocenione i mało znane pozostają inne, poza zespołem staromiejskim, atrakcje Torunia m.in. Bydgoskie Przedmieście, fortyfikacje Twierdzy Toruń, ruiny zamku „Dybów”. Prawie niewykorzystywany jest potencjał związany z turystyką hobbystyczną – np. turystyka militarna, turystyka obiektów przemysłowych – dla której istnieją w Toruniu bardzo dobre warunki. Dlatego też turystyka kulturowo-krajoznawcza jest obszarem, który w dalszym ciągu posiada ogromny potencjał rozwojowy. Tradycyjnie kojarzone z Toruniem produkty i atrakcje turystyczne powinny być umacniane przy jednoczesnym poszerzaniu strefy turystycznej miasta o nowe obiekty, atrakcje i produkty.

Najważniejszymi grupami odbiorców oferty turystycznej Torunia są turyści rodzinni – blisko 30% oraz turyści wycieczkowi – najczęściej zorganizowane grupy szkolne – ok. 23% ogółu turystów odwiedzających miasto. Tymczasem oferta w tym względzie wydaje się nie być wystarczająca. W aspekcie turystyki rodzinnej brakuje ułatwień dla rodzin z dziećmi, np. systemów zniżkowych czy specjalnych pakietów rodzinnych pozwalających na skorzystanie ze zorganizowanego wypoczynku bez konieczności samodzielnego planowania każdego detalu wyjazdu. Odnośnie turystyki edukacyjnej istnieje w mieście wystarczająca oferta prywatnych biur podróży, pozwalająca na wybór kilku opcji wycieczek po Toruniu, wystarczające są również zasoby w postaci niedrogich obiektów noclegowych, w których zatrzymywać się mogą grupy zorganizowane. Intensyfikacji wymaga natomiast dostosowanie oferty turystycznej miasta, tak aby była atrakcyjna dla współczesnego, młodego odbiorcy.

Toruń posiada bardzo bogaty program kulturalny. Liczne festiwale, wystawy, spektakle i koncerty oraz stałe i czasowe ekspozycje stanowią istotne urozmaicenie oferty turystycznej miasta. Jednocześnie jedynie 2,4% przyjezdnych deklaruje udział w imprezie kulturalno-rozrywkowej jako powód przyjazdu do miasta. Jest to z pewnością obszar wymagający lepszego zagospodarowania, przede wszystkim zaś wielowymiarowej współpracy instytucji kultury w mieście popartej zintensyfikowaną akcją promocyjną o zasięgu ogólnokrajowym najważniejszych wydarzeń kulturalno-artystycznych.

Toruń jest miastem nierozzerwalnie kojarzącym się z tradycjami naukowymi i akademickimi. Uniwersytet Mikołaja Kopernika jest jedną z najlepszych uczelni państwowych w Polsce oraz cieszy się niesłabnącym prestiżem, podkreślając w swojej działalności tradycje kopernikańskie. Dlatego Toruń to miasto tysięcy studentów, miasto ludzi młodych, aktywnych i dynamicznych. Miasto, które żyje nocą z bogatą ofertą imprez kulturalnych i rozrywkowych. Ważnym kierunkiem jest więc ukazywanie tego wymiaru Torunia.



Zdecydowana większość turystów odwiedzających miasto to ludzie młodzi i aktywni, w wieku 20-40 lat. Tymczasem brakuje dla nich oferty, która skłoniłaby ich do dłuższego pobytu. Dlatego równie istotne jest podjęcie działań ukierunkowanych na rozwój turystyki aktywnej. Kreowanie i promowanie nowych sposobów spędzania czasu w mieście zachęcać będzie młodych ludzi do przyjazdu do Torunia oraz wydłużania wizyt.

Ważnym kierunkiem rozwoju turystyki w mieście powinno być stwarzanie warunków do intensyfikacji turystyki biznesowej. Promowanie Torunia jako idealnego miejsca do organizacji konferencji, szkoleń, wyjazdów motywacyjnych i integracyjnych, spotkań w interesach oraz kongresów i sympozjów, również naukowych poparte być powinno rozwojem zaplecza turystyki biznesowej.

Wciąż niezagospodarowanym obszarem pozostaje również rynek turystyki pielgrzymkowej. Toruń to miasto wielu cennych obiektów sakralnych, jak również miejsce siedziby popularnego Radia Maryja i związanych z nim instytucji i inicjatyw. Tymczasem odsetek turystów deklarujących jako motyw przyjazdu cele pielgrzymkowe wynosi zaledwie 0,1%. Nawet przy wzięciu pod uwagę możliwości niedoszacowania tej wartości wyraźnie widać, że potencjał miasta związany z turystami religijnymi jest bardzo słabo wykorzystywany. Dlatego też we współpracy z władzami i osobami duchownymi powinny zostać podjęte zorganizowane działania na rzecz rozwoju tego segmentu turystyki.

Zidentyfikowane powyżej, w oparciu o wcześniejszą diagnozę, kierunki rozwoju turystyki w Toruniu pozwoliły na określenie głównych obszarów priorytetowych oraz celów i działań, których realizacja przyczynić się ma do pełniejszego wykorzystania potencjału turystycznego miasta.

8. ANALIZA SWOT

Analiza SWOT jest metodą, która pozwala na dokonanie analizy strategicznej Torunia pod kątem warunków dla rozwoju sektora turystycznego. Przeprowadzenie analizy umożliwi uporządkowanie informacji uzyskanych we wcześniejszych badaniach. Posiadane informacje dzielone są na cztery grupy – cztery kategorie czynników strategicznych:

- **Strengths** – mocne strony: wszystko to, co stanowi atut, przewagę, zaletę analizowanego sektora,
- **Weaknesses** – słabe strony: wszystko to, co stanowi słabość, barierę, wadę analizowanego sektora,
- **Opportunities** – szanse: wszystko to, co stwarza dla analizowanego sektora szansę korzystnej zmiany,
- **Threats** – zagrożenia: wszystko to, co stwarza dla analizowanego sektora niebezpieczeństwo zmiany niekorzystnej.

Posegregowane wg opisanych kryteriów informacje zapisuje się w czterodzielnej macierzy, w której lewa połowa zawiera dwie kategorie czynników pozytywnych, a prawa – dwie kategorie czynników negatywnych, zgodnie z przedstawionym schematem.

Takie podejście pozwala na sformułowanie zaleceń do strategii działania w celu dalszego rozwoju turystyki i poprawy atrakcyjności turystycznej Torunia. Przeprowadzenie analizy SWOT stanowi punkt wyjściowy dla formułowania celów oraz kierunków dalszych działań zmierzających do rozwoju sprzyjających warunków dla turystyki i produktów turystycznych.

Mocne strony	Słabe strony
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rozpoznawalne symbole miasta – Mikołaj Kopernik, Stare Miasto, pierniki. ▪ Bogactwo i różnorodność toruńskich zabytków. ▪ Zespół staromiejski wpisany na Listę Światowego Dziedzictwa Kulturowego i Naturalnego UNESCO. ▪ Dobrze rozbudowana baza kulturalno-rozrywkowa. ▪ Dobrze oceniana baza gastronomiczna. ▪ Liczne wydarzenia i imprezy kulturalno-rozrywkowe ▪ Dobre skomunikowanie Torunia z resztą kraju. ▪ Dobrze rozwinięta sieć szlaków turystycznych przechodzących przez miasto. ▪ Dużo zieleni w mieście. ▪ Działalność Radia Maryja przyciągająca pielgrzymów. ▪ Wyjątkowa atmosfera miasta. ▪ Akademicko-naukowy charakter miasta. ▪ Duża liczba ludzi młodych (studentów) sprawiająca, iż miasto żyje nocą. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Brak ogólnopolskich kampanii promocyjnych. ▪ Brak rozproszonego systemu informacji turystycznej. ▪ Niedostateczne ułatwienia dla turystów. ▪ Zbyt wąskie wykorzystywanie walorów nadwiślańskiego położenia miasta. ▪ Brak pięciogwiazdkowych obiektów noclegowych. ▪ Brak centrum kongresowego. ▪ Niedostateczne oznakowanie szlaków turystycznych (pieszych, rowerowych). ▪ Zbyt wąska promocja wydarzeń widowiskowych i kulturalnych.



Szanse	Zagrożenia
<ul style="list-style-type: none">▪ Toruń jako „astronomiczne centrum Polski”.▪ Potencjał Torunia jako miasta akademickiego.▪ Planowany remont toruńskich obiektów dworcowych.▪ Budowa centrum kongresowego.▪ Budowa nowych obiektów sportowo-rekreacyjnych.▪ Potencjał Torunia jako miejsca dla turystyki biznesowej.▪ Planowane wdrożenie systemu roweru publicznego.▪ Popularność Torunia wśród turystów z zagranicy.▪ Indywidualizacja preferencji turystów – rozwój turystyki hobbystycznej.▪ Powstający dokument strategii rozwoju kultury zakładający ogólnopolskie kampanie promocyjne.▪ Możliwości rozwijania warunków dla aktywnej rekreacji.▪ Możliwość wykorzystania funduszy europejskich w rozwoju funkcji turystycznej miasta.	<ul style="list-style-type: none">▪ Uproszczone postrzeganie Torunia przez turystów (kojarzony głównie z Kopernikiem, piernikami i zespołem staromiejskim).▪ Niedostateczna promocja pozostałych atrakcji Torunia (Twierdzy Toruń, Bydgoskiego Przedmieścia, ruin zamku „Dybów” itp.).▪ Brak spójnego systemu identyfikacji wizualnej.▪ Niedostateczna promocja Torunia w kierunku rozwoju turystyki konferencyjno-biznesowej.▪ Niedostateczna promocja Torunia jako miejsca o bogatym życiu kulturalnym.▪ Zbyt słaba dywersyfikacja oraz unikatowość oferty turystycznej.▪ Konkurencja ze strony innych ośrodków turystyki miejskiej i kulturowej.



9. MISJA I WIZJA TURYSTYCZNA TORUNIA

9.1. Misja

Misja turystyczna Torunia określa posłannictwo przyświecające określonym priorytetom, celom i działaniom, podejmowanym przez lokalny samorząd w celu wzmocnienia i uwypuklenia funkcji turystycznej. Stanowi deklaracje i dążenia miasta w zakresie rozwoju turystyki.

Podejmowanie zintegrowanych działań w procesie rozwoju turystyki i promocji produktów turystycznych będących siłą napędową rozwoju społeczno-gospodarczego Torunia.

Stała i aktywna współpraca lokalnych władz z instytucjami i organizacjami turystycznymi w zakresie wzbogacenia oferty turystycznej sprawiająca, że Toruń będzie miejscem chętnie odwiedzanym przez turystów krajowych i zagranicznych.

9.2. Wizja

Wizja rozwoju turystyki w Toruniu jest pożądanym wyobrażeniem jej perspektywicznego kształtu – projekcją docelowego stanu i wzorcem, do którego należy dążyć w perspektywie czasowej określonej dokumentem Strategii. Ma ona ujęcie dwuaspektowe. Z jednej strony odzwierciedla dążenie do powstania w Toruniu nowoczesnej gospodarki turystycznej, wykorzystującej nowe rozwiązania w zakresie organizacji i marketingu oraz stwarzającej atrakcyjne warunki rekreacji i pobytu w mieście. Drugi jej aspekt stanowi ukierunkowanie na zrównoważony rozwój lokalny terenów recepcji turystycznej przy wykorzystaniu unikatowych walorów i tradycji Torunia oraz podkreślanie jego znaczenia jako nowoczesnego ośrodka turystyki europejskiej. Zgodnie z powyższym wizja turystyczna Torunia została określona następująco:

**Toruń – nowoczesne europejskie centrum
turystyki i kultury**



10. PRIORYTETY I CELE ROZWOJU TURYSTYKI W TORUNIU

Strategia rozwoju turystyki dla miasta Torunia na lata 2013-2020 pozwolić ma, w oparciu o potencjał miasta w dziedzinie turystyki, na skuteczne osiągnięcie określonych celów dzięki racjonalnemu wykorzystywaniu i umacnianiu tego potencjału.

Prezentowana koncepcja dotyczy zarówno procesów rozwoju, jak i budowy spójnej, konkurencyjnej oferty turystycznej dostosowanej do trendów rynkowych i obecnych wiodących segmentów turystów odwiedzających Toruń. Ma ona na celu poszerzenie oferty, tak aby była ona atrakcyjna dla szerszej grupy odbiorców. Planowanym rezultatem wdrożenia działań jest nie tylko podniesienie liczby turystów odwiedzających Toruń, lecz przede wszystkim wydłużenie ich pobytu w mieście poprzez zaproponowanie im konkretnych atrakcji i produktów.

Określenie priorytetów i celów oraz działań służących ich realizacji jest odpowiedzią na zdiagnozowane w audycie turystycznym Torunia oraz analizie SWOT braki i potrzeby w sferze turystycznej miasta. Do programowania działań na rzecz rozwoju turystycznego wykorzystane zostały również wyniki badań ankietowych mieszkańców Torunia, które odbyły się w dniach 11 lipca – 12 sierpnia 2012 r. Badanie pozwoliło na wskazanie słabych punktów i miejsc wymagających interwencji, a najciekawsze pomysły i postulaty zgłaszane w ankiecie zostały wykorzystane w dokumencie.

Zagadnienie dalszego rozwoju turystyki w Toruniu potraktowane zostało wielopłaszczyznowo. Obok umacniania tradycyjnie kojarzonych z miastem produktów turystycznych i atrakcji Torunia skoncentrowano się również na obszarach do tej pory pomijanych, odznaczających się znacznym potencjałem rozwojowym oraz na tworzeniu nowych unikatowych możliwości poznawania i doświadczania miasta.

Podejście to pozwoliło na zidentyfikowanie pięciu obszarów priorytetowych, kompleksowo ujmujących możliwości i kierunki rozwoju turystyki w Toruniu. W ramach każdego z priorytetów zdefiniowane zostały cele oraz działania mające w założeniu prowadzić do osiągnięcia wyznaczonych celów. Całościowe podejście do zagadnienia sprawiło, iż cele i działania w ramach poszczególnych priorytetów niejednokrotnie zazębiają się, tworząc rozwiązania systemowe.



10.1. Priorytet I – Toruń przyjazny

Założeniem przyświecającym wyznaczeniu tego priorytetu było uczynienie z Torunia miasta przyjaznego dla turystów tj.: ograniczenie barier i problemów, z którymi borykać się mogą osoby odwiedzające miasto, oraz stworzenie udogodnień pozwalających na percepcję Torunia jako miasta życzliwego przyjezdnym i łatwego w odbiorze.

Działanie		Uzasadnienie	Wdrażający
Cel I.1 – Podniesienie poziomu dostępności usług okołoturystycznych w Toruniu			
I.1.1	Wprowadzenie biletów weekendowych na komunikację miejską tzw. turystycznej karty miejskiej.	Wprowadzenie biletu weekendowego (ew. 2-, 3-dniowego) ważnego na wszystkich liniach tramwajowych i autobusowych znacznie ułatwiłoby turystom poruszanie się po mieście. Dzięki ograniczeniu konieczności zakupu kolejnych biletów byłoby również dla nich znacznie bardziej opłacalne i jednocześnie mogłoby prowadzić do spadku popularności samochodu jako środka transportu podczas zwiedzania miasta.	Urząd Miasta Torunia Miejski Zakład Komunikacji Sp. z o.o. w Toruniu
I.1.2	Wprowadzenie wspólnego biletu do obiektów zabytkowych, muzeów i galerii.	Powodzenie działania zależeć będzie od umiejętności szerokiej współpracy instytucji odpowiedzialnych w mieście za zarządzanie obiektami zabytkowymi, muzeami, galeriami itp. Wspólne bilety do instytucji kultury wprowadzone zostały w wielu europejskich miastach o silnie rozwiniętej funkcji turystycznej, ponieważ są wygodniejsze oraz atrakcyjne ekonomicznie dla turystów. W dalszej perspektywie wspólny bilet mógłby zostać zintegrowany z turystyczną kartą miejską.	Urząd Miasta Torunia Instytucje odpowiedzialne za zarządzanie obiektami kultury.

Cel I.2 – Ułatwienie turystom dostępu do informacji poprzez wykorzystanie narzędzi interaktywnych



Działanie		Uzasadnienie	Wdrażający
1.2.1	Umożliwienie turystom mobilnego dostępu do informacji	Samodzielna możliwość wyszukania i sprawdzenia interesujących danych stanowić może alternatywę dla Ośrodka Informacji Turystycznej. Działanie może być realizowane zarówno poprzez tworzenie specjalnych, dostosowanych do potrzeb i oczekiwań turystów aplikacji na smartphony, jak również poprzez zwiększenie liczby funkcjonujących na terenie miasta infokiosków (dla turystów niekorzystających ze smartphonów). Projekt realizowany może być wspólnie z partnerem prywatnym, który w zamian za jego sfinansowanie/współfinansowanie i utrzymanie zyska możliwość emisji reklam i czerpania z nich zysków.	Urząd Miasta Torunia Partner prywatny
1.2.2	Zbudowanie sieci publicznych punktów bezpłatnego dostępu do Internetu, tzw. hot spotów	Punkty powinny zostać rozmieszczone w najbardziej uczęszczanych przez turystów miejscach w Toruniu i odpowiednio oznakowane. Mogą zostać również wyposażone w elementy małej architektury, np. ławki itp. Rozwiązanie pozwoli turystom na bezpłatne łączenie się z Internetem i bieżące sprawdzanie informacji o mieście, będzie również docenione przez mieszkańców Torunia. Realizacja zadania jest możliwa we współpracy z partnerem prywatnym.	Urząd Miasta Torunia Partner prywatny
Cel I.3 – Wzmocnienie wizerunku Torunia jako miasta przyjaznego rodzinom			
1.3.1	Wprowadzenie systemu zniżek dla rodzin	Działanie polega na objęciu rodzin z dziećmi systemami specjalnych zniżek np. na bilety do kin, teatrów, galerii, muzeów, obiektów sportowych oraz innych instytucji kulturalno-rozrywkowych w Toruniu. Rozwiązanie takie pozwoli rodzinom na racjonalizację budżetu wycieczki oraz skorzystanie z większej liczby atrakcji oferowanych przez miasto. W przyszłości oferta może być rozszerzana o lokale gastronomiczne, hotele itp. oraz integrowana, tworząc unikatowy pakietowy produkt turystyki rodzinnej.	Urząd Miasta Torunia Toruńskie instytucje rozrywki i kultury Partnerzy prywatni
Cel I.4 – Wzmocnienie rozpoznawalności Torunia			
1.4.1	Wdrożenie spójnego i jednolitego systemu identyfikacji wizualnej Torunia	Logo oraz system identyfikacji wizualnej, to bardzo istotne elementy składowe procesu promocji miasta i kreowania jego wizerunku. Oznaczanie materiałów promocyjnych, informacyjnych oraz kampanii reklamowo-promocyjnych w jednaki sposób znacznie podnosi rozpoznawalność miasta i jego marki.	Urząd Miasta Torunia



Działanie		Uzasadnienie	Wdrażający
I.4.2	Instalacja na przystankach komunikacji miejskiej oraz w najczęściej odwiedzanych przez turystów punktach miasta planów Torunia wraz ze wskazówkami dojazdu do największych atrakcji turystycznych	Rozwiązanie takie ułatwi turystom nieznanym Torunia poruszanie się po mieście i dotarcie do jego największych atrakcji turystycznych.	Urząd Miasta Torunia Miejski Zakład Komunikacji Sp. z o.o. w Toruniu
Cel I.5 – Zwiększenie liczby pielgrzymów pojawiających się w obrębie toruńskiej starówki			
I.5.1	Podjęcie działań zmierzających do zachęcenia osób przybywających do Torunia w celach pielgrzymkowych do poznawania innych atrakcji miasta.	Toruń jest miastem chętnie odwiedzanym przez pielgrzymów w związku z działalnością Radia Maryja. Niestety w większości przypadków osoby odwiedzające toruńską rozgłośnię nie planują dłuższego pobytu w mieście. Dlatego też, konieczne jest podjęcie działań, które zachęcą pielgrzymów do poznawania także innych atrakcji Torunia np. Starówki. Kampania opierać się może na promocji w prasie katolickiej, organizacji imprez i wydarzeń oraz programów zwiedzania atrakcyjnych dla tej grupy odbiorców czy wprowadzenia systemu zniżek dla seniorów.	Urząd Miasta Torunia Toruńskie instytucje rozrywki i kultury Władze duchowne Partnerzy prywatni



10.2. Priorytet II – Toruń historyczny

Toruń jest jednym z najstarszych miast w Polsce. Wielowiekowa i bogata historia odcisnęła swoje piętno na strukturze i wyglądzie miasta. Toruń przetrwał bez poważnych zniszczeń okres II wojny światowej, tak więc znajdujące się tu zabytki są autentyczne, dzięki czemu miasto posiada wyjątkową atmosferę oraz walory historyczne i architektoniczne. O bogactwie miasta stanowią również nierozzerwalnie związane z nim wydarzenia, postaci i tradycje. Dlatego też działania zmierzające do podkreślania historycznego charakteru miasta wydają się w pełni uzasadnione. W ramach priorytetu proponuje się wzmocnienie i uwypuklenie atrakcyjności zabytków oraz tradycji powszechnie kojarzonych z Toruniem oraz przede wszystkim wypromowanie innych ciekawych miejsc i obiektów zabytkowych, które nie są znane przeciętnemu turyście.

Działanie	Uzasadnienie	Wdrażający
Cel II.1 – Wzmocnienie potencjału zespołu staromiejskiego w Toruniu		
II.1.1	Systematyczne odnawianie kolejnych staromiejskich obiektów zabytkowych, a w dalszej kolejności ich podwórek i piwnic.	Zespół Staromiejski Torunia jest jednym z najcenniejszych zespołów zabytkowych w Polsce. Zachowanie wyjątkowości i atrakcyjności toruńskiej Starówki wymaga nieustannych prac renowacyjnych, prowadzonych zgodnie z wytycznymi konserwatorskimi. Podwórka zabytkowych kamienic stanowią mogą wyjątkową przestrzeń rekreacyjną dla dzieci i osób starszych, natomiast w odrestaurowanych piwnicach możliwe byłoby prowadzenie działalności komercyjnej.
II.1.2	Wypracowanie harmonijnej polityki parkingowej uwzględniającej interesy i potrzeby mieszkańców, turystów i przedsiębiorców z obszaru Starego i Nowego Miasta	Obecnie ruch kołowy i parkowanie dozwolone są na obrzeżach Starego Miasta i znacznej części Nowego. Zespół Staromiejski nie stanowi na tyle dużego kompleksu, aby było to uzasadnione, zwłaszcza wobec istnienia w okolicy licznych parkingów (w tym parkingu podziemnego). Dlatego konieczne jest wypracowanie polityki parkingowej, kładącej nacisk na zachęcanie turystów i mieszkańców do pozostawiania pojazdów poza zespołem staromiejskim (np. system zniżek do obiektów kulturalnych dla osób pozostawiających samochody na parkingach poza murami staromiejskimi).

Cel II.2 – Wzmocnienie turystycznych marek Torunia



Działanie		Uzasadnienie	Wdrażający
II.2.1	Toruń Mikołaja Kopernika	Promocja miasta poprzez postać słynnego Polaka, którego zainteresowania wykraczały daleko poza astronomię. Uczynienie z Mikołaja Kopernika ikony Torunia.	Urząd Miasta Torunia CPK „Planetarium” Uniwersytet Mikołaja Kopernika Muzeum Okręgowe
II.2.2	Toruński Festiwal Wyrobów z Piernika	Zgodnie z badaniami ruchu turystycznego pierniki są na drugim miejscu (po Koperniku) skojarzeń z Toruniem. Z jednej strony oznaczać to może, iż toruński piernik nie wymaga już promocji, z drugiej zaś świadczy o tym, że są ważnym elementem toruńskiej tradycji dla osób odwiedzających miasto. Dlatego też, proponuje się utworzenie całkiem nowego, cyklicznego wydarzenia, podczas którego możliwa byłaby prezentacja wyrobów toruńskich mistrzów piernikarstwa, degustacje, wspólny wyrób pierników, zakup pierników, konkursy na najlepszy piernik itp.	Urząd Miasta Torunia Muzeum „Świat toruńskiego piernika” Żywe Muzeum Piernika w Toruniu
Cel II.3 – Rozszerzenie strefy turystycznej Torunia w oparciu o zasoby historyczne			
II.3.1	Tworzenie warunków dla rozwoju turystyki hobbystycznej w oparciu o mniej znane atrakcje Torunia.	Założeniem działania jest rewitalizacji i promocja mniej znanych atrakcji Torunia (np. Bydgoskiego Przedmieścia, ruin zamku „Dybów”, obiektów przemysłowych), które dotychczas pozostawały niedoceniane i pomijane w ofercie turystycznej miasta. W celu realizacji działania proponuje się ich stopniową rewitalizację oraz promocję w przewodnikach turystycznych i folderach oraz znakowanie szlaków turystycznych do nich prowadzących.	Urząd Miasta Torunia Ośrodek Informacji Turystycznej Oddział Miejski PTTK im. M. Sydowa



Działanie		Uzasadnienie	Wdrażający
II.3.2	Rewitalizacja i udostępnienie zwiedzającym kolejnych obiektów Twierdzy Toruń oraz promocja jej walorów turystycznych.	<p>Twierdza Toruń to wybudowany w XIX w. przez Prusaków system fortyfikacji ciągnący się na długości ok. 20 km i składający się z przeszło 200 instalacji obronnych, stanowiący unikat na skalę światową. Tymczasem tylko nieliczne z jej obiektów zostały odnowione i udostępnione zwiedzającym.</p> <p>Szlak wokół twierdzy powinien zostać wyraźnie oznakowany, wraz z tablicami informacyjnymi przy poszczególnych obiektach. Proponuje się również szerszą dystrybucję folderów i broszur z przebiegiem szlaku oraz z informacjami o najciekawszych obiektach.</p> <p>W posiadających odpowiednie warunki obiektach urządzić można ekspozycje, galerie, punkty gastronomiczne i obiekty noclegowe (na przykładzie Fortu IV pełniącego funkcje hotelowe).</p>	<p>Urząd Miasta Torunia</p> <p>Partnerzy prywatni</p> <p>Oddział Miejski PTTK im. M. Sydowa</p>



10.3. Priorytet III – Toruń Aktywny

Założeniem priorytetu jest wykreowanie nowego wizerunku miasta poprzez wykazanie, iż w Toruniu dostępnych jest wiele rodzajów aktywności i atrakcyjnych sposobów spędzania czasu. W powszechnej świadomości Toruń jawi się jako miejsce, w którym najbardziej dostępnymi formami spędzania czasu jest zwiedzanie zabytków, muzeów i galerii oraz wypoczynek bierny. Działania podjęte w ramach priorytetu mają za zadanie stworzenie szerokiego spektrum sposobów spędzania czasu w mieście, co wydatnie przełożyć się może na wydłużenie pobytu turystów.

	Działanie	Uzasadnienie	Wdrażający
Cel III.1 – Ożywienie Bulwaru Filadelfijskiego i wykorzystanie bliskości Wisły			
III.1.1	Zagospodarowanie Bulwaru Filadelfijskiego na potrzeby turystów i mieszkańców	Obecnie, położony nad Wisłą w bezpośrednim sąsiedztwie Starówki, Bulwar Filadelfijski nie jest wykorzystywany na cele turystyczne i nie zachęca turystów do dłuższych spacerów. Tymczasem potencjał tego miejsca pozwala na uczynienie z niego jednego z wiodących produktów turystycznych Torunia. Działanie przewiduje szereg poddziałań wymienionych poniżej.	Urząd Miasta Torunia Miejski Zarząd Dróg
III.1.1.1	Renowacja nawierzchni Bulwaru Filadelfijskiego	Bulwar wyłożony jest mało estetycznymi i krzywymi płytami chodnikowymi, konieczna jest zatem wymiana nawierzchni.	Urząd Miasta Torunia Miejski Zarząd Dróg
III.1.1.2	Budowa ciągów pieszych i rowerowych	Udostępnienie Bulwaru szerszej grupie odbiorców wymaga budowy funkcjonalnych i estetycznych ciągów pieszych i rowerowych (najlepiej o gładkiej nawierzchni przystosowanej również do jazdy na rolkach itp.)	Urząd Miasta Torunia Miejski Zarząd Dróg
III.1.1.3	Udostępnienie części Bulwaru pod sezonowe punkty gastronomiczne, kawiarnie, pijalnie piwa itp.	Działanie pozwoli na stworzenie miejsca do wypoczynku i interakcji dla mieszkańców Torunia i turystów. Działające na Bulwarze lokale powinny zostać wykonane wg jednej koncepcji w celu zachowania estetyki miejsca.	Urząd Miasta Torunia Miejski Zarząd Dróg Partnerzy prywatni
III.1.1.4	Sezonowa plaża nad Wisłą	Utworzenie sezonowej, wysypanej piachem plaży miejskiej nad Wisłą stanowiłoby niewątpliwą atrakcję nie tylko dla turystów lecz również dla mieszkańców miasta. Podobne rozwiązania realizowane są z powodzeniem w innych miastach europejskich (np. Paryż, Berlin). Na plaży powinna zostać otwarta wypożyczalnia leżaków.	Urząd Miasta Torunia Miejski Zarząd Dróg Partnerzy prywatni



	Działanie	Uzasadnienie	Wdrażający
III.1.2	Zamknięcie dla ruchu Bulwaru Filadelfijskiego	Ciągnący się nad Wisłą Bulwar Filadelfijski przylega do murów staromiejskich i znajduje się w strefie bezpośredniego oddziaływania zespołu staromiejskiego. Tymczasem nie jest miejscem przyciągającym turystów. Zamknięcie go dla ruchu i zamienienie w deptak (przynajmniej w weekendy w miesiącach wzmożonego sezonu turystycznego) pozwoli na wykreowanie nowego miejsca aktywności turystycznej.	Urząd Miasta Torunia Miejski Zarząd Dróg
III.1.3	Organizacja wydarzeń sportowych, widowiskowych i rozrywkowych na Bulwarze Filadelfijskim	Działanie powinno skupić się na organizacji zawodów sportowych dostępnych dla wszystkich chętnych (mieszkańców i turystów) oraz wydarzeń widowiskowych i rozrywkowych, np. imprez na plaży, jarmarków tematycznych itp., odbywających się głównie w godzinach wieczornych, co sprawi, że bulwar stanie się miejscem tętniącym życiem zarówno w dzień, jak i w nocy.	Urząd Miasta Torunia
Cel III.2 – Wzmocnienie przekazu o ofercie kulturalnej Torunia			
III.2.1	Budowa mega imprez kulturalnych i rozrywkowych oraz ich promocja	Toruń ma bogatą ofertę związaną z licznymi wydarzeniami kulturalnymi (festiwale, koncerty, pokazy itp.) ich promocja jest jednak niewystarczająca i często nie wychodzi poza granice miasta. Niewystarczające jest również akcentowanie rangi poszczególnych imprez. Dlatego też proponuje się wyznaczenie kilku (3-5 w skali roku) imprez wiodących, poprzez które miasto mogłoby promować się w Polsce. Oferta tych imprez powinna być odpowiednio uatrakcyjniana, a ich promocja możliwie szeroka.	Urząd Miasta Torunia Toruńskie instytucje kultury



10.4. Priorytet IV – Toruń edukacyjny

Turystyka edukacyjna jest jedną z podstawowych gałęzi turystyki w Toruniu. Zorganizowane grupy szkolne stanowią jedną z najważniejszych grup odbiorców oferty turystycznej miasta. Obecnie młodzież szkolna mniej zainteresowana jest tradycyjnym zwiedzaniem zabytków. Dlatego też ważna jest budowa nowej oferty dla tej grupy odbiorców. Ukazanie Torunia jako niezwykle ciekawego miejsca, które jednocześnie bawi i uczy. Budowanie pozytywnych wspomnień związanych z Toruniem u młodych ludzi przekładać się będzie na to, iż chętnie będą wracali do Torunia jako dorośli.

	Działanie	Uzasadnienie	Wdrażający
Cel IV.1 – Wzmocnienie potencjału Torunia w zakresie turystyki edukacyjnej			
IV.1.1	Promocja Torunia jako miejsca o dużym potencjale dla wycieczek.	Działanie zmierza do podkreślenia atrakcyjności miasta i jego bogatej oferty w zakresie turystyki edukacyjnej oraz jej bazy. Prowadzić ma do zatrzymania na dłużej wycieczek szkolnych odwiedzających miasto, które obecnie często opuszczają Toruń po zwiedzeniu najciekawszych miejsc nie zatrzymując się na noc. Punktem wyjścia może być wydanie folderu (wersja elektroniczna i/lub papierowa) zawierającego m.in. informacje o rodzajach atrakcji, jakie oferuje Toruń, formach zwiedzania, adresach ośrodków, które skupiają się na zielonych szkołach, schroniskach młodzieżowych i innych niedrogich obiektach noclegowych, obiektach bazy gastronomicznej dostosowanych do dużych grup itp.	Urząd Miasta Torunia Partnerzy prywatni
IV.1.2	Stworzenie nowoczesnego zintegrowanego produktu turystyki edukacyjnej w Toruniu.	Działanie koncentruje się na budowaniu pozytywnych wspomnień opartych na zabawie i nauce poprzez włączenie do tradycyjnych programów zwiedzania elementów rozrywki. Konieczne jest rozbudzenie zainteresowania młodzieży, dla której tradycyjne oglądanie kolejnych zabytków może być nudne. Dlatego proponuje się włączenie do programu wycieczek nowych interesujących dla młodego człowieka obiektów powstających w Toruniu, np. Centrum Nowoczesności, organizację gier terenowych pozwalających samodzielnie poznawać i odkrywać miasto, oparcie zwiedzania o nowe technologie itp.	Urząd Miasta Torunia Toruńskie instytucje kultury i nauki Partnerzy prywatni – biura turystyczne z Torunia



10.5. Priorytet V – Toruń biznesowy

Uwzględnienie turystyki biznesowej w priorytetach rozwoju turystycznego miasta ma za zadanie wykreowanie Torunia jako ośrodka idealnego dla organizacji spotkań w interesach, konferencji, szkoleń, targów. Toruń posiada zaplecze konferencyjne i targowe do realizacji turystyki biznesowej, a wyjątkowa atmosfera miasta powinna być magnesem przyciągającym turystów biznesowych. Toruń jako ośrodek naukowy o randze krajowej jest również idealnym miejscem dla organizacji kongresów i konferencji naukowych oraz wydarzeń na styku nauki i biznesu.

	Działanie	Uzasadnienie	Wdrażający
Cel V.1 – Rozwój turystyki biznesowej w Toruniu			
V.1.1	Wsparcie organizacyjne i finansowe dla podmiotów zaangażowanych w rozwój turystyki biznesowej.	Institucją wspierającą przedsięwzięcia z obszaru turystyki biznesowej w Toruniu jest Convention Bureau Copernicus, które posiada największe możliwości w pozyskiwaniu dla Torunia turystów biznesowych.	Urząd Miasta Torunia Convention Bureau Copernicus
V.1.2	Stworzenie spójnej oferty dla turystów biznesowych.	Stworzenie zintegrowanej oferty dla turystów biznesowych, obejmującej wszystkie aspekty i udogodnienia w zależności od potrzeb klientów oraz jej prezentacja na targach tematycznych jest czynnikiem warunkującym przyciągnięcie turystów biznesowych do miasta.	Urząd Miasta Torunia Convention Bureau Copernicus Partnerzy prywatni – biura turystyczne z Torunia
V.1.3	Wsparcie dla inwestycji w infrastrukturę turystyki biznesowej	Toruń posiada zaplecze konferencyjne i targowe, nie jest ono jednak wystarczające. Brakuje również obiektów noclegowych o najwyższym standardzie. Zadaniem miasta jest zatem przyciągnięcie inwestorów, którzy mogliby wypełnić tę lukę.	Urząd Miasta Torunia

11. IDENTYFIKACJA I OCENA PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH TORUNIA

11.1. Istniejące produkty turystyczne

Produktem turystycznym mogą być wszystkie dobra i usługi nabywane przez konsumenta w związku z wyjazdem ze stałego miejsca zamieszkania, lecz również miejsca, atrakcje turystyczne, wydarzenia i infrastruktura.

Toruń może pochwalić się wielością produktów turystycznych, ich zróżnicowanym charakterem i różną wagą gatunkową. Liczba produktów turystycznych miasta jest na tyle duża, że nie sposób przytoczyć wszystkie. Najważniejsze z nich przedstawia punkt 5.2 Walory turystyczne.

W celu usystematyzowania produktów turystycznych Torunia i wskazania kierunków ich rozwoju w dokumencie *Strategii rozwoju turystyki dla Torunia z 2006 r.* wprowadzona została koncepcja tzw. produktu zintegrowanego. Zakłada ona identyfikację obszarów wiodących, do których przyporządkowane zostają istniejące atrakcje miasta oraz te, w ramach których proponowane są konkretne działania. W Strategii określono trzy zintegrowane produkty wiodące, wokół których skupiać się miał rozwój turystyki w mieście. Należą do nich:

Toruń UNESCO – „Teatr Historii”

Produkt opiera się na bazie Zespołu Staromiejskiego, który w 1997 r. wpisany został na Listę Światowego Dziedzictwa Kulturowego i Naturalnego UNESCO. Do pozostałych obszarów przestrzennych produktu należą: Wisła – Kępa Bazarowa, Bydgoskie Przedmieście i Port Zimowy. Produkt funkcjonuje w dwóch obszarach: materialnym i duchowym. Z jednej strony skupia się na genius loci Torunia, na elementach stanowiących o dziedzictwie duchowym miasta i panującej w nim wyjątkowej atmosferze. Z drugiej zaś podkreśla dziedzictwo materialne – historyczne zabytki i układ urbanistyczny miasta. Motywy przewodnie produktu to historia miasta, życie codzienne mieszczan, główne wydarzenia w życiu Torunia, zakon krzyżacki w Toruniu, Toruń handlowy, kupiecki i rzemieślniczy, legendy toruńskie.

Toruń artystyczny – „skład kultury”

Ideą produktu jest silne rozwinięcie aktywności artystycznej i kulturalnej miasta. Zakres przestrzenny produktu to przede wszystkim obiekty kulturalne – galerie, muzea, teatry oraz otwarte w 2008 r. Centrum Sztuki Współczesnej. Motywami przewodnimi produktu są bogata oferta festiwalowa (teatr, film, muzyka) oraz osiągnięcia artystów i twórców sztuki współczesnej.

Toruń naukowy – Toruń ERGO SUM

Produkt oparty jest na zasobach dziedzictwa nauki toruńskiej od Kopernika po współczesne osiągnięcia naukowe środowiska toruńskiego uniwersytetu. W wymiarze przestrzennym produkt obejmuje przede wszystkim Uniwersytet Mikołaja Kopernika oraz miasteczko akademickie, a także Planetarium im. W. Dziewulskiego, Obserwatorium Astronomiczne w Piwnicach oraz budowane



Centrum Nowoczesności. Motywy przewodnie produktu to nauki ścisłe takie jak: astronomia, matematyka, medycyna czy ekonomia przedstawiane w przystępny sposób.

Obok wymienionych powyżej produktów zintegrowanych Gmina Miasta Toruń podejmuje inicjatywy zmierzające do tworzenia nowych, jednostkowych produktów turystycznych. Produkty te niejako wpisują się jednak w zdiagnozowane obszary. Do najważniejszych produktów kreowanych obecnie przez miasto należą:

Toruń – Hanza nad Wisłą

Produkt wdrażany był w latach 2007-2011 w ramach projektu wspieranego ze środków Unii Europejskiej. Istotą projektu była kompleksowa modernizacja i konserwacja obiektów użyteczności publicznej, jak również o dużym znaczeniu dla rozwoju turystyki. Zakres realizacji projektu obejmował: modernizację Ratusza Staromiejskiego, zagospodarowanie przestrzeni publicznej ul. Szerokiej i Królowej Jadwigi jako osi łączącej Stare i Nowe Miasto, modernizację kompleksu budynków Domu Eskenów oraz wykonanie prezentacji 3D Torunia średniowiecznego, konserwację, rewitalizację i zagospodarowanie turystyczne Zamku Krzyżackiego z uwzględnieniem możliwości organizacji pokazów spektaklu „światło i dźwięk” dotyczących historii zakonu krzyżackiego, montaż na Rynku Nowomiejskim figury przekupki z wagą oraz na skrzyżowaniu ulic Królowej Jadwigi i Małe Garbary rzeźby Piernikarki Toruńskiej. W ramach projektu powstały panele informacyjno-promocyjne oraz wykonano nowe stoiska kwiatowe, zlokalizowane w okolicy Ratusza Staromiejskiego. Inwestycje te kompleksowo przyczyniły się do powstania nowego produktu turystycznego związanego z historią Torunia i jego rolą w ówczesnej Europie. Przede wszystkim projekt wskazuje na rolę Miasta Torunia związaną z przynależnością do Związku Wielkiej Hanzy.

Centrum Sztuki Współczesnej

Centrum otwarte zostało w 2008 r. i jest jedną z najnowszych przestrzeni dedykowanych w całości sztuce współczesnej w Polsce. Stawiając na nowoczesną, intermedialną i interdyscyplinarną formułę działania, zróżnicowany program, międzynarodowe kooperacje, stwarzając atmosferę sprzyjającą twórczemu wypoczynaniu, CSW stanowi miejsce otwartej dyskusji nad najważniejszymi zjawiskami w sztuce. Centrum swoją działalność prowadzi poprzez wystawy, wykłady, seminaria, programy rezydencyjne dla artystów, publikacje, działania edukacyjne, a także tworzenie kolekcji. Unikatowość instytucji w skali regionu sprawia, iż stanowi ona markowy produkt turystyczny Torunia, mający znaczny potencjał w przyciąganiu turystów.

Centrum Nowoczesności

Centrum stanowić będzie interdyscyplinarne muzeum nauki i techniki, które powstanie w Toruniu do połowy 2013 r. przy udziale środków z Unii Europejskiej. Na siedzibę Centrum zaadaptowany zostanie budynek dawnych silosów zbożowych, wchodzący w skład kompleksu Młynów Toruńskich przy ul. Kościuszki, Łokietka i Dworcowej. Misją toruńskiego ośrodka będzie pobudzanie kreatywności

i inspirowanie odbiorcy do samodzielnych poszukiwań. Placówka poprzez zabawę i eksperyment (odejście od formuły: „patrz, ale nie dotykaj” na rzecz: „dotknij, sprawdź”) umożliwi zwiedzającym samodzielne, aktywne i doświadczalne przyswajanie i pogłębianie wiedzy o nauce, technice, przyrodzie i kulturze. Centrum Nowoczesności ma szansę stanowić atrakcję turystyczną o znaczeniu krajowym, wzbogacającą ofertę miasta.

Fontanna Cosmopolis

Wykonana w 2008 r. fontanna formą nawiązuje do słynnego dzieła Mikołaja Kopernika „O obrotach sfer niebieskich”. Na granitowej płycie fontanny umieszczony został łaciński tekst i schemat układu heliocentrycznego. Na okręgach symbolizujących orbity znajduje się ponad 100 dysz, z których wytryskuje woda. Z centralnej dyszy symbolizującej słońce woda wyrzucana jest na wysokość ponad 5 metrów. W okresie letnim w godzinach wieczornych przy fontannie prezentowane są widowiskowe seanse wody, światła i dźwięku.

11.2. Propozycje nowych produktów turystycznych

Nowe, proponowane dla Torunia produkty turystyczne oparte zostały na zidentyfikowanych kierunkach rozwoju turystyki w mieście. Ich wdrożenie przyczynić się ma do realizacji określonych w dokumencie priorytetów. Produkty mają charakter kompleksowy, obejmując niejednokrotnie kilka priorytetów. Służą one wzbogaceniu oferty turystycznej Torunia, wprowadzając do niej elementy oryginalne i unikatowe przy jednoczesnym podkreślaniu wyjątkowego historycznego i kulturowego dziedzictwa miasta.

Produkty

Śladami Mikołaja Kopernika

Elementem produktu będzie wytyczona, oznakowana i dostosowana trasa oraz towarzysząca infrastruktura turystyczna łącząca miejsca, które kojarzą się z Mikołajem Kopernikiem. Liniowy produkt turystyczny (szlak) przybliży historię wielkiego Polaka oraz miejsca, gdzie przebywał.

Toruński festiwal wyrobów z piernika

Toruński piernik stanowi jeden z najbardziej rozpoznawalnych elementów kojarzonych z miastem. Dlatego wskazane jest utworzenie wydarzenia poświęconego temu specjałowi. Festiwal stanowiłby całkiem nowe, cykliczne wydarzenie, podczas którego możliwa byłaby prezentacja wyrobów toruńskich mistrzów piernikarstwa, degustacje, wspólny wyrób pierników, zakup pierników, konkursy na najlepszy piernik itp.

Gra terenowa dla młodzieży

Produkt przeznaczony dla młodzieży szkolnej odwiedzającej Toruń. Opiera się na stworzeniu gry terenowej wraz z odpowiednią infrastrukturą w obrębie toruńskiej starówki, pozwalającej młodym ludziom na samodzielne odkrywanie i doświadczanie miasta. Gra polegająca na organizacji szeregu punktów kontrolnych, odnajdywaniu obiektów i informacji, rozwiązywaniu zagadek prowadzących uczestników do dalszych etapów.

Toruń dla pielgrzymów

Produkt opiera się na stworzeniu kompleksowej oferty turystycznej dla zorganizowanych grup pielgrzymkowych. W ramach oferty zapewniane byłyby: nocleg i wyżywienie, zwiedzanie miasta ze szczególnym uwzględnieniem obiektów sakralnych i innych miejsc związanych z religią, msza święta, zwiedzanie siedziby Radia Maryja i wykład tematyczny w Wyższej Szkole Kultury Społecznej i Medialnej.



Produkty

Toruń z gwiazdami

Cykliczne wydarzenie w ofercie miasta nawiązujące do astronomicznych tradycji Torunia. Impreza kilkudniowa, podczas której odbywałyby się ogólnodostępne wykłady i konferencje poświęcone wszechświatowi. Charakter imprezy przewiduje zwiedzanie toruńskiego obserwatorium astronomicznego, planetarium i obiektów towarzyszących. Wieczorami organizowane byłyby korespondujące z tematem pokazy multimedialne „światło i dźwięk” na toruńskiej starówce oraz koncerty gwiazd muzyki. W założeniu wydarzenie łączyłoby naukę z rozrywką.



12. SYSTEM REALIZACJI I ZARZĄDZANIA STRATEGIĄ

12.1. System wdrażania Strategii

Dla skutecznego wdrożenia Strategii Rozwoju Turystyki dla miasta Torunia na lata 2013-2020 konieczne jest stworzenie sprawnego i skutecznego systemu jej implementacji, który umożliwi włączenie w ten proces szerokiego grona uczestników rynku turystycznego, dostawców usług turystycznych oraz gestorów bazy noclegowej i produktów turystycznych. Dla realizacji Strategii niezwykle istotna jest budowa skutecznego partnerstwa na poziomie lokalnym. Udział lokalnych liderów oraz społeczności lokalnej będzie czynnikiem wspierającym, lub w wielu przypadkach determinującym procesy implementacyjne. Zasadnicza odpowiedzialność w tej kwestii spoczywać będzie jednak na władzach miasta Torunia, do których należy realizacja polityki rozwojowej, w tym dbanie o rozwój gospodarki turystycznej. Dlatego też do głównych czynników i zadań warunkujących skuteczne wdrożenie Strategii należy zaliczyć:

- Przyjęcie *Strategii rozwoju turystyki dla miasta Torunia na lata 2013-2020* przez Radę Miasta Torunia jako kierunkowego dokumentu w zakresie rozwoju turystyki.
- Określenie podmiotu w strukturze Urzędu Miasta odpowiedzialnego za koordynację wdrażania Strategii.
- Rozstrzygnięcie zagadnień dotyczących rozwiązań formalno-prawnych.
- Ustanowienie struktury organizacyjnej wdrażania oraz określenie zadań poszczególnych podmiotów wyodrębnionych w ramach tej struktury.
- Zabezpieczenie odpowiednich środków finansowych w budżecie miasta na realizację działań określonych w Strategii i znajdujących się w jurysdykcji władz miejskich.
- Tworzenie warunków do współpracy z branżą turystyczną (obiektami noclegowymi, lokalami gastronomicznymi, centrami konferencyjnymi, instytucjami kultury, nauki i sportu) w zakresie budowy wspólnych projektów, pakietów produktowych oraz ich sprzedaży i promocji.
- Prowadzenie systematycznych badań rynku turystycznego Torunia.
- Skuteczne pozyskiwanie środków na realizację działań podejmowanych w celu wdrażania *Strategii rozwoju turystyki dla miasta Torunia na lata 2013-2020*.
- Programowanie oraz podejmowanie działań promocyjnych oraz wizerunkowych.
- Skuteczna koordynacja i systemowe planowanie programów turystycznych, imprez i wydarzeń.
- Inicjowanie, opiniowanie i wspomaganie planów rozwoju i modernizacji infrastruktury turystycznej i paraturystycznej przez uczestników rynku



turystycznego, np. organizowanie wsparcia w zakresie pozyskiwania zewnętrznych środków na projekty inwestycyjne, wydzielenie w budżecie miasta celowego funduszu na wspieranie inwestycji turystycznych i proturystycznych.

System organizacyjny wdrażania *Strategii rozwoju turystyki dla miasta Torunia* obejmuje następujące elementy składowe:

Wydział Sportu i Turystyki Urzędu Miasta Torunia

WSiT odpowiedzialny jest za realizację zadań związanych z koordynacją działań, wdrażaniem i monitorowaniem osiągania wskaźników wskazanych w Strategii.

Rada Programowa ds. Wdrażania Strategii Rozwoju Turystyki dla Torunia

Do zadań Rady Programowej należy:

- uzgadnianie i akceptowanie koncepcji strategicznych,
- uzgadnianie decyzji w zakresie finansowania poszczególnych projektów,
- zapewnienie ciągłości realizacji Strategii,
- wybór projektów i zadań do realizacji wynikających ze *Strategii rozwoju turystyki dla Torunia*,
- określenie kolejności finansowania projektów i zadań.

Ponadto proponuje się stworzenie szerokiej **Platformy Konsultacyjnej** jako ciała pomocniczego. W ramach Platformy możliwa będzie wymiana opinii, stanowisk i pomysłów oraz podejmowanie wspólnych działań wszystkich uczestników ruchu turystycznego w Toruniu. Funkcjonowanie takiego forum przyczyni się do konsolidacji i pobudzenia wspólnej aktywności na rzecz rozwoju rynku turystycznego i wszystkich jego uczestników. Wymiana opinii, pomysłów i podejmowanie wspólnych działań może odbywać się za pośrednictwem serwisu miejskiego poświęconego miejskim konsultacjom społecznym.

12.2. Ramowy harmonogram wdrażania Strategii

Biorąc pod uwagę perspektywę czasową wdrażania innych programów rozwoju, zwłaszcza zaś *Strategii rozwoju miasta Torunia do 2020 r.* oraz przewidywanego okresu programowania funduszy europejskich przyjęto założenie, że operacyjny horyzont czasowy dla niniejszej Strategii powinien obejmować lata 2013-2020. Uznano jednocześnie, że jest to najdłuższy realny okres planowania realizacji projektów turystycznych zaliczanych, z punktu widzenia rozwoju regionalnego, do projektów małych lub najwyżej średnich. Mając na uwadze powyższe przesłanki proponuje się następujący ramowy harmonogram wdrażania *Strategii rozwoju turystyki dla miasta Torunia na lata 2013-2020*.

Tabela 17. Ramowy harmonogram wdrażania Strategii.

Etap wdrażania	Okres realizacji	Podmiot odpowiedzialny
Okres przygotowania Strategii, konsultacji społecznych i wstępnej akceptacji dokumentu	I-IV kwartał 2012 r.	Wykonawca Strategii Urząd Miasta Torunia – Wydział Sportu i Turystyki Rada Programowa ds. Wdrażania Strategii Rozwoju Turystyki dla Torunia
Przyjęcie Strategii jako kierunkowego dokumentu w zakresie rozwoju turystyki	I kwartał 2013 r.	Rada Miasta Torunia
Przygotowanie i uszczegółowienie programów dla poszczególnych priorytetów służących wdrożeniu Strategii	I-II kwartał 2013 r.	Urząd Miasta Torunia – Wydział Sportu i Turystyki
Promocja Strategii wśród podmiotów zaangażowanych w rozwój turystyki w Toruniu	I-II kwartał 2013 r.	Urząd Miasta Torunia – Wydział Sportu i Turystyki Lokalna Organizacja Turystyczna
Przygotowanie i realizacja działań objętych wsparciem w ramach Strategii	II kwartał 2013 r. do końca 2020 r. + 2 lata	Urząd Miasta Torunia Ośrodek Informacji Turystycznej Oddział Miejski PTTK im. M. Sydowa Instytucje turystyki i kultury oraz inni twórcy produktów turystycznych Partnerzy prywatni
Wprowadzanie nowych rekomendowanych w Strategii produktów turystycznych	II kwartał 2013 r. do końca 2020 r. + 2 lata	Urząd Miasta Torunia Ośrodek Informacji Turystycznej Oddział Miejski PTTK im. M. Sydowa Instytucje turystyki i kultury oraz inni twórcy produktów turystycznych Partnerzy prywatni
Monitoring realizacji priorytetów, celów i działań określonych w Strategii	II kwartał 2013 r. do końca 2020 r. + 2 lata (corocznie)	Urząd Miasta Torunia – Wydział Sportu i Turystyki
Ewaluacja działań podejmowanych w ramach realizacji Strategii	II kwartał 2013 r. do końca 2020 r. + 2 lata (raz na trzy lata)	Urząd Miasta Torunia – Wydział Sportu i Turystyki
Wprowadzanie korekt i zmian do Strategii	Od 2013 r. do 2020 r.	Rada Miasta Torunia

12.3. Monitorowanie i ewaluacja realizacji Strategii

W celu określenia systemu monitorowania i ewaluacji realizacji Strategii istotnym jest przyjęcie założenia, że będzie ona dynamicznie modyfikowana i dostosowywana do zmieniających się uwarunkowań. Oznacza to, że prezentowany dokument należy traktować jako uruchomienie procesu strategicznego i wejście na ścieżkę systemowego zarządzania rozwojem turystyki w długim horyzoncie czasowym.

Podstawowym źródłem informacji o stanie realizacji Strategii jest system wskaźników monitoringu. Przedstawione wskaźniki pozwolą na ocenę stopnia realizacji określonych celów stawianych w Strategii, a tym samym wypełnianie jej obszarów priorytetowych. Zaproponowane wskaźniki podzielić można na dwie zasadnicze grupy. Pierwszą stanowią wskaźniki ilościowe, które odzwierciedlać powinny poziom osiągnięcia wskaźnika w danym roku sprawozdawczym oraz ukazywać jego zmianę w stosunku do roku poprzedniego oraz do roku bazowego, którym jest rok 2012, dla którego przyjęta wartość wskaźnika wynosi 0. Druga grupa wskaźników dotyczyć będzie realizacji ściśle określonych zadań, które po zakończeniu nie będą już podlegać dalszemu monitoringowi.

Rozpoczęcie monitorowania realizacji Strategii poprzedzone być powinno opracowaniem szczegółowych planów wdrożeniowych dla poszczególnych priorytetów. Plany te określać będą czas i kolejność realizacji działań w zależności od możliwości organizacyjnych, prawnych i finansowych Gminy Miasta Toruń.

Monitoring powinien odbywać się raz w roku i być zwieńczony raportem sprawozdawczym, w którym zostanie dokonana ocena osiągnięcia poszczególnych wskaźników monitoringu.

Ponadto raz na trzy lata zaleca się przeprowadzenie badania ewaluacyjnego, którego zadaniem będzie ocena efektów wprowadzonych działań.

Poniżej wyszczególniono wskaźniki monitoringu dla każdego z zawartych w priorytetach celów stawianych w Strategii.

Priorytet I – Toruń przyjazny

Cel I.1 – Podniesienie poziomu dostępności usług okołoturystycznych w Toruniu

- wprowadzenie turystycznej karty miejskiej,
- liczba sprzedanych turystycznych kart miejskich (w danym roku sprawozdawczym),
- wprowadzenie wspólnego biletu do obiektów zabytkowych, muzeów i galerii,
- liczba sprzedanych wspólnych biletów (w danym roku sprawozdawczym),

Cel I.2 – Ułatwienie turystom dostępu do informacji poprzez wykorzystanie narzędzi interaktywnych

- liczba nowych rozwiązań umożliwiających mobilny dostęp do informacji,
- liczba turystów korzystających z mobilnego dostępu do informacji (w danym roku sprawozdawczym),
- liczba publicznych punktów bezpłatnego dostępu do Internetu.

Cel I.3 – Wzmocnienie wizerunku Torunia jako miasta przyjaznego rodzinom

- liczba instytucji i obiektów oferujących specjalne systemy zniżkowe dla rodzin z dziećmi

Cel I.4 – Wzmocnienie rozpoznawalności Torunia

- opracowanie systemu identyfikacji wizualnej Torunia,
- liczba zainstalowanych planów Torunia na terenie miasta.

Cel I.5 – Zwiększenie liczby pielgrzymów pojawiających się w obrębie toruńskiej starówki

- liczba turystów odwiedzających Toruń w celach pielgrzymkowych (w danym roku sprawozdawczym).

Priorytet II – Toruń historyczny

Cel II.1 – Wzmocnienie potencjału zespołu staromiejskiego w Toruniu

- liczba odnowionych staromiejskich obiektów zabytkowych (w danym roku sprawozdawczym),
- liczba odnowionych staromiejskich podziemi i piwnic (w danym roku sprawozdawczym),
- liczba staromiejskich podziemi i piwnic udostępnionych na cele kulturalne lub komercyjne (w danym roku sprawozdawczym),
- liczba rozwiązań zachęcających turystów do pozostawiania samochodów poza zespołem staromiejskim.

Cel II.2 – Wzmocnienie turystycznych marek Torunia

- liczba wydarzeń i inicjatyw promujących Toruń poprzez postać Mikołaja Kopernika (w danym roku sprawozdawczym),
- organizacja corocznego toruńskiego festiwalu wyrobów z piernika.

Cel II.3 – Rozszerzenie strefy turystycznej Torunia w oparciu o zasoby historyczne

- liczba zrewitalizowanych pozastaromiejskich obiektów (w danym roku sprawozdawczym),
- liczba inicjatyw informacyjnych promujących pozastaromiejskie atrakcje Torunia,
- liczba zrewitalizowanych obiektów Twierdzy Toruń (w danym roku sprawozdawczym),
- liczba obiektów Twierdzy Toruń udostępniona zwiedzającym,
- liczba nowych inicjatyw wdrożonych w obiektach Twierdzy Toruń,
- długość nowo wytyczonych i oznakowanych szlaków turystycznych,
- długość oznakowanych szlaków turystycznych,
- liczba nowo opracowanych tras zwiedzania.

Priorytet III – Toruń aktywny

Cel III.1 – Ożywienie Bulwaru Filadelfijskiego i wykorzystanie bliskości Wisły

- liczba weekendów w roku, w których Bulwar Filadelfijski pozostaje zamknięty dla ruchu,
- długość wybudowanych/zmodernizowanych ciągów pieszych i rowerowych na Bulwarze Filadelfijskim,
- liczba punktów gastronomicznych działających na Bulwarze Filadelfijskim (w danym roku sprawozdawczym),
- utworzenie sezonowej plaży nad Wisłą (w danym roku sprawozdawczym),
- liczba wydarzeń sportowych, widowiskowych i rozrywkowych zorganizowanych na Bulwarze Filadelfijskim (w danym roku sprawozdawczym).

Cel III.2 – Wzmocnienie przekazu o ofercie kulturalnej Torunia

- liczba zorganizowanych i wypromowanych wiodących wydarzeń kulturalnych i rozrywkowych (w danym roku sprawozdawczym).

Priorytet IV – Toruń edukacyjny

Cel IV.1 – Wzmocnienie potencjału Torunia w zakresie turystyki edukacyjnej

- liczba turystów korzystających z noclegów w schroniskach młodzieżowych i domach pielgrzyma (w danym roku sprawozdawczym),
- liczba inicjatyw podnoszących atrakcyjność Torunia dla grup szkolnych.

Priorytet V – Toruń biznesowy

Cel V.1 – Rozwój turystyki biznesowej w Toruniu



- liczba inicjatyw podjętych na rzecz rozwoju turystyki biznesowej w Toruniu (w danym roku sprawozdawczym),
- liczba targów, kongresów, konferencji i innych wydarzeń z pogranicza biznesu i nauki organizowanych w Toruniu (w danym roku sprawozdawczym),
- liczba nowych inwestycji w infrastrukturę służącą rozwojowi turystyki biznesowej – centra kongresowe, targowe, obiekty hotelowe, w tym o podwyższonym standardzie itp. (w danym roku sprawozdawczym).