



## **Waves of Transformation - raport GDS-Index 2024 opublikowany**

2024-11-21

**Raport GDS-Index 2024, zatytułowany „Fala transformacji” wyróżnia miasta, które poczyniły znaczące postępy w zakresie zrównoważonego rozwoju, podkreślając ich zaangażowanie w zrównoważoną turystykę i zarządzanie wydarzeniami.**

### **Liderzy zrównoważonego rozwoju**

Najwyżej oceniono działania Helsinek, które zajęły pierwsze miejsce, wyprzedzając Göteborg – lidera ostatnich siedmiu edycji raportu. Kolejne miejsca zajęły Kopenhaga, Bergen, Aarhus, Bordeaux, Singapur, Oslo, Belfast oraz Sydney.

Średni wynik miast wyniósł 62,8% zaś najlepsza 10-tka osiągnęła imponujące 86 %. Co istotne, w ciągu ostatnich dziewięciu lat średni wynik destynacji wzrósł o 23%, zaś 10 pierwszych miast może się pochwalić poprawą wyniku o 44%.

Tegoroczna lista 40 najwyżej ocenionych destynacji obejmuje kilku nowych uczestników, w tym miasta Limerick, Victoria, Quebec City, Dublin i Horsens, po krótkiej nieobecności powrócił Reykjavik.

Chociaż na liście Top 40 istnieje równowaga pod względem wielkości miast, nadal w pierwszej dwudziestce dominują te z większą populacją. W tegorocznym raporcie kryteria oceny zostały zaktualizowane, co spowodowało spadek punktacji dla 26 z 40 najlepszych destynacji.

### **Kraków w GDS-Index**

Kraków znalazł się 72. pozycji, to wzrost o 8 pozycji w stosunku do ubiegłego roku. Autorzy punktują Kraków za działania w kategorii „Destination management” - strategii zarządzania destynacją, a także za takie inicjatywy jak Budżet Obywatelski, Kraków dla Równości czy akcję City Helpers. W klasyfikacji dokonywanej na podstawie niemal 77 kryteriów podzielonych na cztery główne kategorie otrzymaliśmy następujące wyniki:

- działania miasta w zakresie ochrony środowiska 56% (60.3% w 2023 roku),
- działalność społeczna miasta 43.8% (56.6% w 2023 roku),
- działalność dostawców 16.2% (16,2% w 2023 roku) oraz
- działalność w zakresie zarządzania destynacją 62.8% (39.2% w 2023 roku).

Kraków łącznie otrzymał wynik 49.3%. Obszarami, które wymagają pracy są przede wszystkim usługodawcy działający w sektorze turystyki, w tym hotele czy agencje. Największym wyzwaniem jest certyfikacja przedsiębiorców, obiektów, lotniska. Dodatkowo należy pogłębić i ustrukturyzować zakres zarządzania i strategii DMO oraz projektów legacy. Należałoby też uwzględnić turystykę w dokumentach strategicznych miasta oraz dołączyć do międzynarodowych inicjatyw w zakresie turystyki (np. Deklaracja z Glasgow).

### **Gdzie szukać inspiracji?**

GDS-Index to źródło inspiracji i dobrych praktyk. Poniżej przykłady, którymi warto się



zainspirować:

## **Helsinki - lider w zarządzaniu destynacją i certyfikacji obiektów**

Helsinki wdrożyły strategię bioróżnorodności dostosowaną do międzynarodowych i lokalnych potrzeb, która obejmuje inicjatywy prowadzone przez społeczność, mapowanie siedlisk i wzmocnienie pozycji mieszkańców w zakresie ochrony terenów zielonych. Strategia miasta Helsinki (2021-2025) jeszcze mocniej skupia się na ochronie środowiska, tworząc nowe, chronione obszary i koncentrując się na redukcji zanieczyszczeń morskich.

Miasto zobowiązało się do osiągnięcia zerowej emisji gazów cieplarnianych w turystyce i wydarzeniach do 2040 r., przy czym celem jest również osiągnięcie statusu neutralności pod względem emisji dwutlenku węgla. Helsiński plan działań na rzecz klimatu obejmuje aktywne monitorowanie emisji dwutlenku węgla, zużycia wody i opinii mieszkańców, aby zapewnić ciągły postęp w kierunku celów zrównoważonego rozwoju.

Poprzez Program Turystyki i Wydarzeń (2022-2026) Helsinki angażują mieszkańców w podejmowanie decyzji wykorzystując budżet partycypacyjny i orgagnizowane wydarzenia do kształtowania strategii turystycznej. Helsinki wspierają dostawców poprzez pomoc finansową na certyfikaty środowiskowe i szkolenia w zakresie zrównoważonego rozwoju.

Na uwagę zasługuje współpraca Helsinek z innym fińskim miastem - Tampere poprzez grupę Urban Climate Leaders in Tourism, która łączy kluczowych interesariuszy, aby stawić czoła wyzwaniom klimatycznym na dużą skalę.

## **Kampania CopenPay**

Celem kampanii CopenPay było zachęcenie odwiedzających do zaangażowania się w działania odpowiedzialne za klimat. Program umożliwił turystom, a także mieszkańcom stanie się aktywistami na rzecz zrównoważonego rozwoju, przekształcając ich pobyt w Kopenhadze w bardziej celowe i świadome doświadczenie. CopenPay działało na prostej zasadzie, tj. oferując nagrody za podjęcie działań na rzecz środowiska. Na przykład za wybór roweru jako środka transportu lub posprzątanie śmieci można otrzymać wegański lunch.

Tym, co wyróżniało CopenPay, był potencjał do odwzorowania analogicznych kampanii w innych miastach, Wonderful Copenhagen wraz z partnerami stworzyli adaptowalny, skalowalny model zrównoważonej turystyki. Jego strategiczne wykorzystanie w storytellingu i zaangażowanie lokalnych partnerów tworzyło przekonującą narrację, mocno osadzaną wartościami, które chciała promować Kopenhaga. Kampania pokazała w jaki sposób turystyka może służyć jako katalizator dla pozytywnych zmian środowiskowych.

Więcej inspiracji dostępnych w [raporcie](#)

## **GDS Index - raport czy ruch społeczny?**

Tempo pozytywnych zmian wdrażanych przez destynacje z całego świata musi odpowiadać wyzwaniom kryzysu klimatycznego i bioróżnorodności. Dekarbonizacja, elektryfikacja transportu



**Magiczny  
Kraków**

i rozwój sztucznej inteligencji zmieniają świat w tempie ekspresowym. Wyzwania związane z zarządzaniem turystyką podejmują miasta zrzeszone wokół GDS-Index, który po 9. latach stał się czymś więcej niż tylko narzędziem porównawczym. Jest to ruch nawołujący do zaangażowania w zakresie odpowiedzialności społecznej, ekonomicznej i środowiskowej. Z roku na rok, w miarę jak miasta i organizacje zarządzające destynacjami wdrażają rozwiązania związane ze zrównoważonym rozwojem i wyznaczają kolejne cele, zmniejsza się przepaść między ambitnymi wyzwaniami a realizowanymi działaniami.