

Városi és kulturális turizmus Európában

Innovatív termékek előtérbe kerülése a kulturális turizmus területén

Az európai nemzeti turisztikai hivatalokat tömörítő European Travel Commission (ETC) a Turisztikai Világszervezettel (World Tourism Organization) együttműködve 2004-ben felmérést készített az **európai városi és kulturális turizmusról**. A kutatás célja

- az európai városok – kiemelten az Európai Kulturális Főváros státuszt betöltő városok – **vendégforgalmának elemzése,**
- **a kulturális motivációval utazó turisták utazási szokásainak** és főbb demográfiai jellemzőinek megismerése,
- a szegmenst jellemző **jövőbeni trendek** feltárása,
- valamint a városi és kulturális turizmus **marketingjéhez** kapcsolódó **együttműködési lehetőségek** felvázolása volt.

A kutatás szerint a kulturális turizmusban fontos szerepet betöltő **európai városok öt csoportba**¹ sorolhatók. A magyar főváros **jelentős épített örökséggel, művészeti kínálattal és ún. kreatív iparágakkal** (például média, szórakoztatóipar, design, építészet és divat) **rendelkező nagyváros**. **Budapesttel** azonos csoportban található például **Amszterdam, Barcelona, Brüsszel, Koppenhága, Dublin, Lisszabon, Lyon, Milánó, München, Nápoly** és **Bécs**, amelyek a magyar főváros **versenytársainak** tekinthetők. A legsokrétűbb adottságokkal rendelkező **európai metropoliszok** közé Berlin, Isztambul, London, Madrid, Párizs és Róma tartozik, míg jelentős kulturális örökséggel rendelkező kisebb városokként Avila-t, Canterbury-t és Pisa-t említik a kutatásban.

A városi és kulturális turizmusban továbbra is a nagyobb, ún. „kulturális fővárosok” dominálnak, ugyanakkor a **kisebb és még felfedezetlen európai desztinációk iránt fokozottabb érdeklődés** tapasztalható. Utóbbiak **innovatív termékekkel** és **szolgáltatásokkal** növelhetik piaci részesedésüket: a termékfejlesztés versenyképességük egyik kiemelt meghatározója. A városi és kulturális turizmus továbbra is az örökségen és a

¹ A csoportok az alábbiak: kisebb város épített örökséggel; kisebb város épített örökséggel és művészeti kínálattal; város épített örökséggel és művészeti kínálattal; város épített örökséggel, művészeti kínálattal és kreatív iparágakkal, valamint metropoliszok épített örökséggel, művészeti kínálattal és kreatív iparágakkal.

művészeteken alapul, emellett azonban az ún. **kreatív iparágak egyre fontosabb szerepet** játszanak.

A kutatás eredményei szerint az **európai városlátogatások elsődleges motivációja** a desztináció **kultúrájának megismerése**. A kulturális vonzerők közül az **épített örökség** és a **műemlékek** népszerűbbek, mint a kulturális programok, -események

A kulturális céllal utazók többségükben **nők**, **magas iskolai végzettséggel** és viszonylag **magas jövedelemmel** rendelkeznek. A városlátogatók leggyakrabban **repülővel** utaznak és **szállodában** szállnak meg. Az utazás alatt végzett kulturális tevékenységek minden korcsoport számára kedveltek, ugyanakkor az **50 év feletti**ek a fiataloknál gyakrabban látogatnak kulturális attrakciókat. A kulturális turisták által leggyakrabban használt **információforrások** a **barátok és rokonok ajánlásai**, dinamikus növekedést mutat ugyanakkor az **Internet** használata is.

A tanulmány szerint az európai városok vendégforgalma a 2000. évben érte el a legmagasabb értéket. Az amerikai vendégforgalom 2000 óta tapasztalt visszaesését a **belföldi** és az **Európán belüli vendégforgalom**, amely a tengerentúli piacoknál jóval **pozitívabb eredményeket** mutatott, ellensúlyozta. A világ turizmusát is negatívan érintő hatások a kisebb városokat/desztinációkat kevésbé befolyásolták.

A tanulmány szerint a jövőben az európai városok között, valamint az európai és az ázsiai és amerikai városok között **fokozottabb verseny** várható. A nyugat- és dél-európai városokkal szemben a **közép- és kelet-európai desztinációk piaci részesedése növekszik**. Az európai városok turizmusának növekedésében az **ázsiai küldő piacok** játszanak kiemelt szerepet.

A teljes tanulmány letölthető a European Travel Commission www.etc-corporate.org címen elérhető honlapjáról.

További információ:

- World Tourism Organization www.world-tourism.org
- Magyar Turizmus Rt. Piac- és Termékelemzési Iroda
1012 Budapest, Vérmező út 4.
telefon: 06-1/488 8710
fax: 06-1/488 8711
e-mail: kutatas@itthon.hu

honlap: www.itthon.hu > Szakmai oldalak > Piackutatások és Turizmus Bulletin