

# GESTION INTÉGRÉE DU TOURISME POUR UN CENTRE HISTORIQUE OÙ IL FAIT BON VIVRE

## Stratégie de gestion du tourisme – Cracovie, Pologne

### 1. DESCRIPTIF

La ville de Cracovie a mis en œuvre une stratégie de gestion intégrée du tourisme fondée sur son cadre stratégique, la Politique de tourisme durable de Cracovie 2021–2028, lancée en 2019 et toujours en cours. La stratégie de Cracovie combine plusieurs initiatives coordonnées, notamment la campagne « Respect Kraków », le programme « City Helpers », les parcs culturels, le développement de nouveaux produits et espaces touristiques, ainsi que la mise en place d'un « maire de la nuit » et d'une commission chargée de créer une économie nocturne durable. L'initiative vise à trouver un équilibre entre l'attractivité touristique et la qualité de vie des résidents, tout en assurant la protection du centre historique.

### 2. CONTEXTE QUI A MOTIVÉ LE DÉVELOPPEMENT DE LA PRATIQUE

Cracovie était confrontée à une pression croissante due au tourisme de masse, en particulier dans son centre historique. Les principaux défis comprenaient une forte concentration de touristes, d'importantes nuisances nocturnes (bruit, consommation d'alcool dans les espaces publics), l'essor des locations de courte durée et des tensions croissantes entre les résidents, les visiteurs et les commerces locaux. Le tourisme restant un secteur économique majeur, l'objectif n'était pas de le réduire, mais de mieux le réguler et de le rééquilibrer afin de préserver la qualité de vie du centre historique.

### 3. DÉMARCHE SUIVIE / MÉTHODE

- **Sensibilisation et communication** : Lancement de la campagne « Respect Kraków » (depuis 2019), ciblant les touristes, les résidents et les visiteurs via une communication multicanal (réseaux sociaux, transports, aéroport, codes QR). La campagne fournit des conseils pratiques pour encourager un comportement respectueux dans la ville.
- **Réglementation et protection du patrimoine** : Mise en place de parcs culturels comme outils juridiques pour réglementer la signalisation, l'utilisation des espaces publics, les terrasses et protéger le paysage urbain.
- **Médiation et observation sur le terrain** : Déploiement de « City Helpers » (ambassadeurs saisonniers) qui informent les visiteurs, promeuvent les lieux moins fréquentés, gèrent les nuisances, veillent au respect des règles et collectent des données sur les activités nocturnes.
- **Diversification et redistribution spatiale** : Développement de nouveaux produits et de zones touristiques (par exemple, le quartier de Wesola) afin de réduire la pression sur le centre historique et de redistribuer les flux de visiteurs dans la ville.

- **Gouvernance nocturne** : Création d'un « maire de la nuit » et d'une commission dédiée, assurant la coordination entre les services municipaux, la police et les acteurs privés, ainsi que des lignes directrices pour les entreprises locales.
- **Collecte de données sur les structures de location de courte durée** : un registre municipal a été mis en place pour mieux cerner l'ampleur de l'activité de location de courte durée et identifier les possibilités pour la ville de percevoir des recettes issues de ces activités commerciales.



Programme « City Helpers » - Copyright © Krakow Convention Bureau and Respect Krakow

#### 4. EFFETS ATTENDUS/IMMÉDIATS/MESURABLES

##### Résultats mesurables

- Plus de 13 millions de vues pour la campagne « Respect Kraków » (2025).
- Plus de 500 observations nocturnes recueillies par City Helpers.
- Identification de près de 2 500 établissements de location de courte durée dans le registre municipal

##### Effets immédiats

- Meilleure identification des « points chauds » nocturnes.
- Amélioration de la coordination entre les services municipaux.
- Visibilité accrue et meilleure application des réglementations relatives aux espaces publics.

##### Effets attendus

- Réduction progressive des nuisances nocturnes.
- Amélioration de la qualité de vie des résidents.
- Meilleur équilibre territorial des flux touristiques.
- Renforcement du dialogue entre les autorités publiques, les acteurs privés et les résidents.

## 5. CE QU'ON EN RETIENT

- La gestion du tourisme doit donner la priorité à l'habitabilité, et pas seulement à l'attractivité, afin d'assurer la coexistence entre résidents et visiteurs.
- L'intégration de la réglementation, de la communication et de la médiation sur le terrain est essentielle pour gérer le tourisme de manière durable dans les centres historiques.
- La collecte de données (par exemple via City Helpers et le big data) est un levier clé pour une prise de décision éclairée.
- La diversification des flux touristiques au-delà du centre historique réduit la pression et renforce l'équilibre urbain.
- Des mécanismes de gouvernance solides (par exemple, le Maire de la nuit) permettent une gestion coordonnée et inclusive des dynamiques urbaines complexes.



Campagne Respect Cracovie - Copyright © Krakow Convention Bureau and Respect Krakow

### POUR PLUS D'INFORMATION :

<https://www.urban-initiative.eu/ia-cities/krakow/home>

<https://ekon.um.krakow.pl/en>

<https://krakowheritage.com/en/material-heritage/forms-of-protection/cultural-parks/>

