



DOI: 10.21005/pif.2018.34.C-09

CULTURAL HERITAGE OF SMALL CITIES AS A VECTOR OF ECONOMIC DEVELOPMENT IN REVITALIZATION PROGRAMS

DZIEDZICTWO KULTUROWE MAŁYCH MIAST JAKO WEKTOR ROZWOJU GOSPODARCZEGO W PROGRAMACH REWITALIZACJI

Krzysztof Skalski
prof. PPWSZ

Rada Programowa Forum Rewitalizacji
Rada Naukowa Cittaslow

ABSTRACT

In view of the rapid growth of mass tourism in Europe, a simultaneous increase should be expected in more sophisticated thematic tourism, the so-called niche tourism, based on the valorisation of various forms of the "Past".

The Polish cities of Cittaslow cannot ignore the opportunity offered by this perspective. So how to define specific thematic offers for individual small historic cities, in this case, cities in the national Cittaslow network? The article presents and justifies the proposals based on foreign experience.

Keywords: Cultural heritage, inspirations, financial instruments, model revitalization, thematic tourism

STRESZCZENIE

Wobec lawinowego wzrostu turystyki masowej w Europie należy przewidywać równoczesny wzrost bardziej wyrafinowanej turystyki tematycznej, tzw. turystyki niszowej, opartej na waloryzacji różnych form „Przeszłości”.

Polskie miasta Cittaslow nie mogą pominąć szansy jaką oferuje ta perspektywa. Jak więc definiować specyficzne oferty tematyczne dla poszczególnych małych miast historycznych, w tym przypadku, miast w krajowej sieci Cittaslow? Artykuł przedstawia i uzasadnia propozycje na podstawie doświadczeń zagranicznych.

Słowa kluczowe: dziedzictwo kulturowe, inspiracje, instrumenty finansowe, modelowa rewitalizacja, turystyka tematyczna

1. ISSUES

The thesis developed in this article is as follows: The cultural heritage resource is increasingly defined and created by tourists themselves and by all tourist traffic, not only by art historians, conservators and experts, responsible for the content of the Register and Monuments Inventory. This new process is accompanied by a local community that senses trends, fashion impulses and the resulting demand and ensures the attractiveness of a tourist product based on cultural heritage. Various heritage, material and non-material resources evolve in the context of sociological and economic changes. In their own right, or through their derivative products, local communities favour the influx of tourists, their decision to stay and spend money on a given territory. Thus, the constantly updated cultural potential is a vector of economic development; of course, not the only one but the more so important in small cities with a rich history. Along with the growing requirements for a high standard of tourism offer, it is necessary to ensure a high quality of spatial context, especially in urban space. Therefore, the revitalization of degraded areas is a prerequisite as it precedes and pre-conditions the success of a specific tourist offer.

At the same time, this issue raises a number of questions: If and when, the cultural potential of small historic cities, affiliated or non-affiliated in unions and networks, could be a viable alternative to mass tourism? How to make it become its complement, and maybe even a competitor in the countries of Central Europe, in Poland, and especially in the national Cittaslow network? In view of the most popular tourist attractions that lure in European countries up to tens of millions of visitors a year, this is a question about the legitimacy of the efforts currently being made in small towns with a rich past.

Such theses and queries may also raise specific objections! It was accepted quite commonly that it is after all the monuments, or specific objects, selected by teams of professionals and entered into the registers, that assert the attractiveness of the place; that they set the framework for urban tourism or cultural tourism. Whereas here we say that it is the opposite: that the tourist determines more and more what he is interested in; that the tourist, because of his interests and motivations, somewhat indirectly determines the resource and the changing potential of cultural heritage; that this happens in interaction with the local community. In this context, the community creates programs and services for tourists and other groups of users and for their own use. But it is the recipient - the tourist who sends a signal about what is currently attractive to him.

And what is attractive for modern mass-tourists in Europe, in the world, in Poland? What does a successful, in other words, "spot-on" tourist offer look like? Despite the different content and forms, the touristic offer always combines three features: knowledge, entertainment and various emotions. By combining these three features, a decision is made to undertake the journey: alone, in a team, with the family ... They perfectly illustrate this seeming paradox and the slow path that led through broadening the scope of the concept of "monument" up to including in its scope the local community (Santera-Szeliga, Katarzyna Jagodzińska 2017) [4].

To explain and present the argumentation for such a topic, it is worth recalling the documented observations of scientists. Let us refer them to the definition of the concept of cultural heritage and to the analysis of phenomena that accompany modern tourism.

2. MONUMENTS AND CULTURAL HERITAGE IN TOURISM

These usually out of focus concepts have gained a more expressive outline in recent years. Therefore, particularly important for this argument is a theoretically proven by experimentation, new look at tourism experiences. They form a triad according to the researchers. A. Stasiak and B. Włodarczyk 2013 [7] write convincingly: about it "Contemporary tourism is moving more and more away from the traditional model known as 3xS

(*sun, sea, sand*), whose synonym was a passive relaxation on the beach."New tourism" is 3xE - *education, entertainment, excitement*. Every tourist decision contains these components to a greater or lesser extent."

However, if the most popular tourist attractions lure over a dozen or even tens of millions of visitors a year, "paradoxically, such a turnout success for many tourists is not an advantage, but a disadvantage. These monuments provide their clients with similar, almost identical (because produced on a mass scale) experiences and emotions.

For some tourists, unique, exceptional and one-off experiences are important. Hence the trend visible in recent years to search for and discover completely new, often surprising places, enabling unconventional encounters with the culture of the visited region (see e.g. Mc Cannel 2002, Urry 2007) [, pp. 34-35]. These places can be described as **unusual or peculiar**.

Table 1. Elaborated by A. Stasiak, B. Włodarczyk: Traditional and new attractions for visitors based on Swarbrooke (1995), Middlezon (1996) Nowacki (2009), Stasiak (2013) et al.

	Traditional tourist attractions		New tourist attractions
T1	Objects of historic and contemporary architecture	N1	Monuments of technology and industry
T2	Museums, galleries	N2	Science, technology and art centres
T3	Open-air museums (heritage parks, archaeological reserves)	N3	Theme parks
T4	Palace and garden (palace and park) complexes	N4	Amusement and leisure parks
T5	Places of worship (temples, monasteries, pilgrimage centres)	N5	Big shopping, cultural and entertainment centres (malls), thematic shopping places (galleries, bazaars, commodity exchanges)
T6	Historic cities (old towns)	N6	Revitalized industrial, port and post-railway districts
T7	Spas	N7	Casino cities
T8	Theatres, cinemas, operas, philharmonics, community centres	N8	Sports arenas, Olympic villages, legendary stadiums with museum and trade and leisure facilities,
T9	Necropolises, cemeteries, sites of battles and martyrdom	N9	Industrial attractions (travel centres of companies e.g. Coca-Cola World in Atlanta, Volkswagen Autostadt in Wolfsburg)

At this point, the following question can be asked: if and under which conditions the cities of the Polish Cittaslow network can prepare new and attractive tourist offers, perhaps - not yet noticed, or underestimated, and consequently base their development on endogenous cultural heritage resources, in the face of the emerging demand for new tourist attractions?

When attempting to answer this question positively, it is also worth considering the barriers that lie in the way of meeting the criteria of education, entertainment, adventure and emotions, for the aptly proposed offer of cultural heritage.

3. FASHION FOR "PAST" - GENERATOR OF TOURISM MARKET DEVELOPMENT

Despite the adopted strategies and development directions, prepared tourist offers can be "spot-on" or go past the intended goals. The sociological context: trends and fashion are decisive for finding the right offer from small towns operating individually or in the network. There are also broader conditions that can be found in the process of globalization.

In the recently published economic and sociological work titled *Enrichissement*, (L. Boltanski, A. Esquire, 2017), two French sociologists and economists [1] pay special attention to the currently dominating tourist motivations, which in the world are associated with

various fashion manifestations on the widely understood "Past". The economic dimension of this concept generates, according to the authors, a vast new product market, where the tourist is a consumer (travel expenses), but often also a bidder - an intermediary and sometimes even a speculator on the market of antiques, collections, art, crafts, trading in old handicrafts, furniture, ceramics, glass or metal products.



Fig. 1. Fashion for the "Past": a shop with antiques (made in China) in Rome. Photo, Author, 2017

Ryc. 1. Sklep ze starociami w Rzymie, produkcja Chiny, 2017 Fot. autora, 2017

Mass tourism is now enabled by the whole set of globalization factors. It is the ease and cheapness of moving around the world thanks to the development of a fleet of huge tourist vessels sailing all over the seas and oceans of the world (COSTA, MSC and others). These ships take on board several thousand tourists, with a diverse sociological typology, supported by a multitude of workers (sometimes reaching two thousand and representing many nationalities). In the visited ports, passengers mainly travel by bus on prepared routes and every day, waking up in the same cabin, they are already in another, big port. Every evening, the properly prepared lectures expand their knowledge and prepare them for sightseeing.



Fig. 2. Fashion for the "Past": a shop with antiques, in la Gacilly, a small Breton town, 5000 inhabitants (genuine articles). Photo, Author, 2017

Ryc. 2. Fascynacja „Przeszłością”: sklep ze starociami (autentyki) w małym bretońskim miasteczku Gacilly; Fot. autor, 2017

Another form of mass tourism is urban tourism to historic cities connected by low-cost and mass airlines like Ryanair, Easyjet, and more and more others. For the success of this type of tourism, an increasingly dense network of hotels, hostels, agritourism facilities, guest rooms in renovated palaces, castles, manor houses, private palaces and castles is developing in European cities, in former residential buildings that were not long ago decaying vacant houses. These various forms of the hotel and para-hotel industry are available through internet applications such as trivago, Skyscanner and others. It allows you to plan accurately and pay almost all expenses related to moving around Europe and around the world during non-working periods without moving from the chair via the Internet.



Fig. 3. Rome Piazza Navona, Even children are sometimes victims of mass tourism, april 2017. Photo by Author
Ryc. 3. Nawet dzieci są niekiedy ofiarą turystyki masowej, Rzym, Piazza Navona, kwiecień 2017. Foto. autor

"Free time" is a period often intended in European countries for a one-week trip, sometimes a few days longer. With the current trend to divide holidays into short periods, but frequent during the year, often great historic cities are the destination of the trip. This, of course, favours the development of mass urban tourism in Europe. Modern and rich cities on other continents also win on facilitating accessibility.



Fig. 4. Mass tourism generally caters to the needs of other tourists than those who visit the cities of the Cittaslow Network and their surroundings. In the background, there is a snippet of the Venice landscape.
Photo by author, 2017

Ryc. 4. Turystyka masowa obsługuje na ogół innych turystów niż ci, którzy zwiedzają miasta Sieci Cittaslow i ich okolice. W tle fotografii widoczny jest skrawek krajobrazu Wenecji. Źródło: Fot. autora, 2017

It is difficult for small towns and cities to try to compete with such an organized European and world tourist industry.

In the perspective examined by global tourist industry monitoring institutions, it is assumed that the current world conflicts will still allow unhampered cruises to the ports of the Mediterranean, the coasts of India or other Asian countries including Singapore, or African ports; that the ports on the Arabian peninsula will be available, and Istanbul will be open to tourists. If we additionally assume that Venice will continue to allow mooring of floating "city-hotels" near flooded palaces and squares, then mass tourism has still many years of success. For all "who can afford it". And there are more and more of them, in Asia, Europe and in Poland. What is needed is an in-depth typology and analysis of the motivation of those groups of tourists who reject mass, air and cruise tourism. They are a potential clientele of thematic and niche tourism focusing on small cities that are looking for and choosing alternative development directions.

4. MASS TOURISM AND SMALL TOWNS AND CITIES

However, mass tourism does not include other territories - areas located inland, away from ports, away from the capitals and big historic cities. This should be seen as the "second chance" for the survival and tourist and economic development of small towns that have not awakened and benefited from the first wave of urbanization.

In the context of the development of the twentieth-century urbanization, not all small cities and historic towns have "survived" in European earlier developed countries. And this is even despite their endogenous, scenic and historical qualities [6]. In recent decades, they have been facing transformations in the industry and in agriculture, the disappearance of traditional food production and desertification - the outflow of young people and a vital workforce. But they are also proof that the nuisances of large cities sometimes are so much a burden to the inhabitants that they lead to the decision to resettle or return to a small town in search of their cultural roots and other values. Small cities cannot compete with mass tourism, but it must be remembered that not all categories and social groups are satisfied with the form of spending free time described above and entering the mass tourism system.

The international movement Cittaslow offers, in all its philosophy, a kind of alternative to the quality of life for permanent and new residents, in contrast to living in a big city. It can also offer alternative thematic tourism for those social groups that "cannot see themselves" among the masses of tourists; that criticize and reject this way of using free time - sometimes without knowing or attempting even to test the aforementioned attractions of mass tourism.

For those who have not forgotten about the traditional forms of tourism associated with physical effort, adventure and surprise, small towns with a historic past need to show both inventiveness and consistency in action. Let us not forget, however, that even this still virtual clientele is also looking for comfort and modern equipment for the realisation of their specific interests. It is for those crowds of native and foreign tourists that is possible and worthwhile to create a specific offer, let us call it "niche" or "thematic".



Fig. 5. Rochefort en Terre, has belonged to the Breton network of "Small towns with character" for 30 years
Photo by the author, 2017

Ryc. 5. Rochefort en Terre należy do bretońskiej sieci "Małych miast z charakterem od przeszło 30 lat,
Foto. autora, 2017

What, then, can the Polish cities and towns of Warmia and Mazury offer, especially those associated with the Cittaslow network, in the aforementioned market of the current "fashion for the Past"? It seems that in the perspective of a dozen or so years, the answer is not the same on the national scale as on the international scale. So what can be created in Poland for tourism in small cities networks? It is not easy compared to the offer of countries like Italy - the cradle of the Cittaslow movement - or France, where there exists and develops a 30-40-year-old network of small historic towns already well-prepared and visited by tourists. I mean, for example, Breton Small Towns with Character (Petites Cités de Caractère) or Flowered Villages and towns associated with other networks.

How are the Polish Cittaslow post-state farm towns, still poor and traditionally agricultural, to compete with them? The media sometimes express similar fears, looking with slight irony on the current attempts of the Polish National Network of Cities of Good Life. The author of these words met with this phenomenon on the occasion of some interviews for the press.

And yet! We see positive results of actions in some, still few cases, such as Goldap, Lidzbark Warmiński, Ryn and several others. Their successful accomplishments can be listed and analyzed. However, this is not the place to describe individual projects here. Let us rather look at the structure and organization of offers at a higher level of generality.

4.1. The common strategy, specific projects and point realizations

It is no longer time to think in the scale and categories of "my commune", excluding oneself from the territorial context, from the otherwise natural competition with neighbouring communes. Experiences teach that in the National Cittaslow Network in the Region of Warmia and Mazury, it is a "team fight". Mutual assistance in the implementation of a well-thought-out supralocal program - is always positive, because it works synergistically. Such conclusions come from the analysis of experiences in the programming periods: 2004-2007, 2007-2014, 2014 -2020. Although in the mayor's actions, the classic question sometimes prevails: what can MY city „astonish the world" with?

On the scale of self-government, the investment strategy should answer the question: what is "my commune" going to be in 15-20 years; even if this choice results in concessions and compromises for the success of the entire region. From the moment of establishing a long-term perspective, individual projects should be consistently subordinated to achieving the goal.

All local governments in the area of the National Network of Cities of Good Quality of Life Cittaslow, interested in tourism, want to retain the tourist after the short summer season and "a few days longer"; not only during their transit to the planned point, when the destination is e.g. Mikołajki or Giżycko. This last contradiction is usually apparent, because from Mikołajki or Giżycko, they also just "set off somewhere" - on the Masurian lakes route or on the local roads' route to use the existing cultural potential there.

The offer for tourists should be "gravitational", i.e. each municipality should attract tourists to visit the specific values, which cannot be proposed by another municipality. Unique places are, for example, headquarters and bunkers from the Second World War, the graves of French soldiers from the times of Napoleon's retreat from his invasion of Russia, on the French Isle, on Lake Niegocin, barely visible in the thicket of grass, and yet commemorated in stone by the official French delegation a dozen or so years ago.

So there is also no place for a competitive game between the municipalities located on the Great Lakes routes and those located inland, beyond the shoreline of the Lakes. It is all about acquiring also those, or maybe precisely those holiday-makers who came with the assumed plan of a cruise and "just a cruise" on the lakes. However, they are not unavailable for other attractive tourist offers along the way. As long as there is information prepared and buses run permanently or on request on detour routes, on cloudy and gloomy days or when the winds are strong, some of the crew will gladly accept other offers of visits:

- Mementoes of wars that swept in these areas,
- Cemeteries,
- Religious places: Święta Lipka, Gietrzwałd.
- The site of the battle of Grunwald,
- Castles converted into hotels, hotels-museums and museums,
- Teutonic castles; Trail of Teutonic castles,
- The Jewish culture route,
- The trail of different cultures and religions,
- Harvesting fruit of forest undergrowth, rest in the forest, mushrooming...

Each commune should at the same time provide the tourist with something unique and specific to this place, but also full, basic infrastructure, both social and technical - in other words - everything you need to live in a modern standard. In addition to the "magnet" that the regional gastronomy constitutes, the commune should have Tourist Information Office, or more broadly "Platform of initiatives" which will provide permanent and seasonal

information and the simultaneous distribution of information folders for the entire region. From this demand for high quality of the whole environment transpires the necessity of revitalization on a supra-local scale, its openness to new projects and improvements.



Fig. 6. Bochnia; a unique tourist offer supports the success of small towns. Photo. [8]

Ryc. 6. Bochnia; Unikatowa oferta turystyczna wspiera sukces małych miasteczek.

Źródło: [8]

4.2. Cities of "model revitalization" - a laboratory of innovation and inspiration

The cities of "model revitalization" are indeed a laboratory and a workshop for undertaking challenges and new practical solutions; it would be advisable to adapt, even experimentally, fiscal and financial instruments that have proved their effectiveness for several decades in Western Europe. As of now, the Revitalization Act and Guidelines of the Minister of Development from August 2016 define procedures for the preparation of Local Revitalization Programs and Municipal Revitalization Programs. However, foreign study visits, held from 2017 as part of the "Model revitalization" competition, bring about a number of insights that relate to legal, financial and technical proposals. Some of them inspire to consider instruments for the development of Polish practice in revitalization. They concern, for example:

- **Financial support** for owners and possibly for tenants in the implementation of certain modernization works such as replacement of window frames, thermal audit and insulation of the building with modern thermal insulation methods, especially in historic buildings. The list of works allowed and supported by municipal funds should be specified in the regulations of the locally created so-called Housing Intervention Fund;
- Adaptation of **the so-called Malraux law**, a French law from the 1960s. It allows the owners of buildings located in the area of Protected Sectors, to reduce the tax base of their income by the sum of contributions for the renovation and modernization of the building. The tax credit resulting from this law is an important fiscal instrument. It operates with amendments, also currently, after 50 years, as it significantly stimulates the participation of private owners of buildings with apartments for rent in the renovation of historic districts;
- **Innovative techniques** and special building regulations used in revitalization programs: experience from Nantes and Vitré (France) indicate a number of technical solutions that completely remove of the sight the overhead cables, a real "spider web" hanging on poles and chimneys. Their replacement by discreet cabling along the facade of the buildings brings positive aesthetic effects in the frontages of the

streets of the old downtown. However, cable laying in special underground excavations proved to be too expensive and impractical;

- **Fire regulations** in wooden buildings, renovated and modernized, which limited or banned the implementation of additional flats in attic cubature, if there is no possibility of free access and setting up a fire ladder in a too narrow street. In return, construction supervision allows two-level apartments on the top floor and in the attic space, if evacuation via the main staircase is possible;
- Simplifications in permits for **minor modifications** in old buildings. It is enough to report them to the relevant department of the City Council, and the absence of objections from the Office within two months is tantamount to the permission to carry out the works;
- Implementation of **solid surfaces** in public spaces, such as granite paving stones, while maintaining the porosity of the surface and road subgrade. The aim is to balance the soil's moisture in the surrounding area, e.g. in the foundations of historic buildings dating back several hundred years.



Fig. 7, Vitré, a city in Brittany (XV - XVI century) Electric and telephone cables and TV antennas have disappeared from the city landscape (from the visit of Polish cities of "model revitalization", November 2017). Photo by author

Ryc. 7. Vitré, miasteczko w Bretanii (XV - XVI wiek). Kable elektryczne, telefoniczne i anteny telewizyjne zniknęły z krajobrazu miasta (wizyta polskich miast "modelowej rewitalizacji", listopad 2017). Fot. autora

In summary, we will sketch a plan for the preparation of Programmed Operations for the Improvement of Housing (*Opération Programmée d'Amélioration d'Habitat OPAH*), presented to the representatives of Polish cities of "Model revitalization" in Nantes; we treat them here as a source of inspiration:

- Getting down to creating the program, the colleagues from Nantes only predetermine the area and purpose of individual plots. This encourages the extension of the list of projects already during the implementation of the multiannual program (the Polish law does not provide for that);
- The area and objectives of the district revitalization program are defined in the context of the city's sustainable development strategy and in synergy with the entire city area;
- In order to prepare and implement the program, the outside team of the Revitalization Operator is usually employed in consultation with interested partners. The operator's tasks include:
- Definitely define the Program area, seeking and encouraging private partners - owners of residential buildings for financial participation (letters of intent may be signed with investors during the program preparation period).
- Make possible buy-outs, consolidations and a new division of land for construction. On the basis of urban agreements with investors, bring the land to the state enabling new development: roads, technical infrastructure, building plots
- Define the budget estimate, work schedule and provide sources of financing
- Sell prepared plots to investors (business entities - entrepreneurs, housing developers, communities, companies. Provide possible compensatory co-financing from public budgets.

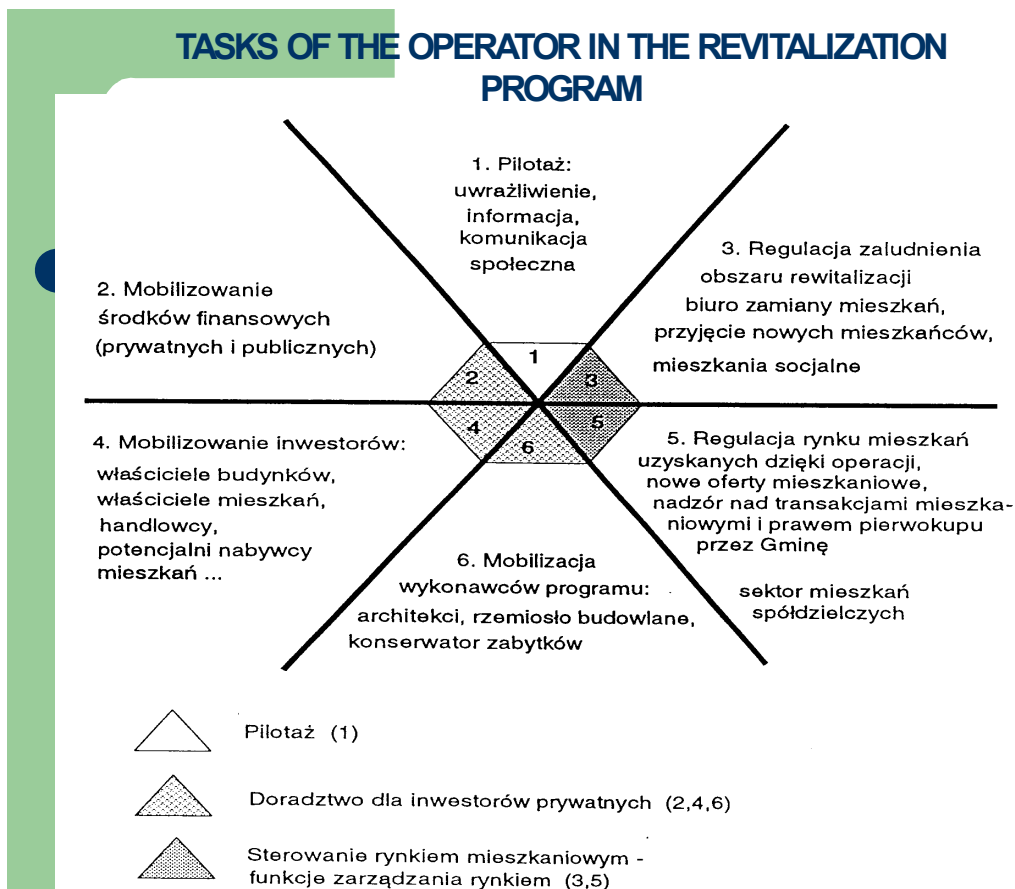


Fig. 8. Task of the operator in the revitalisation program, Source: K. Skalski [5]

Ryc. 8. Zadania operatora w rozwiniętym programie rewitalizacji, źródło: K. Skalski [5]

1. Pilot run, sensitization, information, social Communications
2. Mobilization of financial resources (private and public)
3. Regulation of the population of the revitalization area, housing-exchange office, admission of new residents, social housing
4. Mobilization of investors, building owners, apartments owners, traders, potential buyers of apartments
5. Regulation of the market of houses obtained thanks to operations, new housing offers, supervision over housing transactions and pre-emptive rights by the municipality, the cooperative housing sector
6. Mobilization of program executors: architects, construction crafts, restorer

Pilot run (1)

Advice for private investors (2, 4, 6)

Controlling the housing market - market management functions (3, 5,)

In the case of a program for an old, degraded residential area:

- Carry out a demographic diagnosis to determine a housing program for various social groups, taking care of social mix, *mixité sociale*, preventing excessive gentrification;
- Prepare public space and technical infrastructure projects for correction and new development (parking lots, road traffic correction);
- Reserve a pool of replacement apartments for the duration of the renovation. The foreign examples indicate that a dozen or so replacement apartments on the district scale will suffice for an efficient temporary resettlement system. Execute the

necessary resettlements with the assurance of the right to return or accept the tenant's resignation from this right;

Other activities concern effective forms of creating favourable public opinion for the implementation of "soft" projects and construction works. Also, the most difficult ones performed "ex officio", in facilities that threaten health or life and against the resistance of the owners.

Revitalization is not only an operational program but also the art of context management. This context is created by the administration of all levels, but also by local culture. Every investor, from the smallest to the largest, works in this context, operating according to specific scenarios that guarantee broadly understood profitability. According to revitalization operators in the western countries, with an efficient institutional and financial context, 80% of success lies in the sphere of psychology and negotiations.

Standing on the basis of many years of experience, the aforementioned International Conferences and overseas study trips, the Revitalization Forum Association¹ postulates the creation of an international technical commission for creative adaptation of selected instruments used abroad for their verification in cities of "model revitalization" in Polish conditions.

DZIEDZICTWO KULTUROWE MAŁYCH MIAST JAKO WEKTOR ROZWOJU GOSPODARCZEGO W PROGRAMACH REWITALIZACJI

1. WSTĘP

Tezy rozwinięte w tym artykule są następujące: Zasób dziedzictwa kulturowego jest aktualnie tworzony w coraz większym stopniu przez samych turystów i cały ruch turystyczny, a nie jedynie przez historyków sztuki, konserwatorów zabytków i ekspertów, odpowiedzialnych za zawartość Rejestru i Inwentarza Zabytków. Temu nowemu procesowi towarzyszy działalność lokalna, która wyczuwa trendy oraz popyt i zapewnia atrakcyjność produktu turystycznego w oparciu o dziedzictwo kulturowe. Różnorodne zasoby dziedzictwa, materialne i niematerialne, ewoluują w kontekście zmian socjologicznych i ekonomicznych. Same w sobie lub poprzez swe produkty pochodne, faworyzują napływ turystów, ich decyzję pobytu i wydatkowania pieniędzy na danym terytorium. Tym samym, aktualizowany wciąż potencjał kulturowy jest wektorem rozwoju gospodarczego. Oczywiście nie jedynym, ale istotnym w małych miastach o bogatej historii. Wraz z rosnącymi wymaganiami o wysokich standardach oferty turystycznej konieczne jest równoczesne zapewnienie wysokiej jakości kontekstu przestrzennego, szczególnie przestrzeni miejskiej. Stąd rewitalizacja obszarów zdegradowanych jest warunkiem koniecznym, gdyż poprzedza i wstępnie warunkuje sukces specyficznej oferty turystycznej.

Ta problematyka stwarza równocześnie szereg pytań: Czy i kiedy, potencjał kulturowy małych miast historycznych, zrzeszonych lub niezrzeszonych w związkach i sieciach, mógłby stanowić realną alternatywę dla turystyki masowej? Jak uczynić, by stał się jej dopełnieniem, a może nawet konkurentem w krajach Europy centralnej, w Polsce, a szczególnie w krajowej sieci Cittaslow? Wobec najpopularniejszych atrakcji turystycznych jakie przyciągają w krajach europejskich nawet kilkadziesiąt milionów odwiedzających rocznie, jest to pytanie o zasadność wysiłków obecnie realizowanych.

¹ Revitalization Forum Association, WWW.Forum Rewitalizacji, has been in existence since 1989 and brings together Polish experts and city governments as supporting members.

Takie tezy i zapytania, mogą budzić również swoiste zastrzeżenia! Przyjęto bowiem dość powszechnie, że to przecież zabytki, czyli określone obiekty, wybrane przez zespoły fachowców i wpisane do rejestrów, stanowią o atrakcyjności miejsca. Ze to one wyznaczają ramy dla turystyki miejskiej czy turystyki kulturowej. Tymczasem, tutaj mówimy, że jest niejako odwrotnie: że to turysta określa w coraz większym stopniu, to co go interesuje. Ze to turysta, ze względu na swe zainteresowania i motywacje, niejako pośrednio, określa zasób i zmieniający się potencjał dziedzictwa kulturowego. Ze następuje to w interakcji ze społecznością lokalną. W tym kontekście społeczność tworzy programy i usługi dla turystów oraz innych grup użytkowników i na własny użytek. Ale to jednak odbiorca – turysta, wysyła sygnał o tym, co jest dlań aktualnie atrakcyjne.

A co jest atrakcyjne dla współczesnych mas turystów w Europie, na świecie, w Polsce? Jak wygląda udana, inaczej mówiąc „celnie trafiona” oferta turystyczna? Mimo różnych treści i form, oferta turystyczna łączy zawsze trzy cechy: wiedzę, rozrywkę i różnorodne emocje. Poprzez kombinację tych trzech cech współtworzy się decyzja o podjęciu podróży: w pojedynkę, w zespole, z rodziną. Znakomicie przedstawiają ten pozorny paradoks i powolną drogę, która wiodła poprzez poszerzenie zakresu pojęcia „zabytek” aż do włączenia w jego zasięg społeczności lokalnej Santera-Szeliga, Katarzyna Jagodzińska 2017 [4]. Aby wyjaśnić i przedstawić argumentację dla tak sformułowanego zagadnienia, przywołać warto udokumentowane spostrzeżenia naukowców. Odniesmy je do definicji pojęcia dziedzictwa kulturowego oraz do analizy zjawisk, jakie towarzyszą współczesnej turystyce.

2. ZABYTKI A DZIEDZICTWO KULTUROWE

Te zazwyczaj nieostre pojęcia zyskały w ostatnich latach bardziej wyraziste kontury. Szczególnie istotnym dla tego wywodu jest więc teoretycznie udowodnione poprzez eksperymentację, nowe spojrzenie na doświadczenia turystyczne. Układają się one wg badaczy w swoistą triadę. Piszą o tym przekonująco A. Stasiak i B. Włodarczyk 2013 [7]: „Współczesna turystyka coraz bardziej oddala się od tradycyjnego modelu określanego mianem 3xS (*sun, sea, sand*), którego synonimem był bierny wypoczynek na plaży. „Nowa turystyka” to 3xE (*education, entertainment, excitement*) edukacja, rozrywka, emocje. Każda decyzja turystyczna zawiera te składowe w większym lub mniejszym nasileniu.

Jeśli jednak najpopularniejsze atrakcje turystyczne przyciągają kilkanaście a nawet kilkadziesiąt milionów odwiedzających rocznie, to paradoksalnie, taki sukces frekwencyjny dla wielu turystów nie jest zaletą, lecz wadą. Obiekty te dostarczają swoim klientom podobnych, niemal jednakowych, bo produkowanych na masową skalę, przeżyć i emocji.

Dla części turystów ważne są unikatowe, wyjątkowe, niepowtarzalne doświadczenia. Stąd zauważalny w ostatnich latach trend do poszukiwania i odkrywania zupełnie nowych, często zaskakujących miejsc, umożliwiających niekonwencjonalne spotkanie z kulturą odwiedzanego regionu (por. np. Mc Cannel 2002, Urry 2007) [7, s. 34-35]. Miejsca te można określić, jako **niezwykłe czy osobliwe**.

Tabela 1. wg A. Stasiak, B. Włodarczyk: Tradycyjne i nowe atrakcje dla odwiedzających. Źródło: Opracowanie: A. Stasiak, B. Włodarczyk na podstawie Swarbrooke (1995), Middlezon (1996) Nowacki (2009), Stasiak (2013) i in.

	Tradycyjne atrakcje turystyczne		Nowe atrakcje turystyczne
T1	Obiekty architektury zabytkowej i współczesnej	N1	Zabytki techniki i przemysłu
T2	Muzea, galerie	N2	Centra nauki, techniki i sztuki
T3	Muzea pod otwartym niebem (skanseny, rezerwaty archeologiczne)	N3	Parki tematyczne
T4	Zespoły pałacowo-ogrodowe (pałacowo-parkowe)	N4	Parki rozrywki i wypoczynku
T5	Miejsca kultu (świątynie, klasztory, ośrodki pielgrzymkowe)	N5	Wielkie centra handlowo-kulturalno-rozrywkowe (malle), tematyczne miejsca handlowe (galerie,

			bazary, giełdy towarowe)
T6	Miasta historyczne (starówki miast)	N6	Zrewitalizowane dzielnice przemysłowe, portowe i pokolejowe
T7	uzdrowiska	N7	Miasta-kasyna
T8	Teatry, kina, opery, filharmonie, domy kultury	N8	Areny sportowe, wioski olimpijskie, legendarne stadiony z zapleczem muzealno –handlowo-rekreacyjnym, wioski olimpijskie
T9	Nekropolie, cmentarze, miejsca bitew u martyrologii	N9	Atrakcje przemysłowe (centra wycieczkowe firm no, Coca-Cola Word w Atlancie, Autostadt Volkswagena w Wolfsburgu

W tym miejscu można postawić pytanie: Czy miasta polskiej sieci Cittaslow mogą i pod jakimi warunkami przygotować nowe i atrakcyjne oferty turystyczne, a w konsekwencji oprzeć swój rozwój o endogenne zasoby dziedzictwa kulturowego, być może - jeszcze niezauważone lub niedocenione - wobec rodzącego się dopiero zapotrzebowania na nowe atrakcje turystyczne?

Podejmując próbę pozytywnej odpowiedzi na to pytanie warto zastanowić się również nad barierami, jakie kładą się na drodze do spełnienia kryteriów edukacji, rozrywki, przygody i emocji.

3. MODA NA „PRZESZŁOŚĆ” - GENERATOR ROZWOJU RYNKU TURYSTYCZNEGO

Mimo pozornej poprawności przyjętych strategii i kierunków rozwoju przygotowane oferty turystycznej mogą być „trafione” lub przejść obok zamierzonych celów. O znalezieniu właściwej oferty ze strony małych miast, działających indywidualnie lub w sieci, decyduje kontekst socjologiczny, trendy, moda. Istnieją również szersze uwarunkowania, których można doszukiwać się w procesie globalizacji.

W niedawno wydanym dziele ekonomiczno – socjologicznym pt. *Enrichissement*, [1] dwóch francuskich socjologów i ekonomistów [1] zwraca szczególną uwagę na dominujące aktualnie motywacje turystyczne, jakie, w skali światowej, wiążą się z różnorodnymi przejawami mody na szeroko rozumianą „Przeszłość”. Wymiar ekonomiczny tego pojęcia generuje wg autorów ogromny, nowy rynek produktów, na którym turysta jest jednocześnie konsumentem (wydatki związane z podróżą), ale i często oferentem – pośrednikiem, a niekiedy nawet spekulantem na rynku staroci, kolekcjonerstwa, dzieł sztuki i rzemiosła artystycznego, handlu dawnym rękodziełem, meblami, wyrobami ceramicznymi, ze szkła, z metalu.

Turystyka masowa, umożliwiona jest aktualnie przez cały zespół czynników globalizacji. To łatwość i taniość przemieszczania się po świecie dzięki rozwojowi floty ogromnych statków turystycznych, pływających po wszystkich morzach i oceanach świata. (COSTA, MSC i inne). Statki te zabierają na pokład kilka tysięcy turystów, o zróżnicowanej typologii socjologicznej, obsługiwanych przez rzeszę pracowników (sięgającą niekiedy dwóch tysięcy i reprezentujących wiele narodowości). W odwiedzanych portach pasażerowie przemieszczają się głównie autobusami po przygotowanych trasach i codziennie, budząc się w tej samej kabinie, są już w innym, wielkim porcie. Co wieczór, odpowiednio przygotowane prelekcje poszerzają wiedzę i przygotowują do zwiedzania.

Inna forma turystyki masowej to turystyka miejska do miast historycznych skomunikowanych tanimi i masowymi liniami lotniczymi jak Ryanair, Easyjet i coraz więcej innych, im podobnych. Na rzecz sukcesu tego typu turystyki rozwija się w miastach europejskich coraz bardziej gęsta sieć hoteli, hosteli, obiektów agroturystycznych, pokoi gościnnych w odnowionych pałacykach, zameczkach, dworach, pałacach i zamkach prywatnych, w dawnych budynkach mieszkalnych, które jeszcze niedawno były niszczącymi pustostanami. Te różnorodne formy hotelarstwa i para-hotelarstwa, dostępne są poprzez aplikacje internetowe takie jak choćby *trivago*, *skyscanner* i inne. Nie ruszając się z krzesła poprzez Internet pozwala to zaplanować dokładnie i opłacić prawie wszystkie wydatki związane z przemieszczaniem po Europie i po świecie w okresach wolnych od pracy.

„Czas wolny”, to okres przeznaczony często w krajach europejskich dla jednodobnej podróży, niekiedy o kilka dni dłużej. Przy aktualnym trendzie do dzielenia urlopów na okresy krótkie, lecz częste w ciągu roku, to głównie wielkie miasta historyczne są celem podróży. Sprzyja to oczywiście rozwojowi masowej turystyki miejskiej w Europie. Nowoczesne i bogate miasta na innych kontynentach, również wygrywają na ułatwieniu dostępności.

Dla małych miast i miasteczek trudno jest podejmować próbę konkurencji z tak zorganizowanym przemysłem turystycznym europejskim i światowym.

Jeśli założymy, że aktualne konflikty światowe pozwolą nadal na swobodne odwiedzanie brzegów Indii czy krajów azjatyckich z Singapurem włącznie, portów afrykańskich, że półwysep arabski będzie dostępny a Istambuł otwarty dla turystów, że Wenecja nadal będzie zezwalać na cumowanie pływających „miast-hotel” w pobliżu podtapianych pałaców i placów, to turystyka masowa ma przed sobą jeszcze długie lata sukcesów. Dla wszystkich, „którzy mogą sobie na to pozwolić”. A jest ich coraz więcej, w Azji, Europie i w Polsce właśnie.

4. TURYSTYKA MASOWA A MAŁE MIASTA I MIASTECZKA

Turystyka masowa nie obejmuje jednak innych terytoriów – obszarów zlokalizowanych w głębi lądu, z dala od portów, z dala od stolic i wielkich miast historycznych. W tym należy upatrywać „drugiej szansy” na przetrwanie i rozwój turystyczny i gospodarczy miast małych, które nie rozbudziły się i nie wykorzystały pierwszej fali urbanizacji, mimo walorów endogennych, krajobrazowych i historycznych [Por. 6]. W ostatnich dziesięcioleciach, stawiają czoła przekształceniom w przemyśle i w rolnictwie, zanikowi tradycyjnej produkcji żywności oraz dezertyfikacji - odpływowi ludzi młodych i żywotnej siły roboczej. Ale są też dowodem, że uciążliwości wielkich miast niekiedy tak mocno dają się we znaki mieszkańcom, że prowadzą aż do decyzji o przesiedleniu lub powrocie do małego miasta w poszukiwaniu swych korzeni kulturowych i innych wartości. Małe miasta nie mogą wprawdzie konkurować z masową turystyką, ale też trzeba pamiętać, że nie wszystkim kategoriom i grupom społecznym odpowiada opisana wyżej forma spędzenia czasu wolnego i wejście w system turystyki masowej.

Międzynarodowy ruch Cittaslow ofiaruje, w całej swojej filozofii, swoistą alternatywę jakości życia dla stałych i nowych mieszkańców, w odróżnieniu od życia w dużym mieście. Może zaoferować również alternatywną turystykę tematyczną dla tych grup społecznych, które „nie widzą się” wśród masowej rzeszy turystów, krytykują i odrzucają ten sposób wykorzystania wolnego czasu – niekiedy nie znając i nie próbując nawet wspomnianych atrakcji turystyki masowej.

Dla tych, którzy nie zapomnieli o tradycyjnych formach turystyki, powiązanych z wysiłkiem fizycznym, przygodą i niespodzianką, potrzeba ze strony małych miast o historycznej przeszłości zarówno inwencji jak i konsekwencji w działaniach. Nie zapominajmy jednak, że i ta wirtualna jeszcze klientela, szuka również komfortu i nowoczesnego wyposażenia dla realizacji swych specyficznych zainteresowań. To dla tych rzesz turystów rodzimych i zagranicznych można i warto tworzyć specyficzną ofertę, nazwijmy ją „niszową” lub „tematyczną”.

Co więc mogą zaoferować polskie miasta i miasteczka Warmii i Mazur, szczególnie te zrzeszone w sieci Cittaslow, na wspomnianym rynku aktualnej „mody na Przeszłość”? Wydaje się, że w perspektywie kilkunastu najbliższych lat, odpowiedź nie jest taka sama w skali krajowej jak w skali międzynarodowej. Co więc można tworzyć w Polsce dla turystyki w sieciach małych miast? To niełatwe wobec oferty krajów takich jak Włochy – kolebka ruchu Cittaslow - lub Francja, gdzie istnieją i rozwijają się od 30-40 lat sieci małych miasteczek historycznych, już świetnie przygotowanych i odwiedzanych przez turystów.

Mam tu na myśli np. bretońskie Małe Miasteczka z Charakterem (*Petites Cités de Caractère*) lub Ukwieczone Wsie i miasteczka zrzeszone w innych sieciach.

Jak polskie Cittaslow, miasteczka popegeerowskie, jeszcze biedne i tradycyjnie rolnicze, mogą z nimi konkurować? Podobne obawy wyrażają niekiedy media, patrzące z lekką ironią na aktualne próby polskiej Krajowej Sieci Miast Dobrego Życia. Autor tych słów spotkał się z tym zjawiskiem przy okazji niektórych wywiadów dla prasy.

A jednak ! Widzimy pozytywne rezultaty działań w niektórych, jeszcze nielicznych przypadkach, jak Gołdap, Lidzbark Warmiński, Ryn i kilka innych. Można wymienić i przeanalizować ich udane dokonania. Jednak nie tu miejsce na opisy poszczególnych projektów. Popatrzmy raczej na strukturę i organizację ofert na wyższym poziomie ogólności.

4.1. Wspólna strategia, specyficzne projekty i punktowe realizacje

Nie czas już myśleć skalą i kategoriami „mojej gminy”, wyłączając się niejako z kontekstu terytorialnego, z naturalnej skądinąd konkurencji z sąsiednimi gminami. Doświadczenia uczą, że w Krajowej Sieci Cittaslow w Regionie Warmii i Mazur, jest to „walka drużynowa”. Wzajemna pomoc w realizacji wspólnie przemyślanego programu ponadlokalnego – jest zawsze pozytywna, bo działa synergicznie. Wnioski takie płyną z analizy doświadczeń w okresach programowania: 2004-2007, 2007-2014, 2014 -2020. Mimo, że w działaniach burmistrza, dominuje czasem klasyczne pytanie: „czym MOJE miasteczko, może „zadziwić świat”?

W skali samorządu strategia inwestycji powinna odpowiedzieć natomiast na pytanie: czym ma być „moja gmina” za 15-20 lat. Nawet, jeśli ten wybór będzie skutkował ustępowaniami i kompromisami na rzecz sukcesu całego regionu. Od chwili ustalenia wieloletniej perspektywy, poszczególne projekty powinny być podporządkowane konsekwentnie dochodzeniu do celu.

Wszystkie samorządy lokalne w obszarze Krajowej Sieci Miast Dobrego Życia Cittaslow, zainteresowane turystyką, pragną zatrzymać turystę, poza krótkim sezonem letnim i „o kilka dni dłużej”. Czyli nie tylko podczas przejazdu tranzytem do założonego punktu, podczas gdy miejsce docelowe to np. Mikołajki czy Giżycko. Ta ostatnia sprzeczność jest zwykle pozorna, bo i z Mikołajek czy Giżycka, też się tylko gdzieś „wyrusza”: na szlak jezior mazurskich lub na szlak dróg lokalnych, by wykorzystać istniejący tam, inny potencjał kulturowy.

Oferta dla turysty powinna być „grawitacyjna”, czyli w każdej gminie przyciągać do odwiedzenia **specyficznych wartości**, których nie może zaproponować inna gmina. Miejsca unikalne to np. kwatery dowodzenia i bunkry z okresu II wojny światowej, groby francuskich żołnierzy z czasów odwrotu Napoleona z wyprawy na Rosję, na Wyspie Francuskiej, na jeziorze Niegocin, ledwo dostrzegalne w gąszczu traw. A jednak upamiętnione w kamieniu przez oficjalną delegację francuską przed kilkunastu laty.

Nie ma więc również miejsca na grę konkurencyjną między gminami usytuowanymi na szlakach Wielkich Jezior a tymi, które zlokalizowane są w głębi lądu, poza linią brzegową Jezior. Chodzi przecież o pozyskanie również tych, a może właśnie tych wczasowiczów, którzy przyjechali z założonym planem rejsu i „tylko rejsu” po jeziorach. Nie są jednak niedostępni dla spotkanych po drodze innych atrakcyjnych propozycji turystycznych. Jeśli tylko będą przygotowane: informacja i autobusy kursujące stale lub na zamówienie na trasach okrężnych, w dni pochmurne i słotne lub gdy wiatry są silne, część załogi chętnie przyjmie inne propozycje odwiedzin:

- pamiątki wojen, jakie przetoczyły się na tych terenach,
- cmentarze,
- miejsca kultu religijnego: Święta Lipka, Gietrzwałd,
- miejsce bitwy pod Grunwaldem,
- zamki przerobione na hotele, na hotele-muzea i na muzea,

- zamki krzyżackie; Szlak Zamków krzyżackich,
- szlak kultury żydowskiej,
- szlak różnych kultur i religii,
- zbiory owoców runa leśnego, odpoczynek w lesie, grzybobranie.

Każda gmina powinna równocześnie zapewnić turystyce **coś unikalnego i specyficznego** dla tego miejsca. Ale również pełną, podstawową infrastrukturę, tak społeczną jak i techniczną. Inaczej mówiąc - wszystko, co potrzebne do życia w nowoczesnym standardzie. Oprócz „magnesu”, jakim pozostaje gastronomia regionalna, powinny być zlokalizowane: Biuro Informacji Turystycznej, szerzej „Platforma inicjatyw”. Prezentują one informacje stałe i sezonowe, i równoczesną dystrybucję folderów informacyjnych **dla całego regionu**. Z tego postulatu o wysokiej jakości całego otoczenia wynika konieczność rewitalizacji w skali ponadlokalnej, jej otwartość na nowe projekty i udoskonalenia.

4.2. Miasta „modelowej rewitalizacji” w Polsce – laboratorium innowacji i inspiracji

Jeśli wybrane miasta „modelowej rewitalizacji” mają być rzeczywiście laboratorium i warsztatem dla podjęcia wyzwań i nowych rozwiązań praktycznych, wskazanym byłoby, zaadaptować, choćby eksperymentalnie, instrumenty fiskalne i finansowe, które udowodniły swą skuteczność od kilku dziesięciu lat w krajach Europy zachodniej. Jak na razie, to Ustawa o rewitalizacji i Wytyczne Ministra Rozwoju z sierpnia 2016 r., określają procedury przygotowania Lokalnych Programów Rewitalizacji i Gminnych Programów Rewitalizacji. Natomiast, zagraniczne wizyty studyjne nasuwają szereg spostrzeżeń, które dotyczą **proponycji prawnych, finansowych i technicznych**. Niektóre z nich pozostają do przemyślenia dla rozwoju polskiej praktyki w rewitalizacji. Dotyczą one na przykład:

- **wsparcia finansowego** dla właścicieli i ewentualnie dla lokatorów przy realizacji określonych robót modernizacyjnych jak: wymiana stolarki okiennej, audyt termiczny oraz ocieplenie budynku nowoczesnymi metodami termoizolacji, szczególnie w budynkach zabytkowych. Lista robót dozwolonych i wspieranych z funduszy gminnych powinna być określona w regulaminie tworzonego lokalnie tzw. Funduszu Interwencji Mieszkańcowych,
- **adaptacji tzw. „prawa Malraux”**, francuskiej ustawy z lat 60. Funkcjonuje ona, ze zmianami, również aktualnie, po 50 latach. Pozwala właścicielom budynków, zlokalizowanych na obszarze tzw. Sektorów Chronionych, na obniżenie podstawy opodatkowania swych dochodów o wysokość wkładów na rzecz remontu i modernizacji budynku. Ulga podatkowa wynikająca z tego prawa to ważny instrument fiskalny. Pobudził on znacznie partycypację prywatnych właścicieli domów z mieszkaniami na wynajem w odnowie dzielnic zabytkowych,
- **innowacyjnych technik** i specjalnych przepisów budowlanych, stosowanych w programach rewitalizacji: doświadczenia z Nantes i Vitry (Francja) wskazują na szereg rozwiązań technicznych, które całkowite usuwają z pola widzenia kable napowietrzne, istną „pajęczynę”, wiszącą na słupach i kominach. Ich zastąpienie przez dyskretne okablowanie wzdłuż elewacji budynków przynosi pozytywne efekty estetyczne w pierzejach ulic starego śródmieścia. Natomiast prowadzenie kabli w specjalnych wykopach podziemnych okazało się zbyt drogie i niepraktyczne,
- przepisów przeciwpożarowych w drewnianych budynkach remontowanych i modernizowanych, które ograniczyły lub zakazały realizacji dodatkowych mieszkań w kubaturach strychowych, jeśli nie ma możliwości na swobodny dojazd i ustawienie drabiny strażackiej w zbyt wąskiej ulicy. W zamian za to, nadzór budowlany zezwala na mieszkania dwupoziomowe na ostatniej kondygnacji i w kubaturze strychowej, jeśli możliwa jest ewakuacja główną klatką schodową,
- uproszczenia w zezwoleniach na realizację niewielkich robót w budynkach. Np. wystarczy zgłoszenie o realizacji okien dachowych w odpowiednim wydziale UM. Brak sprzeciwu ze strony Urzędu w ciągu dwóch miesięcy jest równoznaczny z pozwoleniem na realizację robót,

- realizacji nawierzchni trwałych w przestrzeniach publicznych, jak granitowa kostka brukowa, przy jednoczesnym zachowaniu porowatości nawierzchni i podłoża jezdni. Celem jest zachowanie równowagi w nawilżeniu gleby w sąsiedztwie np. w fundamentach budynków zabytkowych sprzed kilkuset lat.

W podsumowaniu naszkicowany jest plan przygotowania rewitalizacji, jaki obserwujemy w Programowanych Operacjach Poprawy Mieszkalnictwa (*Opération Programmée d'Amélioration d'Habitat OPAH* w Nantes). Traktujemy je tutaj, jako źródło inspiracji:

- Przystępując do tworzenia programu koledzy z Nantes określają tylko wstępnie obszar i przeznaczenie poszczególnych działek. Zachęca to do rozszerzenia listy projektów już w trakcie realizacji wieloletniego programu (polska ustawa tego raczej nie przewiduje),
- Obszar i cele programu rewitalizacji dzielnicy są zdefiniowane w kontekście strategii zrównoważonego rozwoju miasta i w synergii z całym obszarem miasta;
- W celu przygotowania i realizacji programu zatrudnia się na ogół ekipę (zewnątrzną) Operatora Rewitalizacji w porozumieniu z zainteresowanymi partnerami.

Do zadań operatora należy:

- Określić definitywnie Obszar Programu, poszukując równocześnie partnerów do realizacji (listy intencyjne podpisywane z inwestorami w okresie przygotowania programu),
- Wykupić, scalić, ewentualnie scedować konkretne działki kandydatom - inwestorom, Na podstawie umów urbanistycznych z inwestorami doprowadzić tereny do stanu umożliwiającego nowe zagospodarowanie: drogi, infrastruktura techniczna, działki budowlane,
- Określić preliminarz budżetowy, harmonogram robót oraz zapewnić źródła finansowania,
- Sprzedawać przygotowane działki inwestorom (podmioty gospodarcze przedsiębiorcy, developerzy mieszkaniowi, wspólnoty, spółki). Zapewnić ewentualne dofinansowanie wyrównawcze z budżetów publicznych.

W przypadku programu dla starej dzielnicy mieszkaniowej:

- Przeprowadzić diagnozę demograficzną w celu określenia programu mieszkaniowego dla różnych grup społecznych, dbając o przemieszanie społeczne, *social mix*, *mixité sociale* i zapobiegać nadmiernej gentryfikacji;
- Przygotować projekty przestrzeni publicznych oraz infrastruktury technicznej do korekty i nowego zagospodarowania, (parkingi, korekta ruchu drogowego);
- Zarezerwować pulę mieszkań zamiennych na czas remontu. Przykłady zagraniczne wskazują, że dla sprawnego systemu przesiedleń tymczasowych wystarczy kilkanaście mieszkań zamiennych w skali dzielnicy. Realizować sukcesywnie konieczne przesiedlenia z zapewnieniem prawa do powrotu lub przyjąć rezygnację najemcy z tego prawa.

Inne wnioski dotyczą efektywnych form tworzenia **przychylnej opinii publicznej** dla realizacji robót budowlanych. Również tych najtrudniejszych, wykonywanych „z urzędu”, w obiektach zagrażających zdrowiu lub życiu i wobec oporu właścicieli.

Rewitalizacja jest nie tylko programem operacyjnym, lecz również sztuką zarządzania kontekstem. Ten kontekst tworzy Administracja wszystkich szczebli, ale również i kultura lokalna. W tym kontekście działa każdy inwestor, od najmniejszego do największego. Działa według specyficznych scenariuszy gwarantujących szeroko rozumianą opłacalność. Jak twierdzą operatorzy rewitalizacji w krajach zachodnich, przy sprawnym kontekście instytucjonalnym i finansowym, 80% sukcesu pozostaje wówczas w sferze psychologii i negocjacji.

Stojąc na gruncie wieloletnich doświadczeń, wspomnianych Konferencji międzynarodowych oraz zagranicznych podróży studyjnych, Stowarzyszenie Forum Rewitalizacji² postuluje powołanie międzynarodowej komisji technicznej dla twórczej adaptacji wybranych instrumentów stosowanych w rewitalizacji zagranicą dla ich sprawdzenia w miastach „modelowej rewitalizacji” w warunkach polskich.

BIBLIOGRAPHY

- [1] Boltanski L., Esquerre A., *Enrichissement, une critique de la marchandise*, wyd. Gallimard, NRF Essais, Paris 2017
- [2] *Centrum wiedzy o rewitalizacji*, www.miir.gov.pl portal internetowy Ministerstwa Inwestycji i Rozwoju, 2018 dostęp/access 2018-01-05
- [3] Krakowiak B. *Kultura i turystyka, miejsca spotkań*, redakcja naukowa, A. Stasiak, B. Włodarczyk, wyd. Regionalna Organizacja Turystyczna Woj. Łódzkiego, Łódź 2013
- [4] Santera-Szeliga J., Jagodzińska K., *Społeczno - ekonomiczny wpływ dziedzictwa kulturowego, aspekty teoretyczne*, (w:) Potencjał Dziedzictwa, społeczno-gospodarcze przykłady z Europy Środkowej, wyd. Międzynarodowe Centrum Kultury, Kraków 2017
- [5] Skalski K., *O budowie systemu rewitalizacji dawnych dzielnic miejskich*, wyd. Krakowski Instytut Nieruchomości, Kraków 1996
- [6] *Specyfika odnowy małych miast w Polsce*, wyd. Forum Rewitalizacji, Kraków 2009
- [7] Stasiak A., Włodarczyk B. *Miejsca spotkań Kultury i turystyki*, s.29 – 48 (w:) Kultura i Turystyka - miejsca spotkań, ROTWŁ, Łódź 2013 ISBN 978-83-61001-17-1
- [8] Widokówka www.Bochnia access 2017-03-10

O AUTORZE

Urbanista Paris X oraz Institut de l'Environnement w Paryżu. Zajmuje się budową i analizą systemu rewitalizacji. Był w latach 80-90. dyrektorem Studiów Rewitalizacji w regionie Bretania we francuskim Ruchu PACT-ARIM. Po powrocie do kraju, inicjował pierwsze prace nad ustawą o rewitalizacji w latach 90. Był przez 16 lat profesorem UJ w Instytucie Spraw publicznych UJ gdzie m.in. kierował Zakładem Polityki Społecznej i Rewitalizacji Miast. Z ruchem Cittaslow związany od 2008, jako członek krajowego i międzynarodowego Komitetu Naukowego. Obecnie w PPWSZ, i GKUiA zajmuje się nadal rozwojem instrumentarium rewitalizacji. Członek założyciel i wieloletni Prezes Stowarzyszenia Forum Rewitalizacji.

ABOUT THE AUTHOR

Urbanist Paris X and Institut de l'Environnement in Paris. He deals with the construction and analysis of the revitalization system. In the 80s-90s, he was Director of Revitalization Studies in the Brittany region in the French PACT-ARIM Movement. After returning to the country, he initiated the first works on the revitalization act in the 1990s. He was a professor at the Jagiellonian University in the Institute of Public Affairs of the Jagiellonian University for 16 years, where he managed the Social Policy and Urban Revitalization Department. He has been associated with the Cittaslow movement since 2008 as a member of the national and international Scientific Committee. At present, at the PPWSZ, and GKUiA, he continues to develop the revitalization instruments. He is a founding member and long-time President of the Revitalization Forum Association.

Kontakt | Contact: mail, ewentualnie inne dane kontaktowe.

² Stowarzyszenie Forum Rewitalizacji, www.Forum Rewitalizacji, istnieje od 1989 roku i skupia ekspertów polskich oraz samorządy miast, jako członków wspierających.