

# Łódź Jutra - prezentacja idei rozwojowych dla Łodzi

11.09.2020 12:43 Tomasz Koralewski / ŁOT

**Pani Prezydent Hanna Zdanowska (Miasto Łódź) oraz Pan Profesor Robert Kozielski (firma Questus) zaprezentowali 9 września główne założenia projektu nowej strategii dla Łodzi. Wyróżnikiem ma być idea, że Łódź będzie miastem tworzonym wspólnie z mieszkańcami. Swoje miejsce w opracowaniu znalazła również turystyka.**



## Założenia Strategii

Jak podkreśla prezydent Hanna Zdanowska, Łódź będzie współtworzona przez mieszkańców. Wprowadzone zostaną unikatowe na skalę kraju rozwiązania, w których miasto będzie wspierać lokalne inicjatywy i projekty na niespotykaną dotąd skalę.

Wiceprezydent Wojciech Rosicki podkreśla, że celem władz Łodzi jest włączenie w proces wspólnego zarządzania miastem jak największej liczby łodzian: - *Urząd będzie pełnił funkcję lidera, motywującego mieszkańców do działania oraz animatora zapewniającego mieszkańcom niezbędne narzędzia do realizacji ich pomysłów.*

Hanna Zdanowska dodaje: - *Chcę, żeby łodzianie w większej niż dotychczas skali decydowali o kształcie miasta. Nie tylko w sferze pomysłu i podejmowania decyzji, jak w przypadku Budżetu Obywatelskiego, ale także poprzez zaangażowanie się w realizację tych pomysłów.*

*Np. lokatorzy kamienicy przy ul. Legionów chcieli miejsca na sąsiedzkie spotkania. I je sobie zrobili, postawili krzesła, stół, zbudowali altanę. Pan Michał wymarzył sobie ławkę na pamiątkę pierwszej randki z ukochaną. I ławka stoi w parku na Zdrowiu. Chcę podzielić się władzą z mieszkańcami. Chcę pomagać realizować ich marzenia.*

# Jakie jest miejsce turystyki w koncepcji?

W przedstawionej przez autorów analizie stanu obecnego Łódź oceniona została w różnych obszarach związanych z wizerunkiem i produktem turystycznym i około turystycznym. Ocena została przeprowadzona w skali od 0 do 6 i tak:

1. Krajobraz i atrakcje naturalne (tereny zielone, czystość, infrastruktura miasta, krajobraz ogólny) - ocena 3
2. Atrakcje historyczne i kulturalne (atrakcje, wydarzenia, kultura) - ocena 4
3. Wizerunek miasta - ocena 2
4. Doświadczenia kojarzone z miastem - ocena 3
5. Organizacja zarządzania marką miasta - ocena 4
6. Duma i aktywność mieszkańców - ocena 1
7. Jakość bieżącej promocji miejsca - ocena 4
8. Markowe produkty regionalne - ocena 3
9. Oferta turystyczna - ocena 3

*Według dotychczasowej strategii miasta Łódź powinna koncentrować się na turystyce typu citybreak. Warto jednak rozważyć ekspansję tej formuły w stronę lukratywnej turystyki MICE (meetings, incentives, conferences, events) oraz form wyspecjalizowanych, np. turystyki festiwalowej, postindustrialnej, komiksowej, filmowej, bajkowej, itd. Błędem i utraconą szansą jest promocja turystyki łódzkiej wyłącznie przez pryzmat obiektów, a nie doświadczeń. Łódź ma wszelkie szanse na bycie miastem niecodziennych doświadczeń. Należy opracować unikatowy klucz doświadczeń Łodzi i promować miasto przede wszystkim w ten sposób. Ten aspekt miasta przebija się bardzo opornie. Bardzo ważnym elementem obsługi ruchu turystycznego jest ułatwianie poznania miasta przez gotowe trasy, produkty sieciowe, aplikacje i wzbogacanie doświadczenia turysty technologiami. Łódź proponuje zwiedzającym różne trasy z mapami oraz kalendarze wydarzeń. Są*

*aplikacje poświęcone ulicy Piotrkowskiej oraz łódzkim muralom. Brakuje jednak jednego przewodnika podanego w różnych formach. Łódź jest miastem ciekawym i niebanalnym. Niestety, nie jest miastem łatwym i sporo wymaga od tych, którzy chcą je poznać. Umiarkowana atrakcyjność oferty turystycznej jest pochodną problemów miasta w innych obszarach. W porównaniu do hegemonów turystycznych może być oceniona jedynie na przeciętnym poziomie.*

# Przykładowe cele strategiczne

## Łódź silna i odporna

- Miasto bezpieczne - podniesienie odporności miasta na kryzysy wewnętrzne i zewnętrzne takie jak COVID - 19
- Miasto jakościowej edukacji - podniesienie poziomu edukacji, dostosowanie jej do wymogów rynku i gospodarki - by po studiach mieć dobrą pracę
- Miasto innowacji społecznych - podniesienie jakości życia wszystkich mieszkańców miasta, dzięki aktywizacji społecznej i wsparciu oddolnych inicjatyw
- Miasto sprawnych urzędów - lepsze zrozumienie potrzeb mieszkańców i dostosowanie e-urzędu do oczekiwań klientów

## Łódź ekonomicznego i społecznego rozwoju

- Rewitalizacja 2.0 - utrzymanie pozycji lidera rewitalizacji w Polsce
- Przedsiębiorcza Łódź - wspieranie łódzkich przedsiębiorców i tworzenie silnej lokalnej gospodarki
- Rozwój branż kreatywnych - kontynuacja wsparcia dla branż i przedsięwzięć kreatywnych
- Turystyka MICE - stworzenie z Łodzi najbardziej atrakcyjnego miasta dla sektora MICE
- Hub logistyczny dla Europy Środkowej - stworzenie infrastruktury, rozwój branży e-commerce i logistyki

- Łódź produkcyjna 2.0. – rozwój istniejących i generowanie nowych przedsięwzięć produkcyjnych

## Łódź odpowiadająca na oczekiwania interesariuszy

- Miasto korzystnej wartości za cenę – utrzymanie kosztów życia na atrakcyjnym poziomie, zwiększanie pakietu korzyści mieszkańca z faktu, że mieszka w Łodzi
- Miasto twórcze – poszerzanie kreatywnej współpracy, tworzenie atrakcyjnych miejsc pracy
- Miasto wartościowego wypoczynku – planowanie nowych atrakcji miasta i zadbanie o dotychczasowe miejsca wypoczynku
- Odwrócenie negatywnej demografii – zwiększanie atrakcyjności miasta i odwrócenie trendów demograficznych

## Łódź zachwycająca

- inLodz21 – realizacja projektu Muzeum Cywilizacji będącego unikatem w skali europejskiej, który wyznaczy nowy poziom realizacji idei kulturowych w Łodzi
- Miasto zeroemisyjne i czyste – troska o najwyższą jakość powietrza, wody i środowiska
- Miasto aktywności obywatelskiej – zwiększenie zaangażowania łodzian i stworzenie unikatowego sposobu zarządzania miastem

Jak podkreśla prezydent Hanna Zdanowska, przedstawione założenia do strategii miasta są dokumentem otwartym, który poddany będzie jak najszerszym konsultacjom wśród wszystkich zainteresowanych.

*- Wprowadzenie w życie nowej strategii nie będzie ani proste, ani gwałtowne. W wielu jej aspektach jednakże będziemy pionierami, wiele rozwiązań będziemy stosować jako jedni z pierwszych. Dzięki tym wszystkim działaniom stworzymy wyjątkowy, unikalny w skali Europy sposób zarządzania miastem. To stanie się naszym znakiem rozpoznawczym. To będzie nas wyróżniać na tle innych. Otwartość, obywatelskość, współtworzenie miasta – to będzie nasza łódzka droga do sukcesu – mówi Hanna Zdanowska i dodaje: - Chcę, by łodzianie mieszkali w swoim wymarzonym mieście. Chcę pomagać im w realizacji marzeń. By każdy łodzianin, który chce coś zrobić – choćby postawić ławkę w parku – miał tę możliwość, a urząd służył mu pomocą.*

## Powiązane pliki



[Strategia-Lodz-Jutra](#) (4 MB)

Łódź Jutra. Idea dla miasta