

Rok 2020 w łódzkiej turystyce: z nutą optymizmu

13.01.2021 11:36 Piotr A. Kowalczyk / ŁOT

2020 rok jako pierwszy od dziesięcioleci obniżył nasz apetyt na podróżowanie, nawet po okresie lockdownu. Łódź odczuła to wyjątkowo boleśnie. A jednak trudno uznać miniony rok za całkiem stracony.



Rok 2020 był dla nas rokiem strat, które łódzka branża turystyczna będzie odrabiać jeszcze przez dwa, trzy lata - powiedział podczas ostatniej konferencji prasowej prezes Łódzkiej Organizacji Turystycznej, Tomasz Koralewski. W istocie, w porównaniu do roku 2019, który zwiastował utrzymywanie się rosnącego trendu w łódzkiej turystyce, to potężny spadek odczuwalny przez wszystkie branże żyjące z turystów.

Chwałą nas

Jest jednak na horyzoncie kilka jaskółek zapowiadających, że w razie opanowania pandemii sprawy w przyszłości potoczą się w bardzo dobrym dla Łodzi kierunku - co znamienne, większość z nich mogliśmy zaobserwować właśnie w minionym roku.

Jedną z takich jaskółek jest z pewnością fakt odrodzenia się turystyki indywidualnej w mieście: z racji na ograniczenia w ruchu zagranicznym, coraz więcej z Was wybierało Łódź jako miejsce wypadów weekendowych, a nawet kilkudniowych. W okresie pomiędzy marcową, a październikową "kwarantanną narodową" branża gastronomiczna czy hotelarska dość szybko odrabiała straty, a Łódź odkrywało dla siebie wielu tych, którzy z pewnością nie przypuszczali dotąd, że wyprawa do "ostatniego nieodkrytego miasta" może okazać się tak ciekawa.

Jednym z nich był dziennikarz Michał Cessanis, który przybliżył Łódź mieszkańcom naszego kraju na dwa sposoby. Po pierwsze, opisał swoje wrażenia z powrotu do Łodzi po wieloletniej przerwie na łamach National Geographic Traveler w tekście "Fabryka zmian". Po drugie, stworzył dwa świetne materiały we współpracy z [Dzień Dobry TVN](#), opowiadające o Łodzi kreatywnej (mieście filmu, designu, artystów i przedstawicieli przemysłów kreatywnych) oraz o dwóch odmiennych obliczach miasta (unikatowych historycznych przestrzeniach fabrykanckich oraz nowoczesnych, zrewitalizowanych obiektach).

Kolejna jaskółka to artykuły o Łodzi w zagranicznej prasie, będące rezultatem wizyt studyjnych organizowanych przez ŁOT. Susanne Romanowski w niemieckim dzienniku [Frankfurter Allgemeine Zeitung](#) opisała Łódź jako miasto inspirujących kontrastów, odradzające się dzięki rewitalizacji. Zawitali do nas również rosyjskojęzyczni blogerzy z grupy [Tajemnice Polski](#) (ТАЙНЫ ПОЛЬШИ: Путешествия, Маршруты, Лайфхаки), dzięki czemu powstały aż cztery materiały wideo na ich kanale YouTube.

Jedno z łódzkich miejsc zostało również wyróżnione Złotą Pinezką Map Google. Mowa o [Pasażu Róży](#), wyjątkowej instalacji Joanny Rajkowskiej w podwórku przy Piotrkowskiej 3. Warto dodać, że w Pasażu trwają obecnie prace zmierzające do połączenia podwórza z innym, odchodzącym od kamienicy przy Placu Wolności i stworzenia tam przestrzeni spacerowej. O Złotej Pinezce wspomniała również w bardzo obszernym materiale [Ukraińska Prawda](#) (Українська Правда), promując Łódź także wśród turystów z tego kraju.

Łódź pojawiła się również w dwóch obszernych artykułach na szwedzkim blogu [FREEDOM Travel](#). Kamperowi podróżnicy opisują w nich wrażenia z wizyty, wskazują najciekawsze atrakcje turystyczne oraz przedstawiają krótko historię naszego miasta.

Największym pozytywnym zaskoczeniem było jednak wyróżnienie Łodzi w rankingu [The Guardian](#), zestawiającym 21 miejsc z całej Europy, które koniecznie należy odwiedzić gdy wygramy już światową walkę z pandemią. Łódź znalazła się na tej liście jako jedyne miasto z Polski. Inny ranking, sporządzony przez portal [The First News](#), dostrzega Łódź jako jedno z wartych odwiedzenia miejsc w naszym kraju.

Branże na zakręcie

Optymistyczne prognozy i wielkie nadzieje na przyszłość nie mogą jednak całkiem przesłonić nam ponurego obrazu rzeczywistości, który wyłania się z analizy kondycji sektora usług noclegowych oraz spotkań biznesowych. W miesiącach, w których hotele pozostawały otwarte dla wszystkich turystów lub dla podróżujących w celach służbowych obłożenie utrzymywało się na najniższym jak do tej pory poziomie. W porównaniu do 2019 roku obłożenie łódzkich hoteli spadło o ponad 53% (w 2020 wskaźnik ten wynosił jedynie 30,5%). Wskaźnik revenue per available room czyli średni przychód za jeden dostępny pokój w 2020 wynosił jedynie 63zł (w 2019 roku wynosił on prawie 150zł). Liczba sprzedanych pokoi w porównaniu do poprzedniego roku spadła prawie o 60%.

Rynek MICE załamał się niemal całkowicie: liczba zorganizowanych wydarzeń konferencyjnych, wystawowych, targowych, korporacyjnych itp spadła o 81% w stosunku do roku 2019. Liczba uczestników tych wydarzeń spadła o 83%.



