



Zarząd
Dróg Miejskich
w Warszawie

RAPORT Z BADANIA ZIMOWEJ ILUMINACJI NA TRAKCIE KRÓLEWSKIM I STARYM MIEŚCIE



Warszawa, marzec 2023 r.

Spis treści

1. Wstęp.....	3
2. Metodyka badania.....	4
3. Wyniki badania.....	6
3.1 Ruch pieszy na Trakcie Królewskim w okresie iluminacji.....	6
3.2 Korzystanie z usług i wydatki podczas wizyt na Trakcie Królewskim	10
3.3 Opinie na temat iluminacji	13
3.4 Finansowania iluminacji i obecności reklam.....	19
4. Najważniejsze wnioski i rekomendacje	21

1. Wstęp

Iluminacja świąteczna i wysokość środków na nią przeznaczanych są coraz częstszym tematem dyskusji w społeczeństwie w kontekście trudnej sytuacji finansowej samorządów, rosnących kosztów energii, a także ekologii. Również w Urzędzie Miasta – wśród decydentów – od pewnego czasu trwa dyskusja nt. zasadności dalszego finansowania iluminacji oraz jej kształtu.

Ponadto, na początku 2023 r. zakończyła się wieloletnia umowa Zarządu Dróg Miejskich na iluminację świąteczną, a ZDM przygotowuje się do ogłoszenia przetargu obejmującego kolejne lata. W związku z tym, powinny zostać określone wytyczne do przetargu dotyczące m.in. kształtu i lokalizacji nowych instalacji, a także przemyślane kwestie dotyczące finansowania przez Miasto lub przez podmioty prywatne.

Dyskusja o iluminacji odbywa się przede wszystkim zimą, kiedy iluminacja funkcjonuje. Jednak, co ważne, strategiczne decyzje trzeba podjąć z kilkumiesięcznym wyprzedzeniem. Odpowiedź na pytania – czy ogłaszać kolejny przetarg na iluminację świąteczną i jak powinna ona wyglądać – powinny zostać sformułowane wiosną br., aby zdążyć przeprowadzić postępowanie i podpisać umowę z nowym wykonawcą przed kolejnym sezonem zimowym.

Aby dyskusja na ww. tematy mogła opierać się na merytorycznych argumentach, Zarząd Dróg Miejskich, we współpracy z Biurem Strategii i Analiz, zaprojektował badanie, które miało pomóc w znalezieniu odpowiedzi na poniższe pytania:

- Czy obecność iluminacji jest zachętą do odwiedzenia miejsc, gdzie ta jest zamontowana? Jakie jest natężenie ruchu pieszego w trakcie iluminacji? Czy iluminacja ma wpływ na ruch pieszych? Jaki jest charakter tego ruchu?
- Czy obecność iluminacji świątecznej ma wpływ na biznes funkcjonujący w miejscach, gdzie ta jest zamontowana? Jak kształtuje się ruch w lokalach usługowych w tym czasie? Czy zyski są większe w czasie iluminacji?
- Jak mieszkańcy oceniają tegoroczną iluminację świąteczną? Czy była atrakcyjna? Co wpływa na atrakcyjność iluminacji? Czy jej zasięg był wystarczający?
- Czy dalsza obecność iluminacji jest oczekiwana przez mieszkańców m.st. Warszawy w kontekście rosnących cen energii, ekologii i trudnej sytuacji finansowej Miasta? W jakim kształcie i w jakich lokalizacjach?

Niniejszy raport z badania został opracowany przez pracowników Wydziału Strategii i Komunikacji Społecznej Zarządu Dróg Miejskich. Zawiera informacje o zastosowanej metodyce oraz przedstawia wyniki przeprowadzonego badania.

2. Metodyka badania

W znalezieniu odpowiedzi na określone i wymienione we wstępie pytania badawcze miały pomóc następujące metody:

- wywiady telefoniczne z mieszkańcami Warszawy;
- obserwacja w terenie;
- sonda uliczna z przechodniami Krakowskiego Przedmieścia i Starego Miasta;
- rozmowy z przedsiębiorcami prowadzącymi lokale usługowe w miejscach funkcjonowania iluminacji;
- analiza nagrań z kamer zamontowanych na wybranych skrzyżowaniach.

Wywiady telefoniczne (CATI) zostały przeprowadzone przez firmę PBS Sp. z o.o. na zlecenie Biura Strategii i Analiz Urzędu m.st. Warszawy. Ten komponent badania został przeprowadzony w dniach 6-9 lutego 2023 r. na próbie 500 mieszkańców Warszawy w wieku od 15 lat, reprezentatywnej ze względu na płeć, wiek oraz dzielnicę zamieszkania. Głównym celem CATI było poznanie opinii warszawiaków i warszawianek na temat iluminacji zimowej.

Pozostałe komponenty badania zostały opracowane i zrealizowane przez pracowników Wydziału Strategii i Komunikacji Społecznej Zarządu Dróg Miejskich.

Obserwacje zostały przeprowadzone metodą „follow-up”, czyli podążanie wzrokiem za uczestnikiem przestrzeni w celu odnotowania sposobu poruszania się, użytkowania przestrzeni oraz podejmowanych aktywności. Obserwacje odbyły się 2 lutego (czwartek) i 4 lutego (sobota) 2023 r. w godz. 18:00-19:30. Pięcioro badaczy przeprowadziło obserwacje w następujących lokalizacjach:

- okolice skrzyżowania ul. Karowej z Krakowskim Przedmieściem;
- okolice Placu Hoovera;
- plac Zamkowy;
- Rynek Nowego Miasta;
- ul. Długa na odcinku od ul. Freta do pl. Krasińskich.

W tym samym terminie i w tych samych lokalizacjach co obserwacje, przeprowadzono **sondę uliczną** z przechodniami. Napotkani mieszkańcy oraz turyści zostali poproszeni o ocenę atrakcyjności tegorocznych iluminacji, a także zapytani o to, co powinno się zmienić w sposobie organizacji dekoracji w kolejnych latach. W miarę możliwości i gotowości przechodniów do rozmowy, poruszane przez nich wątki były pogłębiane i zapisywane przez ankieterów. W taki sposób zebrano opinie nt. oczekiwanego zasięgu i czasu funkcjonowania iluminacji czy konkretnych instalacji dekoracyjnych. W ramach sondy zebrano odpowiedzi od łącznie 115 respondentów.

Ze względu na termin wykonywania badania, dekoracje komercyjne na ul. Nowy Świat były już wyłączone. W związku z tym, ten obszar nie został objęty obserwacjami i sondażem, mimo że zestawienie opinii nt. ozdób miejskich i sponsorowanych, zawierających reklamy, byłoby ciekawym uzupełnieniem zebranego materiału. Zdaniem badaczy, przeprowadzenie sondażu ulicznego mającego na celu porównanie ocen obu iluminacji warto rozważyć w kolejnym sezonie zimowym.

Kolejnym celem badania była próba uchwycenia wpływu iluminacji świątecznej na biznes funkcjonujący w miejscach dekoracji zimowych. W związku z tym zostały przeprowadzone **rozmowy z właścicielami lub pracownikami lokali usługowych** zlokalizowanych przy ul. Nowy Świat, Krakowskie Przedmieście, na placu Zamkowym oraz Rynku Nowego Miasta. Przedsiębiorcy zostali zapytani m.in. o to, czy w ich odczuciu pojawienie się iluminacji przekłada się na większy ruch w lokalu oraz wzrost obrotów. Trzech ankierów przeprowadziło rozmowy w 83 lokalach usługowych działających w obszarze iluminacji. Ze względu na charakter badanego obszaru, zdecydowaną większość stanowiły lokale gastronomiczne (restauracje, bary, kawiarnie) – 71%. Drugim najliczniejszej typem usług były sklepy spożywcze oraz z artykułami spożywczymi (herbaciarnia, sklep ze słodyczami, alkoholowe) – 8%. Około 6% stanowiły sklepy z pamiątkami. Pozostałe lokale (15%) to m.in.: księgarnie, sklepy odzieżowe, obuwnicze, inne sklepy branżowe oraz pracownie artystyczne prowadzące również sprzedaż.

W ramach badania wykonano również **pomiary natężenia ruchu pieszego**. Pieszych liczono ręcznie, z nagrań z kamer znajdujących się na skrzyżowaniu ul. Świętokrzyskiej i Nowy Świat (nagrania z 20 grudnia 2022 r. (wtorek) i 7 stycznia 2023 r. (sobota)) oraz na rondzie de Gaulle'a (nagrania z 10 grudnia 2022 r. (sobota)).

Ze względu na krótkotrwałe przechowywanie plików z materiałem video nie udało się uchwycić ruchu przed iluminacją w celu porównania.

3. Wyniki badania

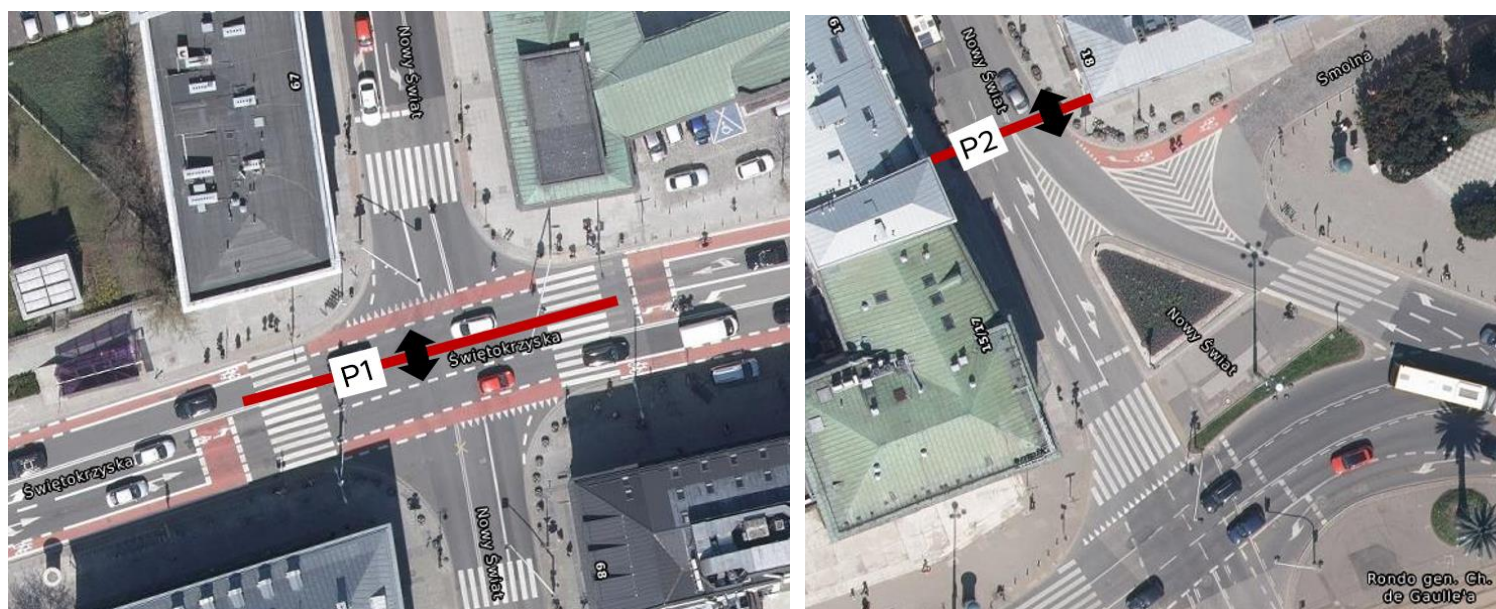
3.1 Ruch pieszy na Trakcie Królewskim w okresie iluminacji

Piesi byli liczeni w dwóch przekrojach na ul. Nowy Świat:

- 1) na przejściach przez ul. Świętokrzyską,
- 2) w okolicy ronda de Gaulle'a, na wysokości ul. Smolnej.

W każdym przekroju uwzględniono pieszych poruszających się po obu stronach Nowego Świata, w obydwu kierunkach. Poniższe ilustracje przedstawiają dokładne miejsca pomiarowe.

Ilustracja 1. i 2. Punkty pomiarowe ruchu pieszego (przekrój 1 i przekrój 2)



podkład: mapa.um.warszawa.pl

Analizowano materiał video z jednego dnia roboczego oraz dwóch sobót. Ruch pieszy liczono w przedziałach godzinowych, między 17:00 a 19:00. Największy ruch pieszy odnotowano w sobotę, 7 stycznia 2023 r. (był to długi weekend ze świętem Trzech Króli) w przedziale 18:00-19:00 na skrzyżowaniu ul. Nowy Świat i Świętokrzyskiej – w ciągu godziny przeszło tamtędy **aż 5 375 osób**.

Również natężenie ruchu pieszego zmierzone w sobotę 10 grudnia 2022 r. w okolicy ronda de Gaulle'a (tj. 4 241 osób w przedziale 18:00-19:00) było zbliżone do ruchu odnotowanego w trakcie szczytu porannego w jednym z najbardziej zatłoczonych miejsc w stolicy, tj. w wejściu do przejścia podziemnego z tzw. patelni, przy stacji metra Centrum. We wtorek 13 września 2022 r., w przedziale 7:30-8:30 przeszły tam bowiem

4422 osoby (źródło: Pomiary ruchu pieszego i rowerowego Rondo Dmowskiego 2022, Wykonawca: Eutra Krzysztof Rosiek na zlecenie ZDM).

W żadnym z wybranych punktów i przedziałów pomiarowych nie odnotowano natężenia mniejszego niż 2 tys. osób na godzinę, co pozwala wysnuć wniosek, że ruch pieszcy na Trakcie Królewskim w okresie funkcjonowania iluminacji jest bardzo duży. Poniższa tabela prezentuje zestawienie wyników pomiarów z obu punktów, ze wszystkich przedziałów godzinowych.

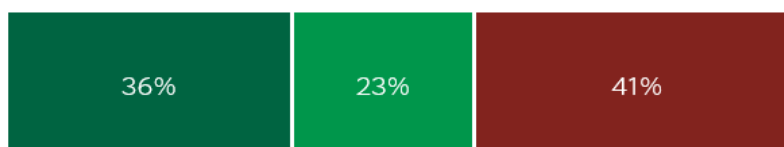
Tabela 1. Natężenie ruchu pieszego w punktach pomiarowych

Punkt pomiarowy	Data pomiaru	Dzień tygodnia	Przedział godzinowy	Liczba pieszych
Przejścia dla pieszych przez ul. Świętokrzyską	20/12/2022	wtorek	17:00-18:00	2 095
	20/12/2022	wtorek	18:00-19:00	2 324
	07/01/2023	sobota	17:00-18:00	5 349
	07/01/2023	sobota	18:00-19:00	5 375
okolice ronda de Gaulle'a	10/12/2022	sobota	17:00-18:00	3 739
	10/12/2022	sobota	18:00-19:00	4 241

źródło: opracowanie własne

Teza mówiąca o tym, że Trakt Królewski w okresie zimowej iluminacji jest odwiedzany przez wyjątkowo dużą liczbę osób, znajduje potwierdzenie również w wynikach badania CATI przeprowadzonego na próbie 500 mieszkańców Warszawy. Prawie 60% respondentów odpowiedziało, że w okresie między 3 grudnia 2022 r. (czyli dniem uruchomienia iluminacji) a dniem przeprowadzenia badania (tj. początkiem lutego 2023 r., kiedy to iluminacja nadal funkcjonowała) co najmniej raz byli na Starym Mieście, Nowym Mieście lub Krakowskim Przedmieściu. Częściej bywały tam osoby z najbliższej okolicy – mieszkańcy Śródmieścia i Pragi-Północ.

Wykres 1. Rozkład odpowiedzi na pytanie „Czy w ostatnim czasie tzn. między 3/12/2022 a dniem dzisiejszym był(a) Pan(i) na Starym Mieście, Nowym Mieście lub Krakowskim Przedmieściu?”



■ Tak, więcej niż raz ■ Tak, raz ■ Nie, ani razu

źródło: CATI, N=500

Warszawiacy odwiedzali te miejsca przede wszystkim po to, aby spędzić tam swój wolny czas (85% respondentów). Wśród innych celów wizyty na Trakcie Królewskim wymieniane były m.in. obowiązki (praca lub szkoła) czy przejeżdżanie tamtędy. Rozkład odpowiedzi na pytanie o cel wizyty przedstawia poniższy wykres. Respondenci mogli podać więcej niż jeden cel wizyty.

Wykres 2. Rozkład odpowiedzi na pytanie „W jakim celu był(a) Pan(i) na Starym Mieście, Nowym Mieście lub Krakowskim Przedmieściu w tym okresie?”



źródło: CATI, n=285

Warszawiacy najczęściej odwiedzali Trakt Królewski i Stare Miasto w towarzystwie – partnera, rodziny lub znajomych. Tylko 14 % odpowiedziało, że byli tam sami. Taki stan rzeczy potwierdzają również wyniki przeprowadzonych obserwacji w terenie.

Obserwacje pokazują, że ruch pieszy ma charakter rekreacyjny – dominują głównie spacer, tzn. przejścia wolnym krokiem. Wśród aktywności podejmowanych przez przechodniów tych miejsc, które zdobią dekoracje zimowe dominowały: obserwowanie otoczenia, rozmowy, robienie zdjęć, a także interakcje z instalacjami dekoracyjnymi (np. zabawa lub dotykanie). Wszyscy badacze odpowiedzialni za obserwacje w terenie mieli takie samo spostrzeżenie – główne atrakcje stojące (karuzele, tunele, ramki) były stale oblegane przez przechodniów, a czasem tworzyły się do nich kolejki. Warto przy tym pamiętać, że obserwacje zostały przeprowadzone w lutym, czyli po 2 miesiącach funkcjonowania iluminacji, a mimo to świetlne atrakcje cieszyły się dużym zainteresowaniem.

Ilustracja 3 i 4. Ozdoby stojące – karuzela i instalacja „sprzedawca balonów”



fot. Zarząd Dróg Miejskich

Ponad 1/3 warszawiaków, którzy wzięli udział w badaniu telefonicznym przyznała, że przynajmniej raz wybrała się na Trakt Królewski specjalnie, żeby zobaczyć iluminację zimową. Jednocześnie, te same osoby w zdecydowanej większości przypadków deklarowały, że nie odwiedziły w tym sezonie zimowym innych iluminacji, np. wystawy Magiczny Botaniczny w Ogrodzie Botanicznym UW czy wystawy Królewski Ogród Światła w Wilanowie.

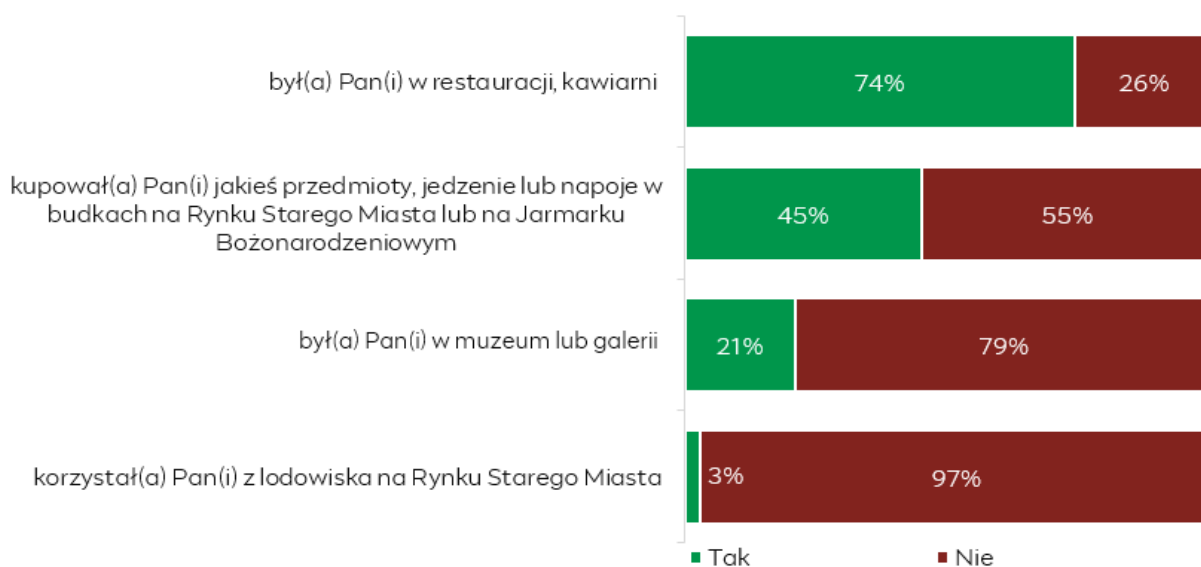
Intencjonalne odwiedzanie Krakowskiego Przedmieścia – właśnie z powodu iluminacji – potwierdzali również respondenci w sondzie ulicznej. Wiele napotkanych osób przyznawało, że przychodzą tu specjalnie, żeby „przejść się wśród ozdób”, „zobaczyć światełka” bądź przyjechali tu z kimś (np. z wnuczką czy przyjacielem z innego miasta), żeby pokazać im iluminację. W trakcie badania w terenie, jeden z badaczy usłyszał również rozmowę dwóch spacerujących kobiet, podczas której jedna powiedziała do drugiej „o, tam dalej już się kończą [ozdoby], to nie idziemy”. Po tych słowach kobiety zawróciły, żeby kontynuować spacer w miejscach, gdzie są dekoracje.

Niewątpliwie, na podstawie wyników przeprowadzonego badania można stwierdzić, że obecność iluminacji jest zachętą do odwiedzenia miejsc, gdzie ta jest zamontowana. Ozdoby świetlne są też dużą atrakcją. W trakcie obserwacji zauważono również, że także osoby będące w miejscach objętych iluminacją w innym celu (np. biegacze czy osoby wracające z zakupów) często zatrzymywały się, żeby obejrzeć dekoracje lub zrobić im zdjęcia.

3.2 Korzystanie z usług i wydatki podczas wizyt na Trakcie

Prawie 3/4 mieszkańców odwiedzających Trakt Królewski lub Stare Miasto korzystało z usług stałych lokali gastronomicznych. Mniej osób (45%) korzystało z lokali tymczasowych (na Rynku Starego Miasta lub na Jarmarku Bożonarodzeniowym). Natomiast co piąta osoba deklarowała, że skorzystała z usług kulturalnych.

Wykres 3. Rozkład odpowiedzi na pytanie „Czy spędzając wolny czas na Starym Mieście lub Trakcie Królewskim w tym okresie...”



źródło: CATI, n=238

Również właściciele lokali usługowych zlokalizowanych na Nowym Świecie, Krakowskim Przedmieściu lub Placu Zamkowym (bądź ich pracownicy) zostali zapytani o to, czy – w ich odczuciu – obecność iluminacji spowodowała wzrost liczby osób odwiedzających lokal (N=83). Aż 77% przedsiębiorców na to pytanie odpowiedziało twierdząco. **Biorąc pod uwagę same lokale gastronomiczne, aż 83% zauważa większy ruch w swoich lokalach podczas iluminacji.** 9% odpowiedziało „trudno powiedzieć” a 14% „raczej nie” bądź „nie”. W miejscach, gdzie nie zauważono zwiększonego ruchu, wg samych przedsiębiorców ruch jest zawsze wysoki lub są to miejsca, do których przychodzą wyłącznie stali klienci.

Również przedstawiciel Stowarzyszenia Nowy Świat w rozmowie z pracownikiem ZDM przywoływał opinie przedsiębiorców, którzy uważają, że obecność iluminacji jest „ratunkiem” dla lokali w okresie zimowym. Szczególnie styczeń był dla nich miesiącem trudnym ze względu na znikomy ruch. Teraz, podczas okresu z dekoracjami – zdaniem właścicieli lokali na Nowym Świecie – jest dużo lepiej.

Jeden z przedsiębiorców, z którymi przeprowadzono rozmowy, przyznał, że prowadzi kilka lokali o podobnym profilu w okolicy Starego Miasta i zdecydowanie lepiej ocenia funkcjonowanie tego zlokalizowanego w okolicy pl. Zamkowego niż na Rynku Nowego Miasta. Jego zdaniem wyraźnie mniejszy ruch w tej drugiej lokalizacji jest związany z tym, że na Nowym Mieście nie ma tak wielu atrakcji – dekoracji w ramach iluminacji, ale także innych wydarzeń, które przyciągałyby spacerowiczów, a w konsekwencji też klientów. Pozwala to sądzić, że Urząd Miasta swoimi działaniami ma wpływ na generowanie popularności pewnych miejsc – zarówno przestrzeni publicznych, jak i lokali usługowych. Należy o tym pamiętać chociażby przy otwieraniu przebudowanych ulic czy placów i planowaniu ich dalszego funkcjonowania. Zgodnie z tym podejściem, nowo otwarty „Plac Pięciu Rogów” został w tym sezonie zimowym ozdobiony efektownymi ozdobami. Zostało to zauważone przez przechodniów, którzy w sondzie ulicznej przywoływali to miejsce jako jedno z najbardziej atrakcyjnych.

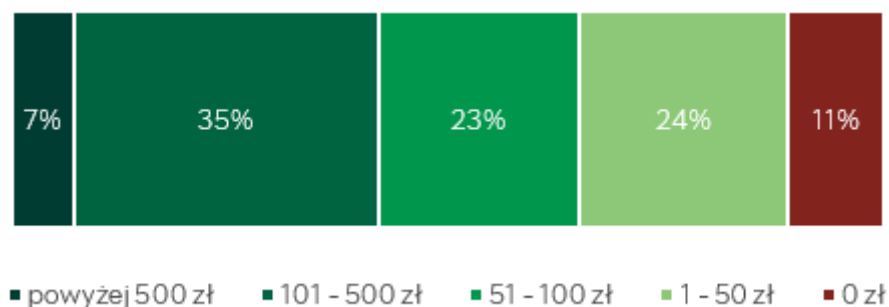
Ilustracja 5 i 6. Ozdoby iluminacji zimowej na Placu Pięciu Rogów



fot. Zarząd Dróg Miejskich

Jeżeli chodzi o wydatki na usługi ponoszone w czasie wizyty na Trakcie Królewskim, tylko 11% respondentów deklaruowało, że nie wydało żadnych pieniędzy. Najwięcej osób (35%) wydawało między 101 a 500 zł. Średnio respondenci badania CATI wydali podczas wizyty na Krakowskim Przedmieściu około 190 zł, natomiast mediana deklarowanych wydatków to 100 zł. Warto przypomnieć, że większość osób odwiedza te okolice w towarzystwie m.in. partnerów lub rodziny, co może oznaczać, że ponieśli wydatki na więcej niż jedną osobę i takie też zadeklarowali. Wykres 4 pokazuje rozkład odpowiedzi na pytanie o przybliżoną wysokość wydatków na usługi gastronomiczne, kulturalne, skorzystanie z lodowiska, zakupy w budkach na Rynku Starego Miasta czy Jarmarku Bożonarodzeniowym (zadeklarowane wydatki zostały zagregowane do widełek opisanych w legendzie wykresu).

Wykres 4. Rozkład odpowiedzi na pytanie „Ile podczas wizyty na Trakcie Królewskim w przybliżeniu wyniosły Pana(i) wydatki na usługi?”



źródło: CATI, n=238

Powyższe odpowiedzi warszawiaków i warszawianek znajdują również odzwierciedlenie w wynikach rozmów z przedsiębiorcami z Nowego Świata i Krakowskiego Przedmieścia – większość (65%; N=83) uważa, że obecność iluminacji przekłada się nie tylko na większy ruch, ale również na większe zyski ich lokali. Z kolei biorąc pod uwagę wyłącznie lokale gastronomiczne, większy obrót zauważa aż 73% restauracji, barów i kawiarni.

Można zatem pokusić się o wniosek, że Miasto czerpie pośrednie zysku z iluminacji. Większe zyski przedsiębiorstw oznaczają bowiem większe wpływy do budżetu państwa, a następnie dla gmin.

3.3 Opinie na temat iluminacji

Aż 93% respondentów w sondzie ulicznej oceniło tegoroczną iluminację jako atrakcyjną (N=113). Tylko niecałe 4% na pytanie o to, czy ozdoby są atrakcyjne odpowiedziało „nie” albo „raczej nie”, a pozostałe, pojedyncze osoby nie miały wyrobionego zdania na ten temat. Ci, którzy odpowiedzieli pozytywnie, zostali również poproszeni o uzasadnienie swojej opinii – co przede wszystkim wpływa na tę atrakcyjność, co im się najbardziej podoba. Spora część respondentów miała trudność z udzieleniem odpowiedzi na to pytanie otwarte. Jednak, zazwyczaj po chwili namysłu, **w większości przechodnie wskazywali na ogólne pozytywne wrażenia wizualne (60%).** Duża część respondentów mówiła, że ich zdaniem miasto wygląda bardzo ładnie ozdobione dekoracjami świetlnymi oraz że lubią spacerować w takiej scenerii. Drugim najczęściej pojawiającym się argumentem (38%) były konkretne atrakcje dodatkowe, tj.: karuzela, labirynt, tramwaj oraz choinka. Duża część osób jako element, który jest najatrakcyjniejszy wyróżniła Krakowskie Przedmieście i znajdujące się tam typy dekoracji – drzewa przystrojone diodami oraz ozdobne latarnie na słupach oświetlenia ulicznego.

Ilustracja 7 i 8. Ozdoby iluminacji zimowej na Krakowskim Przedmieściu



fot. Zarząd Dróg Miejskich

17% respondentów powiedziało, że to, co najbardziej im się podoba w zimowej iluminacji to klimat, jaki tworzą dekoracje. Dość często rozmówcy zwracali uwagę również na fakt, że dekoracje – szczególnie te stojące instalacje jak np. karuzele, labirynt czy tramwaj – są dużą frajdą dla dzieci.

Spośród opinii nt. iluminacji, wypowiedzianych przez przechodniów w sondzie ulicznej można przywołać m.in. takie jak:

„Jest przepięknie. Cudowny klimat, fajnie być w takim miejscu.”

„Tych ozdób jest ogromnie dużo, to robi wrażenie, jest tak jasno.”

„Tworzą przyjemny klimat. Poprawia mi się nastrój. Czuję się jak na urlopie. Podoba mi się sposób dobrania elementów.”

„Powinien być taki klimat w mieście zimą. Ślicznie jest z tymi światełkami, super atmosfera.”

„Ten okres zimowy jest dzięki temu weselszy, a miasto żyje.”

„Dają świąteczny klimat i sprawiają, że ulica jest cieplejsza w te zimne wieczory.”

„Super, że miasto znalazło na to pieniądze.”

Ostatni z przywołanych cytatów prezentuje dość częstą postawę osób świadomych trudnej sytuacji finansowej samorządów czy rosnących cen energii. Wiele z nich przyznało, że właśnie z wyżej wymienionych powodów nie spodziewało się iluminacji na tak szeroką skalę. Jednocześnie, byli pozytywnie zaskoczeni, a inni wręcz zachwyceni, że, mimo to, Urząd Miasta zdecydował się na ten wydatek.


Bardzo pozytywnie o iluminacji wypowiadali się również napotkani turyści. Doceniali przede wszystkim klimat, jaki tworzą ozdoby, chętnie wyrażali zachwyt dekoracjami. Także w opiniach zamieszczanych na platformie TripAdvisor (ilustracja 11) oraz aplikacji Google Maps (ilustracja 9 i 10) iluminacja zimowa jest wymieniana przez podróżników z zagranicy jako jedna z głównych atrakcji i zachęta dla innych użytkowników do odwiedzenia Warszawy właśnie w okresie Świąt Bożego Narodzenia.

Ilustracja 9. i 10. Opinie o Trakcie Królewskim i iluminacji w aplikacji Google Maps



źródło: www.google.com/maps


Ilustracja 11. Opinie o Starym Mieście i iluminacji na portalu TripAdvisor

 **vicky n**
2 contributions


●●●●●

Lovely afternoon in the Old Town of Warsaw
Jan 2023 • Family

There was a lovely ice skating rink in the centre of the square. All lit up with Christmas lights. Really lovely afternoon spent there.



Written 16 February 2023

 **Karolina Batt**
3 contributions

●●●●●

Walked in the winter evening through beautiful lit up cobble stone streets.
Feb 2023

Admired the historical architecture and popped into few bars that we all beautiful and welcoming!! All the streets and center square are beautifully lit up.

Written 7 February 2023

źródło: [tripadvisor.com](https://www.tripadvisor.com)

Stosunkowo często przechodnie w sondzie ulicznej zwracali uwagę na brak choinki na pl. Zamkowym i Rynku Nowego Miasta (badanie zostało przeprowadzone w I poł. lutego 2023 r., czyli po tym, jak choinki zostały zdemontowane). Było to podkreślane najczęściej przez przechodniów spacerujących w okolicach Zamku Królewskiego – tutaj brak choinki, stanowiącej główną atrakcję i dominantę, był szczególnie odczuwalny. Niektórzy rozmówcy uważali, że nawet z choinką **plac Zamkowy wydaje się być „pusty” i ciemny w porównaniu do Nowego Świata i Krakowskiego Przedmieścia**. Często dzielili się odczuciem, że spacerując Traktem Królewskim mieli wrażenie, iż dekoracje poniekąd „prowadzą” użytkownika tej przestrzeni do pl. Zamkowego, jednak sam plac jest niedostatecznie atrakcyjnym zwieńczeniem trasy spaceru.

Niekiedy zwracano również uwagę na dysproporcje w liczbie ozdób między głównym ciągiem pieszym, a bocznymi drogami. „Niektóre ulice są bardzo ciemne, np. ten fragment Freta [między Świętojerską, a rynkiem Nowego Miasta]”, „Fajnie oświetlona główna ulica [Krakowskie Przedmieście], ale odnogi zaniedbane”-wypowiadali się przechodnie.

Przechodnie napotkani w okolicach Rynku Nowego Miasta stosunkowo często zwracali uwagę również na brak oświetlenia okazałego dębu, rosnącego od strony ul. Freta. Tamtejsi restauratorzy z kolei pozytywnie oceniali obecność karuzeli w centralnej części placu, jednak, ich zdaniem, dekoracji powinno być jeszcze więcej, aby lepiej wykorzystywać potencjał tego miejsca.

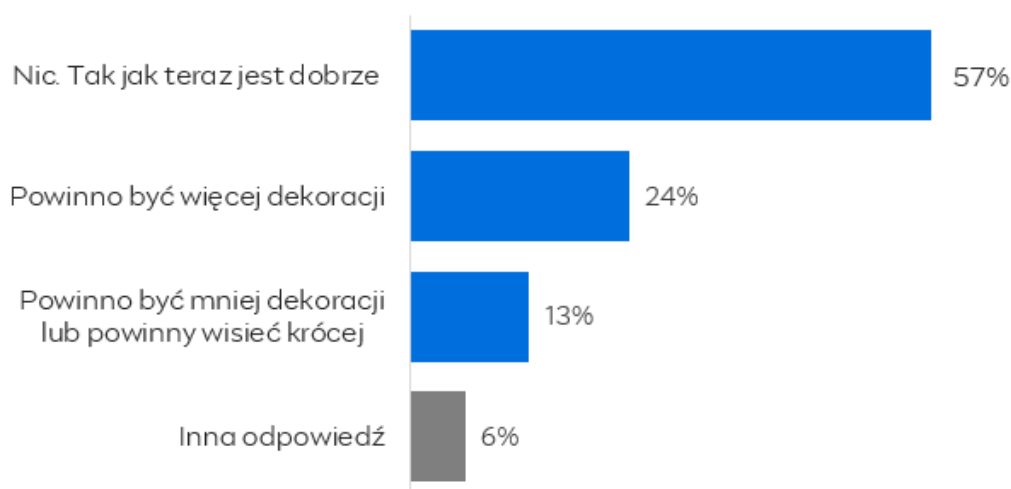
W nawiązaniu do konieczności oszczędzania energii, niekiedy pojawiały się również opinie krytykujące zbyt długie, zdaniem mieszkańców, utrzymywania włączonych iluminacji. Niektórzy wyrażali nawet irytację z tym związaną: „Czemu iluminacje są tak długo, zaraz ostatki a tu jeszcze ozdoby świąteczne?”, „Za rok też powinna być iluminacja, ale nie za długo, bo to kosztuje, a przecież to z pieniędzy podatników”. W przyszłości **należy zatem zadbać o to, aby informacja o faktycznych niskich kosztach utrzymania dekoracji mocniej przebiła się do świadomości warszawiaków i warszawianek.**

Wśród osób pozytywnie oceniających iluminację i elementy wpływające na jej atrakcyjność nie widać różnic opinii ze względu na płeć czy też wiek. Natomiast **pojedyncze osoby, które oceniły iluminację jako nieatrakcyjną** to mężczyźni w wieku produkcyjnym. Argumenty przez nich przytaczane dotyczyły głównie:

- charakteru ozdób – jeden mężczyzna opisał je określeniem „kiczowate”, a dwóch kolejnych jako „za duże i onieśmielające”;
- oraz celowości wydatku – jeden z rozmówców powiedział, że ich finansowanie jest „bez sensu”; Inny ocenił, że dekoracje nie są potrzebne, a pieniądze wydawane na iluminacje powinny zostać przeznaczone na place zabaw dla dzieci lub parki.

Na pytanie o to, jak powinna się zmienić iluminacja w przyszłym roku, ponad połowa respondentów sondy odpowiedziała, że nie widzi potrzeby modyfikacji i że zasięg tegorocznych ozdób jest wystarczający. Niespełna 1/4 przechodniów uważa, że powinno być więcej dekoracji, przede wszystkim w okolicach Starego Miasta, ale i w innych częściach Warszawy, m.in. na ulicy Świętokrzyskiej. Nieznaczna część respondentów (13%) odpowiedziała, że dekoracji powinno być mniej lub powinny funkcjonować krócej. Tym typom odpowiedzi towarzyszyły najczęściej komentarze o rosnących cenach energii, trudnej sytuacji finansowej samorządów i potrzeby oszczędzania. Jednak nawet osoby dostrzegające te kwestie podkreślały, że należy rozważyć wyłącznie ograniczenie iluminacji, nie całościową rezygnację z niej. Wśród innych odpowiedzi przechodniów dominowały opinie o tym, że dekoracje powinny zmieniać się co roku. Pojawiały się również wypowiedzi nt. świątecznego charakteru iluminacji. Jedni chcieliby, żeby ozdoby były bardziej związane z Bożym Narodzeniem, inny wręcz przeciwnie – uważają, że powinny być możliwie uniwersalne, np. napis na pocztówce „Wesołych Świąt” powinien zostać tekstem „Pozdrowienia z Warszawy”.

Wykres 5. Rozkład odpowiedzi na pytanie „Co powinno się zmienić w kolejnych odsłonach iluminacji?”



źródło: sonda uliczna, N=113

Podobne pytanie – jakie zmiany w przyszłorocznych iluminacjach pozytywnie wpłynęłyby na funkcjonowanie ich lokalu? – zostało skierowane do przedsiębiorców prowadzących lokale usługowe na Nowym Świecie lub Krakowskim Przedmieściu. 25 respondentów nie udzieliło konkretnej odpowiedzi na to pytanie (w odpowiedzi padło sformułowanie „trudno powiedzieć” lub podobne). Natomiast rozkład odpowiedzi pozostałych rozmówców prezentuje wykres 6.

Wykres 6. Rozkład odpowiedzi na pytanie „Jakie zmiany w przyszłorocznych iluminacjach Pani/ -a zdaniem pozytywnie wpłynęłyby na funkcjonowanie lokalu? Co powinno się zmienić?”



źródło: rozmowy z przedsiębiorcami, n=58

Zdaniem prawie połowy przedsiębiorców obecny kształt i zakres iluminacji jest wystarczający i nie widzą możliwości wprowadzenia zmian, które – ich zdaniem – mogłyby przełożyć się korzystnie na funkcjonowanie ich lokalu. Aż ¼ przedstawicieli lokali objętych badaniem jest zdania, że dekoracje powinny zmieniać się co roku, dzięki czemu przyciągałyby większą liczbę turystów i spacerowiczów. Większość z 18%

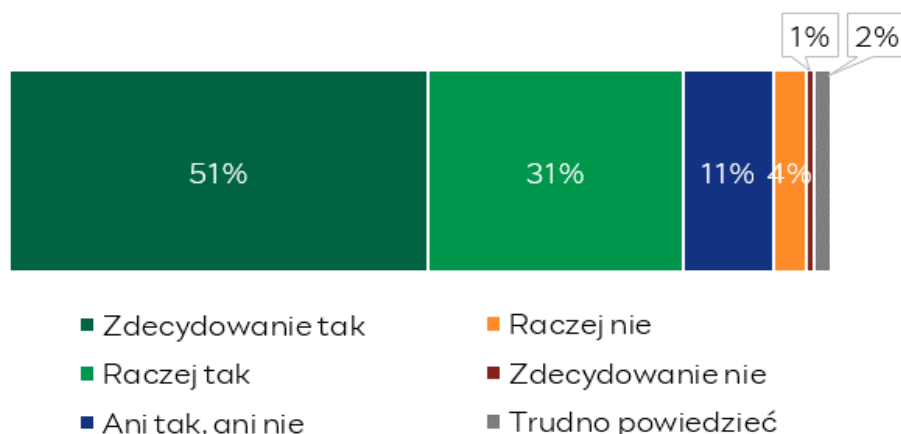
odpowiedzi dotyczących zwiększenia liczby dekoracji odnosiła się przede wszystkim do lepszego oświetlenia Rynku Nowego Miasta oraz placu Zamkowego. W tej grupie odpowiedzi znalazły się też wypowiedzi przedsiębiorców, którzy chcieli, żeby przy ich lokalu pojawiła się jakaś dodatkowa atrakcja typu karuzela czy ramka do pozowania.

Co ciekawe, żaden z przedsiębiorców nie odpowiedział, że iluminacja powinna wisieć dłużej lub świecić przez całą noc (zgodnie z decyzją prezydenta Rafała Trzaskowskiego, iluminacja w tym sezonie zimowym gasła przed północą).

Wśród „innych odpowiedzi” pojawiały się m.in.: ograniczenie liczby lub powierzchni reklam na dekoracjach (w odniesieniu do sponsorowanej iluminacji na Nowym Świecie), lepsza promocja iluminacji oraz organizacja wydarzeń, które stanowiłyby uzupełnienie i dodatkową zachętę do odwiedzenia Traktu Królewskiego („Można organizować koncerty, eventy. To przyciągnie jeszcze więcej ludzi niż świąteczka”).

Aż 82% mieszkańców i mieszanek Warszawy chciałoby, żeby w kolejnym sezonie zimowym również była świąteczna iluminacja Traktu Królewskiego. Tylko 5% respondentów badania telefonicznego odpowiedziało, że nie ma takich oczekiwań („zdecydowanie nie” (1%) i „raczej nie” (4%)). Najczęściej „przeciwnikami” iluminacji byli mieszkańcy Śródmieścia (17% odpowiedzi negatywnych). Być może wynika to z faktu, że iluminacji towarzyszą też czasowe zamknięcia ulic Traktu Królewskiego i zmiany w funkcjonowaniu komunikacji publicznej, a także duży ruch pieszy, co może być postrzegane przez mieszkańców centrum jako niepożądane.

Wykres 7. Rozkład odpowiedzi na pytanie „Czy chciał(a)by Pan(i), aby w przyszłym sezonie zimowym była świąteczna iluminacja Traktu Królewskiego oraz Starego Miasta?”



źródło: CATI, N=500

3.4 Finansowanie iluminacji i obecności reklam

Respondenci badania CATI zostali zapytani o to, kto powinien finansować świąteczną iluminację Traktu Królewskiego oraz Starego Miasta: w całości Urząd m.st. Warszawy, w całości firmy prywatne (co wiąże się z obecnością reklam) czy po połowie – Urząd oraz sponsorzy. **Ponad połowa warszawiaków odpowiedziała, że optymalnym rozwiązaniem, z ich punktu widzenia, jest podział kosztów między samorząd a sponsorów prywatnych, co oznacza obecność reklam na dekoracjach.** ¼ mieszkańców oczekuje, że przedsięwzięcie będzie finansowane wyłącznie przez Urząd, co oznacza brak obecności reklam. Pełny rozkład odpowiedzi na pytanie prezentuje wykres 8.

Wykres 8. Rozkład odpowiedzi na pytanie „Kto Pana(i) zdaniem powinien finansować świąteczną iluminację Traktu Królewskiego oraz Starego Miasta?”



- W całości Urząd miasta Warszawy, co oznacza brak reklam sponsorów
- W całości firmy prywatne, co wiąże się z obecnością reklam
- Po połowie – przez Urząd miasta Warszawy oraz prywatnych sponsorów, co wiąże się z obecnością reklam
- Trudno powiedzieć

źródło: CATI, N=500

Należy jednak wziąć pod uwagę, że zadając powyższe pytanie, ankieterzy nie przedstawiali respondentom zdjęć dekoracji z reklamami i bez nich. Być może mając przed oczami ozdoby obrandowane logotypami sponsorów, udział odpowiedzi dopuszczających reklamy byłby mniejszy. Decydując się na rozszerzenie sponsorowanych iluminacji, należałoby przeprowadzić dodatkowe badania (np. w formie zogniskowanych wywiadów grupowych) dot. wyglądu i wielkości reklam.

Jak już wcześniej wspomniano, niestety, ze względu na dość późny termin przeprowadzenia badania, obszar komercyjnych dekoracji na Nowym Świecie nie został objęty obserwacjami i sondażem, ponieważ na początku lutego iluminacja była już wyłączona. Niemniej, mimo że kwestionariusz sondy nie zawierał pytania o reklamy i iluminację Nowego Świata, niektórzy przechodnie spontanicznie wypowiedzieli się na ten temat, jednak zawsze w negatywnym kontekście. Pojawiały się

opinie o tym, że reklamy towarzyszące ozdobom na Nowym Świecie są „brzydkie” i „drażniące” – „Nowy Świat brzydkie miał iluminacje [w tym roku], a na domiar złego – sponsorowane” oraz „Bez takiego nachalnego marketingu byłoby lepiej” – mówili przechodnie.

Również przedstawiciel stowarzyszenia Nowy Świat w rozmowie z pracownikiem ZDM deklarował, że dostrzega potrzebę ograniczenia powierzchni reklam.

Ilustracja 12. Iluminacja sponsorowana na Nowym Świecie



fot. Stowarzyszenie Nowy Świat

4. Najważniejsze wnioski i rekomendacje

Ponad 1/3 mieszkańców Warszawy objętych badaniem telefonicznym deklarowała, że co najmniej raz wybrała się na Trakt Królewski specjalnie, żeby zobaczyć iluminację.

Średnie natężenie ruchu pieszego na Nowym Świecie w okresie funkcjonowania iluminacji jest bardzo duże - zbliżone do ruchu odnotowanego na tzw. patelni (przy metrze Centrum) w szczycie porannym w dzień roboczy.

Zdecydowana większość przebadanych przechodniów (93%) uważa, że iluminacja zimowa w sezonie 2022/2023 była atrakcyjna. Najczęstszym uzasadnieniem takiej opinii było „ogólne pozytywne wrażenie wizualne”, sposób oświetlenia i typ dekoracji na Krakowskim Przedmieściu oraz przyjemny klimat i atmosfera, jaką tworzą ozdoby. Zdaniem mieszkańców iluminacja ożywia miasto, jest radosnym akcentem w trakcie ponurego zimowego czasu i pozytywnie wpływa na wizerunek Warszawy.

Zasięg iluminacji z reguły był oceniany jako „wystarczający”. Jednocześnie, spora część respondentów wskazywała, że plac Zamkowy jest miejscem niedostatecznie doświetlonym i atrakcyjnym, szczególnie w porównaniu z Krakowskim Przedmieściem, które poniekąd „prowadzi” spacerowiczów w tamtym kierunku, do miejsca będącego zwieńczeniem spaceru.

Zdaniem przedsiębiorców, iluminacji zimowej powinny towarzyszyć dodatkowe atrakcje w postaci wydarzeń kulturalnych czy eventów rozrywkowych. Ich zdaniem takie działania przyciągałyby więcej spacerowiczów, a w konsekwencji też klientów.

Część respondentów badania oczekuje, że dekoracje będą zmieniać się co roku.

Atrakcje typu tunel, obrotowa karuzela czy tramwaj konny, tzn. nie tylko dekoracyjne, ale też służące do zabawy lub przy których można pozować do zdjęć, cieszą się ogromnym zainteresowaniem przez cały okres funkcjonowania iluminacji. Często tworzą się kolejki, aby móc do nich podejść i je sfotografować. Choinka również jest dla mieszkańców ważnym symbolem i elementem iluminacji. Wiele osób zwracało uwagę na jej widoczny brak (choinki na Rynku Nowego Miasta i pl. Zamkowym zostały rozebrane przed rozpoczęciem badania), podczas gdy inne dekoracje jeszcze wisały.

Mieszkańcy dość często wskazywali, że iluminacja powinna funkcjonować krócej – przede wszystkim w kontekście cen energii i potrzeby oszczędzania. W przyszłości należy zadbać o to, aby informacja o faktycznych znikomych kosztach funkcjonowania iluminacji (w związku z energooszczędnymi ozdobami) mocniej przebiła się do świadomości warszawiaków i warszawianek.

Iluminacja zimowa jest dużą atrakcją turystyczną. W opiniach miejsc takich jak Stare Miasto czy Warszawa, zamieszczanych przez turystów na TripAdvisor czy Google Maps, często pojawiają się zachęty do odwiedzenia stolicy właśnie w okresie zimowym ze względu na „robiące wrażenie” dekoracje świąteczne.

Mieszkańcy spędzający swój czas wolny na Trakcie Królewskim lub Starym Mieście, poza spacerami, najczęściej korzystają również z usług lokali gastronomicznych znajdujących się w tej okolicy. Przedsiębiorcy potwierdzają, że funkcjonowanie iluminacji – w ich odczuciu – przekłada się zarówno na większy ruch w ich lokalach, jak większe zyski.

Aż 82% przebadanych warszawiaków i warszawianek chciałoby, żeby w przyszłym sezonie zimowym była świąteczna iluminacja Traktu Królewskiego oraz Starego Miasta. Nawet osoby, które zwracały uwagę na kontekst rosnących cen energii lub trudnej sytuacji budżetowej samorządów podkreślały, że w przypadku ograniczonych możliwości finansowych miasta należy rozważyć wyłącznie ograniczenie iluminacji, a nie całkowitą rezygnację z niej.

Większość mieszkańców oczekuje udziału firm prywatnych w finansowaniu kosztów iluminacji, co wiąże się z obecnością reklam na dekoracjach. Jednak decydując się na rozszerzenie sponsorowanych iluminacji, rekomenduje się przeprowadzić dodatkowe badania (optymalnie w formie zogniskowanych wywiadów grupowych) dot. wyglądu reklam i sposobu ich wkomponowania w ozdoby.

Opracował:

Zespół Strategii i Analiz

Wydziału Strategii i Komunikacji Społecznej

Zarządu Dróg Miejskich