



PISMO BRANŻOWE
PRACOWNIKÓW TURYSTYKI

WIADOMOŚCI TURYSTYCZNE

NR 5 (453), MAJ 2021

WWW.WIADOMOSCITURYSTYCZNE.PL
WWW.FACEBOOK.COM/WIADOMOSCITURYSTYCZNE

Turystyczny Fundusz Zwrotów – od kiedy spłaty?

OPOLE KOCHA TURYSTÓW

Z **Arkadiuszem Wiśniewskim**, prezydentem Opola, rozmawiamy o inwestycjach w turystykę, rewitalizacji kultowego amfiteatru i rosnącej atrakcyjności miasta.

PAŃSTWO IGNORUJE POTRZEBY GMIN UZDROWISKOWYCH

BRAK MAJÓWKI (CZĘŚCIOWO) ZABOLI

Majówka w tym roku nie przyniesie przychodów takich jak zazwyczaj – na realizację pełnego programu nie pozwala pandemia koronawirusa.

wt

**RANKING SZKOŁY
WYŻSZE**

Najlepsze polskie uczelnie
kształcące na kierunkach
turystycznych



Komentarze

- 3 **Marzena German:** Czy politycy ugryzą się wreszcie w język?
- 4 **Alicja Dąbrowska:** Od „Kontynentów” do Tatr
- 4 **Marcin Kiepas:** Latem waluty powinny być znacznie tańsze
- 5 **Maciej Szczechura:** Najważniejsze ogniwo i odpowiedzi na nowe pytania

Rozmowa

- 6 **Raja Ammar:** Tunezyjska turystyka musi być wymyślona na nowo. Oferujemy bezpieczeństwo i zdrowie

Branża

- 8 **Brak majówki (częściowo) zaboli**
Dla dużych touroperatorów majówka jest ważnym okresem, bo wtedy na wiosenny urlop wyjeżdża sporo turystów. W tym roku nie przyniesie przychodów takich jak zazwyczaj – w dalszym ciągu na realizację pełnego programu nie pozwala pandemia koronawirusa.

Biura

- 10 **Za pracę przy anulacji agentom należy się zapłata**
- 12 **Powiało optymizmem. Biura liczą na w miarę udany sezon**
Z jednej strony doniesienia o tragicznym bilansie trzeciej fali pandemii koronawirusa, z drugiej rosnąca gotowość ze strony klientów do zamawiania wyjazdów.

Turystyka wodna 2021
Pobierz bezpłatnie www.wiadomosciturystyczne.pl



Sylwetka. **Małgorzata Wierzbicka:** Nie konkuruję z dużymi touroperatorami.

- 14 **Apetyt Polaków na zagraniczne podróże rośnie z każdym dniem**
- 16 **Gwarancje ubezpieczeniowe cały czas w ofercie, ale czy dostępne**
Touroperatorzy, szczególnie mniejsi, mówią, że mają problemy z uzyskaniem gwarancji ubezpieczeniowych na kolejny rok. Ubezpieczyciele odpowiadają, że cały czas oferują ten produkt, ale wnioski rozpatrują indywidualnie.
- 17 **Pożegnaliśmy Aleksandra Giertlera**
- 18 **Na normalność w turystyce poczekamy jeszcze kilka lat**
Mało optymistyczne wieści dla branży turystycznej płyną z najnowszego raportu przygotowanego przez Allianz Research i Euler Hermes. Według analityków do stanu sprzed pandemii wrócimy dopiero w 2024 r.
- 20 **To będzie ciężki sezon, dlatego branża musi współpracować**
Przedstawiciele OSAT spotykali się z touroperatorami, by uporządkować zasady współpracy i przedyskutować jej reguły. Stowarzyszenie jest gotowe pomagać, jeśli pojawią się problemy na linii biuro podróży-agent.
- 22 **Paszporty covidowe powoli do przodu**



Biura: Na normalność w turystyce poczekamy jeszcze kilka lat

#CzasNaPolskę

- 24 **Opole kocha turystów,**
Z **Arkadiuszem Wiśniewskim**, prezydentem Opola, rozmawiamy o inwestycjach w turystykę i rosnącej atrakcyjności miasta.
- 26 **Państwo ignoruje potrzeby gmin uzdrowiskowych**
- 30 **Uzdrowiska bez cudzoziemców. Czy polscy turyści dopiszą**
Gminom uzdrowiskowym brakuje zagranicznych kuracjuszy, liczą jednak, że ich nieobecność zrekompensują polscy turyści.
- 34 **POT. Podróże z Certyfikatem Dobrych Praktyk**
- 36 **Rząd zamroził stacje narciarskie. Bez pomocy sektor nie przetrwa**

Destynacje

- 42 **Chorwacja dla przetestowanych lub zaszczepionych**
- 43 **Włosi ratują wyspy**

Prawo

- 44 **Turystyczny Fundusz Zwrotów – od kiedy spłaty?**

Sylwetka

- 46 **Małgorzata Wierzbicka:** Nie konkuruję z dużymi touroperatorami

Ankieta

- 47 **Zofia Knapik:** Greckie powietrze jest najwspanialsze

Kronika

- 48 **Dziennikarze roku**
- 48 **PTTK i POT o współpracy**
- 48 **ZOPOT w Amsterdamie z Gold Award**



Kronika: ZOPOT w Amsterdamie z Gold Award

CZY KTOŚ WIDZIAŁ KIEDYŚ BADANIA POTWIERDZAJĄCE, ŻE WYJAZDY ZORGANIZOWANE NIOSĄ ZE SOBĄ ZWIĘKSZONE RYZYKO ZACHOROWAŃ?

Czy politycy ugryzą się wreszcie w język?



Minister zdrowia, zapytany na konferencji prasowej, czy polski rząd rozważa wprowadzenie kar za wyjazdy zagraniczne na wzór Wielkiej Brytanii, odpowiedział, że co prawda na razie takich planów nie ma, ale opcji tej nie można wykluczyć. Wyjaśnijmy – za wyjazd z Anglii, bo to właśnie jej dotyczył ten przepis, można było zostać ukaranym mandatem do 5 tys. funtów. Minister Niedzielski dopowiedział natomiast, że w jego odczuciu podróże zagraniczne są w czasie trwającej trzeciej fali pandemii koronawirusa zachowaniem nie fair wobec innych mieszkańców kraju. Czy szef resortu zdrowia rzeczywiście tak uważa, czy tylko gra pod publikę? W końcu kilka minut wcześniej stwierdził, że nasza służba zdrowia znalazła się na skraju wytrzymałości. W sumie na tak zadane pytanie trudno było spodziewać się innej odpowiedzi.

Zastanówmy się jednak przez chwilę nad jej konsekwencjami. Każde tego rodzaju stwierdzenie uderza w niezdecydowanych klientów, którzy, choć normalnie w pierwszych tygodniach roku mieliby zaplanowany i zarezerwowany wyjazd na wakacje, teraz wstrzymują się z decyzjami do ostatniej chwili. A zabawa w wypełnianie samolotów na dzień czy dwa przed wylotem to dla touroperatorów prawdziwy rollercoaster. Szczególnie latem, kiedy gra toczy się o spore pieniądze. Po ponad roku ekstremalnej walki o utrzymanie firm, zatrudnienia i klientów takich emocji branża na pewno nie potrzebuje.

Gdyby politycy wstrzymywali się przed wypowiedzianiem szkodliwych dla branży opinii, być może łatwiej byłoby przekonać klientów do zamówienia wycieczek na za kilka miesięcy? Skorzystaliby na tym wszyscy – podróżni, bo biura oferują im szereg gwarancji, dzięki którym nawet jeśli w ostatniej chwili dojdzie do zamknięcia granic czy wprowadzenia innych ograniczeń albo na wyjazd nie pozwoli im stan zdrowia, otrzymają zwrot pieniędzy. Dobrze wyszliby na tym touroperatorzy, bo mieliby pogląd na skalę operacji, pomogłoby to również agentom, którzy otrzymaliby przynajmniej częściową prowizję, a także liniom lotniczym i hotelom w wakacyjnych miejscach.

Jeśli rządzący uważają, że mają rację, odradzając wyjazdy zagraniczne, dobrze by było, by wytłumaczyli, na jakiej podstawie wydają takie wyroki. Jak dotąd szeroko mówiło się tylko o badaniach zaprezentowanych przez niemiecki Instytut Roberta Kocha, z których wynika, że wycieczki przygotowane przez profesjonalne biura podróży przebiegają spokojnie, a odsetek nowych zakażeń pojawiających się w związku z nimi jest znikomy. Mniej prestiżowe, ale również dające do myślenia są analizy dużych touroperatorów – Grupy TUI i FTI, których turyści poddawani byli badaniom na COVID-19 przed powrotem do kraju (dotyczyło to m.in. wakacji w Turcji w zeszłym roku). Okazało się, że liczbę zakażonych wyrażało się w promilach. Skoro w tym roku mamy do dyspozycji więcej testów, część osób jest już zaszczepionych, i to zarówno w Polsce, jak i za granicą, to ryzyko zarażenia się COVID-19, tak na logikę biorąc, powinno być jeszcze niższe niż przed rokiem. To

prawda, że pojawiły się nowe warianty wirusa, ale przecież wszyscy zapewniają, że szczepionki chronią także przed nimi.

Pocieszające w tym wszystkim jest to, że podobną retorykę uprawiają politycy także w innych krajach. A może to jednak żadne pocieszenie, a raczej problem, bo jedni powtarzają to, co powiedzieli inni? Jakby nie patrzeć, w tak samo trudnej sytuacji znajdują się firmy turystyczne na innych rynkach, także tych największych. Weźmy za przykład wspomnianą już dziś Wielką Brytanię – najpierw premier tego kraju ogłosił, że przed 17 maja nie będzie można wyjeżdżać za granicę, co dało wszystkim nadzieję, że po tej dacie nastąpi otwarcie. Rezerwacje skoczyły, potem politycy zaczęli się wycofywać z tych deklaracji, na razie premier Johnson nie wskazał konkretnej daty otwarcia.

Nie lepiej było w Niemczech. Najpierw Instytut Roberta Kocha wykreślił Baleary z listy obszarów ryzykownych w kontekście zarażenia się koronawirusem, co spowodowało, że MSZ zniósł swoje ostrzeżenie przed podróżami na Majorkę i inne wyspy. Klienci rzucili się do rezerwacji, politycy wpadli w panikę i zaczęli rozważać wprowadzenie czasowego zakazu wyjazdów zagranicznych. Wszystko działo się w gorącym okresie przed Wielkanocą. Ostatecznie okazało się, że taki zakaz byłby trudny do wdrożenia z prawnego punktu widzenia, pozostały zatem apele i inna zasada – przed przylotem do Niemiec trzeba zrobić test na COVID-19. Jego wykonanie miały umożliwić także linie lotnicze. Na przygotowanie się dostały kilka dni...

Przedstawiciele branży i polskiej i zagranicznej mówią jednym głosem: najważniejsze jest zdrowie. Jednocześnie apelują do polityków: nie musicie zachęcać do wyjazdów zagranicznych, ale przynajmniej do nich nie zniechęcajcie.



MARZENA GERMAN
dziennikarka
„Wiadomości Turystycznych”




RODZICE PRENUMEROWALI MI NIEZAPOMNIANY MAGAZYN „KONTYNENTY”

Od „Kontynentów” do Tatr

Ta majówka już przechodzi do historii jako nie-majówka. Wiele krajów wciąż pozamykanych za sprawą pandemii koronawirusa, lotów jak na lekarstwo, ośrodki turystyczne przeczekują flautę. W tej sytuacji pora chyba wrócić do... podróży czytelnicznych. Do podążania śladem tych, którzy byli, widzieli, opisali. Niemal z łezką w oku wspominam dawne czasy, kiedy rodzice prenumerowali mi niezapomniany magazyn „Kontynenty” pod redakcją słynnej podróżniczki i pisarki Elżbiety Dzikowskiej. Całe jego roczniki wypełniały liczne pudła, wielokrotnie do nich wracałam.

Z czasem pism o charakterze turystycznym przybywało, stawały się coraz bardziej kolorowe, a coraz bardziej elegancki papier błyszczał za każdym razem mocniej. Aż nastało królestwo internetu i okazało się, że stawiamy na strony www i aplikacje, a nie na tradycyjne podróźnicze magazyny czy katalogi – bo można je łatwo aktualizować, są bardziej pojemne, no i interaktywne. Ale – tak jak z piękną książką – tak i w tym przypadku papier i druk mają swoje niesłabnące walory. Dla mnie te „namacalne” czasopisma zachowały magię nieporównywalną z poświatą ekranu laptopa, tabletu czy komórki. Dziś wciąż podziwiam „Tatry”, kwartalnik wydawany przez Tatrzański Park Narodowy. Choć adresowany głównie do miłośników tych gór, nie odbieram go jako „specjalistycznego” [czytaj: nudnego]. I choć – z powodów produkcyjno-technicznych – dociera do moich rąk z opóźnieniem, wcale mi to nie przeszkadza. Od niedawna mam w posiadaniu ostatni numer – 75. (Zima 2021). Jego okładkowym bohaterem jest Tytus Chałubinski. Co za wielowymiarowa postać! Lekarz, botanik, działacz społeczny i polityczny, powstaniec węgierski, filantrop. Kolekcjonował też okazy botaniczne, przede wszystkim mchy. Pamiętany jest chyba głównie jako taternik, jeden z pierwszych badaczy przyrody tatrzańskiej i popularyzator Zakopanego, górale zwali go Królem Tatr.

W „Tatrach” zachwycają mnie cudowna szata graficzna oraz teksty o ponadczasowych walorach, które nie tracą aktualności już nazajutrz. W magazynie zamieszczanych jest też wiele bezcennych archiwaliów i świadectw. Muszę przyznać, że – mimo mocnego postanowienia o regularnym odchudzaniu biblioteki i archiwów – wciąż nie mogę się rozstać z jego starymi rocznikami. 



ALICJA DĄBROWSKA

dziennikarka
„Gazety
Wyborczej”




PERSPEKTYWY DLA ZŁOTEGO WYDAJĄ SIĘ BARDZO KORZYSTNE.

Latem waluty powinny być znacznie tańsze

Marcowa przecena złotego w relacji do głównych walut, w tym 12-letni rekord notowań EUR/PLN (4,6780 zł), to już odległa historia. Zwrot na rynku walutowym, jaki miał miejsce w ostatnich dniach marca, definitywnie kończy okres jego słabości, otwierając jednocześnie drogę do powolnego, i jak się wydaje, trwałego umocnienia. Latem euro, dolar i szwajcarski frank powinny być wyceniane znacznie niższe niż w pierwszych dniach wiosny. Kurs EUR/PLN rozpoczął trzeci tydzień kwietnia na poziomie 4,55 zł, czyli prawie 13 gr niższe niż w szczytowym momencie marca. Dolar w tym czasie kosztował 3,78 zł i był najtańszy od 1,5 miesiąca, a za szwajcarskiego franka trzeba było zapłacić poniżej 4,14 zł.

Perspektywy dla złotego wydają się bardzo korzystne. I to z kilku powodów. Pierwszy i najważniejszy to powoli ustępująca trzecia fala pandemii i coraz więcej sygnałów zwiastujących znaczące przyspieszenie szczepień przeciw COVID-19, co pozwoli Polakom wrócić do normalnej przedpandemicznej aktywności, a dla gospodarki będzie oznaczało znaczące przyspieszenie wzrostu. Pierwsze sygnały takiego przyspieszenia już są widoczne. Gospodarka nauczyła się funkcjonować w pandemii, co w zestawieniu z efektem niskiej bazy już wiosną wywoła eksplozję pozytywnych danych makroekonomicznych z Polski. Niejednokrotnie danych o dwucyfrowej dynamice. To będzie wspierać złotego.

Ważnym wsparciem dla rodzimej waluty będzie przyspieszająca inflacja. W marcu nieoczekiwanie wystrzeliła ona z 2,4 proc. do 3,2 proc., znacząco przekraczając oczekiwania analityków. A już w maju może sięgnąć 4 proc., pozostawiając daleko w tyle cel inflacyjny Narodowego Banku Centralnego na poziomie 2,5 proc. I nawet gdy prof. Glapiński zarzeka się, że skok cen jest chwilowy, a stopy procentowe w Polsce jeszcze długo pozostaną rekordowo niskie, to nie można mieć wątpliwości, że tak znaczący skok inflacji, idący w parze z przyspieszeniem gospodarczym, musi ożywić dyskusję nt. przyszłych podwyżek stóp procentowych przez Radę Polityki Pieniężnej. A to będzie przysłowiowa woda na płyn dla umocnienia złotego.

Mając na uwadze wszystkie przedstawione czynniki, jest realne, że latem kurs euro spadnie do 4,42 zł, za dolara będziemy płacić mniej niż 3,65 zł, a szwajcarski frank zdecydowanie zadomowi się poniżej 4 zł. 



MARCIN KIEPAS

analityk
Tickmill



BEZ WAS NIE BYLIBYŚMY TU GDZIE JESTEŚMY


Najważniejsze ogniwo i odpowiedzi na nowe pytania

Gdy piszę te słowa, sprzedaż sezonu letniego 2021 rozpęta się na poważnie. Nie zastanawiamy się już, czy i kiedy uda się rozpocząć sezon, ale raczej, ilu klientów wspólnie obsłużymy w wakacje. Ciekawą charakterystyką obecnej sprzedaży jest potrzeba bezpośredniego kontaktu klientów z doradcami. Rok pandemii sprawił, że udział e-commerce w gospodarce znacząco wzrósł. Ludzie kupują przez internet, gdy sklepy są zamknięte, a paczkomaty pękają w szwach. Tymczasem w turystyce jest trochę inaczej.

Oczywiście myślenie o urlopie klienci zaczynają od stron internetowych czy aplikacji mobilnych. Tam czytają o kierunkach, oglądają zdjęcia hoteli i sprawdzają ceny, kiedy jednak przychodzi do wyboru konkretnego miejsca na wakacje, okazuje się, że w 2021 r. kontakt z doradcą jest kluczowy. Rozmowy sprzedażowe w naszym call center trwają w tym roku średnio dwa razy dłużej niż w latach poprzednich. Klienci chcą się dowiedzieć wszystkich szczegółów. Poza standardowymi zapytaniami o czas transferu, okolicę hotelu, odległość do plaży i o to, czy leżaki są płatne, pojawił się nowy zestaw pytań: czy na danym kierunku obowiązują testy przed wyjazdem? Kiedy trzeba je zrobić? Jak wyglądają obostrzenia na miejscu? Czy otwarte są kawiarnie? Czy na plaży trzeba nosić maski? Czy kwarantanna po powrocie obejmuje też dzieci i czy muszą robić test? Jak udowodnić, że jest się zaszczepionym lub ozdrowieńcem? Jak się zalogować do e-Pacjenta... Lista wydaje się nie mieć końca.

Okazuje się, że na te wszystkie pytania i wątpliwości odpowiedzieć może tylko żywa osoba. Sytuacja nie dotyczy oczywiście jedynie rozmów na infolinii. Większość naszych oddziałów znajduje się w centrach handlowych, a więc przez kilka dobrych miesięcy była niestety zamknięta. Pomimo tego klienci dzwonią do swoich doradców z oddziałów, chcąc się upewnić w kwestii szczegółów wyjazdu, nawet tego za kilka miesięcy. Bardzo dobrze widać to również po aktywności kanału agencyjnego. Biura agencyjne, znajdujące się w większości poza centrami handlo-

wymi, a więc otwarte, przyjmują na siebie ogromną część ruchu pytań i obsługi.

Paradoksalnie więc covidowe warunki, które miały jeszcze przyspieszyć wzrost roli zdalnych kanałów sprzedaży w naszej branży, na razie powodują nieco odwrotny efekt. Oczywiście, gdy pandemia się skończy, wrócimy zapewne do stałego trendu postępującej digitalizacji sprzedaży i obsługi klienta turystycznego. W 2021 r. mamy jednak sytuację odwrotną. Widząc to, chciałbym ogromnie podziękować wszystkim pracownikom biur podróży oraz biur agencyjnych działających z klientami na pierwszej linii frontu. Zaangażowani i ciężko pracujący, najpierw przeprowadzili ogromny proces przekonywania dziesiątek tysięcy pasażerów, żeby nie rezygnowali z wakacyjnych planów lub na przełożone wakacje wzięli voucher. Dziś odpowiadają na znacznie szerszy niż zwykle zestaw pytań i wątpliwości przed każdą sprzedażą. Dziękujemy Wam za tę pracę. Bez Was nie bylibyśmy tu, gdzie jesteśmy. 



MACIEJ SZCZUCHURA
Członek zarządu
Rainbow



MAJ 2021



Miesięcznik branży turystycznej

Zespół:

Monika Gajewska-Okonek
Marzena German
Nelly Kamińska
Małgorzata Orlikowska
Marta Jurkiewicz-Rak

Dyrektor zarządzająca:

Jagoda Walczak

Dział reklamy:

Beata Kwiecień, Joanna Mputu Lese

Prenumerata:

prenumerata@2eurosyst.pl,
tel.: (22) 822 20 16. Ruch,
Kolporter, Garmond

Wydawca:

Jarosław Śleszyński,
Eurosystem, tel.: (22) 822 20 16

Redakcja:

ul. Wawelska 78/30,
02-034 Warszawa,
tel.: (22) 822 20 16

wt@wiadomosciturystyczne.pl
www.wiadomosciturystyczne.pl

Pozostałe publikacje:

„Destination Poland” (wydanie zagraniczne „Wiadomości Turystycznych”)
„MICE Poland”

Studio graficzne:

Studio4you, Teresa Olszewska

Korekta: MAQ PROJECTS

Druk: Drukarnia Jantar

Nakład: 6000 egzemplarzy

Raja Ammar

dyrektor Tunezyjskiego Urzędu
ds. Turystyki w Warszawie

ZAWODOWO: Ukończyła zarządzanie na Wydziale Prawa, Nauk Politycznych i Ekonomii Uniwersytetu w Sousse. Z turystyką związana jest zawodowo od 1997 r., kiedy to rozpoczęła pracę w Tunezyjskim Urzędzie ds. Turystyki (ONTT) w Tunezji, początkowo w dziale komunikacji, promocji i PR.

W latach 2012–2014 była odpowiedzialna za przedstawicielstwo urzędu na rynku polskim i w krajach bałtyckich. Od 2012 do 2016 r. pełniła obowiązki dyrektora działu PR i komunikacji w centrali Tunezyjskiego Urzędu ds. Turystyki w Tunisie.

Od 2016 r. odpowiada za rynki węgierski i rumuński, a od stycznia 2021 r. również za rynek polski.

PRYWATNIE: podróże, wędkarstwo.



**Tunezyjska turystyka musi być
wymyślona na nowo.
Oferujemy bezpieczeństwo
i zdrowie**

MAŁGORZATA ORLIKOWSKA

Rozmowa z Rają Ammar, dyrektor Tunezyjskiego Urzędu ds. Turystyki w Warszawie, o tym, w jaki sposób Tunezja przygotowuje się do sezonu turystycznego i jak chce przyciągnąć turystów z zagranicy.

Po pierwsze, gratuluję objęcia stanowiska dyrektora w Tunezyjskim Urzędzie ds. Turystyki. Przejmuje je Pani w trudnym dla turystyki momencie, mocno dotkniętej przez pandemię. Jaki wpływ miał ten globalny kryzys na gospodarkę Tunezji?

Dziękuję. Cieszę się, że mam okazję powrócić do Polski jako dyrektor Tunezyjskiego Urzędu ds. Turystyki. Piastowałam to stanowisko przez dwa lata, między 2012 a 2014 rokiem. To było naprawdę pozytywne doświadczenie. Wspólnie z naszymi partnerami udało się osiągnąć zadowalające wyniki. Dziś sytuacja jest inna, to bardzo trudny czas dla całego świata turystyki, również Tunezji jako destynacji turystycznej. Pandemia spowodowała załamanie w liczbie odwiedzających kraj w 2020 r. Rząd podjął wielkie wysiłki, wprowadzając różne środki społeczne i gospodarcze, by utrzymać miejsca pracy w turystyce i ocalić obiekty turystyczne.

W początkach marca rozpoczęły się szczepienia obywateli Tunezji. Jak przebiega ten proces?

Sektor turystyczny w Tunezji został silnie dotknięty pandemią, podobnie jak na całym świecie, ale staramy się być optymistami, jeśli chodzi o nadchodzący sezon. Szczepionka przeciwko COVID-19 z pewnością daje nadzieję, nawet jeśli będzie najskuteczniejsza tylko wtedy, gdy wszyscy ją otrzymają. Po szczepieniu ludzie powinni zachować środki ostrożności, niemniej szczepionka daje spokój ducha. Ludzie będą mniej lub bardziej zdolni do swobodnego poruszania się i powrotu do normalnego życia.

W Tunezji proces szczepień przebiega pomyślnie. Kalendarz szczepień jest często aktualizowany, co jest uzależnione od terminu odbioru zamawianych szczepionek.

Rośnie liczba zarejestrowanych osób, które chcą być zaszczepione. Zaczęliśmy szczepienia od grup priorytetowych.

Jak podają tunezyjskie media, władze planują wesprzeć restart turystyki, znosząc niektóre

obostrzenia dotyczące przyjazdów turystów i ich obsługi. Czy może Pani zdradzić, jakich ułatwień mogą się spodziewać odwiedzający?

Sektor turystyczny jest jedną z sił napędowych gospodarki Tunezji i z pewnością zapewnimy mu najlepsze warunki do rozwoju. Cały czas prowadzimy rozmowy ze wszystkimi naszymi partnerami na rynku turystycznym, w tym touroperatorami, organizacjami turystycznymi, biurami podróży oraz liniami lotniczymi, by wznowić turystykę, kiedy tylko sytuacja na to pozwoli.

Łagodzenie obostrzeń jest jednym z obszarów naszych działań i pracujemy nad nimi. Z drugiej strony zdrowie i bezpieczeństwo naszych gości jest dla nas priorytetem, więc od bieżącej sytuacji epidemicznej będziemy uzależniać dobór środków i zasad. Na obecną chwilę pewne jest, że protokół sanitarny „Ready&Safe”, który został opracowany w czerwcu ubiegłego roku i jest na bieżąco aktualizowany, będzie stosowany również w tym sezonie, by zapewnić bezpieczeństwo gościom. Stosować go będziemy w każdym obiekcie związanym z obsługą turystów: na lotnisku, w transporcie turystycznym, hotelach i restauracjach itp.

Wspomniała Pani, że branża z nadzieją spogląda w nadchodzący sezon.

Czy ma Pani przewidywania co do jego przebiegu?

W obecnej sytuacji trudno snuć przypuszczenia. To jak będą wyglądały statystyki sezonu zależeć będzie od kilku czynników: liczby zaszczepionych osób na świecie, skuteczności szczepionek, ewolucji w rozprzestrzenianiu się wirusa i jego wariantów. Powodzenie restartu turystyki będzie też zależało od ograniczeń czy zasad podróży wprowadzanych przez poszczególne kraje. Przyznam, że obserwujemy pozytywne sygnały w Polsce, Czechach i krajach Wschodu, gdzie liczba planowanych miejsc w samolotach daje nadzieję na dobry powrót Tunezji na tych rynkach.

Porozmawiajmy w takim razie o Pani aktywnościach jako szefowej Tunezyjskiego Urzędu ds. Turystyki. Jakie ma Pani plany promocji Tunezji na polskim rynku?

Gdy tylko będzie to możliwe, rozpoczniemy narodową kampanie reklamową w Polsce, jak również będziemy wspierać działania naszych partnerów na podlegających nam rynkach, na których proces szczepień przebiega sprawnie i nie ma zbyt wielu nowych przy-

padków zachorowań na koronawirusa.

Kluczowym przesłaniem, które chcemy przekazać turystom, będzie „bezpieczeństwo i zdrowie”: we wszystkich hotelach i miejscach turystycznych: restauracjach, na basenach i plażach, także w miejscach publicznych: na lotniskach, dworcach, w taksówkach i transporcie turystycznym.

Niezależnie od tego istotne będzie wymyślenie tunezyjskiej turystyki na nowo. Mamy wspaniały kraj, którego obywatele są znani ze swojej gościnności, z przepięknymi krajobrazami, z liczącym 3000 lat dziedzictwem kulturowym i wspaniałymi zabytkami historycznymi. Mamy wymarzone plaże, fantastyczne hotele i długie, ponad 60-letnie doświadczenie w turystyce. Musimy stworzyć nową jakość i nadać nowe wartości tym atutom Tunezji.

Jak wyobraża sobie Pani współpracę z branżą turystyczną, mediami? Pani poprzednik, Ahmed Meddeb był zwolennikiem ścisłej współpracy z nimi.

Chcę podkreślić, że filarem naszej strategii jest zachowanie ciągłości w budowaniu i wzmacnianiu relacji z naszymi partnerami. Współpraca i partnerstwo przyczyniają się do sukcesu naszej misji na polskim rynku. Jak wspomniałam wcześniej, jesteśmy z w bliskim kontakcie z naszymi głównymi partnerami na rynku i będziemy nadal wzmacniać działania promocyjne, żeby przywrócić Tunezję na właściwe tory, jak tylko sytuacja się unormuje.

Jako dyrektor Tunezyjskiego Urzędu ds. Turystyki opiekuje się Pani kilkoma rynkami. Poza polskim, to rynek węgierski, rumuński, ukraiński i kraje nadbałtyckie.

Czy zachowania konsumentów na tych rynkach są podobne?

Skupiamy się na podobieństwach, nie różnicach. Główną grupą docelową na wymienionych rynkach jest rodzina, a cechą wspólną dla turystów z tych krajów jest to, że do Tunezji przyjeżdżają latem. Jako główny cel przyjazdu wskazują wypocznik nad wodą, dlatego preferowane są nadmorskie miasta, takie jak Susa, Hammamet, Monastyr, Mahdia oraz Dżerba, która stała się popularna na tych rynkach. Goście ze wskazanych krajów kupują pakiety na tydzień i ich współczynnik mobilności jest prawie taki sam. Większość wybiera się na wycieczki, aby odkryć południe kraju lub zwiedzać zabytki i muzea.



Brak majówki (częściowo) zabol

Dla dużych touroperatorów majówka jest ważnym okresem, bo wtedy na wiosenny urlop wyjeżdża sporo turystów. W tym roku nie przyniesie przychodów takich jak zazwyczaj – w dalszym ciągu na realizację pełnego programu nie pozwala pandemia koronawirusa.

MARZENA GERMAN

Organizatorzy berlińskich targów ITB już na Touroperatorzy stracili w tym roku nie tylko ferie zimowe, ale i Wielkanoc, teraz muszą ograniczyć ofertę na majówkę. – Podczas gdy okres świąt wielkanocnych nigdy nie był dla nas zbyt ważny w kontekście przychodów i wolumenów sprzedaży, to sytuacja zupełnie inaczej przedstawia się w przypadku weekendu majowego – mówi Marcin Dymnicki, prezes TUI Poland. – W tym roku niestety znów musimy mocno ciąć programy. Do Grecji z Polski nikt nie polec, do Turcji zamiast kilkudziesięciu samolotów będzie co najwyżej kilka, a na Majorkę zamiast dziesięciu, może dwa. Nadal nie wiemy, jakie zasady będą obowiązy-

wały w Tunezji – dodaje. Na razie TUI Poland zamierza kontynuować program egzotyczny, który obejmuje wycieczki czarterowe do Meksyku, Dominikany, Emiratów Arabskich, na Wyspy Zielonego Przylądka oraz realizowane lotami rejsowymi Malediwy i Seszele. Ta część oferty oraz Kenia i Zanzibar będzie dostępna także latem. Touroperator planuje kontynuować loty do Egiptu, Turcji, na Maderę, Kanary oraz dodać w połowie maja Albanii, a także Bułgarię. Prezes Dymnicki obawia się, że trzeba będzie anulować natomiast wyloty do Grecji nie tylko zaplanowane na weekend majowy, ale na całą pierwszą połowę maja, choć zaznacza, że touroperatorzy nie zajmują się przewidywaniami, ale reagowaniem na bieżącą sytuację.

TESTY PCR ZABIJĄ SPRZEDAŻ

Marcin Dymnicki nie chce szacować, jak po pandemii zmieni się rynek. To, które kierunki będą się sprzedawać, w dużej mierze zależy od decyzji rządów poszczególnych krajów. – Jeśli Bułgaria utrzyma testy PCR, zainteresowanie będzie niewielkie, bo badania te są zbyt drogie w stosunku do ceny pakietu wyjazdowego. Albania zapowiada, że nie będzie wymagać od turystów żadnych testów, ale nie jest to na tyle masowy kierunek, by mógł „zrobić” wynik u dużego organizatora. Trochę sytuację poprawia ostatnie rozporządzenie polskiego rządu dotyczące zasad kwarantanny. Co prawda nakładana jest ona automatycznie na wszystkich przyjeżdżających, ale stosunkowo łatwo można z niej być zwolnionym. W przypadku przyjazdów z kra-



W poprzednich latach już wiosną uruchamialiśmy wyjazdy do Turcji, w tym roku start programu zaplanowano na początek czerwca.

Semir Hamouda, Sun&Fun Holidays

jów Schengen wystarczy okazać służbie granicznej negatywny wynik testu na COVID-19 wykonany najwcześniej na 48 godzin przed wjazdem (może to być badanie PCR lub antygenowe), przy podróżach spoza Schengen trzeba je zrobić w Polsce, najpóźniej w ciągu 48 godzin po przyjeździe. Niektóre lotniska już uruchomiły punkty testowania pasażerów. Generalnie Dymnicki zakłada, że jeśli przy większości kierunków trzeba będzie ro-



Decyzje i tak zapadają w ostatniej chwili, więc trudno przewidzieć, jaki będzie ostateczny bilans tegorocznej majówki.

Sławomir Szulc, Exim Tours

bić testy PCR, w tym roku z biurami podróży wyjedzie około 1 mln osób, jedna trzecia roku 2019, przy czym z miesiąca na miesiąc wyniki będą coraz lepsze. Zdaniem prezesa TUI Poland klienci nadal będą zwracać uwagę na cenę, bo nawet jeśli w pierwszym momencie będą skłonni wydać więcej na wakacje, na które nie mogli pojechać w zeszłym roku, to skutki pandemii w postaci wzrostu cen i kosztów życia sprawią, że będą szukać okazji.

W SEZONIE NIESPODZIANKI NIEMILE WIDZIANE

Semir Hamouda, dyrektor generalny Sun&Fun Holidays, jest optymistycznie nastawiony do najbliższej przyszłości. – U nas dużo się nie zmienia, bo zawsze wiosną lataliśmy do Egiptu i do Tunezji – mówi. Ten pierwszy kierunek jest w ofercie nieprzerwanie od czasu, kiedy tylko można było wznowić tam loty, czyli od lipca zeszłego roku. W przypadku Tunezji trzeba poczekać jeszcze na decyzję dotyczącą zasad wjazdu dla podróży zorganizowanych. Na razie rząd ogłosił, że do 30 kwietnia wszyscy przyjeżdżający z zagranicy muszą poddać się pięciodniowej kwarantannie. W poprzednich latach Sun&Fun Holidays uruchamiał już wiosną wyjazdy do Turcji, w tym roku start programu zaplanował na początek czerwca. Semir Hamouda spodziewa się sporego zainteresowania wyjazdami do Egiptu na maj, bo w tym roku z programów biur podróży wypadnie Grecja, która zazwyczaj zabierała sporo klientów. Tak czy inaczej, trzeba liczyć się z tym, że rezerwacje będą służyć w ostatniej chwili, na dwa-trzy dni przed wylotem. – Sporo osób wykupuje wyjazd dopiero w momencie, kiedy ma negatywny wynik

corendonairlines.com

#towardsthesun

**TWÓJ WYCZEKANY URLOP
W ZASIĘGU WZROKU**

BEZPOŚREDNIE LOTY Z POLSKICH LOTNISK
DO ANTALYI, NA KRETĘ I RODOS

your holiday airline.

**corendon
AIRLINES**

UWAGA: sprzedaż biletów dotycząca lotnisk POZ, WRO, GDN, RZE dokonana jest w ramach czarteru przez Corendon Touristic GmbH na stronie www.corendonlights.com

- ▶ testu na COVID-19 – mówi dyrektor. A ponieważ kraje wymagają, by był on zrobiony nie wcześniej niż na 48–72 godz. (w zależności od kierunku), nie ma co spodziewać się rezerwacji z większym wyprzedzeniem. Patrząc w najbliższą przyszłość, szef biura Sun&Fun mówi, że na pewno będzie sporo niespodzianek, i o ile przed szczytem sezonu są one jeszcze do przyjęcia, to w jego trakcie już nie, bo wtedy gra toczy się o większe pieniądze.

TRENDY NIE DO OKREŚLENIA

Sławomir Szulc, prezes Exim Tours, mówi, że dla jego biura słabsza tegoroczna majówka nie będzie problemem. – To, ile osób decyduje się na wyjazd na weekend majowy, zależy głównie od rozkładu wolnych dni w kalendarzu – tłumaczy. – W tym roku nie jest on zbyt atrakcyjny, bo obejmuje tylko poniedziałek jako wolny dzień. Co prawda pracodawcy mają obowiązek dać wolne za 1 maja, które przypada w sobotę, ale nie jest powiedziane, że musi to być w końcu kwietnia czy zaraz na początku maja – dodaje. Zdaniem Szulca decyzje i tak zapadają w ostatniej chwili, więc trudno przewidzieć, jaki będzie ostateczny bilans majówki. Prezes Eximu nie zauważa natomiast, by Polacy byli skłonni wydawać więcej pieniędzy na swoje wojaże. – Operacji jest tak niewiele, że nie mamy wystarczającej ilości danych, by jednoznacznie określić trend. Może pojawić się wrażenie, że klienci przeznaczają większe sumy na wycieczki, ale to związane jest po pierwsze z dostępnością kierunków – skoro wiele z nich to kraje egzotyczne, średnia cena rezerwacji za ostatnie tygodnie jest wyższa niż zazwyczaj, po drugie osoby bardziej zamożne łatwiej „ryzykują” wydanie pieniędzy na imprezy, z których później z różnych przyczyn mogą nie móc skorzystać – uważa. – Sądzę, że kiedy sytuacja wróci do normy, wiele osób znów będzie poszukiwać ofert atrakcyjnych cenowo, bo pandemia uderzyła w wiele branż, a sporo osób straciło pracę lub ich wynagrodzenie zostało ograniczone – podkreśla.

Touropreatorzy i agenci są zgodni – ten rok nie będzie jeszcze należał do łatwych. Wszyscy liczą, że latem przyjdzie odwilż, a Polacy znów ruszą za granicę, ale doświadczenie uczy, że pandemia jest na tyle nieprzewidywalna, że niczego nie można być pewnym. Pozostaje mieć nadzieję, że za rok będzie już normalnie.



Za pracę przy anulacji agentom należy się zapłata

Niemieccy agenci zaczęli wystawiać touropreatorom rachunki za pracę wykonaną przy anulacji wycieczek, które nie odbyły się z powodu pandemii. Zapłaty nie dostali, ale zyskali poparcie w branży.

ELŻBIETA GOLA

Niemieckie biuro agencyjne TM-Reisen wysłało w sumie 700 rachunków po 99 euro każdy do touropreatorów. Wystawione zostały za pracę, jaką musiało wykonać w związku z anulacjami lub zmianami wyjazdów, które nie mogły się odbyć z powodu pandemii koronawirusa. – Wysłaliśmy naszych pracowników na skrócony wymiar pracy i we dwóch, przy pomocy praktykantów sami obsługiwaliśmy wszystkie rezerwacje dla touropreatorów, którzy przez cały czas dokładali nam pracy. Za to żądamy wyrównania – mówią właściciele Thomas Engel i Mike Löw, cytowani przez niemiecki portal branży turystycznej Touristik Aktuell.

NIEADEKWATNA UMOWA

Wielu członków organizacji branżowej VUSR zgłasza podobne żądania. Jak dotąd żaden z touropreatorów nie wypłacił wynagrodzenia za dodatkową pracę – w większości przypadków powołują się na zapisy umów agencyjnych. Zgodnie z nimi za obsługę klientów biura otrzymują prowizję, nie ma tam słowa o wyrównaniach za „nagodziny”. Problem polega jednak na tym, że za niezrealizowane wycieczki agenci musieli oddać wypłaconą wcześniej prowizję. A to oznacza, że nie dostali ostatecznie żadnych pieniędzy. Marija Linnhof, prezes VUSR, liczy na to, że agenci otrzymają odpowiednią pomoc od rządu, także z tytułu utraconej prowizji. Jeśli tak się nie stanie, zapowiada wystąpienie przeciwko touropreatorom na drogę sądową. – Praca, którą agenci wykonali, częściowo ponad swoje możliwości, przekracza zakres obowiązków wynikających z pośrednictwa w sprzedaży wycieczek – mówi. A to, jej zdaniem,



Thomas Engel: Obsługiwaliśmy wszystkie rezerwacje dla touropreatorów, którzy przez cały czas dokładali nam pracy

wymaga wynagrodzenia. Engel i Löw mają jednak nadzieję, że problemu nie trzeba będzie rozwiązywać w sądzie, i że żądania agentów, by wpisać utraconą prowizję także do trzeciej odsłony programu pomocowego, zostaną spełnione.

NIE MOŻNA PRACOWAĆ ZA DARMO

Z kolei kooperatywa agencyjna QTA walczy o to, by w przyszłości agenci już nigdy nie pracowali za darmo. Jej szef, Thomas Bösl, uważa, że część dopłat do taryf elastycznych, które w tym roku na rynek wprowadzili niemieccy touropreatorzy, powinna trafiać do agentów. Wyjaśnijmy – niektórzy organizatorzy, na przykład TUI Deutschland, oferuje wycieczki z opcją umożliwiającą bezkosztową zmianę lub odstąpienie od umowy na 14 dni przed rozpoczęciem imprezy. Za to trzeba zapłacić więcej niż za „normalną” ofertę. Zainteresowanie jest duże, co potwierdził Marek Andryszak, prezes TUI Deutschland. Jak mówi, dwie trzecie rezerwacji na nadchodzące lato to właśnie tego typu rezerwacje. Thomas Bösl tłumaczy, że podział tych dodatkowych pieniędzy byłby sprawiedliwym rozwiązaniem – biura podróży mogą osiągnąć nieco lepsze ceny, a agenci mieć pewność, że ich praca zostanie wynagrodzona.





Biura

White Olive Rainbowa z nowym inwestorem

■ 9 mln euro włoży w grecką spółkę White Olive A.E. należącą do Rainbowa państwowy Fundusz Ekspansji Zagranicznej. W zamian inwestor obejmie 34 proc. udziałów w firmie. White Olive prowadzi w Grecji pięć hoteli, które w sumie posiadają 1480 łóżek. Umowa zakłada możliwość zwiększenia inwestycji Funduszu do kwoty 12,5 mln euro. Jak tłumaczy Grzegorz Baszczyński, prezes Rainbow Tours, teraz jest dobry moment na inwestycje w hotelarstwie i turystyce, bo aktywa wyceniane są taniej niż przed pandemią. Nowe obiekty będą zlokalizowane na wyspach Morza Egejskiego, bo ich korzystne warunki klimatyczne pozwalają na wydłużanie sezonu operacyjnego. Inwestowanie w rozwój sieci własnych hoteli jest elementem strategii Rainbow na kolejne lata. Do White Olive należy pięć obiektów: dwa hotele pięciogwiazdkowe na Zakintos i na Krecie oraz trzy czterogwiazdkowe na Zakintos i Rodos. Wszystkie hotele oferują pobyty w formule all inclusive. MG

10%

maksymalnie wynosi prowizja, jaką otrzymają agenci Schmetterlinga za sprzedaż testów na COVID-19. Ceny zestawu zaczynają się od 69,90 euro – klient otrzyma go pocztą, a kurier zabierze próbkę do laboratorium. Wynik zostanie wysłany sms-em lub e-mailem. MG

OSAT chciałby dla branży 16 miliardów zł z KPO

■ W Krajowym Planie Odbudowy znajdują się też pieniądze dla branży turystycznej. Dla sektora przeznaczone ma być prawie 1,3 mld zł. To za mało – pisze OSAT w liście do Ministerstwa Funduszy i Polityki Regionalnej. Organizacja podkreśla, że Unia Europejska rekomenduje, by dla branży turystycznej przeznaczyć nawet dwa razy tyle, ile wynoszą jej wpływy do PKB. OSAT uważa jednak, że już kwota adekwatna do tej, jaką przedsiębiorcy turystyczni wnoszą do produktu krajowego w Polsce, czyli 16 mld zł, byłaby wystarczającą pomocą. Sytuacja w branży nadal jest bardzo zła i na pewno minie jeszcze wiele miesięcy, zanim wróci do normy. OSAT wylicza, że w Polsce działa ok. 2,9 tys. biur agencyjnych, które zatrudniają ok. 7,5 tys. osób. Doliczając do tego właścicieli (2,9 tys.), osób w biurach, które potrzebują natychmiastowej pomocy, jest prawie 10,5 tys. Jeśli z KPO do całej branży trafi 1,3 mld zł, oznacza to, że w przeliczeniu na pracownika – w sektorze zatrudnionych jest prawie 700 tys. osób, przypadnie 1857 zł. Nawet jeśli o pomoc z KPO wystąpi tylko połowa firm, kwota ta wzrośnie do 3714 zł. MG

Rośnie zaufanie do biur agencyjnych



31 proc. pytanym mówi, że z większym prawdopodobieństwem niż przed kryzysem zdecyduje się zamówić imprezę zorganizowaną.

Brytyjczycy chętniej niż przed pandemią chcą rezerwować wyjazdy w biurach, wynika z badania przeprowadzonego przez tamtejszą organizację branżową ABTA. 31 proc. pytanym mówi, że z większym prawdopodobieństwem niż przed kryzysem zdecyduje się zamówić imprezę zorganizowaną. Da im to pewność, że jeśli coś się stanie, zostaną objęci opieką (51 proc. wskazań), taki wyjazd to również ochrona finansowa (49 proc.). Podobne opinie dotyczą agentów turystycznych

– 28 proc. badanych potwierdza, że z większym prawdopodobieństwem niż przed pandemią zamówi wakacje właśnie u nich. Ponownie pytani wskazują na bezpieczeństwo wyjazdów zorganizowanych (50 proc.), pewność, że mogą liczyć na pomoc biura podróży (48 proc.) oraz aktualne informacje agentów (42 proc.).

Klienci chcą znów podróżować, a 63 proc. z nich mówi, że mają nadzieję na zarezerwowanie wyjazdu zagranicznego w najbliższych sześciu miesiącach lub później. MG



Powiało optymizmem. Biura liczą na w miarę udany sezon

Z jednej strony doniesienia o tragicznym bilansie trzeciej fali pandemii koronawirusa, z drugiej rosnąca gotowość ze strony klientów do zamawiania wyjazdów, nawet tych wakacyjnych. Choć ten sezon będzie o wiele słabszy niż lato 2019 mimo wszystko może okazać się w miarę dobry.

ELŻBIETA GOLA

Już chyba wszyscy w branży przyzwyczaili się do złych wiadomości. A to kolejny kraj zamyka granice, a to pojawia się obowiązek wykonywania drogich testów PCR, a to zachodzi niebezpieczeństwo, że po powrocie do domu trzeba będzie się zamknąć na dziesięciodniowej kwarantannie. Do tego okazuje się, że część rezerwacji trzeba przełożyć na późniejsze terminy, bo choć wszyscy liczyli, że na majówkę będzie można wy-

jechać do Grecji, tamtejszy rząd zapowiedział, że kraj otworzy się dla gości z zagranicy w połowie maja. Polacy jednak nie chcą rezygnować z wojaży, potwierdzają to zarówno badania, jak i obserwacje uczestników tego rynku.

START POD KONIEC MAJA

Jak wynika z badania Europejskiej Komisji Turystyki, Polacy przodują wśród krajów europejskich w gotowości do wyjechania w tym roku na urlop. W lutowym badaniu deklarację taką złożyło 79 proc. bada-

nych mieszkańców naszego kraju. Polscy turyści chętnie wybiorą się na wypoczynek na plaży, ale też pozwiedzają większe miasta. Nadziei na lepszy sezon nie tracą touroperatorzy. – Wszyscy liczymy na to, że sytuacja epidemiczna będzie się poprawiać z tygodnia na tydzień, a sezon ruszy na przełomie maja i czerwca – mówi Piotr Henicz, wiceprezes Itaki, z którym tym razem rozmawiamy jako z wiceprezesem Polskiej Izby Turystyki. – Mamy nadzieję, że do tego czasu spora grupa osób będzie zaszczepiona, a biorąc



Grzegorz Bosowski: Tuż przed Wielkanocą, kiedy politycy głośno mówili o szczycie trzeciej fali pandemii, rezerwacji było mniej.



Janusz Śmigieński: Biuro czeka na dokładne wytyczne Grecji odnośnie reżimów sanitarnych.

pod uwagę ozdrowieńców, w czerwcu grupa potencjalnych turystów wzrośnie do około 15 mln. A to daje już nadzieję na w miarę dobrą sprzedaż – dodaje. Pod pojęciem „w miarę dobrej sprzedaży” wiceprezes PIT rozumie osiągnięcie przynajmniej 50 proc. wolumenów z 2019 roku. – Co prawda nie prowadzimy pogłębionych analiz dla całego rynku, ale z rozmów z touroperatorami wynika, że aby móc dalej funkcjonować i planować kolejne lata działalności, musimy osiągnąć przynajmniej połowę wyniku sprzed dwóch lat. Jeśli udałoby się dojść do 70 proc., byłibyśmy zadowoleni – dodaje, choć podkreśla, że nie chodzi tylko o liczbę klientów, ale przede wszystkim o to, by działalność była rentowna. Na razie szanse na sprzedawanie z zyskiem są spore, bo ludzie raczej nie koncentrują się na niskiej cenie, tylko na tym, czy będą mogli wyjechać za granicę.

PASZPORT SZCZEPIEŃ WYCZEKIWANY

Piotr Henicz mówi też, że touroperatorzy będą próbować wydłużyć sezon. – Zazwyczaj lato kończyło się w początkach października, ale przecież są kierunki, do których można latać nawet do listopada. Mamy nadzieję, że będzie to w tym roku możliwe – zapowiada. Obserwując bieżące trendy sprzedażowe, wiceprezes PIT potwierdza, że co prawda to będzie rok last minute, ale niekoniecznie takich kupowanych na dwa-trzy dni przed wylotem. – Sądymy, że turyści będą zamawiać wycieczki od trzech tygodni do dziesięciu dni przed rozpoczęciem podróży – mówi. Dla branży świetną wiadomością byłoby też wprowadzenie na szczeblu unijnym zielonego zaświadczenia cyfrowego, powszechnie nazywanego certyfikatem zdrowia.

CHWILOWE WYDŁUŻENIE SEZONU

Na razie wiadomo, że majówka będzie mocno ograniczona, a w przypadku Grecji właściwie jej nie będzie. To może trochę mocniej za-

boleć Grecosa, który zazwyczaj program letni uruchamiał pod koniec kwietnia. W tym roku nastąpi to później, bo grecki rząd zdecydował, że turyści zagraniczni będą mogli przyjeżdżać do kraju od 14 maja. – W połowie maja ruszymy z naszymi głównymi kierunkami, czyli Kretą, Rodos, Kos i Zakintosem, do których polecimy z największych polskich lotnisk – mówi Janusz Śmigieński, wiceprezes Grecosa. – Pracujemy również, żeby utrzymać w maju loty z Poznania, Gdańska i Wrocławia. Natomiast w czerwcu program będzie dalej rozszerzany – dodaje. Biuro czeka na dokładne wytyczne Grecji odnośnie reżimów sanitarnych. Na razie restrykcje są utrzymywane, by maksymalnie obniżyć liczbę zachorowań i bezpiecznie otworzyć się na lato. W tym roku działać ma już większość hoteli. – Niektóre zaczną przyjmować gości w maju, inne w czerwcu, część dopiero w szczycie sezonu, ale nikt nie może sobie pozwolić na kolejny rok zamknięcia – mówi Janusz Śmigieński. Wielu zapowiada też, że będzie chciało przedłużyć czas operowania do końca października. Taki plan ma również Grecos. – Liczymy, że sezon się przesunie, a to, co stracimy w maju, uda się przynajmniej częściowo odrobić we wrześniu i w październiku – tłumaczy. Na pytanie, czy pandemia pomoże wydłużyć sezon wakacyjny w Grecji już na stałe, odpowiada, że to wymaga zmiany przyzwyczajenia turystów. Zazwyczaj przylatywali oni Grecji już od kwietnia, do początków jesieni popyt się na tyle wysycił, że w czwartym kwartale utrzymywanie dużej oferty nie miało sensu. Kiedy sytuacja wróci do normy, prawdopodobnie klienci znów będą latać od wiosny do października, ale może w większej części odkryją uroki miesięcy jesiennych na południu – uważa.

DOŚWIADCZENIE ZAPROCENTUJE

Grecos prognozuje, że w tym roku zrealizuje od 50 do 70 proc. programu z 2019 roku.

– Szacujemy tak jak rynek, a nasze statystyki sprzedażowe pokazują, że popyt przesunie się bliżej lata. Z rozmów z klientami wynika, że wiele osób jest gotowych wyjechać, ale wstrzymują się z decyzją o zakupie do momentu, kiedy zasady podróżowania będą jasno określone – tłumaczy Janusz Śmigieński. Po świętach wielkanocnych sprzedaż znów nieco ruszyła i wraca do wartości ze stycznia. – Widzimy, że poprawiają się nastroje w sieci agencyjnej. Klienci wracają do biur z zapytaniami o ofertę, co my również odnotowujemy – podkreśla prezes.

Duże biura agencyjne faktycznie zauważają rosnący popyt. – Od początku roku odnotowujemy w naszych raportach sprzedaż wyjazdów na sezon letni do Egiptu, Turcji, Grecji, Bułgarii, a ostatnio również do Tunezji, na Cypr czy do Albanii – mówi Grzegorz Bosowski, prezes Fly.pl. – W mijającym sezonie zimowym znacząco większy niż dotychczas udział wyjazdów notowały dalekie kraje – dodaje. Prezes Fly.pl przyznaje, że tuż przed Wielkanocą, kiedy politycy głośno mówili o szczycie trzeciej fali pandemii, rezerwacji było mniej, ale po świętach sytuacja uległa poprawie. – Mam nadzieję, że ten trend wzrostowy się utrzyma – dodaje. Fly.pl zrealizował w ponad 90 proc. ustalony jesienią plan sprzedaży na pierwszy kwartał tego roku, co prezes uznaje za bardzo dobry wynik.

REZYGNACJI NIEWIELE

Negatywnych skutków trzeciej fali pandemii nie notują Wakacje.pl. – Nie obserwujemy, aby klienci zaczęli gwałtownie rezygnować z imprez w ostatnim czasie, który zbiegł się z trzecią falą epidemii – mówi Klaudyna Fudala, rzecznik prasowa Wakacje.pl. – Klienci decydują się na przełożenie imprezy, anulacje pojawiają się w ostateczności, najczęściej wtedy, gdy jeden z uczestników zachorował na koronawirusa i nie może uczestniczyć w imprezie. Wówczas wspólnie szukamy innego terminu, i jeśli udaje się go znaleźć, rezerwacja jest przekładana – informuje. Dla klientów Wakacje.pl anulacje są raczej ostatnim rozwiązaniem, np. gdy nie mogą zmienić daty urlopu. W kwietniu termin podróży przekładały zazwyczaj osoby, które miały zamówione pobyty w Polsce. W związku z zamknięciem hoteli w kraju turyści nie mogli tych wyjazdów zrealizować. Analogiczne wzorce zachowań widać przy realizacji voucherów – najczęściej turyści planują je wykorzystać w drugim i trzecim kwartale, zazwyczaj na pobyty w Turcji, Grecji, Egipcie oraz Tunezji.

Apetyt Polaków na zagraniczne podróże rośnie z każdym dniem

Polacy z każdym tygodniem chętniej i, co ważne, z większym wyprzedzeniem rezerwują zagraniczne wakacje. Enter Air dba nie tylko, by podaż była odpowiednia, ale też żeby ceny były atrakcyjne. Te ostatnie związane są z proekologicznym podejściem przewoźnika – mówią szefowie linii **Grzegorz Polaniecki** i **Andrzej Kobielski**.



Grzegorz Polaniecki
Członek zarządu
Dyrektor Generalny



Andrzej Kobielski
Członek zarządu
Dyrektor Handlowy

Wiadomości Turystyczne (WT): Zaczniemy tradycyjnym pytaniem – jak najbliższy sezon planują polscy touroperatorzy?

Andrzej Kobielski (AK): Jeszcze kilka miesięcy temu apetyty Polaków na zagraniczne wyjazdy, a co za tym idzie, plany touroperatorów były raczej stonowane. Teraz sytuacja się zmienia, bo coraz więcej krajów informuje, na jakich zasadach będzie można do nich wjeżdżać. A to daje pewną jasność sytuacji. Co prawda sprzedaż jest daleka od tej, której byśmy sobie życzyli, ale widzimy, że rośnie. Co ważne, klienci kupują z większym wyprzedzeniem niż jeszcze kilka tygodni temu. Okres od momentu podjęcia decyzji o rezerwacji do wyjazdu wydłużył się z tygodnia do 10-14 dni. Nadal to nie jest sytuacja, na której można spokojnie budować biznes, ale przynajmniej widzimy, że trend się poprawia.

WT: Myśli Pan, że samoloty będą wypełnione?

AK: Na razie są. I to do ostatniego miejsca. Nawet jeśli touroperatorzy nie wykupują ca-

łej pojemności, jesteśmy w stanie zapełnić ją sami, sprzedając bilety turystom indywidualnym. Mamy nadzieję, że tak będzie też latem.

WT: Klientów trzeba kusić ceną czy wystarczy pozwolić im podróżować?

AK: I tak, i tak. Część osób nadal ma pieniądze na wyjazdy, ale są i tacy, dla których cena jest ważnym kryterium wyboru.

WT: To jak przy tych wszystkich stratach, które rynek ponosi w związku z pandemią, można zaoferować atrakcyjne ceny? Czyba wszyscy chcą się w końcu zacząć odbijać po trudnym zeszłym roku?

Grzegorz Polaniecki (GP): Oszczędzając i podnosząc ciągle efektywność wszystkich procesów. Efektywne wykorzystanie zasobów pozwala nie tylko na utrzymanie niskich cen, ale jest także proekologiczne. A ekologia powinna być teraz priorytetem dla ludzkości. Podobnie jak niektóre inne linie lotnicze, stosujemy wiele rozwiązań, które pozwala-

ją nam ograniczyć zużycie paliwa, a przez to zmniejszyć emisję gazów cieplarnianych.

WT: A te rozwiązania to...

GP: Każdy pojazd zużywa energię w czasie poruszania się. Celem jest zmniejszenie do minimum zużycia energii w przeliczeniu na pasażera. Pierwsza rzecz to go odchudzić. Stosujemy wiele sposobów na zmniejszenie wagi i oporu, jaki stawia samolot w czasie lotu. Od lżejszej i bardziej opływowej farby do malowania samolotów i częstszego mycia maszyn, dzięki czemu samolot ślizga się przez powietrze, przez odpowiednie techniki wyważania, co zapewnia niższy opór powietrza, aż po użycie lżejszych foteli typu slim. Ważne są też procedury planowania trasy przelotu. Niektórzy narzekają, że Enter Air nie ma ekranów do rozrywki pokładowej, ale kiedy przeliczy się ich wagę wraz z okablowaniem, okazuje się, że samolot byłby cięższy o ponad 700 kg. Odchudziliśmy też samolot, usuwając schody techniczne, bo ważą prawie ćwierć tony. Zastąpiliśmy nawet papierowe dokumenty dla pilotów, których zawsze było sporo kilogramów, jednym tabletem. Wszystkie te zabiegi razem pozwalają odciążyć samolot i w skali roku znacząco zmniejszają emisję CO₂.

WT: Ale to brzmi jak inwestycje, a nie jak oszczędzanie. Czy ochrona środowiska jest finansowo opłacalna?

GP: Tak i chcielibyśmy inwestować więcej w oszczędzanie środowiska. Niestety musimy kupować certyfikaty emisji CO₂, płacić różnego rodzaju podatki na ekologię, które ostatecznie wcale nie idą na ochronę środowiska tylko do systemu spekulacji finansowych. Nikomu nie imponuje oszczędzanie. Ludzie myślą, że im więcej wydadzą, tym więcej się przysłużą ochronie środowiska. Tymczasem gdybyśmy mogli inwestować

sami, wykorzystalibyśmy środki na bardziej ekologiczne samoloty. Generalnie samolot to przyjazny klimatowi środek transportu.

WT: Naprawdę?

GP: Tak. Jeśli przeliczy Pani zużycie paliwa na jednego pasażera na trasie np. z Warszawy do Barcelony i porówna ze zużyciem przy przejeździe tej trasy drogą lądową, okaże się, że przy samolocie będzie niższe o kilkadziesiąt procent i to z dwóch powodów. Po pierwsze, działamy w obszarze przewozów masowych, a na stosunkowo małej powierzchni podróżuje sporo osób. Po drugie, lecimy niemal w linii prostej. Samochód czy pociąg na tej trasie tak nie pojedzie.

WT: Enter Air powiększa w tym roku flotę – jak w takim razie wybieracie typ samolotu?

GP: Patrzymy na współczynnik liczby miejsc do wielkości zużycia paliwa. W tej chwili najbardziej efektywnymi maszynami pod tym względem są boeingi 737.

WT: A boeingi 737-Max?

GP: Maxy to kolejny krok naprzód. Są jeszcze bardziej ekonomiczne i ekologiczne.

WT: Nie obawiacie się, że klienci mogą nie chcieć nimi latać?

GP: Nie ma żadnych podstaw, by bać się latać Maxami. Skoro przez dwa lata wszystkie instytucje nadzorujące bezpieczeństwo w lotnictwie sprawdzały te maszyny śrubka po śrubce i dopuściły je do wykorzystania, nie ma czego się obawiać.

WT: Wróćmy na chwilę do floty, która się rozrasta. Czy to znaczy, że zakładacie większe jej wykorzystanie niż w poprzednich latach?

AK: My patrzymy przede wszystkim w przyszłość, a ponieważ wierzymy, że turystyka będzie się rozwijać, a my razem z nią, wykorzystujemy kryzys do inwestowania. W końcu to najlepszy czas na poważne zakupy. W tym roku na pewno sprzedamy mniej miejsc niż przed kryzysem, szacujemy, że flota będzie pod względem użycia samolotów wykorzystana w 60–80 proc. i w 70–90 proc., jeśli chodzi o liczbę maszyn, którymi zawieziemy turystów na zagraniczny urlop. Mówiąc innymi słowami, sprzedamy 70 proc. dostępnych miejsc, natomiast latać będzie 80–90 proc. naszych maszyn.

WT: Z czego wynika różnica?

AK: Z ograniczeń covidowych. Nie chodzi

o zajętość miejsc w samolocie, a o przepustowość lotnisk i ograniczenie liczby slotów. Żeby pasażerowie nie kumulowali się w terminalach po przylocie, kraje wprowadziły ograniczenia. Szacuję, że dziennie będziemy wykonywać połowę, a maksymalnie 75 proc. lotów realizowanych przed pandemią.

WT: Skoro jesteśmy przy krajach – które z nich będą w tym roku najpopularniejsze wśród Polaków?

AK: Wszystkie te, które nie wymagają wykonywania testów przed wylotem.

WT: Ale kierunki basenu Morza Śródziemnego nie wpuszczą turystów bez ważnych badań.

AK: Ale ja myślę o bieżącym sezonie. Latamy na Zanzibar, do Kenii, latem kierunki będą dalej w ofercie touroperatorów, poza tym będziemy wozić ich klientów na Wyspy Zielonego Przylądka. To są miejsca, do których latem albo nie lataliśmy w ogóle, albo raptem raz w tygodniu.

WT: A biura podróży nie wolą wynajmować dużych samolotów dalekodystansowych zamiast wozić pasażerów z międzylądowaniem?

AK: Praktyka pokazuje, że nie. Po pierwsze, w Polsce ciągle jeszcze znaczenie ma cena, a my jesteśmy tańsi. Po drugie nasz lot z międzylądowaniem jest tylko o 40 minut dłuższy od bezpośredniego, poza tym jest bezpieczniejszy dla zdrowia, choć mało się o tym mówi.

WT: Bezpieczniejszy dla zdrowia?

AK: Tak. Kiedy otwieramy drzwi, w kabinie wyrównuje się ciśnienie, a dla osób, które mają problemy z krążeniem, nerkami, którym puchną nogi, to zbawienne. Często same nie zdają sobie z tego sprawy.

WT: Wróćmy do bliższych kierunków – które będą wiodły prym tego lata?

AK: Z naszych obserwacji wynika, że Grecja, Turcja, tradycyjnie Hiszpania, o której myślę także w kontekście Kanarów, i Madera.

WT: Myśli Pan, że touroperatorzy będą w stanie zaoferować atrakcyjne programy? W końcu potrzebują nie tylko samolotu, ale jeszcze hotelu. A skoro duże rynki źródłowe, jak Wielka Brytania czy Niemcy mają ograniczenia wyjazdowe, to czy wszystkie obiekty się otworzą?

AK: Z naszych rozmów z biurami podróży wynika, że hotelarze nie mogą sobie pozwolić na kolejny rok zamknięcia. A ponieważ będą się otwierać, będą potrzebować turystów. Myślę, że zaoferują też dobre ceny.

WT: A jak sytuacja przedstawia się na innych rynkach źródłowych dla Enter Air?

W końcu obsługujecie nie tylko polskich turystów.

AK: Właściwie wszędzie sytuacja jest taka sama. Są ograniczenia slotowe, turyści muszą poddawać się wytycznym krajów emisyjnych i docelowych. Podobnie jak w poprzednich latach będziemy wykonywać połączenia dla biur podróży z Wielkiej Brytanii, Francji, Szwajcarii, a także z Izraela. Z tymi ostatnimi zaczęliśmy współpracować już jakiś czas temu, ale w niewielkim zakresie, a ponieważ spodobałiśmy się, teraz współpracę zacieśnimy.

WT: Na koniec zapytam: jak rosnące ceny walut i droższe paliwo przekładają się na biznes?

AK: Słabnąca złotówka to dwie strony medalu – paradoksalnie dla nas to wcale nie jest zła wiadomość, bo z partnerami rozliczamy się w dolarach i w euro, a pensje i inne koszty prowadzenia działalności w Polsce ponosimy w złotówkach. Z drugiej strony rosnące kursy negatywnie odbijają się na naszych sprawozdaniach finansowych, ale to tylko kwestie księgowo, a nie rzeczywista sytuacja finansowa. Z kolei rosnące koszty paliwa lotniczego są problemem tylko w przypadku umów, które bazują na stałej cenie, my większość podpisujemy na bazie zmiennej. To także opłacalne dla touroperatorów, bo istnieje korelacja między kursami walut a paliwem lotniczym. Umacniający się dolar oznacza zazwyczaj spadek kosztów paliwa i odwrotnie. A zatem nawet jeśli biuro podróży musi ponieść wyższe koszty w związku z droższym paliwem, zyska na tańszym dolarze. Na koniec dnia wszyscy są zadowoleni.

Dziękuję za rozmowę.

enterair

Gwarancje ubezpieczeniowe cały czas w ofercie, ale czy dostępne

Touropreatorzy, szczególnie mniejsi, mówią, że mają problemy z uzyskaniem gwarancji ubezpieczeniowych na kolejny rok. Ubezpieczyciele odpowiadają, że cały czas oferują ten produkt, ale wnioski rozpatrują indywidualnie.

Janusz Molus:
Każdy wniosek jest rozpatrywany indywidualnie i nie pozostaje bez naszej odpowiedzi.



ELŻBIETA GOLA

Otym, że branża turystyczna jest w bardzo trudnej sytuacji, nie trzeba nikomu przypominać. Brak możliwości organizowania wyjazdów przekłada się na niskie a czasem wręcz zerowe przychody. To sprawia, że firmy turystyczne tracą na wiarygodności u partnerów finansowych, którymi są nie tylko banki, ale i towarzystwa ubezpieczeniowe. Bez współpracy z tymi ostatnimi organizatorom trudno byłoby się utrzymać na rynku, bo to oni przede wszystkim wystawiają zabezpieczenia na wypadek ogłoszenia przez biuro upadłości.

ZAMIAST GWARANCJI SZARA STREFA

Biura podróży już od dłuższego czasu zgłaszają do organizacji, których są członkami, że mają problemy z pozyskaniem gwarancji ubezpieczeniowej. – Musimy pamiętać, że ubezpieczenia to handel pieniędzmi i zabezpieczeniami – mówi Rafał Marek, prezes Krakowskiej Izby Turystyki, wchodzącej w skład Polskiej Rady Turystyki. Ta ostatnia zorganizowała webinar, w którym uczestniczyli przedstawiciele Signal Iduna, TU Europy i HanseMercur. – W sytuacji kryzysowej, a w takiej obecnie się znajdujemy, tego typu produkty finansowe drożeją – dodaje. Rafał Marek wspomina, że jeszcze w ze-


szłym roku, na początku kryzysu Ministerstwo Rozwoju ingerowało, by pomóc biurom podróży w uzyskaniu stosownych zabezpieczeń u ubezpieczycieli, co miało pozytywny skutek, teraz branża nie może już liczyć na takie wsparcie. – Gwarancje stały się znacznie droższe, głównie z powodu zabezpieczeń, które trzeba przedstawić przy zawieraniu umów. W praktyce touropreatorzy częściowo je reasekurują – uważa Rafał Marek. Prezes KIT twierdzi, że niektóre biura już rozważają przekształcenie w towarzystwa podróźnicze, które w swoim statucie będą miały organizację wyjazdów, ale nie będą touropreatorami ani przedsiębiorstwami ulla-

twiającymi nabywanie powiązanych usług turystycznych. Innymi słowy przejdą do szarej strefy, co oznacza, że klienci nie będą zabezpieczeni na wypadek ich nie wypłacalności. Do Krakowskiej Izby Turystyki docierają sygnały od członków, którzy mieli problemy z uzyskaniem gwarancji. – Ostatecznie udało się dojść do porozumienia z firmą, z którą współpracujemy w tym zakresie, ale początkowo warunki, jakie otrzymaliśmy, były zbyt wygórowane – mówi przedstawiciel jednego z krakowskich touroperatorów proszący o zachowanie anonimowości. W tym przypadku chodziło o dużo wyższe zabezpieczenie w porównaniu z latami poprzednimi, które trzeba było przedstawić w gotówce. Ostatecznie udało się zmniejszyć początkowo wymaganą kwotę o 80 proc.

KAŻDY PRZYPADEK ANALIZOWANY INDYWIDUALNIE

W Polsce gwarancji ubezpieczeniowych dla organizatorów turystyki i podmiotów ułatwiających nabywanie usług turystycznych udziela kilka towarzystw. Jednym z nich jest Signal Iduna. Aleksandra Kowalczyk, dyrektor Biura Ubezpieczeń Turystycznych, mówi, że reprezentowana przez nią firma oferuje ten produkt nieprzerwanie mimo trwającej pandemii koronawirusa. – Staramy się wspierać branżę turystyczną, działamy z sukcesem na tym rynku od wielu lat – mówi. Signal Iduna nie przewiduje zmiany warunków udzielania gwarancji w przyszłości. – W indywidualnych przypadkach stosujemy politykę dodatkowych zabezpieczeń gwarancji, dostosowując je do możliwości przedsiębiorcy turystycznego. Katalog ewentualnych dodatkowych zabezpieczeń jest stały i nie uległ zmianie na przestrzeni kilku ostatnich lat – zapewnia. Ubezpieczyciel ma spore grono partnerów wśród przedsiębiorców turystycznych, a w planach znajduje się rozwój współpracy z nowymi podmiotami. Faktem jest, że ich bieżąca liczba zmienia się, bo część biur z powodu pandemii zawiesiła czasowo lub zakończyła działalność organizatora turystyki. Firma, choć zastrzega, że nie komentuje tych decyzji, liczy, że pomoże przedsiębiorcom wrócić na rynek, kiedy uznają, że sytuacja jest ku temu sprzyjająca. Aleksandra Kowalczyk obserwuje jednak, że do Signal Iduna dość licznie zgłaszają się nowe firmy, które dopiero zamierzają rozpocząć działalność organizatora, mają własny pomysł i mimo obecnej sytuacji rynkowej dostrzegają szansę na rozwój swojej firmy. – Wspieramy tych przedsiębiorców poprzez oferowanie gwarancji turystycznych – podsumowuje.

WARUNKI BEZ ZMIAN

W podobnym tonie wypowiada się Janusz Molus z Europa Ubezpieczenia. Również u tego ubezpieczyciela udzielanie gwarancji nie zostało przerwane w czasie trwania pandemii. – W szczególności priorytetowo traktowaliśmy naszych wieloletnich partnerów z branży turystycznej, którzy kontynuowali działalność organizatora turystyki – mówi i zapewnia, że warunki udzielania gwarancji przez Europa Ubezpieczenia nie zmieniły się i są takie same jak przed wybuchem kryzysu. To samo odnosi się do zabezpieczeń wymaganych do gwarancji. – Każdy wniosek jest rozpatrywany indywidualnie i nie pozostaje bez naszej odpowiedzi – zapewnia Janusz Molus. Dyrektor nie chce na razie prognozować, ile biur podróży zgłosi się do firmy z wnioskiem o udzielenie gwarancji ubezpieczeniowej. Z pewnością w dużym stopniu będzie to zależęć od sytuacji epidemicznej w Polsce. – W ubiegłym roku wiele biur podróży – szczególnie tych mniejszych – zawiesiło działalność z powodu pandemii COVID-19. Jeśli sytuacja epidemiczna pozwoli, na pewno powrócą do prowadzenia działalności organizatora turystyki i będą wnioskowali o nowe gwarancje – uważa Janusz Molus. 

Pożegnaliśmy Aleksandra Giertlera



5 kwietnia zmarł Aleksander Giertler — działacz LZS i ZMW z Małopolski, pasjonat turystyki, której poświęcił większość swojego życia.

Aleksander Giertler urodził się 27 grudnia 1945 roku w Nowym Targu. W latach 1960–65 uczęszczał do Liceum Pedagogicznego w Zakopanem. Potem podjął pracę w ZMW w Nowym Targu, w 1964 roku wstąpił do Zrzeszenia LZS. W latach późniejszych przez wiele lat pracował w Zrzeszeniu LZS w Nowym Sączu, pełniąc tam niemal wszystkie funkcje organizacyjne, aż do przewodniczącego Rady Wojewódzkiej włącznie.

Jego największą pasją była turystyka. Przez 18 lat był Prezesem Nowosądeckiej Izby Turystycznej, którą zakładał i której w 2018 roku został Honorowym Prezesem. Był założycielem i pierwszym Prezesem Izby Turystyki RP, funkcje Prezesa pełnił od 2009 roku do 2014, pełnił do końca funkcję Honorowego Prezesa ITRP, w latach 2014–2018 zasiadał w Zarządzie OST „Gromada”. Był także przewodniczącym Komisji Rewizyjnej Małopolskiej Organizacji Turystycznej.

W ostatnich miesiącach angażował się społecznie w prace legislacyjne przy opracowaniu tarcz antykryzysowych dla branży turystycznej związanych z COVID-19 na terenie woj. śląskiego.

Służył wsparciem i pomocą każdemu kto się do niego zwracał. Niezwykle ceniony w branży turystycznej. Był człowiekiem koleżeńskim, z dużym poczuciem humoru, zawsze służył radą młodszym kolegom i koleżankom.

Wielokrotnie był wyróżniany i nagradzany, m.in. został odznaczony Krzyżem Kawalerskim Orderu Odrodzenia Polski, odznaką Zasłużony Działacz Kultury, Zasłużony Działacz LZS, za Zasługi Dla Turystyki, Złotą Odznaką ITRP, Złotą Odznaką DIT. Cześć Jego Pamięci!

Marek Ciechanowski
Prezes ITRP



Na normalność w turystyce poczekamy jeszcze kilka lat

Mało optymistyczne wieści dla branży turystycznej płyną z najnowszego raportu przygotowanego przez Allianz Research i Euler Hermes. Według analityków do stanu sprzed pandemii wrócimy dopiero w 2024 r.

MARTA JURKIEWICZ-RAK

Pandemia COVID-19 mocno nadwreżyła kondycję branży turystycznej. Ograniczenia nakładane w celu jej wyhamowania widocznie przełożyły się na wpływy osiągnięte w sektorze. Co i rusz powstają pomysły mające na celu uzdrowienie sytuacji, ale według ekspertów z Allianz Research i Euler Hermes, w obliczu wprowadzania restrykcji mających ograniczyć rozprzestrzenianie się nowych, bardziej niebezpiecznych mutacji wirusa, paszporty immunologiczne czy przepustki podróżne mogą nie wystarczyć. Autorzy raportu w pierwszej kolejności skupiają się na dwóch czynnikach mogących pomóc w oszacowaniu tempa powro-

tu do „normalności”: czasie potrzebnym poszczególным krajom do osiągnięcia odporności stadnej i wnioskom wyciąganym na podstawie poprzednich kryzysów.

ODPORNOŚĆ STADNA

W najkorzystniejszej sytuacji są Wielka Brytania i Stany Zjednoczone, które odporność stadną mają osiągnąć pod koniec pierwszej połowy 2021 r. W drugiej połowie 2021 r. odporność stadną powinny wypracować kraje Unii Europejskiej, natomiast w pierwszej połowie 2022 r., Japonia. Jeśli chodzi o Chiny i Amerykę Południową, prognozy mówią o drugiej połowie 2022 r. Najgorzej jest w przypadku Indii – pierwsza połowa 2023 r. Różnice te sprawiają, że obywatele państw, któ-

re nie osiągnęły jeszcze odporności stadnej, będą mieli ograniczone możliwości podróżowania do krajów już bezpiecznych, być może konieczne będzie posiadanie certyfikatów potwierdzających stan zdrowia. Opóźnienia w procesie szczepień wynikają z kilku czynników, m.in.: trudności w dostępie dla państw rozwijających się do tańszych szczepionek, problemami z łańcuchem dostaw, a także wyrażanej przez część społeczeństw niechęci do szczepienia się.

KRYZYS KRYZYSOWI NIERÓWNY

W przeszłości branża turystyczna zmagą się już z kryzysami. Analitycy wzięli pod lupę załamanie związane z atakami na World Trade Centre w 2001 r. oraz globalną recesję z 2009 r.

Posiłowali się danymi pokazującymi, ile czasu musiało minąć, zanim wydatki na turystykę wróciły do poziomu sprzed kryzysu. W obu przypadkach stało się to po 2–3 latach od momentu wystąpienia załamania. W 2001 r. na okres ten miała wpływ słabość popytu związana z obawami o bezpieczeństwo. Natomiast w 2009 r. wychodzenie z załamania utrudniała nagła konieczność załatwienia ogromnych deficytów i wpompowania w gospodarkę pieniędzy w celu jej ożywienia. Pandemia wywołała jednak kryzys ekonomiczny na niespotykaną dotąd skalę. Wprowadzono daleko idące ostrzeżenia, z ograniczeniami w podróżowaniu i godziną policyjną włącznie. Regulacje te nadal mają wpływ na życie obywateli wielu krajów. Z tego powodu znaczna poprawa sytuacji w branży turystycznej już w przyszłym roku jest mało prawdopodobna.

EUROPA ZYSKA NAJWIĘCEJ

Skąd takie wnioski? Wyciągnięto je z danych WTO dotyczących liczby turystów w latach 1980–2018 oraz PKB poszczególnych krajów. Prognozy opracowano na podstawie regresji liniowej, tworząc pięć zależności łączą-

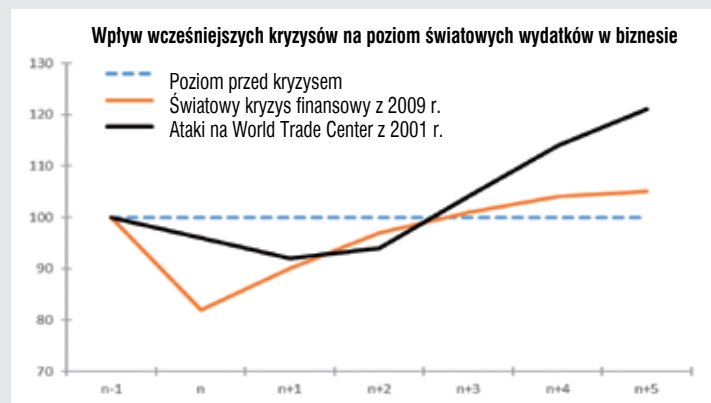
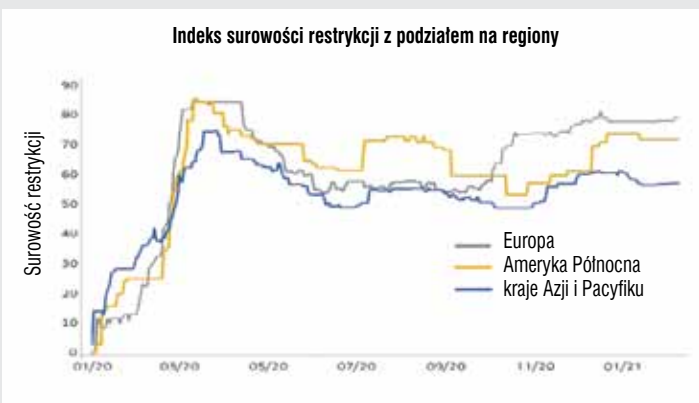
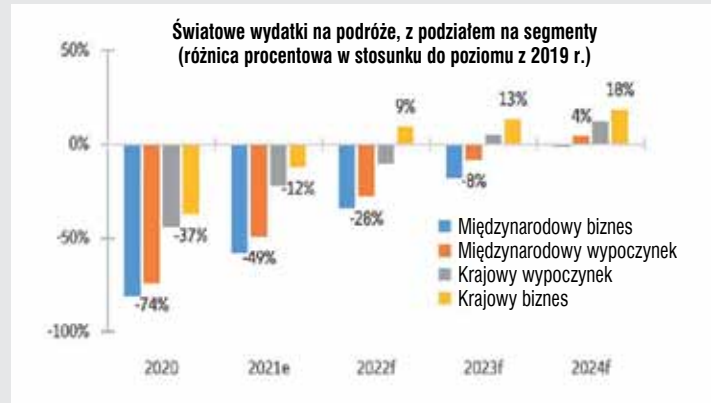
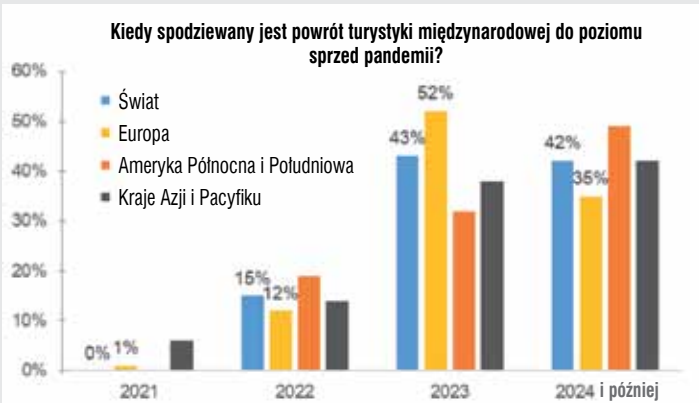
cych liczbę turystów i odpowiadającą jej wartość PKB. Autorzy raportu założyli, że czynniki nie zmieniły się w sposób znaczący podczas kryzysu, zatem używając prognoz dotyczących PKB można oszacować liczbę potencjalnych turystów. Przewidywania dla Europy mówią o 281 mln turystów w 2021 r., 406 mln w 2022 r., 655 mln w 2023 r. i 771 mln w 2024 r. Dla Ameryki Północnej, odpowiednio: 71 mln, 94 mln, 112 mln, 136 mln; Azji i Pacyfiku: 119 mln, 178 mln, 267 mln, 326 mln. W ostatnim roku przed wybuchem pandemii dane kształtowały się następująco: Europa – 744 mln turystów, Ameryka Północna – 146 mln, Azja i Pacyfik – 361 mln. Widać zatem, że branża turystyczna zacznie działać tak, jak przed kryzysem nie szybciej niż przed upływem kolejnych dwóch lat. Do podobnych wniosków można dojść, analizując wyniki badania przeprowadzonego na zlecenie WTO wśród przedstawicieli branży turystycznej. 42 proc. ankietowanych uważa, że sytuacja na całym świecie wróci do normy dopiero w 2024 r. lub nawet później.

Analizy pokazują, że do Europy przyjedzie najwięcej turystów, ponieważ to ten konty-

nent zanotował największy spadek w wartościach bezwzględnych – 500 mln odwiedzających mniej w 2020 r. Obecnie nie ma regionu, w którym obowiązują ostrzejsze przepisy dotyczące podróżowania niż w Europie. Z tego też względu sektor turystyczny naszego kontynentu ucierpiał najbardziej. Należy się więc spodziewać, że kraje unijne będą wspólnie wypracowywać rozwiązania na rzecz zniesienia restrykcji w podróżowaniu, np. dokumenty potwierdzające szczepienia.

Autorzy raportu przewidują, że do 2022 r. jedynie turystyka na poziomie krajowym zbliży się do stanu sprzed pandemii. Nie uda się jednak dzięki niej zarobić tyle, ile na podróżach międzynarodowych i biznesowych. Turysty krajowi z reguły są bardziej oszczędni i nie są skłonni do wydawania takich sum, jak przyjezdni z zagranicy. Z raportu wynika więc, że przed branżą długa droga, aby powrócić do liczb sprzed pandemii. COVID-19 może spowodować, że jeszcze przez kilka lat nie będziemy obserwować normalnego ruchu turystycznego. Niewykluczone, że sektor będzie musiał wypracować nowy model biznesowy, aby dostosować się do panujących warunków. ■

POWRÓT DO NORMALNOŚCI DOPIERO W 2024 ROKU



Źródła: Tourism Economics, Oxford Economics, Euler Hermes

To będzie ciężki sezon, dlatego branża musi współpracować

Przedstawiciele OSAT spotykali się z touroperatorami, by uporządkować zasady współpracy i przedyskutować jej reguły. Stowarzyszenie jest gotowe pomagać, jeśli pojawią się problemy na linii biuro podróży–agent.



MARZENA GERMAN

Marcin Wujec i Marcin Chiliński spotkali się w imieniu Ogólnopolskiego Stowarzyszenia Agentów Turystycznych z wybranymi touroperatorami. Do stołu siedli z Piotrem Heniczem, wiceprezesem Itaki, Maciejem Szczechurą z zarządu Rainbowa, z Erdemem Fidanem i Dariuszem Matwiejczukiem z Coral Travel, z Semirem Hamoudą z Sun&Fun Holidays, Sławomirem Szulcem z Exim i Januszem Śmięgielskim z Grecos. – Rozmowy przebiegały w dobrym duchu, widać, że touroperatorzy rozumieją problemy zarówno agentów jak i całego rynku – relacjonuje Marcin Wujec, prezes OSAT-u. Wszyscy są zgodni, że



Marcin Wujec: Możemy pośredniczyć w rozwiązaniu problemów, o ile dotyczą naszych członków.

nadchodzący sezon nie będzie należał do łatwych. Teraz obie strony pracują nad wdrożeniem kilku ustaleń.

OPCJE U WSZYSTKICH TAK SAMO

Po pierwsze, OSAT chciał zapewnienia od organizatorów, że vouchery, do przyjęcia których agenci przekonali touroperatorów, będą mogły być zrealizowane tylko u nich. Od zasady będzie jeden wyjątek – jeśli agent zamknie swój salon sprzedaży, wówczas to klient zdecyduje, gdzie wymieni bon na wakacje. Kolejna kwestia, która pojawiła się co prawda przy okazji pandemii, ale wymagała rozwiązania już wcześniej, to ustalenie jednolitych zasad zakładania wstępnych rezerwacji w systemach – tak zwanych opcji. – Do tej pory było niestety tak, że inne zasady obowiązywały dla zewnętrznej sieci sprzedaży, a inne dla salonów własnych czy infolinii. Podczas gdy agent mógł zrobić opcję najpóźniej na kil-

ka dni przed wylotem, touroperator pozwał w swoich kanałach dystrybucji na takie czasowe rezerwacje, nawet jeśli do wylotu zostały dwa dni. - Trzeba to uporządkować, bo po pierwsze kanał agencyjny powinien być traktowany na równi z innymi kanałami sprzedaży, po drugie blokowanie miejsc na tak krótko przed rozpoczęciem podróży jest niekorzystne dla organizatora, bo do ostatniej chwili nie wie, ile faktycznie wolnych miejsc mu pozostało – wyjaśnia Marcin Wujec. Wypracowanie jednolitych zasad w tym zakresie będzie korzystne dla wszystkich.

PROWIZJA POZWOLI PRZETRWAĆ

OSAT podniósł też temat zaliczkowych prowizji – żeby agenci mogli się utrzymać, muszą dostawać wynagrodzenie już w momencie sprzedaży imprezy, a nie po jej realizacji. Rozwiązaniem jest wypłata części prowizji proporcjonalnie do wysokości przyjętej zaliczki. Krótko mówiąc, jeśli biuro dostaje 10 proc. od ceny wyjazdu, również 10 proc. powinno móc sobie potrącić od pierwszej wpłaty klienta. Na tej zasadzie działa od dawną Itaka, Rainbow wprowadził taki system w zeszłym roku, podobnie jest w Coral Travel, nad wdrożeniem takiego rozwiązania pracuje też Grecos, ale musi dostosować do tego system automatycznych rozliczeń. Agenci dostają częściową wypłatę także od TUI Poland, ostatnio od Rego Bis, a w przypadku Nekery od razu mogą sobie pobrać całe należne wynagrodzenie. Innym ważnym punktem rozmów była możliwość prowadzenia sprzedaży, nawet jeśli punkt stacjonarny został zamknięty. – Część agentów czasowo zawiesiła działalność w biurach i pracuje z domu. Wcześniej touroperatorzy nie zgadzali się, by agent oferował ich produkt, jeśli nie miał salonu w miejscu spełniającym kryteria narzucone przez organizatora. Teraz sytuacja się zmieniła, a biura podróży rozumieją, że wszyscy muszą ciąć koszty – podkreśla prezes OSAT-u

POMOŻEMY ROZWIĄZAĆ PROBLEM

Przedstawiciele OSAT-u zadeklarowali ze swojej strony pomoc, jeśli dochodziłoby do naruszeń zasad umowy agencyjnej. – Możemy pośredniczyć w rozwiązaniu problemów, o ile dotyczą naszych członków – mówi Marcin Wujec. A jakie to problemy? Przy okazji wydawania voucherów okazało się, że niektórzy agenci – chodzi jednak o pojedyncze przypadki, pobierali zaliczkę wyższą niż im było wolno. Kiedy biura podróży wystawia-

ły bon na kwotę zgodną z jej ustawową wysokością, klienci zgłaszali, że zapłacili więcej. To rodziło problemy dwojakiego rodzaju – po pierwsze przepisy jasno określają, w jakim czasie i w jakiej wysokości biuro podróży może pobrać zaliczkę od klienta, po drugie vouchery są objęte gwarancją na wypadek ogłoszenia upadłości przez touroperatora. Jeśli okaże się, że klient zapłacił więcej niż powinien, w razie problemów może nie odzyskać pełnej kwoty. Odnosząc się do kwestii formalnych, OSAT zaapelował do touroperatorów, by formularze umów, które dają do podpisania klientowi, by nie zajmowały kilku stron. - W niektórych przypadkach mówimy o sześciu stronach, które trzeba podpisać i to w dwóch egzemplarzach. To uciążliwe dla kupującego – uważa Marcin Wujec.

POTRZEBNA JASNE ZASADY

OSAT spodziewa się, że ten sezon będzie trudny. Po pierwsze trzeba liczyć się z koniecznością ponownego przekładania rezerwacji, bo na przykład na majówkę część oferty na pewno nie będzie mogła być zrealizowana, po drugie klienci będą decydować się na zakup wyjazdu w ostatniej chwili. Również nie wiadomo, ile osób zdecyduje się przedłużyć vouchery – Ministerstwo Rozwoju, Pracy i Technologii przygotowało projekt nowelizacji ustawy, który zakłada, że bony wydane na poczet późniejszej realizacji usługi turystycznej będą przedłużone o rok.

W dalszym ciągu nie wiadomo też, ile osób do wakacji faktycznie się zaszczepi, ani jakie będą zasady podróżowania. Dla branży ważne jest, by ustalić jasne kryteria. I klienci, i biura podróży, ale i partnerzy w wakacyjnych kierunkach muszą wiedzieć, czy potrzebne będą testy, a jeśli tak, to jakiego rodzaju. Poza tym istotne jest, by zasady obowiązywały przez cały sezon. – Nawet mało korzystna informacja jest jakąś informacją, na której można bazować planując program i sprzedaż – uważa prezes OSAT-u. To ważne też dla touroperatorów, którzy mogą wynegocjować dla swoich klientów specjalne ceny na badania w wybranych laboratoriach. To zresztą już się dzieje. - Pamiętajmy też, że ustalenie zasad podróżowania ważne jest nie tylko dla touroperatorów i agentów zajmujących się wyjazdami zagranicznymi, ale też dla organizatorów krajowych, obsługujących gości z innych krajów. To, na ile łatwo będzie podróżować, wpływa również na naszą przyjazdówkę, dlatego cała branża powinna walczyć o jasne reguły – podsumowuje Marcin Wujec.

PROJEKT USTAWY

Tarcza uprości procedury

Wiceminister rozwoju, pracy i technologii Anna Kornacka poinformowała, że projekt ustawy zwanej „tarczą prawną” jest gotowy. Główne założenia tarczy prawnej to cyfryzacja, uproszczenie procedur i likwidacja barier administracyjnych oraz prawnych dla przedsiębiorców i obywateli. Zmiany będą ewolucyjne i będą wprowadzane etapami, a przewidują wprowadzenie postępowania uproszczonego, wprowadzenie milczącego załatwienia sprawy, wprowadzenie jednoinstancyjności w niektórych postępowaniach administracyjnych, cyfryzację i automatyzację procedur oraz inne formy uproszczeń. Brak reakcji urzędu w określonym terminie będzie powodował automatyczne pozytywne rozpatrzenie sprawy. Zgodnie z zapowiedziami w maju mają ruszyć konsultacje, a latem projekt ma trafić do parlamentu. KW

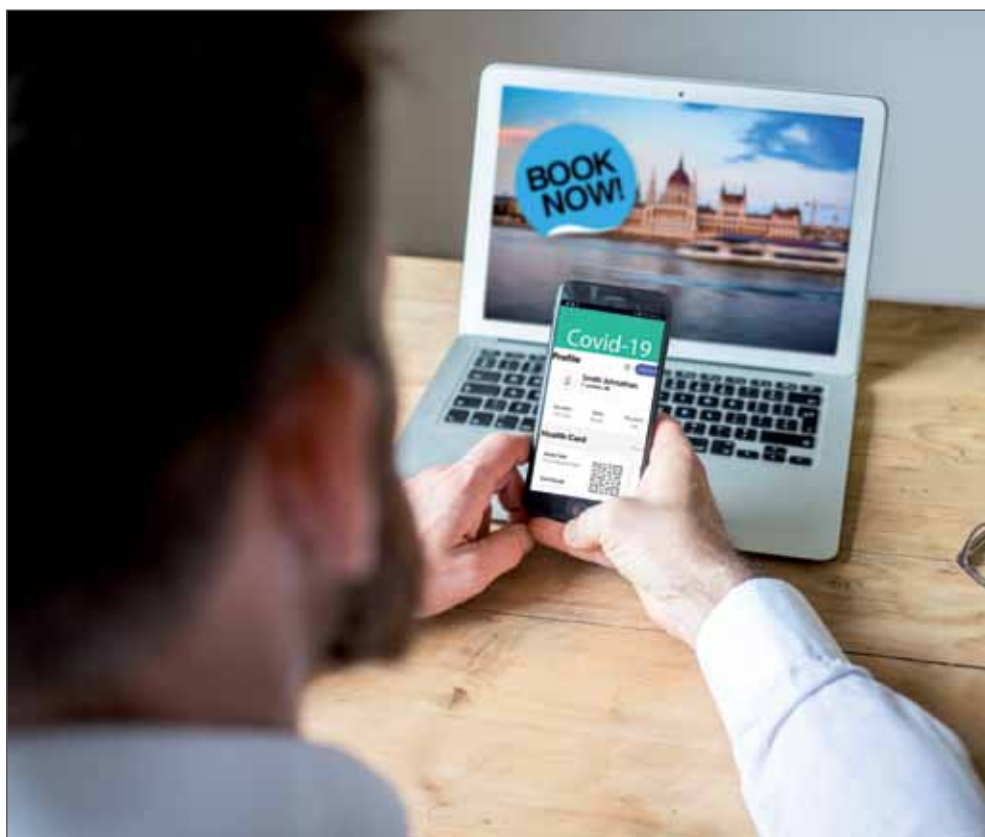
KORONAKRYZYS

Utrata subwencji po wyroku

Ministerstwo rozwoju, pracy i technologii poinformowało, że odebranie wsparcia finansowego z tarcz antykrzysowych w przypadku złamania obostrzeń antyepidemiologicznych jest możliwe dopiero po prawomocnym rozstrzygnięciu w tej sprawie. Komunikat dotyczył art. 23 ustawy z dnia 28 października 2020 r. o zmianie niektórych ustaw w związku z przeciwdziałaniem sytuacjom kryzysowym związanym z wystąpieniem COVID-19. Przepis ten, obowiązujący od 29 listopada ubiegłego roku, dotyczy skutków ewentualnego naruszenia przez przedsiębiorcę ograniczeń, nakazów i zakazów związanych ze stanem epidemii i możliwości odebrania mu z tego tytułu środków pomocowych. Przedsiębiorcy grozi na przykład utrata zwolnienia ze składek ZUS, subwencji z tarczy finansowej 2.0, ale też dotacji unijnych. Przedsiębiorca ma obowiązek złożyć oświadczenie, czy naruszył ograniczenia, nakazy i zakazy związane ze stanem epidemii. KW

Paszporty covidowe powoli do przodu

Przybywa krajów opracowujących paszporty szczepionkowe dla swoich obywateli, nie brak też głosów sprzeciwu wobec wprowadzania tego rodzaju dokumentów.



MAŁGORZATA ORLIKOWSKA

WKomisji Europejskiej trwają intensywne prace nad stworzeniem zielonych certyfikatów, które ułatwią obywatelom Unii Europejskiej podróże zagraniczne. Dokument ma być gotowy przed sezonem letnim, tak by w najgorętszym dla międzynarodowej turystyki okresie można było swobodnie przekraczać granice.

PASZPORTY TEŻ W KRAJU

Unia Europejska jest bodaj jedynym na świecie związkiem państw pracującym nad tego typu dokumentem.

Nie oznacza to jednak, że inne kraje nie podjęły podobnych kroków. Na terenie Europy z inicjatywą stworzenia takiego certyfikatu wyszły m.in. Dania i Wielka Brytania. Boris Johnson nie ma wątpliwości, że paszporty będą przydatne obywatelom Wysp w czasie podróży zagranicznych. Wyraził nadzieję, że przyczynią się do zwiększenia poczucia bezpieczeństwa turystów i przedsiębiorców ich obsługujących. Od lutego tzw. zielone przepustki obowiązują w Izraelu. Kraj, który przeprowadził masowe szczepienia swoich obywateli, wprowadził je, by wspomóc gospodarkę, umożliwiając zaszczepionym lub ozdrowieńcom korzystanie z wybranych usług (przepustka jest

ważna pół roku od daty przyjęcia drugiej dawki). Podobnie jak w przypadku Wielkiej Brytanii przepustki mają umożliwić łatwiejsze przekraczanie granic. Władze podjęły już rozmowy m.in. z kilkunastoma krajami europejskimi na temat uznawania izraelskich certyfikatów covidowych, by umożliwić obywatelom wyjazdy zagraniczne.

CHINY W CZOŁÓWCE

Na kontynencie azjatyckim zaświadczenie dla zaszczepionych wprowadzono również w Chinach. Obowiązujący od marca certyfikat cyfrowy, zawierający informacje zdrowotne i osobowe jest skonstruowany tak, by „odpowiednie instytucje w różnych krajach” miały możliwość weryfikacji danych posiadacza zaświadczenia. Póki co nie wiadomo jednak, o jakie kraje chodzi. Istotne jest, że po wprowadzeniu paszportów covidowych władze Chin zliberalizowały przepisy dotyczące wjazdu obcokrajowców na teren mocarstwa. W ostatnim czasie prawo wstępu miały jedynie osoby posiadające zezwolenie na pobyt lub przyjeżdżający np. na pogrzeby członków rodziny (goście z zagranicy, nawet ci zaszczepieni, mają obowiązek odbycia 2-tygodniowej kwarantanny po przyjeździe). Liberalizacja powiększyła tę grupę o osoby stałych mieszkańców Chin, członków rodzin obywateli chińskich oraz osoby podróżujące w celach biznesowych, pod warunkiem jednak, że są zaszczepione którąś z chińskich szczepionek.

OPÓR NARASTA

Ciekawie wygląda sprawa paszportów w Stanach Zjednoczonych. Kraj intensywnie szczepi swoich obywateli, perspektywa rychłego „powrotu do normalności” jest więc realna. W kraju rośnie jednak wśród polityków opór przed wprowadzaniem obowiązkowych dokumentów potwierdzających zaszczepienie czy przebytą chorobę. W początkach kwietnia Biały Dom jasno określił w tej kwestii swoje stanowisko. – Rząd nie wspiera i nie będzie wspierać systemu wymagającego od Amerykanów posiadania zaświadczenia – poinformowała sekretarz prasowa Białego Domu, Jen Psaki, dodając, że priorytetem jest ochrona obywateli i zapobieganie nieuczciwemu wykorzystywaniu paszportów. Inicjatywę przejęły firmy prywatne. Jedną z nich opracowała cyfrowy paszport Excelsior Pass Wallet obowiązujący na terenie stanu Nowy Jork, który jako jedyny póki co stan wymaga od mieszkańców tego typu dokumentu.

**Wydanie specjalne
maj 2021**

Wiadomości Turystyczne – pismo
branżowe pracowników turystyki
Wydawca: Eurosystem
www.wiadomosciturystyczne.pl

#CzasNaPolskę

PAŃSTWO IGNORUJE POTRZEBY GMIN UZDROWISKOWYCH

Kurorty domagają się wsparcia od państwa, ale dotychczas nie mogą liczyć na zbyt wiele.

UZDROWISKA BEZ CUDZOZIEMCÓW. CZY POLACY DOPISZĄ

Gminom uzdrowiskowym brakuje zagranicznych kuracjuszy; liczą, że ich nieobecność zrekompensują Polacy.

RZĄD ZAMROZIŁ STACJE NARCIARSKIE. SEKTOR NIE DOTRWA DO ZIMY?



Opole kocha turystów

Z Arkadiuszem Wiśniewskim, prezydentem Opola, rozmawiamy o inwestycjach w turystykę, rewitalizacji kultowego amfiteatru i rosnącej atrakcyjności miasta.



Panie Prezydencie, miasto Opole dynamicznie się rozwija. W ostatnich latach udało się zrealizować wiele inwestycji również w obszarze turystyki. Mam na myśli między innymi otwarcie Muzeum Polskiej Piosenki, które stało się jedną z wizytówek Opola.

Też tak uważam, ale ważniejsze, że moje zdanie podzielają ludzie. Bardzo cieszy nas ta inwestycja, bo podniosła walory turystyczne Opola. Nowoczesna i w pełni multimedialna wystawa przedstawia w zarysie historię polskiej piosenki od lat 20. ubiegłego wieku do czasów współczesnych. Miłośnicy opolskich festiwali znajdą tu szczegółowe informacje na temat każdej edycji tej imprezy oraz wiele prawdziwych rekwizytów i kostiumów gwiazd, które można wirtualnie przymierzyć. Hitem są też budki do nagrywania piosenek, w których każdy może nagrać swój ulubiony utwór i wysłać go mailem na pamiętkę.

A to wszystko we wnętrzach słynnego opolskiego amfiteatru...

Opolski Amfiteatr Tysiąclecia, w którym od 1963 roku odbywa się Krajowy Festiwal Piosenki Polskiej również został gruntownie przebudowany. I to przy znaczącym udziale środków unijnych, co będę na każdym kroku podkreślał. Dziś każdy turysta może bezpłatnie do niego wejść i stanąć na legendarnej scenie, która wykreowała wielu znanych artystów i setki przebojów. To nasza marka, o którą chcemy dbać i ją rozwijać.

Ale Opole ma do zaaferowania znacznie więcej.

Zdecydowanie. Opole jest jednym z najstarszych miast w Polsce, starszym nawet od Krakowa! W 2017 r. obchodziło jubileusz 800-lecia lokacji. Bogactwo historyczne kryje się tutaj w zabytkowych kamienicach Starego Miasta. Symbolem przeszłości Opola jest XIV-wieczna Wieża Piastowska, która pełniła funkcję strażnicy rycerskiej. Obecnie w jej wnętrzu można oglądać multimedialną wystawę poświęconą dziejom Opola, a ze szczytu podziwiać panoramę miasta. Niedawno zrewitalizowaliśmy także Zamek Górny, ufundowany przez księcia Władysława II Opolskiego, który był fundatorem między innymi klasztoru Paulinów na Jasnej Górze. We wnętrzach zamku, wspólnie z przewodnikiem można poznawać bogatą historię naszego pięknego miasta, poczynawszy od jego piastowskich korzeni.

Wiosenna pogoda zachęca również do odwiedzenia atrakcji położonych na świeżym powietrzu.

Przyjeżdżający do nas goście podkreślają zawsze, że można tutaj odpocząć od zgiełku miasta i wsłuchać się w naturę. Zielonymi płucami miasta są wyspy Bolko i Pasięka położone na rzece Odrze, oddalone od ścisłego centrum o kilka minut spacerkiem. To miejsce aktywnego wypoczynku i relaksu. Znajduje się tu jedna z największych atrakcji turystycznych – ogród zoologiczny, a w nim około 300 gatunków zwierząt, w tym unikatowe goryle nizinne, uchatki kalifornijskie, gepardy, żyrafy, flamingi oraz lemury. Zupełnie nową atrakcją, która właśnie się otworzyła, jest nowoczesny, drugi wielkością po Gdańsku, wybieg dla lwów i tygrysów. Dzięki unikatowym rozwiązaniom, zwiedzający mogą stanąć dosłownie oko w oko z tymi dzikimi kotami. Zapewniłam, to niesamowite doświadczenie! Obserwujemy wzmożone zainteresowanie ogrodem ze strony mieszkańców i turystów, których rocznie przybywa do opolskiego zoo prawie 300 tysięcy.

Jak mocno pandemia koronawirusa wpłynęła na turystykę w mieście?

Podobnie jak wszędzie indziej, w ostatnim roku większość atrakcji turystycznych, muzeów i ga-

lerii musiała zostać zamknięta. Bardzo ucierpiećli również właściciele hoteli i gastronomii, którzy szczególnie w sezonie wiosenno-letnim korzystali z tłumnie przyjeżdżających do miasta w celach zawodowych i prywatnych. Dodam, że w ostatnich latach przed pandemią dynamicznie rozwijała się w mieście turystyka weekendowa. Poprzez swoją kameralność, atrakcyjne położenie na wyspach na rzece Odrze oraz ciekawej architekturze, Opole jest idealnym miejscem na rozwój tego rodzaju turystyki. Pandemia to wyhamowała, ale nie przekreśliła ciągłego rozwoju miasta w tych obszarach. Spowodowała natomiast pozytywny efekt łączenia wysiłków z innymi samorządami na rzecz wzajemnej promocji i zapraszania turystów do siebie.

Proszę o tym opowiedzieć.

W ubiegłym roku wspólnie z 12 miastami w Polsce zrealizowaliśmy kampanię promocyjną „City will wait”. Założeniem kampanii było podtrzymanie zainteresowania podróżami wśród osób korzystających z Internetu. Dzięki wspólnym działaniom w mediach społecznościowych oraz na stronach internetowych poszczególnych samorządów zapraszaliśmy wielbicieli turystyki krajowej do miast biorących udział w akcji. To przyniosło świetne rezultaty podczas zeszłorocznych wakacji. W akcji promowane były nasze muzea, instytucje kultury, hotele i obiekty noclegowe. Nie zabrakło wirtualnych spacerów, panoram, gier miejskich. Kampania została wsparta przez Polską Organizację Turystyczną, dostrzeżono ją w kraju i za granicą. To upewniło nas w przekonaniu, że razem możemy więcej i zaowocowało powstaniem wspólnej karty turystycznej „TripPass”, którą uruchamiamy w tym roku.

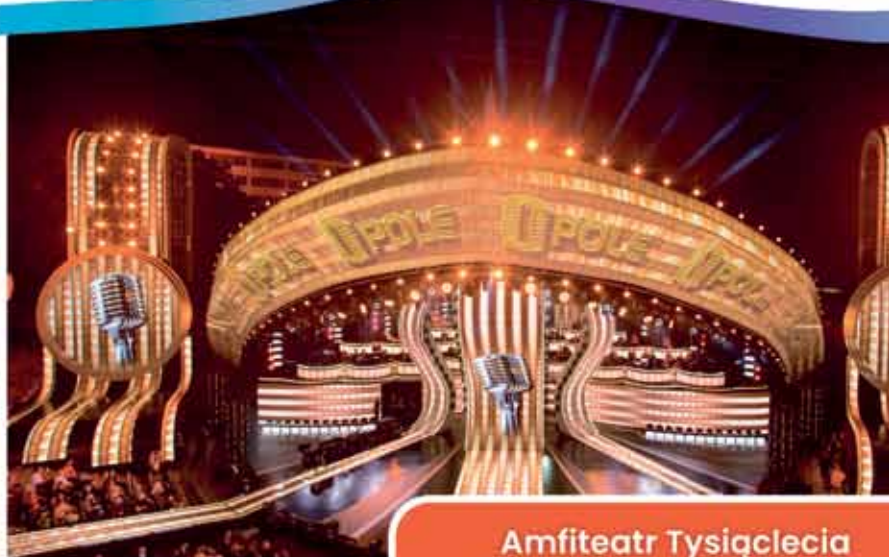
Na czym polega ten projekt?

Chodzi o to, aby turysta na jednej karcie miał rabaty i ulgi do atrakcji turystycznych położonych w wielu miastach Polski. Koszt karty to jedyne 5 złotych, a poszczególne ulgi do muzeów, galerii, teatrów czy hoteli położonych w Opolu, Gdańsku, Giżycku lub Lublinie stanowią dużo więcej. W ten sposób chcemy zaprosić turystów, aby podczas tegorocznych wakacji odwiedzili nasze miasta, podążali śladami atrakcji, które wspólnie mamy do zaoferowania. To ważny projekt, bo stawia nas w gronie samorządów o wyrobionej marce turystycznej. A o tym, że Opole zasługuje na miano miasta turystycznego przekonuje się coraz więcej turystów z Polski, Niemiec, a nawet dalekich Chin i Japonii. Mnie, jako prezydenta miasta, które od zawsze było postrzegane jako wielokulturowe i otwarte na świat, bardzo to cieszy.



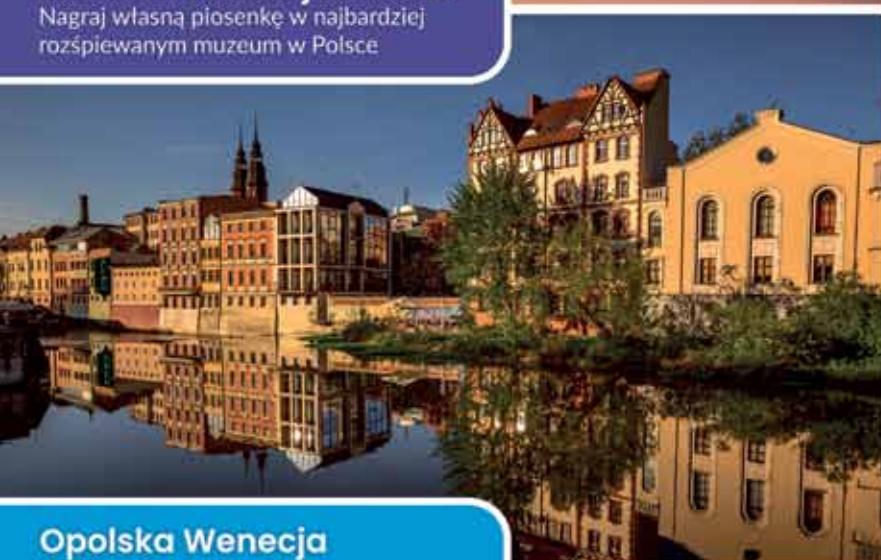
Muzeum Polskiej Piosenki

Nagraj własną piosenkę w najbardziej rozśpiewanym muzeum w Polsce



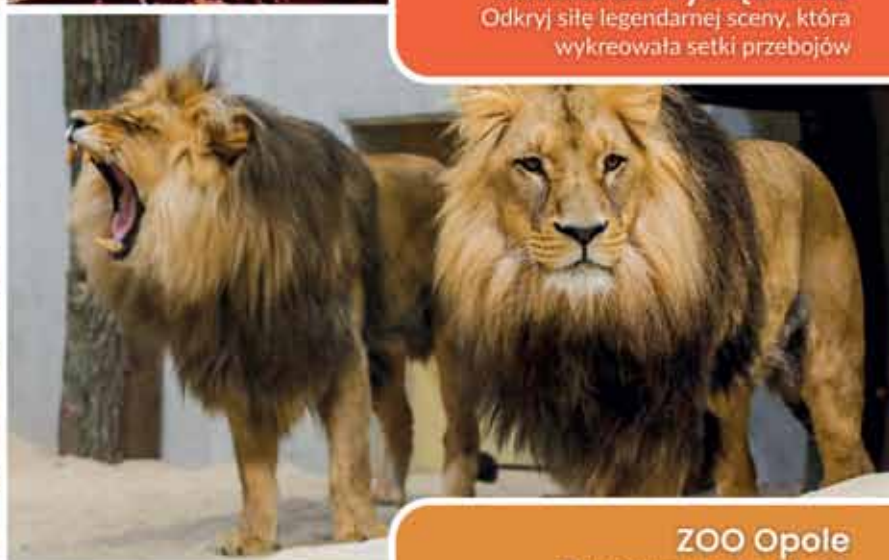
Amfiteatr Tysiąclecia

Odkryj siłę legendarnej sceny, która wykreowała setki przebojów



Opolska Wenecja

Wybierz się na romantyczny spacer wzdłuż pięknej Młynówki



ZOO Opole

Poznaj nasze goryle, uchątki, żyrafy oraz lwy i tygrysy



Muzeum Wsi Opolskiej

Zrelaksuj się wśród zieleni i pięknej, tradycyjnej zabudowy



Kamienica Czyszowa

Zajrzyj do mieszkań z różnych epok i poczuj klimat dawnych czasów

Państwo ignoruje potrzeby gmin uzdrowiskowych

Przez pandemię COVID-19 gminy uzdrowiskowe rok temu praktycznie z dnia na dzień zamarły, a kolejne lockdowny i obostrzenia zrujnowały ich budżety. Kurorty domagają się wsparcia od państwa, ale dotychczas nie mogą liczyć na zbyt wiele.



Leszek Dzierżewicz:
Stoimy na rozdrożu, notujemy spadki dochodów, nie mamy wsparcia, jeśli go nie otrzymamy, w konsekwencji będziemy musieli hamować inwestycje, a pozycja naszych uzdrowisk w europejskich rankingach spadnie.

MARTA JURKIEWCZ-RAK

Ostatnich kilkunastu miesiącach gminy uzdrowiskowe nie mogą powiedzieć za wiele dobrego. Na ich terenie nie mogły działać normalnie nie tylko uzdrowiska i zakłady lecznicze, ale także firmy z innych branż, stanowiące otoczkę, w której funkcjonują sanatoria. Sytuacja jest trudna, więc samorządy oczekują realnego wsparcia w postaci pieniędzy, jednak rząd nie do końca rozumie i dostrzega skalę potrzeb. Mimo że kilkakrotnie otrzymywały pozytywne sygnały dotyczące ewentualnej pomocy, sformułowane do tej pory programy

albo utknęły na etapie zapowiedzi, albo zostały skierowane tylko do części gmin.

GMINY BARDZIEJ POSZKODOWANE

Zeszłoroczny sezon był w uzdrowiskach w zasadzie stracony. Wraz z wprowadzeniem pierwszych obostrzeń w marcu 2020 r. pozamykało się niemal wszystko. Oprócz obiektów uzdrowiskowych, swoje drzwi przed klientami musiały zatrzaskać m.in. hotele, restauracje, salony fryzjerskie, kosmetyczne, stoki narciarskie, atrakcje turystyczne, obiekty sportowe. Nie było turystów i kuracjuszy, nie było zapotrzebowania na te usługi. Nie zarabiałały firmy, nie zarabiałały także gmi-

ny. Wpływy z podatku CIT za 2020 r. były o 64 proc. mniejsze w porównaniu z 2019 r., a z podatku PIT o 22 proc. Na samych opłatach uzdrowiskowych i miejscowych samorządy straciły w zeszłym roku niemal 30 mln zł. – W sezonie z opłaty uzdrowiskowej uzyskujemy do budżetu ok. 400 tys. zł miesięcznie. Do każdej złotówki zebranej przez gminę dostajemy 1 zł dotacji od państwa. Środki zebrane w jednym roku są bazą do wyliczenia rządowej dotacji w kolejnym. Łatwo policzyć, że przez pół roku zamknięcia straciliśmy niemal 2,5 mln zł plus dotacja. Wprawdzie teraz obiekty sanatoryjne są otwarte, ale za marzec br. z opłaty uzdrowiskowej zebraliśmy zale-

dwie 70 tys. zł – mówi Leszek Dzierżewicz, burmistrz Ciechocinka, zastępca prezesa Stowarzyszenia Gmin Uzdrawiskowych RP. Pieniędzy było mniej, ale pewne stałe wydatki samorządu nadal musiały ponosić. – Model działania gmin uzdrawiskowych opiera się na turystyce, mamy dużo obowiązków i wydatków, których nie możemy wstrzymać. Chodzi np. o utrzymanie infrastruktury, parków, fontann. Na to szły pieniądze z opłaty uzdrawiskowej, których teraz jest dużo mniej. Dlatego apelujemy, aby w tym roku dopłata z budżetu była na poziomie tej z 2019 r. – mówi Aleksandra Gosk, członek zarządu Stowarzyszenia Gmin Uzdrawiskowych RP, radna Sopotu. Pogorszyła się również sytuacja spółek komunalnych, które utraciły przychody z opłat za wodę, ścieki i wywóz odpadów od szpitali, sanatoriów i firm. Wprawdzie latem i jesienią 2020 r. na krótko pozwolono wznowić działalność w turystyce, ale nie wpłynęło to znacząco na poprawę sytuacji finansowej gmin. Obłożenie w obiektach uzdrawiskowych było dużo niższe niż w czasach przedcovidowych, a wkrótce pojawił się ko-

lejny gwóźdź do trumny – zakaz prowadzenia działalności w sezonie zimowym 2020/2021. Gminy uzdrawiskowe wskazują, że są bardziej poszkodowane niż inne ośrodki, w których, życie gospodarcze toczyło się w miarę normalnie, ograniczenia nałożono tylko na wybrane dziedziny życia publicznego, kulturalnego, czy sportowego. W miejscowościach uzdrawiskowych 90 proc. firm świadczy usługi w otoczeniu podmiotów sanatoryjnych i leczniczych. W związku z lockdownami nie mogły one normalnie funkcjonować

NIETRAFIONA POMOC

Gminy uzdrawiskowe liczą straty, ale też coraz głośniej domagają się realnej pomocy od państwa. Czy rząd rzeczywiście zauważa ich potrzeby? Do tej pory wygląda to tak, że władze niestety więcej obiecują, niż robią.

Aby ratować lokalne przedsiębiorstwa, samorządy zdecydowały się na uruchomienie doróżnej pomocy, mającej uchronić gminy przed wzrostem bezrobocia. W tym celu zdecydowały się zwolnić firmy z niektórych opłat. – Ciechocinek stworzył lokalną tarczę antykrzy-

sową. Wszystkim firmom umorzyliśmy podatki od nieruchomości, zaoferowaliśmy dwumiesięczne zwolnienia z czynszu za wynajem miejskich lokali. To straty dla budżetu rządu 800 tys. zł – tłumaczy Leszek Dzierżewicz.

Samorządy podejmowały te kroki, licząc na to, że uda im się pozyskać pieniądze z innych źródeł. Początkowo wydawało się, że rząd reaguje właściwie. Jeszcze w zeszłym roku ogłoszono zapowiedź programu „Polskie Uzdrawiska ku przyszłości”, który miał być przygotowany przez Ministerstwo Rozwoju, Pracy i Technologii. Do rozdysponowania planowano przeznaczyć 1 mld zł. Resort tłumaczył, że pieniądze są niezbędne do zwiększenia atrakcyjności gmin uzdrawiskowych dla kuracjuszy krajowych i zagranicznych. Samorządy rozpoczęły planowanie nowych inwestycji, które prowadziłyby do różnicowania oferty uzdrawisk i odbudowania gospodarki. Z czasem jednak wokół tematu robiło się coraz ciszej, a przedstawiciele gmin nie mogli doprosić się o szczegóły. Nadzieje odżyły wraz z pojawieniem się Funduszu Inwestycji Lokalnych, ale niestety i w tym przypad-

GMINA BYSTRZYCA KŁODZKA

■ www.bystrzycaklodzka.pl ■ www.turystyka.bystrzycaklodzka.pl ■ www.kultura.bystrzycaklodzka.info



<<< DŁUGOPOLE ZDRÓJ

„Perła uzdrawisk Kłodzkich” o łagodnym klimacie sprzyjającym dobremu wypoczynkowi i rekonwalescencji. Urokliwe kompleksy leśne, zmodernizowana baza rehabilitacyjna oraz miła atmosfera pozwalają na szybką regenerację sił i powrót do zdrowia. Ukojenie znajdują tu przede wszystkim kuracjusze z problemami układu krążenia, trawienia a także stanach zółtaczkii zakaźnej. Woda mineralna ze źródła „Emilia” używana jest od lat do kuracji pitnych i kąpiel mineralnych.



MIĘDZYGÓRZE >>>

Stacja klimatyczna Międzygórze to czarowana kraina baśni i legend o unikalnych walorach przyrodniczych oraz wypoczynkowych. Malownicze położenie Międzygórze u stóp Masywu Śnieżnika, a także charakterystyczna zabudowa w stylu tyrolskim i norweskim z XIX w. dodają miejscowości wyjątkowego uroku. Stale rozwijająca się baza noclegowa, gastronomiczna i towarzysząca sprawia, że Międzygórze jest stolicą sportu, turystyki i rekreacji. Można tu zobaczyć min. wodospad Wilczki oraz odwiedzić „Ogród bajek”.



► ku okazały się one płonne. Program ten tylko częściowo zaspokoił potrzeby gmin, pieniądze trafiły jedynie do tych leżących na terenach górskich. Wśród nich są co prawda i uzdrowiska, ale pozostałe miejscowości uzdrowiskowe, leżące w innych rejonach Polski nie dostały nawet złotówki.

Kolejne podejście to Krajowy Plan Obudowy. W lutym br. rząd poinformował, że rozpoczyna konsultacje do KPO. W dokumencie słusznie zauważono, że skutki pandemii najbardziej odczują obszary uwarunkowane przyrodniczo, w tym uzdrowiska, lub te o niezróżnicowanym profilu gospodarczym, np. zależne od turystyki. Podkreślano, że zasługują one na szczególną uwagę. Po przeczytaniu takich zapowiedzi, gminy uzdrowiskowe liczyły na wdrożenie systemowych rozwiązań wsparcia, ale i tym razem okazało się, że ich wyobrażenia mijają się z propozycjami władz.

KPO NIEDOPRACOWANY

Krajowy Plan Obudowy porusza temat uzdrowisk w komponencie D, dotyczącym dostępności i jakości systemu ochrony zdrowia. Wspomina w nim o inwestycjach w rozwój i modernizację infrastruktury podmiotów leczniczych. Nie ma w nim ani słowa o pieniądzach na rozwój jednostek samorządowych, w których leżą uzdrowiska. – W KPO minister zdrowia dobrze zadbał o podmioty lecznicze, mają możliwości uzyskania środków finansowych, natomiast gminy zostały całkowicie pominięte. Mamy zerowe szanse na pieniądze – alarmuje burmistrz Ciechocinka. Dzierżewicz dodaje, że podczas posiedzenia parlamentarnego zespołu ds. uzdrowisk, gminy dowiedziały się tylko, że będą mogły aplikować o pieniądze z programu „Zielone Miasta”, ale to projekt dla wszystkich ośrodków miejskich w Polsce, więc kwoty, które można uzyskać, nie odzwierciedlają potrzeb gmin uzdrowiskowych.

Zdaniem Stowarzyszenia Gmin Uzdrowiskowych RP podział środków w KPO jest źle rozplanowany. Szpitale uzdrowiskowe i sanatoria nie odczuły aż tak bardzo negatywnych skutków pandemii. Przez cały czas otrzymywały pieniądze z kontraktów NFZ, objęły je tarcze antykryzysowe. To gminy potrzebują dofinansowania na rozwój i inwestycje, bo inaczej cała infrastruktura wokół obiektów leczniczych zubożeje. – Sanatoria czy prewentoria, dzięki pieniądżom z KPO, doposażą się, kupią nowy sprzęt. Będą świetnymi obiektami położonymi w skromnej otocze – mówi zastępca prezesa SGU RP. Stowarzyszenie podnosi, że przy two-

rzeniu KPO zapomniano, że działalność lecznicza stanowi jedynie 5–15 proc. ogółu działalności prowadzonej na terenie gminy uzdrowiskowej. Bardzo ważna dla tych obszarów jest turystyka oparta na walorach środowiskowych i zasobach endogenicznych i to właśnie ta dziedzina potrzebuje środków na inwestycje.

Przedstawiciele gmin uzdrowiskowych zgodnie podkreślają, że polskie uzdrowiska to jedyny sieciowy produkt markowy Polski gwarantujący wysoką jakość usług i mogący konkurować ze swoimi europejskimi odpowiednikami. To efekt mozolnej pracy, która rozpoczęła się jeszcze w latach 90. ubiegłego wieku. Zagranicznych kuracjuszy przyciąga do nas bardzo dobra relacja cen do oferowanego standardu. Nieodpowiednie ukierunkowanie pomocy sprawi, że efekt pracy ostatnich dziesięcioleci pójdzie na marne. – Jeszcze 3–4 lata temu do Ciechocinka przyjeżdżali turyści z 36 krajów świata. Dziś stoimy na rozdrożu, notujemy spadki dochodów, nie mamy wsparcia, jeśli go nie otrzymamy, w konsekwencji będziemy musieli hamować inwestycje, a pozycja naszych uzdrowisk w europejskich rankingach spadnie – zaznacza Dzierżewicz.

POTRZEBA ZMIAN

Przedstawiciele Stowarzyszenia nadal liczą na to, że dojdzie do korekty zapisów w KPO i gminy uzdrowiskowe ostatecznie staną się beneficjentami unijnych środków, które przeznaczą na inwestycje mogące się przyczynić do powstania obszarów i firm odpornych na kryzys. – Uzdrowiska nieustannie się zmieniają. Inwestujemy w badania nad surowcami, kosmologię – mówi Aleksandra Gosk. Kurorty dbają także o różne elementy otoczenia uzdrowiskowego. Chcą, by kuracjusze mogli

korzystać z rozbudowanej infrastruktury miejskiej: parków, boisk, kortów tenisowych, basenów. – W Ciechocinku mamy 16 basenów, ale my, jako miasto, rozbudowujemy także wodny plac zabaw, w ramach którego powstaną kolejne dwa baseny. Turyści lubią aktywnie spędzać czas, dlatego też tworzymy plażę. Chcemy mieć obiekty na świeżym powietrzu, w różnych częściach miasta, żeby ludzie mogli się rozproszyć, aby w czasach pandemii nie byli skupieni w jednym miejscu – podkreśla Dzierżewicz.

Przedstawiciele gmin uzdrowiskowych wskazują też, że rośnie znaczenie prywatnych inicjatyw. Już nie tylko NFZ, ZUS czy KRUS kierują ludzi na leczenie. Coraz częściej kuracjusze pojawiają się z własnej woli. Udział komercyjnych gości wynosi w różnych ośrodkach od 10 do 30 proc. Są takie obiekty, które w 100 proc. działają komercyjnie, a obłożenie w nich wynosiło w dobrych czasach 97-98 proc.

Miejscowości uzdrowiskowe chcą się zmieniać, ulepszać ofertę, modernizować stare i budować nowe obiekty rekreacyjne i atrakcje turystyczno-sportowe, którymi będą przyciągać gości. Chcą kłaść nacisk na rozwiązania proekologiczne, niskoemisyjny transport, nowoczesne parkingi. Do tego wszystkiego potrzebne są pieniądze, a w czasach, gdy zastrzyk gotówki od przyjezdnych został mocno ograniczony, liczy się dla nich pomoc państwa. Aby zwrócić na siebie uwagę, apeluje kierując pisma m.in. do premiera i Ministerstwa Rozwoju, Pracy i Technologii. Tylko czy instytucje państwowe odpowiedzą na te potrzeby? Na ten moment niewiele na to wskazuje, ale gminy uzdrowiskowe ciągle mają nadzieję. ■



Aleksandra Gosk: Model działania gmin uzdrowiskowych opiera się na turystyce, mamy dużo obowiązków i wydatków, których nie możemy wstrzymać.

Zostań mistrzem wypoczynku!

visit.ustka.pl

USTKA
na
fali



Uzdrowiska bez cudzoziemców. Czy polscy turyści dopiszą

Gminom uzdrowskim bardzo brakuje zagranicznych kuracjuszy, liczą jednak, że ich nieobecność przynajmniej częściowo zrekompensują polscy turyści.



NELLY KAMIŃSKA

Według danych GUS w 2019 r. polskie zakłady lecznictwa uzdrowskiego przyjęły w trybie stacjonarnym 782,1 tys. kuracjuszy, z czego ponad 6 proc. stanowili cudzoziemcy. Zdecydowana ich większość, bo prawie 91 proc., leczyła się w placówkach w dwóch województwach – zachodniopomorskim i dolnośląskim. – Do naszego regionu trafia ponad jedna czwarta wszystkich kuracjuszy w Polsce. Siłą rzeczy gościmy też najwięcej pacjentów z zagranicy, głównie Niemców, ale też Skandynawów

czy Rosjan. W 2019 r. stanowili oni średnio ok. 14 proc. ogółu, a w Świnoujściu nawet 25–30 proc. – mówi marszałek województwa zachodniopomorskiego Olgierd Geblewicz. – Gospodarka zachodniopomorskich gmin bardzo mocno odczuwa covidowe obostrzenia i brak zagranicznych klientów, nie tylko kuracjuszy – dodaje. Cierpią na tym usługi dodatkowe, na przykład gastronomiczne czy przewodnickie, których szeroka baza rozwinęła się wokół uzdrowisk generujących największy ruch turystyczny, takich jak Świnoujście czy Kołobrzeg. Zdaniem marszałka promocja za granicą nabierze sensu dopiero po zniesieniu obowiązku kwarantanny. – Na-

sze uzdrowiska zwiększają teraz nacisk na przygotowywanie i dostosowanie odpowiednich ofert dla klienta krajowego, który jest aktualnie głównym odbiorcą usług – dodaje Geblewicz.

ZAGRANICZNI GOŚCIE TO WARTOŚĆ

– Zagraniczna turystyka uzdrowskowa to domena przede wszystkim obiektów hotelowych, a w mniejszym stopniu sanatoryjnych, które mają kontrakty z NFZ i gości zagranicznych traktują uzupełniająco – mówi prezes Regionalnego Stowarzyszenia Turystyczno-Uzdrowskiego w Kołobrzegu, Mariusz Ławro. – Wielu kołobrzeskich hotelarzy spe-

Uzdrowisko Horyniec Sp. z o.o.

– połączenie tradycji i nowoczesności



„Uzdrowisko Horyniec” Sp. z o.o. to uznane i cenione w kraju oraz za granicą za swoją działalność uzdrowską opartą m.in. na wydobywanych przez Uzdrowski Zakład Górniczy, własnych surowcach naturalnych, takich jak najstarsza w kraju borowina typu nizinnej i woda siarczkowo-siarkowodorowa, które w sposób niepodważalny wpływają na poprawę stanu zdrowia pacjentów ze schorzeniami z zakresu i profilu uzdrowska: reumatologii, ortopedii, chorób narządów ruchu, osteoporozy, neurologii, kardiologii, otyłości, chorób cywilizacyjnych, chorób skóry oraz niektórych chorób kobiecych.

Do „Uzdrowska Horyniec” sp. z o.o. zapraszamy na leczenie i rehabilitację w ramach zawartych umów z NFZ na pobyty 21- i 28-dniowe i ambulatoryjnie oraz komercyjnie na turnusy 7 i 14 dniowe w pakietach dedykowanych pod wybrane schorzenia i jednostki chorobowe. Na szczególną uwagę zasługują: Witalność z Roztocza, Delux, Covid-19, Terapia kończyny górnej, Strefa kardio, Reedukacja chodu, Ortopedia(Ortosfera), Neurologia(Neurosfera), Kręgosłup w potrzebie, pakiet Skoliozy czy Odchudzanie/Fat burning.

Spółka oferuje pobyty w nowoczesnych, przestronnych i wystandaryzowanych obiektach Jawor, Dom Zdrojowy oraz w Klinicznym Centrum Diagnostyczno-Terapeutycznym Narządów Ruchu oraz Schorzeń Neurologicznych i Kardiologicznych. W bliskim otoczeniu znajduje się deptak spacerowy z fontanną, mini łaźnią solankową, siłownią zewnętrzną oraz Roztoczański Park Krajobrazowy. Nasycenie ścieżek spacerowych, rowerowych oraz zieleni stwarza doskonałe warunki do wypoczynku i relaksu. Ponadto niewątpliwym atutem spółki jest własna kuchnia, która przygotowuje i serwuje codziennie świeże, urozmaicone i smaczne posiłki dla naszych Gości.

W niespełna 2 lata spółka zrealizowała 3 duże projekty inwestycyjne w ramach RPO WP na lata 2014-2020 na ponad 35 mln zł, dzięki którym został wybudowany nowoczesny kompleks rehabilitacyjno-pobytowy: Kliniczne Centrum Diagnostyczno-Terapeutyczne Narządów Ruchu i Kliniczne Centrum Diagnostyczno-Terapeutyczne Schorzeń Neurologicznych i Kardiologicznych. Kliniczne Centra to nowoczesny, dwuskrzydłowy, piętrowy ośrodek z bazą 116 łóżek, komfortowo wyposażonych 1- i 2-osobowych pokojach z balkonami. Na parterze zaś znajdują się specjalistyczne gabinety diagnostyczne i rehabilitacyjne wyposażone w innowacyjny, zrobotyzowany i zautomatyzowany z biofeedback sprzęt, który nie jest dostępny w żadnym innym

ośrodku w kraju w takiej konfiguracji jakie posiada spółka. Dla wygody i komfortu pacjenta budynek klinicznych centrów jest połączony łącznikiem z Domem Zdrojowym, w którym znajduje się min. zakład przyrodolecznicy.

Gruntownie odremontowany i rozbudowany kompleks sanatoryjny Jawor stanowi nowoczesny i klimatyczny obiekt, w którym nasi Goście znajdą wygodne, przestronne i komfortowo wyposażone pokoje 1- i 2-osobowe z balkonami, a w otoczeniu uzdrowskiej infrastruktury rekreacyjno-wypoczynkowej, takiej jak wiaty, altany parkowe oraz poidelka z wodą siarczkowo-siarkowodorową, soczysta zieleń i śpiew ptaków, odnajdą odprężenie i relaks.

Dom Zdrojowy to najbardziej rozbudowany segmentowo obiekt, który również przeszedł gruntowny remont, odremontowano i wyposażono kuchnię i jadalnię, pokoje 1- i 2-osobowe z kompleksowym wyposażeniem, przebudowano również Zakład Przyrodolecznicy, gabinety zabiegowe oraz zakupiony został nowoczesny sprzęt do rehabilitacji. Przestronność korytarzy i funkcjonalne rozmieszczenie gabinetów zabiegowych stwarza optymalne warunki do procesu rehabilitacji i leczenia oraz wykonywanie ponad 60 różnych zabiegów. Dodatkowym atutem Zakładu Przyrodolecznicy jest unikatowy w skali kraju Basen Lecznicy wypełniony wodą siarczkowo-siarkowodorową, gdzie pod czujnym okiem fizjoterapeuty prowadzone są ćwiczenia oraz zajęcia Aquacycling. Ponadto w budynku znajduje się Pijalnia Wód Mineralnych, która umożliwi krenoterapię oraz relaks i wypoczynek w nasłonecznionym i pełnym zieleni kwiatów pomieszczeniu, jak również doskonałym miejscem do rozmów.

Mając powyższe na uwadze, zapraszamy do „Uzdrowska Horyniec” gdzie zostały stworzone komfortowe warunki do pobytu oraz leczenia i rehabilitacji w warunkach uzdrowskich. Niepowtarzalna i kompleksowo wyposażona baza zabiegowa w sprzęt do diagnostyki i rehabilitacji daje unikatowe połączenie tradycji i innowacji w procesie rehabilitacji pacjenta.

„Uzdrowisko Horyniec” Sp. z o.o.
ul. Sanatoryjna 3, 37-620 Horyniec-Zdrój
tel. 16-631-30-88

www.uzdrowisko-horyniec.com.pl
www.facebook.com/uzdrowiskohoryniec1



cializuje się w obsłudze pacjentów zagranicznych, głównie Niemców, którzy wręcz decydują o funkcjonowaniu ich obiektów. Poza tym cudzoziemcy generują duży obrót dodatkowy, korzystając z usług leczniczych, których nie mają w pakiecie, spa, barów czy kawiarni, chętnie chodzą też do lokali gastronomicznych poza swoim obiektem, zarabiają więc na nich nie tylko same hotele, ale też cała dzielnica uzdrowiskowa – wskazuje Ławro. Prezes RST-U podkreśla, że choć zagraniczni kuracjusze chcą wrócić nad polskie morze, to w tym sezonie wszystko zależy będzie od sytuacji pandemicznej. – Jeśli dzięki szczepionkom zaczniemy wracać do normalności i będzie przyzwolenie na ruch turystyczny, powinni się u nas pojawić. Dla gości niemieckich pierwszym kierunkiem zagranicznym będzie na pewno Polska. Niestety maj, który zawsze był ich ulubionym okresem, możemy już spisać na straty – mówi. A co, jeśli urzeczywistni się prognoza pesymistyczna i zagraniczni kuracjusze w tym roku nie dopiszą? – Choć obcokrajowcy mają w naszym ruchu turystycznym duży udział, to zeszły rok pokazał, że jest duży potencjał w kliencie polskim. W połowie lipca Polacy masowo ruszyli nad morze, a sierpień i wrzesień były już mocno obsadzone. Jeśli w tym roku Polacy nie wyjadą za granicę tak licznie, jak w poprzednich latach, a przypuszczam, że nie wyjadą, to możemy liczyć, że spędzą urlopy u nas, częściowo kompensując brak gości zagranicznych – wskazuje prezes.

Zdaniem Olgerda Geblewicza z uwagi na położenie regionu i wieloletnią współpracę z zagranicznymi klientami ich powrót jest tylko kwestią czasu. – Zakładamy, że druga połowa roku umożliwi już szersze przyjmowanie grup spoza kraju. Mimo że uzdrowiska są otwarte od połowy marca i gotowe na przyjęcie gości, ruch jest jeszcze niewielki. Kuracjuszy z Niemiec zniechęcają bardzo restrykcyjne przepisy dotyczące kwarantanny po powrocie z Polski. – mówi marszałek. Kluczem do wznowienia ruchu transgranicznego jest, według Komisji Europejskiej, uzyskanie bezpieczeństwa populacyjnego do czerwca tego roku. KE wnioskuje o wprowadzenie, właśnie od czerwca, certyfikatów zdrowia dla ozdrowieńców i zaszczepionych.

ŁĄCZYĆ ZDROWIE Z REKREACJĄ

O nadchodzący sezon będzie walczyć Świnoujście. Uzdrowisko cieszy się ogromną popularnością wśród kuracjuszy z Niemiec, którzy przyjeżdżają na leczenie i rehabilitację w ra-



Mariusz Ławro: Wielu kołobrzeskich hotelarzy specjalizuje się w obsłudze pacjentów zagranicznych, głównie Niemców, którzy wręcz decydują o funkcjonowaniu ich obiektów.

mach niemieckiego odpowiednika NFZ, jednak w swojej strategii promocyjnej kładzie akcent przede wszystkim na różnorodność i kompleksowość oferty. – Świnoujście nie jest wyłącznie miastem sanatoriów, przyjeżdżają do nas również zwykli turyści, bo u nas można wypoczywać na wszelkie sposoby. Mamy 10-kilometrową plażę, ścieżki rowerowe na wyspach o łącznej długości 140 km, sześć przystani żeglarskich i kajakowych, rezerwy przyrody, kompleks podziemnych schronów i bunkrów, zrewitalizowany park zdrojowy i łowiska dla wędkarzy – wymienia zastępca prezydenta miasta Paweł Sujka.

– W ubiegłym roku gościliśmy dużo Polaków, także z odległych regionów, jak Lubelszczyzna czy Podkarpacie – to także efekt ogólnokrajowej kampanii pod hasłem „Świnoujście – wyspy możliwości”. Zamrożenie ruchu granicznego do połowy sierpnia nie spowodowało zatem większych strat, lukę po cudzoziemcach zapełnili Polacy. W połowie sierpnia pojawili się turyści zagraniczni, którzy szczerze wypełnili nam hotele, praktycznie w 100 procentach, i tak było prawie do końca października – mówi Paweł Sujka.

Choć sytuacja epidemiczna jest wciąż niepewna, Świnoujście nie zaprzestaje działań promocyjnych na rynkach zagranicznych, w tym niemieckim, austriackim i czeskim. W przyszłości miasto liczy też na ozdrowieńców z Polski i zagranicy. – Świnoujście będzie miało duży udział w rządowym programie rehabilitacji pocovidowej w sanatoriach. Jod w nadmorskim powietrzu pomaga w regeneracji płuc, więc u nas taka rehabilitacja będzie bardzo skuteczna – mówi zastępca prezydenta.

SZUKAĆ GOŚCI W OKOLICY

Na turystów krajowych nastawia się także dolnośląski Łądek-Zdrój. Kierownik Wydziału Promocji, Turystyki i Uzdrowiska tamtejszego urzędu miasta i gminy Grzegorz Szczygieł uważa, że na kuracjuszy zagranicznych raczej trzeba będzie jeszcze poczekać. – Łądek-Zdrój to miejscowość uzdrowiskowa, w której ruch turystyczny opiera się w dużej mierze na gościach kuracyjnych, także z zagranicy. Czy wrócą do nas w tym sezonie? Obecnie to wielka niewiadoma, wszystko zależy będzie od sytuacji epidemicznej oraz obostrzeń i ograniczeń w poszczególnych krajach, które mocno wpływają na decyzje o wyjeździe – mówi Grzegorz Szczygieł. Jak Łądek-Zdrój zrekompensuje sobie brak cudzoziemców i czy mimo wszystko będzie o nich zabiegać? – To działa w dwie strony, kłopot z wyjazdem za granicę mają nie tylko cudzoziemcy, ale i Polacy, dlatego często zostają w kraju i zaczynają odkrywać choćby najbliższą okolicę. I na takich turystów liczymy.

W okresie obostrzeń zaobserwowaliśmy wysyp turystów aktywnych, którzy spędzają czas na wolnym powietrzu, na przykład przemierzając szlaki piesze i ścieżki rowerowe. I to turystyka aktywna będzie filarem naszej promocji turystyki w sezonie letnim – wyjaśnia kierownik. – Nadchodzący sezon nie musi być bardzo zły, natomiast mocno zmieniony będzie profil turysty. Nastawiamy się na turystów aktywnych, z sąsiednich regionów, którzy mogą przyjechać do nas na jeden dzień. Ale nie tylko, bo ostatnio nasila się u nas turystyka kamperowa, w tym wypadku możemy już mówić o turyście kilkudniowym, który nocuje we własnym pojeździe – dodaje Grzegorz Szczygieł.

Kołobrzeg to największe nadbałtyckie uzdrowisko w Polsce, którego sława sięga ponad 200 lat. Tu, w otoczeniu cudownej przyrody, oddychając zbawiennym nadmorskim powietrzem możesz zanurzyć się w szczęściu i doznać prawdziwego piękna. Ci, którzy wybierają się tutaj na urlop czy kurację mogą korzystać z walorów zdrowotnych wody solankowej, czy pokładów borowiny. Przytulne, nadmorskie miasto, pełne komfortu, przyciąga nie tylko plażą ale również piękną architekturą. Niezapomniana atmosfera i styl.

Dlaczego Kołobrzeg zyskał manio polskiego Hygge? Każdy z nas marzy dzisiaj o chwili poczucia komfortu, chwili tylko dla siebie. Choć każdy z nas jest inny i nasze myśli nie są jednakowe, wszystkie szukają oazy spokoju i bezpieczeństwa, chwil poczucia wewnętrznego komfortu. Naszym naturalnym potrzebom odpowiada kołobrzeskie hygge, stworzone na bazie doświadczeń, stanowi wyjątkowy klucz do odpoczynku i poprawy kondycji psychofizycznej.

Kołobrzeskie hygge to filozofia szczęścia, według której, aby być szczęśliwym, należy cieszyć się z małych rzeczy, być blisko natury i uprawiać aktywność fizyczną. Kołobrzeg ma niesamowite położenie, które pozwala na obcowanie z naturą, jak również daje możliwości uprawiania rozmaitych sportów. Międzynarodowy Szlak Rowerowy, który biegnie przez miasto, doskonałe warunki do oddawania się sportom wodnym czy szlaki turystyczne, to wszystko sprawia, że w mieście tym nabierasz odpowiedniego dystansu do świata, życia i łapiesz to, co najlepsze dla Ciebie.

Kołobrzeg od dziesięcioleci szczyli się mianem Perły Bałtyku. Uzdrowiska, naturalne obszary borowiny, solanka, wyjątkowy klimat, zieleń, parki, cudowne plaże – to wszystko

ko przyciąga i jest atrakcyjne o każdej porze roku. Dziś w zmieniającym się świecie, bardzo pędzącym potrzebujemy dobrego uspokojenia, odpoczynku i zaopiekowania. Kołobrzeg to wszystko oferuje.

Kołobrzeg to miasto gwarantujące regenerację ducha i ciała. Pozwala odzyskać równowagę psychofizyczną oraz dzięki swoim bogactwom naturalnym prowadzi do odnowy zdrowia i sił witalnych. Kołobrzeg to również miasto, które zachowuje balans między środowiskiem życia człowieka - zabudową, miejscami przeznaczonymi na rozrywkę, rekreację, a środowiskiem naturalnym, kierując się zasadą zrównoważonego rozwoju.

Poszukując urlopowej oazy warto zawitać do jednego z największych i najpiękniejszych miast nadmorskich – Kołobrzegu, w którym spokój łączy się harmonijnie z rozrywką, a natura z życiem miejskim.

Zapraszamy do zapoznania się z ofertą kołobrzeskiej bazy uzdrowskiej i hotelowej.
Kołobrzeg Re : generacja
www.kolobrzeg.eu

Odkryj jedno z najpiękniejszych miejsc w Polsce. Odkryj polskie Hygge



KOŁOBRZEG
RE:GENERACJA

Podróże z Certyfikatem Dobrych Praktyk

Ruszyła certyfikacja podmiotów turystycznych realizujących program Polski Bon Turystyczny. Projekt realizowany przez Polską Organizację Turystyczną ma na celu promocję obiektów noclegowych oraz organizatorów turystyki, którzy świadczą usługi turystyczne na wysokim poziomie przy zachowaniu najwyższych norm bezpieczeństwa i jakości.

„Czy to jest bezpieczne?” To pytanie, które zostanie z nami na długo. Bezpieczeństwo zarówno w całym kraju, jak i w poszczególnych obiektach, będzie na pierwszym miejscu wśród pytań stawianych przez turystów podczas wyboru celów podróży, obiektów i usług turystycznych. Chcemy być pewni, że podróże to bezpieczna i rozsądna opcja.

Już w ubiegłym roku, po kilku miesiącach trwania pandemii, Polacy zmienili kryteria, jakimi kierowali się w przy wyborze miejsca wypoczynku. Potwierdziło to m.in. badanie „Plany wakacyjne Polaków 2020” przeprowadzone na zlecenie Polskiej Organizacji Turystycznej. Zgodnie z nim aż 2/3 Polaków przyznało, że pandemia i wprowadzone przez nią obostrzenia znacząco zmieniły ich plany wypoczynkowe i wyjazdowe, a najczęstszą tego przyczyną była obawa o zdrowie swoje i swoich najbliższych. Już wówczas ponad 80 proc. badanych wyraziło oczekiwanie, że obiekty turystyczne powinny realizować dodatkowe działania, które zwiększą poczucie bezpieczeństwa turystów.

– *Przed pandemią to koszt był decydującym czynnikiem wpływającym na decyzję o wyjeździe. Obecnie jesteśmy świadkami diametralnej zmiany w sposobie myślenia o turystyce. To przede wszystkim kwestie bezpieczeństwa i podwyższonych standardów higienicznych w obiektach decydują o miejscu naszego wypoczynku. Chcemy być pewni, że tam, gdzie się udajemy, będziemy mogli w spokoju wypocząć, nie martwiąc się przy okazji czy personel obiektu na pewno dba o zapewnienie nam bezpieczeństwa. Potwierdziły to nasze ubiegłoroczne badania, w których kwestie bezpieczeństwa podczas planowania i organi-*



zacji wyjazdu znacząco wyprzedziły jego koszty – mówi Rafał Szlachta, prezes Polskiej Organizacji Turystycznej.

W tym roku wakacje w domu chce spędzić 40,2 proc. Polaków. To znacznie mniej niż w roku ubiegłym, kiedy o tej porze roku takie plany deklarowało ponad 57 proc. osób.¹ Z krajowej oferty turystycznej planuje skorzystać niemal 22 proc. Polaków, o 6 pkt proc. więcej niż przed rokiem. Zda-

niem ekspertów wyższe zainteresowanie hotelami, motelami i pensjonatami wynika z faktu, że wciąż wiele osób nie wykorzystało bonu turystycznego. To dobra wiadomość dla właścicieli obiektów i organizatorów wypoczynku biorących udział w programie Polski Bon Turystyczny. Tego lata mogą spodziewać się znacznej liczby gości, jednak na decyzję podróżnych o wyborze miejsca, w którym chcą spędzić rodzinne urlopy, będzie miało wpływ nie tylko za-

pewnienie możliwości płatności bonem, ale także dostosowanie oferty do rodzinnego wypoczynku i przede wszystkim zapewnienie bezpieczeństwa.

Dobre praktyki / Licencja na bezpieczną podróż

W odpowiedzi na zmieniające się oczekiwania turystów i sytuację branży turystycznej Polska Organizacja Turystyczna Oddział zamiejscowy ds. obsługi i promocji Polskiego Bonu Turystycznego rozpoczęła realizację projektu pod nazwą „Certyfikacja Podmiotów Turystycznych”, który ma zapewnić im poczucie bezpieczeństwa i jednocześnie pomóc w ponownym uruchomieniu i poprawie sytuacji sektora turystycznego. Zadaniem projektu jest promocja obiektów noclegowych oraz organizatorów turystyki, którzy realizują Program Polski Bon Turystyczny i przy tym profesjonalnie prowadzą swoją działalność, świadczą usługi turystyczne na wysokim poziomie oraz dbają o bezpieczeństwo podróżnych. W projekcie mogą wziąć udział wszyscy przedsiębiorcy turystyczni oraz organizacje pożytku publicznego, które świadczą usługi hotelarskie lub są organizatorami imprez turystycznych i są zarejestrowane w programie Polski Bon Turystyczny.

– W Polskiej Organizacji Turystycznej cały czas pracujemy nad tworzeniem skutecznych protokołów i planów działania, które zoptymalizują wspólne wysiłki branży na rzecz odbudowy sektora. Wśród nich są rozwiązania, za pomocą których chcemy dać podmiotom turystycznym zestaw narzędzi do zapewnienia bezpieczeństwa ich pracownikom i podróżnym. Projekt certyfikacji podmiotów turystycznych został stworzony po to, aby wyróżnić tych przedsiębiorców, którzy szczególnie przyczynili się do rozwoju turystyki krajowej i których działania mogą być wzorem do stworzenia wspólnych zasad i Katalogu Dobrych Praktyk dla całej branży. Certyfikaty pomogą też podróżnym rozpoznać miejsca, które oferują bezpieczny wypoczynek – mówi Anna Salamończyk – Mochel, wiceprezes Polskiej Organizacji Turystycznej.

Daj się zobaczyć z najlepszej strony

Udział w projekcie Certyfikacji Podmiotów Turystycznych jest dobrowolny i bezpłatny. Wszyscy przedsiębiorcy oraz organizacje, które chcą w nim uczestniczyć, powinny w pierwszej kolejności zarejestrować się

do projektu poprzez wypełnienie formularza zgłoszeniowego na stronie internetowej certyfikat.pot.gov.pl.

Sam proces certyfikacji został podzielony na dwa działania. W pierwszym z nich – samoocenie – przedsiębiorcy proszeni są o samodzielne potwierdzenie stosowania dobrych praktyk podczas realizacji programu Polski Bon Turystyczny, związanych m.in. z bezpieczeństwem, higieną, udogodnieniami dla dzieci oraz współpracą z innymi podmiotami i instytucjami turystycznymi. Zgłoszenia do tej części programu przyjmowane są od kwietnia do maja 2021 roku.

– Przygotowaliśmy zbiór dobrych praktyk, które należy stosować podczas realizacji programu Polski Bon Turystyczny, aby móc uzyskać Certyfikat Dobrych Praktyk. Zostały one podzielone na kilka kategorii, obejmujących m.in. udogodnienia dla dzieci, współpracę pomiędzy podmiotami turystycznymi, aktualizację danych w bazie POT, sposób informacji i promocji bonu oraz dotyczących przestrzegania norm bezpiecznego wypoczynku. Wśród nich znalazły się m.in. zasady dotyczące higieny, takie jak umieszczenie na terenie obiektu dozowników z płynem do dezynfekcji rąk czy masek ochronnych dostępnych dla gości, dezynfekcja pomieszczeń i sprzętu udostępnianego gościom, zapewnienie odległości min. 1,5 m pomiędzy pracownikami i gośćmi czy posiadanie i przestrzeganie procedur postępowania w przypadku podejrzenia u osoby przebywającej w obiekcie zakażenia koronawirusem. Mając na uwadze grupę docelową Polskiego Bonu Turystycznego, czyli rodziny z dziećmi, dużą wagę przywiązujemy także do kwestii udogodnień, takich jak menu dziecięce, wyposażenie restauracji w foteliki do karmienia, dostępność dodatkowego wyposażenia,

jak np. łóżeczka i przewijaki dla niemowląt, zabezpieczenia w pokojach oraz atrakcje dla dzieci na świeżym powietrzu – ogród, plac lub kącik zabaw, boisko, animatorów czasu wolnego – mówi Katarzyna Kasia-Mucha, koordynator projektu Certyfikacja Podmiotów Turystycznych w Oddziale Zamiejscowym ds. obsługi i promocji Polskiego Bonu Turystycznego. – Po pierwszym działaniu, którym jest autocertyfikacja oparta na deklaracjach właścicieli obiektów i organizatorów turystycznych chcemy spotkać się z przedsiębiorcami, potwierdzić stosowanie przez nich dobrych praktyk i wysoką jakość oferowanych usług, a tym samym zagwarantować spokojny i bezpieczny wypoczynek turystom – dodaje.

Drugi etap certyfikacji polegający na spotkaniach organizatorów z przedsiębiorcami planowany jest od maja do listopada 2021.

Każdemu podmiotowi, który realizuje program Polski Bon Turystyczny według wysokich standardów i norm bezpieczeństwa, zgłosi się do projektu i weźmie udział w obydwu etapach, zostanie przyznany Certyfikat Dobrych Praktyk. Uhonorowani nim uczestnicy zostaną dodatkowo wyróżnieni w publikacji POT „Katalog Dobrych Praktyk”, oznaczeni na mapie obiektów realizujących usługi z użyciem Polskiego Bonu Turystycznego oraz otrzymają prawo do korzystania z logo certyfikatu w celu promocji swojego obiektu i komunikacji świadczonych usług.

– Certyfikat Dobrych Praktyk to potwierdzenie wysokiej jakości świadczonych usług turystycznych przy zachowaniu najwyższych norm bezpieczeństwa i jakości. Jego posiadanie to także istotny atut dla podmiotów turystycznych, przydatny zwłaszcza w celach promocji swoich obiektów. Już w pierwszych dniach od uruchomienia projektu zgłosiło się do niego kilkaset pomiotów, co potwierdza, że w obecnych czasach tego rodzaju wyróżniki są bardzo potrzebne. Wymagania podróżnych i standardy obiektów się zmieniają, a naszą rolą jest zapewnienie rozwiązań na miarę tych potrzeb i oczekiwań – podsumowuje Elżbieta Wenderker, Dyrektor Oddziału zamiejscowego POT do spraw obsługi i promocji Polskiego Bonu Turystycznego

Chcesz, aby o Twoim obiekcie i wysokiej jakości realizowanych przez Ciebie usługach turystycznych dowiedziało się jak najwięcej osób?

Zgłoś się już teraz na certyfikat.pot.gov.pl

¹ Sondaż United Surveys dla „Dziennik Gazeta Prawna”.

Rząd zamroził stacje narciarskie. Bez pomocy sektor nie przetrwa

Stacje narciarskie straciły w tym sezonie zimowym od ok. 350 do 360 mln zł w stosunku do ubiegłorocznych wpływów. Bez wsparcia państwa mogą nie dotrzeć do kolejnego sezonu.



MAŁGORZATA ORLIKOWSKA

Jeszcze w początkach grudnia 2020 r. branża narciarska żyła nadzieją, że mimo pandemii sezon zimowy 2020/2021 uda się przeprowadzić w takim samym lub podobnym wymiarze, co w latach poprzednich. W połowie grudnia stało się jasne, że nie ma na to szans, bo polskie władze – wzorem innych krajów – zdecydowały o mocnym ograniczeniu turystyki narciarskiej, zamykając stacje od 28 grudnia do 12 lutego i od 17 marca. W rezultacie dziś branża narciarska stoi na skraju zapaści, borykając się z potężnymi problemami finansowymi. Widmo bankructw poszczególnych stacji narciarskich jest bardzo realne.

TARCZE (NIE) POMOGŁY

Dramatyczną sytuację sektora narciarskiego przedstawiono w czasie konferencji prasowej zorganizowanej w połowie marca br. przez Polskie Stacje Narciarskie i Turystyczne (PSNiT). Stowarzyszenie skupiające prawie 90 polskich stacji zwołało ją, by podsumować trudny sezon zimowy, także zaapelować do rządzących o dedykowaną pomoc. Ta jest niezbędna, jeśli ośrodki mają dotrzeć do kolejnej zimy. Jak mówił Tomasz Paturej, prezes PSNiT i przedstawiciel Kotelnicy Białczańskiej, ograniczenia wprowadzone przez władze spowodowały, że sezon narciarski skurczył się ze 100–110 dni (w zależności od lokalizacji ośrodka) do około 50 dni, dodatkowo ośrodki nie funkcjonowały

w szczytach zimowego sezonu (okres świąteczno-noworoczny, ferie), co przełożyło się na znaczne osłabienie ich kondycji finansowej. W samej Kotelnicy Białczańskiej przychody osiągnięte w tym sezonie stanowiły zaledwie 35 proc. tego, co osiągnięto w ubiegłych latach. Według wstępnych szacunków wszystkie stacje zrzeszone w PSNiT mogą po tym sezonie liczyć na przychody w wysokości ok. 90 mln zł, co oznacza nieco ponad 20 proc. przychodów osiągniętych w ubiegłym roku (400–450 mln zł). Sytuację pogarsza fakt, że zdecydowana większość stacji działa sezonowo, zarabiając w ciągu trzech zimowych miesięcy na cały rok. Do grudnia nie będą więc miały możliwości odrobienia strat, a wzmiankowane 90 mln zł z dużym

prawdopodobieństwem nie wystarczy na pokrycie kosztów utrzymania. – Ciężko będzie bez wsparcia państwa zaplanować sensownie nadchodzący sezon i go rozpocząć – podsumował Tomasz Paturej. Uściślił, że w ostatnich miesiącach branża narciarska otrzymała pomoc finansową od państwa w postaci dwóch tarcz. W ramach pierwszej stacjom przyznano 37 mln zł (skorzystało z nich 65 proc. stacji), w ramach drugiej – 33 mln zł (35 proc.). Razem to około 70 mln zł. Mniej więcej połowa tej kwoty (32 mln zł) to koszty przygotowania stacji do sezonu. – O połowie z tych pieniędzy możemy mówić rzeczywiście jako o wsparciu finansowym – skomentował prezes PSNiT.

To jednak małe pocieszenie, bo już teraz wiadomo, że większość środków z tarcz będzie musiała zostać zwrócona.

MAŁE STACJE BEZ WSPARCIA

Wsparcie mogłoby być większe, a z pewnością bardziej adekwatne do potrzeb branży, gdyby rządzący konsultowali z nią warunki przyznawania pomocy. Uczestniczący w konferencji Piotr Rzetelski z chrzanow-

skiego ośrodka Narciarski Raj, przyznaje, że takich rozmów nie było. – W konsekwencji brak znajomości branży i jej specyfiki spowodowały, że określone w regulaminach tarczy warunki okazały się zbyt ogólne. Autorzy tych zapisów jako wartość referencyjną przyjęli podmioty działające całorocznie, wykluczając tym samym naszą branżę ze wsparcia – wyjaśnia Rzetelski, zwracając uwagę, że część ośrodków w ogóle nie otrzymała wsparcia. Chodzi np. o małe rodzinne ośrodki. – [Te] stacje nie mogły skorzystać z programów [wsparcia], bo albo nie zatrudniają pracowników, albo zatrudniają ich bardzo mało. Apelowalibyśmy [do władz], żeby myśląc o programach wsparcia, uwzględniać, że są małe stacje, w których jest właściciel prowadzący indywidualną działalność gospodarczą, który chciałby z jakiejś formy wsparcia skorzystać – informował Piotr Rzetelski reprezentujący małych przedsiębiorców. Sytuację jego ośrodka pogarsza fakt, że stacja nie jest położona na terenach górskich, w związku z czym nie objęło jej także wsparcie udzielone przez rząd gminom górskim. Właściciel Narciarskiego Raju jest zdania, że stacjom funkcjo-

nującym w pozostałych częściach Polski takie wsparcie również się należy, bo poniosły spore koszty przygotowania do sezonu, zaś zakaz prowadzenia działalności obowiązywał wszystkie ośrodki narciarskie. Dziś Rzetelski bez ogródek mówi o trudnej sytuacji, w jakiej znajdują się niewielkie ośrodki. – Krótki sezon w małej stacji, posiadającej jeden wyciąg orczykowy, oznacza, że nie da się zarobić nawet na podatek od nieruchomości. Apeluję, żeby pamiętać o małych stacjach – zwracał się w czasie spotkania do rządzących.

Tomasz Paturej przedstawił listę postulatów będących apelem do rządzących. Reprezentanci ośrodków domagają się m.in.: przygotowania instrumentu wsparcia dla branży w postaci rekompensaty do 60 proc. przychodów ze średniej z poprzednich sezonów; rozszerzenia wachlarza PKD kwalifikujących się do wsparcia ulg w podatku od nieruchomości i podatku od budowli na 2021 r. wprowadzonych ustawowo, a nie pozostawionych do decyzji samorządów, a także preferencyjnych stawek kredytów pozwalających na pokrycie zobowiązań leasingowych i kredytowych gwarantowane przez Skarb Państwa.

DRZEWICA

POCZUJ PASJE

Raj dla turystów w sercu Polski

Znakomita lokalizacja w centrum Polski, wyjątkowe walory krajobrazowe oraz rozbudowana infrastruktura – to wszystko sprawia, że gmina Drzewica staje się coraz ważniejszym punktem na turystycznej mapie województwa łódzkiego. Bez wątplenia stanowi idealne miejsce dla turystów szukających zarówno przygody z adrenaliną, jak i spokojnego wypoczynku z rodziną.

Wykorzystując swoje atuty przyrodnicze, jest prężnym ośrodkiem sportów wodnych. Przy Zalewie Drzewickim działa Ośrodek Sportu i Rekreacji, na terenie którego znajdują się: zadbana plaża, strzeżone miejsce do kąpieli, dobrze wyposażona wypożyczalnia sprzętu wodnego (kajaki, rowery wodne, narty wodne i tzw. banany z motorówką), wyciąg do wakeboardingu o długości 220 m,

boiska do polo i siatkówki plażowej, dwa place zabaw, punkt gastronomiczny i bar.

OsiR działa w okresie od maja do września, a oprócz wielu form aktywnego wypoczynku na Zalewie Drzewickim oferuje również cieszącą się wielką popularnością spływ kajakowy Drzewiczką. Trasa biegnąca meandrami rzeki – wśród dzikich łąk, starorzeczy, pól uprawnych i terenów leśnych – dostarczy niezapomnianych wrażeń każdemu uczestnikowi spływu.

Bogata oferta rekreacyjno-turystyczna Drzewicy skierowana jest także do miłośników pieszych wędrówek oraz pasjonatów rajdów rowerowych. W samym mieście i okolicach znajdują się urokliwe szlaki – zarówno piesze, jak i rowerowe.

Kajakarstwo górskie na nizinach

Chlubą Drzewicy, a jednocześnie ewenementem na skalę całego kraju, jest tor kajakowy do uprawiania slalomu kajakowego, czyli najważniejszej, bo olimpijskiej odmiany kajakarstwa górskiego. To jedyny taki obiekt w centralnej Polsce. Należy do najnowocześniejszych torów slalomowych w Europie.

Na co dzień na torze trenują zawodnicy Ludowego Klubu Kajakowego Drzewica, którzy mogą się poszczycić wielkimi osiągnięciami na arenie krajowej i międzynarodowej – z medalami Igrzysk Olimpijskich, Mistrzostw Świata i Mistrzostw Europy włącznie. Największe osiągnięcie drzewickich „górali” to srebro olimpijskie osady C-2 Krzysztof Kołomański – Michał Stanisławski podczas Igrzysk Olimpijskich „Sydney 2000”. Po wcześniejszym uzgodnieniu tor jest także dostępny do użytku dla turystów.



Baza noclegowa

Ośrodek Sportu i Rekreacji w Drzewicy oferuje domki letniskowe położone w zacisznym lesie – 350 m od plaży i 150 m od toru kajakowego. Do dyspozycji turystów pozostaje osiem pokoi 3- lub 4-osobowych. Każdy jest niezależny, ogrzewany, ma wyjście na taras, osobną łazienkę i aneks kuchenny. Na terenie przy domkach („Kemping nad Drzewiczką”) znajduje się m.in. plac zabaw dla dzieci, miejsca na ognisko i free wi-fi.

Bazę noclegową okolicy uzupełniają hotele i hostele w mieście oraz gospodarstwa agroturystyczne w Radzicach Małych i Giełzowie.



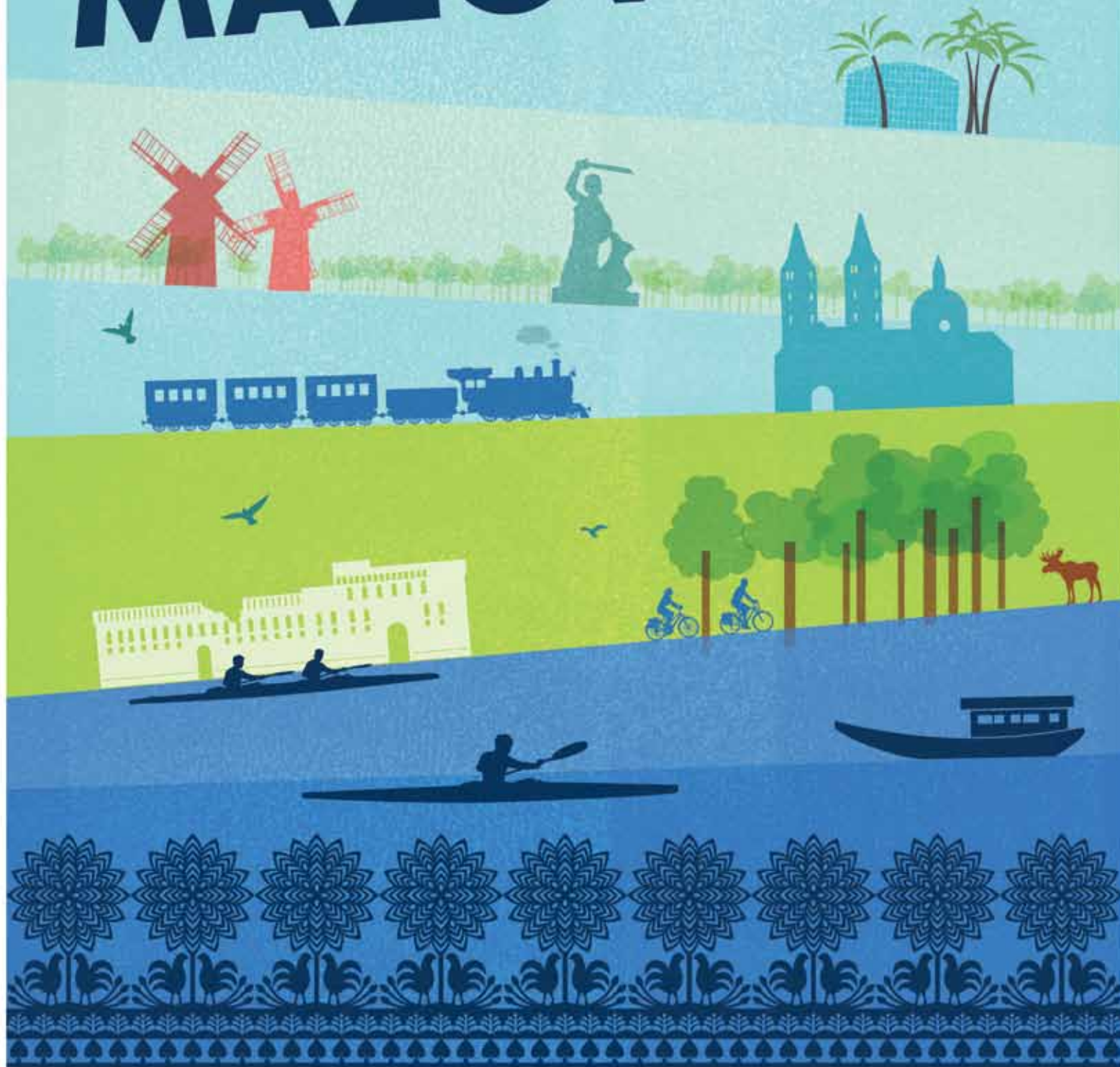
Gmina Drzewica
ul. Stanisława Staszica 22, 26–340 Drzewica
tel. 48 375 60 91
ugm@drzewica.pl; www.drzewica.pl



Ośrodek Sportu i Rekreacji w Drzewicy
ul. Zdrojowa 2, 26–340 Drzewica
info@drzewiczka.pl, tel. 501 104 163
www.drzewiczka.pl



ODPOCZNIJ NA
MAZOWSZU





Destynacje

Wenecja zamyka Stare Miasto dla statków wycieczkowych

■ Włoski rząd zgodził się, by Wenecja wydała zakaz wpływania dużych statków wycieczkowych do portu w pobliżu Starego Miasta. Rzym rekomenduje, by pilnie przygotowane zostały propozycje i projekty budowy miejsc postojowych w pewnej odległości od zabytków. Dekret zakłada, że duże statki mają cumować poza laguną, co będzie zgodne z żądaniami UNESCO. Podobne dyskusje toczą się w kraju już od wielu lat, do tej pory nie udało się dojść do porozumienia w tej sprawie. Przeciwnicy kruzerów twierdzą, że niszczą one zarówno środowisko, jak i historyczne budynki miasta. Decyzja w tej sprawie była potrzebna już dawno, jak twierdzą przedstawiciele włoskiego rządu. MG

25

mld dolarów

wyniosą w tym roku przychody w turystyce – spodziewa się turecka branża turystyczna. To oznaczałoby podwojenie wyniku z ubiegłego roku, kiedy to sektor wygenerował 12,6 mld dol., goszcząc 12,6 mln międzynarodowych turystów. MO

Malta otworzy się na turystów w czerwcu

■ 20 milionów euro ma kosztować Malte program otwarcia, twierdzi tamtejszy minister turystyki Clayton Bartolo. Podróżni będą mogli przyjeżdżać do kraju od czerwca. Zaszczepieni, poza okazaniem zaświadczenia o przyjęciu szczepionki, nie muszą spełniać żadnych dodatkowych obowiązków. Pozostali wjadą pod warunkiem, że będą mieli negatywny wynik testu na COVID-19. W kampaniach promocyjnych Malta skupia się na turystyce aktywnej, na przykład na nurkowaniu – takie podejście do wypoczynku ma przyciągnąć więcej turystów. Co prawda do kraju można wyjeżdżać już teraz, ale liczba lotów jest mocno ograniczona. Pasażerowie muszą okazać też negatywny wynik testu na koronawirusa. Na razie nie działają jednak hotele, restauracje i typowe atrakcje turystyczne. W 2019 roku na Malte przyjechało 2,7 miliona turystów z zagranicy. W zeszłym roku z powodu pandemii liczba lotów zmniejszyła się o ponad 70 proc. Program szczepień przebiega na Malcie bardzo dobrze – już prawie co trzecia osoba otrzymała przynajmniej jedną dawkę szczepionki na COVID-19. MG



Grecja nadal bazuje na ofercie „sea and sun”



Dimitris Fragakis: Ostatnie miesiące były poświęcone na negocjacje z liniami lotniczymi i biurami podróży na temat wspólnych programów marketingowych.

W strategii promocji Grecji na najbliższe trzy lata głównym filarem będzie turystyka typowo wypoczynkowa, z angielska nazywana „sea and sun”. Dimitris Fragakis, sekretarz generalny Greckiej Narodowej Organizacji Turystycznej mówi jednak, że będzie ona uzupełniona o dodatkowe elementy. Chodzi o oferty promujące lokalną kuchnię, turystykę morską, aktywną i wellness. Kraj w dalszym ciągu będzie re-

klamował się za granicą, ale położy też duży nacisk na współpracę z lokalnymi społecznościami. Ostatnie miesiące były poświęcone na negocjacje z liniami lotniczymi i biurami podróży na temat wspólnych programów marketingowych. Budżet na te działania może przekroczyć nawet 9 milionów euro. Informacje z rynków źródłowych są optymistyczne, Grecja znajduje się w grupie trzech najczęściej wybieranych kierunków w Europie. MG

Chorwacja dla przetestowanych lub zaszczepionych

Przedstawiciele chorwackiej branży obawiają się, że rok będzie tak samo trudny jak poprzedni. Rezerwacje spływają, jednak dopóki klienci faktycznie nie przyjadą, nie ma co prognozować finału nadchodzącego sezonu.



MARZENA GERMAN

Koniec zimy i początek wiosny był czasem, kiedy chorwacka branża turystyczna mocno promowała się na swoich rynkach źródłowych. W strategię tę włączona została również Polska. Przedstawicielstwo Chorwackiej Wspólnoty Turystycznej zorganizowało szereg warsztatów i prezentacji dla naszej branży.

BEZPIECZNIE JAK W CHORWACJI

W tym roku głównym filarem, na którym opiera się komunikacja marketingowa Chor-



Josko Stella: Region liczy, że w tym roku sytuacja pozwoli na podróżowanie, a Polaków już teraz zachęca do planowania tam swoich wakacji.

wacji, ma być utwierdzenie potencjalnych klientów w przekonaniu, że kraj jest bezpiecznym miejscem wypoczynku. Obiekty przestrzegające reżimu sanitarnego będą mogły posługiwać się oznaczeniem „Safe stay in Croatia”. Agnieszka Puszczewicz, dyrektor biura Chorwackiej Wspólnoty Turystycznej w Warszawie informuje, że w tym roku podróźni ponownie będą musieli wypełnić formularz wjazdu, który dostępny jest przez aplikację Enter Croatia. Obywatele Unii, aby uniknąć kwarantanny, muszą przedstawić negatywny wynik testu PCR, być zaszczepione lub przebyć chorobę. Z perspektywy naszych

turystów wymogi te mogą być niestety powodem, dla którego wybiorą inny kierunek, dlatego zarówno przedstawiciele polskiej, jak i chorwackiej branży mają nadzieję, że tę kwestię uda się rozwiązać przed sezonem.

WIĘCEJ LAST MINUTE

Sezon zacznie się później niż zazwyczaj. Hotele planowały wystartować w marcu, ale przesunęły tę datę na kwiecień. Powód jest oczywisty – ponieważ rządy krajów ograniczają lub wręcz zabraniają swoim obywatelom podróży zagranicznych, wznawianie działalności operacyjnej wcześniej nie ma sensu. Robert Trpin, menedżer sprzedaży i marketingu w Hotel More 5* z Dubrownika spodziewa się sezonu last minute. – Naszymi klientami są głównie goście z Europy, którzy na razie nie mogą przyjeżdżać i nie do końca wiadomo, kiedy zaczną podróżować za granicę – tłumaczy. Z tego powodu obiekt otworzy się dopiero w kwietniu, choć początkowo i tak przyjeżdżać będą pewnie turyści krajowi. – Obserwujemy, że sporo Chorwatów rezerwuje jeden nocleg, żeby móc skorzystać z restauracji. W hotelach są one otwarte dla gości, w mieście na razie nie działają – mówi. – Wiele osób przełożyło rezerwacje z zeszłego roku, widzimy też, że kiedy rządy krajów luzują ograniczenia, sprzedaż idzie w górę. W połowie marca zanotowaliśmy jeden z najlepszych tygodni rezerwacyjnych.

Widzimy też coraz większe zainteresowanie naszym hotelem Cave Bar More, pod którym znajduje się naturalna jaskinia. To pokazuje, że ludzie chcą skorzystać z wypoczynku letniego jeszcze bardziej niż dotychczas – mówi. Hotel przygotował też promocje, by przyciągnąć gości. – Obniżyliśmy ceny o 15 proc., i to działa – twierdzi. Dla Dubrownika i okolic problemem jest jednak brak lotów. – Znajdujemy się w południowej Chorwacji, dla wielu osób dojazd do nas samochodem jest zbyt długi. Dopóki nie ruszą loty, klientów z zagranicy będzie niewiele – uważa. LOT będzie latał do Dubrownika od początków czerwca.

NIE TYLKO PLAŻA

W czerwcu ze swoimi wycieczkami po Chorwacji ruszyć zamierza także firma Go Adventure ze Splitu. – Spodziewamy się, że w tym roku odwiedzi nas więcej osób z krajów europejskich położonych stosunkowo niedaleko od Chorwacji. Nie liczymy raczej na Amerykanów czy Anglików – mówi Ivana Babić z Go Adventure. Firma organizuje wycieczki

aktywne, wręcz ekstremalne typu rafting, czy rejsy łodziami, ale też obejmujące zwiedzanie, szyte na miarę według wymagań klienta. Zapytana o to, jak zamierza zapewnić bezpieczeństwo gościom, odpowiada, że wyjazdy są możliwe już dla kilku osób, które wspólnie przyjechały na wakacje. Jeśli trzeba będzie połączyć dwie lub trzy takie grupki, zachowane zostaną odstępy w autokarze i w czasie zwiedzania. Zdaniem przedstawicielki Go Adventure ten rok również będzie trudny, ale jest nadzieja, że lepszy niż poprzedni. Dla Polaków Chorwacja to nie tylko wypoczynek nad morzem, ale również zwiedzanie. Ines Ljubić z organizacji turystycznej w Szybeniku podkreśla, że reprezentowany przez nią region oferuje wiele możliwości aktywnego spędzania czasu. To właśnie tam znajduje się osiem parków narodowych, w tym najpopularniejszy Park Narodowy Krka, wiele wysp, do których zawiązują żeglarze, a także zabytki wpisane na listę UNESCO.

Przedstawicielka Szybeniku mówi, że Polska jest trzecim pod względem wielkości rynkiem źródłowym dla regionu. W kontekście pandemii dodaje, że zaletą regionu jest to, że można tam łatwo dojechać samochodem i zatrzymać się w kwaterze prywatnej, co pozwoli uniknąć tłumów turystów. Z kolei Ivana Grubiszić z Izby Turystycznej Miasta Szybenik, zachęca, by turyści korzystali z karty turysty, która pozwala zaoszczędzić w restauracjach, na wycieczkach i zwiedzaniu atrakcji miasta. Polska jest również ważnym rynkiem źródłowym dla Vodice. W zeszłym roku przyjechało tam 11 tys. naszych turystów. Ivana Perak, reprezentująca miasto, podkreśla, że jeśli przeanalizować liczbę zapytań o noclegi w Vodicach na Booking.com, tych z Polski jest 25 proc., co daje nam pierwszą pozycję w takim zestawieniu. Do miasta przyjeżdża wiele rodzin z dziećmi, a to dzięki plażom, które ciągną się przez 11 kilometrów. Zachętą do spędzenia urlopu mogą być też oferty darmowych wycieczek z przewodnikiem, które organizuje tamtejszy Urząd ds. Turystyki. O naszych turystów zabiega też region splicko-dalmatyński. Jak mówi dyrektor organizacji turystycznej Josko Stella, w 2019 roku na 3,9 mln przyjazdów i 19,7 mln zrealizowanych noclegów, tych wykupionych przez Polaków było 2,2 mln. W sumie w regionie wypoczywało przed dwoma laty prawie 304 tys. Polaków. Region liczy, że w tym roku sytuacja pozwoli na podróżowanie, a Polaków już teraz zachęca do planowania tam swoich wakacji.

BARCELONA

Kontrolować najem krótkoterminowy

Stolica Katalonii w ostatnich latach walczy z niekontrolowanym najmem krótkoterminowym, którego konsekwencjami są wzrosty opłat czynszowych czy ucieczka mieszkańców Barcelony z centrum w związku z „zawłaszczaniem” przestrzeni miejskiej przez turystów. Aby przeciwdziałać tym zjawiskom, w 2011 r. władze wprowadziły obowiązek posiadania odpowiedniej licencji, kilka lat później zastąpiono ją systemem rejestrującym podmioty wynajmujące lokale. W 2020 r. wprowadzono zaś tymczasowy zakaz wynajmowania mieszkań na okres krótszy niż 30 dni. Metoda okazała się skuteczna i władze chcą ją zaadaptować do lokalnego systemu prawnego na stałe. MO

KORONAKRYZYS

Rosja nie otworzy się wiosną

Odkąd władze zamknęły granice Rosji w marcu 2020 r., tamtejsza turystyka, zarówno przyjazdowa, jak i wyjazdowa, przeżywa trudne chwile. Na liście krajów, których obywatele mogą przekroczyć rosyjskie granice w celach turystycznych i do których mogą polecieć rosyjscy turyści, jest obecnie ok. 20 państw, w tym m.in. Finlandia, Katar, Wietnam czy Indie (była też Wielka Brytania, ale usunięto ją po wykryciu nowej mutacji koronawirusa w tym kraju). Co prawda pojawiły się sugestie, że poszerzenie tej listy o nowe kierunki może nastąpić na wiosnę, ale Maja Łomidze, prezes Rosyjskiego Stowarzyszenia Organizatorów Turystyki, jest przekonana, że rosyjskie władze nie zdecydują się na otwarcie nowych kierunków w tym czasie, bowiem sytuacja epidemiczna na świecie na to nie pozwala (gwoździ ścisłości, prowadzone są rozmowy z Cyprzem). MO



Tajlandia uchyla się dla turystów. Krótsza kwarantanna dla wybranych

Tajlandia przez wiele miesięcy była niemal całkowicie zamknięta dla gości z zagranicy, ale to pomogło w walce z pandemią koronawirusa. Teraz kraj zaczyna się stopniowo otwierać na przyjazdy, a osoby zaszczepione na COVID-19 będą mieć skróconą kwarantannę.

MARZENA GERMAN

Na razie Polska nie została włączona do listy państw, z których podróżni legitymujący się zaświadczeniem o szczepieniu na COVID-19 są objęci skróconą kwarantanną. Dla naszych turystów nadal wynosi ona 16 dni. Dobra wiadomość jest taka, że Polacy nie potrzebują wizy wjazdowej, natomiast podobnie jak od innych podróżnych, także od naszych turystów wymagana jest polisa ubezpieczeniowa obejmująca ochronę na wypadek zarażenia się koronawirusem. Musimy też przedstawić aktualny wynik testu na COVID-19. Siripakorn Cheawsamoot, wicepre-



Rafał Śpiewak: Pracujemy tylko z biurami podróży, a naszym rynkiem źródłowym jest Europa.

zes ds. marketingu na Europę, Afrykę, Bliski Wschód i Ameryki w Organizacji Turystycznej Tajlandii (Tourism Authority of Thailand –

TAT), mówi, że rząd stopniowo luzuje jednak obostrzenia. Od 1 kwietnia osoby, które nie są zaszczepione (dotyczy to wybranych krajów), są kierowane na skróconą, 10-dniową izolację, będzie im w tym czasie wolno korzystać z większej liczby atrakcji na terenie hotelu. W przypadku osób zaszczepionych kwarantanna wyniesie 7 dni – na razie dotyczy to jednak tylko wyspy Phuket, gdzie program prowadzony jest pilotażowo. Na drugim etapie otwarcia, od lipca do września, zaszczepieni nie będą poddawani kwarantannie, będą jednak musieli przedstawić negatywny wynik testu PCR, poddać się badaniu po przylocie i pozostać co najmniej 7 dni na wyspie, zanim wyruszą w dal-

szą podróż. Od października do grudnia potrwa natomiast trzecia faza restartu turystyki – wówczas zaszczepieni będą mogli wjechać bez konieczności odbywania kwarantanny nie tylko na Phuket, ale także na Krabi, Ko Samui, Chonburi (Pattaya) i Chiang Mai. Oni także będą musieli spełnić pozostałe wymogi obowiązujące na drugim etapie.

JESZCZE BIELSZY PIASEK


Zmiany były powodem dla TAT do zaprezentowania się branży turystycznej z Europy Środkowej. Webinar przygotowany został również dla biur podróży z Polski. Sasithorn Kittidhrakul, prezes Stowarzyszenia Turystycznego z Krabi, podkreślała, że od 90 dni na wyspie nie ma nowych przypadków zakażeń koronawirusem. Na razie realizowane tam są tylko loty krajowe, region przygotował też sześć hoteli na kwarantannę. Ponad 300 firm turystycznych – mowa zarówno o hotelach, jak i innych obiektach noclegowych, a także o biurach podróży i przewoźnikach, spełnia kryteria sanitarne. Z kolei Bhumikitti Ruktaengam, prezes Stowarzyszenia Turystycznego z Phuket, podkreślał, że od 1 lipca przywrócone mają być też bezpośrednie loty z zagranicy na wyspę. Do tego momentu trzeba będzie przesiadać się w Bangkoku. Przedstawiciele Krabi i Phuket podkreślali, że po niemal roku bez turystów przyroda odżyła. Piasek stał się jeszcze bielszy, a morze bardziej błękitne. To zapewnia nie tylko wspaniałe doznania plażowiczom, ale też nurkom.

CYFROWI NOMADZI MOGĄ PRACOWAĆ NA KWARANTANNIE

W webinarze uczestniczyli też przedstawiciele DMC (Destination Management Company). – Pracujemy tylko z biurami podróży, a naszym rynkiem źródłowym jest Europa – mówi Rafał Śpiewak, menedżer rozwoju sprzedaży w EasiaTravel. Jak dodaje, firma zna potrzeby klientów z naszego regionu i wie, jakie atrakcje włączyć do programu. W czasie spotkania Rafał Śpiewak prezentował oferty pobytowe połączone z kwarantanną. – Ponieważ wciąż czekamy na wytyczne odnośnie poluzowanych restrykcji przemieszczania się na terenie hoteli, przygotowaliśmy obiekty z pokojami, które mają balkony. To pozwala spędzić ten czas lepiej. Po 16 dniach możemy zaproponować w pełni atrakcje całego kraju, między innymi nasze self-guided tours, czyli samodzielne zwiedzanie z aplikacją lub po prostu wymarzony hotel na pobyt na dowolnej plaży – informuje. Przedstawiciel Easia Travel tłumaczy, że pakiety skierowane są głównie do tzw. cyfrowych nomadów – czyli osób, które mogą sobie pozwolić na pracę zdalną – tę wykonywać będą w czasie kwarantanny, a pozostały okres przeznaczają na urlop.

KWARANTANNA NIE TAKA ZŁA

Wydarzenie było też okazją do zaprezentowania oferty firmy Emanja Travel z siedzibą w Pattayi. Jej szef, Jacek Paruch podkreślał, że prowadzone przez niego biuro działa od 17 lat, w tym czasie obsłużyło tysiące klientów z Polski i innych krajów Europy Centralnej i Wschodniej. Na najbliższe miesiące touroperator przygotował pakiety, które nazwał „Escape Package” (w luźnym tłumaczeniu „wyjazdowej ucieczki”). Za miesięczny pobyt obejmujący kwarantannę i wypoczynek w trzygwiazdkowym hotelu zapłacić trzeba od 1200 euro.

Z doniesień mediów zagranicznych wynika, że branża turystyczna z Tajlandii liczy, że w pierwszej kolejności przyjadą klienci z Chin, którzy mogą się pojawić już w lipcu. Europejczycy, dla których kraj jest bardziej kierunkiem zimowym, wybiorą się tam raczej w czwartym kwartale roku. W drugiej połowie 2021 r. na Phuket może łącznie przyjechać 2 mln osób. 


Włosi ratują wyspy

Włoskie wyspy wolne od COVID-19 – nad takim planem pracuje rząd w Rzymie. Ma to być szansa na wyprowadzenie lokalnej turystyki z kryzysu.

Szczepionka jest kluczową bronią umożliwiającą gospodarce powrót do normalności. Zaplanowana akcja masowych szczepień mieszkańców 69 włoskich wysp ma zapewnić im odporność i ożywienie turystyki. Projektem mają być objęte wyspy położone na Morzu Tyrreńskim – Capri, Proci-



Vincenzo De Luca: Albo zrobimy dzisiaj tę kampanię szczepień, albo stracimy kolejny rok turystyki.

da, Ponza, Elba, Wyspy Liparyjskie, a także Pantelleria w pobliżu Sycylii. Nad szczegółami akcji pracują burmistrzowie z nadzwyczajnym rządowym komisarzem do spraw kryzysu pandemii generałem Francesco Figliuolo. Jeszcze w kwietniu na wyspy trafią transporty ze szczepionką Johnson&Johnson, którą podaje się w jednej dawce. Dzięki temu mieszkańcy w krótszym czasie zdobędą odporność na COVID-19. Koncepcja wysp wolnych od koronawirusa jest szeroko popierana przez przedstawicieli branży hotelarskiej. Mają oni nadzieję, że może ona zatrzymać „ucieczkę” amerykańskich turystów w kierunku Grecji. Problemem okazuje się jednak zarządzenie komisarza Figliuolo z 9 kwietnia, które narzuca priorytet szczepień osobom powyżej 80. roku życia. Nie ma w nim mowy o regionach turystycznych, które są uprzywilejowane. – Kampania pójdzie naprzód i nie będziemy poprosić nikogo o zezwolenie ani w Rzymie, ani w Brukseli, ani w ONZ. Uważamy za priorytet ożywienie sektora turystycznego. Albo zrobimy dzisiaj tę kampanię szczepień, albo stracimy kolejny rok turystyki, co oznacza pozostawienie dziesiątek tysięcy pracowników sezonowych bez chleba – mówi prezydent Kampanii, Vincenzo De Luca. Koncepcja wysp wolnych od COVID-19 wywołuje sporo kontrowersji. Pozostałe regiony nie chcą zgodzić się na taki rodzaj dyskryminacji, podkreślając, że nie można uprzywilejowywać jednych miejsc turystycznych kosztem innych, a miasta sztuki też potrzebują wsparcia. – Rząd powinien raczej dążyć do zapewnienia, jak największej ilości dawek i zaszczepienia obywateli najszybciej jak to jest możliwe, a także pracować nad paszportem szczepień, z tymi samymi zasadami dla wszystkich na szczeblu europejskim. – apeluje Steffano Bonaccini, prezydent Emilii-Romanii. Nadal nie podaje się daty otwarcia sezonu turystycznego we Włoszech. Nieoficjalnie mówi się o czerwcu, jednak wszystko będzie zależało od aktualnej sytuacji epidemiologicznej i postępu szczepień. MGO 

Turystyczny Fundusz Zwrotów – od kiedy spłaty?

Czas w trakcie pandemii biegnie szybko. Organizatorzy turystyki przekonali się o tym już w ubiegłym roku, gdy odroczone zostały o 180 dni zwroty dla klientów. Pół roku minęło błyskawicznie i już w październiku i listopadzie było bardzo nerwowo, gdy rząd uruchamiał w ostatnim momencie fundusz do obsługi tych zwrotów – TFZ.



”

Wykreślenia z rejestru, jest postępowaniem długotrwałym i zawsze możliwe jest dokonanie spłaty w jego trakcie co uchroni organizatora od negatywnych konsekwencji

KRZYSZTOF WILK

Po kolejnym półroczu znów okazuje się, że odległe terminy szybko nadchodzą i przestają być odległe. Przekonali się o tym organizatorzy turystyki, którzy w ostatnich tygodniach otrzymali komunikat z Turystycznego Funduszu Zwrotów z harmonogramem spłat rozpoczynającym się już od 21 kwietnia 2021 roku. Od jakiegoś czasu organizacje turystyczne zabiegały o jego zmianę ale nie udało się tego dokonać w odpowiednim czasie.

Tytułem przypomnienia Turystyczny Fundusz Zwrotów został utworzony w Banku Go-

spodarstwa Krajowego dla zrealizowania wypłaty na rzecz podróżnych w związku z rezygnacjami i odwołanymi imprezami turystycznymi w 2020 roku. Zgodnie z przepisami organizator turystyki mógł ubiegać się o wypłatę na rzecz podróżnego środków pieniężnych wpłaconych przez tego podróżnego na poczet imprezy turystycznej, jeżeli przyjął płatność w formie bezgotówkowej i został wpisany do właściwego rejestru, o którym mowa w art. 22 ust. 2 ustawy z dnia 24 listopada 2017 r. o imprezach turystycznych i powiązanych usługach turystycznych.

Proces zwrotów rozpoczął się w październiku 2020 roku, a zakończył w lutym 2021

roku, przy czym wnioski mogły być składane tylko do końca roku z uwagi na jednorazowy charakter tego mechanizmu. Nie trzeba też przypominać, o czym jednak klienci często nie wiedzą, że proces zwrotów nie jest subwencją ani dotacją, a zwykłą „pożyczką” tylko z nazwy nieoprocentowaną.

TERMINY SPŁAT TFZ

Zgodnie z art. 15kb ust. 7 ustawy „Zwrotu wypłat /.../ organizator turystyki dokonuje do Turystycznego Funduszu Zwrotów w 72 równych ratach do łącznej kwoty stanowiącej ich równowartość /.../ w terminie do 21. dnia każdego miesiąca, począwszy od

kwietnia 2021 r. /.../ Raty oblicza się indywidualnie dla każdego organizatora turystyki w odniesieniu do wysokości wypłat, o których mowa w art. 15ka ust. 1, dokonanych przez Ubezpieczeniowy Fundusz Gwarancyjny na wnioski tego organizatora turystyki”. Oznacza to, że niezależnie od tego, kiedy nastąpiła rezygnacja lub odwołanie imprezy, kiedy został złożony wniosek o wypłatę, a także kiedy wypłata została faktycznie dokonana, wszyscy organizatorzy równo rozpoczynają spłaty 21 kwietnia 2021 roku.

Jest to rozwiązanie niedoskonałe z dwóch przyczyn. Po pierwsze, od początku rząd zapowiadał że karencja na spłatę wyniesie jeden rok, przy czym ostatecznie jest to ok. 12 miesięcy, ale od początku epidemii. Licząc od terminu wypłaty karencja znacznie się skraca do 2–3 miesięcy, skoro większość wypłat była dokonana na początku tego roku. Po drugie, wskazanie daty dziennej nie ma sensu w obecnych warunkach. Skoro organizatorzy nadal nie mają możliwości prowadzenia swojej działalności, to niezasadnym jest oczekiwanie, że będą spłacać pożyczkę udzieloną przez TFZ. Termin spłat powinien być skorelowany ze zniesieniem obostrzeń, bo w innym przypadku zawsze istnieje ryzyko, że nadejdzie, zanim biura podróży rozpoczną normalną sprzedaż.

ZMIANA TERMINU SPŁAT

Od kilku tygodni Polska Izba Turystyki informuje o staraniach, mających na celu między innymi zmianę terminu spłaty TFZ. Ministerstwo Rozwoju, Pracy i Technologii, przychyliając się do postulatów branży turystycznej, przygotowało zmiany do ustawy antycovidowej z marca 2020 roku, przewidujące odroczenie spłat TFZ do końca roku. Niestety mimo, iż było na to wystarczająco dużo czasu zmiany te nie zostały wprowadzone przed upływem terminu pierwszej raty (21.04.2021 r.) wprowadzając kolejny raz stan niepewności i rozterki, czy spłat należy dokonywać, czy czekać na zmiany legislacyjne.

Dla uspokojenia sytuacji Ministerstwo Rozwoju wydało komunikat, w którym zapewniło, że „zmiana terminu zwrotu pierwszej raty do Turystycznego Funduszu Zwrotów oraz wydłużenie do dwóch lat możliwości wykorzystania vouchera – to istotne zmiany dla organizatorów turystyki zawarte w projekcie ustawy, który w najbliższych dniach będzie ostatecznie rozpatrzony przez Stały Komitet Rady Ministrów. Bez względu na termin ogłoszenia ustawy przepisy zaczną obowiązywać

z mocą od dnia 1 kwietnia br. Celem projektowanych przez MRPiT rozwiązań jest zapewnienie, żeby przedsiębiorcy nie ponieśli negatywnych skutków wynikających z sytuacji, w jakiej się znaleźli wskutek ogłoszenia światowej pandemii COVID-19. /.../ Projektowana zmiana zakłada, że zwrot pierwszej z rat powinien nastąpić do dnia 31 grudnia 2021 r. zamiast do 21 kwietnia 2021 r. Przesunięcie o osiem miesięcy terminu rozpoczęcia przez organizatorów turystyki zwrotu wypłat do TFZ, uzasadnione jest przedłużającą się epidemią, która w znaczący sposób przyczynia się do ograniczenia możliwości wykonywania działalności przez przedsiębiorców turystycznych”.

Jak wiadomo, komunikat ministerstwa nie ma mocy prawnej i w dalszym ciągu obowiązuje uchwalony przepis. Trzeba pamiętać, że po decyzji rządu musi jeszcze przejść cała procedura legislacyjna, co przy tym tempie może zająć kilkanaście tygodni.

SANKCJE

Wobec powyższego należy zastanowić się, jakie grożą organizatorowi sankcje, jeżeli, ufając komunikatowi ministerstwa, nie dostosuje się do otrzymanego harmonogramu spłat, a przepisy nowelizujące nie wejdą ostatecznie w życie.

Informuje o tym również Fundusz w piśmie do organizatorów, zgodnie z którym uchybienie terminu spłaty może doprowadzić do wykreślenia z rejestru organizatorów, ale nie dzieje się to automatycznie. TFZ wystosuje w takim przypadku najpierw wezwanie, a dopiero po bezskutecznym upływie dodatkowego terminu może zostać wszczęte postępowanie administracyjne, w trakcie którego organizator nadal może uchronić się przed surowymi konsekwencjami, spłacając zaległość, zanim decyzja zostanie wydana.

ODSETKI

Zgodnie z obowiązującym w Polsce kodeksem cywilnym, w przypadku opóźnienia świadczeń pieniężnych należne są odsetki, jeżeli wynika to wprost z ustawy lub z czynności prawnej. Cytowany uprzednio art. 15kb ust. 7 ustawy nie wprowadza odsetek za nieterminowe opłacanie rat do TFZ. Oznacza to, że z samego faktu nieopłacenia raty zobowiązanie w żaden sposób się nie powiększa. Odsetki pojawiają się dopiero w momencie, gdy TFZ wezwie organizatora do uregulowania wpłat, albowiem mamy tu do czynienia ze stosowanym analogicznie art. 37 ust. 3 usta-



Krzysztof Wilk – radca prawny specjalizujący się w obsłudze prawnej przedsiębiorców branży turystycznej, www.rpkw.pl

wy o imprezach turystycznych:

„W przypadku niewykonania obowiązku terminowego złożenia deklaracji lub opłacania należnych składek Ubezpieczeniowy Fundusz Gwarancyjny wzywa pisemnie organizatora turystyki lub przedsiębiorcę ułatwiającego nabywanie powiązanych usług turystycznych do wykonania obowiązków określonych w ust. 1 w terminie nie dłuższym niż 14 dni od dnia otrzymania wezwania. Po bezskutecznym upływie wyznaczonego terminu Ubezpieczeniowy Fundusz Gwarancyjny jest uprawniony do dochodzenia należnych składek wraz z odsetkami. Wezwanie jest wysyłane do wiadomości właściwego marszałka województwa”.

Przepisy stosowane są analogicznie więc opłacanie składek należy rozumieć jako spłatę rat. Niemniej wyraźnie z tego przepisu wynika, że odsetki należne są dopiero w momencie, gdy upłynie termin wyznaczony w dodatkowym wezwaniu. Jednym słowem póki takiego wezwania organizator nie otrzyma, to w ogóle nie powstaje zobowiązanie odsetkowe, a nawet gdy wezwanie otrzyma, to spłata w terminie powoduje, iż odsetek tych nie nalicza się.

PLĄCIĆ CZY NIE PLĄCIĆ?

Ostatecznie nikt nie zdecydowałby się chyba, aby rekomendować organizatorom nieopłacenie rat mimo określonego ustawowo i obowiązującego terminu oraz otrzymanego harmonogramu. Nikt nie może zagwarantować, że obietnice Ministerstwa zostaną wprowadzone w życie. Niemniej jednak, gdy tak się stanie, to odroczenie terminu pierwszej spłaty sprawi, że nie będzie podstawy do naliczenia jakichkolwiek odsetek. Mając też na uwadze sankcję w postaci wykreślenia z rejestru, trzeba stwierdzić, że jest to postępowanie długotrwałe i zawsze możliwe jest dokonanie spłaty w jego trakcie co uchroni organizatora od negatywnych konsekwencji.

Nie konkuruję z dużymi touroperatorami

MAŁGORZATA WIERZBICKA: Jako mały organizator mogę elastycznie dopasowywać ofertę do potrzeb swoich klientów.

NELLY KAMIŃSKA

Małgorzata Wierzbicka, która od 32 lat spełnia się zawodowo, prowadząc własne biuro podróży Wibiki Travel w Kościanie, wcale nie planowała kariery w turystyce. W czasach, w których dorastała, swobodne podróżowanie za granicę pozostawało bowiem w sferze marzeń. Była przekonana, że jej przyszłością jest ogrodnictwo, dlatego rozpoczęła studia na Akademii Rolniczej w Poznaniu. Jednak po przemianach ustrojowych, przewidując rozwój rynku turystycznego w Polsce, wraz z mężem zdecydowała się założyć biuro podróży. – 30 lat temu rynek turystyczny wyglądał zupełnie inaczej, wszystko było o wiele prostsze – mówi o początkach swojej działalności Małgorzata Wierzbicka.

MŁODZIEŻ I ZAKŁADY PRACY NA PO-CZĄTEK

Początkowo firma działała na małą skalę, organizując obozy młodzieżowe i wycieczki szkolne, potem także wycieczki dla kościańskich zakładów pracy. Po 15 latach Małgorzata Wierzbicka zaczęła organizować imprezy turystyczne wyłącznie pod własnym nazwiskiem, jako jedyna właścicielka zarejestrowanego w 2004 roku BUT Wibiki Travel. Jak mówi, nie miała większych problemów z pozyskaniem klientów. – Pomogły w tym na pewno ciekawość świata i ogromne pragnienie podróżowania za granicę mieszkańców naszej okolicy, które przekładały się na liczbę klientów. Dlatego też skupiliśmy się za wycieczkach zagranicznych. Początkowo głównymi kierunkami były Wiedeń i Praga, w sezonie w stolicy Austrii bywałam nawet dwa razy w tygodniu. Jeździliśmy też na Węgry, Litwę i do Niemiec – to moje ulubione kierunki, które i dziś sama często pilotuję. Oczywiście dużo osób chciało również pojechać do Rzymu i Watykanu – mówi Małgorzata Wier-




bicka. Dziś Wibiki Travel jeździ po całej Europie i Polsce, a kilka razy w roku we współpracy z dużym poznańskim tourooperatorem organizuje dla stałych klientów wycieczki egzotyczne. Małgorzata Wierzbicka nigdy nie prowadziła sprzedaży agencyjnej. Woli wszystko kontrolować sama, nie boi się również odpowiedzialności, która spoczywa na jej barkach. – Organizując imprezy turystyczne samodziel-

nie, wiem, czego mogę oczekiwać, mogę być spokojna, że nie będzie niespodzianek w miejscu docelowym, a nawet jeśli zdarzy się coś nieprzewidzianego – na szczęście zdarza się bardzo rzadko – mogę szybko zareagować – wyjaśnia.

POTENCJAŁ MAŁEGO ORGANIZATORA
Właścicielka Wibiki Travel nie obawia się

również konkurencji ze strony dużych organizatorów. – Właściwie nie konkuruję z nimi. Moje biuro jest niewielkie, lokalne i to mi wystarcza – mówi. Co nie znaczy, że może spocząć na laurach. – Dzisiaj dla małego touroperatora największym wyzwaniem jest stworzenie oferty dobrej i niedrogiej, a zatem równie atrakcyjnej, co oferty dużych biur podróży. Zwłaszcza że klient się zmienił się w ostatnich latach diametralnie. To już nie jest turysta, który chce coś zobaczyć, nie zważając na standard. Chce mieć dobry hotel, świetny transport i oczywiście profesjonalną opiekę – zwraca uwagę Małgorzata Wierzbicka. – Aby utrzymać przy sobie klientów, szczególnie tych, którzy zwiedzili już bardzo dużo, trzeba im proponować nowe, ciekawe kierunki, a zdarza się, że i dopłacać do imprezy, bo na przykład jest za mało chętnych. Ale wiem, że następna impreza z tą grupą odbędzie się już przy pełnym składzie i biuro na tym zarobi. Żeby mieć dobre wyniki sprzedażowe na koniec roku, czasami trzeba trochę stracić i „pojechać” po kosztach – opisuje swój sposób działania organizatorka.

Za swoje największe zawodowe osiągnięcie Małgorzata Wierzbicka uważa grono wiernych klientów, którzy jeżdżą z nią od wielu lat, czasem nawet kilka razy w roku. Niektórzy z nich stali się jej bliskimi przyjaciółmi. – Wolą małe biuro podróży, którego właściciela znają, mogą do niego zadzwonić o każdej porze dnia, dopytać o szczegóły wyjazdu czy podzielić się związanymi z nim obawami. A i ja, znając dobrze moich klientów, mogę być bardziej elastyczna przy tworzeniu oferty. Wiem mniej więcej, na jaką imprezę ich stać, czy może być ona droższa, czy też trzeba szukać takich rozwiązań, które pozwolą pokazać te same rzeczy i miejsca za mniejsze pieniądze. Zwracam też uwagę na to, czy turysta chce więcej zwiedzać, czy raczej odpocząć – mówi Małgorzata Wierzbicka.

Ostatni rok był dla Wibiki Travel bardzo trudny. – Wiemy, że cała turystyka leży. Tak samo wygląda to u mnie. W ubiegłym roku zorganizowałam kilka wycieczek, głównie w Polsce, ale to zaledwie promil tego, co było w poprzednich latach. Nikt nie spodziewał się takiej pandemii, teraz wiemy już, że nic nie jest nam dane raz na zawsze – konstatuje organizatorka. – Kiedy wreszcie pandemia ustąpi, nadal będę realizować swoje zamierzenia i pracować tak jak dotychczas. Ale przede wszystkim mam nadzieję, że wciąż znajdą się ludzie, którzy będą chcieli zwiedzać świat, a nie tylko leżeć na plaży. Wówczas dalej będę podróżować razem z nimi – mówi Małgorzata Wierzbicka. 

Małgorzata Wierzbicka

PRYWATNIE: urodziła się w 1959 roku w wielkopolskim Kościanie. Ukończyła liceum ogólnokształcące w swojej rodzinnej miejscowości. Rozpoczęła studia na Akademii Rolniczej w Poznaniu, ale ich nie ukończyła. Jest rozwiedziona, ma dwoje dorosłych dzieci i trzy wnuczki. Jej hobby to praca, czyli turystyka.

ZAWODOWO: W 1989 roku wraz z mężem założyła biuro podróży Wibiki, a w 2004, już samodzielnie, BUT Wibiki Travel. Obecnie prowadzi je razem z córką, absolwentką turystyki i rekreacji na poznańskiej Akademii Wychowania Fizycznego i pilotką wycieczek. W latach 90. XX wieku na tejsze uczelni również ukończyła kurs pilotów wycieczek.

ZOFIA KNAPIK, BIURO TURYSTYCZNE „TĘCZA” W TRZEBINI

Greckie powietrze jest najwspanialsze



PRZYGODĘ Z TURYSTYKĄ ROZPOCZĘŁAM... To było w latach 70. poprzedniego wieku. Jestem po filologii rosyjskiej i początkowo pracowałam jako nauczycielka języka rosyjskiego. Z czasem ukończyłam kurs dla pilotów wycieczek zagranicznych w Polskim Towarzystwie Ekonomicznym i podjęłam pracę w krakowskim Orbisie. Pilotowałam głównie wycieczki przyjazdowe do Polski, m.in. z Czech, Rosji, Bułgarii, a gdy dostałam etat, zaczęły się wyjazdy do krajów rosyjskojęzycznych. W 1993 roku założyłam swoje biuro turystyczne, które prowadzę do dziś.

GDYBYM NIE PRACOWAŁA W TURYSTYCE, BYŁABYM...

Z pewnością nie byłabym już nauczycielką. Myślę, że przekwalifikowałabym się na psychologa.

W KAŻDĄ PODRÓŻ ZABIERAM... Radość z tego, że jadę, coś zobaczę. Nie musi to być nic nowego, cieszą mnie powroty w znane mi już rejony. Zawsze też lubię poczytać coś o miejscach, do których się udaję.

Z KAŻDEJ PODRÓŻY PRZYWOŻĘ... Artykuły spożywcze, takie, które już znam i lubię, ale i coś nowego do posmakowania. Z wyjazdów przywożę też wizerunki sów. Podróże rozpatruję również pod kątem służbowym, staram się pozyskać na miejscu jakąś wiedzę dla moich klientów.

NAJBARDZIEJ PAMIĘTNA PODRÓŻ... Myślę, że do Korei Północnej, jeszcze za czasów Orbisu. Do tej pory pamiętam z niej wszystko ze szczegółami. Bardzo zapadła mi w pamięć również Mongolia, uwielbiam Grecję i wyspy greckie. Byłam tam około 20 razy i będę pewnie jeszcze drugie tyle.

MIJSCA, W KTÓRYM MOGLĄBYM ŻYĆ... Właśnie Grecja, a w szczególności Kreta. MJR 

Dziennikarze roku

Polska Organizacja Turystyczna przyznała tytuły Turystycznego Dziennikarza Roku w czterech kategoriach: artykuł, audycja radiowa, fotoreportaż oraz wideo.

Turystycznym Dziennikarzem Roku 2020 w kategorii artykuł został Maciej Wesolowski, dzięki artykulowi „Czarna Hańcza. Meandrując po puszczy”, który ukazał się w magazynie „National Geographic Traveler”.

W kategorii audycja radiowa nagrodzonych zostało dwóch redaktorów Polskiego Radia Kraków – Kuba Niziński, Bartek Piziak. Nagrodę otrzymali za jeden z odcinków audycji Między Biegunami.

W kategorii fotoreportaż wygrał Piotr Michalec, współpracujący z Radiem eM Kielce, dla którego wykonał fotoreportaż z najpiękniejszych zakątków Poniądzia.

Turystycznym Dziennikarzem Roku 2020 w kategorii wideo została Gabriela Stefanowicz z Telewizji Strimeo. Wyróżniony materiał ukazuje cykl, w którym przedstawiono wyjątkowe miejsca na mapie Dolnego Śląska.



PTTK i POT o współpracy

Prezes Jerzy Kapłon i sekretarz generalny Polskiego Towarzystwa Turystyczno-Krajoznawczego Adam Jędras podpisali z Rafałem Szlachtą, prezesem POT, porozumienie o współpracy organizacji. POT i PTTK będą razem działać i wspierać swoje inicjatywy na rzecz rozwoju polskiego ruchu turystycznego.



ZOPOT w Amsterdamie z Gold Award

Jeden z najpopularniejszych portali podróżniczych w Holandii wyróżnił Zagraniczny Ośrodek Polskiej Organizacji Turystycznej w Amsterdamie nagrodą „Travel Destination Award GOLD”.

