



PISMO BRANŻOWE  
PRACOWNIKÓW TURYSTYKI

# WIADOMOŚCI TURYSTYCZNE

NR 9 (457), WRZESIEŃ 2021

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

## Rząd zapowiada zmiany w ustawie o imprezach turystycznych

### WARSZAWA PRZYCIĄGNIĘ WIELU TURYSTÓW

**Rafał Trzaskowski**, prezydent Warszawy, mówi jak pandemia zmieniła turystyczne oblicze stolicy i jakie wyzwania stoją przed warszawską turystyką.

### KLIENTÓW CORAZ WIĘCEJ, ALE STRATY JESZCZE NIE ODRÓBIONE

Ponad 940 tys. podróżnych wykupiło imprezy turystyczne w pierwszej połowie tego roku. To więcej niż przed rokiem, ale nadal sporo mniej niż przed dwoma laty.

### DROGOWY SYSTEM OSTRZEGANIA O PANDEMII, NIE SPRAWDZA SIĘ

Brytyjska branża uważa, że pandemiczny system nawiązujący do sygnalizacji świetlnej wyrządza turystyce więcej szkód niż pożytku.

### CHIŃSCY TURYSŃCI NIEPRĘDKO DO NAS WRÓCĄ





# IX Forum Biur Podróży

9 LISTOPADA 2021, WARSZAWA



Organizowane od 10 lat ogólnopolskie spotkanie największych touroperatorów i agentów biur podróży.



Debaty, wykłady, sesje, warsztaty. W czasie Forum analizujemy kluczowe problemy i trendy w branży turystycznej.



„Agent Roku”. *Wiadomości Turystyczne* we współpracy z wiodącymi touroperatorami nagradzają najlepszych agentów.

Partner wspierający



Partner złoty



Partnerzy



## Komentarze

- 4 **Małgorzata Orlikowska:** Czek bez pokrycia. Nie lekceważmy słowa „bezpieczeństwo”
- 5 **Maciej Szczechura:** Rozmyślanie o byciu zaradną świnką
- 6 **Marzena German:** Statystyki znów pokazują, że podróże zorganizowane są bezpieczne
- 7 **Konrad Ryczko:** Inflacja, Chiny i tapering
- 7 **Alicja Dąbrowska:** Green Velo z piętą achillesową

## Branża

- 8 **Warszawa przyciągnie wielu turystów** – rozmowa z prezydentem **Rafałem Trzaskowskim** o tym, jak pandemia zmieniła turystyczne oblicze stolicy i jakie wyzwania stoją przed warszawską turystyką w najbliższych latach.
- 10 **Drogowy system ostrzegania o pandemii, nie sprawdza się**  
Brytyjska branża turystyczna uważa, że pandemiczny system nawiązujący do sygnalizacji świetlnej wyrządza lokalnej turystyce więcej szkód niż pożytku.
- 11 **Komisja Europejska do Google: Jak wyświetlacie oferty turystyczne**  
Komisja Europejska wysłała do Google pismo, w którym domaga się, by firma działała zgodnie z przepisami unijnymi i w jasny oraz zrozumiały sposób przedstawiał wyniki wyszukiwania, także usług turystycznych.
- 12 **Turystyka Sri Lanki na drodze do odbudowy**  
Z **Dharmiką Kumari Semasinghe**, Ambasador Sri Lanki w Polsce, rozmawiamy na temat współpracy między Sri Lanką a Polską w zakresie turystyki.



**Magdalena Zawadzka-Nowakowska:**  
Turystyka szkolna wymaga ręki profesjonalisty

## Biura

- 16 **Oferta na przyszłe lato już częściowo dostępna**  
Pierwsi touroperatorzy rozpoczęli sprzedaż oferty na przyszłe lato. Nastroje są raczej optymistyczne, bo nikt nie spodziewa się, że w przyszłym roku będą jeszcze pojawiać się restrykcje, które w znaczący sposób ograniczą wyjazdy zagraniczne.
- 17 **Klientów coraz więcej, ale straty jeszcze nie odrobione**
- 18 **Polacy na drugim miejscu w Bułgarii. Hotele się zmieniają, standard rośnie**  
W pierwszych trzech miesiącach sezonu Lato 2021 do Bułgarii przyjechało 2,5 mln turystów. Najwięcej było gości krajowych, Polska zajęła drugie miejsce pod względem liczby przyjazdów.
- 19 **O metodach skutecznej współpracy**
- 20 **Targi RDA, mniejsze, ale udane**  
Touroperatorzy, hotele, firmy incomingowe i organizacje turystyczne – na tegoroczne targi RDA, które odbyły się pod koniec lipca w Kolonii, przyjechało 200 wystawców z kraju i zagranicy.
- 22 **Chińscy turyści nieprędko do nas wrócą**

## #CzasNaPolskę

- 26 **Kraków stawia na zrównoważoną turystykę** – rozmowa z prezydentem miasta Krakowa – **Jackiem Majchrowskim**
- 28 **Od mierzei do mierzei, czyli wyprawa rowerowa trasą EV 10 wzdłuż brzegu Zatoki Gdańskiej**
- 30 **Małopolska walczy o Niemców i Brytyjczyków**  
Małopolska Organizacja Turystyczna, Miasto Kraków i Urząd Marszałkowski będą wspólnie promować miasto i region w Niemczech i Wielkiej Brytanii.
- 31 **Miłośnicy muzyki klasycznej chcą więcej wiedzy o Krzysztofie Pendereckim**
- 32 **Podlaskie tworzy szlak aktywnej turystyki wodnej**  
Szlak CHa-KA-Bi łączący Czarną Hańczę, Kanał Augustowski i Biebrzę ma stać się markowym produktem turystycznym Podlasia.
- 34 **Rowerowa Trasa Pojezierzy Zachodnich nabiera kształtu**  
Trasa Pojezierzy Zachodnich – najdłuższy, bo 423-kilometrowy szlak rowerowy na Pomorzu Zachodnim.
- 36 **Industrialna wyszła obronną ręką z pandemii**
- 40 **Produkt lokalny ważną częścią turystyki**

## Destynacje

- 42 **Atrakcyjna cenowo Albania przyciąga klientów świeżością**
- 43 **Walka o rafy koralowe. Kremy na cenzurowanym**

## Prawo

- 44 **Rząd zapowiada zmiany w ustawie o imprezach turystycznych**  
O tym, że aktualna ustawa o imprezach turystycznych jest dla biur w sytuacjach nadzwyczajnych groźna wiemy już od dawna.

## Sylwetka

- 46 **Magdalena Zawadzka-Nowakowska:**  
Turystyka szkolna wymaga ręki profesjonalisty
- 47 **Zmiany personalne**

## Kronika

- 48 **Kociewie na dwóch kółkach**
- 48 **Bory Tucholskie marką**
- 48 **Wody Polskie z nagrodą**
- 48 **Bezpieczne wakacje WIT**



**Kronika:** Wody Polskie z nagrodą



**Kronika:** Bory Tucholskie marką

WAKACJE MOGĄ BYĆ BEZPIECZNE, POD WARUNKIEM ŻE PRZESTRZEGA SIĘ USTALONYCH ZASAD

# Czek bez pokrycia. Nie lekceważmy słowa „bezpieczeństwo”

Od czasu pojawienia się koronawirusa stał się częścią naszej rzeczywistości, na znaczeniu zyskało słowo „bezpieczeństwo”. Od ponad półtora roku przez wszystkie przypadki odwołują się do niego politycy, środowiska medyczne, eksperci, przedsiębiorcy i sami turyści. Szczególny nacisk na kwestie związane z bezpieczeństwem kładzie branża turystyczna, która w ciągu pandemicznych miesięcy podjęła gigantyczne wysiłki zmierzające do zapewnienia bezpiecznego wypoczynku turystom (wdrażając środki i protokoły sanitarne, opracowując certyfikaty bezpieczeństwa), a przede wszystkim przekonania ich (przy pomocy komunikatów, reklam, kampanii), że podróżowanie w czasie pandemii jest możliwe. Czytając doniesienia o tym jak destynacje, przedsiębiorcy umiejętnie dostosowują się do nowych realiów, łatwo uwierzyć, że urlop może być faktycznie bezpieczny i wolny od trosk o zdrowie czy życie, ale czy tak jest w rzeczywistości?

Do napisania niniejszych myśli skłoniły mnie obserwacje poczynione w czasie niedawnego urlopu. Spędziłam go z rodziną w jednym z polskich regionów. Celowo nie podaję jego nazwy, bo bazując na swoich wcześniejszych podróżach podejmowanych w czasie pandemii, także relacjach z podróży po Polsce i świecie innych turystów (np. na forach internetowych), skłaniam się ku tezie, że zjawiska, które opiszę poniżej nie są domeną tego konkretnego regionu – zdarzają się wszędzie.

Wakacje spędziłam intensywnie i różnorodnie. W ciągu kilkunastu dni odwiedziłam i turystyczne kurorty, i omijane przez turystów zakątki, stołowałam się w wielkich karczmach i kameralnych knajpkach, korzystałam z usług kilku obiektów noclegowych, odwiedziłam parki rozrywki i niewielkie muzea czy atrakcje. We wszystkich tych miejscach miałam okazję obserwować, jak w pandemicznej rzeczywistości odnajdują się turyści i jak radzi sobie branża turystyczna, której pandemia nie pozwala normalnie działać od ponad półtora roku.

Obserwacje przyniosły słodko-gorzkie refleksje. Pozytywna myśl była taka, że specyficzny czas, w którym obecnie żyjemy, nie zniechęcił turystów do podróżowania. Po skali ruchu turystycznego widać, że chęć zmiany otoczenia coraz częściej wygrywa u turystów z obawami o zakażenie. I dobrze, wakacje mogą być bezpieczne, pod warunkiem że przestrzega się ustalonych zasad. Druga refleksja ma związek właśnie z zachowaniem turystów. Zdecydowana większość wypoczywających zdawała się zapominać, że pandemia wciąż jest z nami: brak maseczek tam, gdzie jest to wymagane, niestosowanie się do zachowywania dystansu społecznego czy lekceważenie limitów osób w pomieszczeniach zamkniętych obserwowałam w czasie mojego urlopu praktycznie cały czas. Nie ma sensu dociekać tu przyczyn, dla których konsumenci łamią wprowadzone zasady albo, dlaczego jest tak duży rozdźwięk między ich deklaracjami, że urlop powinien



**MAŁGORZATA ORLIKOWSKA**  
dziennikarka  
„Wiadomości Turystycznych”



być bezpieczny, a tym że w czasie jego trwania nie stosują się do obowiązujących reguł. Bardziej zastanawia mnie w tym kontekście postawa szeroko rozumianej branży turystycznej, która nie dość, że nie reaguje na przypadki lekceważenia przepisów, to jeszcze sama często nie przestrzega wprowadzanych przez siebie zasad bezpieczeństwa, na przykład w kwestii egzekwowania noszenia maseczek, pilnowania limitów osób w obiektach zamkniętych czy też w kwestii dostępu do środków dezynfekujących (gwoździ ścisłości – były też miejsca, gdzie wzorowo stosowano się do wszelkich zasad).

Ktoś powie, że przesadam. Może i tak, w końcu z urlopu wróciłam zdrowa, teoretycznie więc nie powinno mnie obchodzić, że tu czy tam lekceważą się wprowadzone reguły, a jednak odczuwam niesmak, mając świadomość, że za hasłem „bezpieczeństwo”, którego ostatnimi czasy branża turystyczna tak chętnie używa, często niewiele dziś stoi. Szkoda, bo od nas wszystkich, więc również sektora turystycznego, zależy, jak długo pandemia będzie nam towarzyszyła. I właśnie on powinien być najbardziej zainteresowany tym, by było to wcześniej niż później.

NIEMCY I ANGLICY, MOGĄ NAM W TYM ROKU ZAZDROŚCIĆ

# Rozmyślanie o byciu zaradną świnką

Pisanie felietonów dla magazynu zajmującego się turystyką jest w dzisiejszych czasach niezłym wyzwaniem. Cykl wydawniczy wymaga, aby felieton oddać do redakcji na jakieś dwa tygodnie przed ukazaniem się gazety w druku. Wszyscy wiemy, że dwa tygodnie w dzisiejszych czasach w turystyce potrafią być całą epoką – nie jesteśmy w stanie przewidzieć, czy z dnia na dzień nie zaskoczy nas kolejna zmiana warunków podróżowania. Niezależnie jednak od tego, czy przed końcem sezonu czeka nas jeszcze jakaś volta, czy też będziemy w stanie dokończyć go bez niespodzianek, można już chyba powiedzieć jedno: Lato 2021 udało się lepiej niż większość z nas mogła się spodziewać.

Wiosną branża prognozowała liczbę klientów z dużą dozą zrozumiałej ostrożności. Dziś widać, że prognozy te zostaną przekroczone. U jednych trochę bardziej, u innych mniej, jak to zwykle bywa. Nie zmienia to jednak zasadniczego wniosku – odbicie w turystyce było bardzo wyraźne. Nacje znane z zamiłowania do wyjazdowego wypoczynku, takie jak Niemcy czy Anglicy, mogą nam w tym roku tylko zazdrościć. Nie muszę nawet pisać jak bardzo było nam to wszystkim potrzebne, organizatorom turystyki, agentom i sprzedawcom, liniom lotniczym czy hotelom, tym w kraju i tym za granicą. Potrzebne finansowo, ale też na poziomie emocji i motywacji. Wysiłek wkładany w nasze biznesy w przeciągu ostatniego półtora roku był trochę jak praca na jałowym biegu: obroty silnika wysokie, ale auto stało w miejscu.

Dziś, rozmawiając z osobami z branży, wszędzie słyszę te same słowa. O pracy w lipcu i sierpniu po kilkanaście godzin dziennie, o kolejkach przed biurami sprzedaży czy niemożności odebrania wszystkich telefonów od osób chcących wyjechać na wakacje. A najczęściej o tym, jak trudno znaleźć do pracy brakujące osoby, które mogłyby obsłużyć tak wielu zainteresowanych. Kilka miesięcy temu takie problemy brzmiałyby jak abstrakcja. Dlatego

z takimi wyzwaniami walczy się z zupełnie inną motywacją i energią niż ze zwrotami środków przez Fundusz Pomocowy, z którymi borykaliśmy się ledwie kilka miesięcy temu.

Kiedy na niebie świeci słońce i wszystko idzie nieźle, można przyjąć dwie strategie: cieszyć się powrotem do normalności i korzystać z niej albo przygotowywać się z góry na niespodziewane załamanie pogody, które może jeszcze nadejść. Trochę jak w tej bajce o trzech świnkach, w której jedna świnka postawiła szybko domek ze słomy i poszła odpocząć, a druga budowała do wieczora domek z kamienia. Odpocząć, nie odpoczęła, ale wiemy, co było, gdy pojawił się wilk. Naszą rolą jest teraz zachować się jak ta druga świnka. Pomyśleć o tym, jak skonstruować ofertę na zimę, żeby było co sprzedawać, niezależnie od warunków podróżowania, które mogą się przecież jeszcze zmieniać. Dać sobie i naszym partnerom szansę na przychody i zarobek nawet w chudszych dla turystyki miesiącach, które zapewne nadejdą po nadspodziewanie dobrym lecie. Dobrze, że lato dopisało i mamy z czego budować.



**MACIEJ SZCZUCHURA**  
Członek zarządu Rainbow



WRZESIEŃ 2021



Miesięcznik branży turystycznej

**Zespół:**

Monika Gajewska-Okonek  
Marzena German  
Nelly Kamińska  
Małgorzata Orlikowska

**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

W ŻADNYM Z ANALIZOWANYCH MIEJSC KLIENCI NIE WYMAGALI HOSPITALIZACJI, A CHOROBA PRZEBIEGAŁA ŁAGODNIE

# Statystyki znów pokazują, że podróże zorganizowane są bezpieczne

Choć unijny certyfikat covidowy miał sprawić, że w tym roku podróżowanie po Europie będzie prostsze, sezon upływa pod znakiem kolejnych zmian zasad wjazdu i powrotu do domów. Tymczasem statystyki pokazują, że turystyka zorganizowana jest bezpieczna.

Liczba zakażeń wariantem Delta rośnie, a to budzi pytania, czy ludzie powinni podróżować. Podczas gdy jedni zapewniają, że wyjazdy nigdy nie były bezpieczniejsze niż obecnie, inni twierdzą, że wycieczki zagraniczne przyczyniają się do wzrostu liczby zachorowań. Trudno dyskutować ze statystykami, skoro w jednym miesiącu chorych było mniej, a w kolejnym jest ich więcej, to znaczy, że wirus znów atakuje. Rządy w całej Europie wzywają obywateli swoich krajów, by się szczepili. Jedni stosują metodę kija, inni marchewki. Na przykład Grecja wymyśliła nagrody – młodzi, którzy zdecydują się poddać procedurze, dostaną 150 euro – co prawda nie w gotówce, ale w postaci darmowych biletów do instytucji kultury, na wynajem samochodu czy darmowy internet w komórkach przez miesiąc. Ta sama Grecja ograniczyła jednak możliwość korzystania z punktów gastronomicznych, po pierwsze zjeść lub wypić można tylko, jeśli ma się miejsce siedzące, po drugie restauratorzy musieli wprowadzić strefy z informacją o tym, w której obsługują tylko zaszczepionych i ozdrowieńców, a w której także osoby z negatywnym wynikiem testu na COVID-19. Francuski parlament zgodził się, by do instytucji kultury można było wejść jedynie za okazaniem dokumentu potwierdzającego status zaszczepionego, ozdrowieńca lub negatywny wynik badania. Dużym problemem z perspektywy branży turystycznej są też zmieniające się zasady wjazdu – tu największe zamieszanie wprowadziła Malta, która najpierw ogłosiła, że będzie przyjmować tylko osoby zaszczepione, po czym się z tego pomysłu wycofała i dopuściła wjazd także dla niezaszczepionych, którzy jednak pierwsze dwa tygodnie muszą spędzić na kwarantannie. Chyba nie trzeba tłumaczyć, jaki chaos w branży turystycznej i wśród podróżnych wywołały te rewelacje. Zamieszanie pojawiło się też w Niemczech, kiedy tamtejszy Instytut Kocha wpisał Hiszpanię na listę krajów o wysokim ryzyku zarażenia się koronawirusem. To oznacza, że osoby niezaszczepione i nie będące ozdrowieńcami muszą po powrocie udać się na kwarantannę, którą mogą zakończyć dopiero po 5 dniach, o ile wynik testu na koronawirusa będzie negatywny. Touroperatorzy musieli na gwałt kontaktować się z turystami przebywającymi w Hiszpanii, by zaoferować im ewentualnie wcześniejszy powrót do domu. Na szczęście większość postanowiła dokończyć urlop zgodnie z planem.

Tymczasem niemieckie biuro podróży FTI przedstawiło statystyki, z których wynika, że wycieczki zorganizowane są bezpieczne nawet w czasach pandemii. Jak obliczył touroperator, wskaźnik liczby zakażeń zanotowanych wśród jego klientów, wyniósł nieco ponad zero. FTI zaprezentował dane urzędowe dotyczące zachorowań



**MARZENA GERMAN**  
dziennikarka  
„Wiadomości Turystycznych”

wykrytych u turystów w okresie od 1 czerwca do 22 lipca tego roku. W tym czasie na Majorce, Kanary, największe greckie wyspy: Kretę, Rodos, Kos i Korfu oraz do Turcji wyjechało z FTI 225 tys. gości. Liczbę osób ze statusem ozdrowieńca, zaszczepionych i tych, u których badanie dało wynik negatywny, touroperator porównał z oficjalnymi danymi o wykrytych zakażeniach. Jeśli któryś z turystów po wykonaniu na miejscu testu ma wynik pozytywny, lokalne urzędy natychmiast przekazują FTI informację, by mógł zorganizować dla niego kwarantannę. Dzięki temu biuro może zestawiać dane dotyczące liczby gości, którzy z nim wyjechali, z oficjalnymi statystykami. Przypomnijmy, Niemcy wymagają, by osoby podróżujące samolotami przed przylotem przebadaly się na obecność koronawirusa.

I tak we wspomnianym okresie na Majorce i Kanarach wypoczywało w sumie 41 tys. klientów – u 22 z nich wykryto wirusa, czyli u 0,05 proc. Jeszcze niższy był ten wskaźnik w Grecji – na 68 tys. osób, które łącznie wyjechały na Kretę, Rodos, Kos lub Korfu tylko 12 było zakażonych, czyli 0,02 proc. W Turcji wskaźnik ten wyniósł 0,11 proc. (125 chorych na 117 tys. gości), ale w regionie Morza Egejskiego, w okolicach Bodrum, Marmaris i Dalamanu wskaźniki wahały się między 0 a 0,03 proc. W żadnym z analizowanych miejsc klienci nie wymagali hospitalizacji, a choroba przebiegała łagodnie.

Już w zeszłym roku niemieccy touroperatorzy pokazywali na liczbach, że nawet w czasie pandemii wycieczki z biurem podróży są bezpieczne. Niestety informacje te nie przebijają się na tyle szerokim echem, by zmienić percepcję przeciętnego Kowalskiego. A szkoda, bo mogłoby to pomóc odzyskać zaufanie podróżnych i zachęcić ich do wyjazdów. Może branża powinna i w tym względzie zewrzeć szyki i nieco mocniej popracować nad wspólnym wizerunkiem.

W TLE MAJACZY SPOWOLNIENIE GOSPODARZE WYWOŁANE EFEKTAMI WARIANTU DELTA

## Inflacja, Chiny i tapering

Wakacyjne miesiące na rynku mijają pod znakiem dalszych wzrostów wycen bardziej ryzykownych aktywów. Jesteśmy również świadkami zwyczajowego spadku aktywności, a kolejne szczyty zdobywane są w dość powolnym „stylu”. Warto również wspomnieć, iż krajowy rynek zaczął kierować się na północ, gdzie WIG wyznacza kilkuletnie szczyty, a WIG20 podejmuje próby opuszczenia konsolidacji 2200-2300 pkt.

Po rajdzie na nieruchomościach, pozostając w otoczeniu niskich stóp, wydaje się, iż mamy tzw. sytuację TINA (*there is no alternative*) wokół rynku akcji.

Problemem pozostaje MSCI EM (indeks MSCI grupujący rynki wschodzące), gdzie znaczący udział Chin ogranicza napływy w kierunku rynków rozwijających się. Państwo Środka raportuje wyraźnie niższe od oczekiwań wskazania makro, co objawia się lekką nerwowością inwestorów wokół tamtejszego regionu.

Dodatkowo w tle majaczy spowolnienie gospodarcze wywołane efektami wariantu Delta. Gdy dodamy do tego podwyższone odczyty inflacji m.in. w USA czy w Europie wyłania nam się ciekawy układ rynkowy, gdzie decyzje banków centralnych mogą mieć kluczowe znaczenie dla przyszłej koniunktury.

Trwają spekulacje dot. tzw. taperingu, czyli wycofywania wsparcia ze strony FED w kolejnych miesiącach. Lokalnie, w regionie, Bank Czech oraz Bank Węgier rozpoczęły już cykl zacieśniania/podwyżek stóp, tymczasem RPP pozostaje na stanowisko „wait'n'see”.

Gdy połączymy scenariusz podwyżek stóp z rekordowymi odczytami z rynku kredytowo-nieruchomościowego wyłania nam się obraz potencjalnego wyhamowania koniunktury w tym segmencie, być może na rzecz inwestycji na rynku akcyjnym.

Dopóki globalny trend wzrostowy trwa, istnieje duża szansa przeważania rynków wchodzących w cel „poszukiwania rentowności” przez kapitał zagraniczny.



**KONRAD RYCZKO**  
analityk  
Domu  
Maklerskiego  
BOŚ



TO BYŁY NAPRAWDĘ CUDOWNE WAKACJE

## Green Velo z piętą achillesową



**ALICJA DĄBROWSKA**

dziennikarka  
„Gazety  
Wyborczej”



Na moim wakacyjnym koncie kolejny odcinek Wschodniego Szlaku Green Velo. W tym roku była to trasa wiodąca przez województwo warmińsko-mazurskie, od Elbląga do Korsze, słynnego niegdyś węzła kolejowego Prus Dolnych, naprawdę wspaniała. Na niej: najniżej względem morza położony punkt w Polsce (Raczki Elbląskie) i cudowne widoki wzdłuż Zalewu Wiślanego (kazaly myśleć o podobnie urokliwych „depresyjnych” miejscach w Holandii); lesiste pagórki Wysoczyzny Elbląskiej (park krajobrazowy), jary malowniczych rzek (Pasłęka, Wałsza); małe miasteczka, które co prawda utraciły dawną świetność, ale wciąż mają wiele czaru (Frombork, Lidzbark Warmiński, Tolkmicko). No i opactwa w Stoczku Klasztornym i Pieniężnie Pierwszym, w których i rowerzyści – niczym pielgrzymi – też mogą przenoćować, a nawet dostać strawę (za skromną opłatą, duchowa – gratis). Nasza trasa często zresztą przecinała się z wiodącym do hiszpańskiej Composteli pielgrzymkowym szlakiem świętego Jakuba, oznakowanym jego muszlą.

No właśnie! Oznakowanie! To wciąż pięta achillesowa Green Velo. Znaczniki są małe, kolory niezbyt wyraźne, a napisy „złażą” z tabliczek. Ale najgorsze jest to, że często brakuje ich w kluczowych miejscach – na rozstajach czy w płataninie leśnych duktów. A są to okolice pozbawione obiektów przemysłowych, linii wysokiego napięcia i... masztów telefonii komórkowej. Osobiście niezwykle mnie to cieszy, ale brak tych ostatnich oznaczał często niemożność skorzystania z map Google'a.

No i same ścieżki... Niestety, tych z prawdziwego zdarzenia powstało mało. Podskakuje się więc na betonowych płytach, pokonuje z mazołem drogi szutrowe i piaszczyste koleiny czy stare asfaltówki złożone głównie z dziur (pamiętające chyba czasy sprzed przełomu 1989 r., to na nich łapaliśmy gumy). Ale dość tych narzekania. To były naprawdę cudowne wakacje, pełne niezwykłych odkryć i przeżyć. Utwierdziły mnie również w przekonaniu, że rower „to jest to”, zwłaszcza w pandemicznych czasach – gwarantuje wolność, niezależność, dystans, a siodełko daje jeszcze zupełnie inną perspektywę.

**P**anie Prezydencie, nie jest tajemnicą, że pandemia koronawirusa miała dewastujący wpływ na turystykę, zwłaszcza turystykę w miastach. Proszę po krótkce scharakteryzować, jak pandemia zmieniła funkcjonowanie turystyki w Warszawie.

Pandemia i wynikające z niej kolejne lockdowny zmieniły obraz tego, jak do tej pory wyglądał ruch turystyczny w naszym mieście. Wraz z każdą kolejną falą i wprowadzaniem obostrzeń warszawskie atrakcje pustoszały, a przedsiębiorcy świadczący usługi dla turystów tracili źródło dochodów. Gdy tylko wirus chwilowo odpuszczał, ludzie stęsknieni za podróżowaniem znów pojawiali się na ulicach stolicy, w obiektach noclegowych, ogródkach gastronomicznych czy muzeach. Nie zrekompensowało to jednak poniesionych strat.

Tematyka wpływu pandemii na turystykę w Warszawie pojawiła się w waszej publikacji pt. „Turystyka w Warszawie. Raport 2020”.

Co w nim konkretnie znajdziemy i dlaczego takie opracowanie powstało?

Raport „Turystyka w Warszawie” publikowany jest przez Stołeczne Biuro Turystyki nieprzerwanie od 2016 r. Jest źródłem wiedzy na temat kondycji turystyki w stolicy, przydatnej zwłaszcza warszawskiej branży turystycznej. Zawiera dane pozyskane z wielu źródeł, podzielone na bloki tematyczne.

# Warszawa przyciągnie wielu turystów

Z **Rafałem Trzaskowskim**, prezydentem Warszawy, rozmawiamy o tym, jak pandemia zmieniła turystyczne oblicze stolicy i jakie wyzwania stoją przed warszawską turystyką w najbliższych latach.





Dotyczą one m.in. wielkości ruchu turystycznego, wykorzystania bazy noclegowej czy wizerunku miasta w kraju i za granicą. W najnowszej edycji, która ukaże się jeszcze we wrześniu, znajdzie się specjalny rozdział poświęcony tematowi, które są szczególnie ważne w kontekście pandemii – wydatkom turystów dokonywanym w mieście kartami płatniczymi i gotówką oraz wpływowi, jaki ma turystyka na gospodarkę Warszawy. Szacujemy, że w 2020 r. w Warszawie pojawiło się trzy razy mniej turystów niż w ubiegłych latach. Przełożyło się to na 50-procentowy spadek wkładu turystyki przyjazdowej w PKB Warszawy.

**Mimo pandemii miasto nie zaniechano działań promocyjnych skierowanych do turystów. Jak wyglądała działalność promocyjna Miasta Warszawy podczas pandemii i jakie zmiany nastąpiły w promocji stolicy w pandemicznych realiach?**

To prawda, że pandemia uderzyła najsilniej w turystykę miejską, ale nie przestaliśmy promować Warszawy jako atrakcyjnego kierunku dla turystów. Część naszych corocznych działań, takich jak targi turystyczne oraz wizyty prasowe dziennikarzy i blogerów z zagranicy, zostało odwołanych, a promocja musiała być skupiona na internecie. Dodatkowo w zeszłym, jak i w tym roku, większość podróżujących wybierało, ze względu na bezpieczeństwo, bliższe podróże. Dało nam to szansę, by działania promocyjne skierować głównie do turystów krajowych oraz naszych sąsiadów, przede wszystkim Niemiec. Informowaliśmy nie tylko o atrakcjach turystycznych miasta, ale także o tym, jak Warszawa dba o bezpieczeństwo przyjezdnych. Dzięki naszym staraniom Warszawa została wymieniona przez European Best Destinations jako jedna z „*Coronavirus-safest destinations to visit in Europe*”. Nie zapomnieliśmy także o tym, że to mieszkańcy miasta są często najlepszymi ambasadorami i przewodnikami po Warszawie. Z myślą o nich zorganizowaliśmy konkurs na „Perełki Warszawy” – trasy po niezwykłych a często nieznanym atrakcjach stolicy. W wyniku konkursu wyłonionych zostało 10 tras, które teraz promujemy wśród odwiedzających Warszawę.

**Obecnie sytuacja epidemiczna w Polsce i na świecie jest co prawda lepsza niż w ubiegłym roku, ale zagrożenie wciąż istnieje. Co uważa Pan za największe wyzwania stojące dziś przed jednostkami odpowiedzialnymi za promocję Warszawy w dobie nowej normalności w turystyce?**

Zdajemy sobie sprawę z tego, że przy obecnej sytuacji, która wciąż może ulec pogorszeniu, minie sporo czasu zanim turystyka miejska wróci do stanu sprzed pandemii. By wyznaczyć kierunek promocji, przynajmniej na najbliższe dwa lata, Stołeczne

Biuro Turystyki zleciło przygotowanie dokumentu pozwalającego na określenie szans i zagrożeń, a także na nakreślenie działań, które będziemy wdrażać. Taka strategia pozwoli nam przygotować się na wyzwania najbliższych lat i – miejmy nadzieję – na odbudowanie turystyki w Warszawie. W komunikacji będziemy skupiać się między innymi na symbolu Warszawskiej Syrenki, która w przyszłym roku obchodzi swoje 400-lecie.

**Podejmując działania promocyjne, Miasto Warszawa współpracuje z Warszawską Organizacją Turystyczną i Mazowiecką Organizacją Turystyczną. Czy warto łączyć siły w promocji miasta i regionu?**

Obie organizacje są dla nas niezwykle istotne, ponieważ pełnią rolę platformy współpracy pomiędzy szeroko rozumianą branżą turystyczną a samorządem. Warszawa jako inicjator powstania Warszawskiej Organizacji Turystycznej, która już teraz skupia ponad stu członków, wspiera promocyjnie, ale też finansowo partnerów. Pod koniec 2020 r. zdecydowaliśmy o zwiększeniu składki miasta do WOT, dzięki temu zarząd stowarzyszenia mógł zwolnić partnerów prywatnych ze składki za bieżący rok. Pozwoliło to utrzymać skład liczebny stowarzyszenia, a zależy nam na tym, aby kolejne przedsiębiorstwa branży turystycznej zasiadały szeregi jego członków, bo im bardziej skonsolidowana jest branża, tym bardziej efektywna jest nasza współpraca. Wspólnie z WOT przygotowaliśmy dwie kampanie promocyjne, stworzyliśmy spoty promujące Warszawę jako miasto atrakcyjne i bezpieczne. Jeden ze spotów otrzymał nagrodę w konkursie „Kadry z Polski” organizowanym przez portal waszaturystyka.pl. Rolą MROT jest promocja atrakcji i produktów turystycznych Warszawy i Mazowsza. Wspólnie z Urzędem Marszałkowskim i innymi członkami stowarzyszenia pokazujemy całą różnorodność województwa, począwszy od wielkomiejskiego charakteru stolicy, a kończąc na nieodkrytych i sielskich zakątkach regionu. Budując tę synergię uatrakcyjniamy ofertę dla naszych turystów.

**Co warte podkreślenia, Miasto Warszawa tworzy wspólną ofertę turystyczną z województwem mazowieckim. Czy nie boi się Pan odpływu potencjalnych turystów do regionu?**

Ostatnie lata pokazują nam, że turyści chętnie zatrzymują się w jednym miejscu na dłużej. Zwiedzają spokojniej, bardziej dokładnie. Turystyka masowa ustępuje miejsca slow tourism i spokojnemu odkrywaniu wszystkich atrakcji danego regionu. Jest to duża szansa zarówno dla Warszawy, jak i dla całego województwa, by zatrzymać turystów na Mazowszu jak najdłużej. Miasto Warszawa przygotowuje obecnie projekt Virtualna Warszawa, który pozwoli poprzez aplikację na smartfony w atrakcyjny

sposób zwiedzić nie tylko Warszawę, ale i 21 gmin znajdujących się w sąsiedztwie stolicy. Turystyka miejska to przede wszystkim formuła city break i na tym polu absolutnie nie konkurujemy z regionem. Natomiast możliwość zanurzenia się naszych gości w różnorodność zielonego Mazowsza jest istotnym atutem. Dotyczy to również mieszkańców miasta, którzy coraz chętniej eksplorują region, korzystając ze wspólnej miejsko-wojewódzkiej infrastruktury komunikacyjnej.

Zagrożeniem są plany partii rządzącej na oddzielenie Warszawy od Mazowsza i stworzenie oddzielnego województwa warszawskiego. Spowodowałoby to olbrzymie problemy z pozyskiwaniem środków finansowych dla całego regionu, ale też zniszczenie marki jaką przez lata wypracowało Mazowsze. Województwo bez Warszawy nie będzie miało szansy na finansowanie wszystkich projektów, z których mogliby skorzystać turyści.

**Wszyscy żyjemy nadzieją, że pandemia wkrótce odpuści. Jak widzi Pan funkcjonowanie turystyki w Warszawie za 3–4 lata, kiedy – jak twierdzą eksperci – ruch turystyczny powinien powrócić na dawne tory?**

Pandemia okazała się ogromnym wyzwaniem dla turystyki, szczególnie dla przedsiębiorców, którzy z turystów czerpali najwięcej przychodów. Część z nich niestety zamknęła swoje biznesy, inni starali się dostosować do nowych realiów. W bardzo trudnej sytuacji znalazła się turystyka biznesowa, która praktycznie zamarła, a wiele wydarzeń – kongresów i konferencji, które przed pandemią były chętnie organizowane w Warszawie – zostało przeniesionych do rzeczywistości wirtualnej. Nie mamy pewności, czy ta gałąź turystyki ma szansę wrócić do stanu sprzed COVID-19, choć doświadczenie formuły wirtualnej czy hybrydowej to z pewnością nie to samo, co spotkanie „twarzą w twarz”. Jesteśmy jednak spokojni, że Warszawa przyciągnie wielu turystów. Obserwując światowe trendy można dojść do wniosku, że podróżowanie będzie bardziej eko. Turyści wybierać będą bliższe kierunki, regiony o wyjątkowych zasobach naturalnych, lokalnych smakach i wyjątkowych atrakcjach. Ważne będzie prawdziwe poznanie odwiedzanego miejsca, co daje ogromną szansę Warszawie, która zyskuje z każdym dniem pobytu w mieście. Turyści nie będą skupiać się tylko na największych atrakcjach turystycznych, ale będą chcieli dogłębnie zwiedzić i poczuć miasto, doświadczyć życia mieszkańców i odnaleźć wszelkie „perełki”, które skrywa Warszawa. Ten trend, wzmocniony bez wątpienia przez doświadczenie pandemii, przewidzieliśmy już na etapie tworzenia Polityki Turystycznej Warszawy, która ujrzała światło dzienne dokładnie rok temu. MO



# Drogowy system ostrzegania o pandemii, nie sprawdza się

Brytyjska branża turystyczna uważa, że pandemiczny system nawiązujący do sygnalizacji świetlnej wyrządza lokalnej turystyce więcej szkód niż pożytku. Padają głosy, by go zlikwidować.

MAŁGORZATA ORLIKOWSKA

**B**rytyjska branża turystyczna z entuzjazmem przyjęła wprowadzenie w połowie maja br. przez rząd premiera Borisa Johnsona tzw. systemu sygnalizacji świetlnej podróży. Przedsiębiorcy wierzyli, że system, który dzieli kraje na obszary mniej-szego, średniego i dużego ryzyka, a w konsekwencji nakłada na powracających z tych miejsc turystów określone wymagania (wykonanie 2 testów PCR po powrocie z krajów z listy zielonej; wykonanie 3 testów PCR i kwarantanna domowa w przypadku krajów z listy pomarańczowej; wykonanie 3 PCR testów i kwarantanna hotelowa w przypadku kra-

jów z listy czerwonej) zwiększy bezpieczeństwo Brytyjczyków wypoczywających poza granicami, a przede wszystkim ułatwi im podejmowanie decyzji wyjazdowych. Po zaledwie trzech miesiącach od wprowadzenia rozwiązania pod jego adresem pojawia się coraz więcej głosów krytycznych. Przedsiębiorcy są zdania, że wyrządza brytyjskiej turystyce więcej szkód niż dobrego. Jak zauważył Mark Tanzer szefujący stowarzyszeniu przedsiębiorców turystycznych ABTA, otwarcie podróży międzynarodowych z Wielkiej Brytanii postępuje w ślimaczym tempie, co utrudnia biurom i organizatorom wycieczek generowanie wystarczających dochodów, aby rozpocząć ożywienie. To jest z kolei potrzeb-

ne do ochrony miejsc pracy, przedsiębiorstw i źródeł utrzymania.

Lista zarzutów wobec systemu liczy kilka pozycji. Przedsiębiorcy krytykują m.in. jego skomplikowanie. Poza podstawowym podziałem na listy zieloną, pomarańczową i czerwoną, wprowadzono bowiem dodatkowe kategorie, jak np. „zielona lista obserwacyjna” lub „lista pomarańczowa plus”. Kraje z takimi oznaczeniami mogą być przesuwane na podstawowe listy niezależnie od oficjalnych aktualizacji dokonywanych co trzy tygodnie. Branża nie widzi też uzasadnienia dla wprowadzania poszczególnych obostrzeń dla powracających z zagranicy. – Myślę, że kosztowne i niepotrzebne testy [na lotniskach] na-

leży zakwestionować. Rząd powinien wyka-  
zać, dlaczego ich wymaga – mówił niedaw-  
no na antenie jednej ze stacji radiowych Wil-  
lie Walsh, dyrektor generalny Międzynarodo-  
wego Stowarzyszenia Transportu Lotniczego,  
apelując do władz o uproszczenie zasad po-  
dróży poza Wielką Brytanię.

Najwięcej emocji budzą jednak warunki,  
na podstawie których kraje są przypisywane  
do poszczególnych obszarów ryzyka. Chris  
Rowles, prezes stowarzyszenia niezależnych  
touroperatorów AITO, analizując zmiany do-  
konywane przez władze na listach w ostatnich  
trzech miesiącach, wskazał na liczne niekon-  
sekwencje i brak logiki decydentów: Portuga-  
lia mająca swego czasu jeden z najniższych  
odsetków zarażonych na świecie została  
w maju przesunięta z listy zielonej na pom-  
arańczową, po tym jak wykryto tam pojedyn-  
cze przypadki indyjskiej odmiany koronawir-  
usa. Podobnie rzecz miała się z Francją, któ-  
ra w lipcu z listy pomarańczowej przeszła na  
pomarańczową plus w związku z istniejącym  
od początku tego roku w całej Europie wa-  
riantem Beta. – Decyzje z pewnością nie były  
oparte na racjonalnych przesłankach, na pod-  
stawie danych, a nawet na dużej ostrożności.  
Rządowy system sygnalizacji świetlnej (...)  
był nadużywany od samego początku – sko-  
mentował dosadnie Rowles na łamach bran-  
żowego portalu Travelweekly.co.uk, sugeru-  
jąc, że listy służą władzom do rozgrywek po-  
litycznych.

Przez chaos związany z aktualizowaniem  
list stratni są klienci zmuszeni do przesuwania  
urlopów lub ich skracania, również bran-  
ża. Ta traci nie tylko finansowo, również wi-  
zerunkowo. Przedsiębiorcy zwracają uwagę  
na topniejące zaufanie hotelarzy i dostawców  
usług z Europy do brytyjskich biur podróży.  
– Niektórzy hotelarze tracą cierpliwość, nie  
chcą być już elastyczni ani przyjmować rezer-  
wacji. Jeśli jest firma niemiecka, która chce  
dokonać rezerwacji, lub brytyjska, wybiorą tę,  
która będzie mniej skłonna do dokonywania  
zmian w ostatniej chwili – mówi Fiona Char-  
rington, dyrektor generalny w Martin Randall  
Travel. Nic więc dziwnego, że słychać głosy  
nawołujące do odejścia od systemu. – Trze-  
ba go porzucić, jest zepsuty do rdzenia i dez-  
orientuje konsumentów i sektor podróży (...)  
Duża część społeczeństwa jest zaszczepio-  
na. Musimy przejść od ogólnych zakazów do  
systemu amerykańskiego, wokół indywidu-  
alnego ryzyka. Ludziom trzeba pozwolić po-  
dróżować – kwituje Paul Charles, prezes PC  
Agency. ■

# Komisja Europejska do Google: Jak wyświetlacie oferty turystyczne

Komisja Europejska wysłała do Google pismo, w którym domaga się, by firma działała zgodnie z przepisami unijnymi i w jasny oraz zrozumiały sposób przedstawiała wyniki wyszukiwania, także usług turystycznych.

**K**omisja Europejska i CPC (Consumer Protection Cooperation) pod prze-  
wodnictwem Holenderskiego Urzę-  
du ds. Konsumentów i Rynków i Belgijskie-  
go Dyrektoriatu Generalnego ds. Kontroli  
Gospodarczej zobowiązały Google do przed-  
stawienia w ciągu dwóch miesięcy działań,  
które firma zamierza podjąć na rzecz prze-  
rzystego i uczciwego przedstawiania wyni-  
ków wyszukiwania. Dotyczy to między inny-  
mi usług turystycznych, a konkretnie nocle-  
gów i przelotów.

Zdaniem Komisji to kluczowe, by inter-  
nauki znali zasady, według których publi-  
kowane są oferty. Znaczenie ma, czy kolej-  
ność prezentacji wynika z odpłatnej współ-  
pracy z internetowym gigantem. W przy-  
padku wspomnianych noclegów i biletów  
lotniczych wyniki muszą zawierać pełne  
ceny, z uwzględnieniem opłat i podatków. –  
W Unii Europejskiej konsumenci korzystają-  
cy z wyszukiwarek przy planowaniu swoich  
wakacji nie mogą być wprowadzani w błąd  
– mówi Didier Reynders, unijny komisarz  
sprawiedliwości. – Musimy zagwarantować  
im, że będą mogli dokonywać wyborów na  
bazie przejrzystych i bezstronnych infor-  
macji – dodaje. To dlatego trzeba stworzyć  
odpowiednie wytyczne, które to zapewnią.  
Co więcej, Google musi zrewidować stan-  
dardowe warunki korzystania ze sklepu Go-  
ogle Store, ponieważ w niektórych przy-  
padkach pojawiają się nierówności w pra-  
wach sprzedawcy i kupującego, co dla tego  
ostatniego jest niekorzystne. Co więcej, jeśli  
urzędy ds. ochrony konsumenta zgłoszą tre-  
ści, które łamią prawa klienta, Google powin-  
ien szybciej je usuwać. Komisja Europejska  
zapowiedziała, że będzie wspierać narodowe  
organy ochrony konsumentów w przy pozy-



W Unii Europejskiej konsumenci  
korzystający z wyszukiwarek przy  
planowaniu swoich wakacji nie mogą  
być wprowadzani w błąd.

**Didier Reynders**, Komisja Europejska

skiwaniu odpowiedzi od Google – w skraj-  
nych przypadkach będą one mogły nakładać  
sankcje na wyszukiwarkę.

Warto przypomnieć kontekst całej sprawy.  
Jak podkreśla KE, Google coraz częściej włą-  
cza w wyniki wyszukiwania reklamy, za któ-  
re pobiera opłaty. W szczególności dotyczy to  
ofert hotelowych i na przeloty. CPC wskazuje  
też na kilka obszarów wymagających popra-  
wy: po pierwsze Google Play Store nie powin-  
ien bazować na geolokalizacji, po drugie, in-  
ternauta musi być w wyraźny sposób poinformo-  
wany, czy wyniki wyszukiwania zawierają  
oferty reklamowe i czy na kolejność prezen-  
tacji wpływ ma współpraca odpłatna między  
Google a usługodawcami. Model działania  
sekcji Google Flights i Google Hotels powin-  
ien być pokazany w jasny i przejrzysty spo-  
sób, a prezentowane ceny muszą być już tymi  
finalnymi. Firma powinna też zadbać o to, by  
opinie o hotelach były wiarygodne. MG ■

## Dhammika Kumari Semasinghe

**Ambasador Demokratyczno-Socjalistycznej  
Republiki Sri Lanki w Polsce**

**ZAWODOWO:** Jest zawodową dyplomatką z 25-letnim doświadczeniem. Pracując w Ministerstwie Spraw Zagranicznych Sri Lanki, pełniła różne funkcje w sekcjach politycznych i gospodarczych w kraju i poza Sri Lanką: na misjach w Nowym Jorku, Waszyngtonie i Nowym Dehli. W ostatnim czasie w resorcie tym piastowała stanowisko dyrektora generalnej ds. Europy i Azji Środkowej oraz Unii Europejskiej i Wspólnoty Narodów. 6 lipca 2021 r. objęła stanowisko Ambasadora Demokratyczno-Socjalistycznej Republiki Sri Lanki w Polsce.

**PRYWATNIE:** Urodziła się w Nikaweratiya na Sri Lance. Rozpoczęła studia licencjackie z zakresu nauk politycznych na Uniwersytecie Peradeniya w Kandy, ale otrzymała możliwość ukończenia studiów w zakresie stosunków międzynarodowych i polityki publicznej w Swarthmore College w Pensylwanii w USA. Ma tytuł magistra międzynarodowej polityki publicznej uzyskany w Szkole Zaawansowanych Studiów Międzynarodowych (SAIS), Johns Hopkins University, Washington DC, USA. Mówi po syngalesku, angielsku i hindi, jest początkującą artystką ceramiczną.



# Turystyka Sri Lanki na drodze do odbudowy

MAŁGORZATA ORLIKOWSKA

**Z**Dhammiką Kumari Semasinghe, ambasadorką Sri Lanki w Polsce, rozmawiamy na temat współpracy między Sri Lanką a Polską w zakresie turystyki, także planach promocji azjatyckiego kraju wśród Polaków.

**Pani Ambasador, gratuluje objęcia stanowiska Ambasadora Sri Lanki w Polsce. Rozpoczynając swoją misję dyplomatyczną w Polsce, podczas przekazywania listów uwierzytelniających prezydentowi Andrzejowi Dudzie, zapowiedziała Pani, że Sri Lanka będzie kontynuować wzmacnianie relacji gospodarczych z Polską. Jakie dziedziny uznaje Pani za perspektywiczne,**

### jeśli chodzi o rozwijanie współpracy między naszymi krajami?

Dziękuję za gratulacje. Priorytetem zarówno dla nas, jak i Polski, jest zwiększenie wymiany gospodarczej i przepływu turystów. Strony są dobrze przygotowane do wykorzystania możliwości w swoich krajach, ponieważ wdrożyły ramy prawne, podpisując umowę o „Współpracy w dziedzinie turystyki” i umowę o „Unikaniu podwójnego opodatkowania oraz zapobieganiu uchylania się od opodatkowania w odniesieniu do podatków dochodowych”. Branża turystyczna jest trzecim sektorem generującym dewizy dla kraju. Liczba turystów z Polski wzrosła z 5 806 w 2012 r. do 20 896 w 2019 r. Od marca 2020 r. sektor turystyczny przyciągnął inwestycje o wartości 950 mln dol. Urząd ds. Rozwoju Turystyki Sri Lanki usprawnił możliwości angażowania się inwestorów, tworząc przyjazną im aplikację, która spełnia międzynarodowe standardy. Powołano też Jednostkę ds. Relacji Inwestycyjnych, która ma przyspieszać proces zatwierdzania inwestycji w turystyce. To kolejne narzędzie po tzw. Podręczniku Inwestora. Jednym z najważniejszych instrumentów będących motorem dla handlu i turystyki jest bezpośrednie połączenie lotnicze między Warszawą a Kolombą realizowane przez PLL LOT od 2019 r. Musimy sprawić, by to połączenie było opłacalne, zwiększając przepływ turystów i towarów w obydwu kierunkach.

### Zanim skupimy się na kwestiach związanych z promocją, proszę powiedzieć, jak pandemia wpłynęła na sektor turystyczny i turystykę na Sri Lance.

Pandemia wywołała drastyczne zakłócenia w branży turystycznej Sri Lanki, a jest to sektor, który zatrudnia ok. 3 mln ludzi. Małe i średnie przedsiębiorstwa odpowiadają za ponad 40 proc. obrotów w turystyce. Szacuje się, że z powodu koronakryzysu turystyka straci 41–60 proc. swoich pracowników. Przed pandemią, i mimo ataków terrorystycznych Wielkanocą 2019 r., turystyka na Sri Lance radziła sobie całkiem dobrze, notując 1,91 mln przyjazdów turystów i generując 3,7 mln dol. przychodów. Bezpośredni wkład sektora w PKB Sri Lanki wyniósł 4,3 proc.

Rząd zainicjował szereg działań, aby wesprzeć branżę w czasie pandemii, m.in. poprzez przedłużenie moratorium na spłatę zadłużenia, udzielanie uprzywilejowanych pożyczek na pokrycie płatności za media, przedłużenie licencji na alkohol, dokonując prze-

lewów pieniężnych dla przewodników turystycznych i kierowców, zmniejszając opłaty rejestracyjne i odnowienia dla osób z branży. Inicjowane są też programy przekwalifikowania osób, które straciły pracę w wyniku pandemii.

### W czerwcu Sri Lanka otworzyła się na międzynarodowych turystów. Jakie są prognozy dotyczące odbudowy turystyki w najbliższych latach?

Sri Lanka stoi na stanowisku, że natura obecnej pandemii wciąż stanowi niezbadane terytorium. Co więcej, zdaje sobie sprawę, że w przyszłości będziemy funkcjonowali w czymś, co można nazwać „nową normalnością”. W perspektywie krótko- i średnioterminowej będziemy się koncentrować na ożywieniu turystyki sezon po sezonie. Z drugiej strony, abyśmy mogli w zadowalający sposób odzyskać siły i dążyć do osiągnięcia tempa wzrostu takiego, jak przed pandemią, sytuacja na rynkach emisyjnych również musi się poprawiać, kondycja sektora jest więc globalnie zintegrowana i współzależna w kontekście pandemii.

### Jakie działania podejmuje Sri Lanka, by przyciągać turystów ze świata? Czy władze wspierają turystykę przyjazdową?

Sri Lanka zachęca międzynarodowych turystów do odwiedzin od końca 2020 r. Wtedy wprowadzono koncepcję „biobańki turystycznej”. W ramach bańki turystom udostępniono 22 lokalizacje i określoną liczbę obiektów zakwaterowania. Za wprowadzenie tego rozwiązania Sri Lanka otrzymała od WTTC certyfikat „Safe Travel Stamp”, stając się pierwszym krajem w regionie uhonorowanym takim wyróżnieniem.

Uznaliśmy też, że zgodnie z nowym imperatywem w kontekście pandemii turystom powinno być zapewnione bezpieczeństwo, dlatego podjęliśmy się certyfikacji i szczepień wszystkich pracowników hoteli, biur podróży i kierowców. Sri Lanka Tourism wdrożyła również koncepcję transmisji na żywo „Zostań w domu dziś, podróżuj jutro” polegającą na organizowaniu live streamingów z podróży i wycieczek, jak np. Couch Safari, które obejrzało 350 tys. widzów lokalnych i międzynarodowych. Warto dodać, że Sri Lanka aktywnie rozwija turystykę zrównoważoną, by pozostać konkurencyjną i odpowiedzieć na nowe potrzeby konsumentów po pandemii. Zdajemy sobie sprawę z konieczności dostosowania naszych produktów do potrzeb przyszłych podróżnych, zwłaszcza mille-

## Przyjazdy na Sri Lankę w 2020 r.

Łącznie – 507 704 turystów. Istotnymi krajami źródłowymi były Polska (11 908), Australia (20 283), Chiny (26 147), Francja (24 838), Niemcy (34 507), Indie (89 357), Rosja (49 397), Ukraina (17 169), Wielka Brytania (55 455) i USA (16 842).

nialsów i generacji Z, dla których ważny jest aspekt ekologiczny w czasie podróży. Większość naszych atrakcji ma charakter naturalny, 8 atrakcji wpisanych na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO znajduje się na obszarach wiejskich. Sri Lanka jako wyspa jest niezwykle podatna na zniszczenia wywołane zmianami klimatu, dlatego w przyszłości przyjmujemy zrównoważone i oparte na społecznościach podejście do opracowywania pakietów turystycznych, które biura podróży określają mianem „bardziej ekologicznych i zgodnych z zasadami”. M.in. dlatego Sri Lanka uzyskała członkostwo w Światowej Radzie Zrównoważonej Turystyki. Na poziomie politycznym i systemowym aktualizujemy ustawę o turystyce Sri Lanki, konsultując jej przepisy z zainteresowanymi stronami w sektorze turystycznym. Celem jest reorientacja łańcucha popytu i dostaw poprzez zmianę modeli biznesowych i struktur zarządzania turystyką, by budować mocną markę Sri Lanki. Po raz pierwszy nasz kraj uruchomił 5-letnią globalną kampanię promocyjną o wartości 190 mln dol. W jej ramach Urząd ds. Rozwoju Turystyki wystosował zaproszenie do składania ofert, by wybrać agencję PR, która w Polsce zajmie się kampanią marketingową i brandingową destinacji, w tym marketingiem cyfrowym, obejmującą swoim zasięgiem Polskę i kraje Europy Środkowo-Wschodniej.

### Co uważa Pani za najważniejsze w kontekście przywracania ruchu turystycznego między Polską a Sri Lanką?


Po pierwsze, chcę życzyć polskim turystom „ayubowan” (żeby żyli długo), zapewnić, że nasze drzwi są dla nich otwarte, także podkreślić, że doceniamy fakt, że w geście solidarności Polacy zdecydowali się na wyjazd na Sri Lankę w 2019 r., po zamachach terrorystycznych. Ważne jest, by połączyć umysł ciekawego świata, wymagającego Polaka z duchem lankijskiej turystyki bazującej ▶

► na otwartych, uśmiechniętych ludziach, ich gościnności, terapeutycznej kuchni, leczniczej Ajurwedzie, oszałamiających krajobrazach i pejzażach oraz ponadczasowej 2500-letniej historii i dziedzictwie. Chcemy przekonać polskich turystów, że Sri Lanka może być ich „domem z dala od domu”. Jeśli chcą poczuć Zakopane na Sri Lance, mogą odwiedzić Kandy i resztę górystej prowincji obsianej plantacjami kawy. Jeśli chcą znaleźć się w miejscu, które rozpali ich wyobraźnię, jednocześnie umożliwi wyciszenie, mogą wejść na koncepcyjną perełkę – twierdzę Sigiriya Rock – i ciekawie spędzić czas z miejscową ludnością. Sri Lanka może też zaspokoić tłumione ostatnimi czasy zapotrzebowanie na odstresowanie się, naładowanie baterii w nowej normalności, oferując sprawdzone i holistyczne doświadczenia ajurwedyjskie i szeroki repertuar usług wellness. Z drugiej strony chcemy zapewnić naszym przyszłym gościom, że ich zdrowie jest dla nas priorytetem. Dlatego wysiłki Sri Lanki w odbudowę turystyki i protokoły bezpieczeństwa oparte są na nauce.

**Jakie działania promocyjne na polskim rynku chciałaby Pani przeprowadzić, by promować Sri Lankę jako kierunek turystyczny?**

Planujemy zorganizować objazdy promocyjne po Polsce i wziąć udział w najważniejszych wydarzeniach branżowych w kraju. Cieszymy się na bliską współpracę z uznanymi podmiotami turystycznymi: touroperatorami, PLL LOT, Polską Organizacją Turystyczną, mediami, w tym blogerami podróżniczymi, by inicjować działania z zakresu promocji turystycznej, które łączą elementy marketingu, reklamy i dziennikarstwa. Z niecierpliwością czekamy też na reaktywację programu „Visiting Journalists”.

Sri Lanka Tourism przeprowadzi też webinary dla biur podróży i agentów dotyczące produktów turystycznych i aktualnych protokołów zdrowotnych. Wskazane byłoby też przeprowadzenie działań integrujących rynek, w ramach których promocja turystyki odbywa się przy okazji promocji produktów. W najbliższym czasie będziemy współpracować z Sri Lanka Tourism nad organizacją wydarzeń dla rodzin z dziećmi dotyczących np. puszczenia latawców czy tworzenia tra-

dycyjnych lampionów. Trwają rozmowy na temat przygotowania wirtualnych wycieczek dla dzieci w wieku szkolnym do fundacji dla słoni *Udawalawe Elephant Transit Home*, także żłobków żółwi i obserwacji wielorybów. Za istotne uważam zwiększenie wiedzy Polaków o Sri Lance, jej mieszkańcach, bardzo dobrych wskaźnikach społecznych i zdrowotnych, jej dziedzictwie i osiągnięciach. Chcemy też, by nasz sektor hotelarski poszerzył wiedzę o profilu polskiego turysty. Wiele wnioskowałyby wzajemne wizyty studyjne i szkolenia dla lankijskich szefów kuchni, personelu hotelowego w szkołach turystycznych i hotelarskich w Polsce. Byłoby wspaniale umieścić pyszne polskie pierogi w menu hoteli, restauracji i Airbnb na Sri Lance. Musimy być kreatywni i otwarci w naszym podejściu, sławiąc nie tylko Sri Lankę w Polsce, ale także Polskę na Sri Lance. 

**CZYTAJ TEŻ**

*Sri Lanka tourism on the way to recovery*  
(pełna wersja angielska)  
[www.wiadomosciturystyczne.pl](http://www.wiadomosciturystyczne.pl)



**TOUR SALON**  
TARGI REGIONÓW I PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH

**24-26 WRZEŚNIA 2021**

[WWW.TOUR-SALON.PL](http://WWW.TOUR-SALON.PL)



ZAPRASZA

**mtp**  
GRUPA

**RODZINNE PODRÓŻOWANIE**  
Konkursy i strefy podróżniczych aktywności dla dzieci

**PODRÓŻE MAŁE I DUŻE**  
Oferta regionów i atrakcji turystycznych

**HISTORIE NIEZWYKŁYCH WYPRAW**  
Giganci (w) podróży

**PRZEZ KONTYNENTY**  
Festiwal Podróżniczy Śladami Marzeń

W TYM SAMYM CZASIE:  
**TARGI CARAVANS SALON**  
**I OGÓLNOPOLSKI ZŁOT CARAVANINGOWY**

100  
1921-2021

sto lat, dobrze zaprojektowanych wydarzeń



## Biura

### Last minute popularne jak nigdy

■ Prawie 40 proc. urlopowiczów wyjeżdża w tym samym tygodniu, w którym kupiło wycieczkę, wynika z analizy niemieckiego biura podróży 5vorFlug. Najczęściej wybierają Turcję, wyspy greckie, Baleary, Egipt, ale też Malediwy i Dominikanę. Jak przyznaje prezes firmy, Sabine Prähauser, trend do zamawiania wyjazdów tuż przed ich rozpoczęciem jest w tym roku silniejszy niż kiedykolwiek wcześniej. Wyraźnie zaznaczył się już w połowie lipca i cały czas się umacnia. Klientów nie odstraszały pożary w Turcji czy w Grecji – ponieważ wyjeżdżając na wycieczki zorganizowane, wiedzą, że w razie zagrożenia otrzymają wsparcie touroperatora. Dużym zainteresowaniem cieszą się również wyjazdy nad Morze Czerwone. Tu popyt wzrósł wraz z ogłoszeniem przez egipskie władze, że osoby w pełni zaszczepione nie muszą wykonywać testów przed przylotem do kraju. MG

# 127,4 mln

**pasażerów skorzystało w lipcu z europejskich lotnisk. To ponad dwukrotnie więcej niż w lipcu zeszłego roku, wynika z analizy ACI Europe, organizacji reprezentującej ponad 500 lotnisk w 46 krajach europejskich. W porównaniu z tym samym miesiącem w 2019 r. spadek wyniósł 51 proc. MG**

### Bezkosztowa anulacja zyska na znaczeniu

■ Elastyczne warunki rezygnacji i zmiany umowy mogą w przyszłości odgrywać jeszcze większą rolę niż przed pandemią, uważa większość przedstawicieli branży, którzy wzięli udział w ankiecie przeprowadzonej przez niemiecki portal Reisevor. W czasie pandemii wielu touroperatorów wprowadziło elastyczne zasady odstępowania od podróży, by zachęcić klientów do rezerwowania wyjazdów. Zazwyczaj zakładały one możliwość zrezygnowania na maksymalnie 14 dni przed rozpoczęciem wycieczki. W większości przypadków za taką opcję klienci musieli dodatkowo zapłacić – przy rezygnacji opłata ta przepadała. Przedstawiciele branży uważają, że opcje te pozostaną na rynku na dłużej, szczególnie jeśli w przyszłości ostrzeżenia przed podróżami wydawane przez MSZ nie będą podstawą do bezkosztowej anulacji. 52 proc. z 650 pracowników branży, którzy wzięli udział we wspomnianej ankiecie, uważa, że jeśli komunikaty MSZ nie będą dla organizatorów powodem do anulowania wycieczki bez kosztów, taryfy elastyczne staną się jednym z kryteriów wyboru oferty. Takiego zdania jest 54 proc. przedstawicieli biur agencyjnych i 47 proc. touroperatorów. MG

### Agenci muszą dbać o kwalifikacje zawodowe



W procesie zakupu wycieczki klient przechodzi przez zawiły system powiązań sprzedawców i pośredników

**N**iemieckie stowarzyszenie branżowe VUSR uważa, że w przyszłości od agentów turystycznych należy wymagać kwalifikacji na co najmniej podstawowym poziomie. Doradcy powinni również być sprawdzani pod kątem wiedzy z zakresu prawa, zanim zostaną dopuszczeni do wykonywania zawodu pośrednika turystycznego. Tylko w ten sposób będzie można uchronić klientów przed niekompetentnymi sprzedawcami. Dziś ci pierwsi nie są w stanie ocenić, komu powierzają organizację swojego wyjaz-

du, i u kogo zostawiają pieniądze. VUSR tłumaczy, że w procesie zakupu wycieczki klient przechodzi przez zawiły system powiązań sprzedawców i pośredników. Nierzadko dochodzi do sytuacji, że platforma rezerwacyjna zatrudnia subagenta, który ma kolejnego subagenta. Osoby bez odpowiedniego wykształcenia (studium na sprzedawcę turystycznego trwa 3 lata), powinni również mieć możliwość wejścia do branży, ale pod warunkiem, że będą mieć odpowiednie certyfikaty potwierdzające posiadane kwalifikacje. MG



# Oferta na przyszłe lato już częściowo dostępna

Pierwsi touroperatorzy rozpoczęli sprzedaż oferty na przyszłe lato. Nastroje są raczej optymistyczne, bo nikt nie spodziewa się, że w przyszłym roku będą jeszcze pojawiać się restrykcje, które w znaczący sposób ograniczą wyjazdy zagraniczne.

MARZENA GERMAN

**J**ako pierwszy z ofertą letnią wszedł na rynek TUI Poland. Touroperator na początek sprzedaje wyjazdy do najpopularniejszych kierunków i hoteli, czyli do Turcji, Grecji, Bułgarii, na Majorkę, Minorkę, ale też do dalekich krajów – na Wyspy Zielonego Przylądka, Zanzibar i do Kenii. Biuro kusi klientów niską zaliczką, która wynosi 5 proc., pozostałą kwotę dopłaca się na 25 dni przed wyjazdem. Można dokupić też gwarancję niezmienności ceny za 10 zł od osoby, jeśli ktoś chciałby móc wprowadzać modyfikacje do zamówienia do trzech razy, musi na to przeznaczyć 50 zł od

osoby, a przy poszerzeniu tej ostatniej opcji o zgodę na przesunięcie wycieczki na inny sezon do wyjazdu dopłaci 75 zł od osoby. Taką filozofię w Niemczech stosowali w zeszłym sezonie prawie wszyscy duzi organizatorzy. W dyskusji, która odbyła się przy okazji targów ITB w Berlinie, tłumaczyli, że opłaty te pobierają, by pokryć koszty wynikające z rezerwacji miejsc w samolotach czy w hotelach.

**REZYGNACJA BEZ PODANIA POWODU**  
Na dodatkowe korzyści stawia również Rainbow, który wprowadził usługę „Bezpłatne odwołanie rezerwacji bez podania przyczyny”. Otrzymuje ją każdy, kto kupuje wyjazd w przedprze-

daży. Zapewnia ona klientowi możliwość rezygnacji z wyjazdu i zamiany wpłaconej zaliczki na voucher do swobodnego wykorzystania na dowolną inną imprezę z sezonu Lato 2022. Najpóźniej skorzystać z niej może do momentu dopłaty do pełnej kwoty. Kolejną korzyścią jest „100% Pewności Najniższej Ceny”, natomiast dodatkowo można dokupić ubezpieczenie od kosztów rezygnacji w promocyjnych cenach 20 zł oraz 40 zł od osoby. W wyższej wersji polisy od umowy można odstąpić nawet na jeden dzień przed rozpoczęciem podróży, o ile dojdzie do zachorowania na COVID-19 osoby wyjeżdżającej lub jej bliskiej. By zamówić wyjazd, trzeba zapłacić 15 proc. zaliczki.



Jak tłumaczy Maciej Szczechura z zarządu Rainbow, tegoroczny sezon letni okazał się zupełnie „nielastowy”, a wielu klientów powracających z wakacji już pyta o ofertę na przyszły rok. Na początek biuro wprowadziło do sprzedaży hotele dla rodzin z dziećmi oraz tych najbardziej wymagających. To właśnie te grupy turystów planują swoje wyjazdy z większym wyprzedzeniem, by skorzystać z dużego wyboru terminów i oferty. Program rodzinny biura podróży Rainbow to między innymi ponad 80 hoteli z Figloklubem z animacjami w języku polskim, które odbywają się od połowy czerwca do połowy września. To już stały punkt w ofercie tego biura realizowany w hotelach z infrastrukturą rodzinną, basenami, często z aquaparkami. W sezonie Lato 2022 Figlokluby będą dostępne nie tylko w basenie Morza Śródziemnego, ale też na Dominikanie, Meksyku, Kenii czy na Zanzibarze. W przedsprzedaży we wszystkich hotelach rodzinnych obowiązują specjalne zniżki dla dzieci sięgające 700 zł.


Klienci, którzy marzą o prawdziwie pięcigwiazdkowym wypoczynku, mogą wybierać spośród 200 hoteli premium znajdujących się na wszystkich wakacyjnych kierunkach oferowanych przez Rainbow. Najwięcej, bo 70 jest w Turcji, ponad 50 w Grecji, 25 w Egipcie i 13 w Hiszpanii. W ofercie pojawiają się też znane sieci hotelowe, takie jak RIU, Barcelo, Sheraton czy Iberostar. Oferta premium



Maciej Nykiel: Sytuacja sprzedażowa normalizuje się, a klienci są skłonni do planowania wakacji z dużym wyprzedzeniem

skierowana jest do wymagających odbiorców, dla których takie elementy pobytu, jak wysoki standard hotelu, obsługa, serwisu i dodatkowych udogodnień hotelowych, mają kluczowe znaczenie. W przedsprzedaży w tych obiektach zniżki sięgają 1 tys. zł za pokój.

Z ofertą na rynek wyszło też biuro podróży Nekera. – Na kolejny sezon Lato 2022 zaproponowaliśmy naszym klientom szeroki wybór tych kierunków wakacyjnych, które w ostatnim czasie były dla Polaków bezpieczne, a warunki covidowe były w nich stabilne – mówi Maciej Nykiel, prezes Nekery. – Sytuacja sprzedażowa normalizuje się, a klienci znowu, tak jak do 2019 r., są skłonni do planowania wakacji z dużym wyprzedzeniem – dodaje. W przedsprzedaży znalazły się hotele w ponad stu wakacyjnych kierunkach. W ramach programu

lotniczego klienci będą wypoczywać z Nekera m.in. w Albanii, Bułgarii, Grecji, w Hiszpanii, na Kubie, Maderze, Malcie, w Meksyku, Panamie, Portugalii i na Riwierze Tureckiej. Z kolei w segmencie z dojazdem własnym znalazły się Polska, Austria, Bułgaria, Chorwacja, Czarnogóra, Czechy, Grecja, Włochy. Biuro także przygotowało pakiet dodatkowych korzyści przy wczesnej rezerwacji – chodzi o 7-punktowy program pod nazwą Top 7 Nekery. Zakłada on, że do siedmiu dni przed wyjazdem można anulować rezerwację za zwrotem środków (voucher Nekera) bez podania przyczyny – bez dodatkowych kosztów objęte są nim wszystkie imprezy zwrotne z dojazdem własnym w Polsce, przy wycieczkach czarterowych oraz z własnym transportem, ale za granicę, trzeba za to zapłacić 50 zł od osoby. Do siedmiu dni przed wyjazdem można również zmienić wszystkie dane uczestników i to wielokrotnie, to samo dotyczy zmiany kierunku, hotelu i regionu. Jeśli klient zachoruje na COVID-19, również do tygodnia przed wyjazdem może zmienić rezerwację – z tej opcji wyłączone są imprezy oparte o przeloty linio- we i oferty bezzwrotne. Stali klienci przy rezerwacji wpłacają 7-proc. zaliczkę, resztę na 30 dni przed wyjazdem, wszyscy mają natomiast tydzień na podjęcie ostatecznej decyzji o zakupie lub odstąpieniu od rezerwacji bez żadnych konsekwencji. 


## Klientów coraz więcej, ale straty jeszcze nie odrobione

Ponad 940 tys. podróżnych wykupiło imprezy w pierwszej połowie tego roku, wynika z podsumowania Turystycznego Funduszu Gwarancyjnego.

**D**ane pokazują, ile umów o organizację imprez turystycznych i dla ilu klientów złożyły biura podróży w podziale na grupy produktowe. Najwyższe wskaźniki widać tradycyjnie przy działach pierwszym, który obejmuje zagraniczne imprezy zorganizowane oparte o przeloty czarterowe. W pierwszym kwartale tego roku touroperatorzy na takie wyjazdy złożyli deklaracje dla 86, 1 tys. umów, po korekcie, która opiewa na 25,7 tys. deklaracji, daje to wynik 60,4 tys. W okresie od kwietnia do czerwca tego roku wskaźniki te wyno-

szy odpowiednio 269,3 tys. i 54,1 tys., co przekłada się na 215,2 tys. umów. Dla porównania w rekordowym 2019 r. było to (po odliczeniu korekt) 265 tys. umów w pierwszym kwartale roku i 283,7 tys. w drugim.

Drugą największą kategorią w zestawieniu są umowy dotyczące wyjazdów do państw europejskich z wykorzystaniem innego środka transportu niż czarterowy lotniczy. W pierwszym kwartale tego roku było ich 5,8 tys., w drugim 24,5 tys. W 2019 r., czyli przed pandemią, wskaźniki te wyniosły odpowiednio

93,2 tys. oraz 77,6 tys. Informacji o wielkości sprzedaży dostarcza też analiza liczby klientów, którzy zostali zgłoszeni przez touroperatorów. W przypadku działu pierwszego za okres od stycznia do marca 2021 r. było ich 157,3 tys. (już pod odliczeniu złożonych korekt), natomiast od kwietnia do czerwca 558,2 tys. W tym samym okresie 2019 r. wskaźniki te wyniosły odpowiednio 743,5 tys. oraz nieco ponad 708 tys. Dużą różnicę widać szczególnie przy danych za pierwszy kwartał tego roku. Analogicznie trzeba spojrzeć na wartości dotyczące działu czwartego – za pierwsze trzy miesiące roku touroperatorzy złożyli deklaracje za 36,5 tys. osób, za kolejne trzy dla 50,2 tys. osób. Dla działu szóstego liczba klientów zgłoszonych w pierwszym półroczu tego roku wyniosła 383,2 tys., w tym samym czasie 2019 r. było to 1,9 mln osób. Statystyki za pierwsze półrocze 2020 r. wskazują, że biura podróży zadeklarowały sprzedaż dla 1,2 mln osób, przed dwoma laty było to 3,96 mln podróżnych, a rok temu było to 494 tys. klientów. MG 

# Polacy na drugim miejscu w Bułgarii. Hotele się zmieniają, standard rośnie

W pierwszych trzech miesiącach sezonu Lato 2021 do Bułgarii przyjechało 2,5 mln turystów. Najwięcej było gości krajowych, Polska zajęła drugie miejsce pod względem liczby przyjazdów. Zachęciły ich atrakcyjna oferta i mało restrykcyjne wymagania sanitarne.



MARZENA GERMAN

**O**d maja do 8 sierpnia tego roku do Bułgarii przyjechało ponad 2,5 mln turystów, podaje tamtejsze Ministerstwo Turystyki, opierając się na statystykach z Systemu Informacji Turystycznej.

## POLSKA WICELIDERM

Większość, bo 1,68 mln gości to sami Bułgarzy, pozostałe 887,6 tysiąca to obcokrajowcy. Z danych za okres od maja do lipca tego roku wynika, że z zakwaterowania w obiektach noclegowych skorzystało 2,2 mln osób,

co oznacza 2,2-krotny wzrost rok do roku. W tym okresie najczęściej wybieranymi kierunkami były Nessebar, Warna, Sofia i kurort spa Velingrad. Jak dotąd najważniejszym rynkiem źródłowym dla Bułgarii – poza krajowym, jest Rumunia, skąd przyjechało 288 tys. osób, na drugim miejscu znalazła się Polska z 74,7 tys. osób, na trzecim Ukraina (58,3 tys.), a pozycje czwarta i piąta należą odpowiednio do Czechów (44 tys.) i do Niemców (43,8 tys.). Ministerstwo zaprezentowało również statystyki za sam lipiec. Wynika z nich, że w siódmym miesiącu roku z zakwaterowania skorzystało 1,27 mln turystów, z czego 738,3 tys. stanowili sami Bułgarzy.

W przypadku gości z zagranicy na pierwszym miejscu znów znaleźli się Rumuni (222,97 tys. osób), a dalej Polacy (59,2 tys.), Czesi (31,13 tys.), Niemcy (34,5 tys.), miejsce piąte należy do Ukrainy (33,6 tys.). W lipcu sporo było również Izraelczyków, Francuzów, Turków, Rosjan, Amerykanów, Serbów, Włochów, Brytyjczyków, mieszkańców Północnej Macedonii i Grecji. W Polsce ceny wycieczek do Bułgarii rosły na przestrzeni sezonu letniego, podobnie jak miało to miejsce w przypadku innych kierunków. Jak wynika z analizy Travel Data, w pierwszym tygodniu sierpnia (chodzi o wyloty między 2 a 8 sierpnia) średnia cena wycieczki wynosiła 3293 zł



Semir Hamouda: Popyt wcale nie maleje pod koniec sezonu, klienci chętnie wyjeżdżają również we wrześniu



Andrzej Kobielski: Z uwagi na niepewność wywołaną decyzjami rządu odnośnie zasad wjazdu, start tego kierunku był opóźniony

i była o 236 zł wyższa w porównaniu z poprzednim tygodniem. Zwyzka ta była jedną z najniższych zanotowanych w tym okresie – średnio ceny podskoczyły o 359 zł.

### PÓŹNY START SPRZEDAŻY

Na początku sezonu letniego Bułgaria była w Polsce jeszcze wielką niewiadomą. – Bułgaria już od kilku lat jest ważnym kierunkiem w ofercie touroperatorów, ale w tym roku, z uwagi na niepewność wywołaną decyzjami tamtejszego rządu odnośnie zasad wjazdu, start tego kierunku był opóźniony – mówi Andrzej Kobielski, dyrektor handlowy Enter Air. Informacja o tym, że będzie można podróżować na podstawie ujemnego wyniku testu antygenowego, pojawiła się w początkach maja, co negatywnie wpłynęło na przedsprzedaż. – Kolejnym utrudnieniem była mniejsza niż zazwyczaj dostępność hoteli. Część z nich się nie otworzyła, ale znaczenie miała tu również duża popularność kierunku wśród turystów krajowych – dodaje. W ocenie Andrzeja Kobielskiego w tym roku program został pomniejszony o 50 proc. w stosunku do 2019 r., mimo że tygodniowo do kraju lata kilkanaście samolotów. Bułgaria jest krajem, w którym sezon jest stosunkowo krótki. O ile w przypadku Turcji touroperatorzy kontraktują wyloty na około 27–28 tygodni, najwięksi latają tam nawet zimą, przy Grecji zamawiają wyloty na 22–25 tygodni w roku, to w Bułgarii jest to 14–15 tygodni.

### CORAZ LEPSZY STANDARD

Kraj zaczyna pozbywać się łatki kierunku taniego. Choć jak wynika z danych zwyzki na poziomie 236 zł były niższe niż średnia dla rynku (359 zł – dotyczy porównania wylotów między 2 a 8 sierpnia z poprzednim tygodniem), to touroperatorzy potwierdzają, że tamtejsze hotele się zmieniają, a standard rośnie. – Jednym z naszych bestsellerów jest czterogwiazdkowy Aqua Paradise Resort, który wcale nie należy do najtańszych, a cie-

szy się olbrzymią popularnością – mówi Semir Hamouda, dyrektor generalny Sun&Fun Holidays. We wrześniu za tygodniowy pobyt trzeba tam zapłacić 2,6 tys. zł od osoby w wersji *all inclusive*, z nieograniczonym dostępem do aquaparku. Touroperator odnotował już kilkuprocentowy wzrost sprzedaży wyjazdów do Bułgarii w porównaniu z okresem sprzed pandemii. Co więcej, popyt wcale nie maleje pod koniec sezonu, a klienci chętnie wyjeżdżają również we wrześniu, ale ze względu na pandemię w tym sezonie rezerwują wakacje później niż zwykle, najczęściej około 14 dni przed wylotem. Są jednak i tacy, którzy już pytają o hotele na przyszły rok.

Jednym z motywatorów w przypadku Bułgarii jest brak ograniczeń wjazdowych dla dzieci do 12 roku życia oraz wspomniane szybkie testy antygenowe dla osób niezaszczepionych czy niebędących ozdrowieńcami. Oczywiście do kraju można wjeżdżać na podstawie unijnego zaświadczenia covidowego. O popularności kierunku świadczy też jego dostępność z kilku polskich lotnisk. – W sezonie Lato 2021 latały bezpośrednio do Burgas z Warszawy, Katowic, Poznania i Wrocławia oraz do Warny z Katowic – informuje Semir Hamouda.

### NIE TYLKO PLAŻA I MORZE

Bułgaria już od kilku lat promuje się jako kierunek całoroczny, a ostatnio kładzie większy nacisk na turystykę kulturową. Na narodowym portalu tego kraju pojawiła się właśnie sekcja poświęcona wydarzeniom kulturalnym – chodzi między innymi o imprezy muzyczne, sportowe oraz festiwale, które od zawsze przyciągają turystów z kraju i zagranicy. Prezentacja informacji o nich ma ułatwić planowanie podróży. Przy tym projekcie Ministerstwo Turystyki będzie współpracować z partnerami z branży oraz z segmentu wydarzeń, by stworzyć pełne kompendium wiedzy o imprezach tego typu odbywających się na terenie całego kraju.

POLECAMY

# O metodach skutecznej współpracy

**Współpraca to temat dyżurny od samego początku transformacji systemowej w polskiej turystyce.**

W ustawie o POT przewidziano tworzenie płaszczyzn współpracy w formule ROTy i LOT. Jednak brak doprecyzowania zasad tej współpracy i relacji urzędnicy-branża powoduje ogromne problemy realizacyjne.

Ta tematyka to od wielu lat konik **Marka Migdala**, prezesa Forum Turystyki Regionów, praktyka i eksperta w zakresie funkcjonowania ROT i LOT oraz współpracy tych organizacji z władzami samorządowymi. Polecamy Państwu jego najnowszą publikację książkową odnoszącą się do tego tematu.

**Poradnik współpracy JST – NGO sektora turystyki** to drugie, uzupełnione i zaktualizowane wydanie kompendium kompleksowo opisującego praktyczne zasady współpracy trójsektorowej ze szczególnym uwzględnieniem relacji urzędów miast i gmin, a także urzędów marszałkowskich z organizacjami pozarządowym, a w szczególności z ROT i LOT. Poradnik w kompleksowy sposób przedstawia różne formy współpracy, jak również szanse i zagrożenia z niej wynikające.

Na szczególną uwagę zasługuje koncepcja współpracy partycypacyjnej przedstawiona w książce w formie gotowego do wdrożenia modelu wraz z rekomendowanymi standardami współpracy JST-NGO oraz Kodeksem Dobrych Praktyk.

**Publikacja jest dostępna nieodpłatnie na stronie <https://forum-turystyki.pl/>**



# Targi RDA, mniejsze, ale udane

Touroperatorzy, hotele, firmy incomingowe i organizacje turystyczne – na tegoroczne targi RDA, które odbyły się pod koniec lipca w Kolonii, przyjechało 200 wystawców z kraju i zagranicy.



MARZENA GERMAN

**B**enedikt Esser, prezes i dyrektor zarządzający targów RDA Expo Messe, mówi w wywiadzie dla magazynu „BusFahrt”, że mimo pandemii koronawirusa i ograniczeń z niej wynikających organizatorom targów RDA udało się zgromadzić w Kolonii około 200 wystawców. Rok temu impreza również się odbyła, ale w nieco mniejszej skali – wówczas na stoiskach zaprezentowało się 120 podmiotów. Dla porównania, przed pandemią na targach, które są poświęcone turystyce autokarowej, można było spotkać przedstawicieli około 500 firm i organizacji. – Nie można oczekiwać, że biznes już wróci do normalności, na to jest jeszcze za wcześnie, ale jestem zadowolony, że pojawiło się tak wiele osób – dodaje prezes. Wśród nich nie zabrakło touroperatorów z kraju i z zagra-

nicy, m.in. z Belgii czy z Holandii. Benedikt Esser podkreśla, że z rozmów z wystawcami wynika, że nastroje są pozytywne. – Widać, że wszyscy cieszą się, że możemy się znów zobaczyć na żywo bez Zooma. Pandemia pokazała, jak wygląda życie bez targów. O ile w czasie jej trwania wirtualne formaty były bardzo ważne, to teraz docenia się możliwość spotkań osobistych – dodaje.


## BARDZIEJ KONKRETNIE

Jednym z wystawców na targach RDA był polski touroperator specjalizujący się w turystyce przyjazdowej Travel Projekt. – Udało nam się spotkać z kontrahentami, z którymi nie widzieliśmy się od dwóch lat – mówi Leszek Ostaszewski, prezes Travel Projekt. – Frekwencja nie była jeszcze taka, jak zazwyczaj, ale osoby, które przyjechały na targi, były nastawione na konkretne rozmowy. Widać też

było, że skupiają się na przyszłości i planują dalsze działania – dodaje. Leszek Ostaszewski przyznaje, że rozmowy prowadził głównie z dotychczasowymi partnerami, nowych było niewiele – spotkania z nimi można policzyć na palcach jednej ręki. Za to ustalenia ze stałymi partnerami przebiegały pomyślnie. – Touroperatorzy zgłaszali konkretne potrzeby na przyszły rok. Mówili, jakich produktów oczekują, w jakich terminach chcą przysłać do Polski swoje grupy – informuje. Pojawiły się też prośby o przygotowanie nowych formatów podróży – w związku z pandemią zmieniły się nieco potrzeby turystów. – My sami wyszliśmy z propozycją programów rowerowych po Polsce i to spotkało się z dużym zainteresowaniem ze strony kontrahentów – mówi prezes Travel Projekt. Rozmowy dotyczyły nie tylko przyszłego roku, pojawiały się też zapytania o wycieczki na okres adwentu i na sylwestra. Sytuacja jest jednak bardzo poważna, firmy mające po kilkadziesiąt autokarów turystycznych korzystają aktualnie tylko z ich niewielkiej części. Reszta jest „wymeldowana” i czeka na lepsze czasy. Tegoroczna turystyka przyjazdowa od lipca b.r. to tylko 15–20 proc. normalnych obrotów.

## ZA ROK SPOTKANIE W KWIETNIU

Jeśli spojrzeć na targi pod kątem segmentów rynku i krajów, pokrycie było podobne, jak w czasie poprzednich edycji. Można było spotkać przedstawicieli niemieckich, austriackich, słoweńskich, włoskich, chorwackich i węgierskich organizacji turystycznych, touroperatorów, przewoźników promowych, ale też organizatorów rejsów rzecznych.

RDA przygotowują się już teraz do przyszłorocznego wydarzenia. Ma się ono odbyć w kwietniu – w tym roku z uwagi na pandemię i obowiązujące przepisy impreza została przesunięta na koniec lipca, a impreza we Friedrichshafen – zazwyczaj odbywały się dwie do roku, została odwołana. Prezes Esser zakłada, że do tego czasu sytuacja na tyle się unormuje, że będzie można zorganizować targi w już normalnej formule, bez ograniczeń wynikających z rozprzestrzeniania się koronawirusa. 

# CORENDON AIRLINES

## OFERUJE LOTY JESIEŃ/ZIMA 2021/22

**Corendon Airlines**, linia lotnicza, której samoloty wykonują połączenia do destinacji wakacyjnych w Europie oraz z Europy do Turcji, zarówno pod turecką, jak i europejską banderą ogłosiły nowy program połączeń z Polski do tureckiej Antalyi na okres jesienno-zimowy 2021/22.

„Sezon letni 2021, mimo różnorodnych ograniczeń związanych z pandemią COVID-19, zaliczamy do wyjątkowo udanych” – mówi Alpaslan Ünsal, przedstawiciel handlowy przewoźnika, „decydując się na wprowadzenie lotów w sezonie jesienno-zimowym pragniemy wyjść naprzeciw oczekiwaniom naszych pasażerów”.

Firma została założona w 2000 r. jako holenderski organizator turystyki, z czasem stając się jednym z największych organizatorów turystycznych w Holandii oraz Belgii. W 2005 r. jako linia lotnicza Corendon Airlines zrealizowała

swój pierwszy lot z Holandii do Stambułu na lotnisko Sabiha Gökçen. Niedługo potem jako pierwsza linia w Europie otrzymała „Certyfikat Satisfakcji Klienta ISO 10002”.

Następnie Corendon Airlines uzyskały 4. miejsce na świecie w rankingu „Najczystsze linie lotnicze na świecie”, który bierze pod uwagę emisję dwutlenku węgla na pasażera, organizowanym przez niemiecką organizację pozarządową Atmosfair. Do struktury firmy włączone zostały hotele w Holandii, Turcji, na Ibizie czy Curacao. Obecnie przedsiębiorstwo może poszczycić się 7 hotelami wysokiej klasy. W celu uzyskania możliwości wykonywania połączeń w Europie, firma zarejestrowała swoją siostrzaną spółkę w Holandii oraz na Malcie, tworząc obok Corendon Airlines, Corendon Airlines Europe oraz Corendon Dutch Airlines.



Obecnie linie realizują połączenia 27 maszynami typu Boeing 737-800 do 165 lotnisk w 65 krajach.

„Nasze jesienno-zimowe połączenia dedykujemy nie tylko naszym drogim indywidualnym pasażerom, uwzględniamy także potrzeby grup sportowych, zawodników piłki nożnej, golfa i innych” – mówi Alpaslan Ünsal.

Rozkład lotów jesień/zima 2021/22 w okresie 06.11.2021–30.04.2022 jest następujący:

- w każdą sobotę WAW- AYT 08:55–13:55
- w każdą sobotę AYT- WAW 07:00–07:55
- w każdą sobotę KTW – AYT 08:50–13:55
- w każdą sobotę AYT – KTW 07:00–07:50

Szczegółowe informacje [corendonairlines.com/pl](https://corendonairlines.com/pl)

corendonairlines.com

#towardsthesun

**RADOŚĆ BEZ KOŃCA**

BEZPOŚREDNIE POŁĄCZENIA Z POLSKICH LOTNISK DO TURECKIEJ ANTALYI.

your holiday airline.

**corendon AIRLINES**

# Chińscy turyści nieprędko do nas wrócą

W erze popandemicznej kluczowe będzie dla chińskich turystów bezpieczeństwo, dlatego ich podróże międzynarodowe będą realizowane głównie w Azji.



MAŁGORZATA ORLIKOWSKA


**P**olepszająca się sytuacja na świecie pozwala mieć nadzieję, że turystyka międzynarodowa powróci wkrótce na dawne tory. Z dużą niecierpliwością światowa branża czeka zwłaszcza na turystów z Chin. Nic jednak dziwnego, jak wskazują dane UNWTO, tylko w 2019 r. obywatele mocarstwa wydali na podróże międzynarodowe ok. 255 mld dol. (co stanowi niemal 1/5 globalnych wydatków na turystykę), a średni roczny wzrost liczby podróżujących po świecie Chińczyków w latach 2009–2019 utrzymywał się na poziomie ok. 13 proc. (dla porównania, średnia globalna

5,1 proc.). Z rosnącego zainteresowania Chińczyków podróżami najwięcej czerpały kierunki azjatyckie, choć dziś ich brak odczuwa praktycznie każde miejsce na świecie. Zdaniem ekspertów z The Economist Intelligence Unit (EIU) – działu zajmującego się analizą rynkową w grupie mediowej Economist Group (wydaje m.in. The Economist) – na powrót Chińczyków do międzynarodowych podróży świat może poczekać nawet kilka lat.

Co prawda dla chińskich władz kluczowe jest tempo szczepień w Chinach i innych krajach, ale – jak przewiduje EIU – nawet po osiągnięciu odporności zbiorowej (w drugim kwartale 2022 r.) kraj nie zamierza łagodzić restryk-

cji (tj. obowiązkowej kwarantanny) wobec turystów powracających z zagranicy. Wszystko dlatego, że decydenci chcą doprowadzić do wyeliminowania koronawirusa z Chin. – Prognozujemy, że tylko niezbędne podróże służbowe i rodzinne, które przed pandemią stanowiły odpowiednio około 8 i 4 proc. wyjazdów, zostaną wznowione w 2022 r. – można przeczytać w analizie. Eksperti są zdania, że jako pierwsze zostaną zniesione wymogi kwarantanny dla osób przyjeżdżających ze strategicznych dla chińskiej gospodarki destynacji: Hongkongu i Makao (prawdopodobnie w 4. kwartale 2022). – Biorąc pod uwagę bliskość terytoriów do Chin i względny sukces w kontrolowaniu wirusa, spodziewamy się, że ruch turystyczny wróci do poziomu sprzed pandemii do 2. kwartału 2023 r. i powróci stopniowo do ich potencjału sprzed kryzysu – informuje EIU.

Dłużej w opinii ekspertów potrwa przywracanie ruchu turystycznego do innych części świata. Obecnie władze analizują poziom bezpieczeństwa oferowany turystom przez poszczególne kraje. – Całkowity ruch turystyczny w Chinach przekroczy poziom sprzed pandemii w pierwszym kwartale 2024 r., ale nie odzyska swojego potencjału do końca okresu prognozy (2021–25). Dzieje się tak, ponieważ wprowadzanie szczepionek będzie się przedłużało na całym świecie, zwłaszcza w krajach o średnich i niskich dochodach, a niektóre gospodarki nie osiągną odporności zbiorowej do 2023 r. – prognozuje Instytut.

Eksperti określili kierunki, które chińscy turyści będą brali pod uwagę, planując podróże. W tym celu opracowali matrycę zawierającą ulubione przed pandemią kierunki wyjazdowe Chińczyków. Uwzględniając ich dostępność (połączenia lotnicze), tempo szczepień, jakość opieki medycznej, także popularność danego kierunku wśród innych nacji, stwierdzili, że rozwinięte kraje azjatyckie będą ulubionymi celami podróży chińskich turystów. Ich atutem są również proste procedury wizowe oraz uznawanie chińskich szczepionek. – W erze po pandemii chińscy turyści pozostaną głównym motorem wzrostu światowej branży turystycznej ze względu na ogromną populację kraju i spodziewany boom w grupie o średnich dochodach. Firmy turystyczne powinny jednak zauważyć, że miejskie gospodarstwa domowe o niskich i średnich dochodach poniosły stosunkowo duże straty wywołane pandemią. Dlatego zanim wzrost liczby chińskich wyjazdów zagranicznych w pełni powróci do trendu sprzed COVID, większość popytu na podróże będzie pochodzić od zaszczepionych grup o wysokich dochodach. 

**Wydanie specjalne  
wrzesień 2021**

Wiadomości Turystyczne – pismo  
branżowe pracowników turystyki  
Wydawca: Eurosystem  
[www.wiadomosciturystyczne.pl](http://www.wiadomosciturystyczne.pl)

# #CzasNaPolskę

## **PODLASKIE NA SZLAKU AKTYWNEJ TURYSTYKI WODNEJ**

Szlak CHa-KA-Bi łączący Czarną Hańczę, Kanał Augustowski i Biebrzę ma stać się markowym produktem turystycznym Podlasia.

## **ROWEROWA TRASA POJEZIERZY ZACHODNICH NABIERA KSZTAŁTU**

## **MAŁOPOLSKA WALCZY O NIEMCÓW I BRYTYJCZYKÓW**





# Odra – miejsce spotkań

**Wrocław dobrze wie, jak w pełni wykorzystać turystyczny potencjał Odry. Eleganckie bulwary, kilometry tras rowerowych i kajakowych, wycieczki statkiem, ciekawe obiekty hydrotechniczne, nadrzeczne restauracje. Sport, zabytki, technika i wypoczynek. No i te widoki... Spotkajmy się nad Odrą!**

## **Statkiem, kajakiem i... gondolą**

Wrocław ma aż sześć przystani, z których wyruszają statki turystyczne. Wycieczka statkiem po Odrze pozwala poznać miasto od strony rzeki, a szczególnie atrakcyjne jest przepłynięcie statkiem przez śluzę. Można też wybrać się na romantyczny rejs nocą.

W mieście jest wiele wypożyczalni sprzętu wodnego, w których na turystów czekają kajaki, rowery wodne, motorówki i gondole. Największe działają przy Przystani Zwierzynieckiej i w Zatoce Gondoli. Odra to część europejskiej sieci żegludowej i jest połączona kanałami z innymi rzekami Europy. Dzięki temu z Wrocławia można dopłynąć do wielu miast w Niemczech, Francji czy Szwajcarii. We Wrocławiu czekają na wodniaków wygodne mariny.

## **Odra rowerem, nie tylko wodnym!**

Nadodrzańskie ścieżki rowerowe to kilkadziesiąt kilometrów świetnie przygotowanych tras, z których wiele przebiega po wałach przeciwpowodziowych. Dla niezaaansowanych rowerzystów i tych, którzy na rower wybierają się z dziećmi, znajdują się łatwe i niezbyt długie trasy wzdłuż najpiękniejszych fragmentów Odry. Spora część wałów przeciwpowodziowych w okolicach Wrocławia jest porośnięta szpalerami drzew. To sprawia, że wycieczka rowerowa jest przyjemnością nawet w upalny dzień.

Na bardziej zaprawionych czekają dłuższe trasy,

np. Szlak Rowerowy Odry i Widawy. Ta licząca ponad 43 km trasa w całości przebiega wałami i ścieżkami rowerowymi.

Ci, którzy nie mają rowerów, mogą wypożyczyć rowery miejskie, w tym rowery elektryczne lub rowery rodzinne. Rowery rodzinne są wyposażone w pasy bezpieczeństwa i można nimi przewozić nawet czworo dzieci.

Wycieczka nadodrzańskimi trasami to także okazja do podziwiania licznych obiektów hydrotechnicznych: mostów, śluz, jazów i tam, które są częścią Wrocławskiego Węzła Wodnego.

## **Spacerowo i romantycznie**

Wrocław to także kilometry nadodrzańskich bulwarów. Pięknie odremontowane po powodzi tysiąclecia i dobrze zagospodarowane są dzisiaj wizytówką miasta i ulubionym miejscem spacerów wrocławian i turystów. Nie ma lepszego miejsca na romantyczny spacer niż nadodrzański bulwar o zachodzie słońca. Tuż przy Odrze działają liczne restauracje, do których można wpaść na romantyczny posiłek we dwoje lub rodzinny obiad.

## **Odra Centrum**

Obowiązkowy punkt na liście turystów, zwłaszcza turystów z dziećmi, którzy chcą się dowiedzieć więcej o środowisku przyrodniczym Odry, Wrocławskim Węzle Wodnym czy poznać historię Odry we Wrocławiu. Centrum prowadzi działalność edukacyjną i proekologiczną, uczy, jak chro-

nić środowisko naturalne rzek i korzystać z nich w sposób odpowiedzialny. I to wszystko przekazane w sposób nowoczesny i atrakcyjny – zdjęcia, filmy, wystawy, wykłady i wycieczki. Na miejscu można także wypożyczyć sprzęt wodny.

## **Krasnale znad Odry**

Wiadomo, że Wrocław krasnalami stoi! Krasnale stały się nieodłącznym elementem turystycznego krajobrazu Wrocławia, nie mogło więc zabraknąć krasnali związanych z wodą. Poszukiwanie Neptunka, Wioślarzy, Kapitańskich Bliźniaków, Hydrotechnika czy Nawigatora to wielka frajda nie tylko dla dzieci.

Aktualne informacje dotyczące Wrocławia i jego oferty turystycznej można znaleźć na stronie [www.visitwroclaw.eu](http://www.visitwroclaw.eu).

Dla gości, którzy podczas pobytu we Wrocławiu chcieliby wykorzystać bon turystyczny, przygotowano stronę [www.dolnyslask.travel.pl](http://www.dolnyslask.travel.pl). Można tu znaleźć pełną ofertę turystycznych pakietów tematycznych dla rodzin. W skład pakietu wchodzi najczęściej noclegi, rejsy po Odrze, zwiedzanie miasta meleksem, wycieczki z przewodnikiem, bilety do Hydropolis, ZOO Wrocław, Aquaparku, Hali Stulecia i.in.





MARSZAŁEK  
Województwa Opolskiego



**OPOLSKIE NA ROWERY** to autorski projekt Samorządu Województwa Opolskiego, realizowany dzięki funduszom unijnym w ramach Regionalnego Programu Województwa Opolskiego 2014–2020. Jego celem jest kompleksowe podejście do ścieżek rowerowych w regionie, a efektem będzie opracowanie koncepcji zintegrowanej sieci tras rowerowych dla województwa opolskiego. Wart jest 2,5 mln zł.

Prezentujemy tutaj niektóre z rowerowych tras, których przejechanie pozwoli odkryć wspaniałe atrakcje turystyczne, gastronomię i różnorodność kulturową regionu. Proponowane trasy pozwolą rodzinom z dziećmi cieszyć się przyjemną jazdą, ale nie zabraknie też na nich wrażeń dla miłośników jednośladow, szukających dreszczu emocji i zdobywających nowe smaczki.

#### **Powiat głubczycki – gminy Branice, Kietrz, Baborów i Głubczyce**

Zaczynając w Pilszczu, kierujemy się do ciekawej miejscowości Nasiedle, w której znajduje się drewniany zamek. Następnie przemieszczamy się do Baborowa, który zachwyca starym miastem, jak również licznymi obiektami architektury sakralnej. Potem jedziemy do Sułkowa, gdzie możemy podziwiać wielowiekowe kościoły, a później do Grobnik, w których znajduje się zamek z XVI wieku oraz uroczy Sad Maltański z rodzimymi, tradycyjnymi drzewami owocowymi. Trasę kończymy w Głubczycach, które mają wiele świątynnych miejsc na relaks i odpoczynek. Trasa prowadzi przez płaskowyż, więc pomimo swojej długości jest przyjemna dla rowerzystów.

**Dystans:** 45 km

#### **Z Olesna do Kluczborka**

Malownicza i ciekawa trasa, „miodem i mlekiem płynąca”, jest szczególnie dedykowana miłośnikom historii i architektury. Zaczyna się od ważnego miejsca na szlaku drewnianych kościołów – kościoła Św. Anny. Kolejnymi przystankami na trasie są kościoły



w Boroszowie i Kozłowicach – obie budowle również leżą na szlaku drewnianego budownictwa sakralnego. Następnie szlak prowadzi do pałacu w Pawłowicach i pałacu w Jamach. Obydwa charakteryzują się oryginalnymi i bogatymi zdobieniami. Po wizycie w pałacach jedziemy do Bąkowa, który ma do zaoferowania wiele atrakcji, takich jak zabytkowy drewniany kościół, dawny obóz jeniecki z czasów II wojny światowej, a także ośrodek turystyczno-wypoczynkowy z campingiem, basenem i parkiem linowym. Końcowym etapem trasy jest zbiornik retencyjny w Ligocie Górnej. Osoba jadąca tą trasą pozna historię tej części regionu, zachwyci także oczy wspaniałymi krajobrazami.

**Dystans:** 35 km

#### **Stobrawski Park Krajobrazowy**

To bajeczna trasa, gdzie możemy podziwiać bioróżnorodność regionu. Stobrawski Park Krajobrazowy obejmuje teren dwunastu gmin: Dobrzecia Wielkiego, Dąbrowy, Kluczborka, Lasowic Wielkich, Lewina Brzeskiego, Lubszy, Łubnian, Murowa, Pokoju, Popielowa, Świerczowa i Wołczyzna. Trasę rozpoczynamy od degustacji przetworów rybnych w Gospodarstwie Rybackim MARKOWE. Następnie, jadąc leśnym szlakiem ze Świącin do Szu-

mu, w połowie drogi mijamy leśny schron turystyczny, obok którego znajduje się pomnik wzniesiony ku pamięci leśniczego, H. Matschke z Zawiści. W Świącinach zwiedzamy domy budowane z rudy darniowej. Przejeżdżamy następnie do Zagwiździa, gdzie możemy zwiedzić parafialny ogród botaniczny. Później przejeżdżamy do zabytkowego parku w Pokoju. Następnie jedziemy do Kaniowa i Ładzy, gdzie kończymy trasę. To trasa dla wielbicieli zróżnicowanej fauny i flory parku krajobrazowego i ciekawych obiektów przyrody.

**Dystans:** 45 km

*Opolszczyzna od lat dba o rozwój turystyki rowerowej, która obecnie przeżywa rozkwit i cieszy się dużym zainteresowaniem nie tylko mieszkańców regionu, ale i przyjezdnych. W ostatnich latach, przede wszystkim z funduszy unijnych, zbudowano w województwie wiele kilometrów tras. Powstająca w ramach projektu OPOLSKIE NA ROWERY kompleksowa koncepcja zintegrowanej sieci tras rowerowych będzie podstawą do ustalania przebiegu kolejnych kilometrów ścieżek oraz do projektowania i realizacji przyszłych inwestycji w województwie opolskim.*

**WIĘCEJ NA**

[www.facebook.com/OpolskienaRowery](http://www.facebook.com/OpolskienaRowery)

# Kraków stawia na zrównoważoną turystykę

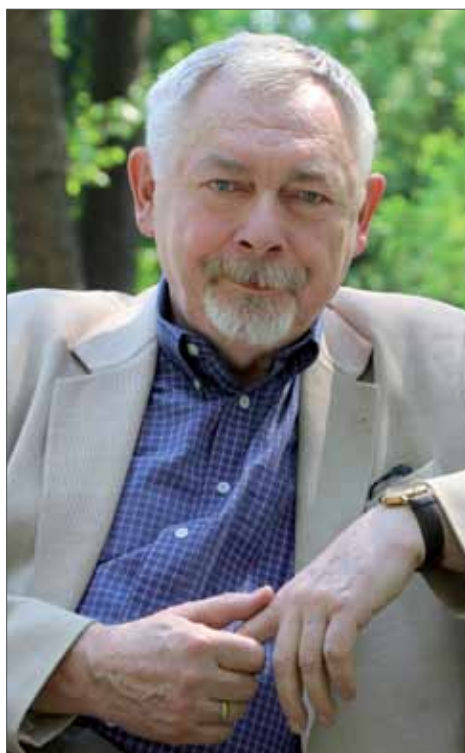
Odbudowa ruchu turystycznego musi przebiegać pod znakiem dialogu i partnerstwa, z poszanowaniem potrzeb wszystkich grup interesariuszy – głosi nowa polityka turystyczna Krakowa.

Jak odbudować turystykę po pandemii? Pytanie to stawiają sobie dziś władarze wszystkich miast, które przed covidowym kryzysem przyciągały miliony turystów rocznie, a dziś borykają się z dramatycznymi konsekwencjami nagłego załamania ruchu turystycznego. Przed tym wyzwaniem stanął także Kraków.

W ostatnim roku przed wybuchem pandemii do stolicy Małopolski przyjechało ponad 14 mln gości, a wpływy z turystyki sięgnęły 7,5 mld zł. Jednocześnie coraz częściej słychać było głosy, że miasto podzieliło los Barcelony, Wenecji czy Dubrownika, stając się ofiarą własnego sukcesu. Rozkwit turystyki przyniósł bowiem wiele nieoczekiwanych zmian, jak wyraźny wzrost cen czy też gwałtowny rozwój turystycznego najmu krótkoterminowego, który wymaga pilnych regulacji prawnych.

Odpowiedzią na problemy wynikające z turystyfikacji, ale i kryzysu wywołanego pandemią COVID-19 jest przyjęty w marcu 2021 roku przez Radę Miasta dokument „Polityka zrównoważonej turystyki Krakowa na lata 2021–2028”. Zrównoważonej, czyli takiej, która przynosi korzyści nie tylko przedsiębiorcom, ale także mieszkańcom, a ponadto nie szkodzi dziedzictwu kulturowemu i środowisku. Urząd Miasta Krakowa zaprosił do współpracy przy jej tworzeniu ekspertów w dziedzinie gospodarki turystycznej i marketingu terytorialnego oraz przedstawicieli branży turystycznej. Dokument ten został następnie poddany konsultacjom społecznym.

Zdefiniowanym w dokumencie postulatom przyświeca motto „Mam szczęście mieszkać tam, dokąd inni mogą przyjechać tylko na chwilę”. Nowa polityka kładzie nacisk na współpracę, przeciwdziałanie spięciom na linii krakowianie-turyści i harmonijne współistnienie przedsiębiorców, mieszkańców i gości. Kluczem do jej wdrożenia będzie znalezienie



Prezydent miasta Krakowa – Jacek Majchrowski

kompromisu między komfortem i jakością życia mieszkańców, oczekiwaniami branży turystycznej oraz potrzebami odwiedzających. Odbudowa ruchu turystycznego musi odbywać się w duchu dialogu i partnerstwa, z poszanowaniem potrzeb wszystkich grup interesariuszy. Jednocześnie podejmowane działania mają umacniać markę Krakowa jako miasta historycznego, które dba o swoje unikatowe dziedzictwo kulturowe i środowisko naturalne. Co ważne, działania te mają inicjować nie tylko władze miasta, ale wszystkie zainteresowane podmioty.

– W realizacji „Polityki zrównoważonej turystyki Krakowa na lata 2021–2028” istotną będzie współpraca różnych grup interesariuszy, w tym przedsiębiorców. Niezbędna jest też rola mieszkańców, którzy z jednej strony są beneficjentami

gospodarki turystycznej, a z drugiej odczuwają negatywne skutki przyjazdowego ruchu turystycznego w przypadku jego przerostu. Istotny jest tu zatem aspekt społecznej odpowiedzialności, a co za tym, idzie uzyskanie kompromisu pomiędzy zainteresowanymi stronami – mówi Prezydent Miasta Krakowa Jacek Majchrowski. – Jestem też przekonany, że moment na przyjęcie tego dokumentu jest bardzo dobry, bo pozwala przygotować miasto na przyszłe wyzwania. Chociaż lata 2020–2021 są dla Krakowa trudne, turyści powrócą i będą bardzo spragnieni zwiedzania. Dobrze, że mamy wypracowane rozwiązania, które w przyszłości przełożą się również na większy komfort i bezpieczeństwo turystów – dodaje Prezydent.

Krakowski dokument wyszczególnia dziewięć rekomendacji: wsparcie rynku turystycznego poprzez np. kreowanie innowacyjnych pakietów turystycznych czy podnoszenie jakości usług, przeciwdziałanie skutkom hipertrofii turystycznej i zrównoważenie gospodarki współdzielenia, wspieranie turystyki MICE, zarządzanie tożsamością i reputacją miasta, zintegrowanie komunikacji marketingowej, zarządzanie gospodarką nocną, integracja kultury i przemysłów kreatywnych z gospodarką turystyczną, integracja interesariuszy w ograniczaniu konfliktów i nowe technologie w turystyce.

Podobną politykę przyjęły inne miasta historyczne w Europie. – Dubrownik, jak wszystkie turystyczne miasta na świecie, musiał się zmierzyć z sytuacją, w której wyzwania związane z nadmiarem turystów zmieniły się w te związane z ich brakiem. Jednak dostrzegamy w niej szansę na nowy początek. Wierzymy, że poradzimy sobie z nią szybko i z sukcesem, tym razem z nowymi zasadami i jeszcze większym naciskiem na zrównoważoną turystykę, która teraz wyraźniej niż kiedyś staje się celem naszego przyszłego rozwoju – mówi burmistrz Dubrownika Mato Frankovic.

**WSPARCIE ROZWOJU  
KRAKOWSKIEGO RYNKU  
TURYSTYCZNEGO:  
SZYTE NA MIARĘ**

**PRZECIWDZIAŁANIE  
SKUTKOM  
HIPERTROFII  
TURYSTYCZNEJ  
I RÓWNOWAŻENIE  
GOSPODARKI  
WSPÓLDZIELENIA**

**NOWE  
TECHNOLOGIE  
W TURYSTYCE**

**INTEGRACJA  
INTERESARIUSZY  
NA RZECZ  
NIWELOWANIA  
KONFLIKTÓW**

**OBSZARY  
REKOMENDACJI  
DLA KRAKOWA**

**WSPARCIE  
ROZWOJU  
PRZEMYSŁU  
SPOTKAŃ**

**INTEGRACJA  
KULTURY  
I PRZEMYSŁÓW  
KREATYWNYCH  
Z GOSPODARKĄ  
TURYSTYCZNĄ**

**SPÓJNE  
ZARZĄDZANIE  
TOŻSAMOŚCIĄ  
I REPUTACJĄ  
TURYSTYCZNĄ**

**ZARZĄDZANIE  
GOSPODARKĄ  
NOCNĄ**

**ZINTEGROWANA  
TURYSTYCZNA  
KOMUNIKACJA  
MARKETINGOWA**

## **Polityka zrównoważonej turystyki Krakowa na lata 2021-2028**

### **DŁUGOTERMINOWY CEL POLITYKI ZRÓWNOWAŻONEJ TURYSTYKI**

Odbudowa turystyki przyjazdowej do miasta poprzez:

- ▶ wzrost efektywności zarządzania,
- ▶ zintegrowaną komunikację marketingową,
- ▶ wsparcie komercjalizacji oferty lokalnych przedsiębiorców,
- ▶ łagodzenie konfliktów interesów i wartości.



# Od mierzei do mierzei, czyli wyprawa brzegu Zatoki Gdańskiej

*Aktywnie czy na plażę?  
To pytanie zadaje sobie  
pewnie wielu turystów  
odwiedzających Pomorskie.  
Odpowiedź jest oczywista:  
aktywnie i na plażę!  
Propozycją na połączenie  
aktywnego zwiedzania  
oraz wypoczynku  
na plaży jest wycieczka  
rowerowa trasą EV 10  
wzdłuż brzegu  
Zatoki Gdańskiej.*

Trasa ma swój początek w Helu, biegnie po Mierzei Helskiej, dalej przez Puck, Trójmiasto i Wyspę Sobieszewską, aż na Mierzeję Wiślaną i przez Krynicę Morską prowadzi do samej granicy z Rosją. Łączna długość tej wyjątkowej rowerowej trasy to ponad 170 kilometrów. W zależności od indywidualnej kondycji i upodobań turysty, wyprawa może stać się inspiracją do spędzenia nad morzem aktywnego weekendu na dwóch kołach, ale może być również pomysłem na cykl krótkich, jednodniowych wycieczek rowerowych odbywanych z rodziną lub przyjaciółmi. Jednak jeśli wziąć pod uwagę liczbę atrakcji przy trasie, a także dodać odpowiednią ilość czasu na zwiedzanie Trójmiasta, na rowerową wyprawę nad Zatoką Gdańską można przeznaczyć nawet tygodniowy urlop. Dobrym pomysłem jest zaplanowanie wyjazdu we wrześniu, gdyż ruch rowerowy jest wtedy znacznie mniejszy, pogoda wciąż dobra a baza noclegowa i gastronomiczna cały czas dostępna. Warto zaznaczyć, że w naszej wyprawie wykorzystamy fragmenty nowo wybudowanej międzynarodowej trasy rowerowej EuroVelo 10 wraz z jej łącznikami na mierzeje Helską i Wiślaną.


**Odcinek: Hel - Władysławowo, długość: ok. 35 km, trudność: odcinek łatwy**

Początkiem wycieczki są pomosty na końcu Cypla Helskiego. 500 metrów promenady podniesiono na około metr ponad poziom wydm i porastającej je, naturalnej roślinności, dając rzadką możliwość znalezienia się na rowerze w tego typu otoczeniu. Przejeżdżamy również obok bursztynowej latarni koło Urzędu Miasta, wpisanej do Księgi Rekordów Guinnessa. Zdecydowanie możemy uznać, że rozpoczynamy wyprawę wzdłuż bursztynowego wybrzeża. Rowerową podróż po Mierzei Helskiej urozmaica wiele atrakcji krajoznawczych i kulturowych, rozrzuconych po całym obszarze półwyspu. Warto zajrzeć do rybackich portów w Helu, Jastarni czy Kuźnicy, gdzie wciąż można poczuć dawną atmosferę i kupić świeżą rybę prosto



z kutra. O tradycjach bałtyckich połowów opowiada Muzeum Rybołówstwa w Helu, mieszczące się w najstarszym zachowanym budynku na całej mierzei, dawnego kościoła ewangelickiego, tuż przy porcie. Obok mieści się, uwielbiane przez dzieci, fokarium, placówka badawcza Uniwersytetu Gdańskiego, ale też wielka atrakcja turystyczna. Po drugiej stronie miasteczka widać czerwoną sylwetkę latarni morskiej, z której rozciąga się zdecydowanie najlepszy widok na te unikalne okolice.

Helska kosa (bo tak też żartobliwie jest nazywana Mierzeja Helska) słynie również z dziesiątek obiektów militarnych rozrzuconych po jej wybrzeżu, budowanych zarówno podczas II wojny światowej, jak i zaraz po niej, w ramach zimnowojennych zbrojeń. Całością opiekuje się Muzeum Obrony Wybrzeża w Helu, do którego należy zespół nie-

 **Pomorskie**

# rowerowa trasa EV 10 wzdłuż



zwykłych bunkrów, schronów na plażach i w lasach koło Jastarni oraz w rejonie samego cypla. Płytkie wody Zatoki Puckiej, będącej częścią Zatoki Gdańskiej, zachęcają do uprawiania aktywności wodnej. W Chałupach z bliska możemy zobaczyć „morze” kolorowych żagli windsurfingowych i latawców kitesurfingowych. Jak mówią znawcy tematu, to jedno z najlepszych miejsc w Europie do uprawiania tego typu sportów, szczególnie późną wiosną i wczesną jesienią, gdy panują tu sprzyjające warunki wiatrowe.

**Odcinek: Władysławowo – Gdynia (centrum), długość: ok. 40 km, trudność: odcinek średnio trudny.** Od Władysławowa w kierunku południowym mamy najbardziej urozmaicony krajobrazowo odcinek na trasie. Zaczyna się bardziej pagórkowaty teren, dzięki któremu widoki na zatokę są jeszcze

bardziej spektakularne. Szczególnie okazała panorama roztacza się z klifu w Mechelinkach. Tam też możemy podziwiać malowniczą, kamienistą plażę. Na odcinku między Władysławowem a Gdynią warto zaplanować krótki odpoczynek i skorzystać z dostępności plaż. Późnym latem jest tu prawie pusto i do woli można rozkoszować się wyjątkowo dużą zawartością jodu w powietrzu, szumem morza oraz wszechobecnym spokojem. Plaże są tu bardziej kameralne, dzięki i plażowanie nabiera zupełnie innego wymiaru.

Dla turystów rowerowych przygotowano również specjalne miejsca postojowe, wyposażone we wiaty, ławostoły, stojaki rowerowe i standy z mapą terenu. Na przykład w Pucku i okolicy są 4 parkingi rowerowe usytuowane nad samym morzem. Kolejne powstaną w pobliżu Kosakowa.

## **Odcinek: Gdynia (centrum) – Gdańsk (Świbno), długość: ok. 47 km, trudność: odcinek łatwy**

Na przejazd ze zwiedzaniem Trójmiasta trzeba poświęcić przynajmniej 3 dni, chociaż i tak będzie to o wiele za mało, mając na uwadze atrakcyjność turystyczną Gdańska, Gdyni i Sopotu. W przypadku jednodniowych pobytów w poszczególnych miastach najlepiej będzie nie zostawiać się z naszymi rowerami. Rozbudowana sieć miejskich dróg rowerowych pozwoli dotrzeć do wszystkich interesujących nas miejsc.

Przejazd przez samo centrum Gdyni pozwoli na poznanie unikanej, modernistycznej architektury „Miasta z morza” oraz terenów nadmorskich ze skwerem Kościuszki i Molo Południowym. Tu bije serce Gdyni i tutaj znajdują się największe atrakcje, m.in.: statek-muzeum Dar Pomorza, ORP Błyskawica czy Akwarium Gdyni. Nie brakuje kawiarni i restauracji serwujących dania regionalne. Przed samym Sopotem znajduje się kameralna dzielnica Gdyni Orłowo, która słynie z okazałego klifu, którego ściany zatapiają się w wodach Bałtyku.

W Sopocie można być właściwie cały rok, ale najlepszą porą jest właśnie wczesna jesień. Latem kurort pęka w szwach od turystów i dopiero po wakacjach pokazuje swoje drugie, bardziej naturalne i piękne oblicze. Znika tłum wczasowiczów i jest większy spokój, który sprzyja poznaniu walorów tego niezwykłego uzdrowiska. Nagle spacer po molo, skwerze kuracyjnym czy słynnym deptaku Bohaterów Monte Cassino staje się prawdziwą przyjemnością. Także przejazd popularną, nad-



morską drogą rowerową jest dużo łatwiejszy. Jednodniowy pobyt w Gdańsku pozwoli zaledwie pobieżnie poznać miasto, ale będzie okazją do pocucia atmosfery wolności, walki o swobody obywatelskie i ludzką godność, jakie dominowały nad Motławą w ostatnich dekadach. Poza zabytkowymi obiektami historycznej części miasta, pełnej hanzeatyckiego klimatu, na liście obowiązkowego zwiedzania znajdują się Europejskie Centrum Solidarności, Muzeum II Wojny Światowej i Muzeum Burszty. Nie sposób pominąć gdańskie plaże w Jelitkowie, Przymorzu, Brzeźnie czy na Wyspie Sobieszewskiej. Wszystkie są na wyciągnięcie ręki od naszej trasy.

## **Odcinek: Mikoszewo – Piaski (granica), długość ok. 55 km, trudność: odcinek łatwy**

W Mikoszewie na Mierzei Wiślanej rozpoczyna się ostatni akcent naszej wycieczki. Wszystko wskazuje na to, że w kolejnych latach odcinek trasy EuroVelo przez Mierzeję Wiślaną może stać się prawdziwym hitem na skalę kraju. To ponad 50 kilometrów w większości szutrowej drogi rowerowej przebiegającej przez lasy, nadmorskie kurorty Jantar, Stegna, Sztutowo, Kąty Rybackie i Krynica Morska, aż do Piasków przy granicy polsko-rosyjskiej. Momentami, które budzą największe emocje, są odcinki prowadzące wysoką, odsłoniętą krawędzią klifu wznoszącego się nad samą plażą. Pętlę Zatoki Gdańskiej można pokonywać w obydwu kierunkach, jednak wydaje się, że przyjemniejszym wariantem będzie przebieg od Helu do Piasków. Jest tu trochę jak u Hitchcocka – zaczyna się pięknym kilkukilometrowym rowerowym trzęsieniem ziemi między Helem a Juratą, następnie napięcie budują kolejne widokowe odcinki i świetne rowerowe inwestycje w Trójmieście, a jedynym w swoim rodzaju finałem będą malownicze fragmenty trasy po Mierzei Wiślanej.

# Małopolska walczy o Niemców i Brytyjczyków

Małopolska Organizacja Turystyczna, Miasto Kraków i Urząd Marszałkowski będą wspólnie promować miasto i region w Niemczech i Wielkiej Brytanii. Chcą odzyskać turystów straconych w czasie pandemii.



ELŻBIETA GOLA

Jak bardzo pandemia uderzyła w branżę turystyczną, nikomu nie trzeba przypominać. Globalnie podróży zagranicznych było w zeszłym roku o niemal 80 proc. mniej. Ludzie, wraz ze spadkiem liczby nowych zakażeń i postępującym programem szczepień, zaczynają planować wyjazdy. O potencjalnych turystach zabiegać będą wszyscy – agenci turystyczni, biura podróży, miasta, regiony, a także kraje i kontynenty.

Kraków i Małopolska szykują się, by zawalczyć o uwagę Niemców i Brytyjczyków. Tamtejszy Urząd Marszałkowski z Urzędem Miasta i Małopolską Organizacją Turystyczną, jako liderem projektu, realizują program

promocyjny skierowany na dwa wspomniane rynki. Ich prawą ręką i głosem praktyka został Grzegorz Soszyński, wieloletni prezes biura podróży Jan-Pol Incoming Tour Operator, obecnie ekspert turystyczny. Zespół pracuje nad kampanią od kilku miesięcy, na razie powstał brief oraz wyłoniona została agencja marketingowa, która odpowiada za stworzenie kreacji i hasła reklamowego. – Cieszę się, że zadanie to zostało powierzone firmie posiadającej duże doświadczenie na rynku brytyjskim i niemieckim – mówi. – To dla nas gwarancja, że przekaz trafi do świadomości tamtejszych konsumentów – dodaje. Grzegorz Soszyński na razie nie chce zdradzać zbyt wielu szczegółów kreatywnej strony kampanii, mówi tylko, że będzie odwoły-


wać się do polskiej gościnności. – W końcu nie bez kozery funkcjonuje u nas powiedzenie „zastaw się, a postaw się”. Także moi dotychczasowi partnerzy zagraniczni zawsze zwracali uwagę na tę cechę Polaków, dlaczego więc jej nie wykorzystać? – pyta. Wiadomo też, że na obu rynkach kampania będzie realizowana przy wykorzystaniu tych samych narzędzi, ale jej elementów ma być kilka, które będzie można dynamicznie i elastycznie dopasowywać do odbiorców kampanii.

## CEL: ODZYSKAĆ TURYSTÓW

Ekspert mówi, że przy projekcie nie chodzi o wymyślanie Krakowa czy Małopolski na nowo. – Nie zbudujemy innego Wawelu, nie wykopujemy kolejnej Wieliczki. Promocja

polega na zmienianiu opakowania, tego ucza nas z resztą wielkie światowe marki. Weźmy za przykład Coca-Colę, smak jest praktycznie zawsze ten sam, ale butelka czy puszka są co pewien czas inne. Czasem napój promuje św. Mikołaj, kiedy indziej grupa przyjaciół lub rodzina. Ten mechanizm chcemy zastosować u siebie – informuje. Celem projektu jest odzyskanie ruchu turystycznego, bo na tym skorzystają nie tylko miasto czy region, ale też przedsiębiorcy turystyczni. Oni sami również będą mogli włączyć się w działania, a konkretnie, wzięc udział w dwóch misjach handlowych do Niemiec i Wielkiej Brytanii. Najwcześniej zrealizowana zostanie prawdopodobnie ta na rynku brytyjskim – według wstępnych planów ma się odbyć przy okazji londyńskich targów WTM w listopadzie. Czy dojdzie do skutku, zależy od sytuacji epidemicznej i związanych z nią regulacji. Kolejny przystanek na Wyspach Brytyjskich to Manchester. W Niemczech plan *road show* nie został jeszcze określony, ale wszystko wskazuje na to, że będą to duże miasta zachodniej części kraju. – Bierzymy pod uwagę także siatkę połączeń lotniczych, bo w końcu to jedna z najważniejszych determinant przy podejmowaniu decyzji o wyjeździe – argumentuje Grzegorz Soszyński. Obecnie tworzony jest regulamin dla firm, które będą mogły się zgłaszać do uczestnictwa w tych podróżach. Liczba miejsc zostanie ograniczona prawdopodobnie do 10, a przedsiębiorcy nie poniosą żadnych kosztów z tym związanych.

#### SPROWOKOWAĆ MEDIA

Działania kampanijne będą prowadzone głównie w internecie, w planach znajduje się też realizacja dużego wydarzenia w Niemczech oraz Wielkiej Brytanii, które ma być na tyle ciekawe i prowokujące, by przyciągnąć uwagę mediów. Czy pojawi się na nim jakiś polski celebryta formatu Roberta Lewandowskiego, można na razie tylko spekulować, choć chodzi właśnie o przedsięwzięcie na taką skalę. Soszyński zapytany o sposób oceny efektywności projektu odpowiada, że sukcesem będzie, jeśli decydenci zdecydują się projekt kontynuować. – Zanim produkt turystyczny zostanie wypromowany, mijają zazwyczaj trzy lata. Projekt, w którym uczestniczę, ma być realizowany tylko w przyszłym roku i choć budżet, 8 mln zł, może na papierze wydawać się spory, to w rzeczywistości pieniędzy potrzeba więcej, by faktycznie odzyskać turystów dla Krakowa i Małopolski – uważa. 

# Miłośnicy muzyki klasycznej chcą więcej wiedzieć o Krzysztofie Pendereckim

Do Polski wybierają się albo osoby szukające niedrogiego, ciekawego miejsca na wypoczynek, albo zainteresowane jego kulturą, historią czy specyfiką – mówi Grzegorz Soszyński.

**S**kąd pewność, że prawidłowo odczytujecie Państwo potrzeby turystów z rynku niemieckiego i brytyjskiego? Czy na pewno wiadomo, czego turyści będą oczekiwać po pandemii?

Miasto Kraków i województwo małopolskie mają dane dla obu rynków oparte na analizach ZOPOT w Berlinie i Londynie. Ja dokładam wiedzę praktyka. Turystów niemieckich obsługiwałem przez ponad 20 lat, znam ich potrzeby i oczekiwania. Zwróciłem uwagę partnerom projektu, że przede wszystkim musimy rozróżnić trzy grupy potencjalnych klientów – chodzi o podróżnych indywidualnych, grupowych i z segmentu MICE. Czasy, kiedy na Śląsk lub Mazury przyjeżdżali starsi Niemcy, by odwiedzić swoje rodzinne strony, już minął. Teraz do Polski wybierają się albo osoby szukające niedrogiego, ciekawego miejsca na wypoczynek, lub zainteresowane jego kulturą, historią czy specyfiką. Ta ostatnia grupa to zazwyczaj klient z segmentu premium – niekoniecznie oczekuje hotelu ze złotymi kłami, ale miejsca położonego blisko centrum i atrakcji z ciekawym klimatem i wysoką jakością. Ta ostatnia dotyczy też innych usług – transportu czy przewodników, którzy powinni nie tylko znać historię miejsca, po którym oprowadzają, ale też mieć wiedzę z zakresu interesującego gości. Na przykład miłośnicy muzyki klasycznej chcą wiedzieć więcej o Krzysztofie Pendereckim i jego twórczości.

#### A co z rynkiem brytyjskim?


Tu też walczymy ze stereotypami. Brytyjski turysta to wcale nie ten, który przyjeżdża na mocno zakrapiany wieczór kawalerski. Będziemy kierować się z przekazem marketingowym do miłośników miast, ale też do osób, które chcą skorzystać z oferty



Grzegorz Soszyński: Walczymy ze stereotypami. Brytyjski turysta to wcale nie ten, który przyjeżdża na mocno zakrapiany wieczór kawalerski

spa, są zainteresowane turystyką aktywną i kulinarną. Nie zapominamy o grupach MICE i szkolnych. Na tych ostatnich można zarobić, bo brytyjska młodzież nie sypia w hostelach, tylko w hotelach, jeździ autokarami nie starszymi niż 4 lata i jada w sprawdzonych restauracjach.

#### Zarówno w Niemczech, jak i w Wielkiej Brytanii mieszka wielu Polaków. Myślicie o wykorzystaniu Polonii do promocji kraju?

Nie jestem przekonany do tego pomysłu, bo wiadomo, że każdy chwali swoją ojczyznę, przynajmniej od strony turystycznej. Taki przekaz może być mało wiarygodny, lepszym wariantem wydaje się wykorzystanie Niemców i Brytyjczyków, którzy mają dobre doświadczenia z Polską. Chcemy do pomocy zaprosić ambasadorów MICE. Chodzi na przykład o polskich profesorów, którzy znajdują swoich odpowiedników w tych dwóch krajach, którzy byli u nas na kongresie lub konferencji albo takie wydarzenie organizowali. Ich słowo będzie miało dużą wagę przy pozyskiwaniu kolejnych wydarzeń. Podobną zasadę spróbujemy zastosować przy turystyce *leisure*. 

# Podlaskie tworzy szlak aktywnej turystyki wodnej

Szlak CHa-KA-Bi łączący Czarną Hańczę, Kanał Augustowski i Biebrzę ma stać się markowym produktem turystycznym Podlasia o zasięgu krajowym, a nawet europejskim.



NELLY KAMIŃSKA

**C**Ha-KA-Bi to pomysł lokalnych grup działania – LGD Kanału Augustowskiego i LGD Funduszu Biebrzańskiego. W ubiegłym roku zawarły one porozumienie terytorialne pod nazwą Augustowsko-Biebrzański Park Turystyczny, a następnie stworzyły partnerstwo w ramach pilotażowego programu Centrum Wsparcia Doradcze-go, realizowanego przez Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej. Jak tłumaczy resort, Centrum to nowatorski program, którego celem jest scalanie samorządów, zwiększanie ich sprawności administracyjnej i doskonalenie kompetencji w zakresie diagnozowania

potrzeb mieszkańców, planowania strategicznego i zarządzania procesami inwestycyjnymi, by mogły sprawniej i efektywniej realizować dobrej jakości projekty. Jednym z takich projektów jest właśnie szlak CHa-KA-Bi. Porozumienie, które go formalnie powołuje, podpisane zostało w czerwcu.

## WAŻNA WSPÓŁPRACA

W tworzeniu szlaku uczestniczą także inne lokalne samorządy, instytucje związane z turystyką, parki narodowe Wigierski i Biebrzański, przez które częściowo przebiega szlak, i przedsiębiorstwa turystyczne działające w strefie Cha-KA-Bi. Projekt wspiera również samorząd województwa podlaskiego. –

Byliśmy partnerem strategicznym konferencji, na której podpisano deklarację inaugurującą przedsięwzięcie – mówi marszałek Artur Kosicki. – CHa-KA-Bi będzie perłą na turystycznej mapie województwa. To przedsięwzięcie ogromne, odważne i ambitne. A nam chodzi o Podlaskie ambitne – dodaje. Wszyscy interesariusze przystąpili już do prac, których celem jest wykreowanie ponadlokalnej marki promującej województwo podlaskie w kraju i Europie. – Fizycznie, na mapie i w terenie, szlak istnieje, nie jest on jednak, poza większymi miastami i miejscowościami, takimi jak Augustów czy Goniądz, zagospodarowany turystycznie. Na większości odcinków brakuje niezbędnej infrastruktury, m.in. przystani, punktów obserwacji przyrody, miejsc biwakowych, zadaszonych wiat, pod którymi wodniacy będą mogli odpocząć, sanitariatów czy koszy na śmieci – mówi prezes LGD Kanału Augustowskiego i radny wojewódzki Bogdan Dyjuk.

Szlak musi zostać zagospodarowany w sposób przemyślany, funkcjonalny, odpowiedzialny i nieinwazyjny, z dbałością o środowisko przyrodnicze (wiele odcinków szlaku przebiega przez obszary chronione) i z poszanowaniem prawa o ochronie zabytków (Kanał Augustowski jest pomnikiem historii, cennym zabytkiem hydrotechniki z pierwszej połowy XIX wieku). – Konieczny jest branding, opracowanie strategii marki i systemu zarządzania nią, a także strategii promocji. Mamy już kilka pomysłów, chcielibyśmy na przykład stworzyć ośrodki informacji turystycznej, które będą kojarzyć turystów z usługodawcami, przygotowując oferty turystyczne na bazie propozycji zgłaszanych przez przedsiębiorców – tłumaczy prezes.

Prace związane z marką i zarządzaniem szlakiem mają zakończyć się jeszcze w tym roku, te związane z infrastrukturą potrwać dłużej, być może nawet do 2023 r. Jako pierwsza, w połowie lipca, ruszyła strona



internetowa, jeszcze nie w pełni funkcjonalna, zawierająca na razie opis szlaku i istniejącej infrastruktury. Bogdan Dyjuk szacuje, że koszt realizacji projektu wyniesie nie mniej niż 100 mln zł. – CHa-KA-Bi to przedsięwzięcie bardzo kosztowne, ale szanse upatruję w funduszach unijnych – mówi Artur Kosicki. – Przed nami nowa perspektywa finansowa, a turystyka to też Regionalny Program Operacyjny, programy transgraniczne czy program Polska Wschodnia.

Mam nadzieję, że programy te spełnią oczekiwania branży turystycznej – dodaje. Czarna Hańcza, Kanał Augustowski i Biebrza to oddzielnie uznane marki turystyczne, co zatem da połączenie ich w jeden szlak? – Moim zdaniem te dwie rzeki i kanał, mimo ich niewątpliwiej atrakcyjności turystycznej, indywidualnie nie będą w stanie wyjść poza opłotki i stać się ponadregionalnymi, markowymi produktami turystycznymi. Dopiero połączenie ich w jeden szlak, różnorodny pod względem środowiska przyrodniczego, historii materialnej, tradycji i kultury, daje pełnię możliwości wybicia się w skali kraju i Europy – wskazuje Dyjuk.

## TURYSTYKA WSPIERA ROZWÓJ

Zdaniem radnego mocnym punktem szlaku jest możliwość przemierzania go na różnego rodzaju jednostkach pływających. – Czarna Hańcza słynie ze spływów kajakowych, po Kanale Augustowskim pływają kajaki, żaglówki, ale także jednostki napędzane silnikiem motorowym – statki żeglugi śródlądowej, katamarany i houseboaty, z kolei po Biebrzy pływa się kajakami, charakterystycznymi tylko dla niej tratwami, a na niektórych, wystarczająco głębokich odcinkach także łodziami z silnikiem elektrycznym – wyjaśnia Bogdan Dyjuk. Ważnym celem pomysłodawców szlaku, oprócz stworzenia rozpoznawalnej marki, jest pobudzenie regionalnej gospodarki. – Ze względu na ochronę środowiska przyrodniczego mamy ograniczone możliwości rozwoju gospodarczego, dlatego większość działalności gospodarczych skupia się wokół szeroko rozumianej turystyki. Mam na myśli nie tylko bazę noclegową czy gastronomiczną, ale także na przykład rolnictwo ekologiczne dostarczające zdrowych, miejscowych produktów, na które jest wśród turystów ogromne zapotrzebowanie. To łańcuch łączą-

cy wiele dziedzin gospodarczych. Warunki naturalne i położenie geograficzne sprawiają, że sezon turystyczny trwa u nas zaledwie dwa miesiące, od połowy czerwca do 15–20 sierpnia, jeśli jednak zagospodarujemy nasze walory turystyczne tak, aby stały się marką turystyczną, wówczas sezon będzie mógł trwać znacznie dłużej – uważa Bogdan Dyjuk. – Rozwój turystyki to jeden z głównych fundamentów prężnego rozwoju – dodaje Artur Kosicki. – Przedsięwzięcia, takie jak szlak CHa-KA-Bi uatrakcyjnijają region, pozwalają dotrzeć do jego najpiękniejszych zakątków, a tym samym przyciągają turystów. To z kolei gwarantuje rozwój branży turystycznej, większe pieniądze, lepszą jakość życia, a tym samym chęć wiązania swojej przyszłości z Podlaskiem, co oczywiście wpływa na poprawę demografii w naszym regionie. Każde przedsięwzięcie, które rozwija gospodarkę regionu, ma pozytywny wpływ na wiele obszarów. To nie tylko zysk dla hoteli, gospodarstw agroturystycznych, ale też gastronomii i handlu, to również nowe miejsca pracy. Mamy potencjał turystyczny i trzeba zacząć go wykorzystywać – konkluduje marszałek. ■



## KUJAWSKO-POMORSKA TRASA FILMOWA

Kieślowski, Wajda, Hoffman, Smarzowski docenili urok Kujaw i Pomorza.

To tu powstawały ich filmy!

Kujawsko-Pomorska Trasa Filmowa to niezwykła mapa filmów i ludzi urodzonych w regionie!

Wejdz na:

[film.kujawsko-pomorskie.pl](http://film.kujawsko-pomorskie.pl)

i zaplanuj wędrowkę szlakiem urokliwych plenerów, zabytków i miast oraz miasteczek niezwykłych.

**Odkryj filmowe Kujawsko-Pomorskie!**



KUJAWY  
POMORZE



# Rowerowa Trasa Pojezierzy Zachodnich nabiera kształtu

Trasa Pojezierzy Zachodnich – najdłuższy, bo 423-kilometrowy szlak rowerowy na Pomorzu Zachodnim – zyska w tym roku prawie 30 kilometrów gotowych ścieżek.



NELLY KAMIŃSKA

**T**rasa Pojezierzy Zachodnich (TPZ) ma dwie odnogi – jedna biegnie ze Szczecina (z przedłużeniem do granicy z Niemcami) przez Stargard Szczeciński w kierunku Pojezierza Ińskiego, a druga od granicy z Niemcami w okolicach Cedyni przez Myślibórz, Barlinek, Choszczno w kierunku Ińska, gdzie łączy się z odnogą szczecińską. Dalej prowadzi przez Drawsko Pomorskie, Złocieniec, Czaplonek do Szczecinka i w gminie Biały Bór dochodzi do granicy z województwem pomorskim.

Jak podaje Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego, we wrześniu zostanie oddany do użytku ponad pięcio-

kilometrowy odcinek z Myśliborza do Głazowa. Jego większa część (ok. 4,5 kilometra) biegnie po śladzie zdemontowanych torów kolejowych, reszta wzdłuż drogi krajowej nr 26. – Wykorzystanie starych nasypów kolejowych, które nie mają szans na przywrócenie ich dawnej funkcji, a teraz przekształcają się w trasy rowerowe, powoli staje się standardem. Ich konstrukcja pozwala na budowę trwałych dróg, które z pewnością będą służyć rowerzystom przez wiele lat – mówi wicemarszałek Tomasz Sobieraj.

## PIERWSZE TRASY W TYM ROKU

Inwestycja objęła roboty ziemne, wykonanie konstrukcji drogi rowerowej, oznakowania pionowego i poziomego oraz elementów

zabezpieczających (m.in. nad przepustem na cieku wodnym łączącym jeziora Łubie i Renickie). Koszt robót budowlanych na odcinku Myślibórz – Głazów wyniósł nieco ponad 3 mln zł. W tym roku gotowe będą również fragmenty budowane na zachód od Myśliborza ≠ ponad 4,7 kilometra do Dobropola i 4 kilometry z Góralic do Trzcińska-Zdroju. Na ukończeniu jest też ważny asfaltowy łącznik Mostkowo – Dzikowo o długości 6 kilometrów, który „zepnie” istniejące ścieżki i ułatwi rowerzystom przejazd z Myśliborza do Barlinka. Dwukilometrowy odcinek powstaje na północ od Choszczna, wzdłuż drogi wojewódzkiej nr 160 do Pakości. Na liście tegorocznych inwestycji realizowanych na TPZ znalazła się również 4,5-kilometrowa dro-

ga z Drawska do Zarańska. W sumie TPZ zyska w tym roku 29,9 kilometrów ścieżek o nawierzchni bitumicznej. Dodatkowo na długości kilkudziesięciu kilometrów trasa zostanie oznakowana.

### PIENIĄDZE Z FUNDUSZY UNIJNYCH


Budowa TPZ, podzielona na etapy, realizowana jest od 2018 r. we współpracy z samorządami i finansowana w dużej mierze z funduszy unijnych. Na 2022 r. zaplanowana jest m.in. budowa 10-kilometrowego odcinka Rakowo – Borne Sulinowo, po dawnym szlaku kolejowym, z efektywną przeprawą nad rzeką Piława. Przetarg na realizację tego zadania został ogłoszony na początku sierpnia. Z 423 kilometrów szacowanej całkowitej długości TPZ zrealizowano dotychczas 91 kilometrów, z czego 85 kilometrów to odcinki inwestycyjne. Pozostałe odcinki są na etapie przygotowania i po ukończeniu dokumentacji projektowej będą sukcesywnie budowane. – Rozbudowa sieci szlaków rowerowych na Pomorzu Zachodnim przyspieszyła już dobre kilka lat temu, ale ten sezon jest wyjątkowo pracowity. I właściwie każdy tydzień, każdy mie-

siąc przynosi dobre wiadomości dla miłośników aktywnego wypoczynku – mówi marszałek województwa Olgierd Geblewicz. – Na Trasie Pojezierzy Zachodnich kilka inwestycji jest na finiszu, co na pewno cieszy mieszkańców i cykloturystów, którzy jeszcze liczniej będą odwiedzać nasz region – dodaje.

Liczba rowerzystów przemierzających szlak rośnie z roku na rok. Na przykład od 1 maja do 20 sierpnia 2019 r. licznik w Nowym Objezierzu na TPZ zanotował 7875 zliczeń, w tym samym okresie rok później 12119 zliczeń, a w tym roku już 14146 zliczeń. TPZ jest jedną z 12 tras rowerowych wyszczególnionych w dokumencie „Koncepcja sieci tras rowerowych Pomorza Zachodniego” opracowanym na zlecenie zarządu województwa (pozostałe to Velo Baltica, Stary Kolejowy Szlak, Wokół Zalewu Szczecińskiego, Dolina Tywy, Wału Pomorskiego, Dolina Regi – Drawieński Park Narodowy, Zwiniełych Torów, Dolina Płoni, Dolina Odry, Pałaców i Zamków, Szczecin – Kołobrzeg – ich łączna długość to ponad 2200 kilometrów). Obecnie realizowane są cztery trasy określone w koncepcji jako priorytetowe: Trasa Pojezierzy Zachodnich, Velo

Baltica, Stary Kolejowy Szlak i Blue Velo. Do użytkowania oddano dotąd łącznie 353 kilometry, z czego 168 kilometrów to odcinki inwestycyjne. Dokładny przebieg pozostałych tras nie jest jeszcze znany, na razie wytyczono jedynie korytarze o szerokości kilku kilometrów. Na podstawie inwentaryzacji dostępnych w zasięgu korytarza dróg ustalony zostanie zakres przyszłych inwestycji.

### TRASY KRĘGOSŁUPEM

Koncepcja zakłada tworzenie tras rowerowych na wzór „kręgosłupa i ości” – kręgosłup to przelotowe szlaki poprowadzone przez główne węzły komunikacyjne (dworce kolejowe, lotniska) oraz łączące ośrodki miejskie i najważniejsze atrakcje turystyczne regionu, a ości to ich łączniki z lokalnymi atrakcjami. Taki system pozwala sprawnie poruszać się między odległymi punktami województwa, a jednocześnie zwiedzać atrakcyjne miejsca na uboczu, stwarzając tym samym równe szanse zysku zarówno gminom położonym na szlaku, jak i tym od niego oddalonym. Główne trasy wojewódzkie powiązane są z istniejącymi trasami krajowymi i międzynarodowymi. 



## A może na jeziorze



Zachodniopomorska turystyka wodna to nie tylko morze, ale także przepiękne pojezierza położone wewnątrz regionu. To kraina wręcz stworzona do uprawiania windsurfingu, żeglarstwa, płetwonurkowania, nart wodnych, kajakarstwa oraz coraz popularniejszego SUP – czyli deski z wiosłem.

Perłą wśród zachodniopomorskich jezior jest Ińsko wchodzące w skład Pojezierza Ińskiego. Słynie ono z pięknych i bardzo czystych akwenów. Do największych i najgłębszych należą Woświn oraz właśnie Ińsko, które jest jednym z najpopularniejszych miejsc w Polsce dla płetwonurków – zarówno latem, jak i zimą (popularne są nurkowania pod lodem). Oprócz czystej i przezroczystej wody na miłośników tej formy rekreacji czeka kilka niespodzianek w głębinach – samochód, choinka, piankowa rzeźba tabędzia, biurko, znaki dro-

gowe. Podobnie atrakcyjnymi akwenami do nurkowania są: jezioro Miedwie kryjące torpedownię z czasów II wojny światowej, „złote” jezioro Lubie koło Złocieńca, którego odmęty miały pochłonąć zimą 1944 roku cały orszak ślubny, jezioro Pile (obok Bornego Sulinowa) z podwodnym lasem, podobnie jak w przypadku jeziora Czarnogłowy powstałego po zalaniu kopalni odkrywkowej. Kolejna wodna duma Pomorza Zachodniego to Pojezierze Drawskie liczące ponad 250 jezior. Największym i jednym z najpiękniejszych z nich jest Drawsko, drugie pod względem głębokości jezioro w Polsce. Znajdują się na nim kilka wysp m.in.: Lelum, Polelum, Mokra, Środkowa, Bagienna, Czapla i największa z nich – Bielawa – o powierzchni 80 ha (piąta pod względem wielkości wyspa jeziorna w kraju). I wreszcie Pojezierze Szczecineckie. Główny ośrodek –

Szczecinek leży pomiędzy jeziorami Trzesiecko i Wielimie. Pierwsze z nich wyposażone jest w jeden z najdłuższych w Polsce wyciągów do nart wodnych o długości ponad kilometra. Pozwala na przejazd z prędkością do 58 km/h. Latem po jeziorze Trzesiecko kursują dwa tramwaje wodne. Z Pojezierzem Szczecineckim sąsiaduje Pojezierze Wałeckie nazywane „Krajiną 166 jezior”. Tu bierze swój początek tzw. kajakowa Pętla Wałecka – szlak, który przebiega przez sześć jezior.



# Industrialna wyszła obronną ręką z pandemii

Nowa atrakcja w zrewitalizowanej strefie naziemnej Sztolni Królowa Luiza wzbogaca ofertę Muzeum Górnictwa Węglowego w Zabrzu, największego centrum turystyki górniczej w Polsce.

JAGA KOLAWA

**Z** początkiem lipca br. w Zabrzu zaczęła funkcjonować Strefa Carnall (nazwana od charakterystycznego szybu górniczego nad całością, będącego częścią historycznej Kopalni Królowa Luiza). Zamyka to symbolicznie kilkanaście lat prac rewitalizacyjnych prowadzonych w kompleksie Sztolni Królowa Luiza i Kopalni Guido – wiodących markach Muzeum Górnictwa Węglowego. 330 mln zł na inwestycje (głównie ze środków Unii Europejskiej), 10 kilometrów podziemnych tras turystycznych, 5 poziomów podziemnej przygody z najbardziej ekstremalnymi trasami zwiedzania i ponad 30 obiektów w 6 lokalizacjach


w Zabrzu – liczby oddają skalę i unikatowość poprzemysłowej przestrzeni podziemnej i naziemnej, gdzie prowadzona jest działalność muzealna, edukacyjna i rekreacyjno-rozrywkowa, oddanej we władanie zwiedzającym.

## POKAZAĆ TO, CO NAJLEPSZE

Przed pandemią, w 2019 r. zabytki dziedzictwa górniczego odwiedziło 230 tys. odwiedzających. Zarządzający obiektem mają nadzieję na masowy powrót turystów, m.in. dzięki nowej atrakcji. – W XIX w. kopalnia Luiza była jednym z najnowocześniejszych i najbardziej innowacyjnych zakładów przemysłowych w Europie. Staramy się – jako Muzeum Górnictwa Węglowego – zachowywać pamięć o tych obiektach.

W wyniku trwającego 3 lata procesu rewitalizacji Strefy Carnall, dawne obiekty techniczne zmieniły swoją funkcję, ale zachowały swój przemysłowy charakter. Absolutnym unikatem w Polsce jest maszyna parowa z 1915 r., która jest znowu na chodzie! Pokaz jej działania z pewnością pozostawi niezapomniane wrażenia. Obowiązkowo trzeba zobaczyć wystawę o śląskich superbohaterach, czyli ratownikach górniczych. Mamy budynek nadszybia z oryginalnym wyposażeniem, wieżę szybową, która stała się punktem widokowym. Warto przyjechać tutaj z całą rodziną. Została przygotowana strefa chill-outu, a tuż obok edukacyjno-rekreacyjny Park 12C, poświęcony żywiołom i technice. I co najważniejsze, w sezonie letnim wszystkie naziemne atrakcje Strefy Carnall można zwiedzać bezpłatnie – zachęca Bartłomiej Szewczyk, dyrektor Muzeum Górnictwa Węglowego w Zabrzu.

## POPULARNE MIMO PANDEMII

Jak zauważa Agnieszka Sikorska, dyrektor Śląskiej Organizacji Turystycznej, do władz regionu docierają pozytywne sygnały o frekwencji w obiektach w regionie. – Po ubiegłorocznym sezonie wakacyjnym możemy powiedzieć, że obiekty posiadające ofertę w plenerze, na „świeżym powietrzu” – otwarte po okresie pandemicznym – turyści wybierali najchętniej. Tak było w przypadku takich atrakcji, jak np. Zamek w Toszku, Zamek Ogrodzieniecki w Podzamczu. Gorzej było z obiektami typu Kopalnia Srebra w Tarnowskich Górach. Mam nadzieję, że w tym roku, ponieważ czujemy się bezpiecznie dzięki szczepieniom, obiekty z ekspozycjami wewnątrz budynków będą cieszyły się powodzeniem. Jesteśmy spragnieni oferty kulturalnej, o czym świadczy „odwiedzalność” muzeów zaraz po otwarciu, po przerwie spowodowanej obostrzeniami epidemicznymi. Powracają też wydarzenia kulturalne. Za sukces można uznać fakt, że żaden obiekt na Szlaku Zabytków Techniki Województwa Śląskiego nie upadł. Jeśli chodzi o Strefę Carnall, każda nowa atrakcja, nawet już w istniejącym od paru lat obiekcie, daje powiew świeżości, może zachęcić do ponownych odwiedzin osoby, które już tutaj były. Warto postawić na nowości – nowe ekspozycje czy formy zwiedzania – dodaje Agnieszka Sikorska. Jesienią br. planowane jest otwarcie nowego obiektu związanego z industrialnym obliczem regionu – Muzeum Hutnictwa w Chorzowie. Bez wątpienia, turystyka przemysłowa w Śląskiem ma ciągle wielki potencjał, rozwija się i nie powinna być traktowana jako niszowy produkt turystyczny. 



POWIAT EŁCKI



## POWIAT EŁCKI zaprasza aktywnych turystów

Powiat ełcki z licznymi jeziorami, rzekami, lasami, morenowymi wzgórzami, rozległymi równinami i czystym powietrzem to miejsce idealne do uprawiania żeglarstwa, kajakarstwa, windsurfingu, jazdy na rowerze i nordic walking.

■ Powiat ełcki to kwintesencja Mazur. W krajobrazie tego wciąż niezadeptanego zakątka dominują jeziora, a leżąca nad Jeziorem Ełckim stolica powiatu Ełk, jak wiele miast na Mazurach, to przede wszystkim prężny ośrodek turystyki i sportów wodnych. – Gdzie byśmy nie rzucili kamieniem, zawsze wpadnie on do jakiejś wody – żartuje dyrektor Międzyszkolnego Ośrodka Sportowego w Ełku Andrzej Koc. MOS to nowoczesne centrum szkolenia kadr sportowych, leżące nad samym brzegiem Jeziora Ełckiego, które prowadzi cztery sekcje: wioślarską, żeglarską, pływacką i lekkoatletyczną. – Z naszej sekcji wioślarskiej wywodzi się wicemistrz olimpijski z Moskwy, a także olimpijczyk z Aten, Pekinu i Londynu. Przez 25 lat funkcjonowania ośrodka jej adepci zdobyli w sumie 22 medale mistrzostw świata i Europy, od 2010 r. wyszkoliliśmy też 41 złotych medalistów mistrzostw Polski – wylicza Andrzej Koc. MOS prowadzi również wypożyczalnię sprzętu do pływania.

Na największych jeziorach – Łaśmiady, Selmęt Wielki czy Ełckim – można uprawiać żeglarstwo i windsurfing. Na jeziora można też wypłynąć łodzią wiosłową i rowerem wodnym. Coraz większą popularnością cieszą się supy, czyli deski do pływania z wiosłem.

Większość jezior połączona jest rzekami i strumieniami, co sprzyja turystyce kajakowej. Dwie największe rzeki powiatu ełckiego – Ełk, w górnym biegu zwana Łażną Strugą i Lega, która w dalszym biegu zmienia nazwę na Małkiń – to szlaki kajakowe o wyjątkowych walorach krajobrazowych i przyrodniczych, łączące Mazury z Biebrzą i Biebrzańskim Parkiem Narodowym.

W powiecie nie brakuje też ciekawych tras rowerowych poprowadzonych zarówno utwardzonymi ścieżkami rowerowymi w miastach, jak i polnymi czy leśnymi drogami.

Rowerem można objechać Jezioro Ełckie. Dwudziestokilometrowa trasa wiedzie bezpośrednio brzegiem akwenu, m.in. przez najatrakcyjniejsze turystycznie części Ełku.

Rowerzyści mogą też zmierzyć się z bardziej wymagającymi trasami MTB. Leśny Szlak Rowerowy Powiatu Ełckiego zaczyna się i kończy w Ełku, ma 12 kilometrów długości i 300 metrów przewyższenia, a biegnie m.in. w pobliżu Jeziora Tatarskiego i Góry Tatarskiej. To trasa trudna, z licznymi podjazdami i zjazdami, o zróżnicowanym podłożu (piach, szuter). W 2015 r. wygrała w konkursie na najlepszą ścieżkę rowerową, organizowanym przez Akademię Rowerową Cezarego Zamany.

Druga trasa MTB, również pętla, zaczyna się na plaży w Prostkach, ma 21 kilometrów długości i 110 metrów przewyższenia. Biegnie przez lasy i nad Jeziorem Toczyńskim, w pobliżu dwóch miejsc pamięci narodowej z czasów II wojny światowej. – Mimo trudności technicznych na niektórych odcinkach jeżdżą nią nawet mniej wprawni rowerzyści. W ubiegłym roku pokonało ją 6 tys. osób – mówi prezes Uczniowskiego Klubu Kolarskiego, Dariusz Gajdziński, który tę trasę wytyczył. – Szlak jest przepiękny krajobrazowo, po drodze przy odrobinie szczęścia można zobaczyć bociany czarne i orliki krzykliwe, które tam gniazdują – dodaje. Obie trasy są oznakowane i wyposażone w tablice z mapami.

Amatorzy aktywnego wypoczynku mogą spróbować swoich sił w marszach, biegach, rajdach rowerowych i innych wydarzeniach sportowych, które odbywają się co roku lub kilka razy w roku, m.in. w znanym w całej Polsce terenowym biegu z przeszkodami Runmageddon czy marszu na orientację Celuj w Ełk.

Szczegółowe opisy szlaków kajakowych, rowerowych i pieszych znajdują się na stronie <https://turystyka.elk.pl>.

# ROWEREM PO GMINIE ŁUKÓW



Gmina Łuków obfituje w ciekawe miejsca i atrakcje turystyczne, przyrodnicze, geologiczne i historyczne. Żeby je zobaczyć, najlepiej wybrać się rowerem Szlakiem Ziemi Łukowskiej, zbaczając co pewien czas do tych obiektów, które umiejscowione są poza trasą Szlaku.



Fot. R. Korłaga

## Tajemnice lasu

Miejszem doskonałym do odpoczynku są lasy. Stanowią one 33% powierzchni gminy. Najbardziej znanym jest Jata. To rezerwat przyrody utworzony w 1933 r. w celu ochrony jodły. W tym jednym z najstarszych obszarów chronionych w Polsce występuje bogactwo flory i fauny. Poza jodłą, zobaczymy tu dęby, świerki, sosny, jesiony, olchy, graby i wiele innych gatunków drzew i roślin. Żeby zobaczyć któregoś z przedstawicieli fauny, musimy mieć więcej szczęścia. Jeśli ono nam dopisze, to mamy szansę wypatrzyć płochliwą sarnę, potężnego jelenia, ociężałego łosia, czy przebiegłego lisa. Wsluchując się zaś w odgłosy lasu może się okazać, że pochodzą one od któregoś z licznych gatunków ptaków gniazdujących w Jacie np. sów, dzięciołów, dudków, czy orlików krzykliwych.

## Jodły szumią o bohaterach

W bogactwo przyrodnicze Jaty wpisuje się dziedzictwo historyczne ziemi łukowskiej. Miały tu miejsce ważne wydarzenia rozgrywane się w okresie powstań narodowych i II wojny światowej. O bohaterach przypominają pomniki. Najstarszy z nich został zbudowany w 1928 r. ku pamięci jednego z przywódców powstania styczniowego – ks. Stanisława Brzóska.

Pomnikiem, który trzeba zobaczyć będąc w Jacie, jest pomnik upamiętniający stacjonujących tu w 1944 r. żołnierzy I batalionu pułku piechoty Armii Krajowej dowodzonych przez kpt. Wacława Rejmana ps. „Ostoja”. Z historią zaś obozu partyzanckiego AK w Jacie można się zapoznać, udając się do Klimek, gdzie powstaje jego rekonstrukcja. Warto wybrać się rów-

nież poza Jatę, żeby zobaczyć upamiętnienie bitwy pod Gręzówką, która rozegrała się 20 lipca 1944 r.

## Geologiczne skarby gminy

Prawdziwym skarbem Gminy są amonity. Ukryte w ziemi skałki muszle mięczaków morskich sprzed 166 mln lat z pogranicza jury środkowej i górnej, najliczniej występują w miejscowości Gołaszyn i dlatego tu został ustanowiony rezerwat pn. „Kra Jurajska”. Strukturą, ciekawymi kształtami i niespotykanymi barwami zachwycają każdego kto je zobaczył. A można je zobaczyć w miejscowości Klimki. Został tam bowiem utworzony „AMONIT – leśny zespół rekreacyjno – edukacyjny”, w ramach którego funkcjonują: sala wystawiennicza o charakterze przyrodniczo-geologicz-

nym oraz kompleks AMONIT ze szlakami turystycznymi i edukacyjnymi.

Ciekawostki geologiczne w postaci głazów narzutowych i tablic informacyjnych dotyczących prezentowanych okazów dostępne są także w lapidariach utworzonych w miejscowościach – Biardy, Dminin, Krynka, Strzyżew, Suleje, Szczygły Górne, Ryżki i Zalesie. Turysta uzyska w nich wiedzę na temat wieku i pochodzenia głazów oraz cech rzeźby powierzchni skał.

Propozycją dla lubiących aktywny wypoczynek jest *geocaching*. Na terenie Gminy został opracowany „szlak” keszy noszący nazwę „W krainie amonita”. Na mapie układa się on dokładnie w kształt amonita.

Zapraszamy do Gminy Łuków!  
[www.lukow.ug.gov.pl](http://www.lukow.ug.gov.pl)



Fot. W. Wysokińska



Kula na Jezioro, autor: Piotr Sólle



województwo  
**łódzkie**

## Łódzkie dla aktywnych

Jeśli chcesz zostać odkrywcą i wytrawnym podróżnikiem, przemierzając pieszo, rowerem, kajakiem, czy mknąc samochodem wytyczonym szlakiem, to koniecznie zajrzyj do województwa łódzkiego. Przeżyjesz przygodę na łonie natury, poznając bogactwo krajobrazowe regionu i jego walory turystyczne. Łódzkie pełne jest architektonicznych perełek, które nie tylko cieszą oczy, ale i przyciągają ciekawą historią.

Nic tak nie odpręża, jak spędzanie czasu na świeżym powietrzu i w otoczeniu zieleni. Świetnym wyborem będą wycieczki do Załęczańskiego i Przedborskiego Parku Krajobrazowego, które dzięki sieci malowniczych szlaków turystycznych i urozmaiconemu ukształtowaniu terenu doskonale nadają się do pieszych wędrówek. Pozwól, by urzekała Cię sceneria Parku Krajobrazowego Wzniesień Łódzkich, a maszerując z kijami do nordic walking podziwiasz kilkusetletnie dęby, graby i sosny oraz daj się oczarować lazurowej wodzie Niebieskich Źródeł – rezerwatu będącego częścią Sulejowskiego Parku Krajobrazowego. Chcesz wędrować leśnymi ścieżkami pośród stawów, nie opuszczając miasta? Odwiedź „zielone płuca Łodzi”, czyli Las Łągiewnicki.

Jeżeli masz rower, to koniecznie wykorzystaj go do zwiedzania województwa łódzkiego. Bo na miłośników dwóch kółek czeka nie lada gratka! Ponad sto oznakowanych szlaków rowerowych, w tym 9 szlaków ponadregionalnych i regionalnych wytyczonych przez województwo łódzkie. Szlaki ponadregionalne – Łódzka Magistrała N-S i Łódzka Magistrała W-E – są prawdziwymi kopalniami zabytków architektonicznych i przyrodniczych z miejscowościami o ważnym znaczeniu turystycznym m.in.: Wartą, Szadkiem, Piotrkowem Trybunalskim, Wolborzem, Tomaszowem Mazowieckim, Inowłodzem, Bełchatowem. Kolejne dwa szlaki ponadregionalne to składający się z dwóch odcinków Szlak Bursztynowy (odcinek Nadburzański i Nadwarciański), który prowadzi niemal przez całe województwo traktami komunikacyjnymi znanymi od starożytności czy Szlak Grunwaldzki, szczególnie polecany miłośnikom historii, oznakowany dla upamiętnienia 600. rocznicy Bitwy pod Grunwaldem. Na regionalnym szlaku W centrum Polski koniecznie zobacz

Oporów z gotyckim zamkiem na wyspie, jednym z najciekawszych zabytków w kraju czy kolejną architektoniczną perłę jaką jest Łęczyca z zamkiem zbudowanym przez Kazimierza Wielkiego i pobliski Tum ze słynną romańską kolegiatą. Zapraszamy też na regionalne szlaki: Nad Pilicą, Ziemi Rawskiej i Ziemi Sieradzkiej łączące cztery szlaki: Skarby Ziemi Sieradzkiej, Świętego Maksymiliana Kolbego, Braci Czeskich i Węgla Brunatnego – wszystkie wiodą do niezwykle kuszących zakątków regionu. Zdrożeni podróżni mogą odpocząć i zrelaksować się, korzystając z leczniczych właściwości wód geotermalnych w Termach Uniejów na szlaku regionalnym Gorących Źródeł.

A kiedy zrobi się naprawdę gorąco i temperatura zacznie dawać się we znaki, wybierz kajak, bo gwarantujemy, że w regionie łódzkim będziesz miał pełne ręce... wiosłowania! Entuzjastom kajakarstwa polecamy spływ rzeką Pilicą, meandrującą urokliwie wśród rozległych łąk, lasów czy bagien, gdzie tworzy liczne wyspy i zakola. Koniecznie zrób przystanek pomiędzy Sulejowem a Smardzewicami, gdzie znajduje się Zalew Sulejowski, który daje możliwość uprawiania wielu sportów wodnych. Po spływie Pilicą masz ochotę na więcej? Warto więc spłynąć... Wartą! Ta rzeka jest często wybierana przez turystów na pierwszą przygodę z kajakiem ze względu na piękne widoki i łatwy szlak wodny. Jeśli jesteś fanem windsurfingu i żeglarstwa to koniecznie zaplanuj czas nad Jeziorskiem, czyli zbiornikiem zaporowym na Warcie. Jak już nacieszyłeś oczy wspaniałymi krajobrazami znad Pilicy i Warty to płyniemy dalej, bo przed nami Bzura, której fauna i flora urzekną niejednego turystę. Przyciąga zarówno doświadczonych kajakarzy, jak i początkujących w tej dziedzinie. Bzura nie jest pozba-



Spływ kajakowy rzeką Pilicą, autor: Andrzej Ambroziak



Pieszka wędrówka, zasoby Wydziału Turystyki



Rowerowe Łódzkie, zasoby Wydziału Turystyki



Przemierzaj Łódzkie na końskim grzbiecie, autor: Piotr Sólle

wiona jazów i progów, a na niektórych odcinkach czekają przenoski czy szybszy nurt wymagający większej ostrożności. Jednak prawdziwego ducha przygody odnajdziesz, spływając Rawką, która ze względu na dziki charakter jest rzeką wymagającą, idealną dla bardziej wprawionych kajakarzy.

Województwo łódzkie ma ponad 200 ośrodków jeździeckich, skąd możliwe są wypadki na końskim grzbiecie. Oferuje też cykliczne zawody hippiczne, które odbywają się w Bogusławicach, Walewicach i Gajewnikach. Turysto, na pewno wiesz, że aby w pełni docenić walory jakiegoś miejsca to trzeba je zobaczyć. Dlatego zapraszamy do naszego regionu!



Justyna Paluch:  
Chcemy ułatwić  
turytom dotarcie  
do naszego  
subregionu

## Produkt lokalny ważną częścią turystyki

Ośrodek Promocji Produktu Lokalnego „Zagubek” uzupełnia ofertę turystyczną Drohiczyzna.

MAŁGORZATA ORLIKOWSKA

**W**czwartego br. w Drohiczyźnie zainaugurował działalność Nadbużański Ośrodek Promocji Produktu Lokalnego „Zagubek”. To miejsce, które ma łączyć lokalnych producentów żywności z turystami, także integrować lokalną społeczność i wzmacniać turystyczną markę Podlasia Nadbużańskiego.

Do powstania „Zagubka” przyczyniło się kilka okoliczności. Najważniejszym impulsem był rosnący popyt na produkty lokalne wśród odwiedzających Podlasie Nadbużańskie. Gmina Drohiczyzn od lat intensywnie rozwija się turystycznie. Lokalna branża tu-

rystyczna miała coraz więcej zapytań od gości o możliwość zakupu lokalnych specjałów. Zwykle byli odsyłani do producentów. – Problem w tym, że nie każdy turysta był gotów pojechać 5–20 kilometrów za miasto, żeby nabyć produkty u wytwórcy, więc ich sprzedaż nie rozwijała się tak mocno, jak mogłaby. Z drugiej strony sami producenci sygnalizowali potrzebę intensywniejszej promocji swoich wyrobów, konieczne stało się więc stworzenie miejsca, które pozwoliłoby skojarzyć jednych z drugimi. Kiedy pojawiła się możliwość pozyskania funduszy na rozbudowę targowiska miejskiego, gmina Drohiczyzn skorzystała z okazji – opisuje okoliczności powołania Ośrodka Rafał Siwek, dyrektor Mie-

sko-Gminnego Ośrodka Kultury w Drohiczyźnie, instytucji która sprawuje pieczę nad „Zagubkiem” i go prowadzi.

### PROPAGOWAĆ DZIEDZICTWO

Ośrodek jest nie tylko punktem dystrybucji produktów lokalnych, zajmuje się też ich szeroko rozumianą promocją, i szerzej – propagowaniem dziedzictwa kulturowego Podlasia Nadbużańskiego. W „Zagubku” odwiedzający otrzymują wyczerpującą informację o ofercie producentów lokalnych przysmaków, funkcjonuje tam też pokazowa kuchnia, w której organizowane są warsztaty kulinarne (przygotowywane są m.in. zaguby, od których nazwę wzięły Ośrodek), jest pokój zagadek „Królewska sala jadalna. Drohiczyńskie przysmaki” z kulinarnymi zagadkami, także sale wystawowe, w których prezentują się lokalni twórcy i gdzie realizowane są wydarzenia kulturalne i edukacyjne. Obecnie z oferty „Zagubka” korzystają głównie mieszkańcy, koła gospodyń wiejskich i lokalna branża turystyczna, zwiększa się jednak liczba odbiorców zewnętrznych. – W program pobytu z powodzeniem można wpleść wizytę w „Zagubku”, np. w formie warsztatów – mówi Rafał Siwek. Przyznaje, że w najbliższej przyszłości chce ofertą turystyczną Drohiczyzna zainteresować biura podróży. W katalogach organizatorów miałyby się znaleźć nie tylko Ośrodek, również inne produkty, które już zdołały zdobyć popularność wśród turystów, jak Muzeum Motocykli czy Nadbużańskie Centrum Turystyki Kajakowej. Na nich się zapewne nie skończy, lokalna branża turystyczna intensywnie pracuje nad zwiększeniem atrakcyjności turystycznej Podlasia Nadbużańskiego.

### SZLAKI ROWEROWE POŁĄCZA

Z inicjatywy Lokalnej Grupy Działania „Tygiel Doliny Bugu” i Lokalnej Organizacji Turystycznej „LOT nad Bugiem” tworzone są obecnie szlaki rowerowe łączące subregion z popularną trasą Green Velo. – Póki co Green Velo przebiega przez wschodnią część naszych terenów, pomijając najważniejsze miejsca Podlasia Nadbużańskiego. Chcemy, żeby był z nimi dobrze skomunikowany, żeby ułatwić turystom dotarcie do naszego subregionu – wyjaśnia Justyna Paluch, wiceprezeska LOT nad Bugiem, uściślając, że LOT wyznaczy 3 pętle po mazowieckiej stronie Podlasia, LGD zaś 7 pętli po obu stronach rzeki. „LOT nad Bugiem” ma też współpracować z „Zagubkiem” przy promocji wytwórców lokalnych produktów.





# Destynacje

## Chorwacja w lipcu prawie odrobiła straty

■ Tylko w lipcu tego roku w Chorwacji wypoczywało 3,7 mln turystów, którzy wykupili 25 mln noclegów. To odpowiednio o 47 i 33 proc. więcej niż w lipcu zeszłego roku, wynika ze statystyk opublikowanych przez tamtejsze Ministerstwo Turystyki i Sportu. Podsumowanie pokazuje też, że udało się już osiągnąć 90 proc. wyniku zanotowanego dwa lata wcześniej. W lipcu najwięcej noclegów, bo 21,6 mln, wykupili goście z zagranicy, pozostałe 3,3 mln przypadło na turystów krajowych. Najwięcej noclegów zostało wykupionych na Plw. Istria (6,7 mln), w Splicie-Dalmacji (4,7 mln) i w regionie Primorje-Gorski Kotar (4,7 mln). Na kolejnym miejscu znalazł się Zadar (4,3 mln), Szybenik-Knin (1,9 mln) i Dubrownik-Nereweta (1,5 mln). W analizowanym okresie głównym rynkiem źródłowym były Niemcy (4,4 mln gości), Słowenia (3,7 mln), Polska (2,4 mln), Czechy (2 mln) i Austria (1,9 mln). MG

# 79 proc.

wolumenu z 2019 r. – do takiego poziomu powinien dojść ruch lotniczy w Europie w tym roku, wynika z prognoz Eurocontrol. Na dzień 11 sierpnia sytuacja na rynku czarterowym była stabilna, a spadki wobec 2019 r. wynosiły 12 proc. MG

## Kayak wskazał najlepsze wyspy

■ Kreta, Teneryfa, Cypr, Lanzarote i Gran Canaria to według porównywarki cenowej Kayak najatrakcyjniejsze wyspy w Europie, na których warto spędzić na wakacje. Na potrzeby badania wzięto pod uwagę siedem kategorii: pogodę, dostępność, ceny, atrakcje, ofertę dla dzieci, bezpieczeństwo w kontekście ochrony przed COVID-19 i zrównoważony rozwój. Następnie każdy z tych punktów został podzielony na podkategorie – w sumie było ich 19. W każdej poszczególne wyspy mogły otrzymać od 1 do 5 punktów. Te najwyżej oceniane wyróżniały się przede wszystkim dobrą pogodą, przystępnymi cenami oraz bogatą ofertą dla dzieci i dorosłych, a także plażami, które są przystosowane dla osób niepełnosprawnych. Poza ogólnym rankingiem, powstały też zestawienia topowych miejsc w bardziej szczegółowych kategoriach. I tak najlepszą wyspą na wakacje na plaży jest Kreta, dla osób spędzających urlop aktywnie Teneryfa, dla rodzin z dziećmi Kreta, dla poszukujących spokoju i samotności Hiiumaa w Estonii, na urlop poza szczytem sezonu Kanary, a na wakacje w przystępnej cenie Bozcaada w Turcji. TOP 10 w ogólnym zestawieniu to: Kreta, Teneryfa, Cypr, Lanzarote, Gran Canaria, Majorka, Sycylia, Fuerteventura, Sardynia i La Palma. MG

## Po pożarach, grecka oferta ze specjalną promocją



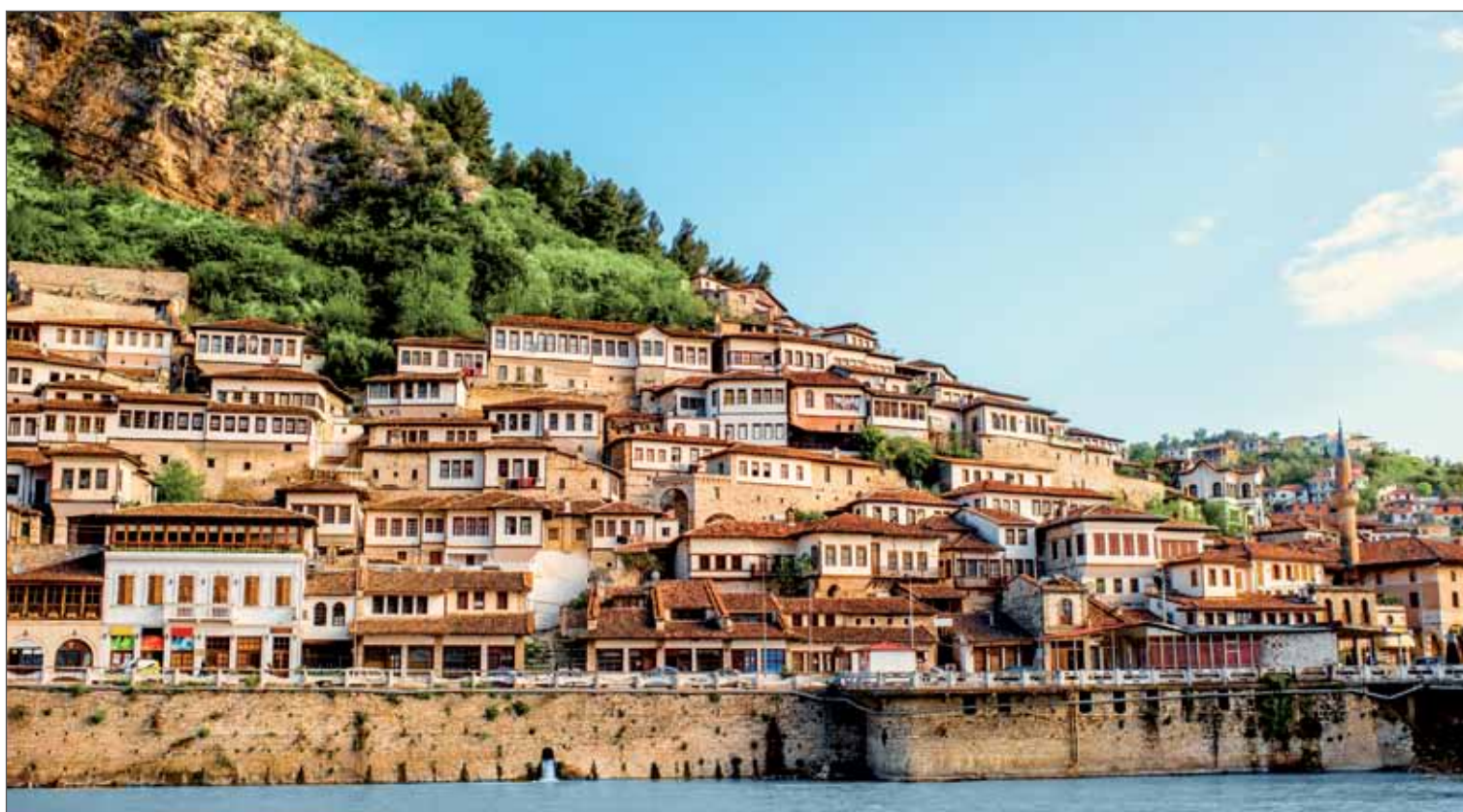
Wartość kampanii promocyjnej Eubei przekroczy 1,5 mln euro

**M**inisterstwo Turystyki Grecji przygotowuje specjalny plan rozwoju i promocji dla tych regionów kraju, które szczególnie mocno ucierpiały z powodu pożarów. Projekt ma się koncentrować przede wszystkim na północnej części Eubei, ale obejmie swoim zasięgiem także starożytną Olimpię, Ilię i wschodnią Mani. Regionalne przedstawicielstwa resortu mają ocenić skalę zniszczeń, ministerstwo jest też w stałym kontakcie z lokalnymi władzami, dzięki czemu na bieżąco pozyskuje informacje. Minister turystyki Harry Theocharis mówi, że war-

tość kampanii promocyjnej Eubei przekroczy 1,5 mln euro i wyspa będzie mogła prezentować się też na wszystkich targach, w których udział będzie brać Grecka Narodowa Organizacja Turystyczna. Wiceminister turystyki Sofia Zacharaki ma nadzorować program wsparcia dla wyspy, który zakłada m.in. powołanie instytutu szkoleniowego dla pracowników branży. Dodatkowo rząd przygotował program wsparcia, z którego mogą korzystać również przedsiębiorstwa turystyczne, a który zakłada różnej formy pomocy finansowe. MG

# Atrakcyjna cenowo Albania przyciąga klientów świeżością

Wprowadzenie obowiązkowej kwarantanny po powrocie m.in. z Albanii nie powinno uderzyć w ten kierunek, bowiem większość wyjeżdżających za granicę turystów to osoby zaszczepione.



MAŁGORZATA ORLIKOWSKA

**W** 2019 r. Albania przyjęła niemal 6,5 mln zagranicznych turystów, w kolejnym roku ich liczba zmniejszyła się o niemal 60 proc. Na tle innych destynacji może się to wydawać relatywnie małym spadkiem, jeśli jednak wziąć pod uwagę, że turystyka generuje tam aż 27 proc. PKB, był to dla lokalnej gospodarki poważny cios. Nic zatem dziwnego, że władzom Albanii zależy na jak najszybszym odbudowaniu międzynarodowego ruchu turystycznego. Jednym ze sposobów na osiągnięcie tego celu było zniesienie wymogów dotyczących przekraczania granic przez turystów. Strategia ta przynosi efekty. Jak donosił pod koniec lipca portal dispat-

chist.com, tylko w czerwcu w kraju nad Adriatykiem wypoczywało 604 tys. obcokrajowców, czyli niewiele mniej niż przez pierwsze cztery miesiące tego roku (ponad 750 tys.). W 2015 r. odnotowano 59 tys. Polaków wypoczywających w tym bałkańskim kraju, cztery lata później było ich już dwa razy więcej (133 tys.). W pandemicznym 2020 r. liczba Polaków mocno spadła (do ponad 24 tys.), jednak albańska branża turystyczna wierzy w znaczną poprawę statystyk w tym roku. Czy jest to do osiągnięcia?

## CORAZ WIĘCEJ ZASZCZEPIONYCH

Wśród przedstawicieli polskiej branży turystycznej zdania są podzielone. Jeszcze w połowie czerwca biura odnotowywały dobrą sprze-

daż tego kierunku. Ogłoszone przez polskie władze pod koniec czerwca zmiany zasad odbywania kwarantanny przez osoby wracające do Polski z krajów spoza Strefy Schengen, zmieniły ten stan rzeczy. W Denar Travel kierunek stracił na atrakcyjności po ogłoszeniu obostrzeń. Jak wyjaśnia jego właściciel, Andrzej Kaźmierczak, to dlatego, że w tym sezonie Albanii wybierali głównie klienci niezaszczepieni lub będący w trakcie procesu szczepień (lub z niezaszczepionymi dziećmi). – Wśród klientów, którzy są zaszczepieni ten kierunek nie cieszy się tak dużym zainteresowaniem. To głównie rodziny z dziećmi, które wybierają kierunki z bardziej rozbudowaną infrastrukturą dla małych dzieci niż Albania, np. Turcję z jej dużymi kompleksami ho-

telowymi wyposażonymi w kącki dla dzieci czy atrakcje wodne – wyjaśnia Kaźmierczak. Zwraca uwagę, że od końca czerwca zainteresowanie Albanią w jego biurze utrzymuje się na niskim poziomie. Będzie tak dopóty, dopóki władze nie zniosą obowiązku kwarantanny.

Inne obserwacje ma Maciej Szczechura, członek zarządu Rainbow. Jak mówi, wyhamowanie sprzedaży związane z ogłoszeniem kwarantanny było krótkotrwałe. Wygląda więc na to, że chwilowy kryzys nie odbije się na statystykach sprzedażowych, zwłaszcza że znacznej części klientów Rainbow wyjeżdżających do tego kraju nie dotyczą wprowadzone restrykcje, bo są zaszczepieni. – Po czerwcowym szczyście zainteresowania (brak testu dla niezaszczepionych), w lipcu Albania wróciła do swojej standardowej pozycji, jeżeli chodzi o popularność – twierdzi.

#### KIERUNEK NIEOCZYWISTY

Dziś za wcześnie jest, by przesądzać, jak w tym roku będzie się kształtować popyt na Albanię, pewne jest natomiast, że w kolejnych latach nadal będzie zyskiwała na popularności. Kierunek ma wiele walorów. Maciej Szczechura wskazuje m.in. na krótki bezpośredni

przelet i szybki transfer do Durres, także fakt, że to kraj, w którym podróźni mogą zwiedzić miejsca nieoczywiste, jakich nie spotkają w innych częściach Europy. Nie bez znaczenia jest wreszcie infrastruktura turystyczna, w tym hotele położone bezpośrednio na plaży, w pierwszej linii brzegowej (z leżakami i parasolami wliczonymi w cenę hotelu). Wiele z nich to obiekty nowe, w Albanii trwa bowiem *boom* inwestycyjny, dzięki któremu baza noclegowa stale się powiększa. Chętnie korzystają z tego rodzimi touroperatorzy, uzupełniając swoje katalogi o nowe obiekty czy atrakcje. To możliwe, ponieważ Albania to kraj wciąż nie do końca wyeksploatowany turystycznie, co w konsekwencji daje duże pole do manewru, jeśli chodzi o tworzenie ciekawych programów zwiedzania. – Co chwilę odkrywamy nowe miejsca, które warto pokazać turystom. W zeszłym roku np. dodaliśmy do oferty wycieczek fakultatywnych wyjazd w dziewicze Góry Północnoalbańskie, nad jezioro Koman. Dodatkowo oferowane są co roku atrakcje typu jeep safari czy spływy kajakowe, które przyciągają klientów lubiących aktywny wypoczynek – wymienia Szczechura. Otwarcie się touroperatorów na Albanię powoduje, że oferta wypoczynko-

wa jest dziś dużo bogatsza niż jeszcze kilka lat temu. Jak wskazuje Andrzej Kaźmierczak, 10 lat temu Albanię na polskim rynku miało w swoim portfolio tylko Rego-Bis, obecnie znajduje się w katalogach większości dużych organizatorów, przez co oferta jest różnorodna i elastyczna. To również wpływa na jej atrakcyjność. Istotny jest też aspekt ceny. W ostatnich latach destynacja przyciągała turystów o mniej zasobnych portfelach (oferując jednocześnie niezły serwis hotelowy). W tym roku – jak zauważa właściciel Denar Travel – zauważyć można jednak relatywnie duży wzrost cen. – Jeszcze w 2019 r. tygodniowy wypoczynek w Albanii kosztował 2 tys. – 2,5 tys. zł w środku sezonu, dziś to koszt nawet 3 tys. zł – mówi przedstawiciel biura. Niemniej, jak zaznacza, wciąż pozostaje atrakcyjna cenowo, a przy tym kusi swoją dziewiczością, co jest walorem na tle tak dojrzałych destynacji jak Grecja, Turcja czy Bułgaria. ■

#### PISALIŚMY O TYM

*Balkany otwarte na polskich turystów. Albania wśród liderów*

WT, sierpień 2021, strona 14

## Walka o rafy koralowe. Kremy na cenzurowanym

Popularne egzotyczne kierunki wprowadzają zakaz stosowania kremów przeciwsłonecznych z filtrami chemicznymi.

W 2018 r. Hawaje stały się pierwszym stanem w USA, który zakazał sprzedaży kremów przeciwsłonecznych zawierających oxybenzon i octinoksat. Takie obostrzenia również czekają turystów na Wyspach Dziewiczych, Arubie, Palau i w kilku rezerwach Meksyku. Wszystko to dla ratowania raf koralowych. Ustawa w tym roku weszła w życie. Turyści nadal mogą przywieźć własny krem, jednak jeżeli o nim zapomną, będą musieli nabyć go w aptece, posiadając receptę lekarską. W 2020 r. podobny nakaz wprowadziły władze Australii, aby chronić jeden z ich największych skarbów: *The Great Barrier Reef*. Sytuacja jest



Craig A. Downs: Przez filtry chemiczne koralowce zaczynają tracić naturalną żywą barwę

bardzo poważna, ponieważ jak podają naukowcy, w samym tylko 2015 r. do wody wokół raf koralowych na całym świecie trafiło

około 14 tys. ton kosmetyków z filtrami przeciwsłonecznymi. Z roku na rok ta liczba jest coraz wyższa, a szkodliwe substancje powodują nieodwracalne zmiany w ekosystemie. – Przez filtry chemiczne koralowce zaczynają tracić naturalną żywą barwę, gdy temperatura wody osiąga 31°C – poinformował dr Craig A. Downs, dyrektor wykonawczy Haereticus Environmental Laboratory. Substancje chemiczne zawarte w filtrach powodują niszczenie kolonii koralowców, ich blaknięcie, co wskazuje na ekstremalny stres i genetyczne uszkodzenia koralowców i innych organizmów morskich.

Na czarnej liście najbardziej szkodliwych filtrów znajduje się octinoksat, oxybenzon oraz oktokrylen, a także oxybenzon, przez który koralowce ulegać mogą wybieleniu. Alternatywą dla chemicznych filtrów są filtry mineralne, które są bezpieczne dla raf koralowych. Podobny zakaz miał być wprowadzony także na Florydzie i w Kalifornii, jednak ostatecznie nie udało się go przeforsować. Przeciwnicy ustawy argumentują, że niepotrzebnie ogranicza ona wybór bezpiecznych kremów z filtrem, a być może nawet zniechęca do ich stosowania. MGO ■

# Rząd zapowiada zmiany w ustawie o imprezach turystycznych

O tym, że aktualna ustawa o imprezach turystycznych jest dla biur w sytuacjach nadzwyczajnych groźna, wiemy już od dawna. Mija już półtora roku od początku pandemii, która zagroziła istnieniu profesjonalnego sektora organizatorów turystyki, a w tym względzie nadal nie widać żadnych zmian.

KRZYSZTOF WILK

**R**ozwiązania, które miały chronić turystów w przypadku lokalnych zagrożeń, takich jak choćby niepokoje społeczne w danym kraju, okazały się dramatyczne w sytuacji, gdy nadzwyczajne okoliczności ogarnęły cały świat. Zgodnie z obowiązującą ustawą o imprezach turystycznych, w takim przypadku organizatorzy musieli zwrócić turystom wszystkie otrzymane zaliczki, niezależnie od tego, czy sami otrzymali takie zwroty od swoich kontrahentów.

To rozwiązanie, jak się okazało, jest niemożliwe do utrzymania na przyszłość, ponieważ biura podróży po prostu nie mogą samodzielnie ponosić takiego ryzyka i odpowiedzialności. Trudno jest jednak narzekać na polskiego ustawodawcę, skoro nasze przepisy stanowią powtórzenie istniejących regulacji unijnych i co do zasady nie mogą być z nimi sprzeczne.

## ZWROT ZALICZEK

Podczas ostatniego posiedzenia Sejmowej Komisji ds. Kultury Fizycznej, Sportu i Turystyki (22.07. br.) przedstawiciele Ministerstwa Rozwoju poinformowali, że prowadzą rozmowy z Komisją Europejską odnośnie zmiany treści Unijnej Dyrektywy. Aktualne jej zapisy nie pozwalają polskiemu ustawodawcy na żaden luz decyzyjny.

Unijne przepisy w art. 12 ust. 2 stanowią, że „(...) podróżny ma prawo do rozwiązania umowy o udział w imprezie turystycznej przed rozpoczęciem imprezy turystycznej bez ponoszenia jakiegokolwiek opłaty za rozwiązanie w przypadku nieuniknionych i nadzwyczajnych okoliczności występujących w miejscu docelowym lub jego najbliższym sąsiedztwie, które to okoliczności w znaczącym stopniu wpływają na realizację imprezy



turystycznej lub które w znaczącym stopniu wpływają na przewóz pasażerów do miejsca docelowego. W przypadku rozwiązania umowy o udział w imprezie turystycznej, zgodnie z niniejszym ustępem podróżny jest uprawniony do pełnego zwrotu wszelkich wpłat dokonanych z tytułu imprezy turystycznej (...)”.

W sytuacjach nadzwyczajnych niezwykle istotny jest również zapis ust. 3 tego aktu prawnego, który stanowi, że „organizator może rozwiązać umowę o udział w imprezie turystycznej i dokonać pełnego zwrotu podróżnemu wszelkich wpłat dokonanych z tytułu imprezy turystycznej, bez ponoszenia odpowiedzialności za dodatkową rekompensatę, jeżeli: (...) organizator nie ma możliwości zrealizowania umowy z powodu nieuniknionych i nadzwyczajnych okoliczności i powiadomił podróżnego o rozwiązaniu umowy bez zbędnej zwłoki przed rozpoczęciem imprezy tury-

stycznej.” O terminach wykonania tych obowiązków rozstrzyga ust. 4, zgodnie z którym: „zwroty na rzecz podróżnego dokonywane są bez zbędnej zwłoki, a w każdym razie nie później niż w ciągu 14 dni od rozwiązania umowy o udział w imprezie turystycznej.”

## CO DALEJ Z ZALICZKAMI?

Jak widać w wyżej zacytowanych przepisach, bez decyzji organów unijnych nie może być mowy o modyfikacji przepisów krajowych, które muszą być w tym względzie spójne. Komisja europejska, mając tego świadomość, od 1,5 roku nie wszczęła żadnych konkretnych prac legislacyjnych. To rodzi pytania, czy nie można tej problematyki rozstrzygnąć innymi metodami.

Uczestnicy posiedzenia komisji wskazywali na konieczność podziału ryzyka pomiędzy wszystkich przedsiębiorców, albowiem obec-

nie w największym stopniu skupia się ono na organizatorach. Trudnością w tym względzie jest to, że rozwiązania dotyczące np. hoteli i przewoźników nie będą miały zastosowania do większości kontrahentów polskich organizatorów, albowiem są to podmioty zagraniczne i podlegają pod inną jurysdykcję.

W deklaracjach przedstawicieli rządu trudno w tym aspekcie odnaleźć jakiś pomysł i wydaje się, że cała nadzieja pokładana jest w tym, że Unia Europejska poprzez swoje organy rozwiąże ten problem. To podejście mogłoby wydawać się prawidłowe, albowiem po to jest właśnie ustawodawstwo unijne, aby rozwiązywać problemy wykraczające poza jurysdykcję konkretnych krajów, niemniej znając tempo procedowania jakichkolwiek zmian w UE, może się ostatecznie okazać że na zmiany w prawie poczekamy jeszcze miesiące lub lata.

#### POWIĄZANE USŁUGI TURYSTYCZNE I ELEKTRONIZACJA

W czasie posiedzenia pojawił się również temat wyodrębnienia w ustawie podmiotów świadczących powiązane usługi turystyczne, których zarejestrowanych jest mniej niż 100 w porównaniu do prawie 5 tys. organizatorów. Zdaniem ministerstwa ta działalność jest marginalna, niemniej brak jest w tym zakresie jakichkolwiek propozycji zmian, a raczej oczekiwanie na weryfikację przepisów unijnych.

Konkretną propozycją jest natomiast pełna i obowiązkowa elektronizacja deklaracji składanych do Turystycznego Funduszu Gwarancyjnego. Pomysł jest niewątpliwie słuszny, zwłaszcza przy uwzględnieniu ewentualnego rozszerzenia informacji o miejscu docelowym wycieczek objętych umowami, które pozwoliłyby TFG na dokładniejszy monitoring bieżących działań organizatorów. Są to jednak kwestie techniczne, które w niewielkim stopniu wpłyną na poprawę sytuacji biur podróży.

#### OCHRONA NAZWY „ORGANIZATOR”

To, na co warto zwrócić uwagę, to propozycja zwiększenia ochrony prawnej nazewnictwa „organizator turystyki”. Ministerstwo rozważa wprowadzenie nowych przepisów, które pozwoliłyby skuteczniej walczyć z tzw. „szarą strefą”. Chodziłoby o to, aby określenie „organizator turystyki” było chronione w podobny sposób jak np. „hotel” czy „pensjonat”.

Wydaje się, że jest to temat, który warto podjąć niemniej już w obecnym stanie prawnym organizowanie imprez bez uzyskania wpisu do rejestru jest poddane sank-



Krzysztof Wilk – radca prawny specjalizujący się w obsłudze prawnej przedsiębiorców branży turystycznej, [www.rpkw.pl](http://www.rpkw.pl)

cjom prawnym. Obecność w tzw. „szarej strefie” nie wymaga wcale posługiwania się nazwą „organizator turystyki”, a polega przede wszystkim na świadczeniu usług, które są imprezami turystycznymi. W tym względzie wydaje się, że wystarczyłoby zaostreżenie obowiązujących już sankcji i, co najważniejsze, skuteczne ich egzekwowanie.

#### ZMIANY W USTAWIE HOTELARSKIEJ

Dyrektor departamentu MRPiT Dominik Borek przedstawił informację, iż w wśród planowanych zmian będzie m.in. wzmocnienie ochrony nazw obiektów kategorizowanych (hotele, pensjonaty), która w chwili obecnej jest niewystarczająca. Pojawia się również propozycja stworzenia ogólnopolskiego rejestru innych obiektów noclegowych nie posiadających kategorii, a świadczących usługi hotelarskie. To wymagałoby połączenia rejestrów prowadzonych aktualnie przez poszczególne gminy.

Podobny pomysł dotyczy utworzenia rejestru przewodników górskich – w ocenie przedstawiciela ministerstwa istnieje infrastruktura informatyczna, którą można wykorzystać do stworzenia rejestrów pozwalających na weryfikację uprawnień przez klientów. Ostatnim pomysłem przedstawionym podczas posiedzenia komisji było wprowadzenie do ustawy tzw. opłaty turystycznej, która miałaby zastąpić aktualnie obowiązującą opłatę miejscową. Mankamentem tej ostatniej jest uzależnienie od warunków klimatycznych, których jak wiadomo wiele miejscowości turystycznych po prostu nie spełnia.

Podsumowując, po 1,5 roku obowiązywania stanu epidemii brak jest jakichkolwiek konkretnych pomysłów, które mogłyby poprawić sytuację biur podróży w Polsce. Trudno nie odnieść wrażenia, że cała nadzieja skupiona jest wokół perspektywy zmiany przepisów unijnych, która jak już zostało to wskazane, musi potrwać długo.

#### PODATKI

## Pracodawca zapłaci za ległe podatek i składki

Ministerstwo Finansów przygotowuje nowy sposób na walkę z tzw. „szarą strefą” w ramach Polskiego Ładu. Zgodnie z tymi założeniami przedsiębiorca zatrudniający „na czarno”, będzie musiał doliczać do swojego przychodu wynagrodzenia zapłacone nieformalnie. Nieuczciwy pracodawca zapłaci też z własnej kieszeni zaległy podatek pracownika i jego składki na ubezpieczenie. Może się jednak zdarzyć, że takie same skutki będzie miało też przekwalifikowanie przez ZUS np. umowy o dzieło na umowę o pracę. Zmiana przepisów ma zachęcić zatrudnionych „na czarno” pracowników do dochodzenia swoich praw i zgłaszania do odpowiednich organów faktu, że pracują nielegalnie. Obecnie stwierdzenie zatrudnienia „na czarno” albo ujawnienie wypłat części wynagrodzenia „pod stołem” nie zwalnia osoby fizycznej zatrudnianej w ten sposób z obowiązku rozliczenia podatku dochodowego od osób fizycznych. Zdaniem ministerstwa, okoliczności te powodują, że pracownicy nie są chętni do dochodzenia swoich praw z tytułu nieprawidłowości w sposobie zatrudnienia, gdyż po ich stronie również wystąpi konieczność uregulowania zaległości. Nowe przepisy mają doprowadzić w tym względzie do całkowitej zmiany i przerzucić całe ryzyko nielegalnego zatrudnienia na przedsiębiorcę, a tym samym odstraszyć chętnych do obniżenia kosztów podatkowych i składkowych. KW



Rząd planuje wprowadzić zmiany, według których przedsiębiorca zatrudniający „na czarno” będzie musiał doliczać do swojego przychodu wynagrodzenia zapłacone nieformalnie



# Turystyka szkolna wymaga ręki profesjonalisty

**MAGDALENA ZAWADZKA-NOWAKOWSKA:** Turystyką szkolną nie mogą zajmować się samozwańczy organizatorzy. Szara strefa psuje rynek.

NELLY KAMIŃSKA

**N**iepełnosprawność czy choroba dziecka nie mogą być przeszkodą w podróżowaniu – taka idea przyświecała Magdalenie Zawadzkiej-Nowakowskiej, gdy w 1999 r. zakładała w Legionowie biuro turystyki szkolnej i edukacyjnej Guliwer. – Podjęliśmy się organizacji turystyki dla wszystkich dzieci, nie tylko zdrowych, ale też tych na wózkach, głuchoniemych, niedowidzących czy autystycznych. Na początku mieliśmy ogrom pracy, osobiście jeździliśmy np. do muzeów, by sprawdzić, czy niepełnosprawne dziecko będzie mogło komfortowo je zwiedzić. Nawiązaliśmy współpracę z pielęgniarkami, psychologami, przewodnikami w języku migowym. Ale ten wysiłek szybko zapro-

centował, bo w tamtych czasach nie było na rynku biur, które podchodziłyby do turystyki szkolnej w sposób tak kompleksowy – mówi Magdalena Zawadzka-Nowakowska.

## BEZPIECZEŃSTWO NAJWAŻNIEJSZE

Właścicielka Guliwera ma wiele pomysłów, jak uatrakcyjnić i wzbogacić wycieczki szkolne. – Dużą wagę przywiązujemy do kwestii bezpieczeństwa i pierwszej pomocy. To nas wyróżniało od początku. Na koloniach i obozach organizujemy spotkania np. z ratownikami górskimi czy specjalistami od samoobrony. Dzięki takim zajęciom i dzieci, i rodzice czują się pewniej – wskazuje organizatorka. Jak zauważa, pandemia źle wpłynęła na zdrowie psychiczne dzieci. – Pojawiły się depresje, wycofanie, lęki. Dlatego będziemy zapra-


szać na obozy także psychologów i psycho-  
terapeutów, którzy będą uczyć dzieci nawią-  
zywania relacji społecznych, ale też radzenia  
sobie z hejtem i agresją – zapowiada. Kolej-  
nym jej pomysłem są warsztaty rękodzielni-  
cze. – Dziś grupy szkolne jeżdżą przez cały  
rok, ale kiedy zaczynaliśmy działalność, jeź-  
dziły tylko wiosną i krótko jesienią. Poza tymi  
okresami nic się w naszej branży nie działo.  
Żeby mieć pracę w martwych sezonach, ku-  
piliśmy upadłą fabrykę długopisów i flama-  
strów i przekształciliśmy ją w Dom Ludowy –  
mówi organizatorka. – Z wykształcenia  
jestem historykiem etnografem, więc dobrze  
znam kulturę ludową. W rozkręceniu pracow-  
ni pomógł mi nieżyjący już tato, zaangażowa-  
ny nauczyciel i pedagog, który nauczył mnie,  
jak prowadzić zajęcia. Robimy bombki cho-

inkowe, szopki, bałwanki. Demonstrujemy dzieciom stare narzędzia rolnicze i sprzęty domowe, które tato kupił na pechlich targach. W sposób ożywiony prezentujemy naszą tradycję i obrzędy, ich barwność i wyjątkowość. Nie mamy problemu z pozyskaniem klientów, bardzo często szkoły, które jeżdżą z nami na wycieczki, zamawiają u nas później warsztaty – opowiada właścicielka Guliwera.

### DYNAMICZNI SENIORZY

W czasie pandemii produkcją ozdób w Domu Ludowym zajęli się współpracujący z biurem piloci i przewodnicy, którzy nie mieli wówczas pracy, a pieniądze ze sprzedaży wsparły ich budżety. – Zaproponowaliśmy im tę pracę, bo baliśmy się, że wyjadą za granicę albo się przebranzowią. Wiedzieliśmy, że sprawdzona kadra to podstawa i jeśli ją teraz stracimy, po pandemii będziemy zaczynać od zera – mówi Magdalena Zawadzka-Nowakowska. Na warsztaty rękodzielnicze zapisują się również seniorzy. Coraz częściej jeżdżą też na wycieczki. – To kolejna grupa klientów, która w ostatnich czasach pięknie nam rośnie. Dziś obsługujemy 90 proc. szkół i 10 proc. emerytów, ale z czasem te proporcje mogą zmienić się na pół na pół – uważa organizatorka. – Turystyka dla starszych osób jest ważna i potrzebna, bo w społeczeństwie będzie przybywać emerytów. Czasem nawet nie jest dla nich ważne, dokąd jadą, chcą się po prostu spotkać i być ze sobą – mówi Magdalena Zawadzka-Nowakowska.

### SZKOLNA TYLKO DLA PROFESJONALISTÓW

Choć rynek turystyki szkolnej od półtora roku tkwi w kryzysie, właścicielka Guliwera patrzy w przyszłość z optymizmem. – O ile nie będą wybuchały pandemie, turystyce szkolnej raczej nic nie zagrazi, bo w tej branży po prostu niezbędny jest profesjonalny organizator. Zwykły turysta jednym kliknięciem może kupić przelot i noclegi, co innego grupa szkolna, która potrzebuje przewodnika, edukatora, indywidualnego podejścia, programu ułożonego specjalnie dla niej i dostosowanego do pory roku, wieku i kondycji uczestników – wskazuje organizatorka. – Dlatego tak ogromnym problemem są działający w „szarej strefie” samozwańczy organizatorzy bez uprawnień, kontaktów, wiedzy i doświadczenia, którzy psują rynek – zauważa. – Nigdy nie byliśmy nastawieni wyłącznie na zysk, na pierwszym miejscu stawialiśmy zadowolenie klienta. Do wszystkich podchodziliśmy w sposób pozytywny, otwarty, indywidualny. Taka postawa, dzięki której zaskarбилиśmy sobie zaufanie i lojalność klientów, pomogła nam przetrwać pandemię – konkluduje Magdalena Zawadzka-Nowakowska. 

## Magdalena Zawadzka-Nowakowska

**PRYWATNIE:** Urodziła się w 1975 r. w Warszawie. Ukończyła historię na Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, a także roczne kursy organizacji turystyki i krajoznawstwa oraz pilotów wycieczek. Ma męża Piotra, 15-letnią córkę Wiktorię i psa. Uwielbiają podróżować, wędrować, uprawiać sporty wodne i gotować.

**ZAWODOWO:** W 1999 r. założyła biuro turystyki szkolnej Guliwer. Udziela się w nim także mąż, który projektuje ulotki i plakaty, pomaga przy koloniach i zimowiskach. Magda ma uprawnienia m.in. przewodnika po Warszawie, wychowawcy kolonijnego, kierownika placówek wypoczynku dzieci i młodzieży, animatora czasu wolnego.

## Zmiany personalne

### Marcin Różycki wiceprezesem POT

Różycki wygrał konkurs na wiceprezesa ogłoszony przez Polską Organizację Turystyczną pod koniec maja. Będą mu podlegać departamenty marketingu oraz strategii i rozwoju. Od grudnia 2018 r. Różycki był zastępcą prezydenta Kielc ds. turystyki, sportu, edukacji, kultury i zdrowia, w kwietniu 2021 r. został odwołany ze stanowiska. Przed rozpoczęciem pracy w ratuszu był menedżerem Hotelu Binkowski w Kielcach. Wykłada na Uniwersytecie Jana Kochanowskiego w Kielcach. Ukończył studia MBA w Wyższej Szkole Menedżerskiej w Warszawie, zarządzanie i marketing na Uniwersytecie Jana Kochanowskiego oraz Wyższą Szkołę Biznesu w Kielcach. NEL



### Dominika Szulc zostaje w Brukseli na kolejną kadencję

Szulc jest dyrektorem Zagranicznego Ośrodka Polskiej Organizacji Turystycznej w Brukseli od 2009 r. i właśnie wygrała kolejny konkurs na to stanowisko. Karierę zawodową rozpoczęła od pracy przewodnika po Pomorzu i pilota wycieczek specjalizującego się w krajach skandynawskich. Współtworzyła Pomorską Regionalną Organizację Turystyczną i była jednym z jej pierwszych pracowników. Pracowała też w Urzędzie Miejskim w Gdańsku, zajmując się promocją. Z POT-em związała się w 2007 r. Dzieciństwo spędziła w Algierii. Ukończyła skandynawistykę na Uniwersytecie Gdańskim. Odznaczona odznaką honorową „Za zasługi dla turystyki”. Pasjonuje się fotografią i jazdą konną. NEL



### Piotr Czech dyrektorem Lotniska Chopina

Wcześniej Czech pełnił tam funkcję dyrektora operacyjnego. W warszawskim porcie przepracował w sumie 10 lat. Z branżą lotniczą związany jest od 2008 r., kiedy zaczął pracę w Przedsiębiorstwie Państwowym „Porty Lotnicze”. W latach 2008-2011 w spółce PL.2012 koordynował przygotowania polskich lotnisk do obsługi mistrzostw Europy w piłce nożnej. W latach 2017-2021 w Polskiej Agencji Żeglugi Powietrznej współtworzył i rozwijał System Zarządzania Bezpieczeństwem. Wiosną 2021 r. wrócił do pracy na Lotnisku Chopina. Wykłada w Akademii Sztuki Wojennej i Uczelni Łazarzkiego w Warszawie. Jest absolwentem Wydziału Transportu Politechniki Warszawskiej o specjalności sterowanie ruchem w transporcie lotniczym. Obronił także doktorat „Polityka bezpieczeństwa Unii Europejskiej w zakresie lotnictwa cywilnego” w Akademii Humanistycznej w Pułtusku. NEL 



## Kociewie na dwóch kółkach

**W połowie sierpnia Lokalna Organizacja Turystyczna Kociewie zorganizowała Kociewsko-Borowiacki Rajd Rowerowy.**

Była to 24. edycja wydarzenia, którego celem jest promocja kociewskich tras rowerowych, a także zachęcanie do aktywnego spędzania wolnego czasu. W tym roku do przejechania było niemal 60 kilometrów. Wyprawa rozpoczęła się i zakończyła w Majewie, w gminie Morzeszczyn. Rowerzyści przejechali m.in. przez Gąsiorki, Wielbrandowo, Skórcz, Osiek, gdzie wzięli udział w Jarmarku Odpustowym, Radogoszcz, Jaszczerek, Rynkówkę, Kopytkowo, Smętowo i Lipią Górę. MO



Foto: Emilia Laskowska

## Bory Tucholskie marką

Od kilku lat Kujawsko-Pomorska Organizacja Turystyczna (K-POT) buduje regionalne marki, które mają wzmacniać wizerunek regionu, a w konsekwencji budować jego popularność wśród turystów.

Do tej pory Organizacja pracowała nad markami Kujaw i Pałuk. W tym roku przyszedł czas na trzeci z pięciu subregionów – Bory Tucholskie. Choć Bory uchodzą za najpopularniejszą obok Torunia destynację województwa kujawsko-pomorskiego, konieczne jest zrewidowanie ich wi-

zerunku i oferty turystycznej. Działania na rzecz budowania marki Borów Tucholskich K-POT zapoczątkował organizując, wspólnie z Powiatem Tucholskim oraz Powiatem Świeckim, warsztaty. Spotkania odbyły się w Tucholi i Osiu w drugiej połowie sierpnia. MO.



Foto: Hatala Przekwieszyn



## Wody Polskie z nagrodą

**Podczas odbywającego się w połowie sierpnia w Toruniu Festiwalu Wisły 2021 rozstrzygnięto konkurs Przyjaznego Brzegu Centrum Turystyki Wodnej PTTK.**

To konkurs organizowany przez PTTK wspólnie z Polskim Związkiem Żeglarskim mający kształtować społeczną świadomość w zakresie wartości polskich wód. W tym roku nagrodę główną przyznano Wodom Polskim za budowę śluzy Guzianka II na szlaku Wielkich Jezior Mazurskich. Nagrodę odebrał Krzysztof Woś, zastępca prezesa Wód Polskich ds. ochrony przed powodzią i suszą. MO



Foto: M.K., Paweł Włady-Polskie

## Bezpieczne wakacje WIT

**Pod koniec maja Warszawska Izba Turystyki zorganizowała konferencję pt. „Bezpieczny i atrakcyjny wypoczynek dzieci i rodzin w dobie pandemii – Lato 2021”.**

Do studia telewizyjnego zaproszono sześciu ekspertów reprezentujących: Centralny Szpital Kliniczny MSWiA w osobie Dyrektora dr n. med. Zbigniewa Króla, GIS – prawnika Agnieszkę Mroczek, WOPR – Prezesa Zarządu Głównego Pawła Błasiaka oraz komisarz Sabinę Stepek z Wydziału Prewencji Komendy Stołecznej Policji, Czesława Ziemniaka, zastęp-

cę Dyrektora Delegatury Mazowieckiego Kuratorium Oświaty i Macieja Nykla, prezesa Nekery.

Podczas konferencji zaprezentowano aktualnie obowiązujące przepisy i zasady organizacji wypoczynku letniego dla grup zorganizowanych i turystów indywidualnych. W drugiej części eksperci odpowiadali na pytania zadane przez uczestników konferencji online. Spotkanie moderował Przewodniczący WIT Andrzej Piotr Żukowski.

Partnerem konferencji był Urząd Marszałkowski Województwa Mazowieckiego. Patron medialny, *Wiadomości Turystyczne*.





## Dhammika Kumari Semasinghe

### Ambassador of Sri Lanka to the Republic of Poland

Ms. Dhammika Kumari Semasinghe, was born in Nikaweratiya, Sri Lanka. The Ambassador began her undergraduate studies in political science at the Peradeniya University, Kandy, and was awarded the opportunity to complete her degree in International Relations and Public Policy at Swarthmore College, Pennsylvania, USA. She has a Master's in International Public Policy from the School of Advanced International Studies (SAIS), Johns Hopkins University, Washington DC, USA. She is a career diplomat (class of 1996) with 25 years of both bilateral and multilateral diplomatic experience, having served in different capacities in the political, economic and multilateral sections of the Foreign Ministry, and abroad, in the Sri Lanka Missions in New York, Washington, DC and New Delhi. Prior to the current assignment, Ambassador Semasinghe was the Director General for Europe and Central Asia, and European Union and Commonwealth at the Sri Lanka Foreign Ministry. Formally assumed the post of Sri Lanka's Ambassador to the Republic of Poland on 6 July 2021. She speaks Sinhala, English and Hindi, and is an aspiring ceramic artist.



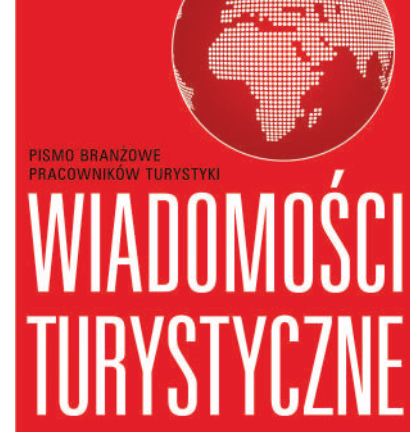
# Sri Lanka tourism on the way to recovery

MAŁGORZATA ORLIKOWSKA

**F**irst of all I wish to congratulate you on your new appointment as an Ambassador of Sri Lanka to the Republic of Poland.

At the beginning of July you officially started your diplomatic mission by presenting the Letters of Credence to president of Poland, H.E. Mr. Andrzej Duda. During that meeting you assured Mr. President that Sri Lanka is open for continuing and strengthening relationships with Poland in various areas. Which areas you consider as the most important in terms of intensifying trade ties between our countries? Is tourism one of them?

**Dhammika Kumari Semasinghe:** Thank you for your felicitations on my appointment as Sri



Lanka's Ambassador to the Republic of Poland. I sincerely appreciate the opportunity of the interview with your esteemed publication. I look forward to exploring in depth, the rich culture and heritage of Poland, while focusing on advancing cultural and people-to-people linkages to build enduring bridges of friendship. It is the people, I believe, of Sri Lanka and Poland, who are the final keepers of memory and friendship.

It is a singular honour to serve in a country that, in the last three decades, has made tremendous economic and social advancement. Poland is an important bilateral partner for Sri Lanka in Central Europe, as we seek to increase our footprint in this region.

Our bilateral engagement, of over six decades, has been gaining renewed strength and momentum in the last 4–5 years. Increasing, two-way trade and tourism flows has been a priority for both sides. Sri Lanka and Poland are well positioned to seize the opportunities in each other's countries as, we have the bilateral legal framework already in place, with the signing of the agreements on 'Cooperation in the field of Tourism' and 'Avoidance of Double Taxation and the Prevention of Fiscal Evasion with respect to Taxes on Income'.

Total trade between our countries, has expanded from US\$ 13.5 million in 2000 to US\$ 66.5 million in 2019. Sri Lanka's main export item to Poland is tea, and Poland's key export product to our country is refined sugar. Therefore, there is not only potential to diversify the export basket of both countries, but a certain urgency to do so.

One of the most welcome developments to catalyse trade and tourism has been direct air-connectivity established between Warsaw and Colombo by the LOT Polish Airlines, since November 2019. We need to make this connectivity viable by increasing two-way tourism flows and through cargo operations.

Prospective Polish investors should consider Sri Lanka as an attractive investment destination in the larger context of Asia, which is the emerging economic powerhouse, according to analysts. In fact the 21st century is often called the 'Asian Century'. Around 50 per cent of the world's population lives in this part of the world. Sri Lanka is in Asia, and enjoys its own unique strategic location as the gateway to accessing the vast Asia-Pacific markets.

We are keen to invite Polish businesses to explore investment opportunities in prioritized sectors with prospects for high value-addition and high-tech infusion. These include IT ena-

bled services, manufacturing (electronics), food processing, agri-business, hospitality industry, logistics, infrastructure, including transport and pharmaceuticals.

As I have underlined before, Sri Lanka is pro-business and welcomes investments that have a 'transformational impact' on its economy, leading it to be listed globally as an important investment destination. As we speak, Sri Lanka has already invited Polish pharmaceutical companies to supply medical equipment and medicines conforming to WHO quality standards. Bids have also been circulated for joint ventures in value addition in the minerals sector.

The tourism industry is Sri Lanka's third foreign exchange generating sector. We have prioritized Poland as a source destination, and have already published a tender process calling for applications to select a world class Public Relations company for Poland. Tourist arrivals from Poland have increased phenomenally since 2012 from 5,806 arrivals to 20,896 by 2019.

The sector has already attracted US\$950 million in investments since March 2020. The Sri Lanka Tourism Development Authority (SLTDA) has streamlined the investor participation process by creating a user friendly single application to meet with investor expectations and international standards. An Investment Relations Unit (IRU) has been set up to expedite the approval of tourism investments, in addition to publishing an Investor Handbook. Transparency has been ensured with regard to the application and approval process.

**Before we focus on promoting activities in Poland, let's talk about current situation of tourism in Sri Lanka. How pandemic influenced tourism sector and tourism in Sri Lanka?**

The pandemic unleashed drastic economic, financial, investment and social disruptions in Sri Lanka's tourism industry. This is an industry that employs around 3 million people. The Small and Medium Enterprises (SMEs) contribute over 40 per cent towards the industry. The supply chain comprises of accommodation providers from five-star hotels to AIBIB, travel agents, restaurants, curios shops, event management companies (MICE) and such service providers, artists, wellness and adventure-related service providers, tour guides, drivers, and an a vast array of informal sector workers. This industry provides income to all those from the corporate and government sectors to the grassroots level. It is anticipated that the sector

will lose around 41 per cent to 60 per cent of its employees.

During the pre -pandemic period in 2019 and despite the Easter Sunday terror attacks, Sri Lanka was doing reasonably well by recording 1,913,702 tourist arrivals and earning US\$ 3.7 billion. It is heartening to note that over 11,000 visitors came from Poland despite those attacks. The sector's direct contribution to the GDP was 4.3 per cent. However, by the end of 2020, arrivals had drastically dropped to 507,704.

The Government proactively initiated several measures to support the industry during this pandemic period by extending debt moratoriums, providing soft loans to cover utility payments, extending liquor licenses, making cash transfers for tour guides and chauffeurs, reducing registration and renewal fees for those within the industry, among others. Re-skilling programmes are being initiated for those, who lost jobs due to the pandemic.

**In 2021 the world has started the vaccination process. What percentage of the population of Sri Lanka is already vaccinated and how long will take to vaccine all of the population?**

Sri Lanka has been handling the COVID -19 triggered public health crisis, and the accompanying challenges, especially with the emerging more transmissible variants and vaccination supply shortages, with a keen sense of urgency. The Government has intensified its vaccination drive, with WHO recommended vaccinations, including those recommend for emergency use. The effort is fast paced, well administered, and continuing without a vaccine resistant or hesitant public.

With excellent bilateral donor country support, and along with the WHO's country specific vaccination assistance programme, Sri Lanka has thus far vaccinated almost 50% of its population, with 11.6 million of the 21 million population having received the first dose, while 4 million have been given both doses. All personnel in the tourism sector are fully vaccinated.

The National COVID-19 Prevention Centre has made it mandatory from 15 September 2021 for members of the public to carry the vaccination

certification cards to enable inter-district travel and movement in public spaces, including for commuters using public transport.

**At the beginning of June Sri Lanka opened its borders for international tourists. What are the government predictions regarding tourism recovery in Sri Lanka in the next years?**

Sri Lanka has recognized that we are still in uncharted territory with regard to the nature of this pandemic. More importantly, we recognize that going forward, we will be operating in a context called the 'new normal'. Therefore, we are ready and willing to initiate our best efforts to creatively adapt the industry to the 'new normal.'

In the short and medium term, Sri Lanka will focus more on reviving tourism season by season.

In order for us to recover satisfactorily and aspire for the pre-pandemic growth rates, the situation in the tourism source countries must also improve. Therefore, the sector's wellbeing is globally integrated and inter-dependent in the pandemic context.

However, we remain optimistic as ever because, considering the arrivals figures for 2020 during the first wave of the pandemic, Sri Lanka attracted 507,704 tourists between January -December. The significant source countries (over 10,000 arrivals) were Poland (11,908), Australia (20,283), China (26,147), France (24,838), Germany (34,507), India (89,357), Russia (49,397), Ukraine (17,169), the UK (55,455) and US (16,842).

Outlook matters in challenging situations. Sri Lanka has viewed this challenge, however unprecedented, as an opportunity for building up individual and collective resilience, and for generating change through innovative thinking.

**How does Sri Lanka lure international tourists to visit this country? Does government support inbound tourism in Sri Lanka?**

Sri Lanka started welcoming foreign travellers since the end of 2020.

At present, fully vaccinated visitors with a negative pre and post arrival (within a day on arrival) PCR test, are free to travel around the country. The current restrictions on inter-province travel do not apply to fully vaccinated travellers.

We were quick to introduce the 'travel bio bubble' concept for visitors in end 2020 following the second wave, to enable travel within the island to certified locations, and stay in similar accommodation facilities. In the travel bubble,

tourists were able to explore 22 sites in the country, and stay in any number of certified safe and secure hotels. For implementing this creative effort, Sri Lanka was awarded the 'Safe Travel Stamp' by the World Travel and Tourism Council. We were the first in the region to be so awarded for adopting such a refreshingly novel concept.

We have also recognized that traveler confidence in his/her health safety has to be ensured, and that is the new imperative in the COVID-19 pandemic context. Therefore, adopting a forward looking and responsible approach, we were quick to have all our all hoteliers, staff guides, travel agents and chauffeurs trained, certified and vaccinated.

Sri Lanka tourism implemented the live streaming concept of 'stay home today and travel tomorrow' by live streaming travel experiences or tours such as, The 'Couch Safari', which was viewed by around 350,000 viewers, local and international. More recently, the unique and magnificent Kandy Esela Perahera pageant was live-streamed from 13-23 August 2021.

Our country continues to receive excellent rankings and was named the best travel destination for its fabulous products and services by the Lonely Planet, Condé Nast, Wanderlust, CNN, among others. More recently, the French Club Med ranked Sri Lanka as the second best country for digital nomads. Bloomberg Business listed the Sigiriya Rock Fortress as one of the new Seven Wonders of the World, making Sri Lanka, the only Asian country, to make it into the list, along with six other iconic sites appealing to the new age traveller.

We are already preparing to cater to the so called, 'pent up demand' of the 'new normal' traveller. Our tourism planners have identified that 'active tourism' 'wellness' products have become popular during the pandemic. These include hiking, cycling, water rafting, camper van tours, and rejuvenation and healing through Ayurveda and wellness experiences.

Sri Lanka is proactively developing sustainable tourism to stay competitive, and meet the demand in the Post COVID-19 phase. We are cognizant of the need to adapt our product to the outlook of future travellers, especially the Millennial and GenZ visitors, who are mindful of their ecological/travel footprint.

Most of our attractions are natural, and Sri Lanka's eight UNESCO World Heritage attractions are in rural areas, among the rural communities. As an island, Sri Lanka is extremely vulnerable to ravages of Climate Change. Therefore,

going forward, we will adopt a sustainable and community based approach to develop, what travel agencies call 'greener and fairer' holiday packages. This is why, Sri Lanka also acquired membership in the Global Sustainable Tourism Council (GSTC).

Sri Lanka tourism has incorporated the UN Sustainable Development Goals 2030 into its agenda. Towards that end, guidelines are being prepared to mandate new tourism projects to have sustainability requirements, including renewable energy, recycling, and zero single use plastic. Boutique hotels will be given a timeframe to comply with sustainability goals. The Sri Lanka Marine Environment Protection Authority is partnering with Sri Lanka Tourism to ensure a healthy coastal and ocean environment for future generations

At the policy and systemic level, the Sri Lanka Tourism Act is being revamped through sector wide stakeholder consultations. The goal is to reorient the demand and supply chain by changing business models and governance structures to promote brand building.

For the first time, Sri Lanka has launched a five year integrated global promotions campaign worth US\$ 190 million. In fact, call for expressions of interest have been made by the Sri Lanka Tourism Development Authority, to appoint a Public Relations firm in Poland, to launch a destination marketing and branding campaign, including through digital marketing to cover Poland and Central and Eastern Europe.

**What do you consider as the most important in resuming tourist flow between Poland and Sri Lanka?**

First, I want to say to Polish visitors 'ay-ubowan' (may you live long) and that our doors are open for you, as they were centuries ago, for Polish travellers since the 1800s. We also appreciate that Polish nationals, in a gesture of solidarity, chose to travel to our country in 2019 following the horrific Easter Sunday terror attacks.

It is important to connect the mind of the curious and discerning Polish visitor with the soul of Sri Lanka tourism, which lies in our smiling and welcoming people, their warm hospitality, in the therapeutic cuisine we enjoy, in the healing Ayurveda, in the stunning and natural landscape and seascape, and in the timeless eloquence of its 2,500 year old culture and heritage.

We need to connect the present day Polish traveller with the documented travels of Poland's well known travelers, researchers, sociologists

and anthropologists, artists, poets and collectors to then Ceylon. They were, Stanisław Ignacy Witkiewicz (Witkacy), Bronisław Malinowski Julian Fałat, Karol Lanckoroński and Adam Asnyk. Their experiences are vividly captured in the book – “*Moja podróż z Witkacym i Malinowskim na Cejlon*” (*My travel to Ceylon with Witkacy and Malinowski*) by Kręcisław Alina. The diverse experiences and the natural beauty they encountered in such a compact land space, have survived time, and remains pristine as ever. We want your interest in Sri Lanka to travel from one generation to another.

We want to convince and compel the Polish visitor that Sri Lanka could be your home away from home. If you want to connect to Zakopane from Sri Lanka, then travel to Kandy and the rest of the hill country dotted with lush tea plantations. If you want a site to fire your imagination, and quell your conscience, then climb to the top of the Sigiriya Rock fortress, a conceptual marvel, and hang out with the community in the area, as Sigiriya is under a sustainable tourism development programme. Sri Lanka can, and will cater to your ‘pent up demand’ to de-stress and re-charge for the ‘new normal’ by offering our time tested and holistic Ayurveda experiences and wellness repertoire. What is on offer in Sri Lanka is timeless and wholesome, and what we offer to make your experience worthwhile, is not mindless, but mindful.

We want to assure the prospective visitor

that his/her health is a priority for Sri Lanka. That is why our tourism recovery efforts and safety protocols are all science-led. We urge travellers to understand that all our efforts to ensure safety, are being undertaken within the parameters of a public health crisis, and that global pandemics often compel governments to impose restrictions on the choices otherwise available to individuals, because it is for the greater good.

**What kind of activities you’d like to undertake on Polish market to promote Sri Lanka as a tourist destination?**

Sri Lanka will conduct tourism promotional roadshows and participate in major travel shows hosted by Poland.

We look forward to collaborating closely with tour operators, prominent travel agents such as Rainbow, ITAKA and Tui, the LOT Polish Airlines, Polish Tourism Organization (PTO), Credit Card companies, and the media, including travel bloggers, to initiate an integrated tourism promotion approach by combining marketing, advertising and journalism. We look forward to reactivating our ‘Visiting Journalists Programme.’

Sri Lanka Tourism will conduct webinars for tour operators and travel agents regarding our products and health protocols currently in place. It is also useful to hold market integration promotional activities, where we combine tourism promotion with related products. For instance, Ceylon tea tasting events could incorporate the

promotion of virtual tours to Sri Lanka’s lush tea estates, while showcasing the traditional snacks that accompany tea drinking in the exquisite porcelain ware of Noritake, Dankotuwa or Lanka Porcelain. We will organize festivals to familiarize the Polish consumer with our singularly delicious pineapples, mangoes, and 29 varieties of bananas.

In the period ahead, we will collaborate with Sri Lanka Tourism to organize programmes for families and children, such as kite flying, and traditional lantern making events. Discussions are under way to organize virtual tours for school children to the Udawalawe Elephant Transit Home, turtle nurseries, and whale watching.

We also need to undertake overall image building of the country, its people, Sri Lanka’s excellent social and health indicators, its heritage, and many achievements, through public diplomacy programmes.

Equally important, it is useful for our hospitality sector to increase its awareness of the makeup of the Polish visitor. Exchange of study tours and Polish language training programmes for Sri Lankan chefs and hotel personnel, in the tourism and hotel schools in Poland, would be very instructive.

It would be wonderful to include your delicious pierogis in the menus of Sri Lankan hotels, restaurants and AirBNBs. We have to be creative and generous in our approach, by not only celebrating Sri Lanka in Poland, but also Poland in Sri Lanka.

